



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO
NAVARRA 2019-2020



Nafarroako
Gobernua  Gobierno
de Navarra

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR INFORME EJECUTIVO 2019-2020-NAVARRA

Los datos utilizados en la confección de este informe son recopilados por el Consorcio GEM. La responsabilidad acerca de su análisis e interpretación corresponde únicamente a sus autores

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA

Director

Ignacio Contín Pilart

Dpto de Gestión de Empresas – INARBE – Universidad Pública de Navarra

Equipo de investigación

Dpto de Gestión de Empresas – INARBE – Universidad Pública de Navarra

Ignacio Contín Pilart

Martin Larraza Kintana

Dpto de Economía y Empresa – Universidad de la Rioja

Raquel Orcos Sánchez

King's Business School – King's College London (Reino Unido)

Victor Martin-Sanchez

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2019-2020

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Maribel Guerrero, José L. González-Pernía y Javier Montero (Equipo Dirección Técnica GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Fundación UCEIF-CISE Banco Santander
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) José María Biedma Ferrer Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido	Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía Universidad de Cádiz
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Junta de Andalucía
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora) José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Juan Pablo Diánez González Noelia Franco Leal Julio Segundo Gallardo Carmen Virués Vega	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz

Córdoba	Universidad Loyola	Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Joaquín García-Tapia Emilio Morales Fernández Mercedes Pérez Millán	Universidad Loyola Cátedra Andalucía Emprende
Granada	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana Bojica Francisco Javier Melero Rus Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez Lázaro Rodríguez Ariza	Universidad de Granada UGR Emprendedora Consejería de Economía, Conocimiento, Empresa y Universidad de la Junta de Andalucía
Jaén	Universidad de Jaén	María Jesús Hernández Ortíz (Coordinadora) Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos Elia García Martí Manuel Aranda Ogáyar José García Vico María de la Paz Horno Bueno María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona	Universidad de Jaén Cátedra Andalucía Emprende
Málaga	Universidad de Málaga	Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez	Universidad de Málaga Junta de Andalucía
Sevilla	Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla	Carmen Cabello Medina (Coordinadora) Francisco Liñán (Coordinador) Antonio Carmona Lavado Aida del Cubo José Fernández Serrano Inmaculada Jaén Figueroa	Universidad Pablo de Olavide INNLAB Universidad de Sevilla PYMED (Gr. Investigación) Prodetur (Diputación de Sevilla)

Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata y Consuelo González Gil (Directores GEM-Aragón) Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Juan Pablo Maícas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón
Asturias	Universidad de Oviedo	Jesús Ángel del Brío González (Director) Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández María Mitre Aranda	Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo Caja Rural de Asturias Capgemini
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell (Co-director GEM Baleares) Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Institut d'Innovació Empresarial-Govern Balear
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo

Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Co-Directora) Carlos López Gutiérrez Javier Montoya del Corte Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Ruiz Lidia Sánchez Ruiz	SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social. Santander
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín y Nuria González Álvarez (Directores GEM-Castilla y León) Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada

		Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Arias Juan Miguel Alcántara Pilar	PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Iñaki Ortega Cachón (Deusto Business School Madrid) Iván Soto de Andrés (Deusto Business School Madrid)	Comunidad de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M. ^a José Alarcón García M. ^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lopera M. ^a Isabel Borreguero Guerra	Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Iberia-Air Nostrum Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo ALIGRUPO Catral Garden Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche

	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Luciano Covelo Fandiño	
La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Juan Manuel Dominguez Ortega Emma Juaneda	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Red GEM España
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes Gabriel Lozano Reina María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores

		Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Universitat Autònoma de Barcelona	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano	Observatorio Vasco de Emprendimiento SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba Fundación Emilio Soldevilla
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España

EQUIPO GEM ESPAÑA 2019

GEM España



GEM Andalucía



GEM Córdoba



GEM Granada

GEM Jaén

GEM Málaga



GEM Sevilla

GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias

GEM Cantabria



GEM Castilla-La Mancha



GEM Castilla y León

GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



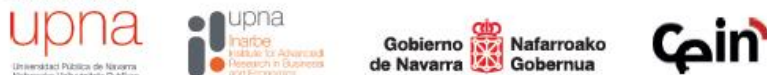
GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2019-2020

El Proyecto GEM es el estudio más ambicioso que se realiza en el contexto internacional sobre la actividad emprendedora. Más de 70 equipos de investigación de otros tantos países y regiones de toda la geografía mundial trabajan en esta iniciativa. El presente informe analiza, un año más, el fenómeno emprendedor y la creación de empresas en la Comunidad Foral de Navarra y compara los datos extraídos con los correspondientes a las otras regiones participantes de España y con otros países del mundo. Este documento aporta una información clave para conocer la situación y el proceso del fenómeno emprendedor en Navarra. El Informe GEM Navarra constituye una herramienta esencial para la planificación y programación de políticas y actuaciones que impulsen la iniciativa empresarial en nuestra región.

Esperamos que su lectura contribuya a un mayor conocimiento del mundo de la empresa en Navarra y del entorno en el que se desarrolla.

Ignacio Contín Pilart,
Universidad Pública de Navarra
Director GEM Navarra 2019-2020

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo.....	12
Introducción	17
Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra.....	21
Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra	33
Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra.....	40
Financiación del proceso emprendedor en Navarra.....	54
Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra.....	64
Apéndice metodológico.....	70

Resumen ejecutivo

Los datos del Informe GEM Navarra 2019 nos permiten tener una fotografía precisa de cómo estaba la actividad emprendedora y empresarial en Navarra (la nueva, la consolidada y el intra-emprendimiento), en comparación con el contexto español y europeo, justo antes de la crisis económica y social generada por el COVID 19. Las ediciones de los próximos años del GEM Navarra nos permitirán, asimismo, conocer el impacto del Coronavirus en la citada actividad emprendedora y empresarial. Más concretamente, la actividad emprendedora en Navarra en el año 2019, medida a través del índice TEA, o porcentaje de la población de 18 a 64 años involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial (las que tienen entre 0 y 42 meses de vida), fue del 5,2%. En concreto, el 2,8% estaba compuesto por personas emprendedoras con negocios nacientes (de hasta tres meses de funcionamiento); y el otro 2,4%, por personas con negocios nuevos (cuya edad se sitúa entre 3 y 42 meses). Ambos indicadores han aumentado con respecto a 2018. Al contrario de lo acontecido en España, en Navarra el TEA ha aumentado con respecto a 2018 (4,6). No obstante, el TEA de Navarra se sitúa en 2019, al igual que en años anteriores, por debajo del observado en el conjunto de España (6,2%); si bien esta diferencia se ha acortado y en Navarra este indicador es mayor que el de la mayoría de las CCAA. Sin embargo, la actividad emprendedora en Navarra se sitúa por debajo de la de Cataluña (8,3%) y Madrid (7,6%) y esta tendencia se repite desde hace algún tiempo. Más concretamente, desde hace algunos años Cataluña, y especialmente Madrid, se han convertido en focos de atracción del talento emprendedor y de los recién titulados del resto de CCAA, produciéndose, en consecuencia, una descapitalización de las regiones; lo que nos debería de llevar a realizar una reflexión sobre qué tipo de políticas serían las más adecuadas para tratar de retener, e incluso atraer, talento emprendedor y capital humano a Navarra.

Asimismo, el TEA de Navarra es mayor que el de CCAAs vecinas: La Rioja, País Vasco y Aragón. La tasa de actividad emprendedora en Navarra en 2019 es la segunda mayor desde el año 2009, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento y, desde una perspectiva temporal, se observa desde 2016 una recuperación, al igual que en España, de la misma. No obstante, la recuperación económica de estos últimos años no ha permitido, ni en Navarra ni en España en su conjunto, alcanzar los niveles de emprendimiento previos a la crisis económica de 2008 (ver Figura nº 2.1 del Capítulo 2). Este comportamiento se puede deber, especialmente en el caso de Navarra, a que la recuperación económica, previa a la actual crisis del COVID-19 pudo haber generando alternativas de ocupación más atractivas que la creación (o mantenimiento) de una nueva empresa. Habrá que esperar a próximas ediciones del GEM para ver el impacto que la crisis generado por el COVID-19 puede tener en la actividad emprendedora y empresarial en Navarra y en su evolución.

La tasa de abandonos y cierres de empresas en Navarra en 2019 fue menor que la del conjunto de España, lo que sugiere que si bien la actividad

empresarial en Navarra es menor que la observada en el conjunto de España a lo largo del tiempo, la calidad de la misma parece ser relativamente alta. El porcentaje de personas identificadas como propietarios de negocios consolidados (aquellos de más de 42 meses de vida) sobre la población adulta, que viene disminuyendo en Navarra desde 2017, se situó en la Comunidad Foral en 2019 (5,8%) ligeramente por debajo del observado en el conjunto de España (6,3%), y, al igual que en España, los niveles de actividad emprendedora de la población adulta fueron similares a lo largo de la fase inicial (TEA) y consolidada del proceso emprendedor. El hecho de que el emprendimiento en Navarra haya sido menor que el conjunto de España desde 2005 podría explicar la disminución observada en la actividad empresarial consolidada en nuestra comunidad, puesto que algunos empresarios consolidados han podido retirarse en los últimos años sin que haya habido un relevo generacional suficiente para mantener la actividad empresarial consolidada. De hecho, de entre los que han abandonado la actividad empresarial en Navarra (ver Figura nº 2.7), un 13% afirman que lo han hecho por jubilación, mientras que ese porcentaje es del 8% en el caso de España. No obstante, habrá que esperar a próximas ediciones del GEM Navarra para ver si esta tendencia se mantiene o se da la vuelta.

Desde el año 2014, el GEM analiza el “intra-emprendimiento”. Define intra-emprendimiento como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores de organizaciones existentes (EEA [*Entrepreneurial Employee Activity*]) cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs/start-ups*). Más concretamente, el nivel de EEA se mide a partir del porcentaje de la población adulta que ha llevado a cabo este tipo de actividades en organización ya existentes en los últimos 3 años. Este porcentaje aumentó en Navarra en 2019 (2,2%) con respecto a 2018 (1,4%) y se situó por encima de la media española (1,7%). Además, el intra-emprendimiento, tanto en Navarra como en España, está por debajo de la media de las economías de la UE28 (4,4%), sin bien esta distancia se ha acortado. En el contexto español, Navarra, junto con Madrid (2,2%) y Aragón (2,7%), son las CCAA donde se observa una mayor actividad intra-emprendedora. Habrá que esperar a próximas ediciones para ver la evolución de este importante indicador en Navarra, ya que la actividad intra-emprendedora está estrechamente vinculada a la madurez de los ecosistemas emprendedores e innovadores. Más concretamente, las economías que presentan una mayor actividad intra-emprendedora suelen contar con empresas con una clara vocación innovadora que promueven nuevos productos/servicios, nuevas líneas de negocios o nuevas empresas con la finalidad de generar valor a sus *stakeholders* y llegar a ser más competitivas en el mercado doméstico e internacional. Dadas las bondades de este tipo de actividad emprendedora a nivel organizacional y sistemático, parece conveniente, con el fin de incrementarla, continuar en Navarra con políticas, tanto públicas como privadas, tendentes a fortalecer el capital humano, la orientación emprendedora, así como la búsqueda de co-creación de oportunidades mediante colaboraciones entre diversos agentes del ecosistema emprendedor e innovador.

Con respecto a la motivación para emprender, nuestro estudio muestra que, en 2019 y tanto en Navarra como en España, para la población emprendedora en fase consolidada el motivo más común para crear un negocio fue “ganarse la vida porque el trabajo escasea”. Sin embargo, tanto para los emprendedores nacientes como para los nuevos en Navarra el motivo más común para emprender fue también “ganarse la vida porque el trabajo escasea” mientras que el caso de España ese motivo fue “crear riqueza o una renta alta”.

El perfil de las personas involucradas en actividades empresariales en Navarra en el año 2019 es, a grandes rasgos, similar al descrito en ediciones anteriores. Cabe destacar la consolidación de una participación cada vez más activa del colectivo femenino en el proceso emprendedor. Los datos de este año muestran un porcentaje de mujeres superior al de hombres entre los emprendedores con actividad inferior a 42 meses y entre los consolidados. No ocurre así entre los emprendedores potenciales. Otro colectivo que parece participa cada vez más activamente en las actividades emprendedoras es el de los jubilados. Los datos de este año vienen a confirmar la presencia de un porcentaje que ronda el 2% de jubilados entre los emprendedores. Cabe señalar también que se percibe una menor participación de postgraduados en el proceso emprendedor. Esto quizá venga motivado por las mejores perspectivas en el mercado laboral asociadas a la recuperación económica previa al COVID-19.

También parece consolidarse el porcentaje de personas involucradas en las diferentes fases del proceso emprendedor que declara poseer formación específica para emprender, aunque se estima que aún queda un buen margen de mejora y debería seguir apostando por la formación como política para mejorar las perspectivas de éxito de las actividades emprendedoras. En cuanto al perfil medio, si bien presenta algunas variaciones según sea el tipo de emprendedor analizado (potencial, TEA o consolidado), estamos ante un hombre o mujer de unos 40 o 45 años de edad, con educación secundaria o superior, que declara poseer formación específica para emprender, con un nivel de renta medio, y que vive en un hogar de tres miembros. Conforme nos acercamos de los emprendedores potenciales a los consolidados, crece la media de edad, pero, en términos generales, baja el nivel de estudios medio.

Entorno a la mitad (49,5%) de las iniciativas emprendedoras en fase inicial registradas en Navarra en 2019 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad pertenecen al sector orientado al consumo. Entre las iniciativas en fase consolidada, aquellas con más de 42 meses de operatividad, un 46,1% también actúan mayoritariamente en dicho sector. Tanto las nuevas iniciativas emprendedoras como las consolidadas son microempresas con predominio de las entidades con un solo trabajador (autoempleo). Además, en términos de aspiraciones de crecimiento (número de empleados esperado en cinco años), en esta edición de 2019, tanto las iniciativas en fase inicial como consolidada reportan aspiraciones de crecimiento en el medio plazo. Además, en esta edición se observa que los valores en términos de

innovación reflejan que la innovación se focaliza bastante a nivel regional y que en general un 57,6% dicen no llevar a cabo ningún tipo de innovación. Este porcentaje incrementa cuando se trata de las empresas consolidadas las cuales reportan no innovar en un 91,7%. Respecto al alcance de mercado que afrontan las iniciativas en fase inicial es bastante proporcional en términos de mercado local, nacional e internacional. Sin embargo, en el caso de las empresas consolidadas, el alcance en el mercado local es predominante alcanzando un 56,1% de cuota de mercado. Finalmente, respecto a la adaptación de nueva tecnológica o de nuevos procedimientos para la producción de productos o servicios, tanto en las empresas en fase inicial como en la consolidada los niveles de nueva tecnológica son muy bajos.

El capital semilla necesario para la financiación de una iniciativa emprendedora en Navarra se sitúa en 2019 en los 12.291 euros. Dicho capital proviene principalmente de los ahorros personales del emprendedor. Respecto a la participación del inversor privado navarro en la financiación de negocios ajenos, se observa un descenso en el año 2019. Mientras que en 2018 la población adulta navarra que efectuaba inversiones en proyectos ajenos se situaba en 4,7%, en 2019 el porcentaje es el 3,2%. Si se compara la participación del inversor privado en Navarra con la del resto de España, se observa que la inversión privada en iniciativas ajenas de nuestra comunidad es muy similar a la media española (3,3%). En el caso de los países con economías de ingresos bajos y medios que participan en el Proyecto GEM, nuestra comunidad se sitúa por debajo de la media (5,5%). De manera similar, Navarra se sitúa por debajo de la media de los países con economías de ingresos altos que participan en el Proyecto GEM (7%). Por último, al igual que en años anteriores, la inversión privada principalmente se concentra en los negocios de familiares.

El porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra en 2019 es el 34,4%. A nivel nacional, la percepción de buenas oportunidades en nuestra comunidad se sitúa ligeramente por debajo de la media (35,2%). Al comparar la situación de Navarra con la de otros países que han participado en el informe GEM 2019-2020, se observa que la percepción de buenas oportunidades para emprender también se sitúa por debajo de la media (50,6% en el caso de los países con economías de ingresos bajos y medios y 52,2% en el caso de los países con economías de ingresos altos).

En cuanto al entorno social del emprendedor, se observa como en la Comunidad Foral existe un conocimiento importante sobre la figura del emprendedor (un 43,2% de la población adulta afirma conocer a algún emprendedor). En 2019, el 51,5% de la población adulta navarra considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial y el 53,8% sostiene que el temor a fracasar supone un obstáculo para la puesta en marcha de un negocio. En general, las personas de entre 18 y 64 años que residen en Navarra consideran que emprender es una buena opción profesional (56,9 % de la población encuestada), que los empresarios gozan de un buen estatus social (58,7% de la población encuestada) y que existe una buena cobertura mediática de las

noticias relacionadas con emprendedores de éxito (57 % de la población encuestada).

Capítulo 1

Introducción

GEM es un observatorio internacional con carácter anual de la actividad emprendedora. Su principal misión es la de proporcionar datos acerca de la medición de la tasa de actividad emprendedora de las naciones, regiones y ciudades participantes, así como una amplia descripción de sus características, su relación con el desarrollo económico y un diagnóstico acerca del estado de las principales condiciones institucionales o de entorno para emprender.

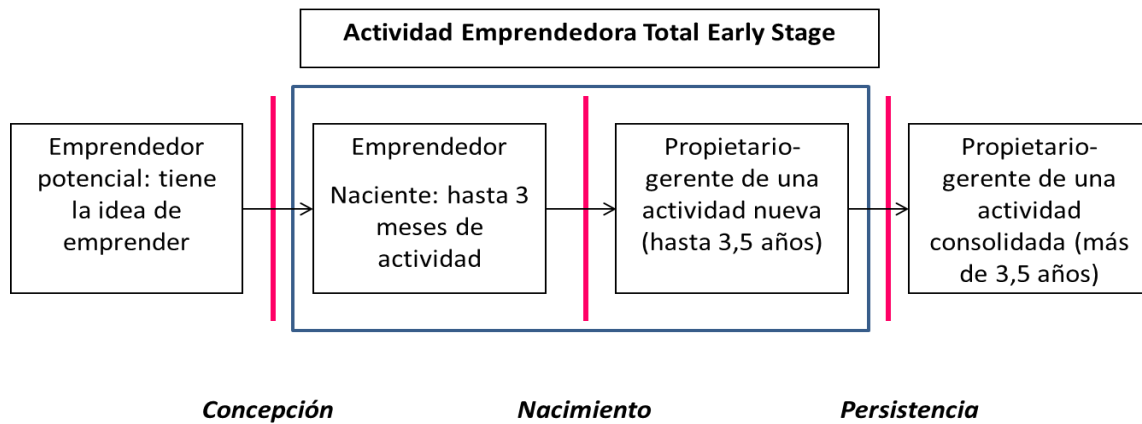
El observatorio GEM proporciona datos desde el año 1999, habiendo analizado, por un lado, la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, y, por otro, enriquecido el ámbito académico con multitud de artículos y trabajos científicos publicados en revistas indexadas. Asimismo, las instituciones y agentes relacionados con el emprendimiento de todos los países y regiones participantes disponen, a partir de los distintos informes anuales GEM, de información de calidad e indicadores que han permitido avanzar en desarrollo de políticas y medidas de apoyo a la creación de nuevas iniciativas empresariales. Las series temporales y las comparaciones entre distintos tipos de economías y trasfondos culturales son, asimismo, de gran valor para la comprensión y aprendizaje de los mecanismos que articulan el emprendimiento.

GEM entiende el emprendimiento como un proceso que se inicia con la generación de una idea de negocio; continúa con las acciones relacionadas con la puesta en marcha y lanzamiento de una nueva iniciativa empresarial para explotar dicha idea de negocio; entrando, posteriormente, la nueva empresa en una fase de maduración y finalmente pasa a la “fase consolidada” cuando sobrevive en el mercado por más de tres años y medio. Otro destino posible es el abandono del promotor o promotores, ya sea para traspasar la iniciativa a otras manos o para clausurarla. Este proceso se describe en el siguiente esquema.¹

¹ Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., de Bono, N., Servais, I., López-García, P. y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24 (3): 205-231.

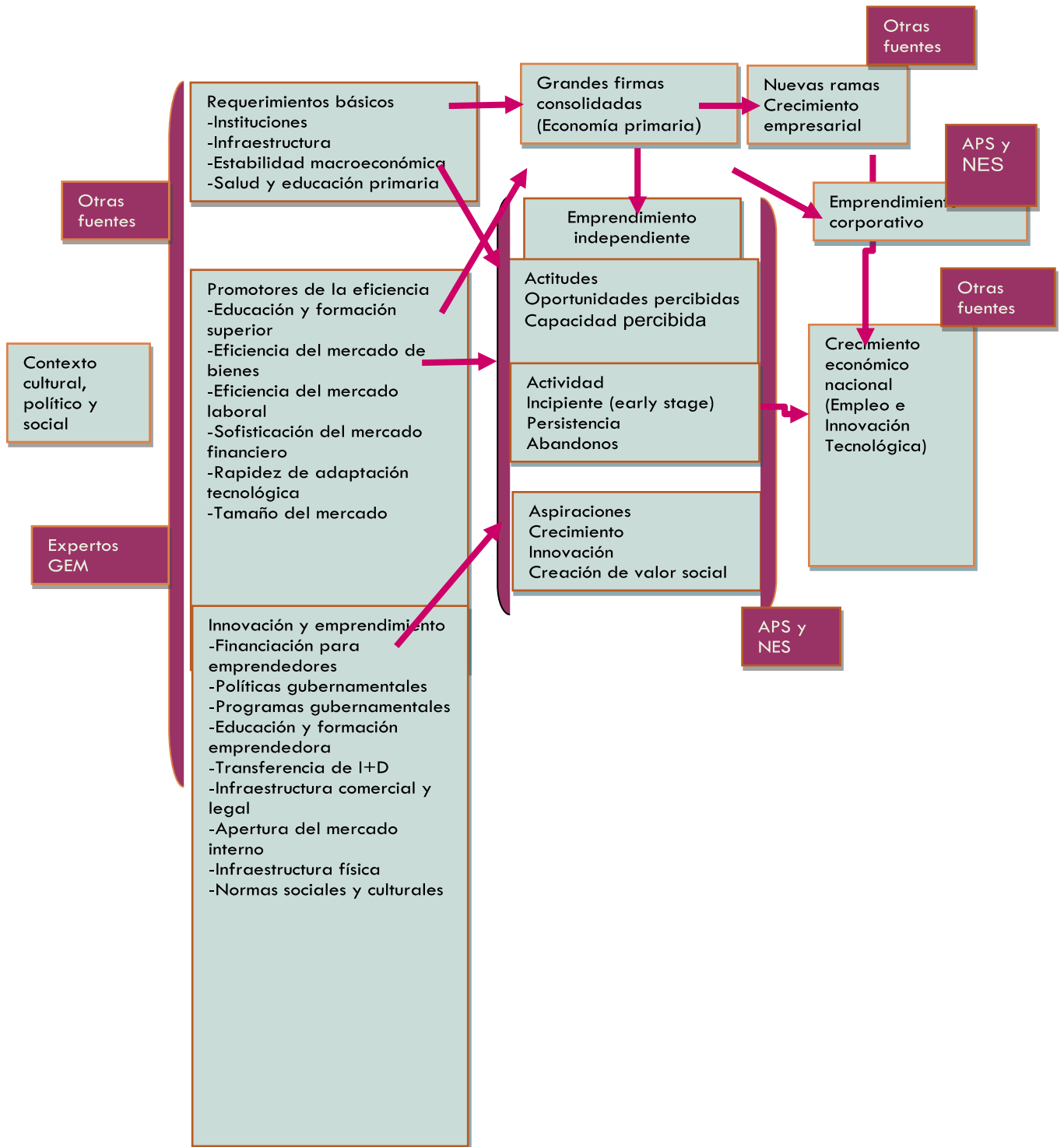
Figura nº 1.1

El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



Además del diseño del proceso emprendedor, el observatorio desarrolla su actividad en base a los fundamentos del siguiente modelo teórico (ver Figura nº 1.2) en que el contexto cultural político y social se relaciona con los grupos de factores que determinan el estatus de desarrollo y competitividad de los países participantes, tal y como los presenta el Informe Global de Competitividad. Las naciones que basan su economía en el primer grupo de factores son las menos desarrolladas, mientras que las que han completado el ciclo de los requerimientos básicos se hallan inmersas en el segundo estadio en que el impulso económico se logra a través de una mayor oferta y acceso a la educación y formación superior, una mayor eficiencia del mercado de bienes y del laboral, una sofisticación del mercado financiero, la rapidez de adaptación tecnológica y adecuando las variables económicas al tamaño del mercado. Los países desarrollados son los que han completado o están próximos a completar los ciclos de desarrollo de los requerimientos básicos y de los promotores de la eficiencia y basan el avance de sus economías en la innovación y el emprendimiento de calidad. Los pilares de la economía y la competitividad inciden tanto en la economía primaria, representada por las grandes firmas consolidadas, como en el proceso emprendedor, y todo ello, a su vez, impacta en el crecimiento económico de las naciones.

Figura nº 1.2
Modelo teórico GEM y fuentes de información que lo nutren



GEM proporciona información acerca de las partes que componen el modelo teórico, en la forma en que se describe en el apartado metodológico. En el modelo se indican las fuentes de información del Proyecto que son básicamente tres: variables secundarias (VS), encuesta a la población de 18-64 años (APS) y encuesta a expertos en el marco institucional (NES).

Variabes secundarias: recopiladas en los organismos más reconocidos mundialmente en temas relacionados con la demografía, el desarrollo económico, la educación, la competitividad, la innovación, la transferencia de I+D y otros temas considerados relevantes en relación al análisis de la actividad emprendedora. FMI, OCDE, ONU, Eurostat, INE, WYB, etc. son los principales proveedores.

Encuesta a la población de 18-64 años: conocida como Adult Population Survey o APS, contiene una amplia batería de preguntas diseñadas por GEM.

Encuesta a expertos de 9 condiciones de entorno: conocida como Nacional Expert Survey o NES, obtiene la valoración de una muestra representativa de especialistas en financiación, políticas y programas públicos, educación, apertura del mercado interno, transferencia de I+D, acceso a infraestructura física, comercial y de servicios, normas sociales y culturales y otros aspectos que configuran el entorno al que se enfrentan los emprendedores del territorio analizado.

Las dos últimas fuentes de información, basadas en herramientas originales del Proyecto, son sometidas a rigurosos controles de calidad en cuanto a su traducción y trabajo de campo para asegurar que las respuestas obtenidas en todos los países participantes son comparables. La ficha técnica de la encuesta APS se incluye en el Anexo ubicado al final del informe.

La información obtenida a través de estas fuentes complementarias entre sí, constituye la base para la elaboración de los resultados que se presentan en los distintos apartados del presente informe GEM para Navarra, que recogen aspectos como: la magnitud de las partes que integran el proceso emprendedor, el perfil del emprendedor, la motivación para emprender, las actitudes de la población ante el emprendimiento, las características de las iniciativas emprendedoras, la financiación del emprendimiento naciente o el emprendimiento corporativo.

El lector puede hallar más información en el informe para España (<http://www.gem-spain.com>), los informes regionales que publican anualmente los equipos de la Red GEM Española, así como en el informe global y en los de otras naciones que se hallan a disposición del público en la web del Consorcio GEM: <http://www.gemconsortium.org/>

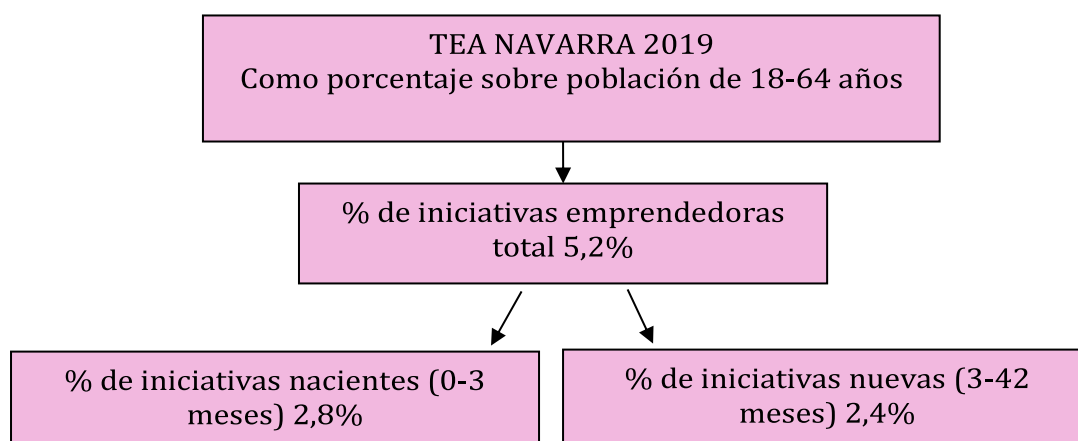
Capítulo 2

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra

2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta navarra

Tasa de actividad emprendedora (TEA)

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, **la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población adulta navarra**, o lo que es lo mismo el porcentaje de la población adulta involucrado en actividades emprendedoras en fase inicial (TEA), **fue del 5,2 % en el año 2019**. Dicha tasa se calcula a partir de 1.000 cuestionarios realizados a la población navarra de 18 a 64 años de edad. A su vez, la citada tasa puede desagregarse en dos componentes: la tasa relativa a las iniciativas nacientes (que no sobrepasan los 3 meses de vida), y la relativa a las iniciativas nuevas (entre 3 y 42 meses de vida), que para el año 2019 arrojan unos valores del 2,8% y del 2,4%, respectivamente.

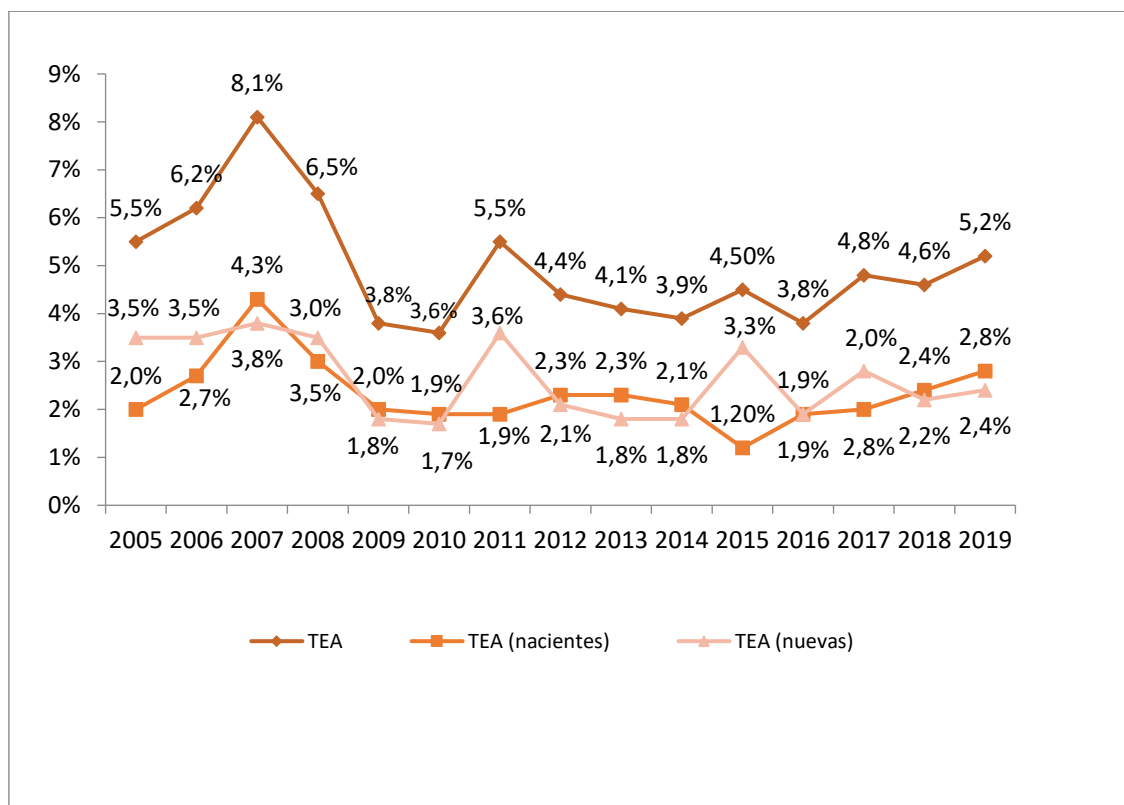


Análisis de la evolución temporal del TEA

La Figura nº 2.1 muestra cómo el TEA ha aumentado en Navarra, al contrario que en España (ver Figura nº 2.2), en el año 2019 con respecto al 2018. Han aumentado tanto las iniciativas nuevas como las nacientes. Además, la tasa

de actividad emprendedora en Navarra en 2019 es la segunda mayor desde el año 2009, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento.

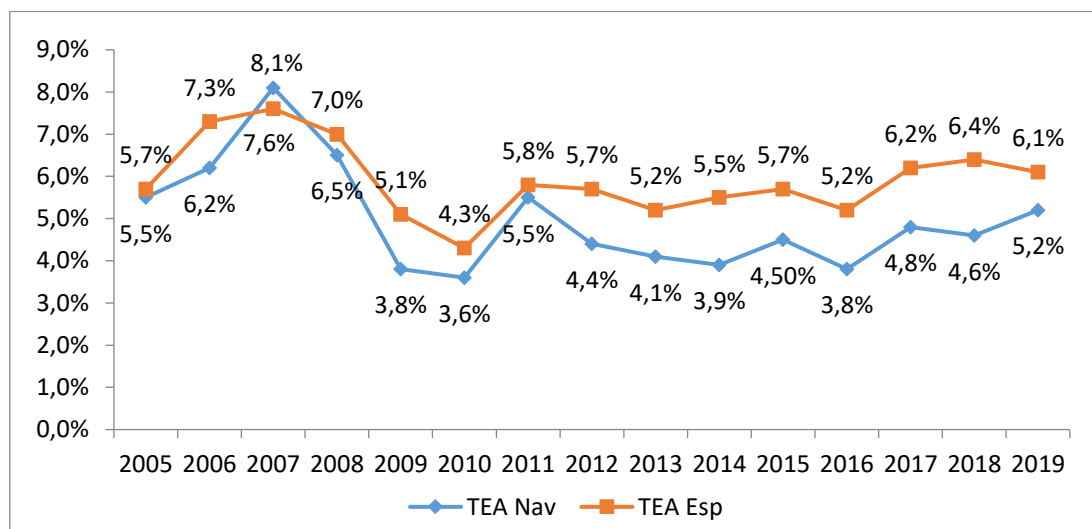
Figura nº 2.1
Evolución temporal del índice TEA y sus componentes en Navarra



Como se puede observar en la Figura nº 2.2, el índice TEA de Navarra se sitúa por debajo del de España durante prácticamente todo el período 2005-2018 (únicamente en el año 2007 se situó por encima). Este dato sugiere que el nivel de emprendimiento en la Comunidad Foral es menor que el de España en su conjunto. No obstante, esa diferencia observada entre Navarra y España se ha acortado en 2019. El peor año de actividad emprendedora fue el 2010, consecuencia del impacto en la actividad económica de la crisis de 2008. Los datos indican que la recuperación económica de estos últimos años no ha permitido alcanzar los niveles de emprendimiento previos a la citada crisis. El impacto de la actual crisis económica generado por el COVID, que la analizaremos en la edición del GEM del año que viene, podría afectar a la recuperación de la actividad emprendedora que venimos observando en Navarra desde el año 2016

Figura nº 2.2

Comparativa de la evolución temporal del índice TEA en Navarra y España

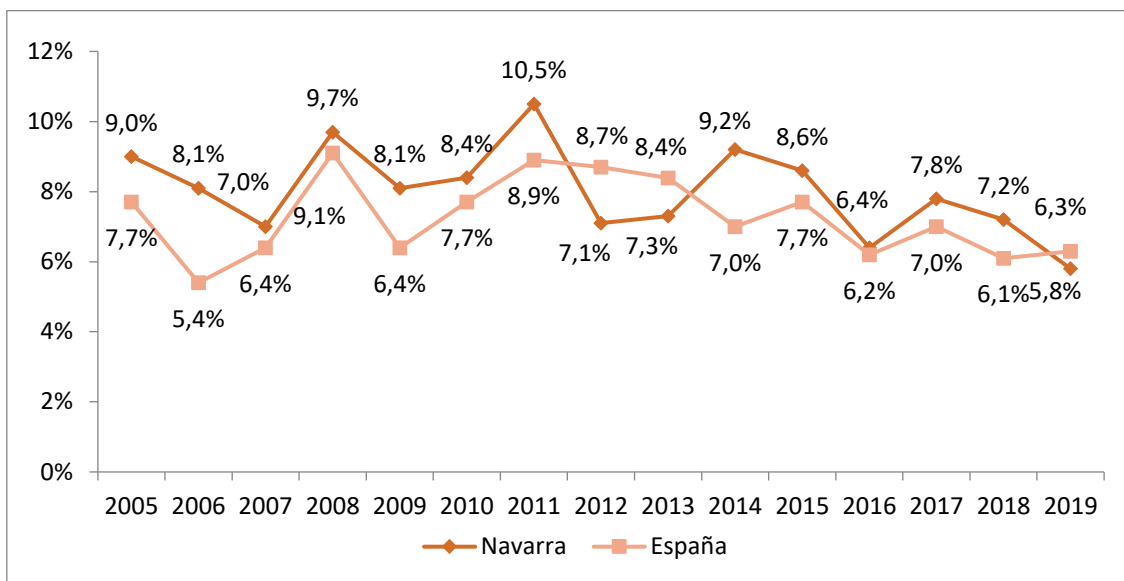


2.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra

Además de proporcionar datos sobre la actividad emprendedora, el proyecto GEM nos permite estimar anualmente el porcentaje de empresarios consolidados; esto es, aquellos empresarios que poseen y gestionan un negocio que ha sobrepasado la barrera de los 42 meses de vida, sobre la población adulta. La Figura nº 2.3 muestra que dicho porcentaje ha sido en Navarra mayor que el observado en el conjunto de España durante la mayor parte del período 2005-2019. Asimismo, el porcentaje de la población adulta que ha sido identificado como empresario consolidado ha venido disminuyendo en Navarra desde el año 2017 en adelante; situándose este indicador ligeramente en 2019 por debajo de la media española. El hecho de que el emprendimiento en Navarra haya sido menor que el conjunto de España desde 2005 podría explicar esta tendencia, puesto que algunos empresarios consolidados han podido retirarse en los últimos años sin que haya habido un relevo generacional suficiente para mantener la actividad empresarial consolidada en la Comunidad Foral. De hecho, de entre los que han abandonado la actividad empresarial en Navarra (ver Figura nº 2.7) un 13% afirman que lo han hecho por jubilación, mientras que ese porcentaje es del 8% en el caso de España. No obstante, habrá que esperar a próximas ediciones del GEM Navarra para ver si esta tendencia se mantiene o se da la vuelta.

Figura nº 2.3

Evolución temporal del porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta en Navarra y España



2.3. Motivación para emprender

Las motivaciones para emprender son muy diversas. Se podría decir que existen tantas motivaciones para emprender como personas intentando crear un negocio. De hecho, las motivaciones dentro de una misma persona pueden evolucionar con el tiempo, lo que hace complejo su análisis. Por todo ello, a la hora de analizar las motivaciones conviene simplificar su complejidad. Más concretamente, en esta edición del GEM las personas entrevistadas que estaban involucradas en alguna de las fases naciente, nueva o consolidada del proceso emprendedor valoraron, en una escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) al 5 (totalmente de acuerdo), en qué medida su motivo para crear un negocio se debía a alguna de las siguientes categorías: a) marcar una diferencia en el mundo; b) crear riqueza o una renta muy alta; c) continuar una tradición familiar; y d) ganarse la vida porque el trabajo escasea. Cabe destacar que las categorías no son excluyentes; por ello, una persona puede estar de acuerdo con varios motivos a la vez. Las figuras 2.4 y 2.5 muestran los resultados obtenidos en Navarra y España, respectivamente.

Los resultados indican que, tanto en Navarra como en España, para la población emprendedora en fase consolidada el motivo más común para crear un negocio fue “ganarse la vida porque el trabajo escasea”. Sin embargo, tanto para los emprendedores nacientes como para los nuevos el motivo más común para emprender en Navarra en 2019 fue también “ganarse la vida porque el trabajo escasea” mientras que el caso de España ese motivo fue “crear riqueza o una renta alta”.

Figura nº 2.4

Motivación para emprender en Navarra

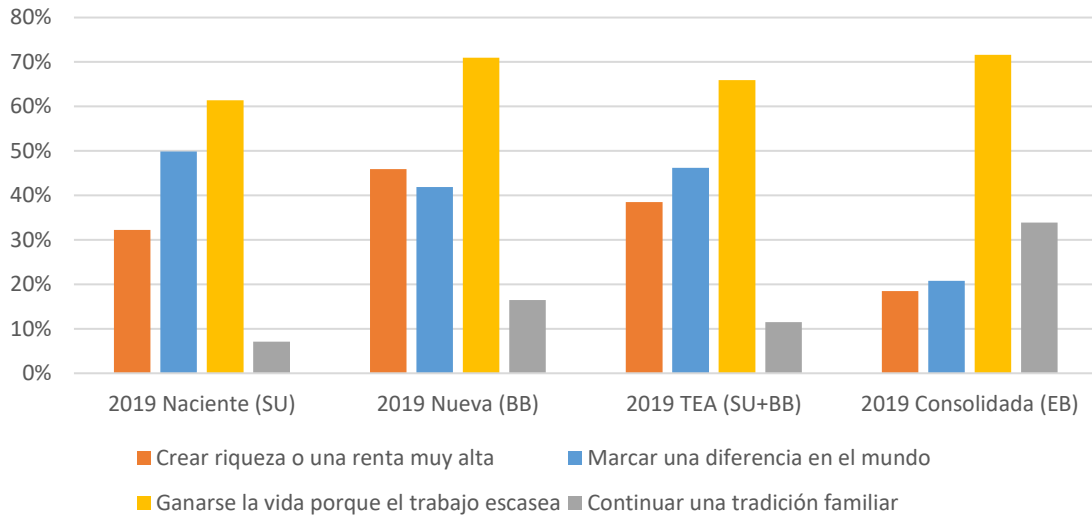
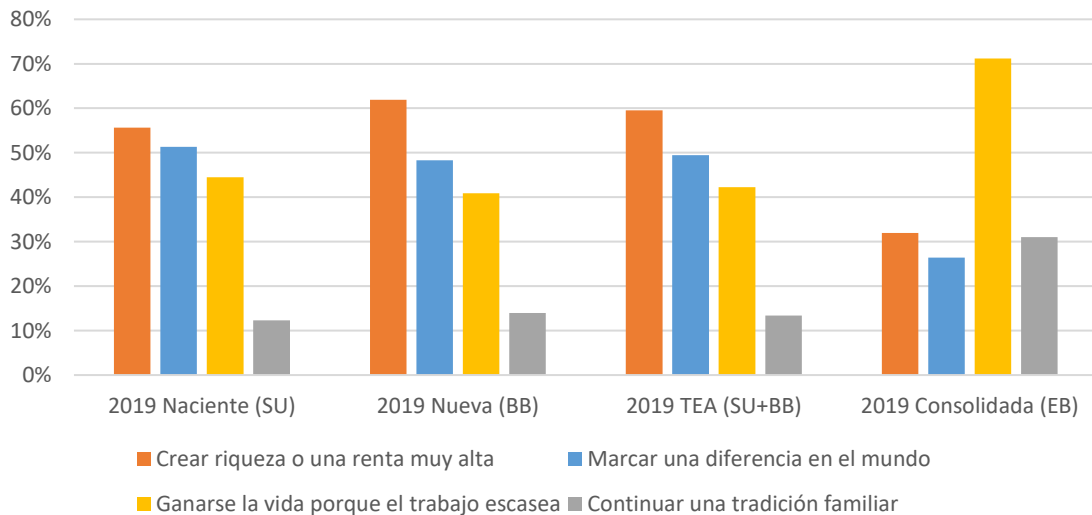


Figura nº 2.5

Motivación para emprender en España

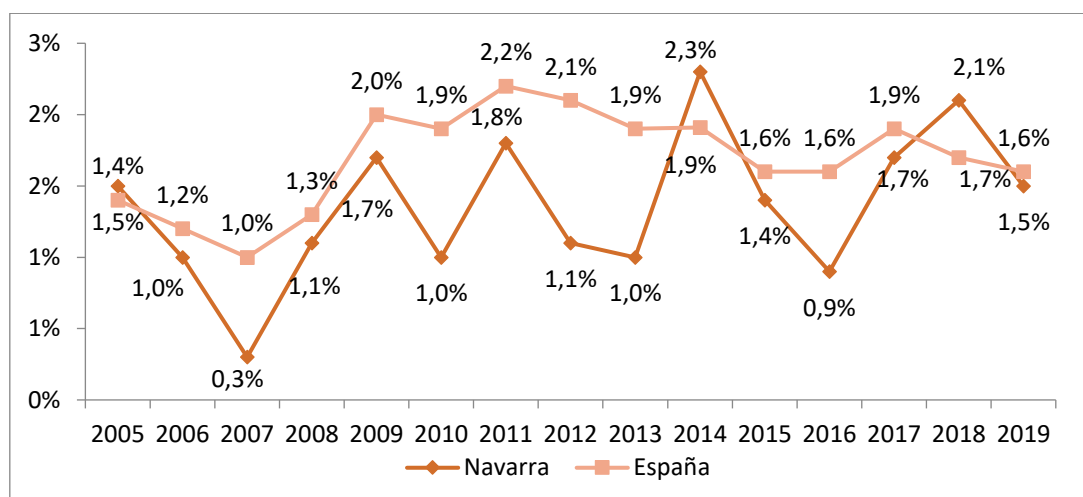


2.4 Abandonos de iniciativas empresariales

En este apartado se analizan las iniciativas empresariales que se han abandonado en los doce meses previos a la encuesta GEM. La siguiente figura muestra la evolución temporal de la tasa de abandono en Navarra y en España.

Tal y como se desprende de la Figura nº 2.6 se ha producido en el año 2019 con respecto a 2018, y tanto en Navarra como en España, una disminución del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta; siendo esta caída más pronunciada en el caso de Navarra. Este indicador se ha situado en 2019 en Navarra, como en la mayoría de los años del período 2005-2019, por debajo de la media española. Asimismo, la Figura nº 2.7 muestra los datos referido a abandonos y cierres en Navarra en 2019, así como las razones que explicarían el abandono de los negocios por parte de los propietarios. Es importante señalar que el abandono no significa necesariamente el cierre empresarial. De hecho, la tasa real de cierres se estimó para 2019 en Navarra en el 0,8% por debajo de la de España (1,3%)

Figura nº 2.6
Evolución del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta en Navarra y España



Como dato positivo debemos destacar que el porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en Navarra se ubicó claramente por debajo de la observada en los países europeos (Figura nº 2.7).

Entre los motivos de abandono, destacan la falta de rentabilidad del negocio (47,3%), problemas de índole financiero (13%) y la jubilación de los emprendedores (13%)

Figura nº 2.7
Abandono de iniciativas y su motivación en Navarra en el año 2019

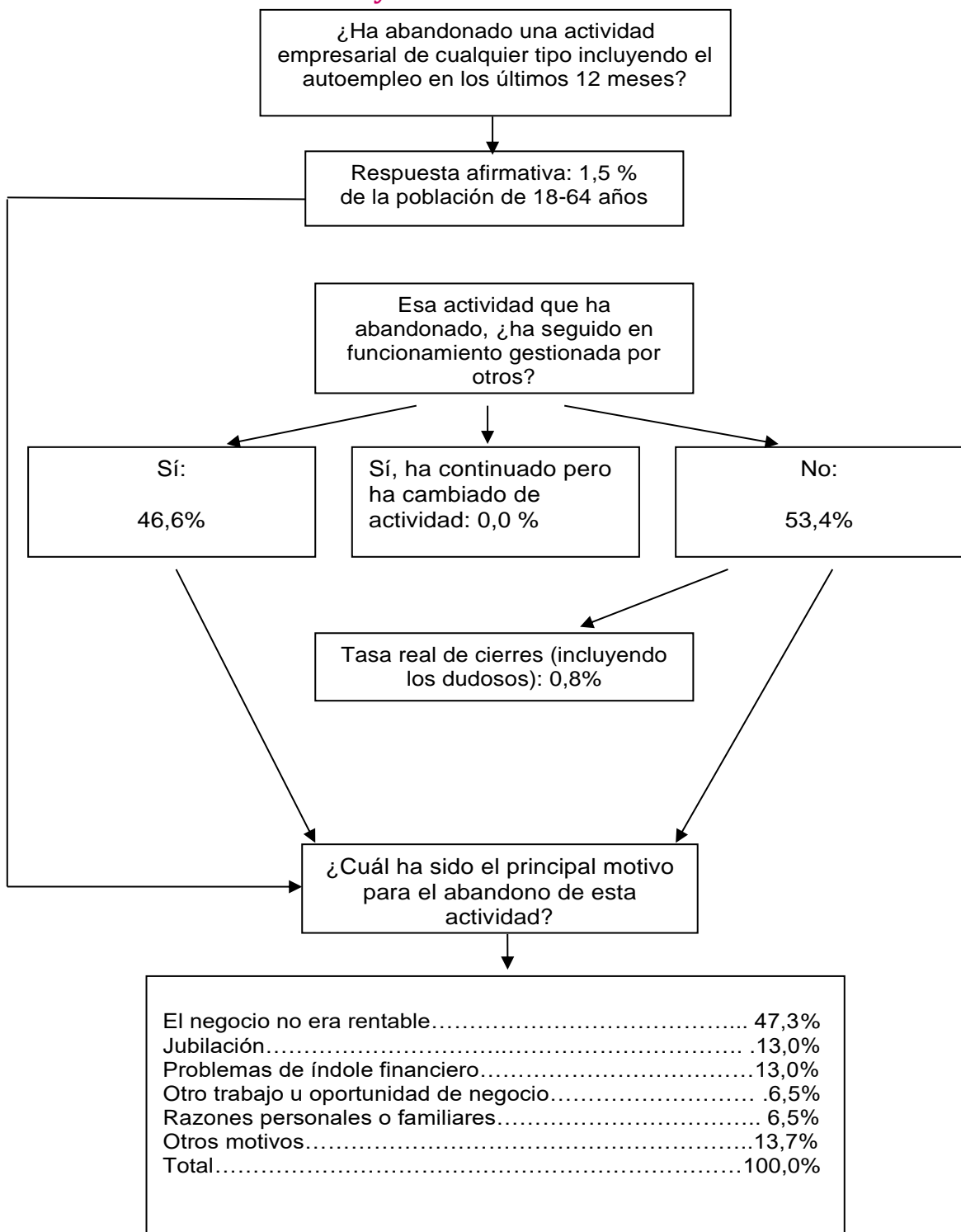
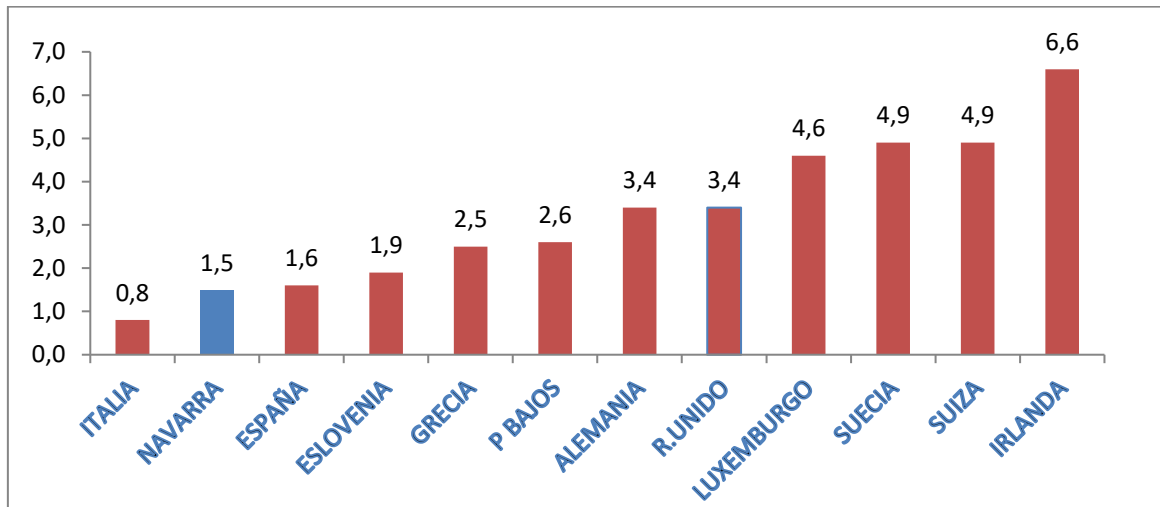


Figura nº 2.7

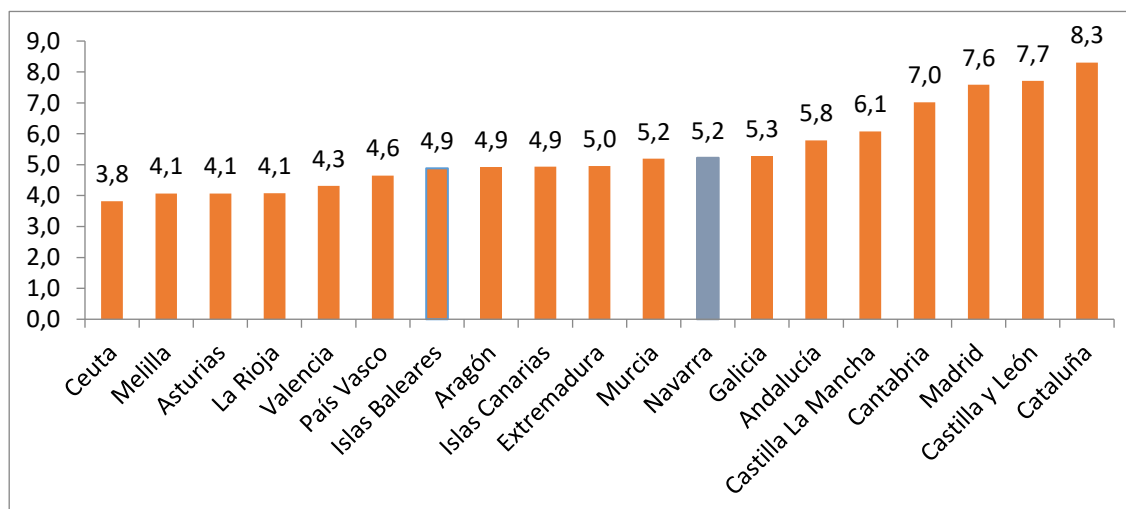
Evolución del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año en Europa



2.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

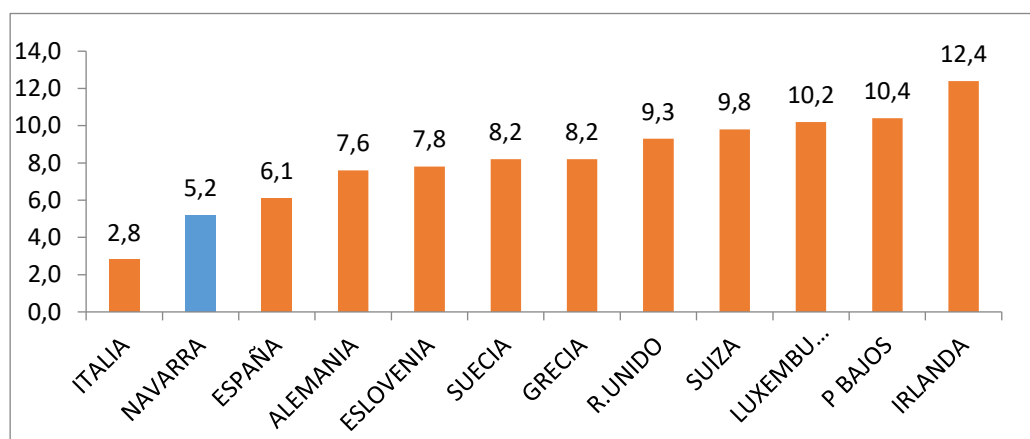
En la Figura nº 2.8 se muestra la posición relativa de Navarra entre las comunidades autónomas españolas en función del índice TEA del año 2019. Navarra se sitúa por encima de la mayoría de CCAA, pero su actividad emprendedora es menor que la observada en las comunidades más emprendedoras, como Cataluña y Madrid. Con respecto a nuestras CCAA vecinas, el TEA de Navarra es mayor que el del País Vasco, Aragón o La Rioja

Figura nº 2.8
TEA 2019 en las CCAA. españolas (%)



En el contexto europeo, el índice de actividad emprendedora de Navarra en 2019 sólo se sitúa por encima del de Italia y está lejos del de los de los países más emprendedores como por ejemplo Países Bajos, Irlanda y Reino Unido.

Figura nº 2.9
Comparación del TEA de Navarra y del TEA de países europeos participantes en el GEM en el año 2018 (%)



2.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional

La Figura nº 2.10 muestra el porcentaje de empresarios consolidados sobre la población de 18-64 años en 2019 para todas las comunidades autónomas españolas. Se trata, como ya hemos señalado, de empresario que poseen y gestionan negocios que llevan operando más de 42 meses. El valor de este indicador en Navarra se sitúa ligeramente por debajo de la media española y del de el País Vasco, la Rioja o Aragón.

La Figura nº 2.11 muestra el mismo indicador para Navarra y para algunos de los países europeos participantes en la edición GEM 2019. El porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta en Navarra es muy similar al de Alemania y se sitúa por debajo del de los Países Bajos, Inglaterra o Irlanda; países que destacan por tener un TEA alto.

Figura nº 2.10

Tasa de actividad empresarial consolidada (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en 2019 en las CC.AA.

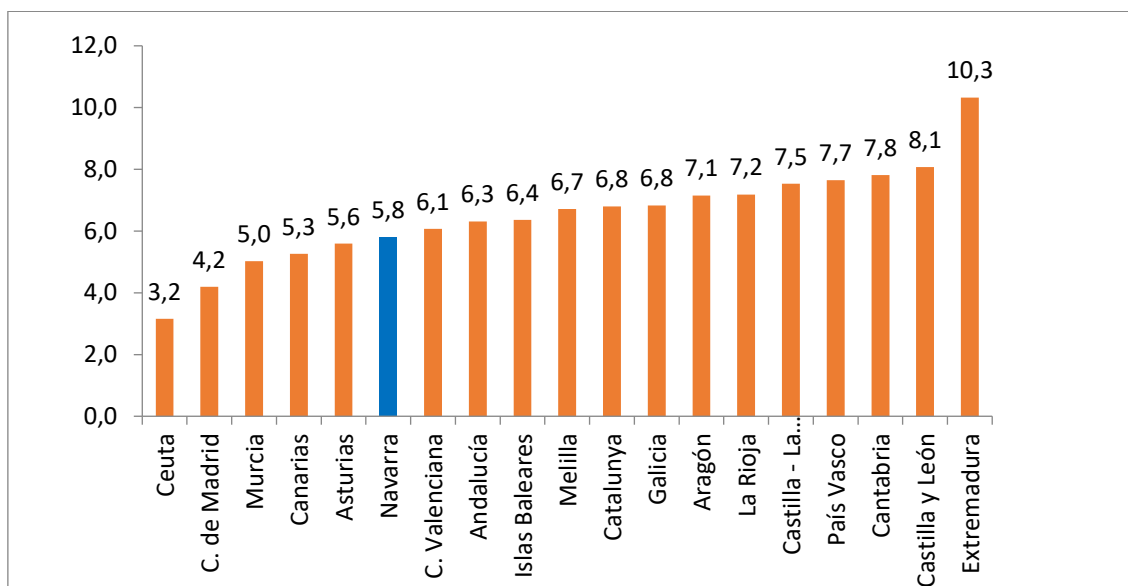
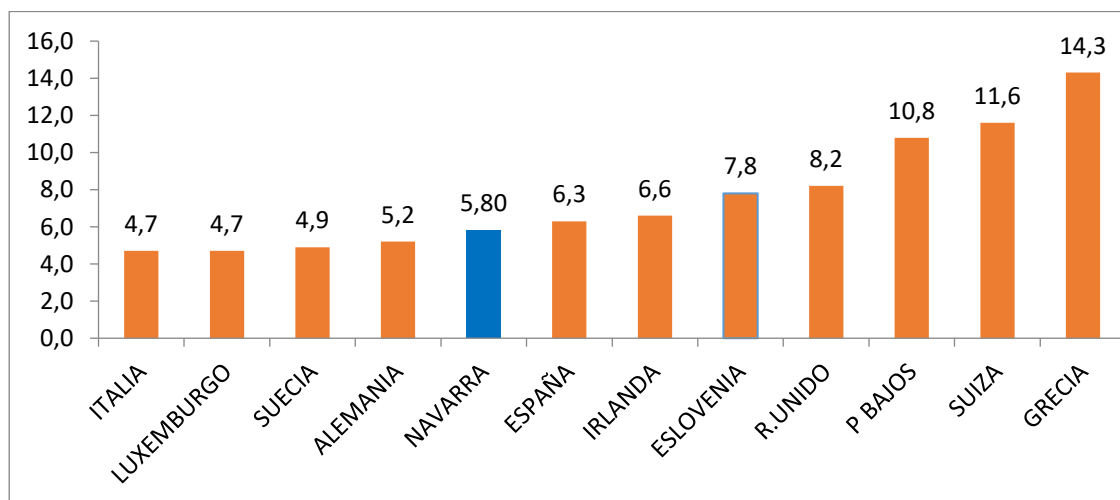


Figura nº 2.11

Comparación de la tasa de actividad consolidada de Navarra y de países europeos participantes en el GEM en el año 2019



2.7 Actividad emprendedora en el interior de organizaciones existentes.

Desde sus inicios, el proyecto GEM ha centrado su atención en el análisis de iniciativas emprendedoras que se llevan a cabo con la finalidad de poner en marcha un negocio a iniciativa de una persona particular y de manera independiente. Sin embargo, desde una perspectiva más amplia, la actividad emprendedora también puede llevarse a cabo desde el interior de organizaciones existentes basada en una decisión estratégica de rejuvenecimiento, diversificación o desempeño económico. En organizaciones que tienen una orientación emprendedora, este tipo de actividad emprendedora genera una serie de bondades para aquellos empleados que las desarrollan tales como experiencias y habilidades muy particulares que refuerzan su capital humano.

GEM concibe el (intra)emprendimiento como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores de organizaciones existentes (EEA [Entrepreneurial Employee Activity]) cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs/start-ups*). Más concretamente, el nivel de EEA se mide a partir del porcentaje de la población adulta que ha manifestado haber participado/liderado la puesta en marcha de ideas e iniciativas emprendedoras para las organizaciones en las que trabajan en los últimos tres años. La Figura nº 2.12 muestra que en 2019 el 2,2% de la población navarra de 18 a 64 años participó activamente liderando la generación y puesta en marcha de ideas/iniciativas emprendedoras al interior de las organizaciones en las que desempeñaban su trabajo. Por lo tanto, el nivel de intra-emprendimiento en Navarra en el año 2019 se situó por debajo del de emprendimiento (5,2%). Asimismo, este indicador de intra-emprendimiento fue mayor en Navarra que en el conjunto de España en 2019 (Figura nº 2.13). Ambos siguen estando por debajo de la media de economía de la UE28 (4,8%), si bien en el contexto español, Navarra, junto con Aragón (2,7%) y Madrid (2,2%), forman las CCAA donde se observa una mayor actividad intra-empresarial. Habrá que esperar a próximas ediciones para ver la evolución de este importante indicador en Navarra, ya que la actividad intra-empresarial está estrechamente vinculada a la madurez de ecosistemas emprendedores e innovadores.

Figura nº 2.12 Evolución en el porcentaje de la población navarra de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Navarra.

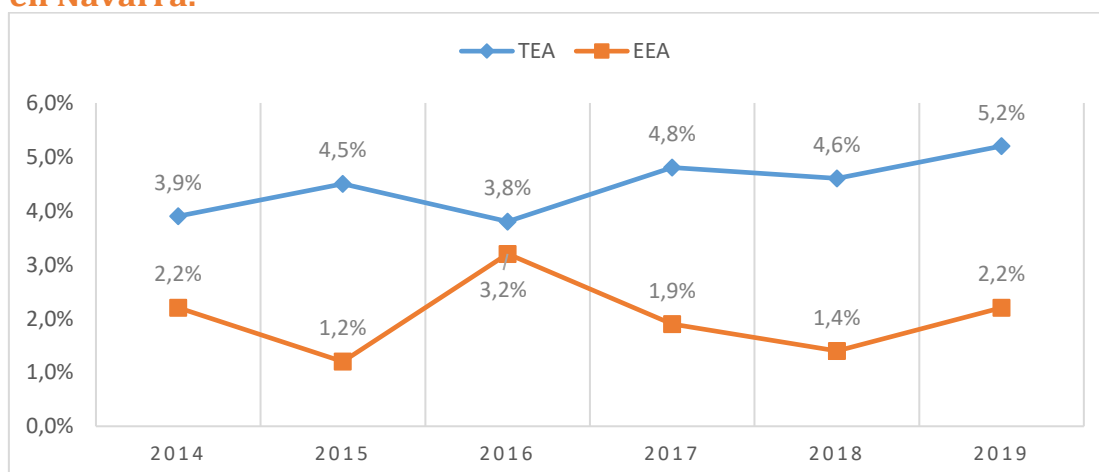
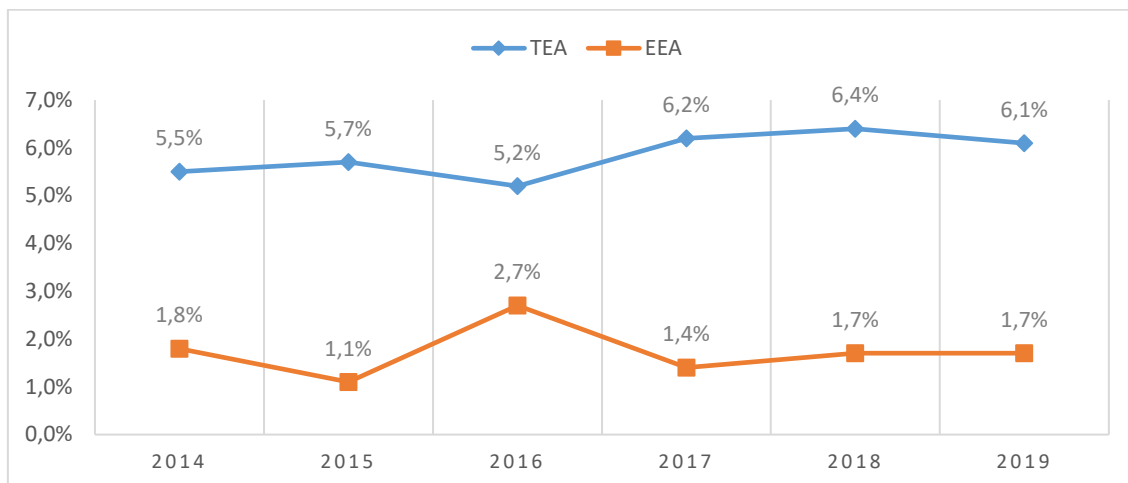


Figura nº 2.13 Evolución en el porcentaje de la población española de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en España.



Capítulo 3

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra

3.1. Introducción

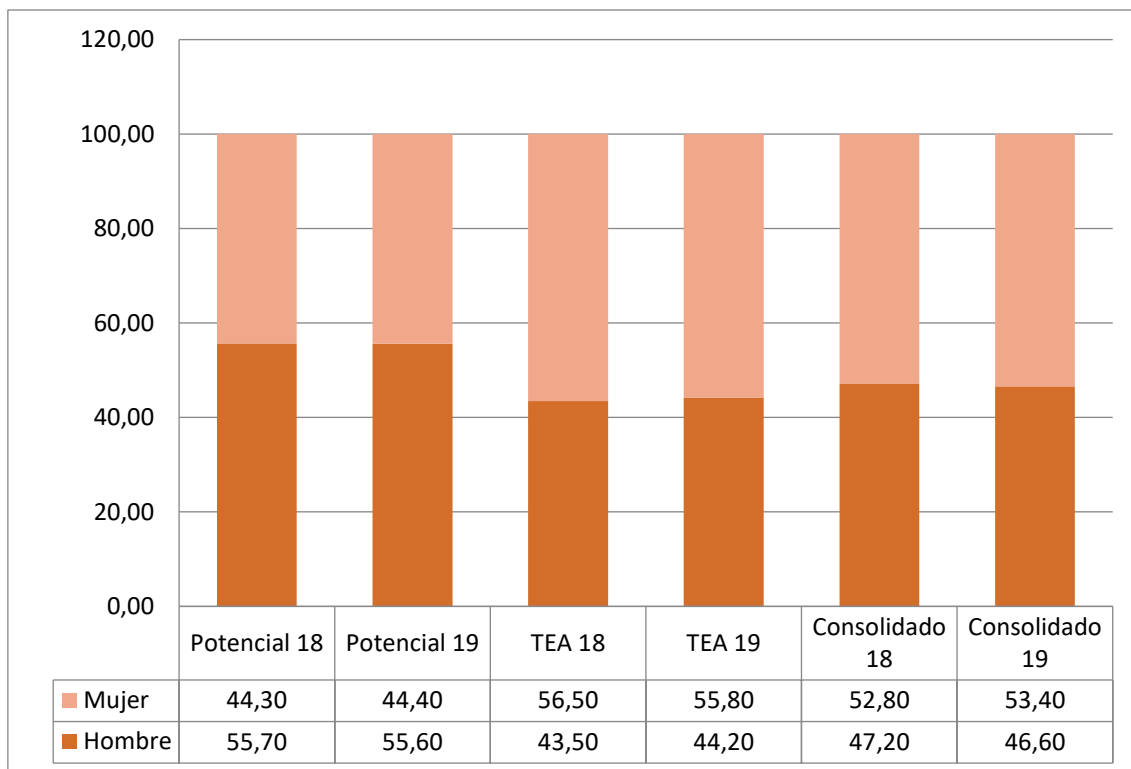
En el presente capítulo se va a analizar el perfil medio de los emprendedores residentes en Navarra en el año 2019. El objetivo no es otro que tener una idea más precisa de quiénes son y cómo son las personas que ponen en marcha iniciativas emprendedoras. Como en ediciones precedentes, las variables que se han analizado son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral y la posesión de formación específica para emprender. El colectivo se ha dividido en: emprendedores potenciales (que tienen en mente emprender en los próximos tres años), TEA (emprendedores con negocios de hasta 42 meses en el mercado) y consolidados (más de 42 meses en el mercado).

3.2. Sexo

A diferencia de la tendencia que habitualmente se observa en los estudios sobre la población emprendedora, los datos de los últimos años en Navarra muestra una presencia cada vez mayor y más consolidada de mujeres en las diferentes fases del proceso emprendedor. Si bien la presencia de mujeres entre los emprendedores potenciales durante las dos últimas ediciones ha sido inferior a la de los hombres, en consonancia con la tendencia generalizada, el porcentaje de mujeres emprendedoras supera al de hombres entre los nuevos emprendedores efectivos (i.e. TEA) y también, para este año, entre los consolidados. La figura 3.1 muestra el porcentaje de mujeres y hombres en los tres colectivos considerados en los años 2018 y 2019.

El dato de este año consolida la mayor presencia de mujeres también en el colectivo de emprendedores consolidados. Confiamos en que con el impulso de las políticas adoptadas se puedan dar por superadas las barreras que reducían la participación de las mujeres emprendedoras en la economía.

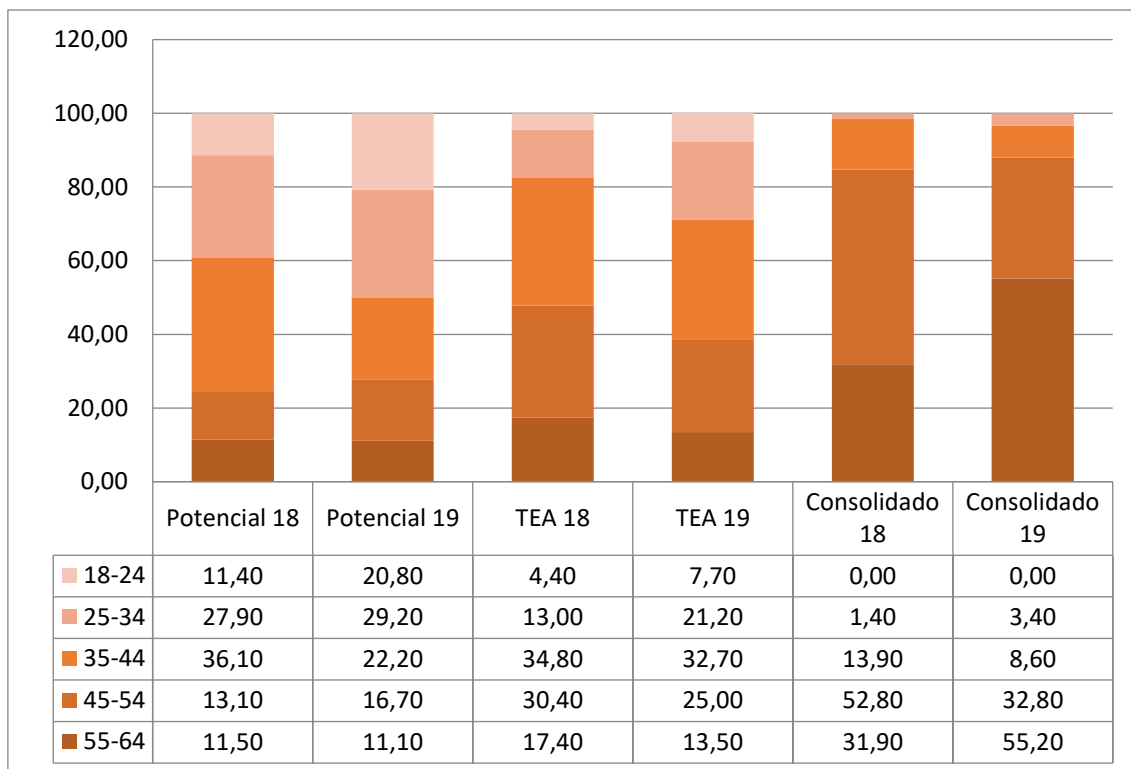
Figura nº 3.1
Distribución del porcentaje de emprendedores por sexo y fase.
Navarra 2018 y 2019



3.3. Edad

A continuación, pasamos a describir la distribución de los emprendedores en Navarra en función de su edad y fase del proceso emprendedor en el que se encuentran. La Figura nº 3.2 recoge dicha distribución para Navarra en los años 2018 y 2019. Normalmente los porcentajes de emprendedores potenciales y emprendedores nuevos (i.e. TEA) tienden a decrecer conforme nos movemos a los segmentos de edad más extremos. Esto es, a los más jóvenes y a los mayores. Los porcentajes tienden a ser algo mayores entre los más jóvenes cuando hablamos de emprendimiento potencial, y por el contrario son algo más elevados entre los mayores, en comparación con los más jóvenes, cuando hablamos de personas que han puesto en marcha realmente alguna iniciativa empresarial. Así se refleja una vez más en los datos de esta última edición.

Figura nº 3.2
Distribución del porcentaje de emprendedores por edad y fase.
Navarra 2018 y 2019



Así, los emprendedores potenciales se distribuyen fundamentalmente entre la franja de los 18 y los 44 años, siendo la proporción mayor la de aquellos entre 25 y 34 años. Esta distribución se desplaza un poco hacia arriba en el caso de los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses, en los que el grueso se distribuye entre los 25 y los 54 años, siendo la más habitual la franja de 35 a 44 años. Por último, los consolidados se encuentran entre los 45 y los 64 años, situándose la mayoría en la franja de 55 a 64 años.

En este sentido, una regularidad que se observa año tras año, y que es plenamente lógica, es que la edad media de los emprendedores aumenta a medida que avanzamos en el proceso emprendedor. Así la media de edad es de 36,6 años entre los potenciales y 41,2 entre aquellos con iniciativas de menos de 42 meses, la edad media es de 53,9 años entre los consolidados. Estos valores medios se mantienen dentro del rango de valores observados para cada segmento en ediciones anteriores.

3.4. Nivel de estudios

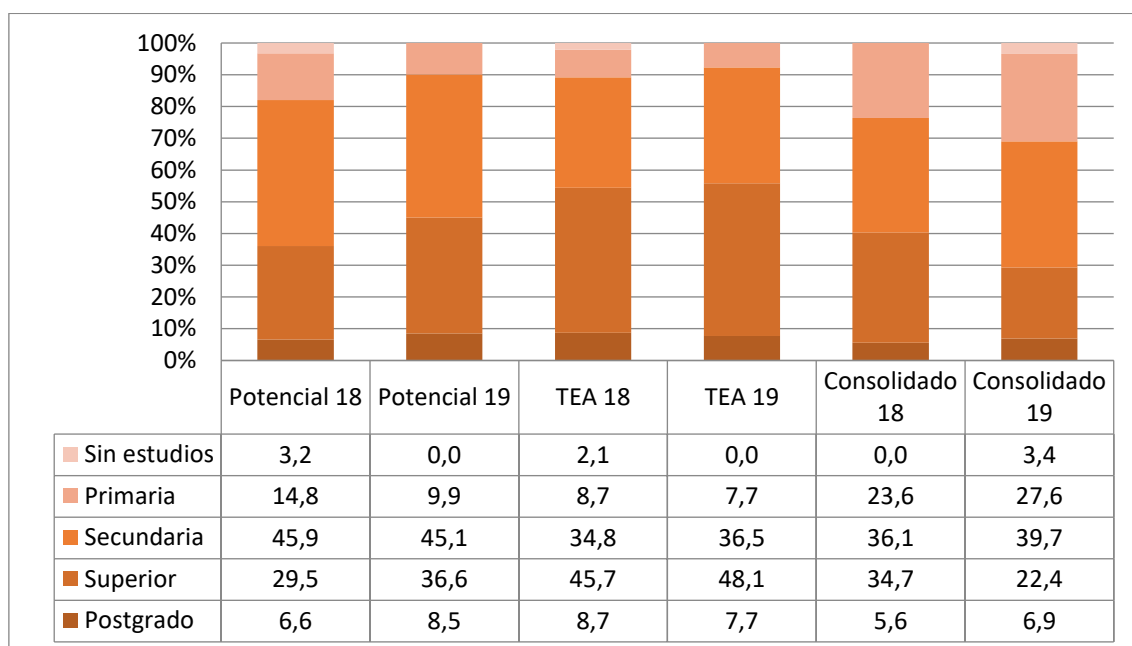
En cuanto al nivel de estudios y siguiendo la metodología establecida por el proyecto GEM se distinguen cinco posibles niveles educativos: sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios, educación superior y posgrado. Tal y como se recoge en la Figura nº 3.3 la gran mayoría de las personas implicadas en las diferentes fases del proceso emprendedor poseen estudios secundarios y superiores. Esta distribución se pudo observar ya el año pasado y en ediciones anteriores del informe GEM para Navarra. A su vez es el patrón que emerge cuando se considera España en su conjunto.

En el informe del pasado año llamábamos la atención sobre una menor presencia de postgraduados en las diferentes fases del proceso emprendedor, y en particular en la fase de emprendimiento potencial. Señalábamos que si bien esta menor presencia pudiera reflejar una mejora en las percepciones de las oportunidades que ofrece el mercado de trabajo a este colectivo, y que por tanto les pueda alejar de la alternativa de emprender, era importante valorar si la tendencia se consolidaba o era un dato puntual. Tal y como muestra la figura este porcentaje se ha recuperado ligeramente en el caso de los emprendedores potenciales, donde ha pasado del 6,6% al 8,5%.

Sin embargo, sigue descendiendo entre los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses situándose en el 7,7%. En este caso parece confirmarse una tendencia decreciente, que ha hecho que esta proporción pase del 13,2% observado hace tres años al actual 7,7%. No obstante, este 7,7% es una cifra de postgraduados emprendedores bastante relevante, muy superior al 2,2% que se detectó en el año 2015. Tal y como hemos señalado anteriormente el descenso de los dos últimos años quizá refleje una mejora en la percepción de oportunidades del mercado de trabajo.

Por último, señalar que en cuanto al colectivo de emprendedores consolidados se observa un pequeño repunte hasta el 6,9%, que sitúa el porcentaje en un valor significativamente superior al mostrado en 2016 (4,7%).

Figura nº 3.3
Distribución del porcentaje de emprendedores por nivel educativo y fase. Navarra 2018 y 2019



3.5. Posesión de formación específica para emprender

Los informes GEM Navarra de los últimos años han puesto de manifiesto una mejora en la de formación específica para emprender de los emprendedores. Esta mejora, reflejada en el hecho de que comienzan a observarse porcentajes superiores al 50% de emprendedores que manifiestan tener formación específica para emprender. Tal y como muestra la Tabla 3.1 los porcentajes superan el 50% tanto en el colectivo de emprendedores potenciales como en el de aquellos con iniciativas de menos de 42 meses. No ocurre lo mismo con los consolidados donde el porcentaje con formación específica para emprender se sitúa en el 46,6%.

A pesar de que la fotografía es, en términos generales, positiva, aún sigue habiendo margen para la mejora, pues toda vez que la formación se ha vinculado con mayores tasas de supervivencia y crecimiento entre las actividades empresariales, sería necesario seguir haciendo esfuerzos para hacer llegar este tipo de formación específica a más emprendedores. En este sentido, consideramos relevante seguir insistiendo en extender la formación en emprendimiento, ofrecido por distintas instituciones públicas y privadas, a un amplio colectivo de personas.

Tabla nº 3.1
Distribución de la formación específica adquirida por los emprendedores en las distintas fases

Formación	Tipo de emprendedor		
	Potencial	TEA	Consolidado
No contesta	0%	0%	0%
No sabe	0%	0%	0%
Tiene formación	50,7%	55,8%	46,6%
No tiene formación	49,3%	44,2%	53,4%

3.6. Nivel de renta

Como viene ocurriendo desde ediciones anteriores, es de destacar la proliferación de emprendedores con rentas medias, en detrimento de las rentas bajas y, sobre todo, de las altas. Tal y como puede apreciarse en la Tabla nº 3.2, el grueso de los emprendedores declara que su renta oscila entre los 20.000 y los 40.000 euros anuales.

Tabla nº 3.2
Distribución del nivel de renta anual de los emprendedores en las distintas fases en Navarra

Nivel de renta	Tipo de emprendedor		
	Potencial	TEA	Consolidado
≤ 10.000€	9,60%	2,60%	2,50%
10.001-20.000€	23,10%	18,40%	35,00%
20.001-30.000€	34,60%	23,70%	32,50%

30.001-40.000€	15,40%	31,60%	10,00%
40.001-60.000€	5,80%	13,20%	10,00%
60.001-100.000€	8%	7,90%	5,00%
>100.000€	3,80%	2,60%	5,00%

No obstante, este año cabe destacar el crecimiento del porcentaje de emprendedores con rentas entre 10.000 y 20.000 euros. Este crecimiento se da en las tres categorías de emprendedores considerados. El mayor crecimiento se observa entre los consolidados donde ese rango de renta pasa de representar un 20,4% en 2018 a un 35% en 2019.

Los porcentajes de emprendedores con rentas superiores a 60.000 euros se mantienen en porcentajes globalmente similares a los de la edición anterior. Hay un ligero incremento entre emprendedores potenciales, que pasa de un 5 a un 8%, un ligero descenso entre los consolidados, desde un 6,1 a un 5%, y un descenso algo mayor entre aquellos con iniciativas de más de 42 meses donde se pasa de un 11, a un 7,9%.

3.7. Tamaño del hogar

Al igual que ocurre en ediciones anteriores, en la del año 2019, no se aprecian diferencias significativas en la composición de los hogares de los diferentes tipos de emprendedores. En todas las categorías, el emprendedor vive en un hogar que cuenta mayoritariamente con tres o cuatro miembros

Tabla nº 3.3
Distribución del tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases para Navarra en los años 2013-2019

Tipo de emprendedor			
Tamaño medio del hogar	Potencial	TEA	Consolidado
2013	3,7	3,6	3,3
2014	3,5	3,1	3,2
2015	3,8	3,1	3,0
2016	3,4	2,8	3,1
2017	3,3	3,4	3,4
2018	3,8	3,3	3,1
2019	3,4	3,4	3,3

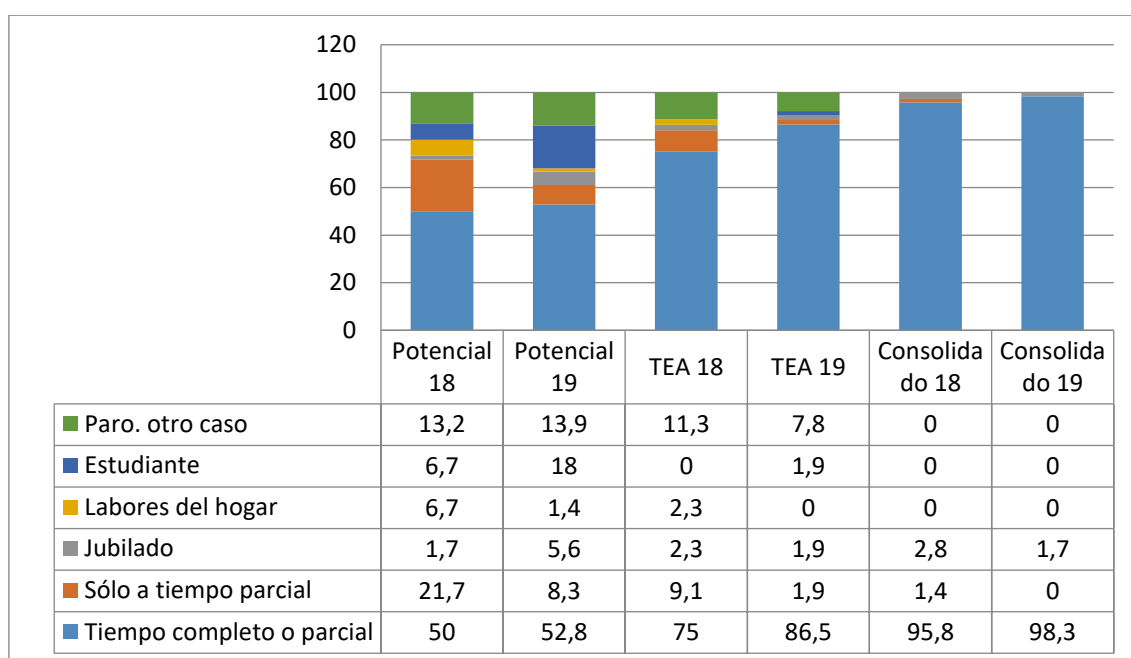
3.8. Situación laboral

De acuerdo con los datos sobre la distribución de la situación laboral de los emprendedores, los porcentajes son, en líneas generales, similares a los observados en ediciones anteriores. Así, para todas las categorías, la mayoría

de los emprendedores son trabajadores a tiempo completo o parcial. No se observan por tanto, variaciones importantes en relación a los valores de años anteriores.

En los dos últimos años hemos señalado la aparición de un pequeño porcentaje de emprendedores jubilados en la categoría de emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses. Este porcentaje se sitúa en torno al 2%. También parecen consolidarse los porcentajes de jubilados entre los emprendedores potenciales que en este 2019 muestra un aumento significativo pasando de un 1,7 a un 5,6%. Es esta una tendencia que será interesante evaluar en el futuro, pues de consolidarse significaría el despertar de una conciencia emprendedora entre este colectivo que aún puede tener, dada su experiencia, un interesante potencial. Este colectivo parece que también se ha asentado entre el colectivo de emprendedores consolidados.

Figura nº 3.4
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases. Navarra 2018 y 2019



Capítulo 4

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra

4.1. Introducción

Conocer las actividades resultantes del proceso emprendedor arroja luz sobre la realidad emprendedora. Aspectos como los sectores de actividad en los que se enclavan las nuevas empresas, el tamaño de éstas, su volumen de actividad, cuánto innovan, o cuáles son sus previsiones de crecimiento futuro, son elementos fundamentales a la hora de comprender el fenómeno emprendedor de una región. Por esta razón, el estudio GEM analiza las características distintivas más relevantes de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas en cada edición.

Una edición más es necesario señalar que los resultados que se muestran a continuación deben interpretarse con cierta cautela ya que no se trata de resultados extraídos de la muestra total, sino de una submuestra. No obstante, son indicadores de tendencia y pueden ser tomados como referencia para este análisis.

Para conocer el fenómeno emprendedor, se analizan los siguientes elementos de las iniciativas nacientes, nuevas y consolidadas en Navarra:

- Sector de actividad
- Número de propietarios de las iniciativas
- Número actual de empleados
- Número de empleados esperados en cinco años
- Carácter innovador
- Grado de competencia que afrontan
- Antigüedad de las tecnologías de producción de bienes o servicios

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras navarras en 2019

Los sectores en los que se encuadran las empresas en el estudio GEM son los siguientes: extractivo, transformador, servicios a empresas y orientado al consumo.

Tal y como muestra la Tabla nº 4.1, casi la mitad de las iniciativas emprendedoras registradas en Navarra en el 2019 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo (49,5% del total).

El sector de servicios a empresas, que representa tradicionalmente el segundo sector en importancia, sigue aumentando ligeramente también en esta edición del 2019 respecto al año anterior, situándose en un 25%. Cabe recordar que el sector de servicios a empresas es uno de los puntos a desarrollar marcados por el Modelo de Desarrollo Económico de Navarra (MODERNA) del Gobierno de Navarra, por englobar empresas dedicadas a la consultoría, I+D y de apoyo a la gestión, fundamentales para crear y consolidar empresas fuertes y competitivas ligadas al conocimiento y a la innovación.

El sector transformador representa en 2019 un 21,5%. Finalmente, el sector extractivo o primario, por su parte, es habitualmente el que menor actividad registra. En esta edición de 2019 representa un 4% del total.

Tabla nº 4.1
Distribución (%) de la actividad emprendedora total en Navarra (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Extractivo	6,7%	2,9%	4%	4,7%	4%
Transformador	17,8%	19,4%	22,5%	20,9%	21,5%
Servicios a empresas	24,5%	19,3%	20,2%	23,3%	25%
Orientado al consumo	51,1%	58,4%	53,3%	51,2%	49,5%

Tabla nº 4.2
Distribución de la actividad (%) emprendedora total en Navarra y España en el año 2019 (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	4%	4,7%
Transformador	21,5%	20,5%
Servicios a empresas	25%	33,6%
Orientado al consumo	49,5%	41,2%

A grandes rasgos, la imagen de la distribución sectorial de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra en 2019 es similar a la del conjunto de España. En ambos casos observamos un predominio de las iniciativas orientadas al consumo.

La Tabla nº 4.3, por su parte, muestra la distribución de la actividad emprendedora de las empresas consolidadas en Navarra en el año 2019.

Tabla nº 4.3
Distribución (%) de la actividad emprendedora consolidada en Navarra (de más de 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Extractivo	17,4%	6,4%	17,5%	16,7%	10,1%
Transformador	19,8%	14,3%	21,8%	18,1%	25,4%
Servicios a empresas	27,9%	31,7%	21,8%	26,4%	18,4%
Orientado al consumo	34,9%	47,6%	39%	38,9%	46,1%

Los datos en esta edición de 2019 cambian ligeramente la tendencia respecto al año anterior. En particular el sector transformador toma más peso alcanzando un 25,4%, el de servicio a empresas cae hasta 18,4%. Respecto al sector extractivo también se refleja un descenso comparado con el año anterior y baja hasta 10,1%. Finalmente, el sector orientado al consumo aumenta hasta alcanzar un 46,1%. Estos nuevos resultados siguen validando en cierta medida el cambio de tendencia iniciado en la edición del año 2017. De todas formas, la dirección de este cambio de tendencia no es clara por el momento. Por tanto, se requerirá de los informes de los años venideros para poder ver la evolución de este porcentaje y por tanto observar cual es la tendencia sobre la distribución sectorial en Navarra.

Tabla nº 4.4
Distribución de la actividad (%) consolidada en Navarra y España en el año 2019 (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	10,1%	6,9%
Transformador	25,4%	22,7%
Servicios a empresas	18,4%	27,5%
Orientado al consumo	46,1%	42,9%

La Tabla nº 4.4 compara la distribución de la actividad consolidada de Navarra y España en 2019. A grandes rasgos, se observa una estructura de peso relativo bastante similar entre Navarra y España en su conjunto. Así, el sector de mayor tamaño en las dos regiones es el orientado al consumo, con un peso relativo en Navarra superior al del conjunto de España. Al igual que en el caso de Navarra el peso del sector extractivo en España es mayor entre las empresas consolidadas que entre las nuevas empresas. Asimismo, el peso del sector transformador tanto en el caso de España como de Navarra es mayor en las consolidadas que en las iniciativas emprendedoras en fase inicial.

4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras navarras en 2019

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y consolidadas constituye un primer dato acerca de la dimensión de la

empresa. Este es un dato relevante ya que el modo de funcionamiento y de gestión de la empresa varía muchas veces en función del número de propietarios de ésta.

La siguiente tabla (nº 4.5) recoge la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses de actividad), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses ejerciendo la actividad), comparando los resultados de los tres últimos años (desde 2017).

Tabla nº 4.5
Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas en Navarra

Iniciativas	Nacientes			Nuevas			Consolidadas		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Año	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Media	1,70	1,67	1,95	1,92	1,59	1,21	1,59	1,71	1,88
Mediana	1	1	1,44	1	1	1	1	1	1
Moda	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Des.Estándar	2,051	0.868	1,276	1,897	1,919	0,592	1,055	1,328	1,609
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	10	3	6	10	10	3	6	10	10
Percentil 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 50	1	1	1,44	1	1	1	1	1	1
Percentil 60	1	2	2	1	1	1	1	1	1
Percentil 70	1	2	2	2	1	1	2	2	2
Percentil 80	1	3	3	2,76	2	1	2	2	3
Percentil 90	2.92	3	4	3.87	2	2,53	3	3	4

Como puede observarse el perfil de las iniciativas, al menos en lo referente al número de socios (propietarios) se mantiene bastante similar entre las iniciativas nacientes y consolidadas. Sin embargo, la media de número de propietarios en las empresas nuevas sigue disminuyendo, llegando en esta edición de 2019 a 1,21 propietarios. En términos generales se observa que el tamaño de las nuevas iniciativas emprendedoras sigue siendo pequeño, en la mayor parte nos referimos a empresas fundadas por un único individuo.

4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras navarras medidas a través del número de empleados en julio de 2019

Basándonos en la clasificación de empresas según el número de empleados propuesta por la Unión Europea y recogida en la Tabla nº 4.6, la mayoría de las empresas creadas en Navarra son microempresas.

Tabla nº 4.6
Clasificación de la PYME en función del número de empleados

Tipo de empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249
Gran empresa	Más de 249

Las figuras 4.1, 4.2 y 4.3 muestran para Navarra, respectivamente, la distribución en cuanto a número de empleados de las iniciativas de menos de 42 meses de antigüedad, de aquellas con más de 42 meses de antigüedad,

y la comparación con los valores para el conjunto de España. En consonancia con lo observado en el apartado anterior, y con la amplia evidencia a nivel internacional, se concluye que el tamaño de las iniciativas empresariales, tanto nuevas como consolidadas, es pequeño. La mayoría de las nuevas iniciativas empresariales o bien no tienen empleados (autoempleo) o el número de empleados oscila entre 1 y 5. Estamos por tanto ante microempresas.

Figura nº 4.1
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) en Navarra

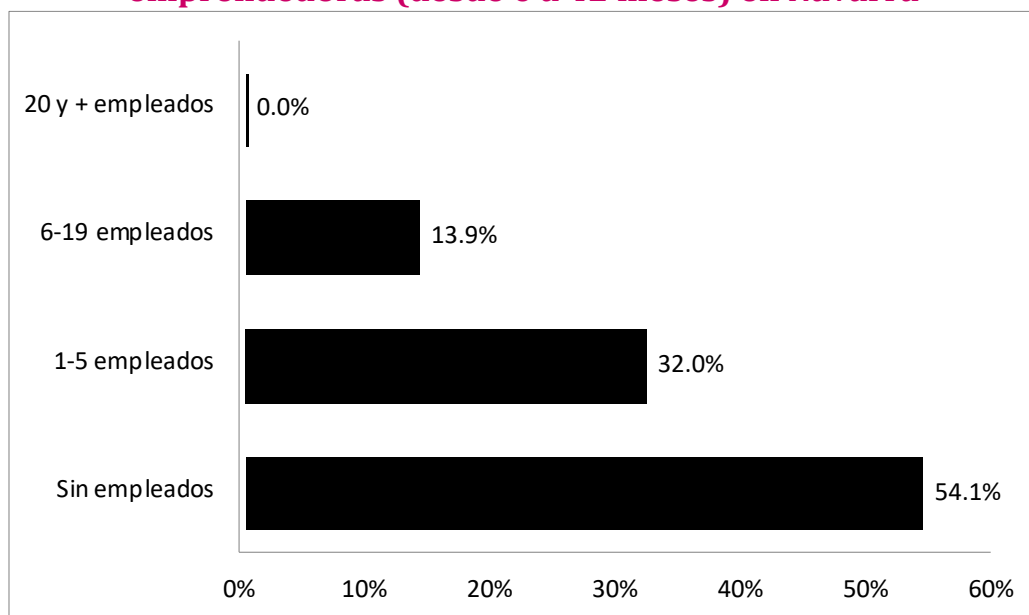
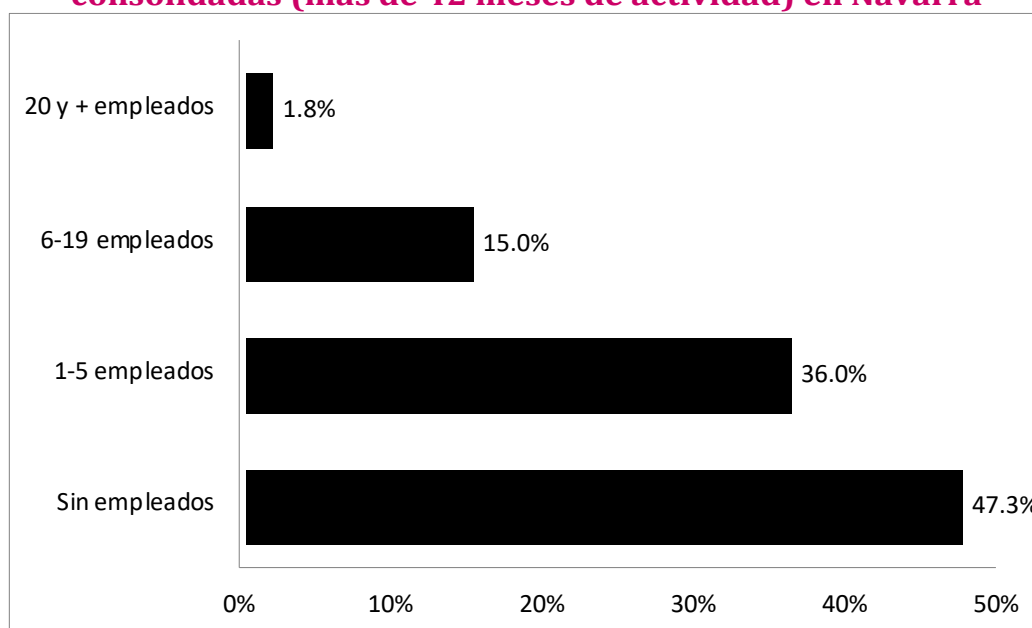
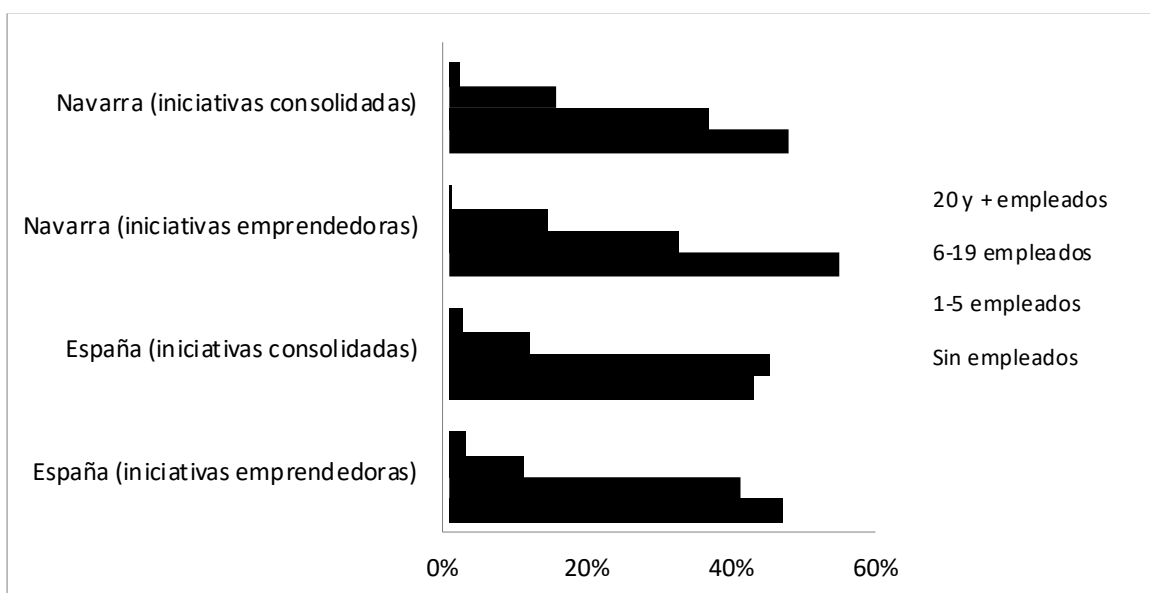


Figura nº 4.2
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra



Tal y como se puede ver en la Figura nº 4.3, que realiza una comparación entre Navarra y España en el número de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y consolidadas, la imagen del tamaño de las empresas es bastante similar en ambas categorías. Sin embargo, en línea con los resultados de años anteriores, el aspecto de la comparativa más destacable es el predominio de autoempleo ligeramente superior en el caso de Navarra (54.1% en las iniciativas en fase inicial y 47,3% en las consolidadas) respecto al conjunto de España (46,5% y 42.3%, respectivamente). Asimismo, en consonancia con los datos internacionales disponibles para otros países, la mayoría de los negocios existentes tanto en España como en Navarra son microempresas.

Figura nº 4.3
Comparación del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra y en España



4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

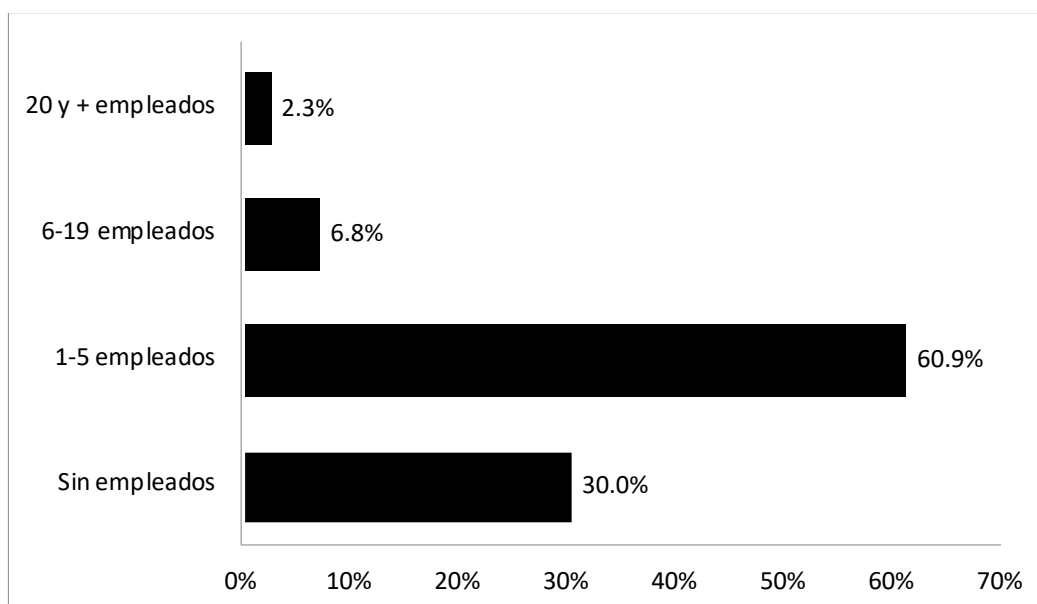
Además de analizar el tamaño actual de las empresas navarras es importante estimar su potencial de crecimiento futuro. A este respecto, el estudio GEM pregunta a las personas emprendedoras por su previsión de crecimiento en número de empleados desde el momento de la entrevista a 5 años vista. Evidentemente se trata de impresiones y previsiones, pero sirve para conocer la percepción que estos empresarios tienen acerca del futuro y sus empresas.

La Figura nº 4.4 muestra, como dato positivo, que la mayoría de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra esperan crecer en el horizonte temporal de 5 años. La mayoría de los individuos encuestados (60.9%

porcentaje significativamente mayor que el 54,3% del 2018) esperan crecer entre 1 y 5 empleados, un 6,8% aspiran crecer entre 6 y 19 empleados. Además, en esta edición se mantiene la presencia de emprendedores en la muestra con aspiraciones de crecimiento por encima de los 20 empleados que representan un 2,3%. Parece que la confianza de los emprendedores respecto a las previsiones económicas, previas a la crisis COVID-19, vía creación de empleo empezaban a presentar brotes positivamente esperanzadores en 2019. Sin embargo, esta tendencia se espera que desafortunadamente cambie significativamente como consecuencia del efecto sin precedentes que la pandemia (COVID19) está causando en el mercado laboral tanto a nivel regional como mundial. Por tanto, estaremos muy pendientes de los datos de 2020 para ver qué efectos tiene la crisis de la COVID19 en estas tendencias.

Figura nº 4.4

Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)

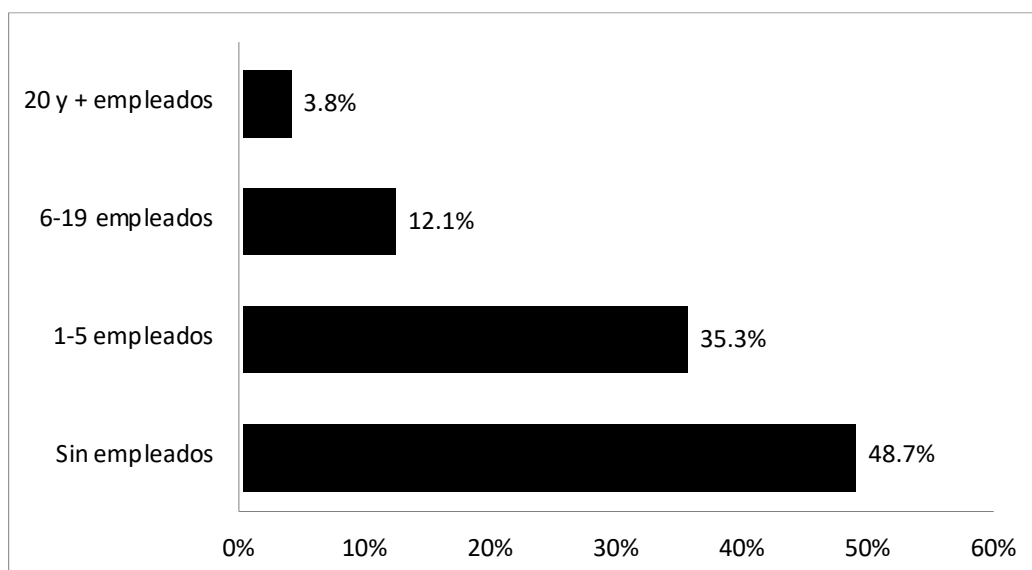


Relativo a las iniciativas consolidadas en 2019 la tendencia es menos positiva que las iniciativas en fase inicial, pero sin embargo se observa una mejora en las previsiones de las consolidadas comparado con en el año 2018. La mayoría de las empresas en fase consolidada no esperan crecer en número de empleados en los próximos 5 años (48,7%). Tal y como muestra la Figura nº 4.5, el 35,3% de las iniciativas consolidadas esperan crecer en 1 y 5 empleados en cinco años (valor ligeramente mayor al 29,7% del 2018). El 12,1% espera crecer entre 6 y 19 empleados (resultado también al alza comparado con el 4,7% del año 2018). En el caso de las iniciativas consolidadas, en 2019 había un 3,8% emprendedores que esperen crecer por encima de los 20 empleados. En definitiva, en 2019 parece que los resultados para las iniciativas consolidadas dan un giro al alza respecto a los resultados del año anterior. Sin embargo, como en los resultados de la figura

4.4, esta tendencia se espera que desafortunadamente cambie significativamente como consecuencia del efecto sin precedentes que la pandemia (COVID19) está causando en el mercado laboral tanto a nivel regional como mundial. Por tanto, estaremos muy pendientes de los datos de 2020 para ver qué efectos tiene la crisis de la COVID19 en estas tendencias.

Figura nº 4.5

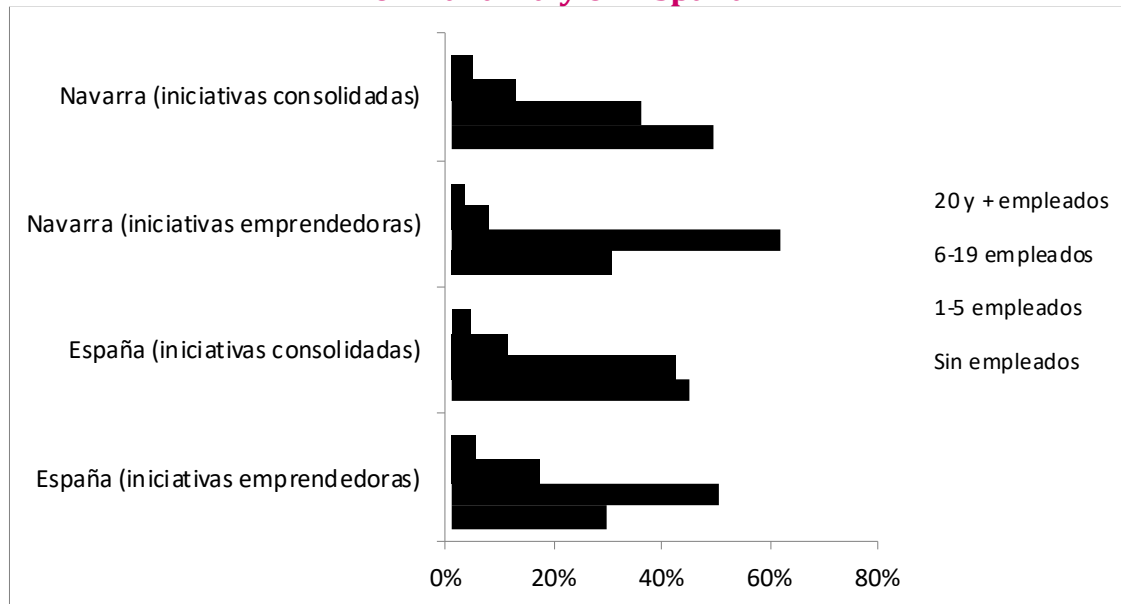
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



La comparativa con España (Figura nº 4.6) muestra, a grandes rasgos, las principales diferencias de expectativa de crecimiento con Navarra. Como novedad en esta edición de 2019, el rasgo más destacable sería que las empresas consolidadas en Navarra cambian de tendencia en cuanto a las aspiraciones de crecimiento por encima de los 20 empleados (3,8%). Asimismo, las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores en fase inicial son mayores en Navarra que en el resto de España. Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas las aspiraciones de crecimiento son mayores en España en su conjunto que en Navarra. Estaremos pendientes también aquí en cuál será el efecto de la pandemia en estas tendencias.

Figura nº 4.6

Comparación del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses de actividad) y consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra y en España



4.6. Innovación en las iniciativas en fase emprendedora y en consolidada

El desarrollo empresarial de una región está sujeto en gran medida al grado de innovación que las empresas llevan a cabo durante su periodo de actividad. La Tabla nº 4.7 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en base al grado de innovación de sus productos o servicios. Este año 2019 se presenta una escala más detallada que la que se venía usando hasta ahora por tanto se pierde la componente comparativa en esta edición. El efecto de la innovación se mide ahora en términos locales, nacionales e internacionales tanto para las iniciativas emprendedoras como las consolidadas.

Las iniciativas emprendedoras que declaran ser nada innovadoras representan un 57,6%, dato muy similar al del 2018 (58,7%). Las empresas que declaran ser innovadoras en la región (Navarra) representan un 29%. Aquellas que declaran ser innovadoras en el país (España) alcanzan un 9,7% y por último las iniciativas emprendedoras que declaran ser innovadoras a nivel mundial representan un 3,7%. A grandes rasgos se observa una evolución positiva respecto a la innovación en las iniciativas emprendedoras.

Por lo contrario, dentro de las iniciativas consolidadas los datos parecen indicar que la tendencia respecto a la innovación es ligeramente opuesta a la que se venía observando en las fases emprendedoras iniciales. Aquellas empresas consolidadas que declaran ser nada innovadoras representan un 91,7%. Las empresas que declaran ser innovadoras en la región (Navarra)

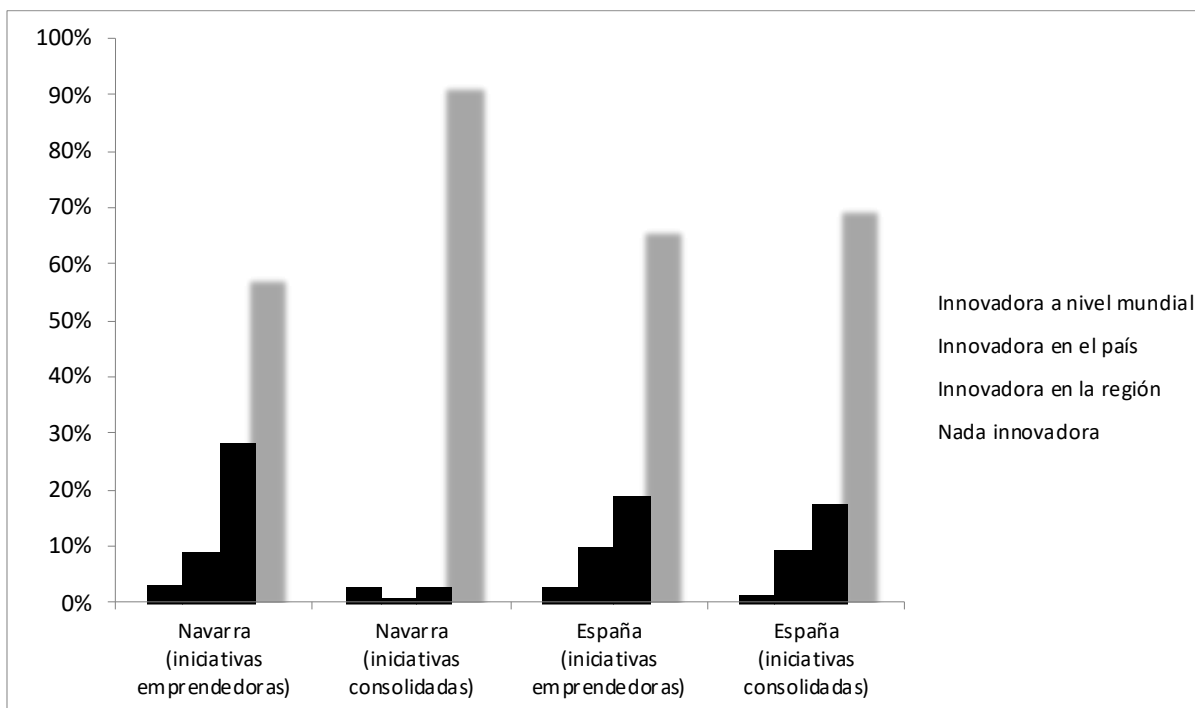
Tabla nº 4.7
Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en el año 2019 en Navarra

Tipo de iniciativa	Innovadora a nivel mundial	Innovadora en el país	Innovadora en la región	Nada Innovadora
Emprendedora	3,7%	9,7%	29%	57,6%
Consolidada	3,3%	1,7%	3,3%	91,7%

representan un 3,3%. Aquellas que declaran ser innovadoras en el país (España) alcanzan un 1,7% y por último las empresas consolidadas que declaran ser innovadoras a nivel mundial representan un 3,7%.

La Figura nº 4.7 realiza una comparación de las iniciativas innovadoras en fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Navarra y en España, observándose una distribución bastante similar en ambos casos.

Figura nº 4.7
Comparación y distribución de iniciativas innovadoras de las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido tanto en Navarra como en España (año 2019)



4.7. Alcance de mercado que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas

Las Tablas nº 4.8 y nº 4.9 muestran para las empresas en fase emprendedora y consolidada, el nivel de alcance de mercado en términos locales, nacionales o internacionales. Este año 2019 se presenta una escala más detallada que la que se venía usando hasta ahora por tanto se pierde la componente comparativa en esta edición. El efecto de la competencia o alcance de mercado se mide ahora en términos locales, nacionales e internacionales tanto para las iniciativas emprendedoras como las consolidadas.

En el caso de Navarra el alcance de mercado de las empresas en fase emprendedora es bastante proporcional. El 38,3% de las nuevas iniciativas tienen un alcance local (Navarra), el 25% un alcance nacional (España) y un 34,9% tienen un alcance internacional. A nivel de las iniciativas emprendedoras en el conjunto del estado español las proporciones son similares a las de Navarra.

Tabla nº 4.8		
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra y en el conjunto de España		
	Navarra	España
Alcance de mercado local	38,3%	38,9%
Alcance de mercado nacional	25%	33,2%
Alcance de mercado internacional	34,9%	27,1%
Alcance de mercado desconocido	1,90%	0,9%

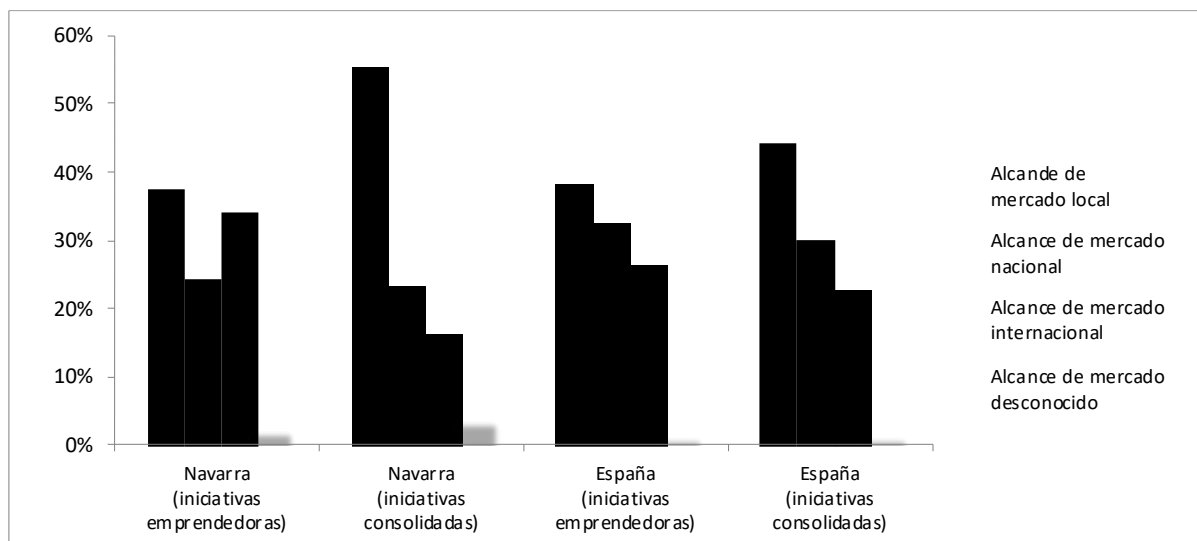
En referencia a las empresas en fase consolidada el alcance de mercado local tiene un mayor peso, siendo más importante en el caso de Navarra con un 56,1% que no en el conjunto del estado donde se alcanza el 45%.

Tabla nº 4.9		
Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra y en el conjunto de España		
	Navarra	España
Alcance de mercado local	56,1%	45%
Alcance de mercado nacional	23,8%	30,6%
Alcance de mercado internacional	16,8%	23,4%

Alcance de mercado desconocido	3,3%	1%
--------------------------------	------	----

Una posible explicación a estos datos podría deberse a que los emprendedores en fase inicial encuentran un mercado local más aglomerado y donde diferenciar un nuevo productor resulta más competitivo. Por tanto, la opción que les quedan es explorar nuevos mercados que les puedan ofrecer más oportunidades tanto nacionales como internacionales. En el caso de las empresas consolidadas, los emprendedores tendrían más información sobre el entorno y la realidad empresarial local cosa que haría que conocieran y analizaran la competencia de forma más rigurosa además de no tener tanta vulneración por ser una empresa nueva. La figura 4.8 resume gráficamente esta comparativa.

Figura nº 4.8
Comparación y distribución de las empresas en fase emprendedora y consolidada según el grado de alcance de mercado tanto en Navarra como en España (Año 2019)



4.8. Uso de nuevas tecnologías en las iniciativas emprendedoras y consolidadas

Los datos de las tablas 4.10 y 4.11 muestran la novedad tecnológica que tanto las iniciativas en fase emprendedora como consolidada utilizan para la producción de productos y servicios. Este año 2019 se presenta una escala más detallada que la que se venía usando hasta ahora por tanto se pierde la componente comparativa en esta edición. El efecto en cuanto a la adopción tecnológica se mide ahora en términos locales, nacionales e internacionales tanto para las iniciativas emprendedoras como las consolidadas. Los datos comparan la situación sobre la cuestión tecnológica en Navarra y en el resto del estado español. Por un lado, en las iniciativas emprendedoras en fase inicial, un 75,6% de las empresas no apuestan por nueva tecnología o procedimientos para llevar a cabo la producción de productos o servicios. Un 11,8% hace uso de nueva tecnología o procedimientos a nivel local, un

7,9% lo hace a nivel estatal y un 5,7% a nivel internacional para la producción de productos o servicios. Las proporciones en España son similares a las de Navarra.

Tabla nº 4.10
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la novedad de la tecnología o procedimientos utilizados para la producción de productos o servicios en Navarra y en el conjunto de España

	Navarra	España
Nada tecnológica	75,6%	70,4%
Tecnología nueva a nivel local	11,8%	15,8%
Tecnología nueva a nivel nacional	7,9%	10,4%
Tecnología nueva a nivel mundial	5,7%	3,4%

Por otro lado, respecto a las empresas consolidadas, la situación en cuestión de nueva tecnología o procedimientos es muy similar en términos de proporciones a lo que les sucede a las iniciativas en fase inicial, tal y como se puede observar en la tabla 4.11. En este caso también no hay diferencias significativas en el uso tecnológico entre Navarra y España.

Tabla nº 4.11
Distribución de las empresas en fase consolidada según la novedad de la tecnología o procedimientos utilizados para la producción de productos o servicios en Navarra y en el conjunto de España

	Navarra	España
Nada tecnológica	88%	85,4%
Tecnología nueva a nivel local	3,3%	8,2%
Tecnología nueva a nivel nacional	3,5%	4,1%
Tecnología nueva a nivel mundial	5,1%	2,3%

Capítulo 5

Financiación del proceso emprendedor en Navarra

5.1. Introducción

Las necesidades de financiación de una empresa varían a lo largo de su ciclo de vida. Este capítulo analiza las necesidades de financiación de las empresas nacientes, es decir, de aquellas empresas que se hallan en el momento de puesta en marcha y que llevan menos de tres meses operando. Por tanto, cuando a lo largo del capítulo se habla de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas se hace referencia de forma implícita al capital semilla. El capital semilla es la cantidad monetaria destinada a la financiación de la iniciativa emprendedora en el momento en el que ésta es creada.

Los datos proporcionados por el Proyecto GEM permiten explorar el fenómeno de la financiación de nuevas empresas desde dos perspectivas. En primer lugar, la encuesta a la población adulta permite estudiar la financiación de nuevas iniciativas desde el punto de vista del propio emprendedor. En segundo lugar, la encuesta también permite analizar la financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del inversor privado.

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el año 2019 en Navarra

Antes de comenzar con el análisis de los datos, es preciso señalar que únicamente se está considerando la información ofrecida por los emprendedores nacientes. En consecuencia, en algunas ocasiones se trabaja con un número reducido de observaciones.

Tras aclarar esta cuestión, podemos pasar a analizar los datos expuestos en la Tabla nº 5.1. La misma recoge los principales estadísticos descriptivos del capital semilla que es necesario para acometer iniciativas nacientes en Navarra en 2019.

Tabla nº 5.1	
Características del capital semilla en el 2019 en Navarra	
<i>Estadísticos descriptivos</i>	<i>Capital semilla necesario por start up(€)</i>
Media	66.903,33
Mediana	12.291,00
Desv. típica	118.476,56

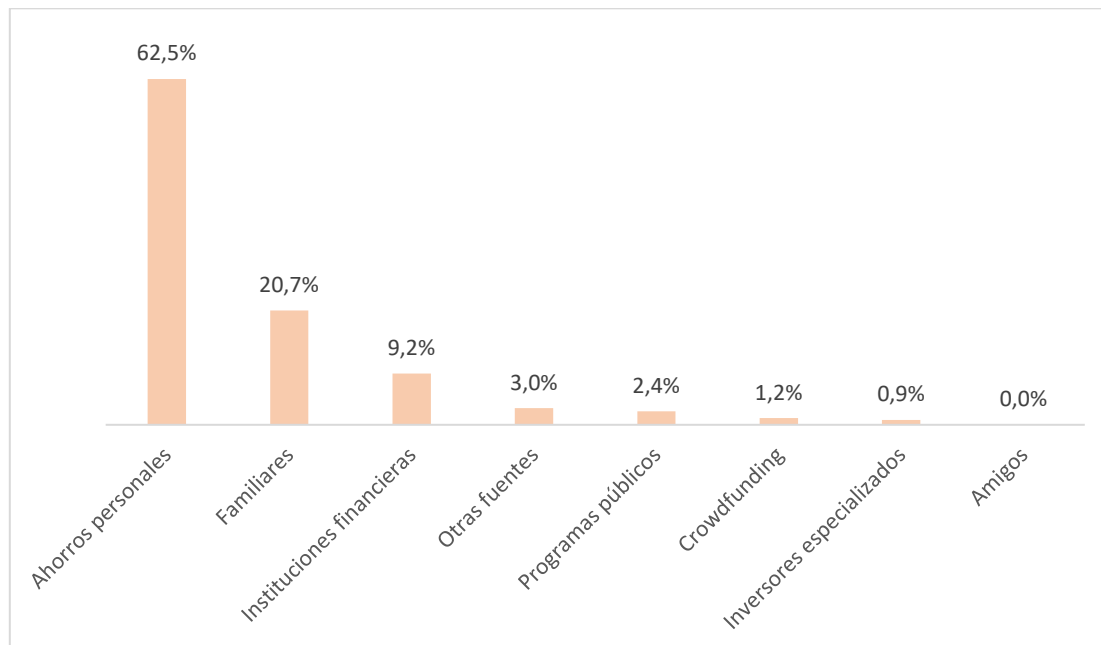
Para analizar los datos recogidos en la Tabla nº 5.1 nos centramos en la información aportada por la mediana (medida de tendencia central) y no por la media. Esta decisión obedece al hecho de que la media puede encontrarse afectada por la presencia de valores extremos.

La tendencia central (mediana) del capital semilla necesario por start up en 2019 se sitúa en Navarra en los 12.291 euros. Esta cifra muestra que el capital necesario para financiar una iniciativa emprendedora en la Comunidad Foral se redujo de forma considerable en relación al año 2018, cuando la mediana se situaba en 30.000 euros. Por tanto, en 2019 se rompió con la tendencia creciente del capital necesario para crear un negocio en Navarra (en 2015 la tendencia central del capital semilla se situaba en los 10.000 euros, en 2016 en los 13.000 euros y en 2017 en los 14.000 euros). En el caso de España la mediana en 2019 asciende a 20.000 euros, valor exactamente igual al de los dos años anteriores. Por tanto, mientras que a nivel nacional el capital necesario para financiar un nuevo negocio se mantiene constante, en Navarra se reduce a más de la mitad. La comparativa del conjunto nacional y de la Comunidad Foral pone de manifiesto la menor relevancia de la dimensión financiera en Navarra. La tendencia central del capital semilla necesario por start up en nuestra comunidad es aproximadamente 8.000 euros inferior a la tendencia central en el conjunto nacional.

El capital requerido por los negocios nacientes de los emprendedores navarros en 2019 proviene de distintas fuentes de financiación. Sin duda, los ahorros personales es la fuente de mayor relevancia. Tal y como se observa en la Figura nº 5.1, el porcentaje medio del capital semilla cubierto con ahorros personales representa el 62,5% del total. En segundo lugar, la siguiente fuente de financiación más empleada por los emprendedores navarros son los préstamos de familiares, representando una media del 20,7% del total. En tercer lugar, el capital proveniente de instituciones financieras representa una media del 9,2% del total. Estas tres fuentes constituyen el principal origen de la financiación utilizada por las personas emprendedoras en fase naciente de nuestra comunidad. Sólo el 7,6% del capital requerido por la población emprendedora tiene su origen en otras fuentes tales como programas públicos, inversores especializados o crowdfunding.

Figura nº 5.1

Porcentaje promedio, según la fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha de los negocios nacientes en Navarra en 2019



5.3. El papel del inversor privado en negocios ajenos en Navarra, España y en el entorno GEM

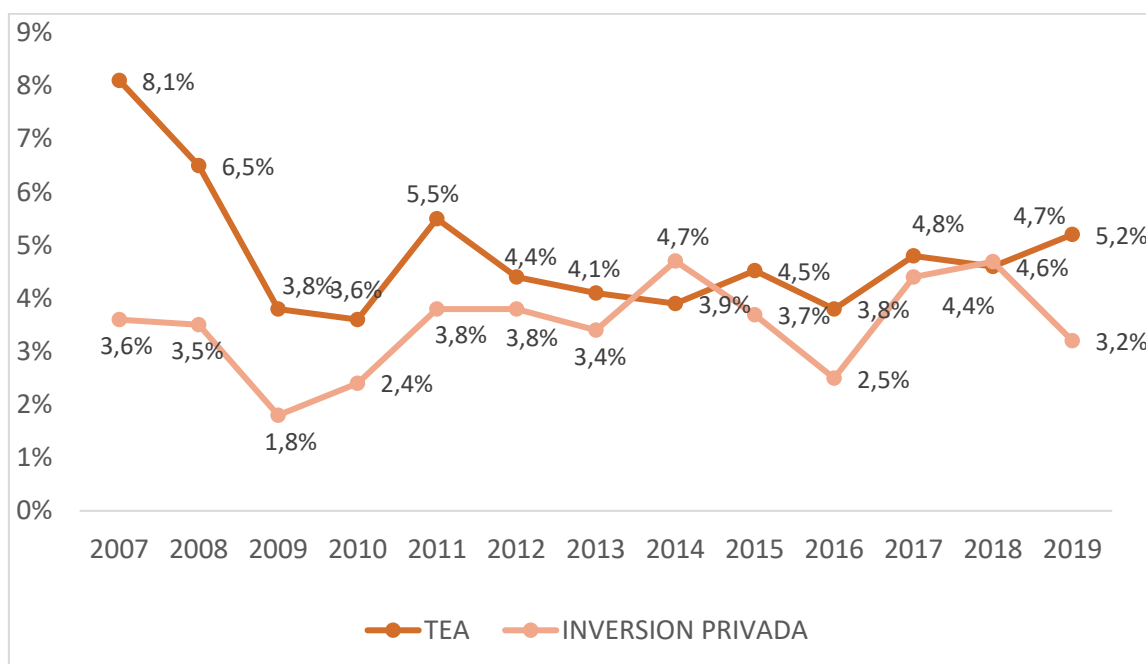
Al igual que en ediciones anteriores el Proyecto GEM mide el grado en el que la población de 18 a 64 años invierte en negocios ajenos. La Figura nº 5.2 permite observar la evolución temporal de la inversión privada en Navarra junto con la evolución del índice TEA. En el año 2019 un 3,2% de la población adulta navarra efectúa inversiones en proyectos ajenos. Dicha cifra es inferior a la de los años 2017 y 2018 (en 2017 la inversión privada en Navarra ascendía al 4,4% y en 2018 al 4,6%). Aunque en 2019 se produce un descenso de la inversión privada en la Comunidad Foral, el porcentaje de participación en negocios ajenos se mantiene por encima de la cifra de 2016, cuando el 2,5% de la población adulta navarra invertía en iniciativas privadas.

Durante el periodo analizado la inversión privada y el índice TEA muestran una evolución similar durante el intervalo 2015-2017. En concreto, en 2016 se observa que el valor del TEA disminuye 0,7% y el de la inversión privada 1,2% y en 2017 que el valor del TEA aumenta 1% y el de la inversión privada 1,9%. En 2018 mientras que el TEA muestra un descenso de 0,2%, la inversión privada aumenta 0,3%. Ambas magnitudes presentan cifras muy similares en este año. En 2019, mientras que el TEA presenta una tendencia creciente al aumentar 0,6%, la inversión privada desciende 1,5%.

En el conjunto nacional en 2019 el 3,3% de la población de 18 a 64 años actúa como inversor privado en negocios ajenos. Esta cifra es inferior a la de 2018,

cuando la inversión privada se situaba en España en el 3,8%, y más próxima a la de los años 2017 y 2016, cuando la inversión privada era del 3,1% y 3,2%, respectivamente. Si comparamos la inversión privada en negocios ajenos de España y Navarra podemos observar que la cifra en 2019 es tan sólo un 0,1% inferior en la Comunidad Foral.

Figura nº 5.2
Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión privada en negocios ajenos en Navarra



En las figuras que se exponen a continuación, Figuras nº 5.3, nº 5.4 y nº 5.5, se puede observar la posición relativa de Navarra en cuanto a la inversión privada en negocios ajenos en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas y los países que han participado en la edición GEM 2019-2020.

Como se puede observar en la Figura nº 5.3, Navarra presenta un porcentaje de inversión privada en negocios ajenos muy próximo al de la media nacional, que se sitúa en el 3,3%. El nivel de inversión en la Comunidad Foral coincide con la inversión en las Islas Baleares (3,2%). El porcentaje de población de 18 a 64 años que ha invertido en proyectos ajenos durante los últimos 3 años en Navarra se sitúa por encima del de comunidades como Ceuta y Murcia y por debajo del de comunidades como Galicia y Cataluña.

La Figura nº 5.4 muestra la posición de Navarra en relación a los países con economías de ingresos bajos y medios que en el año 2019 han participado en el Proyecto GEM. En este caso, la inversión privada en negocios ajenos de la Comunidad Foral se sitúa por debajo de la media, que asciende a 5,5%. El grado en el que la población adulta participa en negocios ajenos en Navarra es similar al de países como Marruecos y Egipto.

La Figura nº 5.5 muestra la posición de Navarra en relación a los países con economías de ingresos altos que en el año 2019 han participado en el Proyecto GEM. La inversión privada en iniciativas ajenas de la Comunidad Foral es claramente inferior a la inversión privada en países como Chile o Arabia Saudí, que lideran la clasificación con unos porcentajes de 22,3% y 15,1%, respectivamente. En este caso, el porcentaje de población adulta navarra que ha invertido en negocios ajenos es superior al de países como Portugal y Corea del Sur e inferior al de países como Japón y Polonia.

Figura nº 5.3

Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en las CCAA en 2019

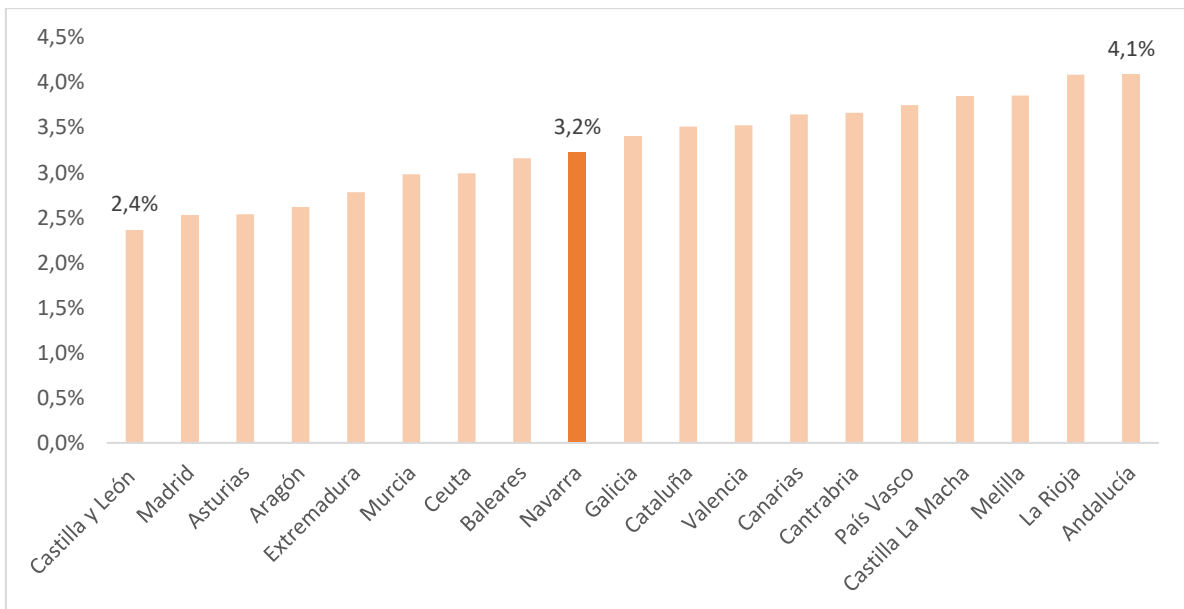


Figura nº 5.4

Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra y en las economías de ingresos bajos y medios participantes en GEM 2019

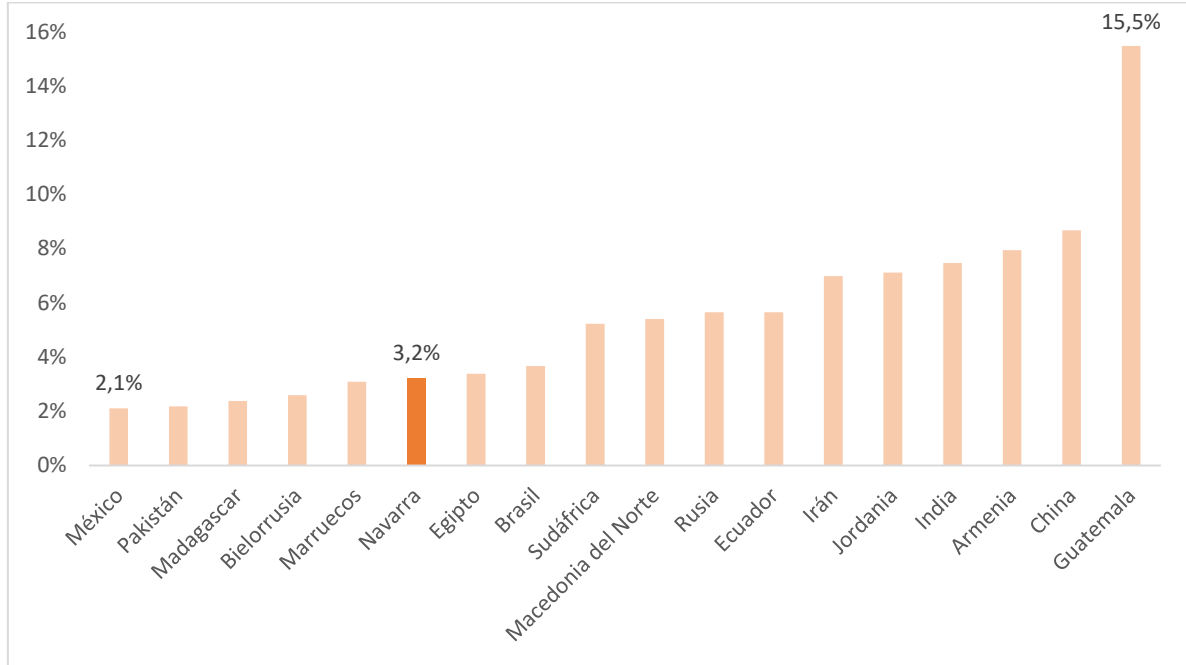
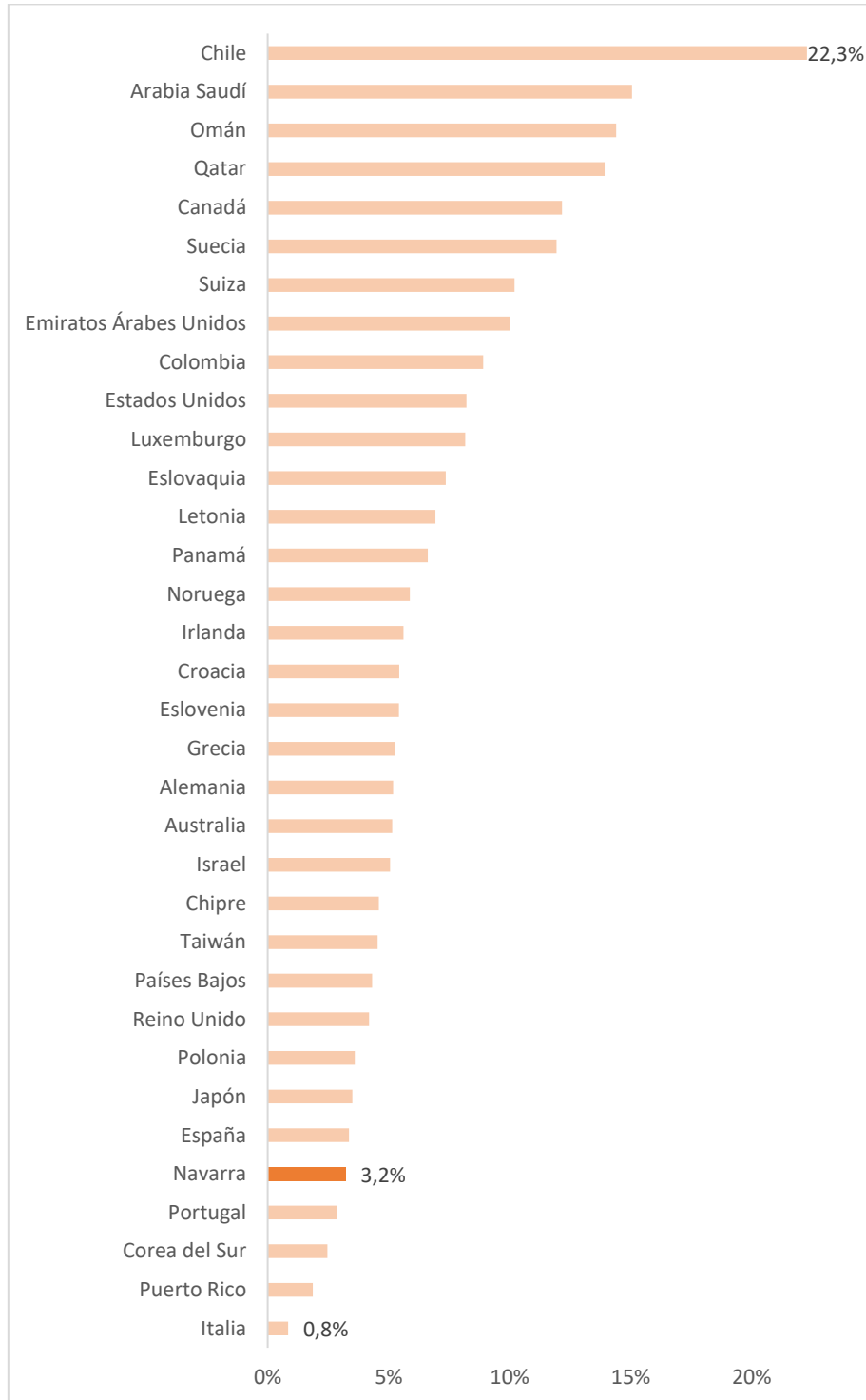


Figura nº 5.5

Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra y en las economías de ingresos altos participantes en GEM 2019



5.4. El perfil del inversor privado en negocios ajenos en Navarra

La información proporcionada por la encuesta realizada a la población adulta permite establecer una radiografía del inversor privado en negocios ajenos en Navarra. Los principales aspectos que caracterizan al inversor privado aparecen recogidos en la Tabla nº 5.2.

El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 53 años de edad, con estudios medios o superiores, situación laboral activa, de unos ingresos que oscilan entre los 40.000 y los 100.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. En relación con su actitud emprendedora, en la mayoría de los casos los inversores privados no son emprendedores consolidados (97%), se relaciona con otros emprendedores (56%), no se consideran emprendedores potenciales (84,8%) y tampoco perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (59,8%). En cuanto a su formación, la mayoría considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia adecuada para emprender (71,4%). Por último, el 54,4% de los inversores privados en Navarra considera que el miedo al fracaso es un obstáculo a la hora de emprender.

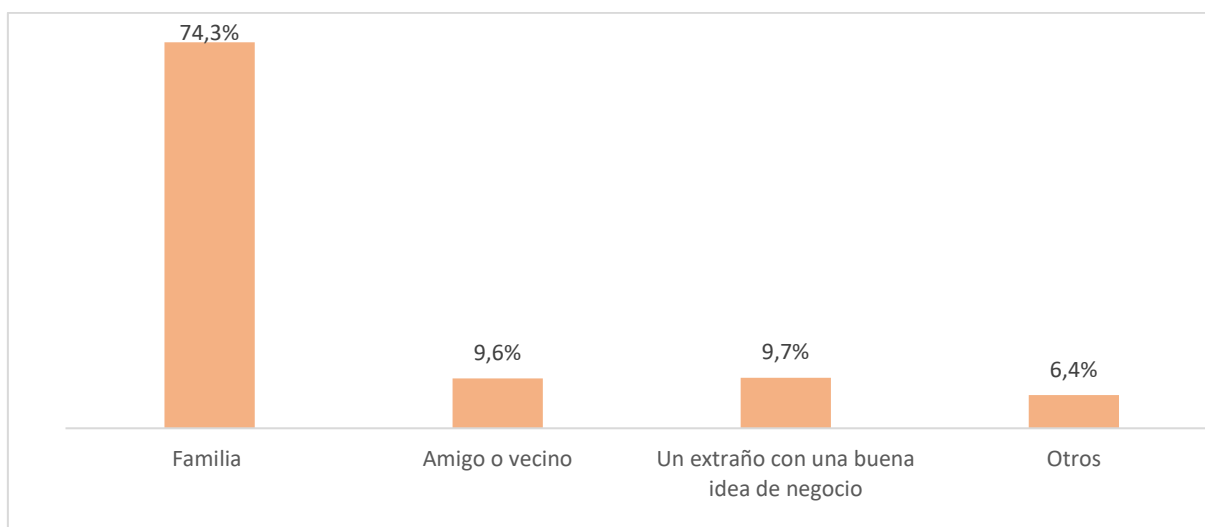
Tabla nº 5.2

Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra en 2019

Perfil demográfico	Perfil emprendedor
Sexo: - Hombres: 57,8% - Mujeres: 42,2%	Participación en iniciativas consolidadas: - Son emprendedores consolidados: 3% - No son emprendedores consolidados: 97%
Edad: - Media: 52,69 años - Desviación típica: 9,89 años	Conocimiento de otros emprendedores: - Al menos conocen a un emprendedor: 56% - No conocen a otros emprendedores: 44%
Nivel de estudios: - Bajo (hasta primaria): 14,9% - Medio (secundaria): 42,2% - Alto (estudios superiores): 42,9%	Emprendimiento potencial; - Son emprendedores potenciales: 15,2% - No son emprendedores potenciales: 84,8%
Situación laboral: - Trabajan: 64,1 % - No trabajan: 35,9%	Percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses: - Ven buenas oportunidades: 40,2% - No ven buenas oportunidades: 59,8%
Nivel de renta: - Hasta 20.000 euros: 14,8% - De 20.000 a 40.000 euros: 33% - De 40.000 a 100.000 euros: 52,2%	Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: - Sí poseen: 71,4% - No poseen: 28,6%
Tamaño del hogar: - Media: 3,01	Actitud frente al fracaso: - El miedo al fracaso les impediría emprender: 54,4% - El miedo al fracaso no les impediría emprender: 45,6 %

La Figura nº 5.6 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de la inversión. Como puede observarse, en 2019 el inversor privado navarro principalmente participa en proyectos llevados a cabo por familiares (74,3%). La inversión en proyectos de amigos o vecinos o en proyectos de extraños con buenas ideas de negocio presenta porcentajes muy similares, 9,6% y 9,7%, respectivamente.

Figura nº 5.6
Relación del inversor privado navarro con el beneficiario de su inversión en 2019



Capítulo 6

Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra

6.1. Introducción

En este capítulo se analiza la percepción de la población adulta navarra sobre la existencia de oportunidades para emprender en la Comunidad Foral. Además, se realiza una comparativa sobre la percepción de buenas oportunidades para emprender en Navarra con la percepción de buenas oportunidades para emprender en otras Comunidades Autónomas y en otros países que han participado en la edición GEM 2019-2020. Tras esto, se examina el efecto que determinados factores del entorno social producen sobre la motivación de la población adulta para emprender.

6.2. La percepción de oportunidades para emprender

La Tabla nº 6.1 muestra el porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra y en el conjunto nacional.

Tabla nº 6.1 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Navarra y España									
Año	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
% población Navarra que percibe buenas oportunidades	11,5%	11,1%	13,5%	20,3%	28,2%	25,0%	31,7%	27,5%	34,4%
% población España que percibe buenas oportunidades	14,4%	13,9%	16,0%	22,6%	26,0%	25,6%	31,9%	29,1%	36,1%

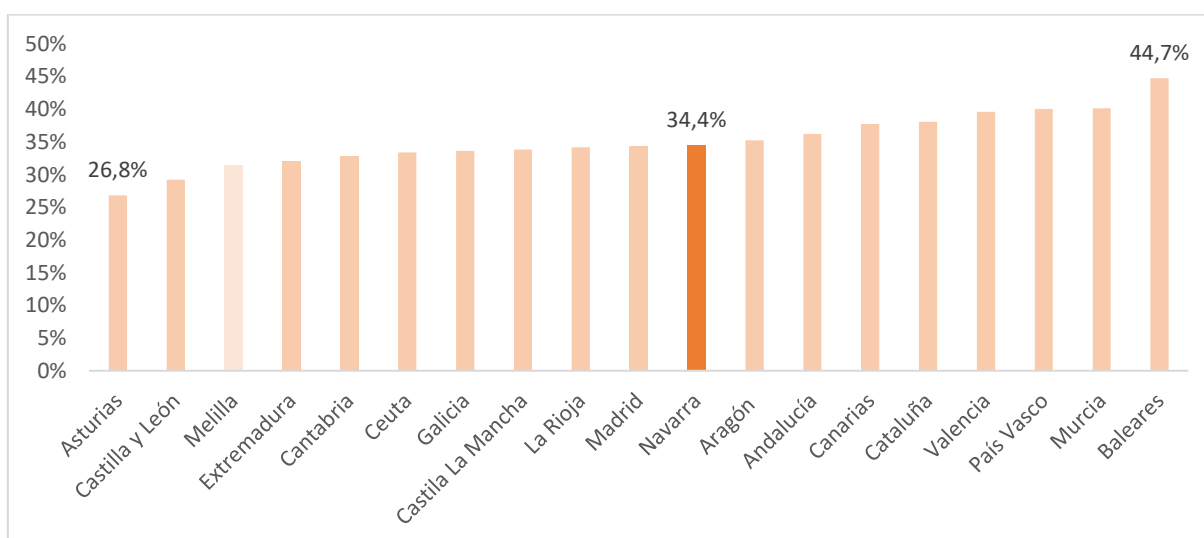
En relación a la evolución de la población que considera que existen buenas oportunidades para emprender en Navarra, debe destacarse que en 2019 se produce un aumento en su porcentaje. La población adulta navarra que entiende que emprender hace posible aprovechar buenas oportunidades se sitúa en 2019 en un 34,4%. Esta cifra constituye el porcentaje más alto del periodo analizado.

En cuanto al conjunto nacional, la Tabla nº 6.1 muestra un aumento en el número de personas que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en España. Se pasa del 29,1% en 2018 al 36,1% en 2019. El dato para Navarra es, por tanto, 1,7 puntos inferior al de España.

Si comparamos la percepción de oportunidades para emprender en Navarra con la del resto de Comunidades Autónomas (Figura nº 6.1), observamos como nuestra comunidad se sitúa ligeramente por debajo de la media (35,2%) y por delante de comunidades como Madrid o La Rioja. A nivel nacional, Baleares es la comunidad en la que reside un mayor porcentaje de población adulta que percibe buenas oportunidades para emprender (44,7%). En el extremo opuesto se sitúa Asturias con un 26,8% de población adulta que considera que existen buenas oportunidades de negocio.

Figura nº 6.1

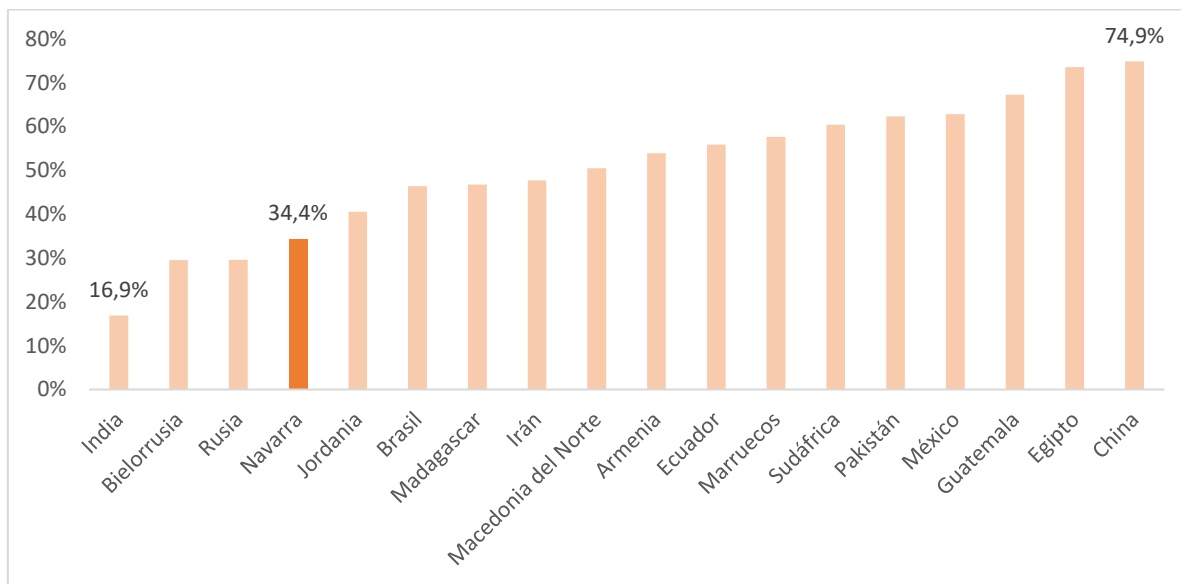
Comparación regional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 2019



La Figura nº 6.2 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en nuestra comunidad con la percepción de oportunidades que tiene lugar en otros países con economías de ingresos bajos y medios que han participado en la edición GEM 2019-2020. En este caso, Navarra se sitúa por debajo de la media (50,6%), tan sólo por delante de India, Bielorrusia y Rusia. China es el país en el que se perciben mejores oportunidades para emprender (74,9%) e India el país menos favorable en cuanto a la percepción de que existen buenas oportunidades de negocio (16,9%).

Figura nº 6.2

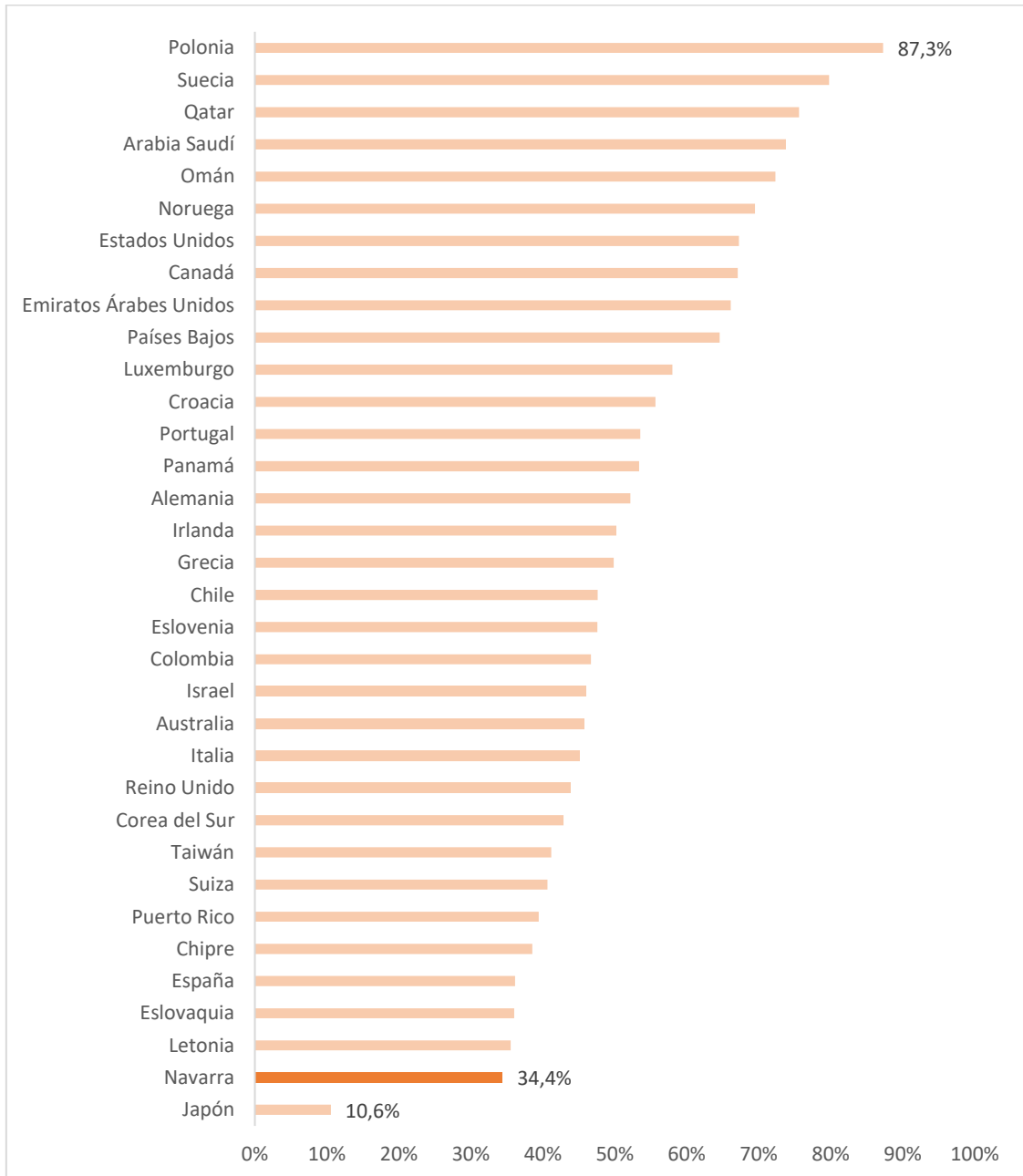
Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2019. Economías de ingresos bajos y medios.



La Figura nº 6.3 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en Navarra con la percepción de oportunidades en otros países que han participado en la edición GEM 2019-2020 y que se caracterizan por tener economías con ingresos altos. Navarra se sitúa por debajo de la media (52,2%), superando tan sólo a Japón (10,6%). Polonia destaca por ser el país en el que se perciben mejores oportunidades para emprender (87,3%).

Figura nº 6.3

Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2019. Economías de ingresos altos.



6.3. El estado del entorno social del emprendedor como factor de motivación

El análisis que realiza el estudio GEM sobre la motivación para emprender también comprende variables relacionadas con el entorno social. La información sobre tales variables se obtiene mediante diversas preguntas que se plantean a la población adulta (18-64 años) de los países y regiones participantes. Las preguntas planteadas para el estudio de entorno social emprendedor tienen que ver con el conocimiento de otros emprendedores, con la consideración de emprender como una buena opción profesional, con el papel de los emprendedores de éxito en los medios de comunicación, con la predisposición a asumir riesgos y con la capacitación necesaria para poner en marcha un pequeño negocio. Las cuestiones planteadas pretenden ofrecer una mayor comprensión sobre los factores del entorno social que motivan el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

La siguiente tabla (Tabla nº 6.2) muestra los resultados de las preguntas planteadas a la población navarra de 18-64 años en relación al entorno social y la motivación para emprender.

Tabla nº 7.2 Evolución de los resultados a las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población Navarra									
Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender				% Respuestas afirmativas					
Año en que se realiza la consulta	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años	26,1%	25,3%	31,0%	36,0%	33,1%	34,6%	31,8%	34,0%	43,2%
Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio	46,3%	44,7%	47,0%	45,7%	42,5%	43,4%	44,5%	47,7%	51,5%
El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender	45,2%	52,6%	50,0%	47,3%	42,0%	50,1%	44,7%	43,8%	53,8%
Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar	70,4%	78,3%	79,0%	74,9%	74,9%	75,7%	73,4%	70,5%	73,0%
Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional	59,3%	63,9%	55,0%	54,6%	52,4%	57,0%	53,6%	51,2%	56,9%
Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social	63,8%	68,4%	50,0%	52,5%	49,8%	51,6%	51,7%	48,9%	58,7%
Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios de éxito	53,2%	52,3%	51,0%	51,9%	52,7%	57,7%	58,8%	57,0%	57,0%

De acuerdo a la Tabla nº 6.2 el porcentaje de población que dice conocer a personas emprendedoras en 2019 es el 43,2%. Dicho dato refleja un aumento importante respecto al año anterior (34%).

El porcentaje de personas que afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un pequeño negocio mantiene la tendencia

ascendente iniciada en 2015. En concreto, en 2019 este porcentaje se sitúa en el 51,5% de la población encuestada. Por tanto, más de la mitad de las personas encuestadas consideran poseer los conocimientos necesarios para emprender. Debe tenerse en cuenta que la formación es un impulsor importante de la calidad de las iniciativas y del potencial de desarrollo de las mismas en el futuro.

El porcentaje de personas que afirman que el temor a fracasar en una iniciativa empresarial supone un obstáculo para la puesta en marcha de un negocio se sitúa en 2019 en el 53,8%. Se alcanza, por tanto, el valor más alto del todo el periodo analizado.

El nivel de competitividad, medido a través del deseo de un nivel de vida similar en la sociedad, indica que un 73% de la población desea que en la sociedad en la que vive exista un nivel de vida similar. Este porcentaje aumenta 2,5% respecto al del año anterior.

La percepción de que poner en marcha una empresa es una buena opción profesional experimenta un aumento del 5,7%. Mientras que en 2018 el 51,2% de la población adulta navarra considera que emprender es una buena alternativa profesional, el 56,9% presenta la misma opinión en 2019.

La Tabla nº 6.2 también recoge los resultados relativos a la imagen social de la figura del emprendedor. Esta variable experimenta durante el intervalo 2012-2013, un descenso importante, cuando se pasa del 68,4% al 50%. Desde 2013 hasta 2018 la población navarra que considera que los emprendedores gozan de un buen estatus social se mantiene en torno al 50%. En 2019 se produce un aumento en el valor de esta variable, ya que el 58,7% de la población navarra considera que poner en marcha un nuevo negocio proporciona un buen estatus social.

Por último, en 2019, un 57% de las personas encuestadas perciben una buena cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, un porcentaje idéntico al de 2018. La imagen que se transmite del empresario en los medios de comunicación resulta un factor de suma relevancia en el entorno social para emprender.

Apéndice metodológico

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN DE 18-64 AÑOS	
Universo (1)	400.186 habitantes, residentes en Navarra de 18 a 64 años.
Muestra	1.000 personas de 18 años hasta 64 años.
Selección de la muestra	<p>Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural)</p> <p>En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de Navarra.</p>
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 3,1% para el conjunto de la muestra
Nivel de confianza	95,0%
Periodo de encuestación	Junio-Julio de 2019
Trabajo de campo	Instituto Opinometre
Codificación y base de datos	Instituto Opinometre
(1) Fuente Eurostat-INE	
(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas Hipotesis: p=q=50% o de máxima indeterminación.	