



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO
NAVARRA 2016



Nafarroako
Gobernua



Gobierno
de Navarra

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR INFORME EJECUTIVO 2016-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 – Universidad Pública de Navarra

Equipo de investigación

Dpto de Gestión de Empresas – Universidad Pública de Navarra

Ignacio Contín Pilart

Martin Larraza Kintana

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 2016

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE y Presidente GEM España) Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Iñaki Peña (Director Técnico GEM España) Inés Rueda (Secretaria GEM España) Maribel Guerrero y José L. González-Pernía (Equipo Dirección Técnica GEM España) Manuel Redondo Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía y Conocimiento. Junta de Andalucía
Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender

		Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maicas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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, Industria, Comercio y Conocimiento
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Paula San Martín Espina (Coordinadora) Estefanía Palazuelos Cobo Andrea Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo
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 Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Coneixement
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La	Universidad de Castilla La Mancha

		Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Adrián Rabadán Guerra	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 (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez Daniel Alonso Martínez	Universidad de León Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Ceuta	Universidad de Granada	Lázaro Rodríguez Ariza (Director GEM-Ceuta) María del Carmen Haro Domínguez María José González López Sara Terrón Ibáñez Virginia Fernández Pérez Dainelis Cabezas Pulles María del Carmen Pérez López Sara Rodríguez Gómez José Aguado Romero Manuel Hernández Peinado Gabriel García-Parada Ariza María Elena Gómez Miranda Antonia Ruiz Moreno María Teresa Ortega Egea	Universidad de Granada Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)

	Deusto Business School	Esperanza Valdés Lías Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) 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 Lapera M ^a Isabel Borreguero Guerra	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Garden Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico) Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunió Raúl Rodríguez Preciado	Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Philip Morris Spain, S.L. Imedexsa Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Fundación Universidad Sociedad

			Iberdoex Tambo Caja Rural de Extremadura Tany Nature
Galicia	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora-Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo GEM-USC) María Bobillo Varela Nuria Calvo Babío Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda Lucía Rey Ares David Rodeiro Pazos M ^a Milagros Vivel Búa Guillermo Andrés Zapata Huamaní	Universidade de Santiago de Compostela (USC) Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE) Secretaría Xeral de Universidades
	Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	
	Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)	Carmen José López Rodríguez	

La Rioja	Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja	Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Rubén Fernández Ortiz Mónica Clavel San Emeterio Jorge Pelegrín Borondo	Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas
Madrid ciudad	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 Esperanza Valdés Lías	Ayuntamiento de Madrid
Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Juan Antonio Marmolejo Martín Carlos Antonio Albacete Sáez Ana María Bojica Rocío Llamas Sánchez Matilde Ruiz Arroyo Jenny María Ruiz Jiménez	Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Murcia	Universidad de Murcia	Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia) Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios Manzano Gregorio Sánchez Marín	Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra)	

	King's College London (UK) CEIN	Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martin Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano	Universidad Pública de Navarra Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea Newcastle Business School 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 Maribel Guerrero Jon Hoyos Iñaki Peña David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa 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)	Asociación RED GEM España

EQUIPO GEM ESPAÑA 2016

GEM España



GEM Andalucía



GEM Aragón



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 Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Melilla



Universidad de Granada

GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2016

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 se han sumado a esta iniciativa hasta la fecha. El presente informe analiza, por noveno año consecutivo, 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 2016

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo.....	12
1. Introducción.....	15
2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra.....	19
3. Tipos de comportamiento emprendedor.....	29
4. Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra.....	35
5. Características de las actividades emprendedoras y empresariales en Navarra	42
6. Financiación del Proceso Emprendedor en Navarra.....	55
7. Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra.....	62
Apéndice metodológico.....	67

Resumen ejecutivo

Los datos del GEM Navarra 2016 muestran que la actividad emprendedora en Navarra en el año 2016, 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 3,8%. En concreto, el 1,9% estaba compuesto por personas emprendedoras con negocios nacientes (de hasta tres meses de funcionamiento); y el otro 1,9%, por personas con negocios nuevos (cuya edad se sitúa entre 3 y 42 meses). Al igual que en España, en Navarra el TEA ha disminuido en 2016 con respecto a 2015 (4,5%). Asimismo, el TEA de Navarra se sitúa en 2016, al igual que en años anteriores, por debajo del observado en el conjunto de España (5,2%). No obstante, el TEA de Navarra en 2016, al igual que en 2015, es mayor que el de nuestras CCAA vecinas (País Vasco, Aragón y La Rioja). La evolución del TEA desde el año 2005 en adelante muestra cómo 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 gran crisis económica de 2008 (ver Figura nº 2.1 del Capítulo 2).

Asimismo, el abandono y cierre de empresas en Navarra en 2016 fue menor que el del conjunto de España y el porcentaje de personas identificadas como propietarios de negocios consolidados (aquellos de más de 42 meses de vida) sobre la población adulta fue en Navarra (6,4%), como suele ser habitual, mayor del observado en el conjunto de España (6,2%), sin bien disminuyó con respecto a 2015. Este porcentaje también es mayor en Navarra que en nuestras CCAA limítrofes. Asimismo, Navarra mantiene en 2016, al igual que en ediciones anteriores, una buena posición en lo que se refiere a este último indicador si la comparamos con los países europeos que participan en el GEM. Este conjunto de datos indica que, si bien los niveles de emprendimiento en Navarra son más bien reducidos, la calidad del mismo parece ser alta, puesto que un porcentaje elevado de nuevas iniciativas empresariales logra sobrevivir a lo largo del tiempo.

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 lleva a cabo este tipo de actividades en organización ya existentes. Este porcentaje se incrementó fuertemente en Navarra en el año 2016 (3,2%) con respecto a años anteriores, situándose por encima del de España (2,7%) y a la cabeza de las CCAA, junto con Valencia, Madrid y Cataluña. Este dato es muy positivo puesto que indica que las empresas navarras están orientando sus estrategias empresariales hacia el desarrollo/fomento de iniciativas emprendedoras e innovadoras. El perfeccionamiento de nuestro ecosistema emprendedor e innovador podría

favorecer el desarrollo de este tipo de iniciativas. Aunque la mejora en este campo ha sido importante, Navarra, al igual que España, está por debajo de la media que este indicador alcanza para el grupo de países de la UE28 basados en la innovación que participaron en la edición 2016 del GEM. Finalmente indicar que el nivel de intra-emprendimiento en Navarra (3,2%) se situó ligeramente por debajo del de emprendimiento (3,8%).

Asimismo, sigue predominando en Navarra, al igual que en otros países y regiones desarrolladas, el emprendimiento por oportunidad frente al emprendimiento por necesidad. Así, contamos en nuestra comunidad con aproximadamente un emprendedor en fase inicial por necesidad por cada tres por oportunidad. El deseo de lograr “una mayor independencia” se revela durante la última década cómo la primera motivación que subyace al aprovechamiento de una oportunidad de negocio, si bien es cierto en 2016 esta motivación ha perdido importancia frente a la de mantener ingresos.

Si bien el perfil de las personas involucradas en actividades empresariales en Navarra en el año 2016 es, a grandes rasgos, similar al descrito en ediciones anteriores, aparecen algunas variaciones. Sin duda la más significativa de todas tiene que ver con la mayor presencia de mujeres. En la edición de 2016 por primera vez, el porcentaje de mujeres supera a la de hombres en las tres categorías consideradas (potencial; TEA y consolidado). En futuras ediciones se podrá comprobar si este cambio en relación a la norma se consolida. Así pues, si bien el perfil medio presenta algunas variaciones según sea el tipo de emprendedor analizado (potencial, TEA o consolidado), estamos ante una mujer de entre 35 y 40 años de edad, con educación secundaria, que no posee 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 edad media, pero en términos generales baja el nivel de estudios medio.

El perfil de las nuevas iniciativas emprendedoras en fase inicial, así como el de las empresas más consolidadas, es bastante similar al que se observa en el conjunto de España. Más de la mitad (58,4%) de las iniciativas emprendedoras en fase inicial registradas en Navarra tienen entre 0 y 42 meses de actividad. Tanto las nuevas empresas como las consolidadas ambas actúan mayoritariamente en el sector orientado al consumo. Las nuevas empresas son microempresas con predominio de las entidades con un solo trabajador (autoempleo), aunque en su mayoría, tanto aquellas en fase inicial como en consolidada, tienen expectativas de crecer en los siguientes cinco años. En esta edición de 2016 se observa una evolución positiva respecto a la inversión en innovación por parte de las nuevas iniciativas emprendedoras. Es decir, incrementan aquellas empresas completamente innovadoras alcanzando un 13,2% frente a un 8,9% en 2015 y se reducen ligeramente las empresas que declaran ser nada innovadoras. Sin embargo, esta tendencia no se observa de la misma forma entre las iniciativas consolidadas, que por lo general tienden a presentar ratios de innovación y de apuesta por nuevas tecnologías inferiores a

aquellas iniciativas en fase inicial. En este último sentido, las iniciativas emprendedoras en fase inicial mejoran substancialmente en esta edición por lo que hace referencia al uso de nuevas tecnologías. Por lo contrario, como avanzábamos anteriormente, las empresas consolidadas muestran un patrón opuesto en esta línea, lo cual indica que todavía el uso de tecnologías obsoletas entre aquellas empresas consolidadas es bastante frecuente. Finalmente, respecto a la percepción de la competencia, este valor es mucho más alto entre los emprendedores de iniciativas consolidadas a diferencia de aquellos que se encuentran en fase inicial, que muestran una percepción de la competencia más baja durante la puesta en marcha de la nueva empresa.

El capital semilla necesario para la financiación de una iniciativa emprendedora en Navarra se sitúa en 2016 por encima de los 13.000 euros. Se observa como la participación del inversor privado en la financiación de negocios ajenos consolida su tendencia decreciente en la Comunidad Foral. Mientras que en 2014 la población adulta navarra que efectúa inversiones en proyectos ajenos asciende al 4,7%, en 2015 el porcentaje de inversores privados se sitúa en el 3,7% y en 2016 en el 2,5%. 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 un 0,8% inferior a la de la media española. En el caso del entorno europeo GEM, nuestra comunidad también se sitúa por debajo de la media (4,6%). Al igual que en años anteriores, la inversión privada principalmente se concentra en los negocios de familiares directos.

El porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra desciende en 2016 3,17 puntos. Rompiendo con la tendencia creciente de los años anteriores, en 2016 el 25% de la población adulta entiende que emprender permite aprovechar buenas oportunidades de negocio. A nivel nacional, la percepción de buenas oportunidades en nuestra comunidad se sitúa ligeramente por encima de la media (24,8%). Sin embargo, al comparar la situación de Navarra con la de otros países de la UE que han participado en el informe GEM 2016, se observa que la percepción de buenas oportunidades para emprender se sitúa por debajo de la media (36,2%).

En cuanto al entorno social del emprendedor, se observa como en la Comunidad Foral existe un conocimiento importante sobre la figura del emprendedor (un 34,6% de la población adulta afirma conocer a algún emprendedor). En 2016, el 43,4% de la población adulta navarra considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial y el 50,1% 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 (57 % de la población encuestada), que los empresarios gozan de un buen estatus social (51,6% de la población encuestada) y que existe una buena cobertura mediática de las noticias relacionadas con emprendedores de éxito (57,7 % 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.

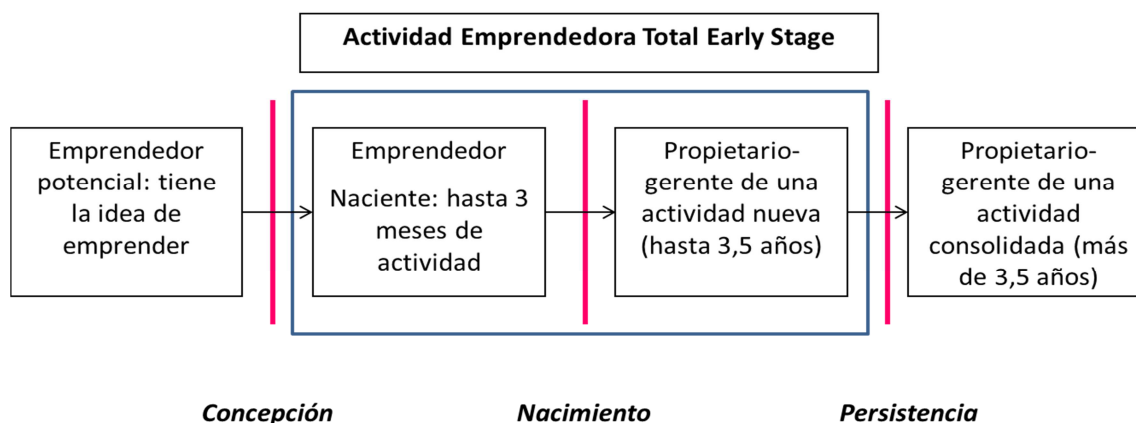
El observatorio GEM proporciona datos desde el año 1999, habiendo analizado, por un lado, la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, y, por otro, enriquecido el ámbito académico con multitud de artículos y trabajos científicos publicados en revistas indexadas. Asimismo, las instituciones 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.

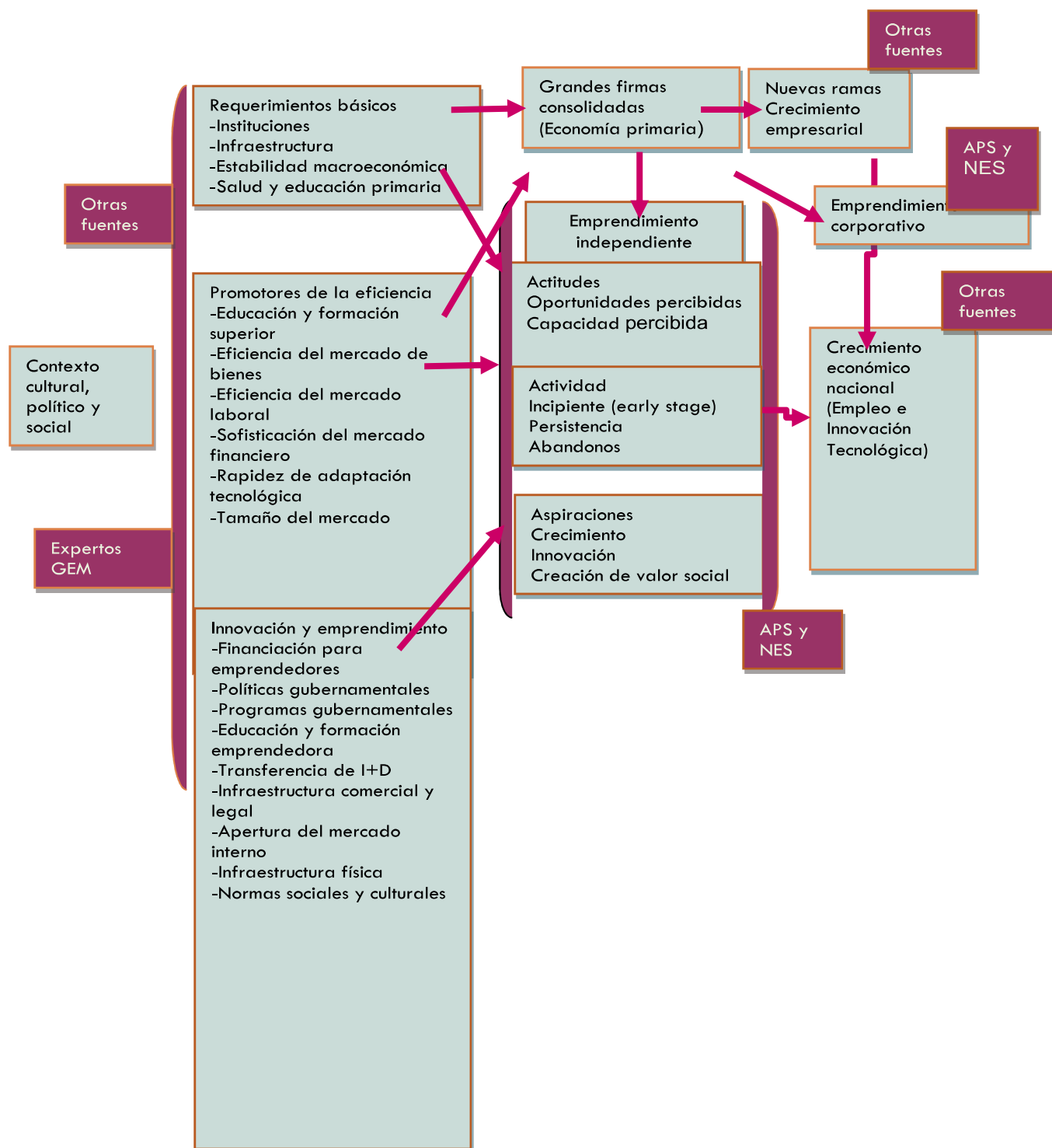
Figura nº 1.1

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).

Variables 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, 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/>

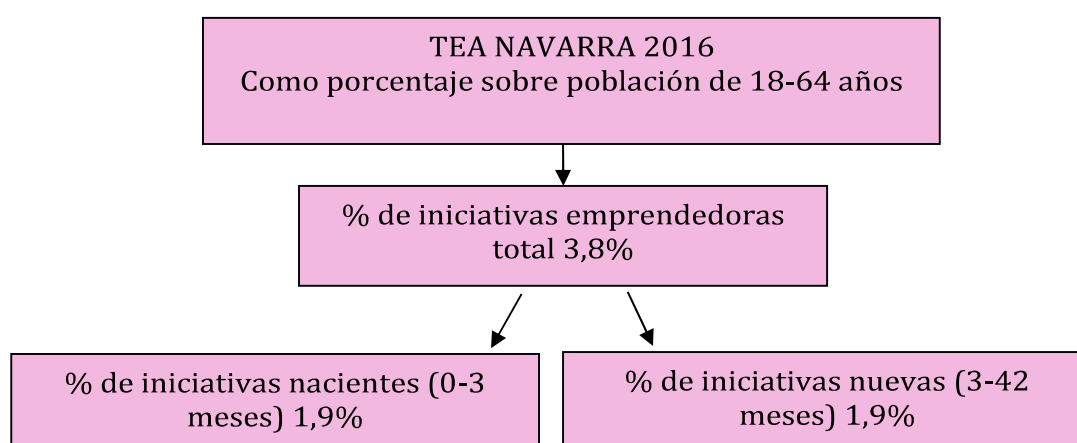
Capítulo 2

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 navarra**, calculada a partir de los 1.000 cuestionarios realizados a la población de 18 a 64 años de edad, **fue del 3,8 % en el año 2016**. Dicha tasa puede desagregarse a su vez 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 2016 arrojan unos valores del 1,9% en ambos casos

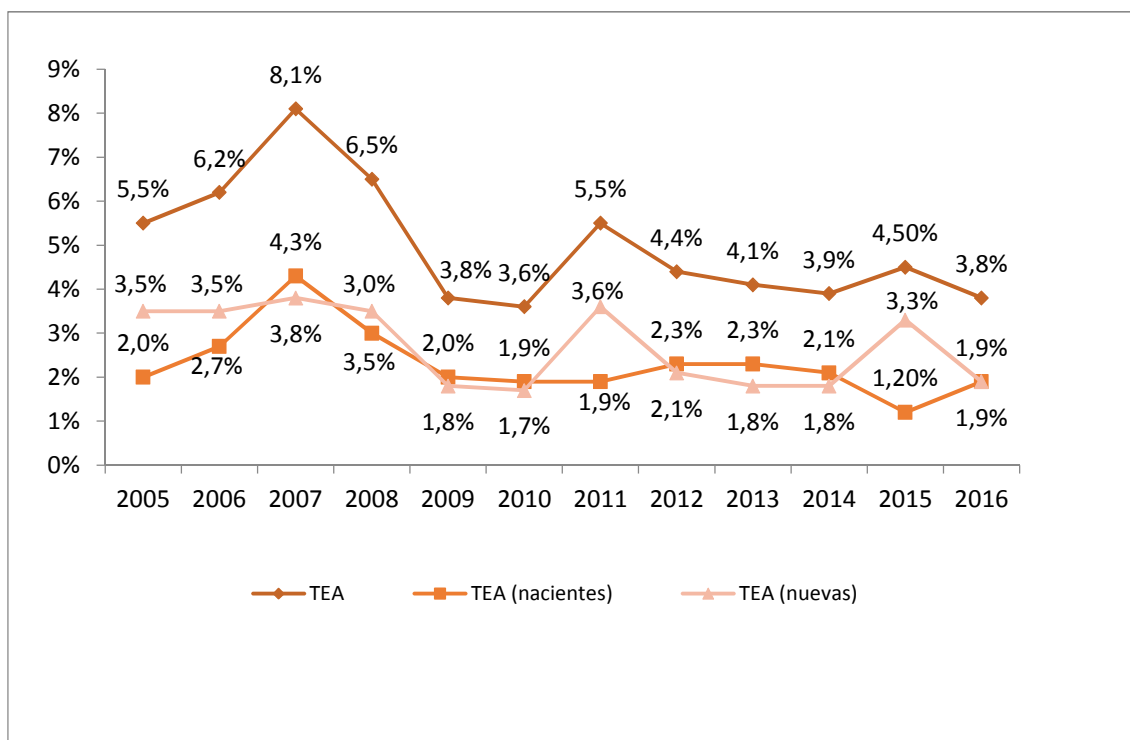


Análisis de la evolución temporal del TEA

La Figura nº 2.1 muestra cómo el TEA ha disminuido en Navarra, al igual que en España (ver Figura nº 2.2), en el año 2016 con respecto al 2015, al pasar del 4,5% al 3,8%. De esta manera se vuelve a los niveles de actividad emprendedora del año 2014. Esta figura también muestra que las

iniciativas nacientes aumentaron en el año 2016 con respecto al 2015, mientras que las nuevas disminuyeron.

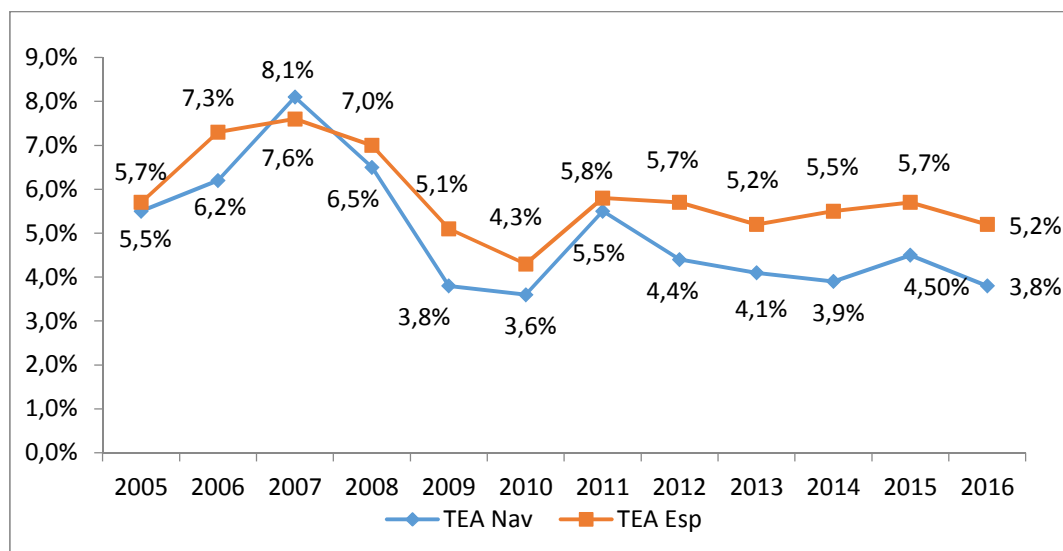
Figura nº 2.1
Evolución temporal del índice TEA y sus componentes en Navarra



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 2005-2016 (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. El peor año de actividad emprendedora fue el 2010, consecuencia del impacto en la actividad económica de la última gran crisis económica que hemos vivido. Los datos indican que la recuperación económica de estos últimos años no ha permitido alcanzar los niveles de emprendimiento previos a la gran crisis económica del año 2008.

Este comportamiento se puede deber a que la recuperación económica actual puede estar generando alternativas de ocupación más atractivas para los emprendedores que la creación (o mantenimiento) de una nueva empresa. No obstante, el hecho de que en Navarra las iniciativas nacientes hayan crecido en el año 2016 con respecto al 2015 indica que están aumentando la creación de empresas muy jóvenes, lo que se podría traducir en los próximos años en un crecimiento de la actividad emprendedora. Habrá que esperar a próximas ediciones del GEM para ver qué tendencia se consolida.

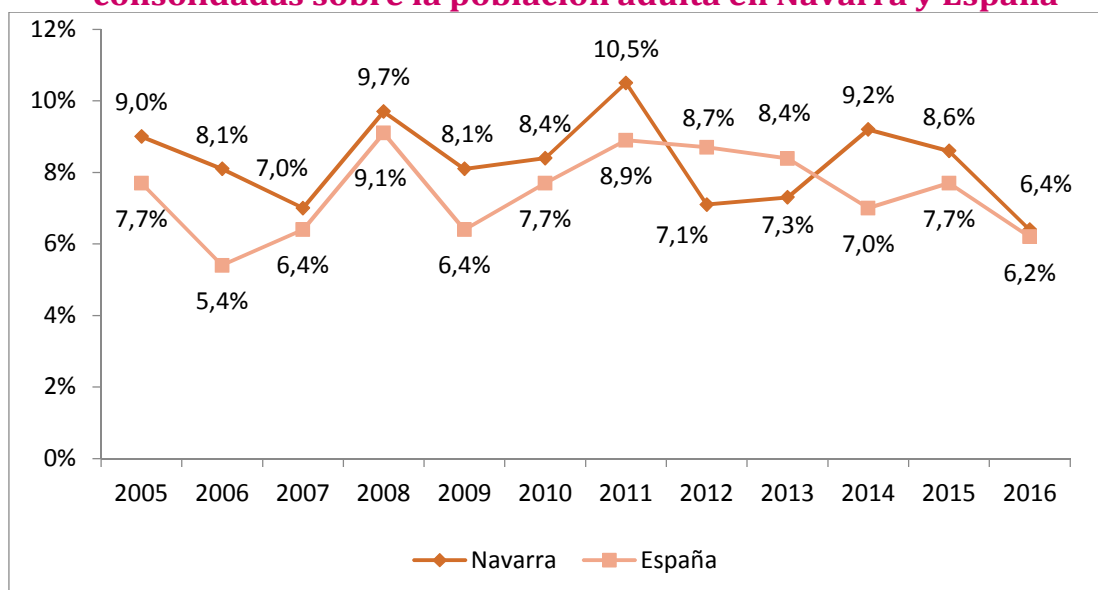
Figura nº 2.2
Comparativa de la evolución temporal del índice TEA en
Navarra y España



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 iniciativas empresariales consolidadas (aquellas que han sobrepasado la barrera de los 42 meses de vida) sobre la población adulta.

Figura nº 2.3
Evolución temporal del porcentaje de iniciativas empresariales
consolidadas sobre la población adulta en Navarra y España



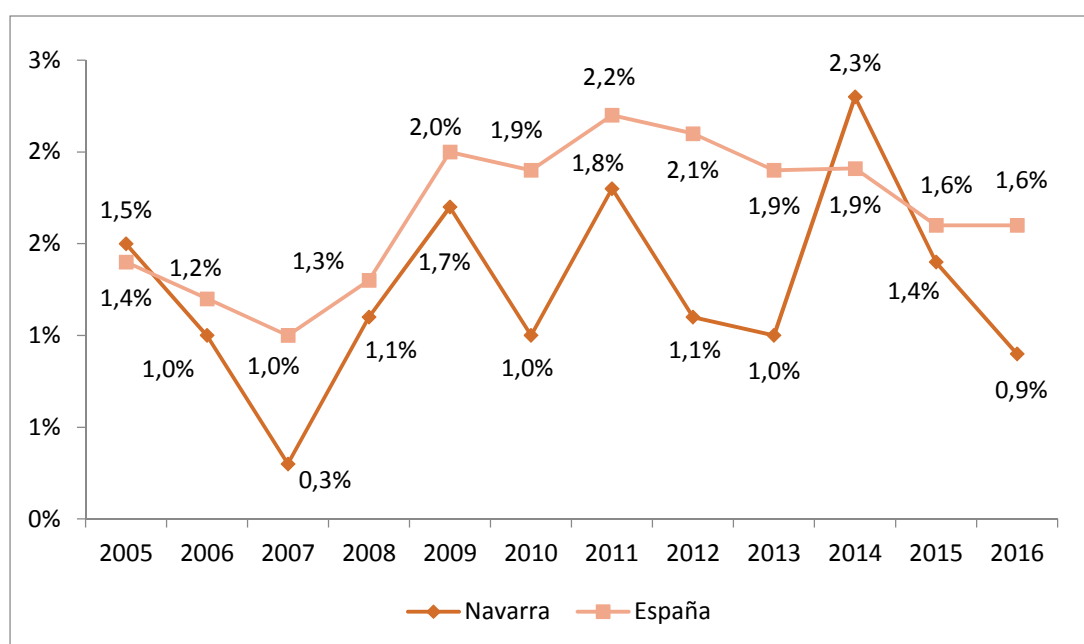
La Figura nº 2.3 muestra que dicho porcentaje ha sido en Navarra mayor que el observado en el conjunto de España durante el periodo 2005-2016, con dos excepciones: los años 2012 y 2013. Este dato es muy positivo puesto que indica que, si bien los niveles de emprendimiento son más bien reducidos en Navarra, la calidad del mismo parece ser alta, puesto que un porcentaje elevado de nuevas iniciativas empresariales logra sobrevivir a lo largo del tiempo. No obstante, el porcentaje de la población adulta que fue identificado como empresarios consolidados experimentó, al igual que el TEA, y tanto en Navarra como en España, una caída en 2016 con respecto a 2015.

2.3. 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.

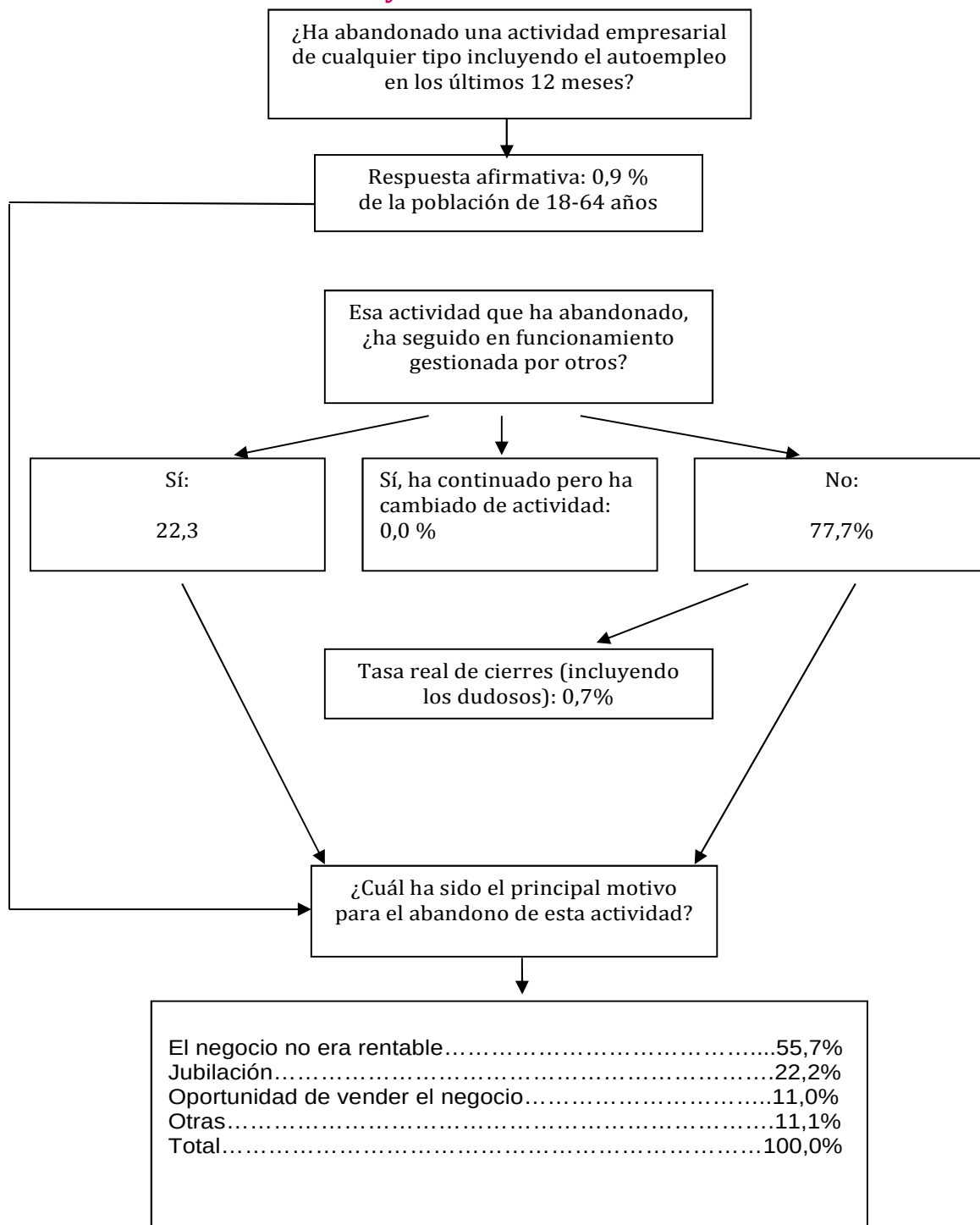
Tal y como se desprende de la Figura nº 2.4 en Navarra se ha producido en Navarra en el año 2016 un fuerte decremento del porcentaje de iniciativas empresariales abandonadas sobre la población adulta, situándose de nuevo este indicador en Navarra por debajo del observado en España.

Figura nº 2.4
Evolución temporal del porcentaje de iniciativas empresariales abandonadas en los doce meses previos al momento de la encuesta (julio de cada año) sobre la población adulta en Navarra y España



Asimismo, la Figura nº 2.5 muestra los datos referido a abandonos y cierres en Navarra en 2016, 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 2016 en el 0,7%. Entre los motivos de abandono, destacan la falta de rentabilidad del negocio (55,7%) y la jubilación de los emprendedores (14,1%).

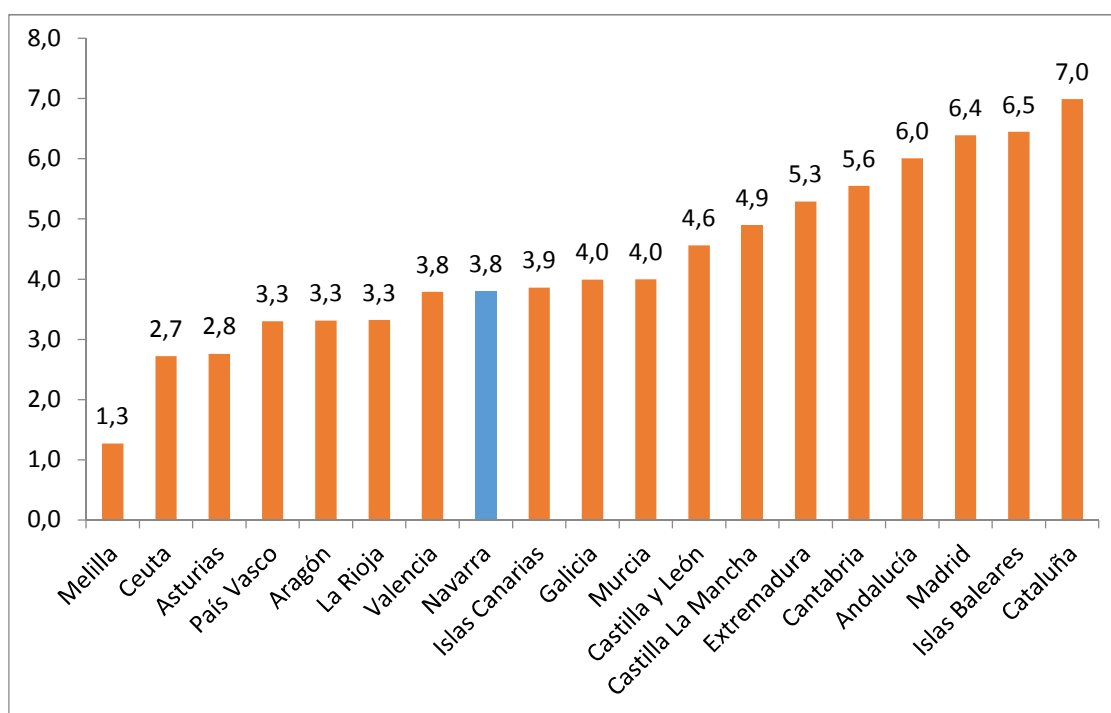
Figura nº 2.5
Abandono de iniciativas y su motivación en Navarra en el año 2016



2.4. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

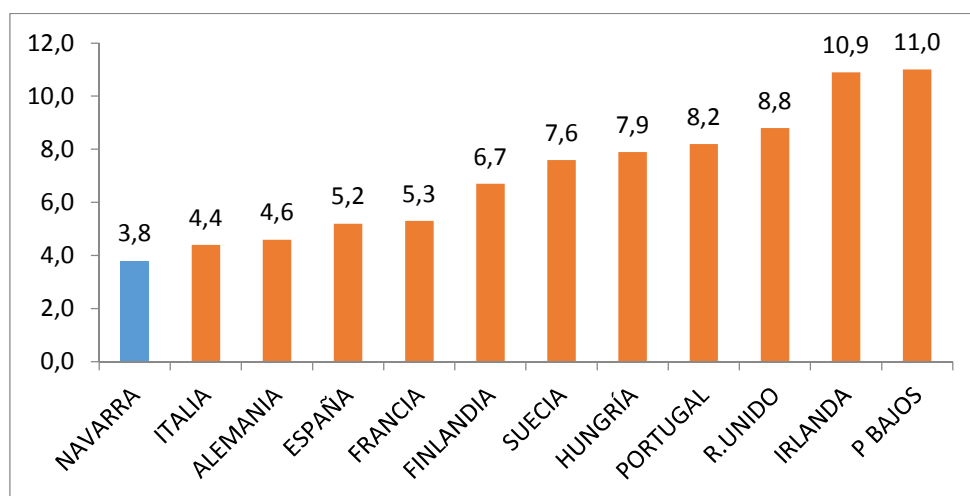
En la Figura nº 2.6 se muestra la posición relativa de Navarra entre las comunidades autónomas españolas en función del índice TEA del año 2016. Navarra se sitúa en el segundo cuartil de manera que su posición relativa en el conjunto del Estado ha mejorado con respecto a ediciones anteriores (en 2014, por ejemplo, se situó en el primer cuartil). Al igual que en ediciones anteriores, el TEA de Navarra es mayor que el de nuestras CCAA vecinas (País Vasco, Aragón y La Rioja), aunque inferior al observado en Cataluña, Madrid y las Islas Baleares

Figura nº 2.6
TEA 2016 en las CC.AA. españolas (%)



El índice de actividad emprendedora de Navarra en 2016 es el más bajo de entre los países europeos recogidos en la Figura nº 2.7, situándose a niveles cercanos a los observados en Alemania o Italia

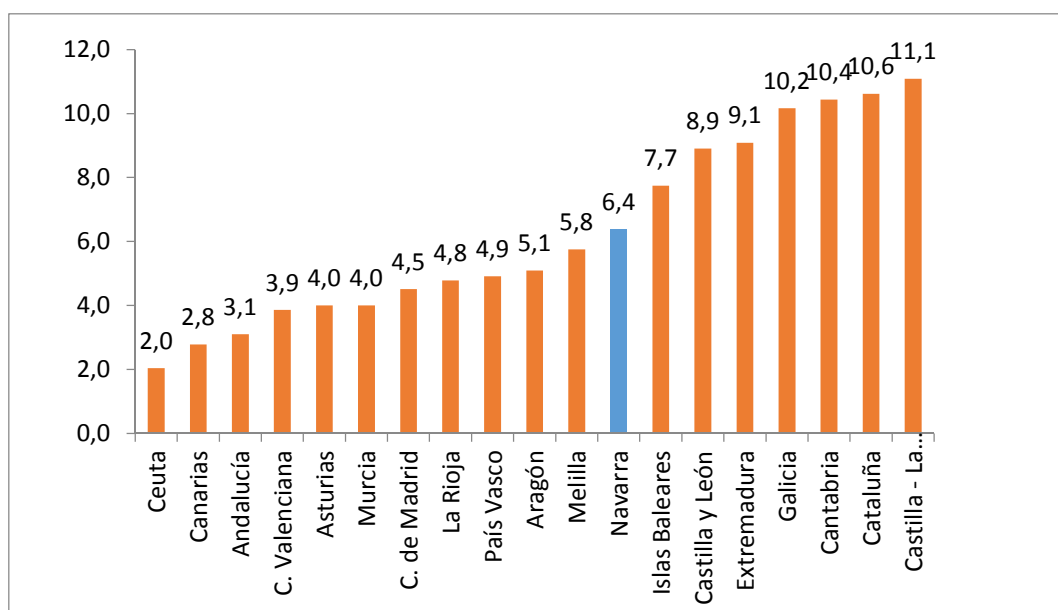
Figura nº 2.7
Comparación del TEA de Navarra y del TEA de países europeos participantes en el GEM en el año 2016 (%)



2.5. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional

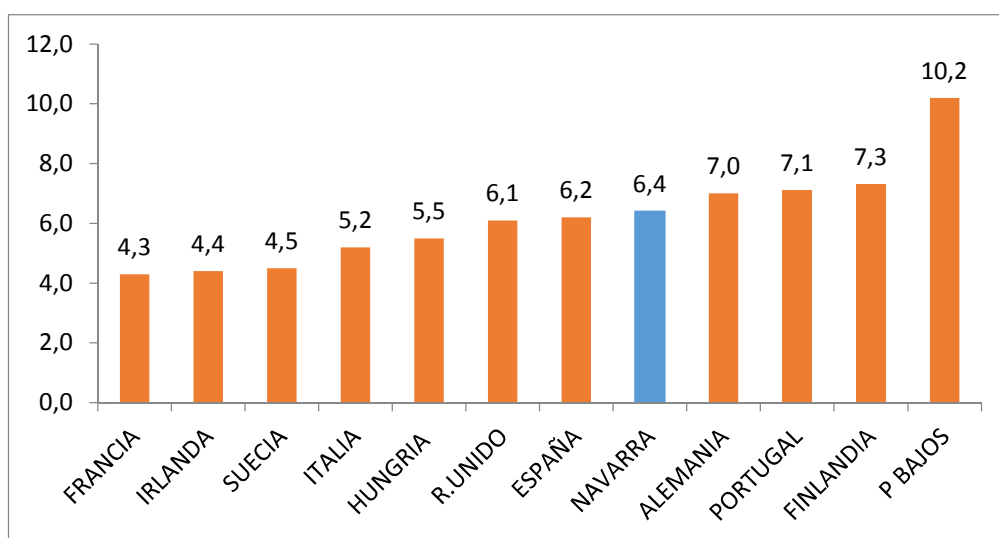
La Figura nº 2.8 muestra el porcentaje de empresas consolidadas sobre la población de 18-64 años en 2016 para todas las comunidades autónomas españolas. Se trata, como ya hemos señalado, de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses. El valor de este indicador en Navarra se sitúa por encima de la media española y del que obtienen nuestras CCAA limítrofes.

Figura nº 2.8
Tasa de actividad empresarial consolidada (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en 2016 en las CC.AA.



La Figura nº 2.9 muestra el mismo indicador para Navarra y para algunos de los países europeos participantes en la edición GEM 2016. El porcentaje de empresas consolidadas sobre la población adulta en Navarra, a pesar de que ha disminuido en el año 2016 con respecto al 2015, se sitúa al nivel de Alemania, y por encima de países con altos niveles TEA, como Inglaterra o Irlanda, lo que sugiere que, aunque el índice de emprendimiento en nuestra comunidad es bajo la calidad del mismo es alta.

Figura nº 2.9
Comparación de la tasa de actividad consolidada de Navarra y de países europeos participantes en el GEM en el año 2016



2.6. 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. Desde la perspectiva del capital humano, 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 lleva a cabo este tipo de actividades en organización ya existentes. Al igual que en las ediciones GEM 2014 y GEM 2015, en 2016 se incluyeron una serie de preguntas, a nivel internacional, para analizar el comportamiento (intra)emprendedor que se realiza en organizaciones existentes. En este sentido, la Figura nº 2.10 muestra que en 2016 el 3,2% 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 2016 se situó ligeramente por debajo del de emprendimiento (3,8%). Asimismo, este indicador de intra-emprendimiento fue mayor en Navarra que en el conjunto de España en 2016 (Figura nº 2.11). No obstante, continúa posicionándose por debajo de la media (5%) del grupo de países de la UE28 basados en la innovación que participaron en la edición del GEM 2016. En el contexto español, Navarra se encuentra entre las Comunidades Autónomas que presentaron un porcentaje de personas adultas involucradas en actividades intra-emprendedoras, junto con la Comunidad Valenciana (3,9%), Comunidad de Madrid (3,5%), Cataluña (3,2%) y País Vasco (3,0%).

Figura nº 2.10
Evolución en el porcentaje de la población navarra de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en Navarra.

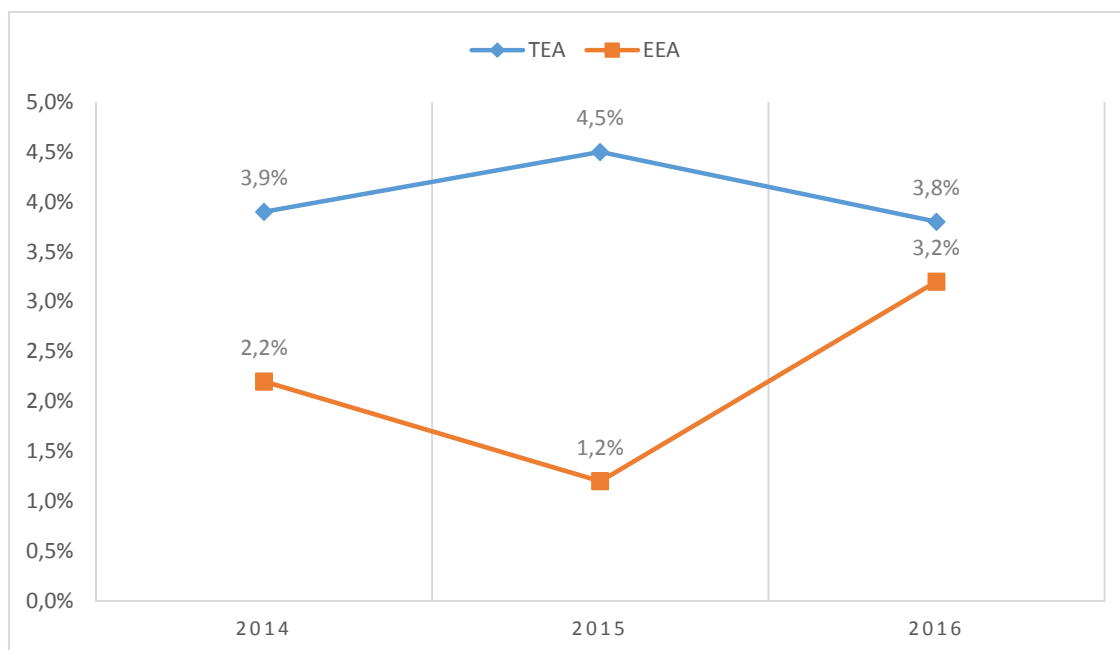
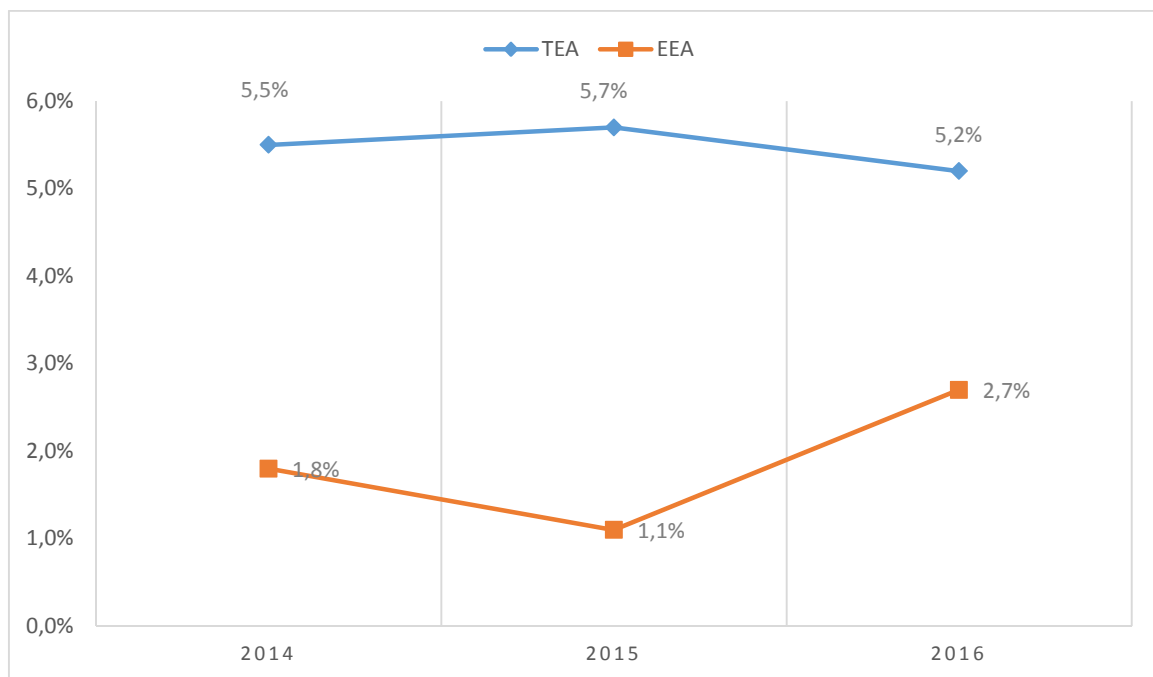


Figura nº 2.11
Evolución en el porcentaje de la población española de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en España.



Capítulo 3

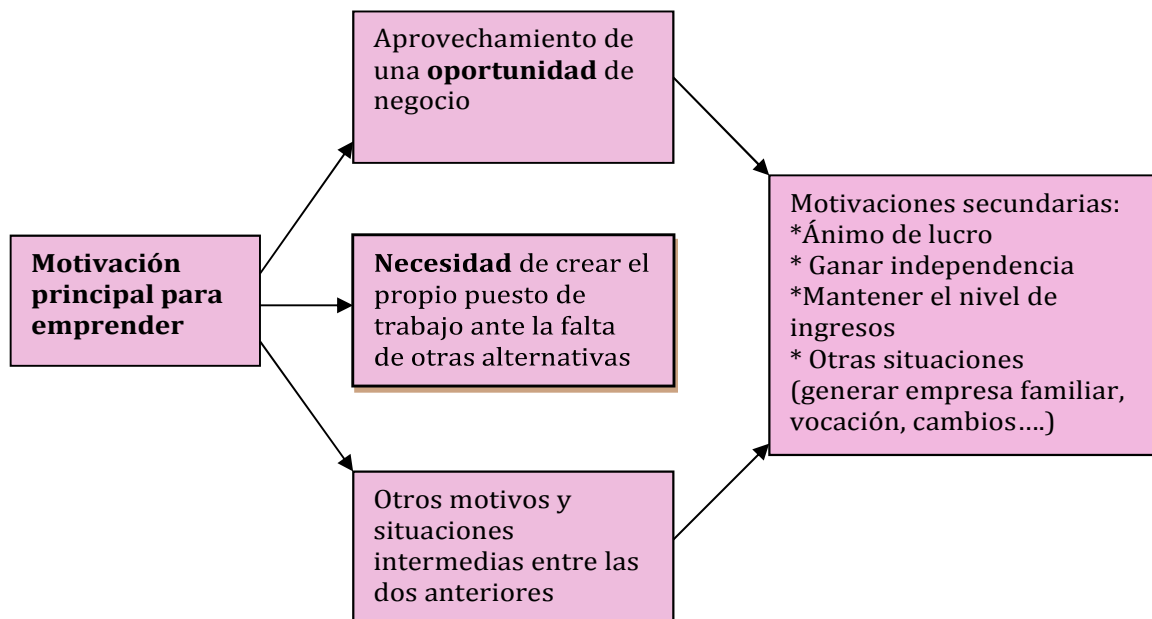
Tipos de comportamiento emprendedor

3.1. Introducción

Tras cada iniciativa emprendedora existe algún tipo de motivación que la impulsa. El modelo teórico del GEM que analiza la motivación para emprender quedar reflejando en la Figura nº 3.1:

Figura nº 3.1

Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores



Por tanto, podemos observar cómo la motivación para emprender es analizada fundamentalmente bajo dos perspectivas: el aprovechamiento de oportunidades de negocio, detectadas fundamentalmente por emprendedores potenciales, y la necesidad de emprender ante la falta de alternativas de trabajo. En el lenguaje GEM la primera de ellas se denomina **emprender por oportunidad** mientras que la segunda recibe el nombre de **emprender por necesidad**. Hacer esta distinción es relevante para estimar el impacto de la actividad emprendedora, ya que quienes emprenden por necesidad son más propensos a abandonar sus negocios que quienes emprenden por oportunidad en el momento en que se encuentra un trabajo remunerado por cuenta ajena, desaprovechando así los esfuerzos y recursos invertidos en la puesta en marcha.

3.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

La Figura nº 3.2 muestra que del 3,8% de la población adulta navarra que en 2016 fue identificada como emprendedores en fase inicial de acuerdo con al índice TEA, un 2,5% corresponden a emprendedores motivados por una oportunidad, bien sea por oportunidad pura (1,2%) o por oportunidad en parte (1,3%), mientras que un 1,3% corresponde a emprendedores puramente por necesidad. Por otra parte, dentro del 6,4% de la población adulta navarra que en 2016 fue identificada como empresarios consolidados, un 2,9% corresponde a empresarios que en su momento emprendieron puramente por oportunidad, un 1,6% corresponde a aquellos que emprendieron en parte por oportunidad, un 1,2% corresponde a aquellos que emprendieron por necesidad y un 0,7%, a aquellos que emprendieron por otros motivos. La figura nº 3.3 los datos anteriores para el caso de España.

Figura nº 3.2

El proceso emprendedor en Navarra, según el motivo para emprender

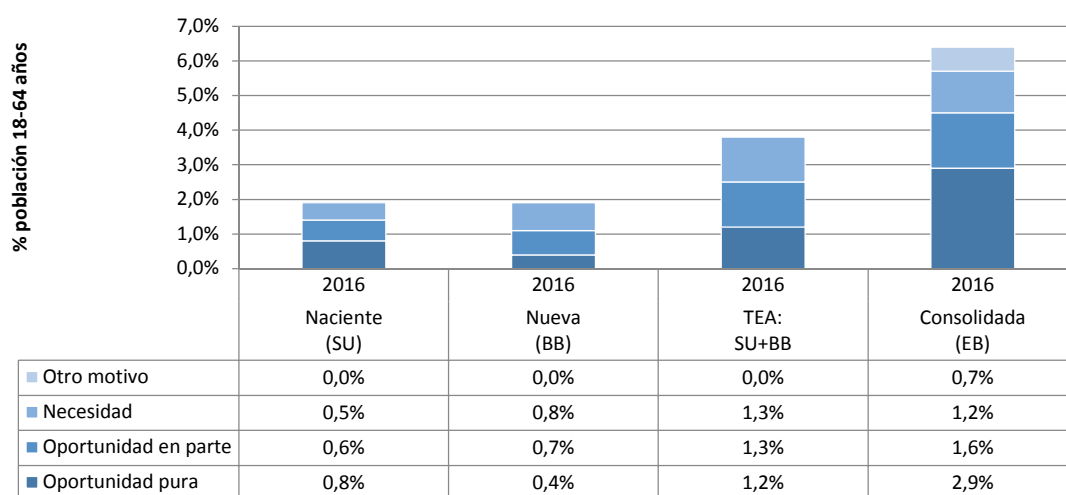
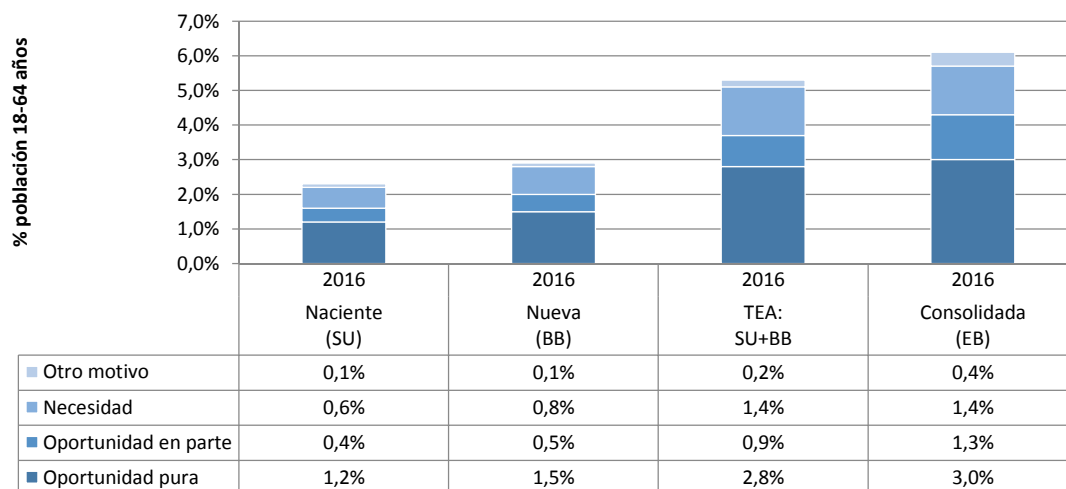


Figura nº 3.3
El proceso emprendedor en España, según el motivo para emprender



Un año más se observa un predominio de la motivación de emprender por oportunidad, tanto en el caso de Navarra como en el de España. Esta situación es una constante en los países y regiones más desarrollados, en la que la gran mayoría de las iniciativas empresariales surgen de la detección de oportunidades de negocio en los mercados.

Las Figuras nº 3.4 y 3.5 muestran cómo la mayoría de nuevas iniciativas empresariales, tanto en el caso de Navarra como en el de España, se crean en 2016 para explotar una oportunidad. Más concretamente, en el caso de Navarra el 65,8% del TEA de 2016 representa a emprendedores en fase inicial motivados por oportunidad (pura o en parte), mientras que el 34,2% corresponde a emprendedores en fase inicial por necesidad. A su vez, la mayoría de los emprendieron para explotar una oportunidad de negocio buscaba o bien mantener (28,6%) o bien aumentar (28,1%) ingresos.

Figura nº 3.4
Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Navarra, en función del principal motivo para emprender en 2016

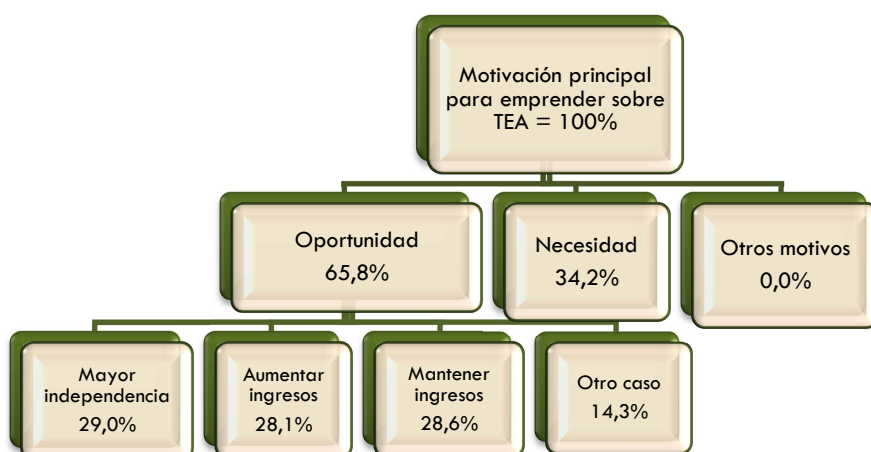


Figura nº 3.5
Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en España, en función del principal motivo para emprender en 2016.



Las Figuras nº 3.6 y 3.7 muestran que, en 2016, tanto en el caso de Navarra como en el de España, aumentó el porcentaje de emprendedores por necesidad y disminuyó el de emprendedores por oportunidad, si bien esta tendencia es más acentuada en el caso de Navarra. Los valores de 2016 son muy parecidos a los de 2014.

Figura nº 3.6
Evolución del índice TEA en Navarra durante el período 2005-2016, según el motivo para emprender

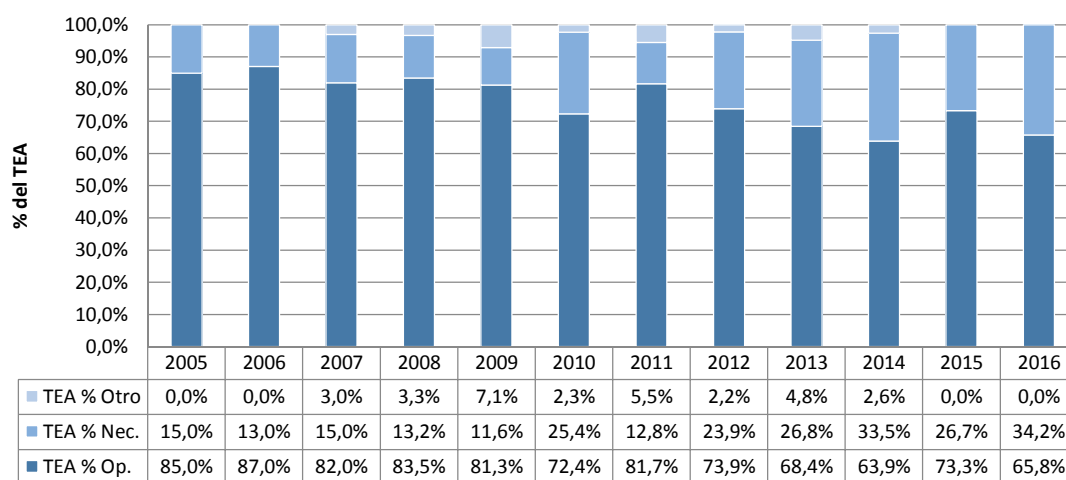
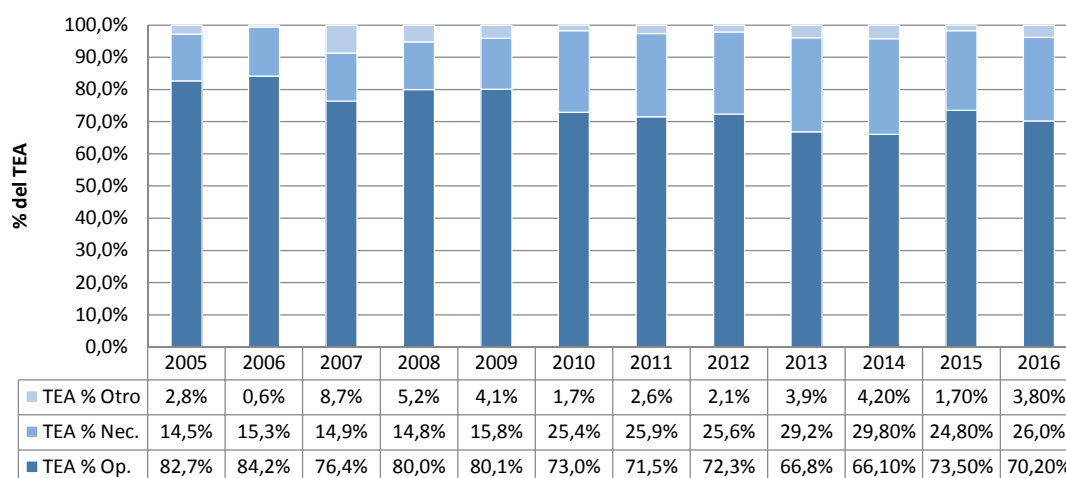


Figura nº 3.7
Evolución del índice TEA en España durante el período 2005-2016, según el motivo para emprender



3.3 Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad.

Cuando un emprendedor detecta una oportunidad y toma la decisión de poner en marcha una iniciativa empresarial, tras esa intención subyacen, otros motivos de índole más personal, relacionados, generalmente, con el desarrollo personal y profesional. Las Figuras nº 3.8 y 3.9 expuestas a continuación muestran la evolución de la distribución de estas motivaciones subyacentes, tanto en Navarra como en el conjunto de España. En el caso de Navarra, la Figura nº 3.8 muestra que si bien los emprendedores por oportunidad mayoritariamente crean sus empresas “buscando una mayor independencia” (29%), esta motivación ha perdido importancia en 2016 con respecto a 2015 ganando mucho peso el “mantener ingresos” (28,65)

Figura nº 3.8.
Evolución de la distribución de las motivaciones que subyacen al aprovechamiento de una oportunidad para emprender en Navarra

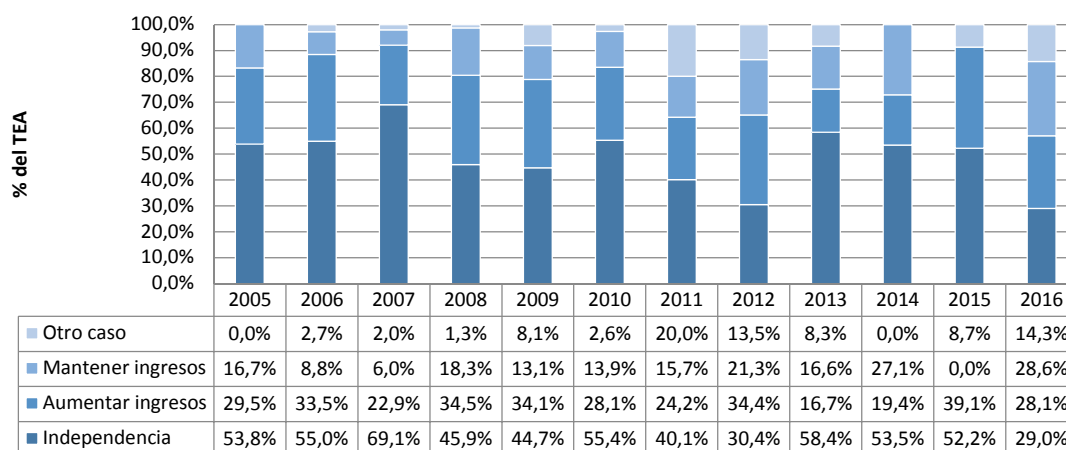
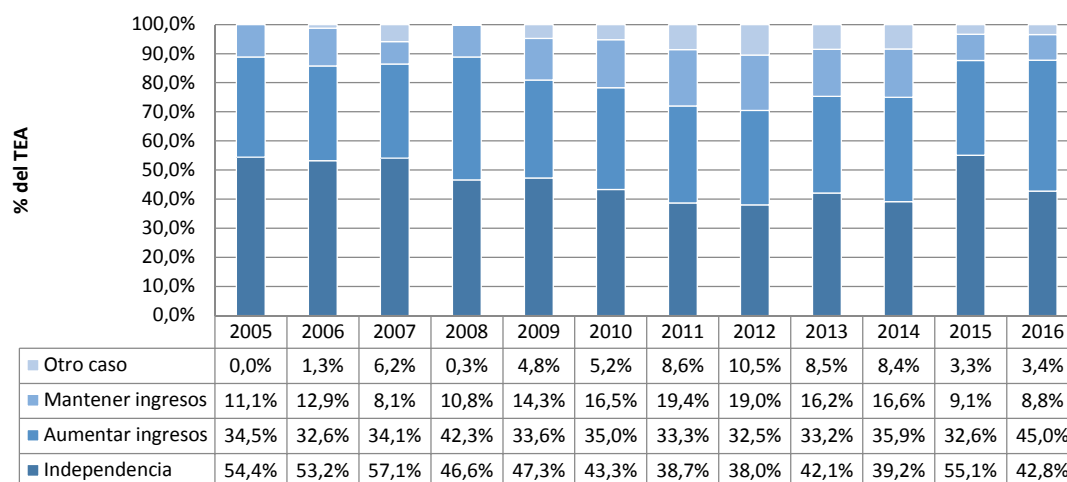


Figura nº 3.9.

Evolución de la distribución de las motivaciones que subyacen al aprovechamiento de una oportunidad para emprender en España



Capítulo 4

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra

4.1. Introducción

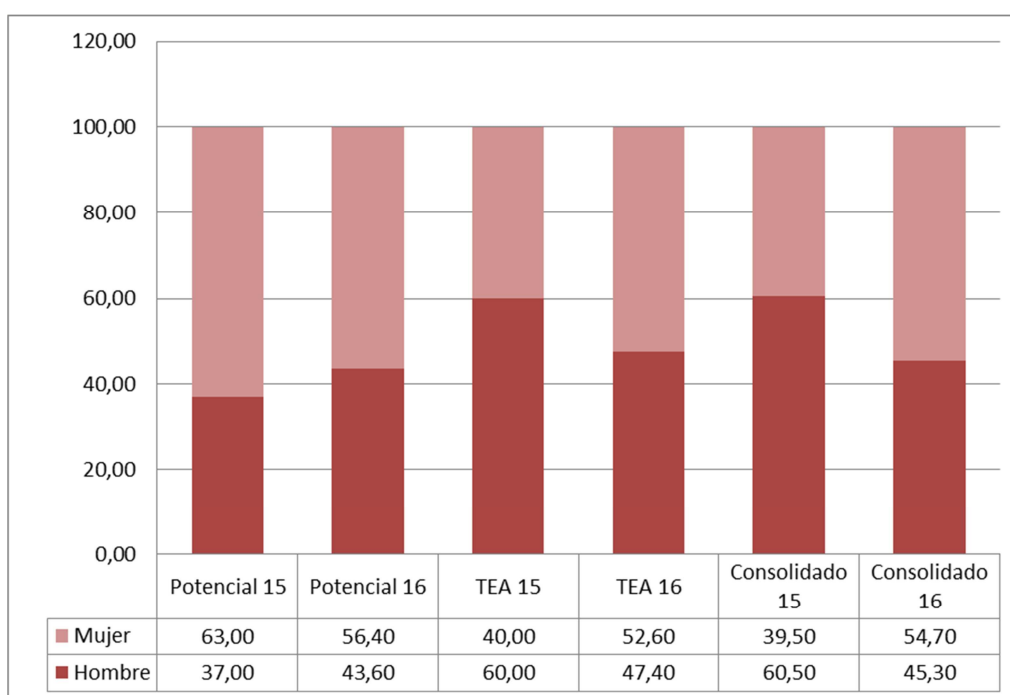
Hasta el momento se han analizado importantes y diversos aspectos acerca de las personas emprendedoras. Se ha estudiado la evolución del porcentaje de personas emprendedoras en Navarra, y comparado con el de otras regiones y naciones. A su vez se ha explorado qué es lo que ha impulsado a estas personas a embarcarse en una aventura empresarial. Pero, ¿quiénes son estas personas?, ¿cómo son? Para responder a estas cuestiones, en el presente capítulo se va a analizar el perfil medio de los emprendedores residentes en Navarra en el año 2016. 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).

4.2. Sexo

Hasta la fecha los datos en Navarra señalaban, en consonancia con la evidencia empírica a este respecto, una proporción de mujeres inferior a la de hombres en las diferentes categorías consideradas. Sin embargo, los datos de este año muestran una imagen diferente, pues el porcentaje de mujeres supera al de hombres en las tres categorías. El pasado año este porcentaje de mujeres era solamente mayor en el caso de los emprendedores potenciales, pero este año parece haberse trasladado al resto de categorías.

No podemos más que celebrar esta mayor presencia de mujeres en el proceso emprendedor, puesto que, de confirmarse en futuras ediciones, ofrecería una prueba de que finalmente el colectivo femenino ha conseguido superar algunas de las barreras que según los datos recogidos hasta la fecha reducían su participación como emprendedores en la economía. Como hemos señalado en informes anteriores debemos ser cautelosos en estas valoraciones y esperar a futuras ediciones para valorar si esta tendencia se mantiene en el tiempo.

Figura nº 4.1
Distribución del porcentaje de emprendedores por sexo y fase.
Navarra 2015 y 2016

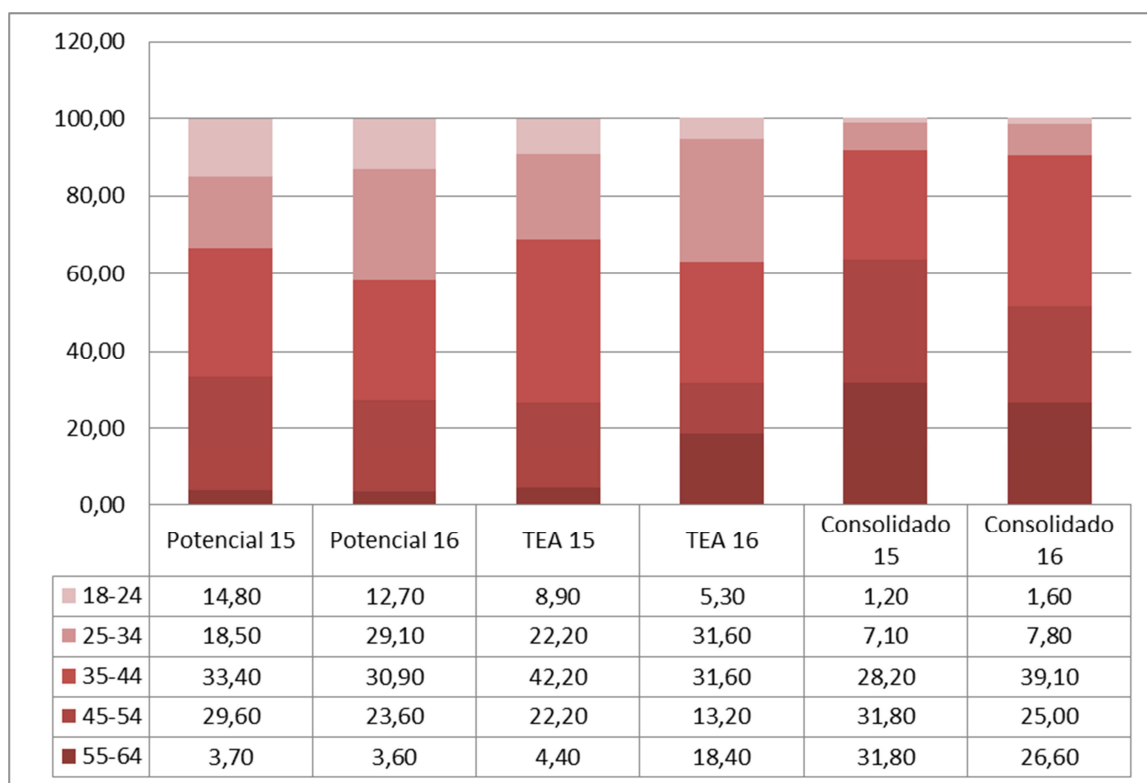


4.3. Edad

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 4.2 recoge dicha distribución para Navarra en los años 2015 y 2016. Tal y como se viene observando en ediciones anteriores del informe tanto en la fase potencial como en la que engloba a los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses, la mayoría de los emprendedores se encuentran en el rango 35-44 años de edad. Este año también se observa un incremento del porcentaje de emprendedores potenciales y de menos de 42 meses en el segmento de 25-34 años, siendo éste en ocasiones igual al porcentaje en el segmento de 35-44 años. A diferencia de otros años, en el caso de los emprendedores consolidados el segmento mayoritario es el de 35-44 años. Recordar que en la edición pasada y en otras anteriores, la tendencia indicaba un mayor peso de los emprendedores consolidados de entre 45-54 años. En el caso de los consolidados el segundo segmento más importante es el de 45-54 años.

Si bien podemos apreciar una mayor presencia de emprendedores jóvenes en las tres categorías analizadas, la edad media, tal y como se ha venido observado en ediciones anteriores de este mismo informe es inferior en las fases iniciales (potenciales y emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses) y superior en la fase consolidada. Así, si la media de edad es de 37,8 años entre los potenciales y 40,1 entre aquellos con iniciativas de menos de 42 meses, la edad media es de 46,8 años entre los consolidados.

Figura nº 4.2
Distribución del porcentaje de emprendedores por edad y fase.
Navarra 2015 y 2016

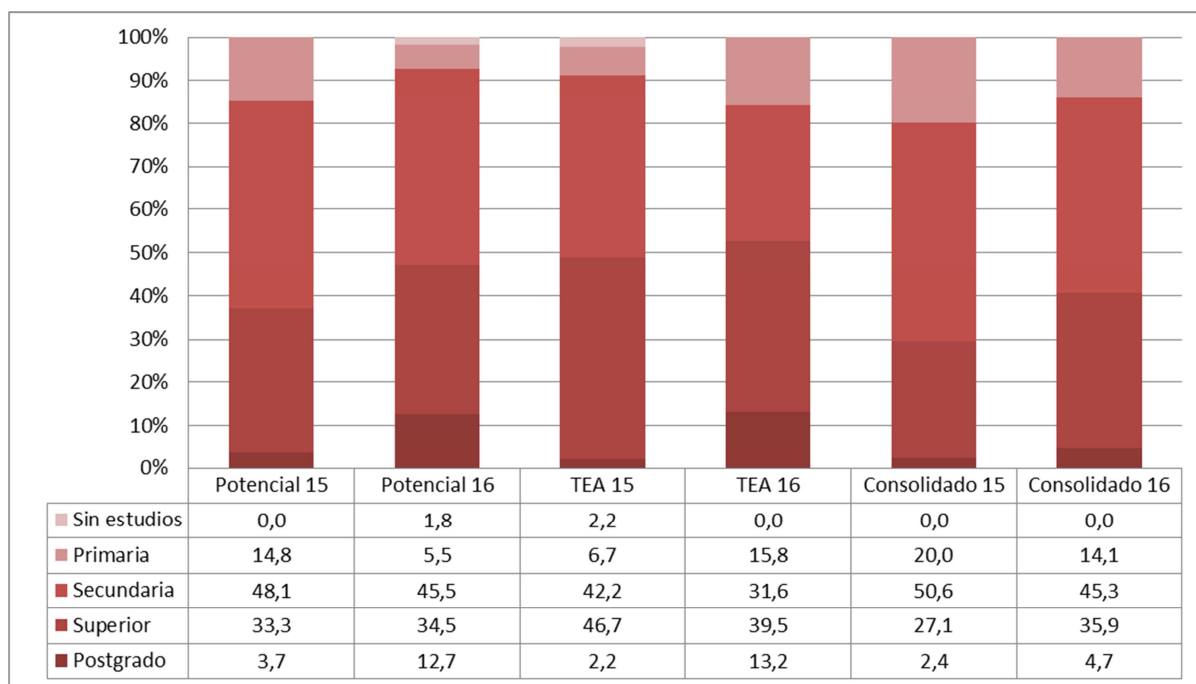


4.4. Nivel de estudios

En cuanto al nivel de estudios y siguiendo la metodología establecida por el proyecto GEM a nivel mundial 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 4.3 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.

Es interesante resaltar que, si el pasado año disminuyó la presencia de postgraduados entre los emprendedores potenciales, ese porcentaje vuelve a elevarse este año de manera significativa. Por tanto, parece no consolidarse una tendencia potencialmente negativa, y es que la caída de postgraduados podría señalar un alejamiento del emprendimiento de la población activa con mayor capital humano. El porcentaje de postgraduados también sube en las otras dos categorías, y en particular entre los emprendedores con iniciativas con menos de 42 meses.

Figura nº 4.3
Distribución del porcentaje de emprendedores por nivel educativo y fase. Navarra 2015 y 2016



4.5. 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.

Hace dos años señalábamos que la presencia de emprendedores con formación específica era la opción mayoritaria entre los emprendedores potenciales, algo que no ocurría entre los nacientes y consolidados. Al hilo de este dato, y con las debidas cautelas, también puestas de manifiesto en los apartados anteriores, señalábamos en nuestro informe del pasado año que la mayor presencia de individuos formados entre los emprendedores potenciales puede llevar a que en años posteriores se consolide la tendencia de una mayor presencia de individuos formados entre los emprendedores efectivos, toda vez que el mercado de trabajo no sea capaz de absorber ese conocimiento por la vía del empleo por cuenta ajena. Sin embargo, al igual que el año pasado este año también observamos que los individuos que reconocen poseer formación específica son minoría en las tres categorías de emprendedores consideradas, con la salvedad, este año, de los emprendedores consolidados, donde la balanza se inclina ligeramente hacia aquellos que sí reconocen tener esa formación. 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, y como hemos señalado en informes

anteriores se debe seguir insistiendo en extender la formación en emprendimiento, ofrecido por distintas instituciones públicas y privadas, a un amplio colectivo de personas.

Tabla nº 4.1 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	1,8%	2,6%	0%
Tiene formación	36,4%	50%	46,9%
No tiene formación	61,8%	47,4%	53,1%

4.6. 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 4.2, el grueso de los emprendedores declara que su renta oscila entre los 20.000 y los 40.000 euros anuales.

Tabla nº 4.2 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€	9,10%	3,00%	5,00%
10.001-20.000€	30,30%	18,20%	6,70%
20.001-30.000€	18,20%	27,30%	45,00%
30.001-40.000€	9,10%	39,40%	26,70%
40.001-60.000€	24,20%	12,10%	16,70%
60.001-100.000€	0%	0,00%	0,00%
>100.000€	0,00%	0,00%	0,00%

Uno de los cambios más apreciables en la distribución de rentas en relación al informe del pasado año es el incremento del porcentaje de emprendedores potenciales con rentas entre 40.000 y 60.000 euros. En concreto el porcentaje pasa de un 10% a un 24%. Este incremento se produce en detrimento de los porcentajes en el segmento de rentas entre 20.000 y 40.000 euros, y más significativamente en el segmento de 30.000 a 40.000 euros. Quizá esta transferencia sea en el fondo un reflejo de cierta mejoría en la economía que ha llevado a un incremento de las rentas, que se suma al hecho de que las franjas han permanecido inalteradas desde hace años.

Por otro lado, y en línea con lo observado el pasado año, se sigue apreciando un ligero descenso del porcentaje de emprendedores con rentas por debajo de los 20.000 euros, en particular en los segmentos de emprendedores potenciales. En el caso de los consolidados, el segmento de los emprendedores con rentas por debajo de los 20.000 euros es uno de los más pequeños.

4.7. Tamaño del hogar

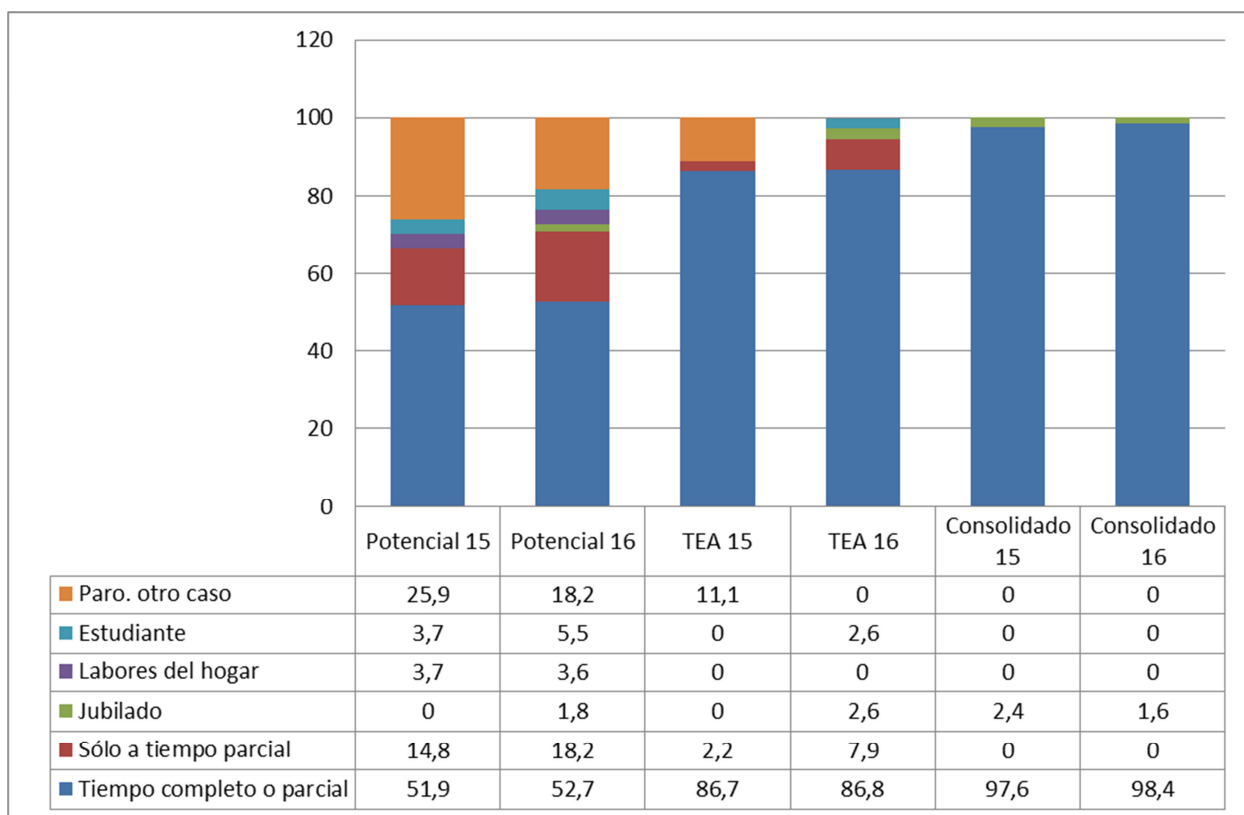
Al igual que ocurre en ediciones anteriores, en la del año 2016, no se aprecian diferencias significativas en la composición de los hogares de los diferentes tipos de emprendedores. En todas las categorías, el emprendedor vive en un hogar que cuenta mayoritariamente con tres o cuatro miembros

Tabla nº 4.3 Distribución del tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases para Navarra en los años 2013, 2014 y 2015			
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
2016	3,4	2,8	3,1

4.8. 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. Quizá se pueda destacar la menor presencia, en relación a los datos de 2015, de jubilados entre los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses de verano que pasa de ser del 0% al 2,6%. Será interesante ver que evolución sigue esta categoría para valorar si podemos hablar de un fenómeno de emprendedores entre la población jubilada. Si atendemos a los emprendedores potenciales vemos que también aparecen jubilados. Por tanto, y aun reconociendo que los perfiles de potenciales emprendedores no tienen por qué reflejarse en fases posteriores, no sería descabellado pensar que seguiremos observando emprendimiento entre el segmento de jubilados.

Figura nº 4.4
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases. Navarra 2015 y 2016



4.9. Perfil medio de las personas involucradas en el proceso emprendedor español

A partir de la información anterior, el perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor es el siguiente:

Tabla nº 4.6
Perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor

	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Posee formación	Nivel de renta	Tamaño hogar	Situación laboral
Potencial	Fem	37,8	Superior	Si	Medio	3,4	Activo
TEA	Fem	40,1	Superior	No	Medio	2,8	Activo
Consolidado	Fem	46,8	Secundaria	No	Medio	3,1	Activo

Este perfil no ha sufrido variaciones importantes a lo largo de las últimas ediciones del proyecto GEM. Quizá, como ya hemos comentado con anterioridad, este año la diferencia más significativa sea una mayor presencia de mujeres que, por primera vez, supera a la de hombres en las tres categorías consideradas.

Capítulo 5

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra

5.1. Introducción

Conocer las actividades resultantes del proceso emprendedor arroja luz sobre la realidad emprendedora. Aspectos como los sectores de actividad en lo que se enclavan las nuevas empresas, el tamaño de las mismas, 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

5.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras navarras en 2016

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 5.1, más de la mitad de las iniciativas emprendedoras registradas en Navarra en el 2016 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo (58,4% del total).

El sector de servicios a empresas, que representa tradicionalmente el segundo sector en importancia, disminuye ligeramente en el 2016 situándose en un 19,3%. 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 también se recupera ligeramente en esta edición representando un 19,4%, peso muy parecido al sector servicios. Finalmente, el sector extractivo o primario, por su parte, es habitualmente el que menor actividad registra. En la edición del 2016 ha perdido más peso respecto a la del año anterior situándose en un 2,9% del total.

Tabla nº 5.1 Distribución (%) de la actividad emprendedora total en Navarra (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores					
Sector	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Extractivo	5,0%	4,9%	5%	6,7%	2,9%
Transformador	17,6%	14,8%	23,2%	17,8%	19,4%
Servicios a empresas	24,2%	22%	13,2%	24,5%	19,3%
Orientado al consumo	53,2%	58,4%	58,6%	51,1%	58,4%

Tabla nº 5.2 Distribución de la actividad (%) emprendedora total en Navarra y España en el año 2016 (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores		
Sector	Navarra	España
Extractivo	2,9%	4,1%
Transformador	19,4%	16,2%
Servicios a empresas	19,3%	25,1%
Orientado al consumo	58,4%	54,6%

A grandes rasgos, la imagen de la distribución sectorial de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra en 2016 es similar a la de España. En ambos casos observamos un predominio de las iniciativas orientadas al consumo (también por encima del 50% en el caso de España).

La Tabla nº 5.3, por su parte, muestra la distribución de la actividad emprendedora de las empresas consolidadas en Navarra en el año 2016.

Tabla nº 5.3
Distribución (%) de la actividad emprendedora consolidada en Navarra (de más de 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Extractivo	12,5%	20,8%	16,8%	17,4%	6.4%
Transformador	26,2%	20,7%	17,5%	19,8%	14.3%
Servicios a empresas	13,9%	20,8%	15,0%	27,9%	31.7%
Orientado al consumo	47,3%	37,7%	50,7%	34,9%	47.6%

En esta edición vemos que los datos respecto al 2015 han vuelto a variar de forma significativa, situándose en valores similares a los que había en años anteriores. Se observa un incremento en los sectores orientado al consumo y servicios a empresas. Por lo contrario, se observa un descenso en los sectores extractivo y transformador. Con estos nuevos datos se pone de manifiesto que la orientación al consumo y los servicios a empresas siguen siendo sectores predominantes en la economía navarra. Por consiguiente, los datos insinúan que el peso del sector extractivo en primera instancia y transformador en segunda empiezan a perder peso en el conjunto de las empresas consolidadas de la comunidad foral y podría entenderse que el peso de los sectores primarios empieza a perder fuerza en el sistema productivo de Navarra. Sin embargo, este es un cambio de tendencia que se empieza a ver en la edición de 2016, 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 5.4
Distribución de la actividad (%) consolidada en Navarra y España en el año 2016 (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	6.4%	7,8%
Transformador	14.3%	24,0%
Servicios a empresas	31.7%	25,4%
Orientado al consumo	47.6%	42,8%

La Tabla nº 5.4 compara la distribución de la actividad consolidada de Navarra y España en 2016. 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. Sin embargo, el peso del sector transformador en el caso de España es mayor en las consolidadas, pero en el contexto de Navarra es ligeramente superior este peso en las iniciativas emprendedoras en fase inicial.

5.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras navarras en 2016

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y consolidada 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 la misma.

La siguiente tabla (nº 5.5) 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 2014).

Tabla nº 5.5 Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas en Navarra									
Iniciativas	Nacientes			Nuevas			Consolidadas		
Año	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Media	1,99	1,83	1,79	1,21	1,48	2,89	1,6	1,59	1,61
Mediana	1,21	1,49	1	1	1	2	1	1	1
Moda	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Des.Estándar	1,27	0,94	1,18	0,54	1	2,90	1,30	1,281	0,954
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	5	3	5	3	6	10	10	10	6
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	1,21	1,49	1	1	1	2	1	1	1
Percentil 60	2	2	1,96	1	1	2	1	1	2
Percentil 70	2,73	3	2	1	1,77	3	2	2	2
Percentil 80	3	3	3	1,06	2	5	2	2	2
Percentil 90	4	3	3,98	2,05	2,6	9,97	3	3	3

Como puede observarse el perfil de las iniciativas, al menos en lo referente al número de socios se mantiene bastante similar entre las iniciativas nacientes y consolidadas. Sin embargo, la media de número de propietarios en las empresas nuevas ha incrementado ligeramente de 1,48 propietarios en media en 2015 a 2,89 propietarios en media en la edición de este año 2016. 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. Sin embargo, este cambio de tendencia en las iniciativas emprendedoras nuevas (3-42 meses ejerciendo la actividad) será un dato que seguiremos con detalle en los años venideros para ver si esta tendencia podría responder a un efecto poscrisis.

5.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras navarras medidas a través del número de empleados en julio de 2016

Basándonos en la clasificación de empresas según el número de empleados propuesta por la Unión Europea y recogida en la Tabla nº 5.6, la mayoría de las empresas creadas en Navarra son microempresas.

Tabla nº 5.6 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 5.1, 5.2 y 5.3 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. Sin embargo, en esta edición de 2016, aquellas iniciativas empresariales con más de 20 empleados empiezan a tener un mayor peso que en la edición del 2015 donde no se registraba ninguna.

Figura nº 5.1
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) en Navarra

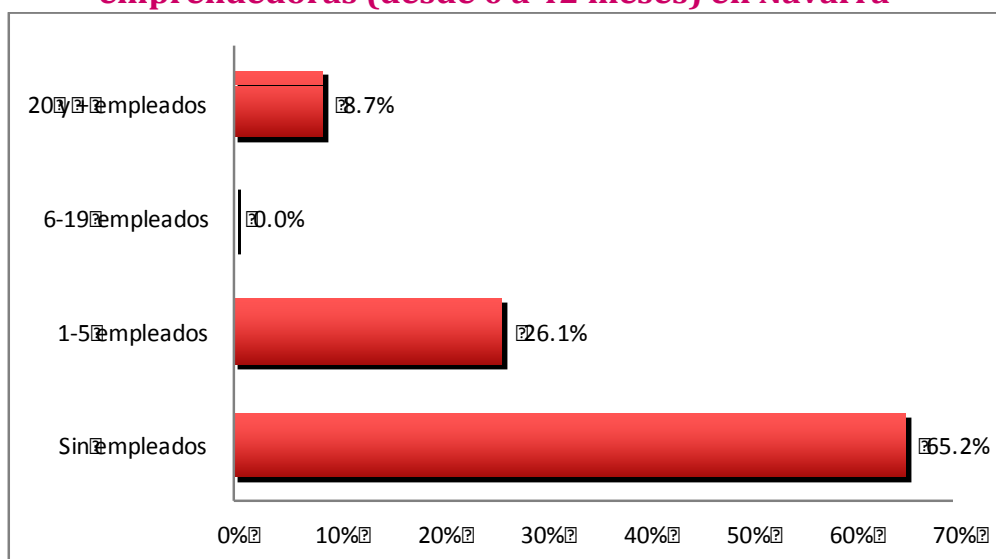
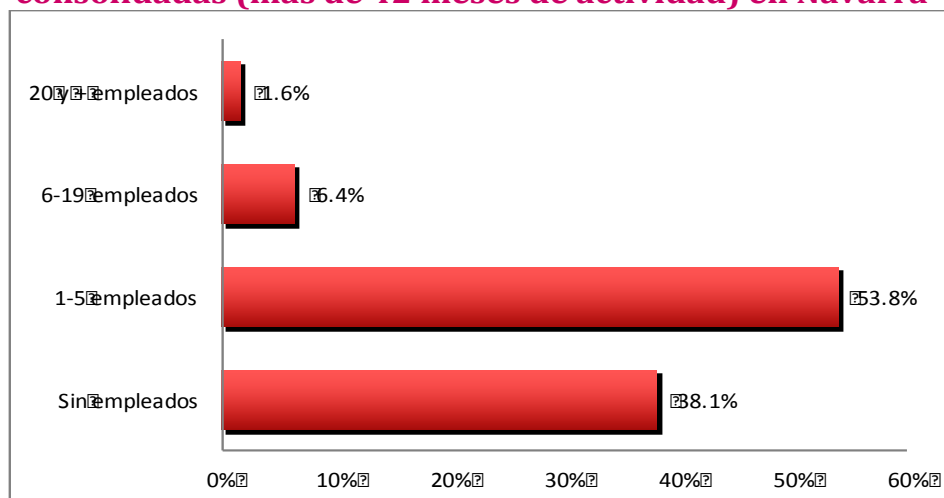
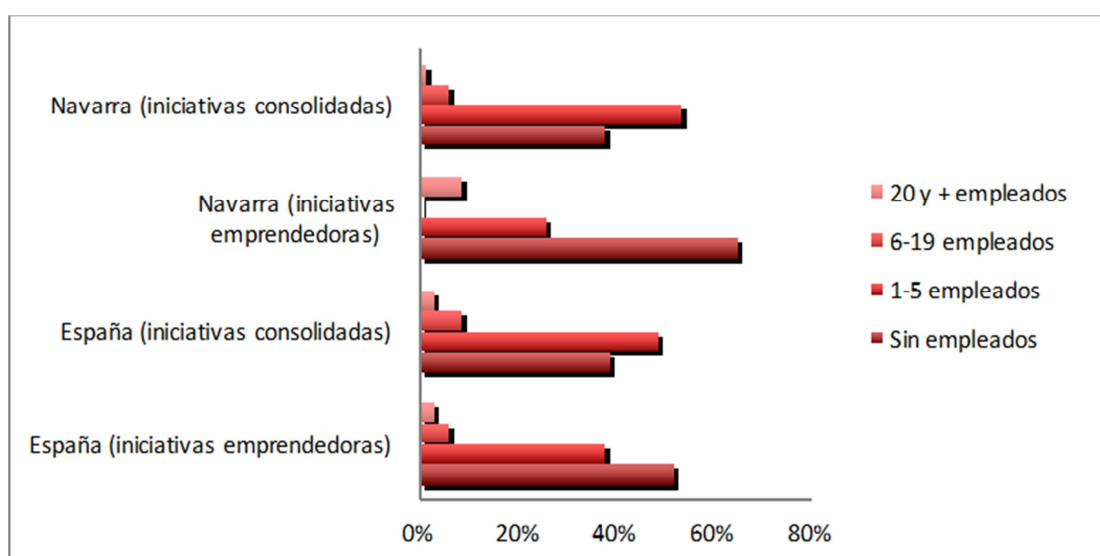


Figura nº 5.2
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra



Tal y como se puede ver en la Figura nº 5.3, 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 concretamente en los consolidados. Sin embargo, en esta edición, el aspecto de la comparativa más destacable es respecto a la distribución en el número de empleados en las iniciativas emprendedoras en fase inicial. En la edición de 2016 el autoempleo es mayor en Navarra (65,2%) respecto al resto del Estado (52,4%). Asimismo, en consonancia con los datos internacionales, la mayoría de los negocios existentes tanto en España como en Navarra son microempresas.

Figura nº 5.3
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

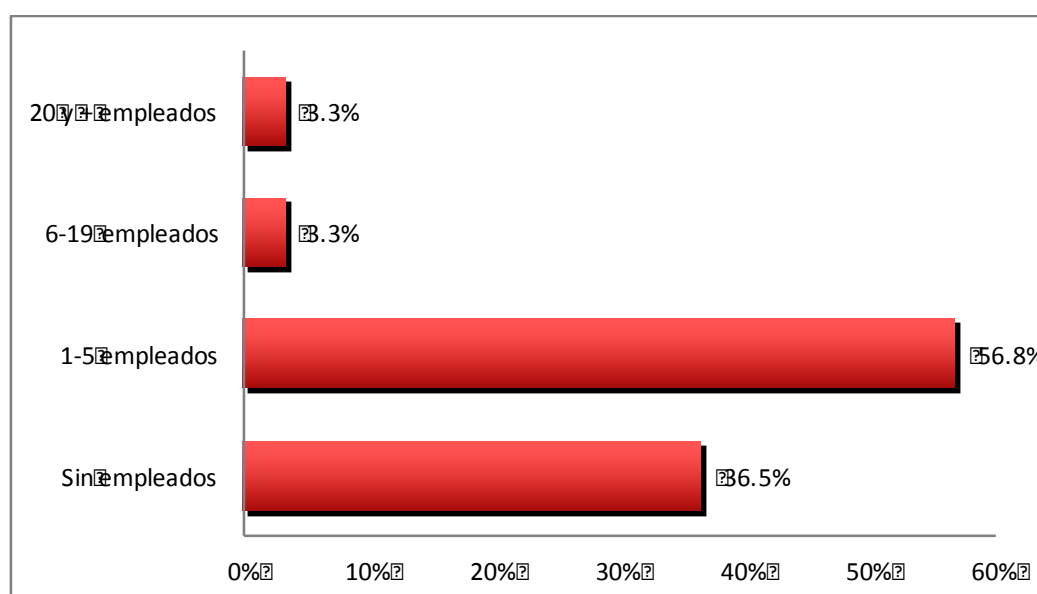


5.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

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.

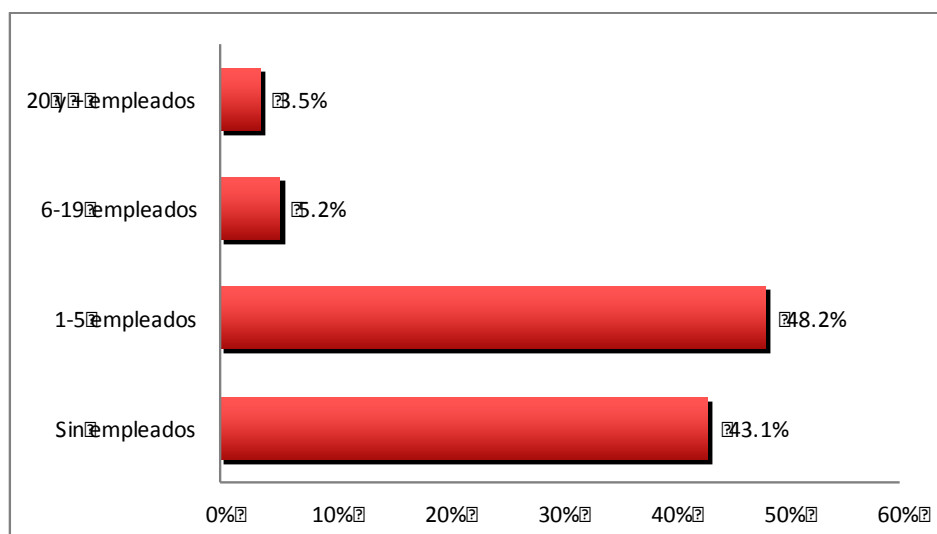
La Figura nº 5.4 muestra, como dato positivo, que la mayoría de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra esperan crecer en el horizonte temporal de 5 años. La mayoría de los individuos encuestados (56,8%) esperan crecer entre 1 y 5 empleados, un 3,3% (porcentaje ligeramente menor que el 10% del 2015) aspiran crecer entre 6 y 19 empleados. Sin embargo, en la edición de este año la reducción de aspiraciones en el rango de 6-19 empleados se ve compensada con un 3,3% más de emprendedores que aspiran crecer por encima de los 20 empleados. Parece que la confianza de los emprendedores respecto a las previsiones económicas vía creación de empleo empezaría a presentar brotes positivamente esperanzadores. Se requerirá seguir los datos venideros con detalle para ver cómo sigue esta tendencia.

Figura nº 5.4
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)



Con respecto a las iniciativas consolidadas en 2016 la tendencia es similar a la de las nuevas iniciativas emprendedoras en fase inicial siendo mayoría aquellos que esperan crecer entre 1 y 5 empleados en cinco años (48,2%). Tal y como muestra la Figura nº 5.5 el 43,1% de las iniciativas consolidadas no esperan crecer mientras que para las nuevas iniciativas emprendedoras esta cifra se sitúa en el 36,5%. El 5,2% espera crecer entre 6 y 19 empleados. En el caso de las iniciativas consolidadas, algunos emprendedores esperan crecer por encima de los 20 empleados (3,5%). Esta cifra es importante y positiva dado que incrementa respecto a la edición de 2015 (1,3%). Esta mayor tasa media de crecimiento esperado podría explicarse a una posible percepción de recuperación económica que los empresarios prevén de cara a los próximos cinco años, igual que ocurría en el caso de las iniciativas emprendedoras en fase inicial. Asimismo, sus propietarios, una vez superado el test de supervivencia del mercado, suelen tener unas expectativas quizá más ajustadas del potencial restante en sus negocios.

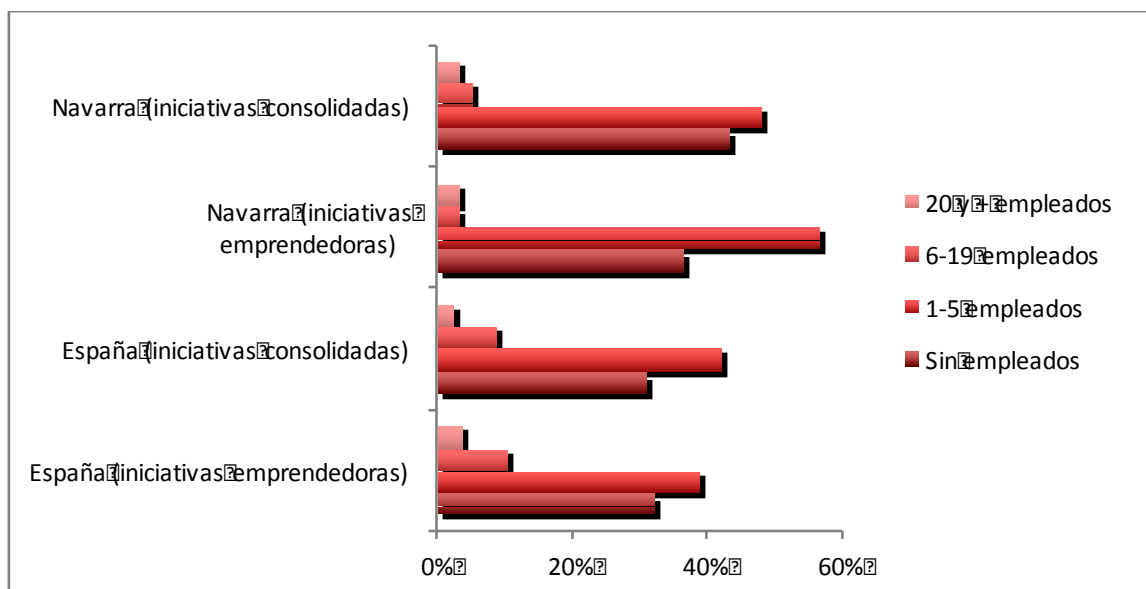
Figura nº 5.5
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



La comparativa con España (Figura nº 5.6) muestra, a grandes rasgos, patrones similares a los de Navarra. Como novedad en esta edición de 2016, el rasgo más destacable sería la presencia de emprendedores en fase inicial en Navarra que aspiren a crecer por encima de 20 empleados en cinco años. Además, tanto en el conjunto de España como en Navarra la mayoría de emprendedores tanto en fase inicial como en fase consolidada tienen aspiraciones de crecimiento por encima del 50% en su conjunto.

Figura nº 5.6

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



5.6. 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 5.7 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en base al grado de innovación de sus productos o servicios recogidas en las ediciones de 2014, 2015 y 2016.

Tabla nº 5.7

Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido y evolución en los últimos años en Navarra

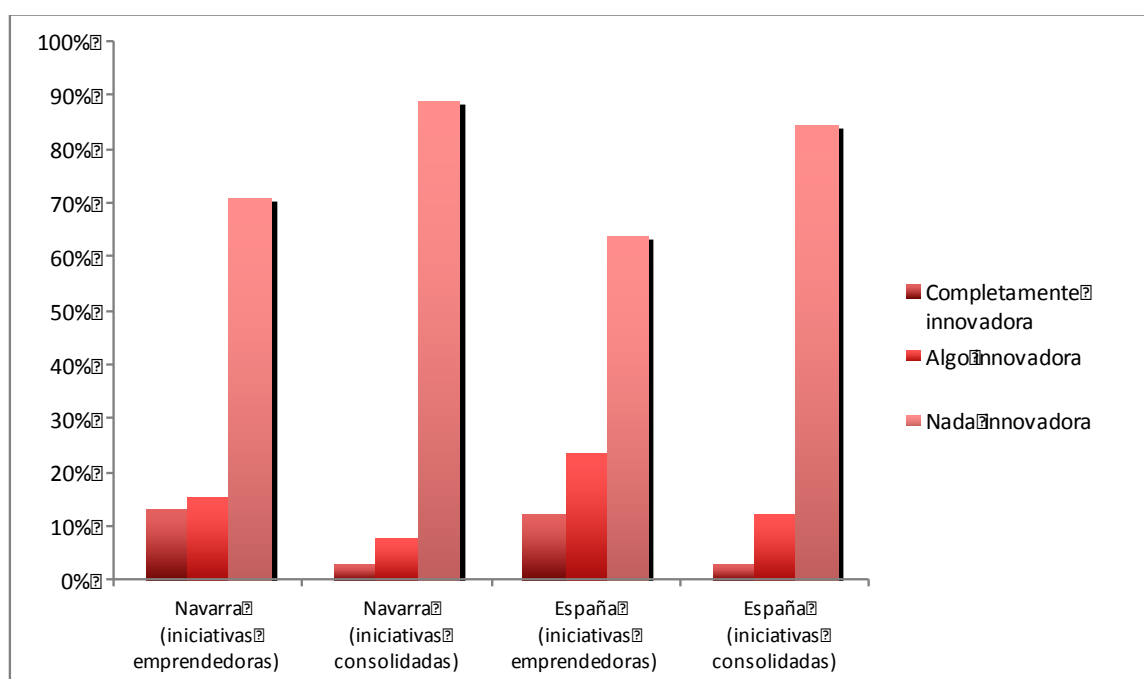
Tipo de iniciativa	Completamente innovadora			Algo innovadora			Nada innovadora			
	Año	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Emprendedora		14,8%	8,9%	13,2%	26,8%	15,5%	15,7%	58,3%	75,7%	71,2%
Consolidada		6,2%	6,9%	3,1%	14,0%	7,0%	7,8%	79,8%	86,1%	89,1%

El dato más significativo que se observa cuando se analiza la evolución de este indicador es que en el año 2016 se intuye un cambio de tendencia respecto a los años anteriores y por tanto aquellas empresas que son completamente innovadoras aumentan en esta edición hasta un 13,2%. En este sentido, aquellas empresas que no innovan nada también pierden peso en esta edición, pasando de 75,7% en 2015 a 71,2% en 2016.

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. En concreto, en esta edición se observa una disminución notable en las empresas completamente innovadoras llegando a representar el 3,1% de la muestra (3,8% menos que en el año 2015). Además, aquellas empresas consolidadas que no son nada innovadoras incrementan de un 86,1% en 2015 hasta un 89,1% en 2016, una tendencia creciente que se observa en los últimos años.

La Figura nº 5.7 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 5.7
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 2016)



5.7. Grado de competencia que afrontan las iniciativas emprendedoras y las consolidadas

Las Tablas nº 5.8 y nº 5.9 muestran para las empresas en fase emprendedora y consolidada, el nivel de competencia percibida respecto años anteriores. El 13,2% de emprendedores en fase inicial no perciben competencia en el mercado, a diferencia de un 3,1% de emprendedores con negocios consolidados.

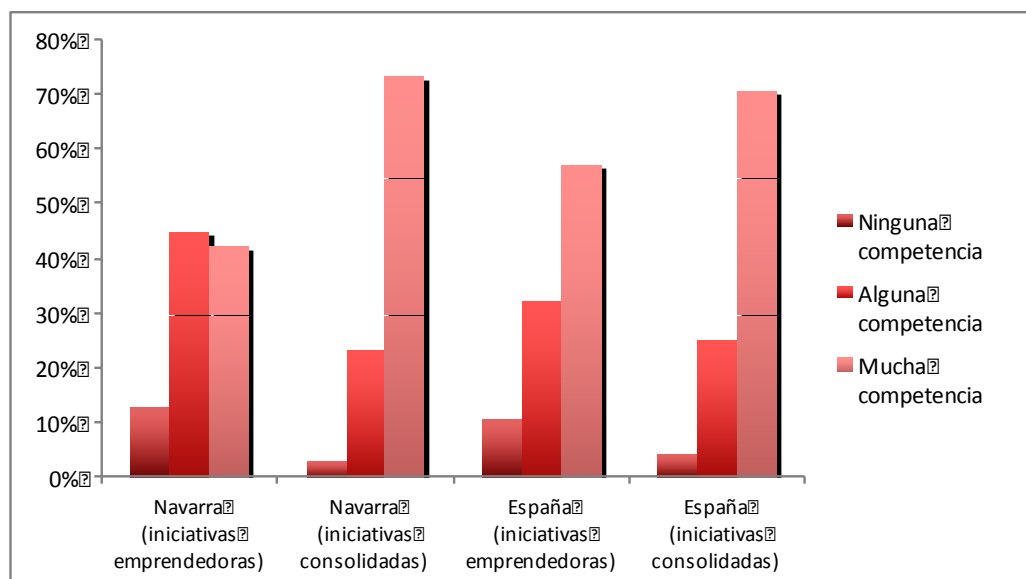
Una posible explicación a estos valores podría deberse a que los emprendedores en fase inicial en general se caracterizan por ser más optimistas que aquellos que ya llevan más años. En este sentido, los emprendedores consolidados tendrían más información sobre el entorno y la realidad empresarial y esto haría que percibieran la competencia de forma más rigurosa y precisa.

Tabla nº 5.8					
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra					
	2012	2013	2014	2015	2016
Ninguna competencia	9,3%	14,6%	10,5%	2,2%	13,2%
Alguna competencia	38,1%	41,4%	30,7%	31,2%	44,8%
Mucha competencia	52,6%	44%	58,8%	66%	42,1%

Tabla nº 5.9					
Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra					
Tipo de iniciativa	2012	2013	2014	2015	2016
Ninguna competencia	8,1%	1,3%	12,0%	6,9%	3,1%
Alguna competencia	23,1%	33,8%	27,3%	21%	23,5%
Mucha competencia	68,8%	64,9%	60,7%	72,1%	73,4%

Estas percepciones son a grandes rasgos parecidas a las que se observan en el conjunto de España (Figura nº 5.8). En términos globales los datos históricos recogidos muestran que el grado de competencia percibido por los emprendedores consolidados es superior al percibido por aquellos que lanzan nuevas iniciativas. Como comentábamos anteriormente, esta diferencia quizá esté influida por el mayor número de años que llevan los consolidados en el sector de actividad.

Figura nº 5.8
Comparación y distribución de las empresas en fase emprendedora y consolidada según el grado de competencia afrontado tanto en Navarra como en España (Año 2016)



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

Los datos muestran (Tabla nº 5.10) que las empresas en fase inicial vuelven a apostar por la renovación tecnológica con un 13,2% después del mínimo histórico registrado durante el año 2015. En la misma línea, la tecnología de más de cinco años ha disminuido hasta alcanzar niveles similares a los últimos años (57,9%). Por tanto, como se puede observar en la tabla, parece que la tendencia de este año se ha normalizado y los valores respecto a la renovación tecnológica se sitúan a niveles similares al de los años anteriores.

Tabla nº 5.10
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal en Navarra

	2012	2013	2014	2015	2016
NT < 1 año	12,9%	19,4%	23,2%	2,2%	13,2%
NT 1-5 años	27,5%	24,3%	21,2%	17,8%	28,9%
TEC> 5 años	59,6%	56,3%	55,6%	80,1%	57,9%

Por su parte, las empresas consolidadas siguen un patrón diferente al de las empresas en fase inicial. En este colectivo la no inversión en nuevas tecnologías es más contundente. Igual que en 2015, en esta edición se observa que casi todas las empresas consolidadas cuentan con tecnología de más de cinco años de antigüedad (92,2%) mientras que tampoco

ninguna en la edición del 2016 está apostando por nuevas tecnologías. En definitiva, todo parece indicar que las empresas consolidadas muestran una mayor dependencia de la tecnología más obsoleta.

Tabla nº 5.11
Distribución de las empresas en fase consolidada según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal en Navarra

	2012	2013	2014	2015	2016
NT < 1 año	4,9%	6,7%	9,5%	0%	0%
NT 1-5 años	16%	17,5%	12,8%	1,2%	7,8%
TEC> 5 años	79,1%	75,8%	77,7%	98,8%	92,2%

En el conjunto de España el patrón es bastante parecido al de Navarra, en concreto en el año 2016. La apuesta por la renovación tecnológica por parte de los emprendedores en fase inicial en Navarra se sitúa en un 13,2%, valor muy similar al del conjunto de España que sustenta un 11,9%. Sin embargo, la renovación tecnológica por parte de los emprendedores en fase consolidada sigue siendo mayor en el conjunto de España con un 4,3% mientras que en Navarra no vemos inversión tecnológica alguna durante dos años consecutivos por parte de este colectivo. Este resultado sigue siendo en esta edición de 2016 bastante sorprendente comparado con años anteriores (2012-2014) y 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 inversión en nuevas tecnologías en Navarra.

Capítulo 6

Financiación del proceso emprendedor en Navarra

6.1. 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 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. Para terminar, este capítulo recoge información sobre el estado del capital riesgo en nuestro país. Tal información procede de los informes que la Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión (ASCRI) publica anualmente.

6.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start-up en el año 2016 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 6.1. La misma recoge los principales estadísticos descriptivos del capital semilla que es necesario para acometer iniciativas nacientes en Navarra en 2016.

Tabla nº 6.1 Características y distribución del capital semilla en el 2016 en Navarra	
<i>Estadísticos descriptivos</i>	<i>Capital semilla necesario por start-up(€)</i>
Media	27.669,45
Mediana	13.736,87
Desv. típica	34.795,13

Para analizar los datos recogidos en la Tabla nº 6.1 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 2016 se sitúa en Navarra por encima de los 13.000 euros. El capital necesario para financiar una iniciativa emprendedora en la Comunidad Foral ha aumentado durante el último año, ya que en 2015 la tendencia central del capital semilla se situaba en los 10.000 euros. En el caso de España la mediana en 2016 asciende a 15.000 euros, valor inferior al del año 2015 cuando la tendencia central del capital semilla se situaba en 17.810 euros y al del año 2014 cuando la mediana ascendía a 20.000 euros. En consecuencia, a nivel nacional se consolida la tendencia decreciente en el capital necesario para financiar un nuevo negocio. La comparativa del conjunto nacional y de Navarra pone de manifiesto la mayor relevancia de la dimensión financiera en España. La tendencia central del capital semilla necesario por start-up en Navarra es aproximadamente 1.200 euros inferior a la tendencia central en el conjunto nacional.

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

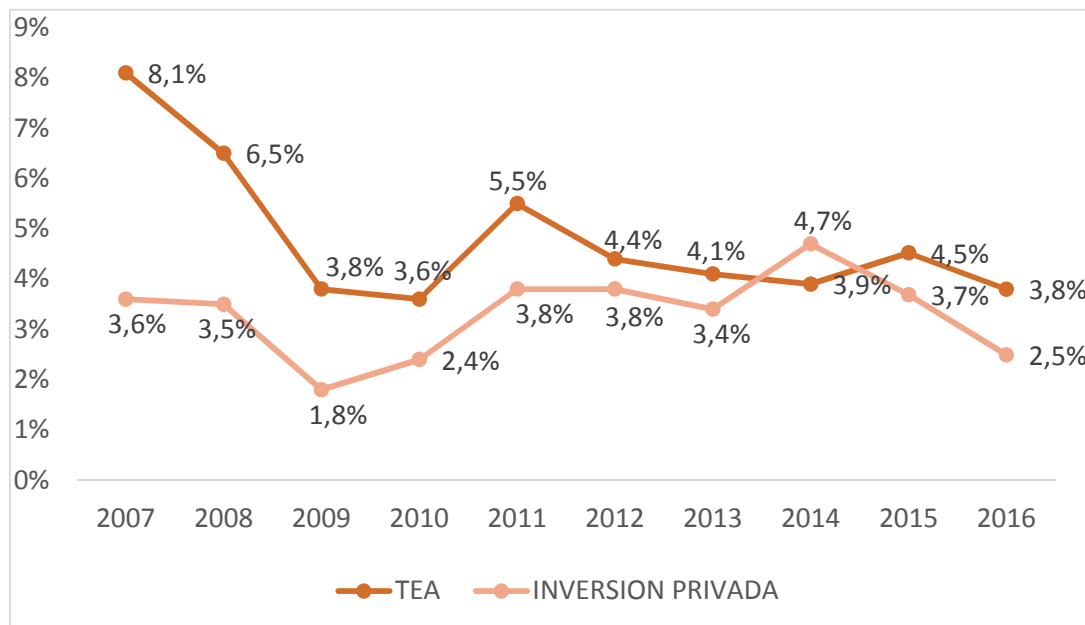
Al igual que en ediciones anteriores el Proyecto GEM mide el grado en el que la población de 18 a 64 años invierte en negocios ajenos. La Figura nº 6.1 permite observar la evolución temporal de la inversión privada en Navarra junto con la evolución del índice TEA. En el año 2016 un 2,5% de la población adulta navarra efectúa inversiones en proyectos ajenos. Dicha cifra es inferior a la de los dos años anteriores (en 2014 la inversión privada en Navarra ascendía al 4,7% y en 2015 al 3,7%). Por tanto, el grado en el que la población adulta invierte en negocios ajenos consolida su tendencia decreciente en la Comunidad Foral.

Aunque durante el periodo analizado la inversión privada y el índice TEA muestran una evolución similar, en 2014 y 2015 se produce un ligero cambio en la tendencia de ambas variables. En 2014 el índice TEA desciende a 3,9% y la inversión privada asciende a 4,7%. En 2015 mientras que el índice TEA experimenta un aumento del 0,6%, la inversión privada sufre un descenso del 1%. Las dos variables vuelven a mostrar la misma tendencia en 2016. En concreto, se observa que el valor del TEA disminuye 0,7% y el de la inversión privada 1,2%.

En el conjunto nacional en 2016 el 3,2% de la población de 18 a 64 años actúa como inversor privado en negocios ajenos. Esta cifra se mantiene estable desde el año 2015. Si comparamos la inversión privada en negocios ajenos de España y Navarra podemos observar que la cifra es un 0,7% inferior en la Comunidad Foral.

Figura nº 6.1

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 6.2 y nº 6.3, 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 de la UE que han participado en la edición GEM 2016.

Como se puede observar en la Figura nº 6.2, a nivel nacional, Navarra se sitúa entre las regiones con una menor presencia de inversores en negocios ajenos, tan sólo por delante de las Islas Baleares. Cabe señalar que el porcentaje de inversores privados en Navarra (2,5%) se encuentra por debajo del valor medio en España (3,3%). A nivel internacional, La Figura nº 6.3 muestra que Navarra se sitúa por delante de Portugal, pero por detrás de países como Italia, Bulgaria y Reino Unido.

Figura nº 6.2
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en las CCAA en 2016

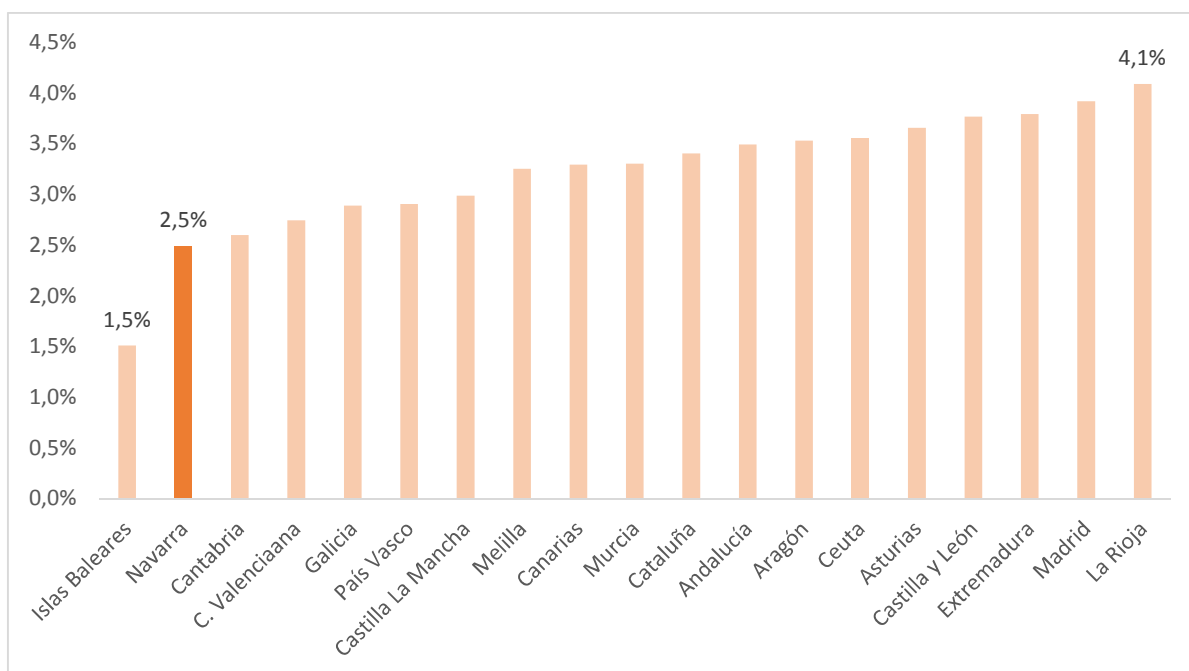
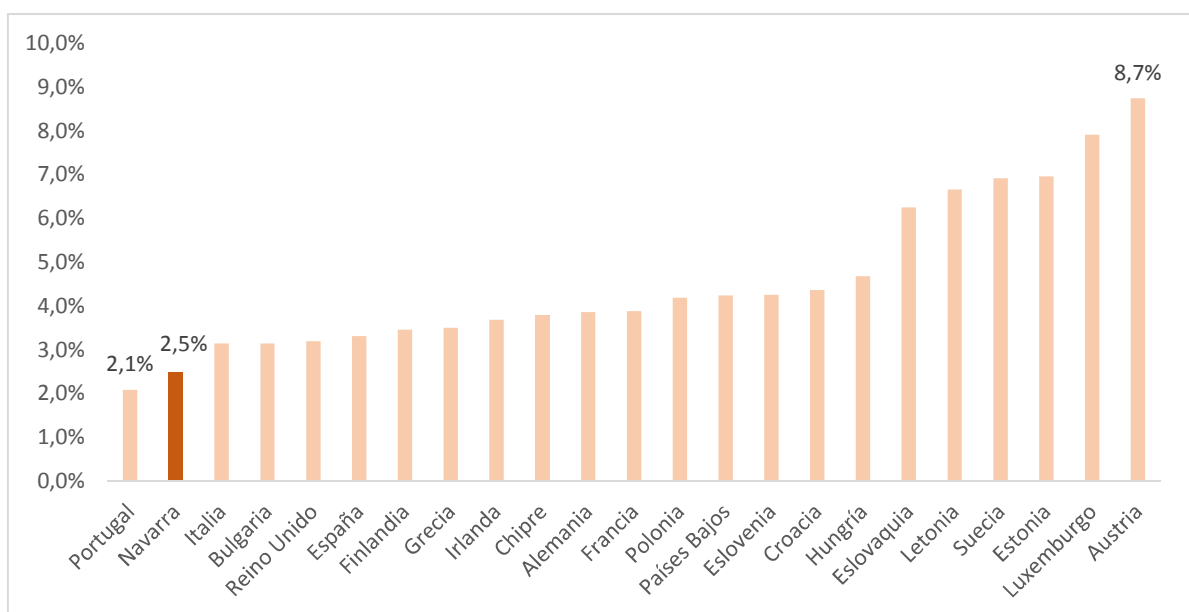


Figura nº 6.3
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra y en los países de la UE participantes en GEM 2016



6.4. 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 6.2.

Tabla nº 6.2
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra en 2016

Perfil demográfico	Perfil emprendedor
Sexo: - Hombres: 52,1% - Mujeres: 47,9 %	Participación en iniciativas consolidadas: - Son emprendedores consolidados: 4% - No son emprendedores consolidados: 96%
Edad: - Media: 47,89 años - Desviación típica: 10,51 años	Abandono de actividades emprendedoras en los últimos 12 meses: - Han abandonado: 0% - No han abandonado: 100%
Nivel de estudios: - Bajo (hasta primaria): 16% - Medio (secundaria): 16% - Alto (estudios superiores): 68%	Emprendimiento potencial: - Son emprendedores potenciales: 20% - No son emprendedores potenciales: 80%
Situación laboral: - Trabajan: 79,2 % - No trabajan: 20,8 %	Percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses: - Ven buenas oportunidades: 38,9% - No ven buenas oportunidades: 61,1%
Nivel de renta: - Hasta 20.000 euros: 44,9% - De 20.000 a 40.000 euros: 35,1% - De 40.000 a 100.000 euros: 20%	Poseción de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: - Sí poseen: 74,1% - No poseen: 25,9%
Tamaño del hogar: - Media: 2,8 personas	Poseción de formación específica para emprender: - Sí poseen: 39,9% - No poseen: 60,1%
	Actitud frente al fracaso: - El miedo al fracaso les impediría emprender: 50,1% - El miedo al fracaso no les impediría emprender: 49,9%

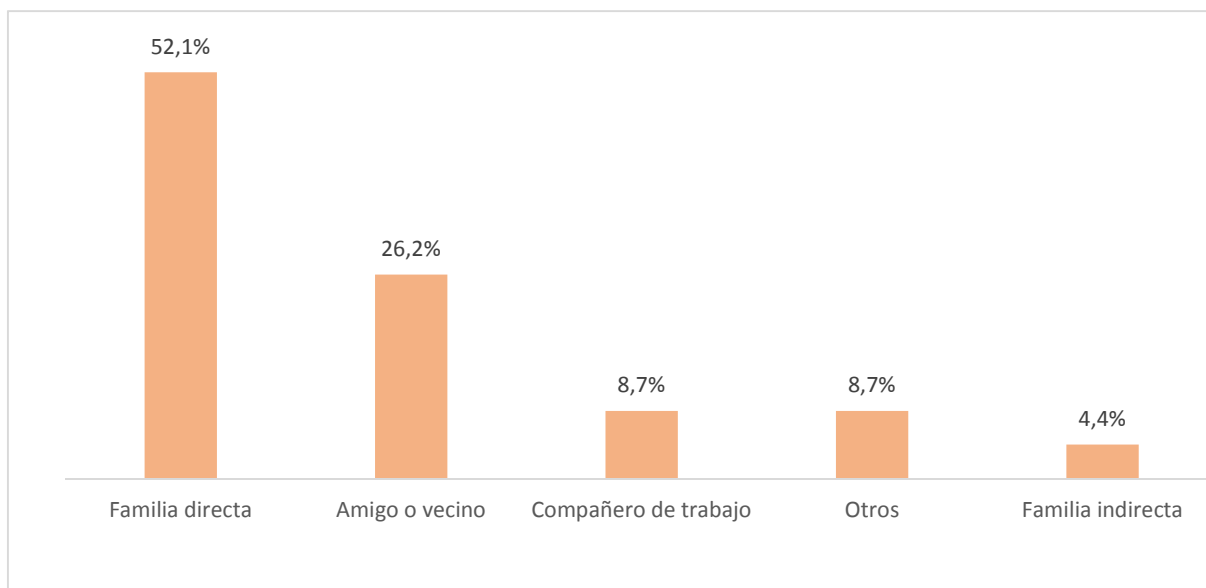
El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 48 años de edad, con estudios superiores, situación laboral activa, de unos ingresos que oscilan hasta los 40.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. En relación con su actitud emprendedora, en la mayoría de los casos los inversores privados no son emprendedores consolidados (96%), no han abandonado una actividad emprendedora durante el último año (100%), no se consideran emprendedores potenciales (80%) y tampoco perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses

(61,1%). En cuanto a su formación, la mayoría considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia adecuada para emprender (74,1%), aunque no ha recibido formación específica en dicho sentido (60,1%). Por último, el 49,9% de los inversores privados en Navarra considera que el miedo al fracaso no es un obstáculo a la hora de emprender.

La Figura nº 6.4 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de la inversión. Como puede observarse, en 2016 el inversor privado navarro principalmente participa en proyectos llevados a cabo por familiares directos (52,1%) y amigos o vecinos (26,2%). El inversor privado navarro colabora en menor grado con negocios desarrollados por compañeros de trabajo o familiares indirectos.

Figura nº 6.4

Relación del inversor privado navarro con el beneficiario de su inversión en 2016



6.5. El papel del capital riesgo

La falta de capital disponible constituye una de las dificultades más comunes con las que se encuentra toda iniciativa empresarial de nueva creación. Aunque en los últimos años se están desarrollando diversas medidas para que la situación cambie, a día de hoy el peso del capital riesgo en España en general, y en Navarra en particular, está por debajo de las cifras que se observan en el país de referencia en este tipo de iniciativas: Estados Unidos.

Con el objetivo de completar la panorámica de las fuentes de financiación disponibles para el emprendedor, a lo largo de las distintas ediciones, el

Proyecto GEM ha ido analizando el papel del capital riesgo en el apoyo a la creación de empresas y la expansión de negocios.

Los datos que se comentan a continuación proceden de la Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión (ASCRI). La ASCRI proporciona en su página web informes, anuarios y artículos relacionados con el capital riesgo en España (<http://www.ascri.org>). La información que se muestra en los siguientes párrafos proviene del “Informe de actividad Venture Capital & Private Equity” publicado en 2017. Dicho informe resume la situación del capital riesgo en España durante el año 2016.

Según el informe de la ASCRI el año 2016 ha resultado ser muy positivo para el sector del capital riesgo en España. La incertidumbre política del país ralentizó la actividad del sector durante el primer semestre. Sin embargo, durante el segundo semestre tuvo lugar un fuerte impulso de la inversión como consecuencia de la intensa actividad de los grandes fondos internacionales.

En el ejercicio 2016 las entidades nacionales privadas captaron 2.271 millones de euros (48,5% más respecto a 2015). El total de recursos captados por fondos de Private Equity se situó en 1.702 millones de euros, mientras que los fondos de Venture Capital acumularon 568 millones de euros. Para la financiación de start-ups se cerraron varios fondos como Ysios BioFund II Innvierte, Kibo Ventures Innvierte Open Future, Kanoar Ventures, Bullnet Capital III, BeAble Innvierte KETs Fund, Samaipata I y Swanlaab Giza Innvierte I.

Los fondos internacionales, con un total de 82 inversiones, fueron responsables del 72% del total invertido en 2016 en España. Entre las operaciones llevadas a cabo destacan 9 inversiones: Hotelbeds por Cinven y CPPIB, MásMovil por Providence, Tinsa por Cinven, Cupa Group por The Carlyle Group, Garnica por Intermediate Capital Group, Invent Farma por Apax Partners, Renovalia Energy Cerberus Capital y MaxMobility Spain (Cabify) por Rakuten. Estas 9 inversiones representaron el 54% del volumen invertido (1.405 millones de euros).

Los sectores que concentraron un mayor volumen de inversión fueron: Hostelería /Ocio (25,7%), seguido de Productos de Consumo (10,6%), Comunicaciones (9,6%), Informática (8,1%) y Energía y Recursos Naturales (8%). Si se considera el número de inversiones, el primer sector receptor fue Informática (41,4%), seguido de Productos de Consumo (8,2%), Medicina y Salud (7,9%) y Biotecnología /Ciencias de la vida (5,8%).

Capítulo 7

Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra

7.1. 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 de la UE que han participado en la edición GEM 2016. Tras esto, se examina el efecto que determinados factores del entorno social producen sobre la motivación de la población adulta para emprender.

7.2. La percepción de oportunidades para emprender

La Tabla nº 7.1 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 7.1 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Navarra y España							
Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
% población Navarra que percibe buenas oportunidades	20,70%	11,50%	11,10%	13,5%	20,3%	28,17%	25%
% población España que percibe buenas oportunidades	18,80%	14,40%	13,90%	16,00%	22,6%	26,00%	25,6%

En relación a la evolución de la población que considera que existen buenas oportunidades para emprender en Navarra, debe destacarse que en 2016 disminuye su porcentaje. Rompiendo con la tendencia creciente de los dos años anteriores, la población adulta navarra que entiende que emprender hace posible aprovechar buenas oportunidades se sitúa en un 25%. El descenso de 3,17 puntos que se produce en el porcentaje pone de manifiesto que la población adulta de nuestra comunidad percibe un entorno menos favorable para el emprendimiento.

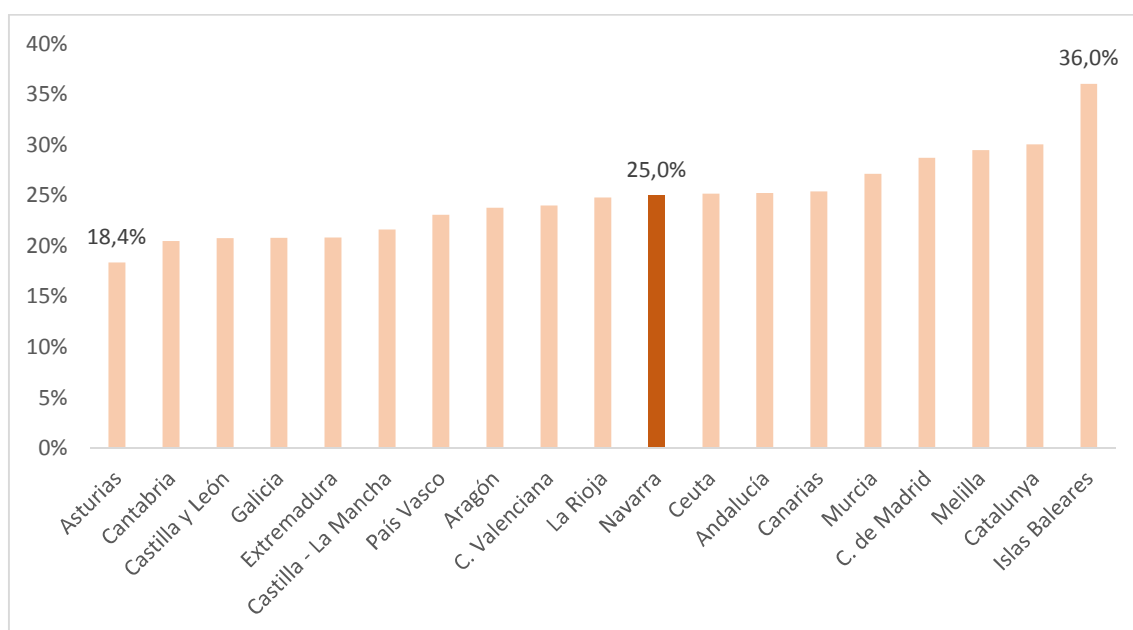
En cuanto al conjunto nacional, la Tabla nº 7.1 también muestra un ligero descenso en el número de personas que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en España. Se pasa del 26% en 2015 al 25,6% en

2016. A pesar de que el dato para Navarra y España es muy similar, la percepción de buenas oportunidades en el conjunto nacional supera a la de Navarra.

Si comparamos la percepción de oportunidades para emprender en Navarra con la del resto de Comunidades Autónomas (Figura nº 7.1), observamos como nuestra comunidad se sitúa ligeramente por encima de la media (24,8%) y por delante de comunidades como La Rioja, Comunidad Valenciana o Aragón. A nivel nacional, al igual que en 2015, las Islas Baleares son la comunidad en la que reside un mayor porcentaje de población adulta que percibe buenas oportunidades para emprender (36%). En el extremo opuesto se sitúa Asturias con un 18,4% de población adulta que considera que existen buenas oportunidades de negocio.

Figura nº 7.1

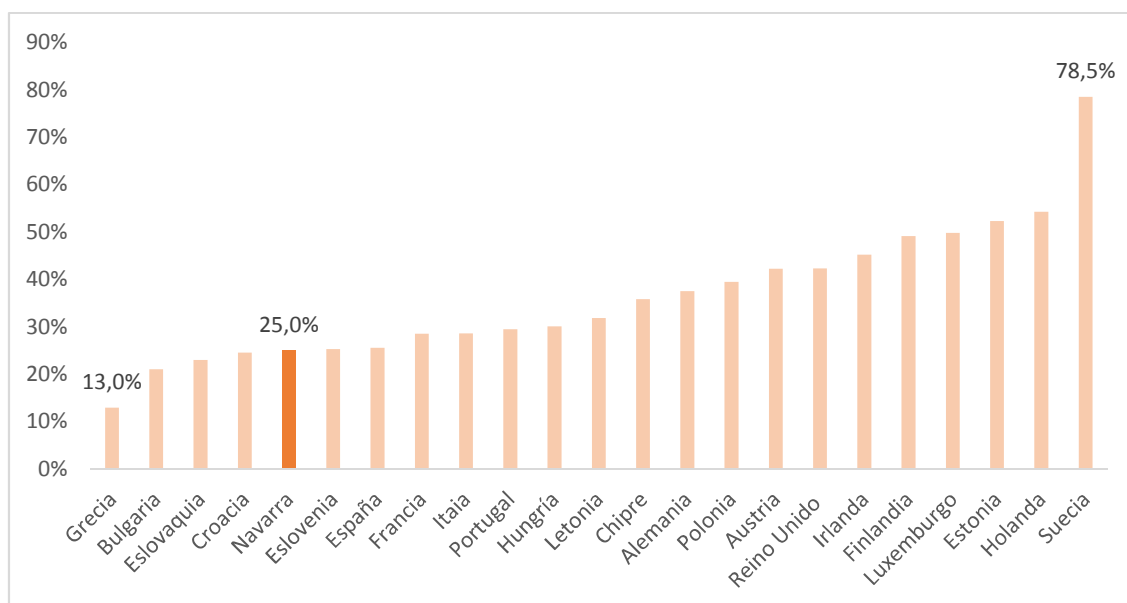
Comparación regional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 2016



La Figura nº 7.2 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en nuestra comunidad con la percepción de oportunidades que tiene lugar en otros países de la UE que han participado en la edición GEM 2016. En este caso, Navarra se sitúa por debajo de la media (36,2%), tan sólo por delante de Croacia, Eslovaquia, Bulgaria y Grecia. A nivel europeo son los suecos los que perciben mejores oportunidades para emprender (78,5%) y los griegos los menos favorables en cuanto a la existencia de buenas oportunidades de negocio (13%).

Figura nº 7.2

Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2016



7.3. 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 7.2) 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

<i>Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender</i>	<i>% de respuestas afirmativas</i>						
<i>Año en que se realiza la consulta</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>
<i>Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años</i>	28,9%	26,1%	25,3%	31%	36%	33,1%	34,6%
<i>Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio</i>	45,7%	46,3%	44,7%	47%	45,7%	42,5%	43,4%
<i>El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender</i>	44,5%	45,2%	52,6%	50%	47,3%	42,0%	50,1%
<i>Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar</i>	75,6%	70,4%	78,3%	79%	74,9%	74,9%	75,7%
<i>Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional</i>	63,3%	59,3%	63,9%	55%	54,6%	52,4%	57%
<i>Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social</i>	61,3%	63,8%	68,4%	50%	52,5%	49,8%	51,6%
<i>Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios de éxito</i>	50,2%	53,2%	52,3%	51%	51,9%	52,7%	57,7%

De acuerdo a la Tabla nº 7.2 el porcentaje de población que dice conocer a personas emprendedoras en 2016 asciende al 34,6%. Dicho dato refleja un aumento respecto al año anterior (33,1%).

El porcentaje de personas que afirman tener los conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio aumenta respecto a 2015, situándose en 2016 en el 43,4%. Dado que más de la mitad de la población encuestada considera carecer de los conocimientos necesarios para emprender, podemos afirmar que existe cierta carencia formativa sobre el proceso necesario para poner en marcha un negocio. Debe tenerse en cuenta que la formación es un impulsor importante de la

calidad de las iniciativas y del potencial de desarrollo de las misma 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 2016 en el 50,1%. Se rompe, por tanto, con la tendencia decreciente que se inicia en 2014 y se recuperan las cifras de 2012 y 2013 cuando el porcentaje de población adulta que sentía temor ante la expectativa de que su negocio fracasara era superior al 50%.

El nivel de competitividad, medido a través del deseo de un nivel de vida similar en la sociedad, indica que un 75,7% de la población desea que en la sociedad en la que vive exista un nivel de vida similar, siendo este porcentaje superior al de los dos años anteriores. En consecuencia, es posible afirmar que la competitividad en la Comunidad Foral ha aumentado ligeramente.

La percepción de que poner en marcha una empresa es una buena opción profesional experimenta un aumento superior al 4%. Mientras que en 2015 el 52,4% de la población adulta navarra considera que emprender es una buena alternativa profesional, el 57% presenta la misma opinión en 2016.

La Tabla nº 7.2 también recoge los resultados relativos a la imagen social de la figura del empresario. Esta variable experimenta durante el intervalo 2012-2013, un descenso importante, cuando se pasa del 68,4% al 50%. Desde 2013 la población navarra que considera que los empresarios gozan de un buen estatus social se mantiene en torno al 50%. En concreto, el dato para 2016 se sitúa en el 51,6%.

Por último, en 2016, un 57,7% de las personas encuestadas perciben una buena cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, un porcentaje superior al 52,7% de 2015. 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)	393.916 habitantes, residentes en Navarra de 18 a 64 años.
Muestra	1.000 personas de 18 años hasta 64 años.
Selección de la muestra	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) 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.
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	Desde el mes de junio hasta julio de 2016
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.	