



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO
NAVARRA 2018



Nafarroako
Gobernua



Gobierno
de Navarra

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR INFORME EJECUTIVO 2018-NAVARRA

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

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA

Director

Ignacio Contín Pilart

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

Equipo de investigación

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

Ignacio Contín Pilart

Martin Larraza Kintana

Dpto de Economía y Empresa – Universidad de la Rioja

Raquel Orcos Sánchez

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

Victor Martin-Sanchez

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2018

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 José María Biedma Ferrer <u><i>Coordinadores Equipos Provinciales:</i></u> Luis López Molina María del Mar Fuentes Fuentes María Jesús Hernández Ortíz Rafael Ventura Fernández Carmen Cabello Medina Francisco Liñán	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores Universidad de Cádiz Universidad de Granada Universidad de Jaén Universidad de Málaga Universidad Pablo de Olavide Universidad de Sevilla

Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maícas López Javier Montero Villacampa Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Departamento de Economía, Industria y Empleo del Gobierno de Aragón Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
Asturias	Universidad de Oviedo	Beatriz Junquera Cimadevilla (Directora) Jesús Ángel del Brío González Begoña Cueto Iglesias Matías Mayor Fernández	Cátedra Capgemini-Caja Rural de Asturias de Emprendimiento
Baleares	Universidad de las Islas Baleares	Julio Batle Lorente (Director GEM Baleares) María Sard Bauzá Joan Garau Vadell Marco Antonio Robledo Camacho M. Vanessa Díaz Moriana Francina Orfila Sintés	Cátedra ICAPE Instituto de Innovación Empresarial (IDI) Conselleria de Trabajo, Comercio e Industria
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	<p>Universidad de Cantabria</p> <p>Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria</p>	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Coordinadora)</p> <p>Carlos López Gutiérrez</p> <p>Javier Montoya del Corte</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p>	<p>Santander</p> <p>SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Investigación, Medio Ambiente y Política Social</p>
Cataluña	<p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p> <p>Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña)</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Enric Genescà</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local.</p> <p>Generalitat de Catalunya</p> <p>Departament d'Empresa i Coneixement</p>
Castilla La Mancha	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p>	<p>Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha)</p> <p>Ángela González Moreno</p> <p>Francisco José Sáez Martínez</p> <p>Rafael Minami Suzuki</p> <p>Llanos López Muñoz</p> <p>Adrián Rabadán Guerra</p> <p>José M^a Ruiz Palomo</p> <p>Mireya Martínez López</p>	<p>Universidad de Castilla La Mancha</p> <p>Junta de Comunidades de Castilla La Mancha</p> <p>Fundación Globalcaja HXXII</p>
Castilla y León	<p>Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León</p>	<p>Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León)</p> <p>Nuria González Álvarez (Co-Directora GEM Castilla y León)</p> <p>Constantino García Ramos</p> <p>José Luis de Godos Díez</p> <p>Daniel Alonso Martínez</p>	<p>Universidad de León</p> <p>Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>

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 Deusto Business School	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) <u>Equipo UAM</u> Yolanda Bueno Hernández Begoña Santos Urda Miguel Angoitia Grijalba Esperanza Valdés Lías <u>Equipo Deusto Business School</u> Iñaki Ortega Cachón Iván Soto San Andrés	Universidad Autónoma de Madrid Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)
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	Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Garden

		<p>M^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lopera M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
Extremadura	<p>Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura</p>	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>Mari Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión Raúl Rodríguez Preciado</p>	<p>Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Extremadura Avante Sodiex CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature</p>
Galicia	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica)</p> <p>Sara Fernández López (Coordinadora) Jacobo Feás Vázquez Marta Portela Maseda David Rodeiro Pazos Emilio Ruzo Sanmartín Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p> <p><i>Colaboradores:</i> Nuria Calvo Babío (Univ. da Coruña)</p>	<p>Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades</p>

	<p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Federación Galega de Xoves Empresarios (FEGAXE)</p>	<p>Lucía Rey Ares (Univ. da Coruña) Pilar Piñeiro García (Univ. de Vigo) Alberto Vaquero García (Univ. de Vigo) María Bobillo Varela (consultora independiente)</p> <p>Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández</p> <p>José Antonio Redondo Sampredo</p>	
La Rioja	<p>Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas Universidad de La Rioja</p>	<p>Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Mónica Clavel San Emeterio Rubén Fernández Ortiz Juan Manuel Dominguez Ortega Emma Juaneda Ayensa Emma Juaneda</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja EmprendeRioja Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p>
Melilla	<p>Universidad de Granada</p>	<p>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</p>	<p>Universidad de Granada Ciudad Autónoma de Melilla Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE)</p>
Murcia	<p>Universidad de Murcia</p>		<p>Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente</p>

		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	Instituto de Fomento de la Región de Murcia Bankia 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 Universidad de La Rioja King's College London (UK) CEIN	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martin Sánchez Lucía Nieto Sádaba María Sanz de Galdeano (Co-Directora GEM-Navarra)	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra
País Vasco	Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School Mondragón Unibertsitatea	María Saiz (Directora Ejecutiva GEM-País Vasco) José L. González-Pernía (Director Técnico GEM-País Vasco) Nerea González Jon Hoyos	SPRI Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Diputación Foral de Araba

	<p>Universidad del País Vasco UPV/EHU Deusto Business School</p> <p>Newcastle Business School Universitat Autònoma de Barcelona</p>	<p>Iñaki Peña</p> <p>Maribel Guerrero David Urbano</p>	<p>Fundación Emilio Soldevilla</p>
<p>Trabajo de campo GEM España</p>	<p>Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)</p>	<p>Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)</p>	<p>Asociación RED GEM España</p>

EQUIPO GEM ESPAÑA 2018

GEM España



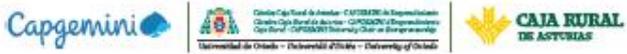
GEM Andalucía



GEM Aragón



GEM Asturias



GEM Baleares



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Ceuta



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



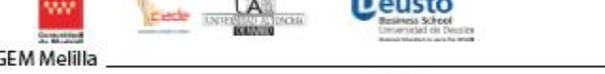
GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Com. de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2018

El Proyecto GEM es el estudio más ambicioso que se realiza en el contexto internacional sobre la actividad emprendedora. Más de 70 equipos de investigación de otros tantos países y regiones de toda la geografía mundial trabajan en esta iniciativa. El presente informe analiza, 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 2018

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo.....	12
1. Introducción.....	16
2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra.....	20
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 2018 muestran que la actividad emprendedora en Navarra en el año 2018, 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 4,6%. En concreto, el 2,4% estaba compuesto por personas emprendedoras con negocios nacientes (de hasta tres meses de funcionamiento); y el otro 2,2%, por personas con negocios nuevos (cuya edad se sitúa entre 3 y 42 meses). Al contrario de lo acontecido en España, en Navarra el TEA ha disminuido ligeramente con respecto a 2017 (4,8). Asimismo, el TEA de Navarra se sitúa en 2018, al igual que en años anteriores, por debajo del observado en el conjunto de España (6,4%). No obstante, la tasa de actividad emprendedora en Navarra en 2018 es la tercera mayor desde el año 2009, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento. No obstante, la recuperación económica de estos últimos años no ha permitido, ni en Navarra ni en España en su conjunto, alcanzar los niveles de emprendimiento previos a la crisis económica de 2008 (ver Figura nº 2.1 del Capítulo 2). Este comportamiento se puede deber, especialmente en el caso de Navarra, a que la recuperación económica actual puede estar generando alternativas de ocupación más atractivas que la creación (o mantenimiento) de una nueva empresa. Habrá que esperar a próximas ediciones del GEM para ver si esta tendencia se consolida o si se asistimos en los próximos años a un repunte en la actividad emprendedora que lleve a alcanzar niveles previos a la Gran Depresión.

Asimismo, la tasa real de cierres de empresas en Navarra en 2018 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 (7,2%), y como suele ser habitual, mayor al observado en el conjunto de España (6,1%). Este porcentaje también es mayor en Navarra que en La Rioja y en el País Vasco. Asimismo, Navarra mantiene en 2018, 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 disminuyó en Navarra en 2018 (1,4%) con respecto a 2017 (1,9%) y se situó por debajo de la media española (1,7%). Además, el intra-emprendimiento, tanto en Navarra como en España, está

por debajo de la media de las economías de la UE28 (5,85%). Las economías que presentan una mayor actividad intra-empresarial suelen contar con empresas con una clara vocación innovadora que promueven nuevos productos/servicios, nuevas líneas de negocios o nuevas empresas con la finalidad de generar valor a sus *stakeholders* y llegar a ser más competitivas en el mercado doméstico e internacional. Dadas las bondades de este tipo de actividad emprendedora a nivel organizacional y sistemático, parece conveniente, con el fin de incrementarla, continuar en Navarra con políticas, tanto públicas como privadas, tendentes a fortalecer el capital humano, la orientación emprendedora, así como la búsqueda de co-creación de oportunidades mediante colaboraciones entre diversos agentes del ecosistema emprendedor e innovador.

Asimismo, sigue predominando en Navarra, al igual que en otros países y regiones desarrolladas, el emprendimiento por oportunidad frente al emprendimiento por necesidad, habiendo disminuido este último en 2018 con respecto a 2017. Así, contamos en nuestra comunidad con aproximadamente un emprendedor en fase inicial por necesidad por cada tres por oportunidad. Asimismo, 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.

El perfil de las personas involucradas en actividades empresariales en Navarra en el año 2018 es, a grandes rasgos, similar al descrito en ediciones anteriores. No obstante, cabe destacar que se confirma una participación cada vez más activa del colectivo femenino en el proceso emprendedor. Los datos de este año muestran un porcentaje de mujeres superior al de hombres entre los emprendedores con actividad inferior a 42 meses y entre los consolidados. No ocurre así entre los emprendedores potenciales. Otro colectivo que parece participa cada vez más activamente en las actividades emprendedoras es el de los jubilados. Los datos de este año vienen a confirmar la presencia de un porcentaje que ronda el 2% de jubilados entre los emprendedores. Cabe señalar también que se percibe una menor participación de postgraduados en el proceso emprendedor. Esto quizá venga motivado por unas mejores perspectivas en el mercado laboral.

Por otra parte, parece aumentar el porcentaje de personas involucradas en las diferentes fases del proceso emprendedor que declara poseer formación específica para emprender. Así pues, si bien el perfil medio presenta algunas variaciones según sea el tipo de emprendedor analizado (potencial, TEA o consolidado), estamos ante un hombre o mujer de unos 40 o 45 años de edad, con educación secundaria o superior, que declara poseer formación específica para emprender, con un nivel de renta medio, y que vive en un hogar de tres miembros. Conforme nos acercamos de los emprendedores potenciales a los consolidados, crece la edad media pero en términos generales baja el nivel de estudios medio.

Más de la mitad (51,2%) de las iniciativas emprendedoras en fase inicial registradas en Navarra en 2018 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo. Entre las

iniciativas en fase consolidada, aquellas con más de 42 meses de operatividad, un 38,9% también actúan mayoritariamente en dicho sector. Tanto las nuevas iniciativas emprendedoras como aquellas en fase inicial son microempresas con predominio de las entidades con un solo trabajador (autoempleo). Sin embargo, en términos de aspiraciones de crecimiento (número de empleados esperado en cinco años), en esta edición de 2018, solo las iniciativas emprendedoras en fase inicial son aquellas que reportan aspiraciones de crecimiento en el medio plazo. Por lo contrario, dichas aspiraciones de crecimiento no se reflejan en el caso de las iniciativas en fase consolidada. Además, en esta edición se observa que los valores en términos de innovación son bastante similares a los del año pasado. A pesa de ello, existen pequeñas variaciones. Las iniciativas emprendedoras en fase inicial completamente innovadoras pasan de 16,4% en 2017 a un 13% en 2018. En el caso de las iniciativas en fase consolidada este porcentaje pasa del 8,8% en 2017 al 8,2% en 2018. No obstante, el dato más significativo es que las iniciativas emprendedoras en fase inicial que no son nada innovadoras se reducen de un 71,5% en 2017 a un 58,7 en 2018. Finalmente, respecto a la percepción de la competencia, este valor es en general más alto entre los emprendedores de iniciativas en fase consolidada a diferencia de aquellos que se encuentran en iniciativas emprendedoras en fase inicial. Sin embargo, en esta edición se puede observar como los emprendedores en iniciativas emprendedoras en fase inicial están cambiando la percepción que tienen sobre la competencia. Aquellos que consideran que no hay competencia se reducen de un 20,3% en 2017 a un 10,9% en 2018 y aquellos que perciben alguna competencia incrementan de un 28% en 2017 a un 39,1% en 2018. Las proporciones en el caso de las iniciativas en fase consolidad no varían significativamente.

El capital semilla necesario para la financiación de una iniciativa emprendedora en Navarra se sitúa en 2018 en los 30.000 euros. Esta cifra es 10.000 euros superior a la del conjunto nacional. Respecto a la participación del inversor privado en la financiación de negocios ajenos, se observa en Navarra un pequeño incremento durante el año 2018. Mientras que en 2017 la población adulta navarra que efectúa inversiones en proyectos ajenos se sitúa en 4,4%, en 2018 el porcentaje asciende al 4,7%. 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 0,9% superior a la de la media española. Dentro del territorio nacional, Navarra es una de las Comunidades Autónomas que presenta un mayor porcentaje de inversión privada en negocios ajenos. En el caso del entorno europeo GEM, nuestra comunidad se sitúa ligeramente por debajo de la media (5%). 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 disminuye 4,2 puntos en 2018. A nivel nacional, la percepción de buenas oportunidades en nuestra comunidad se sitúa por encima de la media (26,3%). Sin embargo, al

comparar la situación de Navarra con la de otros países de la UE que han participado en el informe GEM 2018, se observa que la percepción de buenas oportunidades para emprender se sitúa por debajo de la media (43,3%).

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% de la población adulta afirma conocer a algún emprendedor). En 2018, el 47,7% de la población adulta navarra considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial y el 43,8% sostiene que el temor a fracasar supone un obstáculo para la puesta en marcha de un negocio. En general, las personas de entre 18 y 64 años que residen en Navarra consideran que emprender es una buena opción profesional (51,2 % de la población encuestada), que los empresarios gozan de un buen estatus social (48,9% de la población encuestada) y que existe una buena cobertura mediática de las noticias relacionadas con emprendedores de éxito (57 % de la población encuestada).

Capítulo 1

Introducción

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

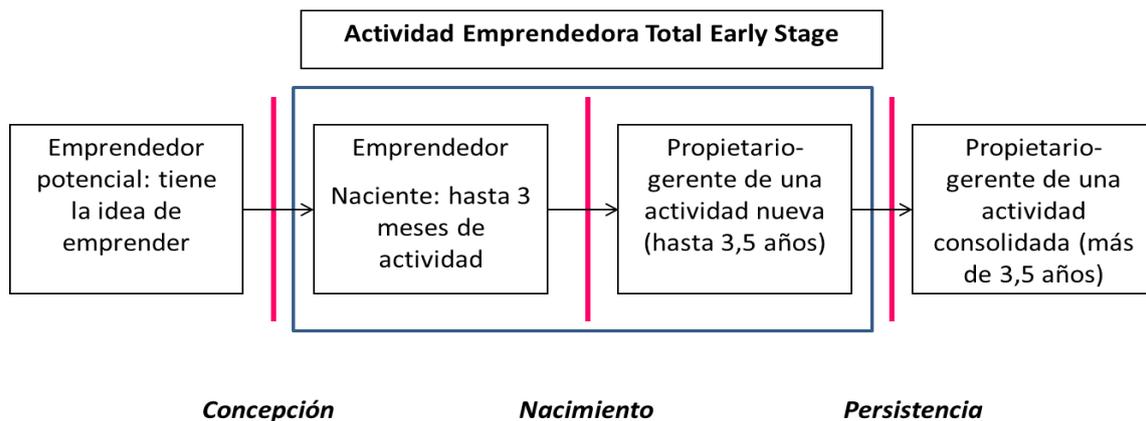
El observatorio GEM proporciona datos desde el año 1999, habiendo analizado, por un lado, la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, y, por otro, enriquecido el ámbito académico con multitud de artículos y trabajos científicos publicados en revistas indexadas. Asimismo, las instituciones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

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

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

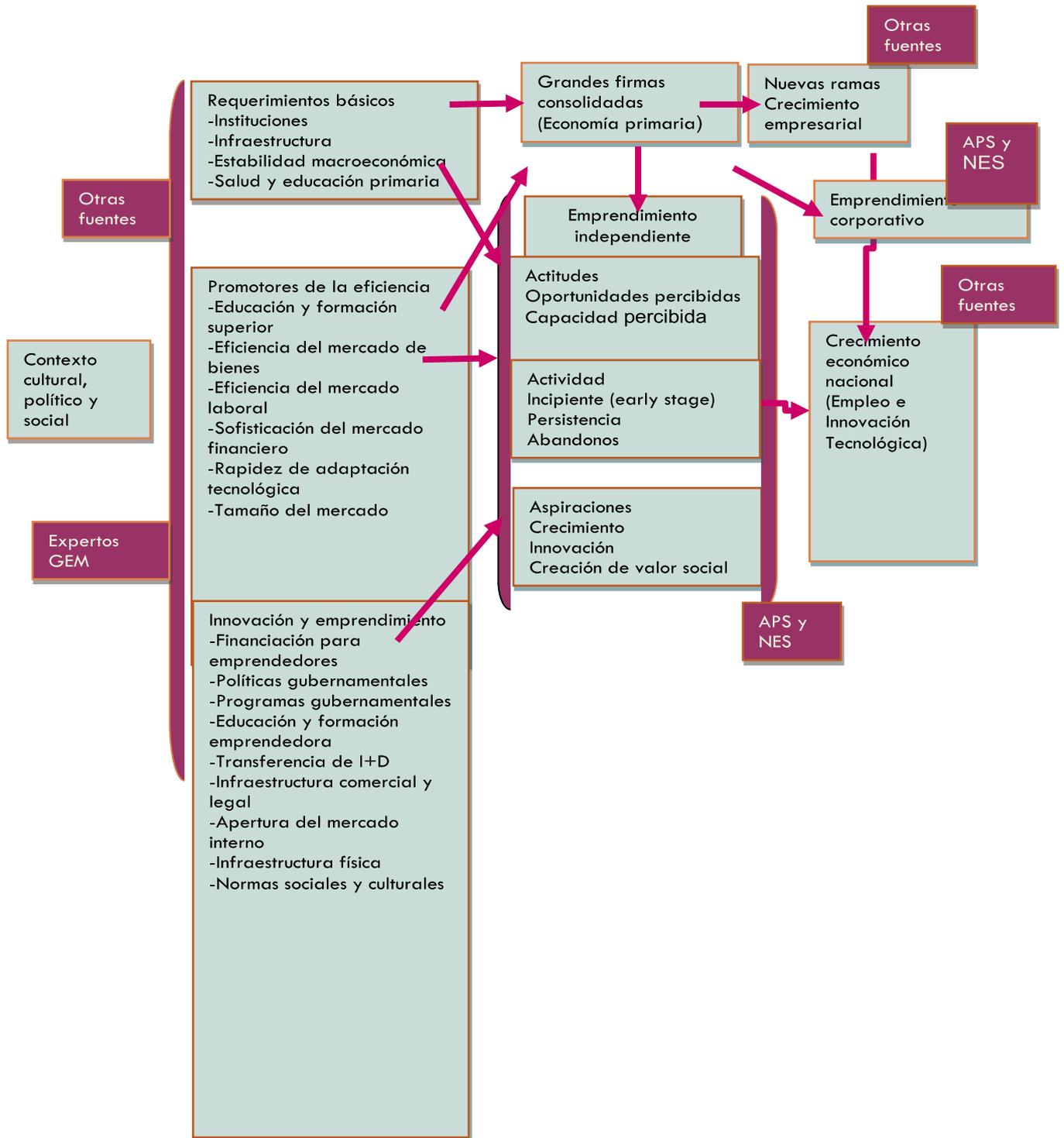
Figura nº 1.1

El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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

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



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

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

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

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

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

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

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

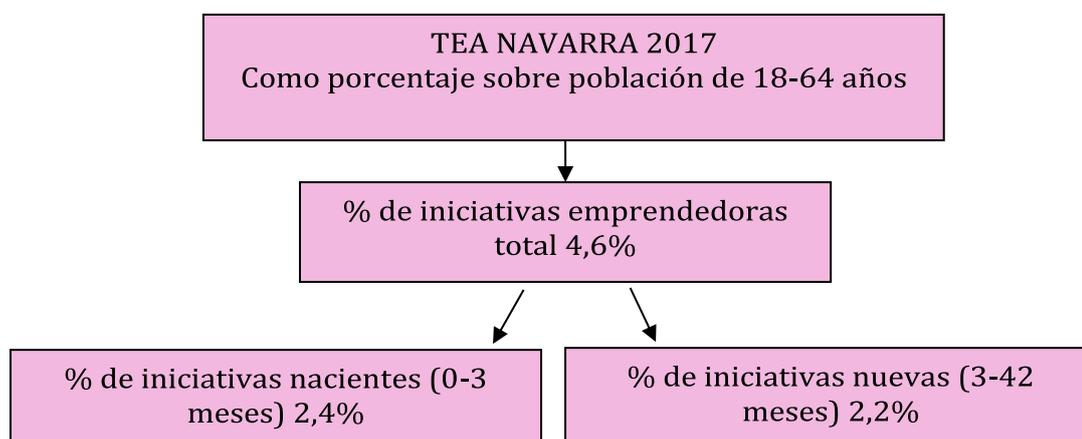
Capítulo 2

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra

2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta navarra

Tasa de actividad emprendedora (TEA)

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, **la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población adulta navarra**, o lo que es lo mismo el porcentaje de la población adulta involucrado en actividades emprendedoras en fase inicial (TEA), **fue del 4,6 % en el año 2018**. Dicha tasa se calcula a partir de 1.000 cuestionarios realizados a la población navarra de 18 a 64 años de edad. A su vez, la citada tasa puede desagregarse en dos componentes: la tasa relativa a las iniciativas nacientes (que no sobrepasan los 3 meses de vida), y la relativa a las iniciativas nuevas (entre 3 y 42 meses de vida), que para el año 2018 arrojan unos valores del 2,4% y del 2,2%, respectivamente.

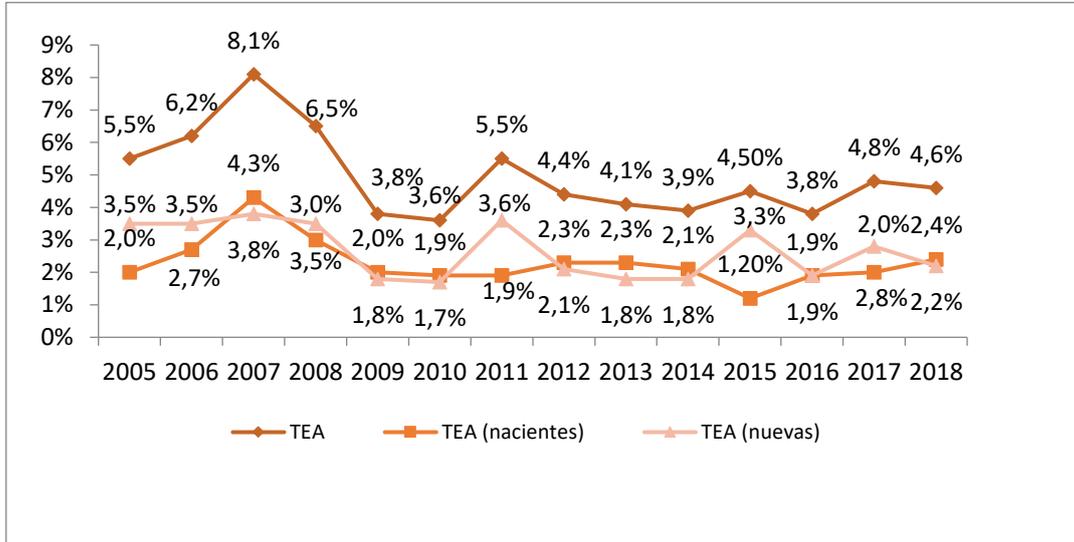


Análisis de la evolución temporal del TEA

La Figura nº 2.1 muestra cómo el TEA ha disminuido en Navarra, al contrario que en España (ver Figura nº 2.2), en el año 2018 con respecto al 2017. No obstante, la tasa de actividad emprendedora en Navarra en 2018 es la

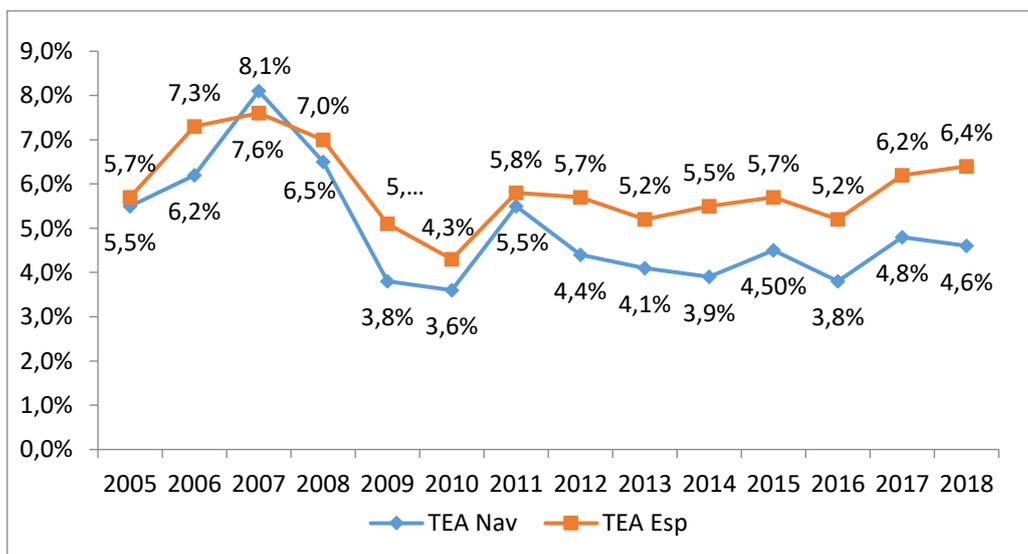
tercera mayor desde el año 2009, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento. Esta figura también muestra que las iniciativas nacientes y las nuevas fueron muy similares en 2018.

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



Como se puede observar en la Figura nº 2.2, el índice TEA de Navarra se sitúa por debajo del de España durante prácticamente todo el período 2005-2018 (únicamente en el año 2007 se situó por encima). Este dato sugiere que el nivel de emprendimiento en la Comunidad Foral es menor que el de España en su conjunto.

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



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.

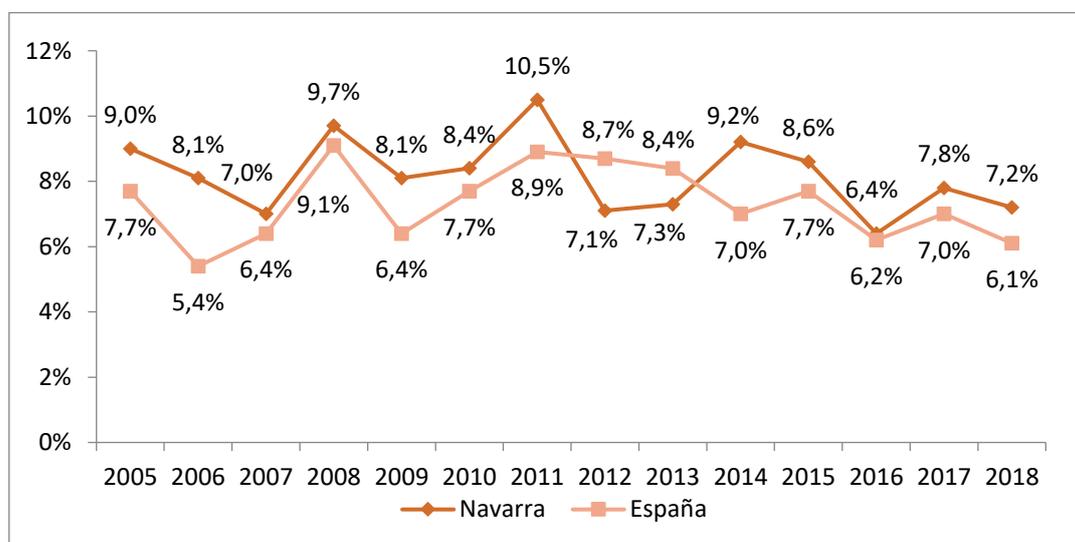
Este comportamiento se puede deber a que la recuperación económica actual puede estar generando alternativas de ocupación más atractivas que la creación (o mantenimiento) de una nueva empresa. Habrá que esperar a próximas ediciones del GEM para ver si esta tendencia se consolida o si se asistimos en los próximos años a un repunte en la actividad emprendedora que lleve a alcanzar niveles previos a la Gran Depresión.

2.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra

Además de proporcionar datos sobre la actividad emprendedora, el proyecto GEM nos permite estimar anualmente el porcentaje de empresarios consolidados; esto es, aquellos empresarios que poseen y gestionan un negocio que ha sobrepasado la barrera de los 42 meses de vida, sobre la población adulta. La Figura nº 2.3 muestra que dicho porcentaje ha sido en Navarra mayor que el observado en el conjunto de España durante el periodo 2005-2018, 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.

Figura nº 2.3

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

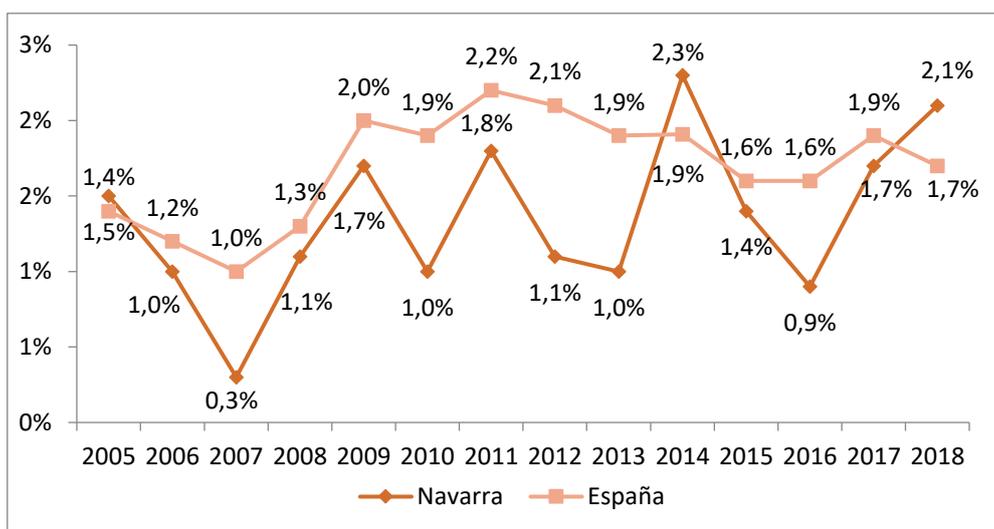


Asimismo, el porcentaje de la población adulta que fue identificado como empresario consolidados disminuyó tanto en Navarra como en España en 2018 con respecto a 2017.

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.

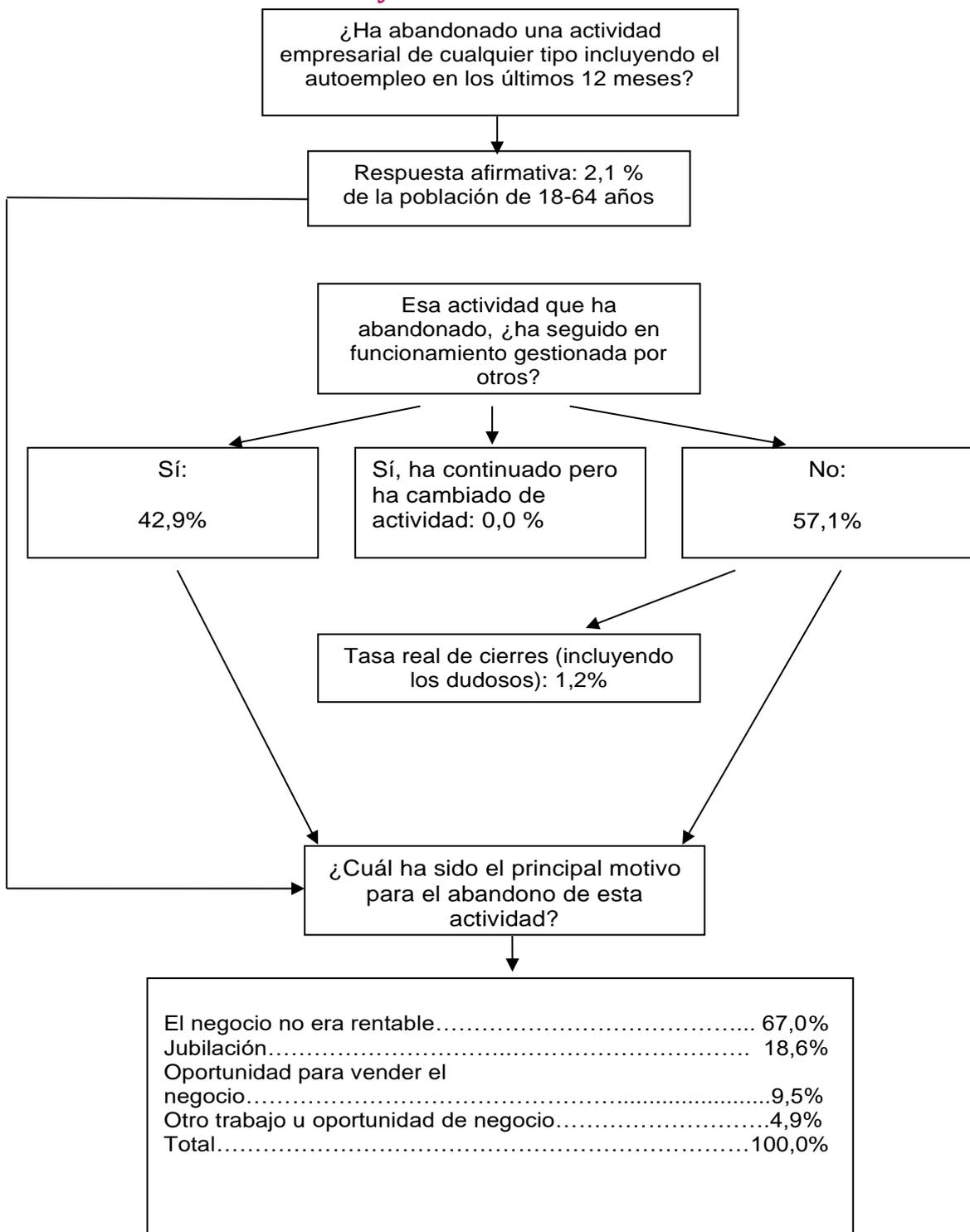
Figura nº 2.4
Evolución del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta en Navarra y España



Tal y como se desprende de la Figura nº 2.4 en Navarra, al contrario que lo acontecido en España, se ha producido en el año 2018 con respecto a 2017 un incremento del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta, situándose este indicador en Navarra por encima del observado en España. Asimismo, la Figura nº 2.5 muestra los datos referido a abandonos y cierres en Navarra en 2017, 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 2018 en Navarra en el 1,2%, igual a la de 2017, y ligeramente por debajo de la de España (1,3%)

Entre los motivos de abandono, destacan la falta de rentabilidad del negocio (67,0%) y la jubilación de los emprendedores (18,6%).

Figura nº 2.5
Abandono de iniciativas y su motivación en Navarra en el año 2018

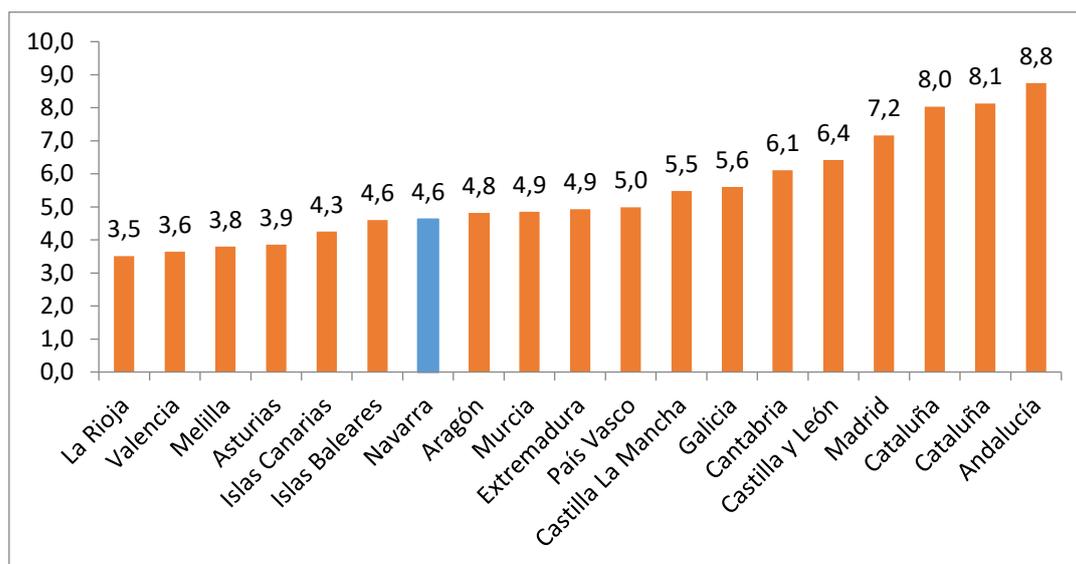


2.3. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

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 2018. Navarra se sitúa en el segundo cuartil de manera que su posición relativa en

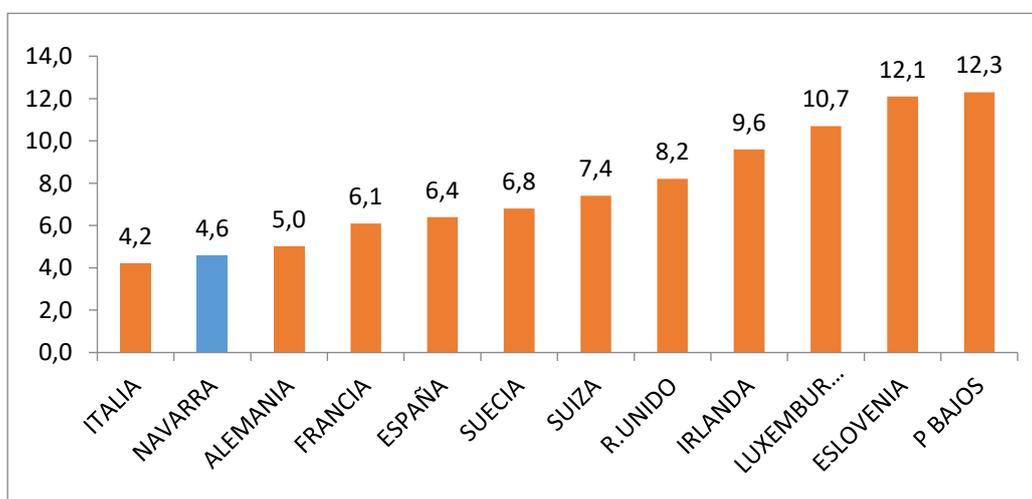
el conjunto del Estado ha mejorado con respecto a ediciones anteriores (en 2014, por ejemplo, se situó en el primer cuartil). Con respecto a nuestras CCAA vecinas, el TEA de Navarra es menor que el del País Vasco y Aragón aunque es mayor que el de La Rioja. En todo caso, es inferior al observado en Cataluña y Madrid.

Figura nº 2.6
TEA 2018 en las CC.AA. españolas (%)



El índice de actividad emprendedora de Navarra en 2018 se sitúa por encima del de Italia, y muy cerca del observado en Alemania, si bien está lejos del de los países más emprendedores como por ejemplo Países Bajos, Irlanda y Reino Unido (Figura 2.7).

Figura nº 2.7
Comparación del TEA de Navarra y del TEA de países europeos participantes en el GEM en el año 2018 (%)



2.4. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional

La Figura nº 2.8 muestra el porcentaje de empresarios consolidados sobre la población de 18-64 años en 2018 para todas las comunidades autónomas españolas. Se trata, como ya hemos señalado, de empresario que poseen y gestionan negocios que llevan operando más de 42 meses. El valor de este indicador en Navarra se sitúa por encima de la media española y del de la Rioja y País Vasco.

La Figura nº 2.9 muestra el mismo indicador para Navarra y para algunos de los países europeos participantes en la edición GEM 2018. El porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta en Navarra es muy similar al de Alemania, se sitúa únicamente por debajo del de Suiza y el de los Países Bajos, 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 2.8

Tasa de actividad empresarial consolidada (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en 2017 en las CC.AA.

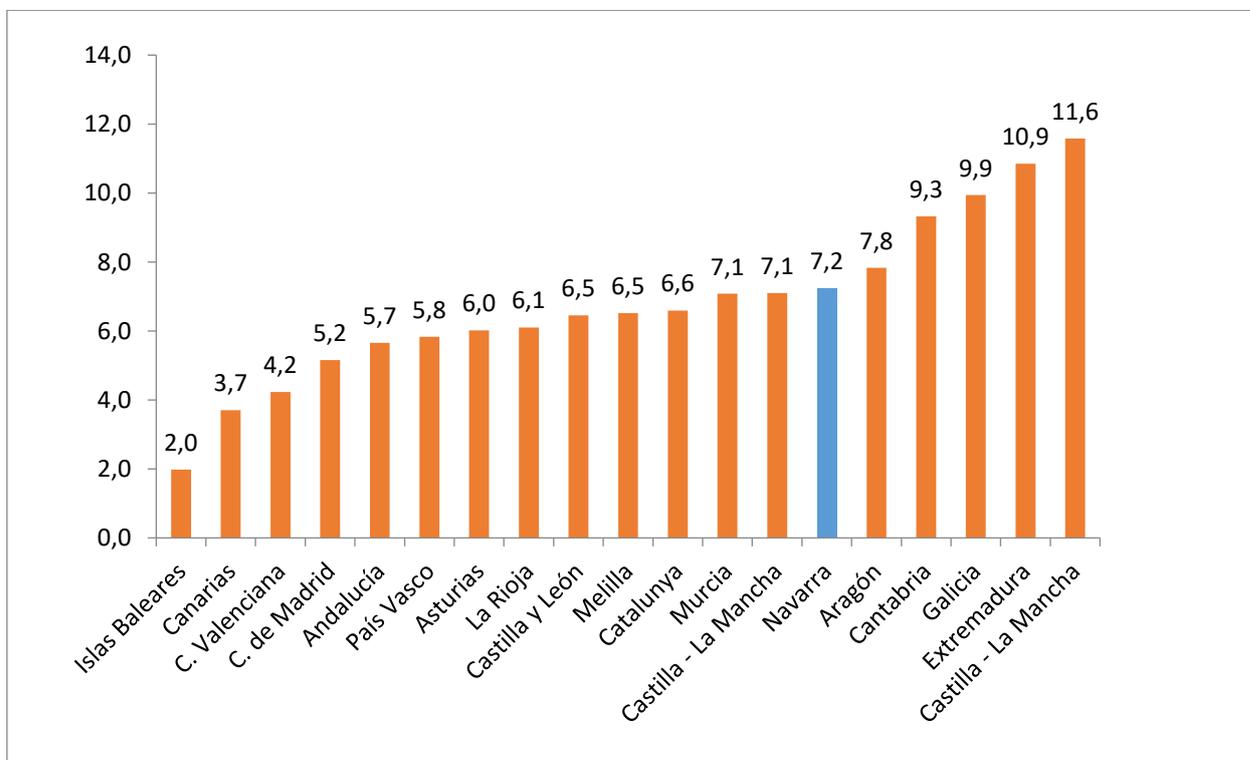
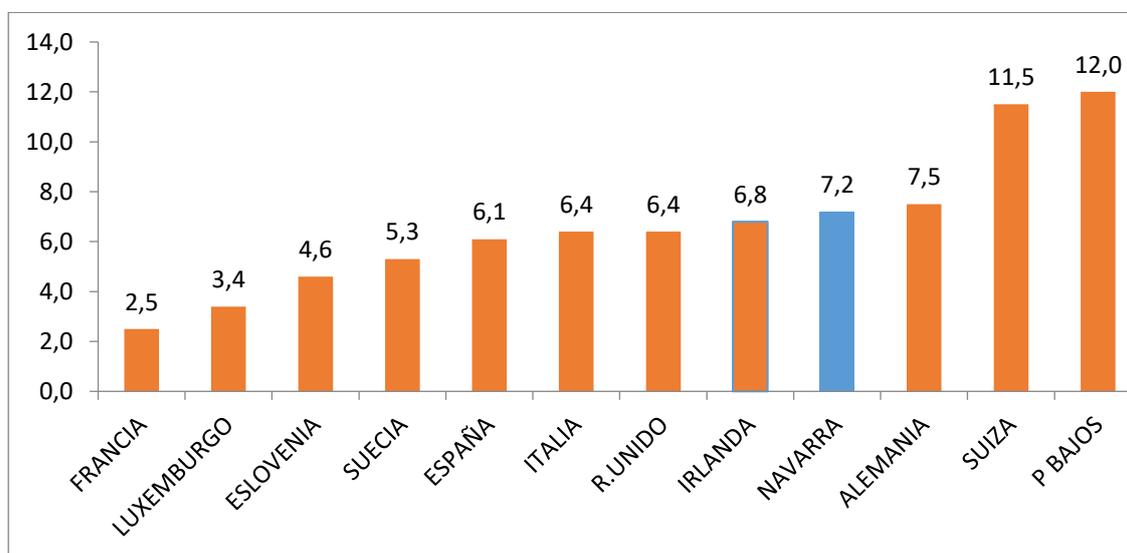


Figura nº 2.9
Comparación de la tasa de actividad consolidada de Navarra y de países europeos participantes en el GEM en el año 2018



2.5- 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 ediciones anteriores, en 2018 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 2018 el 1,4% 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-empresariado en Navarra en el año 2018 se situó claramente por debajo del de emprendimiento (4,6%). Asimismo, este indicador de intra-empresariado fue

menor en Navarra que en el conjunto de España en 2018 (Figura nº 2.11). Ambos siguen estando por debajo de la media de economía de la UE28 (5,8%)

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.

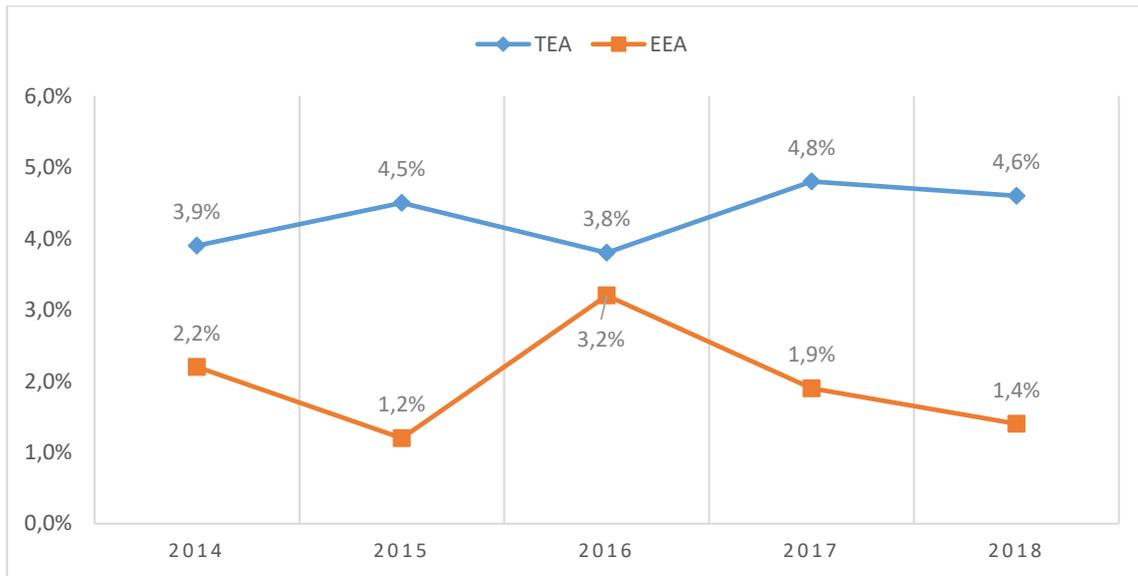
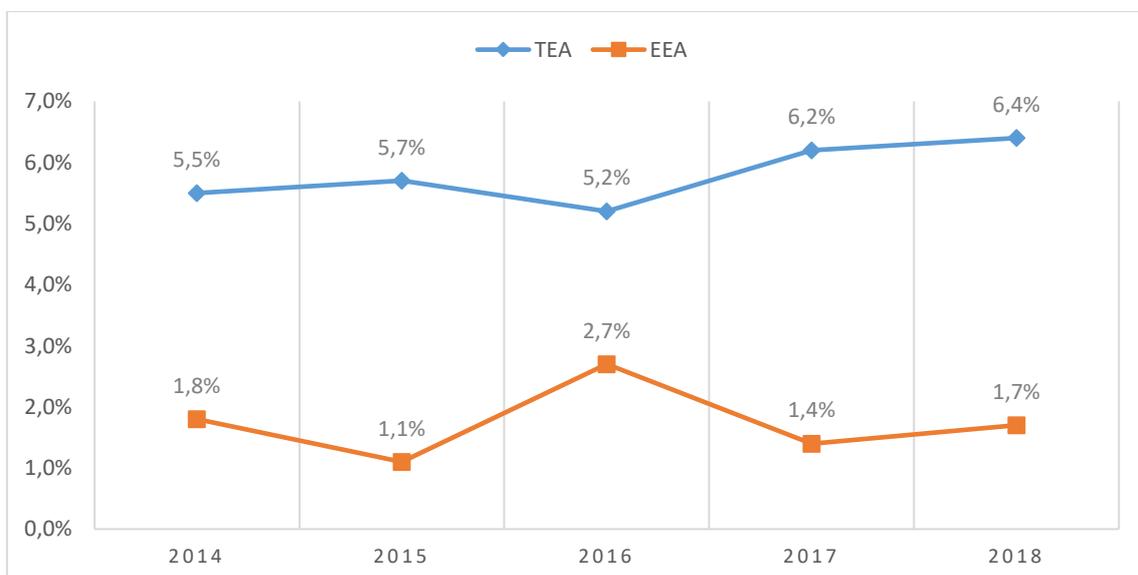


Figura nº 2.11

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

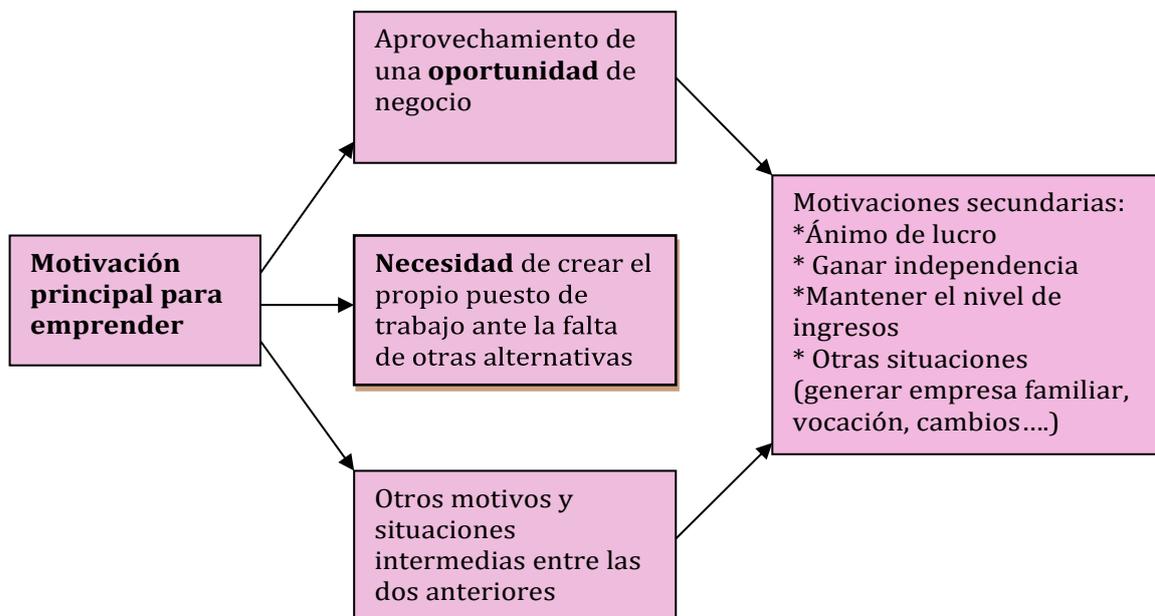
Tipos de comportamiento emprendedor

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



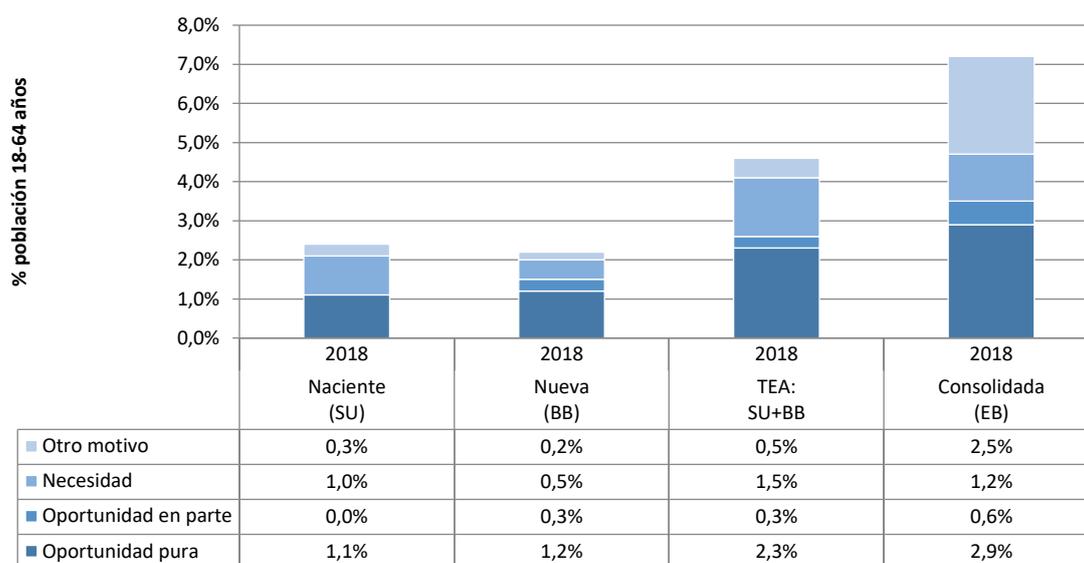
Por tanto, podemos observar cómo la motivación para emprender es analizada fundamentalmente bajo dos perspectivas: el aprovechamiento de oportunidades de negocio, detectadas fundamentalmente por emprendedores potenciales, y la necesidad de emprender ante la falta de alternativas de trabajo. En el lenguaje 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 4,6% de la población adulta navarra que en 2018 fue identificada como emprendedores en fase inicial de acuerdo con al índice TEA, un 2,6% corresponden a emprendedores que crearon sus empresas motivados por la explotación de una oportunidad de negocio, bien sea por oportunidad pura (2,3%) o por oportunidad en parte (0,3%), mientras que un 1,5% corresponde a emprendedores que lo hicieron por necesidad. Por otra parte, dentro del 7,2% de la población adulta navarra que en 2018 fue identificada como empresarios consolidados, un 2,9% corresponde a empresarios que en su momento emprendieron puramente por oportunidad, un 0,6% corresponde a aquellos que emprendieron en parte por oportunidad, un 1,2% corresponde a aquellos que lo hicieron por necesidad y un 2,5%, a aquellos que emprendieron por otros motivos. La figura nº 3.3 los datos anteriores para el caso de España.

Figura nº 3.2

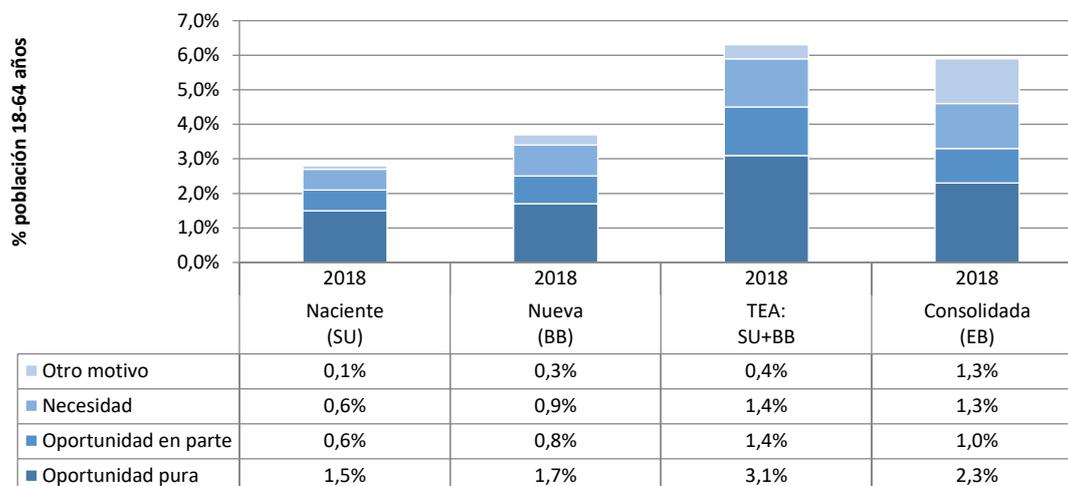
El proceso emprendedor en Navarra, según el motivo para emprender



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.

Figura nº 3.3

El proceso emprendedor en España, según el motivo para emprender



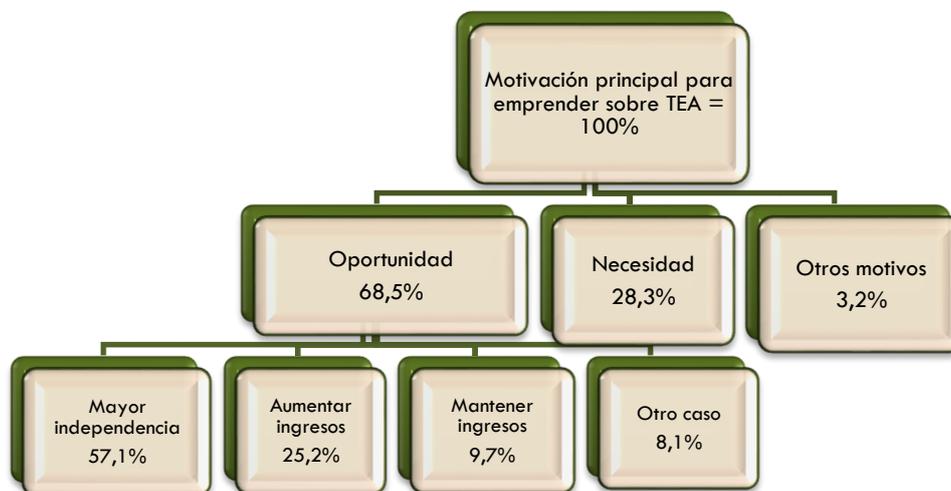
Las Figuras nº 3.4 y 3.5 muestran cómo la mayoría de nuevas iniciativas empresariales, tanto en el caso de Navarra como en el de España, se crean en 2018 para explotar una oportunidad. Más concretamente, en el caso de Navarra el 52,4% del TEA de 2018 representa a emprendedores en fase inicial motivados por oportunidad (pura o en parte), mientras que el 32,6% 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 una mayor independencia (52,4%) o bien aumentar ingresos (23,8%).

Figura nº 3.4

Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en Navarra, en función del principal motivo para emprender en 2018



Figura nº 3.5
Distribución de la actividad emprendedora total (TEA) en España, en función del principal motivo para emprender en 2018.



Las Figuras nº 3.6 y 3.7 muestran que en 2018, tanto en el caso de Navarra como en el de España, disminuyó el porcentaje de emprendedores por necesidad, si bien esta tendencia es menos acentuada en el caso de Navarra.

Figura nº 3.6
Evolución del índice TEA en Navarra durante el período 2005-2018, según el motivo para emprender

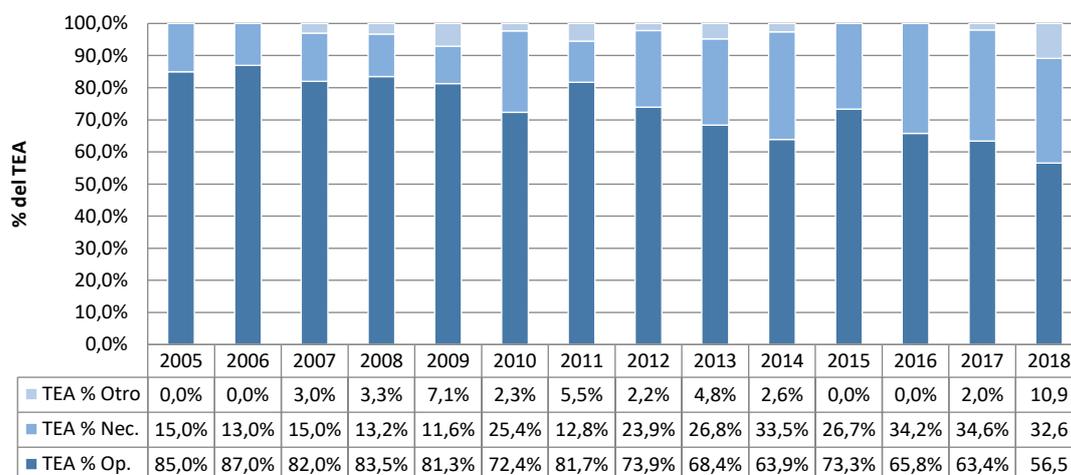
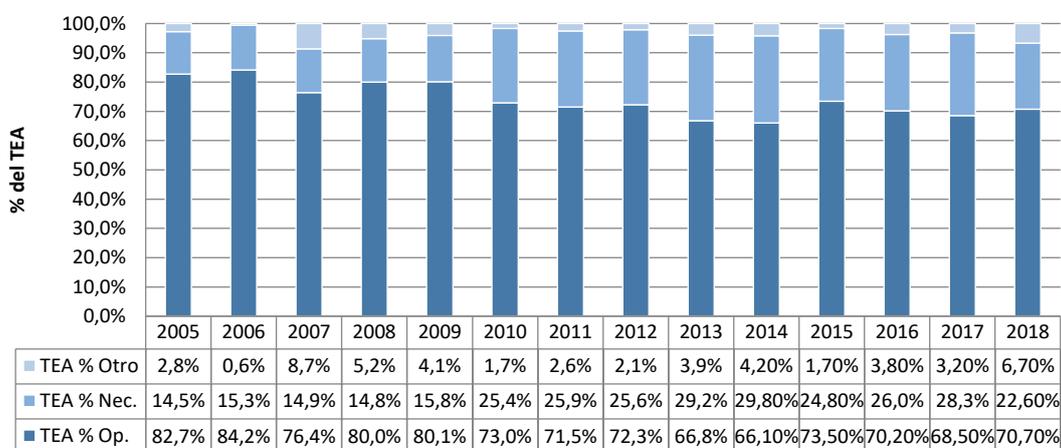


Figura nº 3.7
Evolución del índice TEA en España durante el período 2005-2018, según el motivo para emprender



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 cómo en 2017 los emprendedores por oportunidad mayoritariamente crean sus empresas “buscando una mayor independencia” (52,4%), y en mucho menor medida para mantener o aumentar los ingresos

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

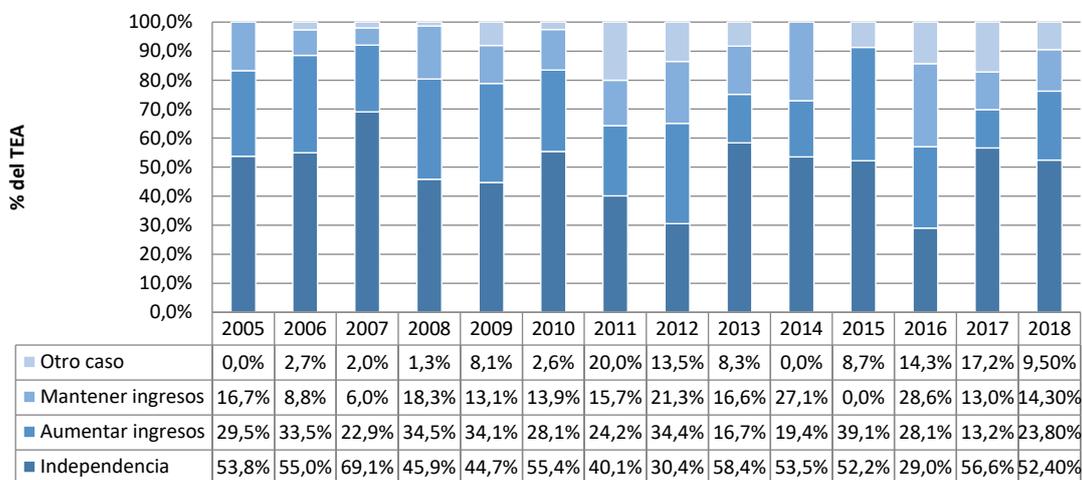
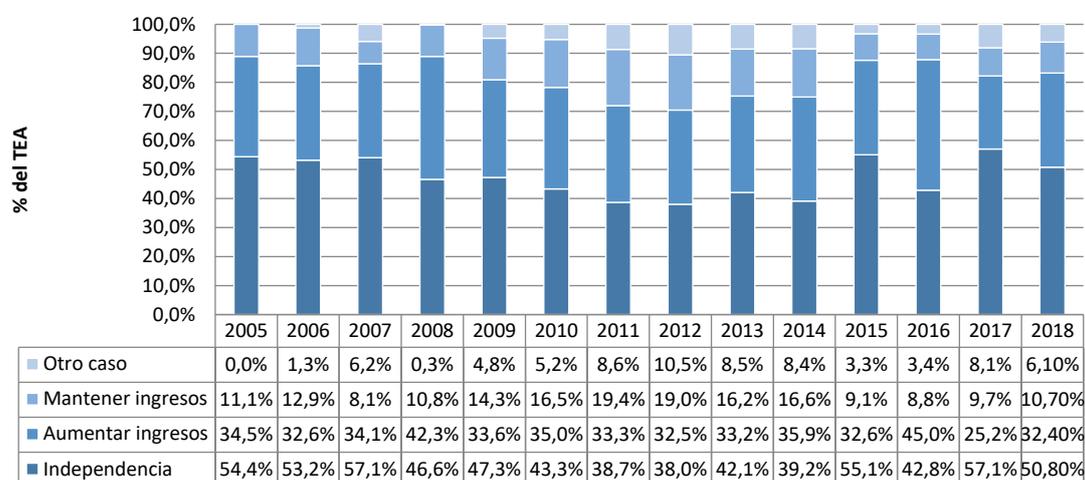


Figura nº 3.9.

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

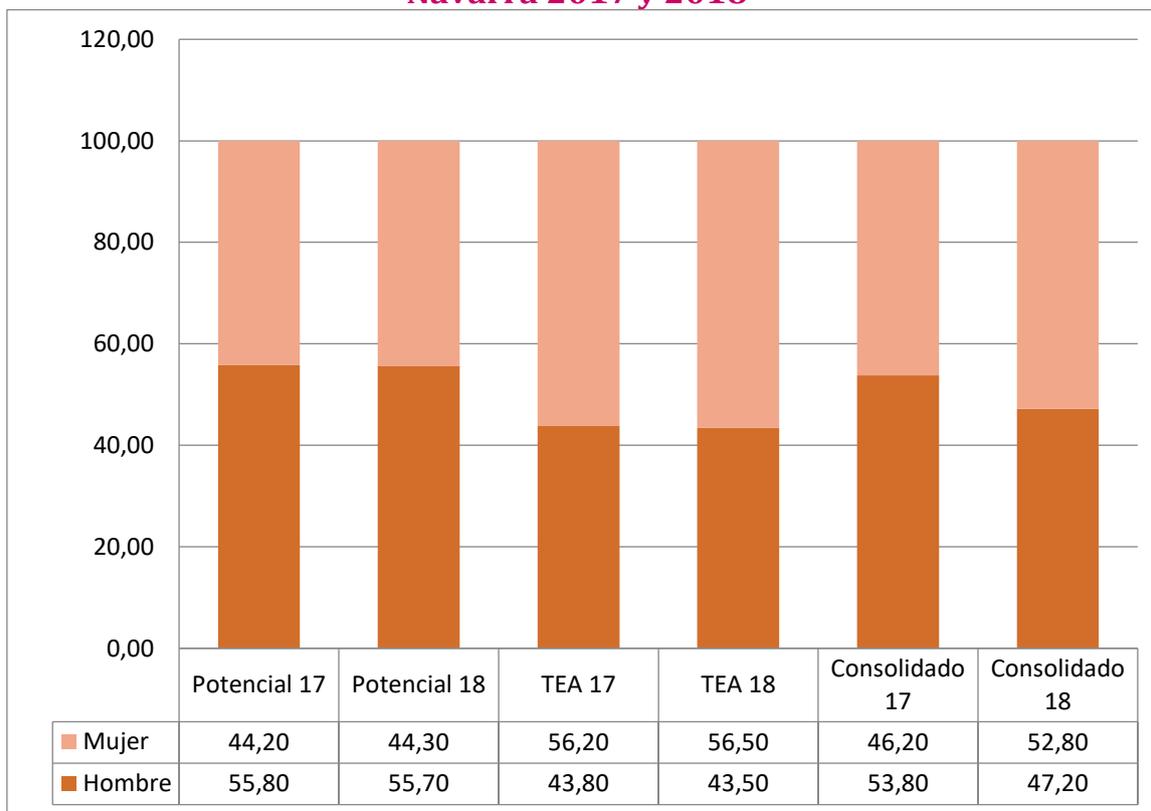
En el presente capítulo se va a analizar el perfil medio de los emprendedores residentes en Navarra en el año 2018. El objetivo no es otro que tener una idea más precisa de quienes son y cómo son las personas que ponen en marcha iniciativas emprendedoras. Las variables que se han analizado son: el sexo, 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

Lo más habitual en los estudios sobre los perfiles de los emprendedores es observar una proporción de mujeres inferior a la de hombres en las diferentes categorías consideradas. Sin embargo, los datos de los últimos años en Navarra muestra una presencia cada vez mayor y más consolidada de mujeres en las diferentes fases del proceso emprendedor. Si bien la presencia de mujeres entre los emprendedores potenciales durante las dos últimas ediciones ha sido inferior a la de los hombres, en consonancia con la tendencia generalizada, el porcentaje de mujeres emprendedoras supera al de hombres entre los nuevos emprendedores efectivos (i.e. TEA) y también, para este año, entre los consolidados. La figura 4.1 muestra el porcentaje de mujeres y hombres en los tres colectivos considerados en los años 2017 y 2018.

Aunque con variaciones a lo largo de los años en función del colectivo seleccionado, lo cierto es, tal y como se ha citado previamente, que afortunadamente se observa cada vez una mayor presencia de mujeres embarcadas en el proceso emprendedor. Este es un hecho significativo que debe ser valorado de manera muy positiva. Confiamos en que la evolución de la sociedad y las políticas adoptadas permitan cimentar esta tendencia de los últimos años, y se superen definitivamente las barreras que reducían la participación de las mujeres como emprendedores en la economía.

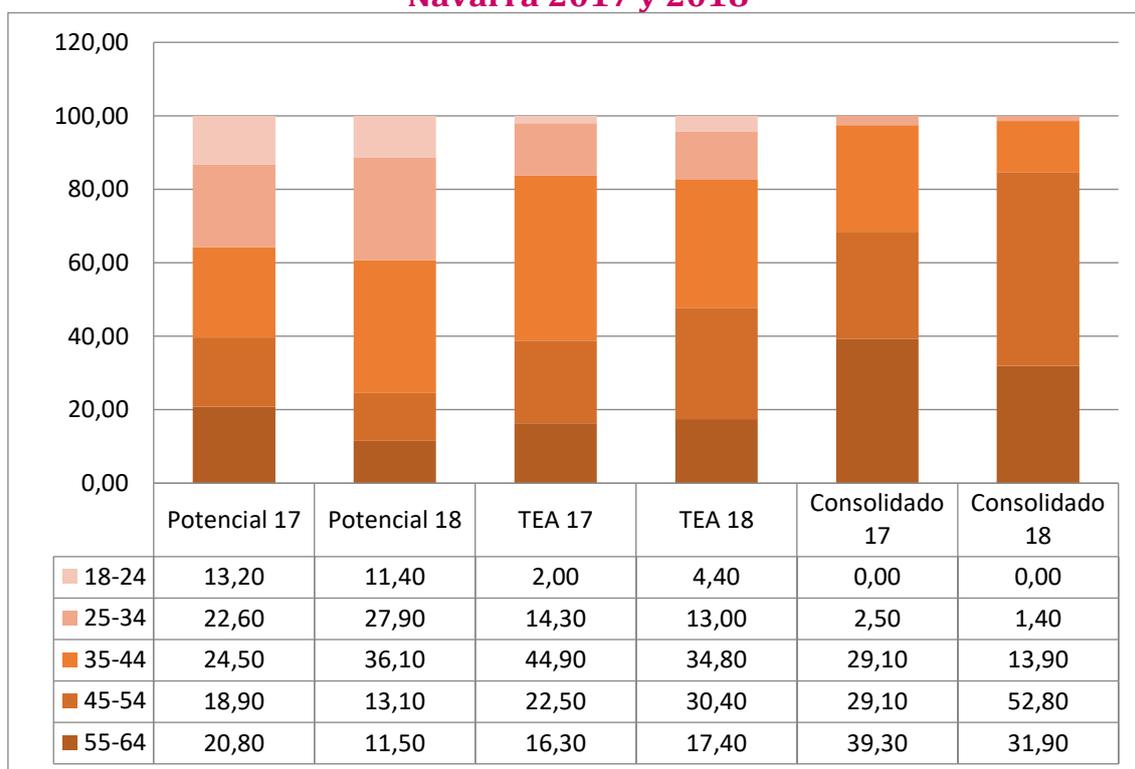
Figura nº 4.1
Distribución del porcentaje de emprendedores por sexo y fase.
Navarra 2017 y 2018



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 2017 y 2018. 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. Normalmente los porcentajes de emprendedores potenciales y emprendedores nuevos (i.e. TEA) tienden a decrecer conforme nos movemos a los segmentos de edad más extremos. Esto es, a los más jóvenes y a los mayores. Los porcentajes tienden a ser algo mayores entre los más jóvenes cuando hablamos de emprendimiento potencial, y por el contrario son algo más elevados entre los mayores, en comparación con los más jóvenes, cuando hablamos de personas que han puesto en marcha realmente alguna iniciativa empresarial.

Figura nº 4.2
Distribución del porcentaje de emprendedores por edad y fase.
Navarra 2017 y 2018



Siguiendo la tendencia más común en los informes precedentes, el tramo de edad mayoritario en el segmento de emprendedores consolidados es el de 45-54 años, siendo también muy significativo el porcentaje de emprendedores consolidados en el segmento de 55 a 64 años.

Una regularidad que se observa año tras año, y que es plenamente lógica, es que la edad media de los emprendedores aumenta a medida que avanzamos en el proceso emprendedor. Así la media de edad es de 37,8 años entre los potenciales y 43,5 entre aquellos con iniciativas de menos de 42 meses, la edad media es de 51,3 años entre los consolidados. Estos valores medios se mantienen dentro del rango de valores observados para cada segmento en ediciones anteriores.

4.4. Nivel de estudios

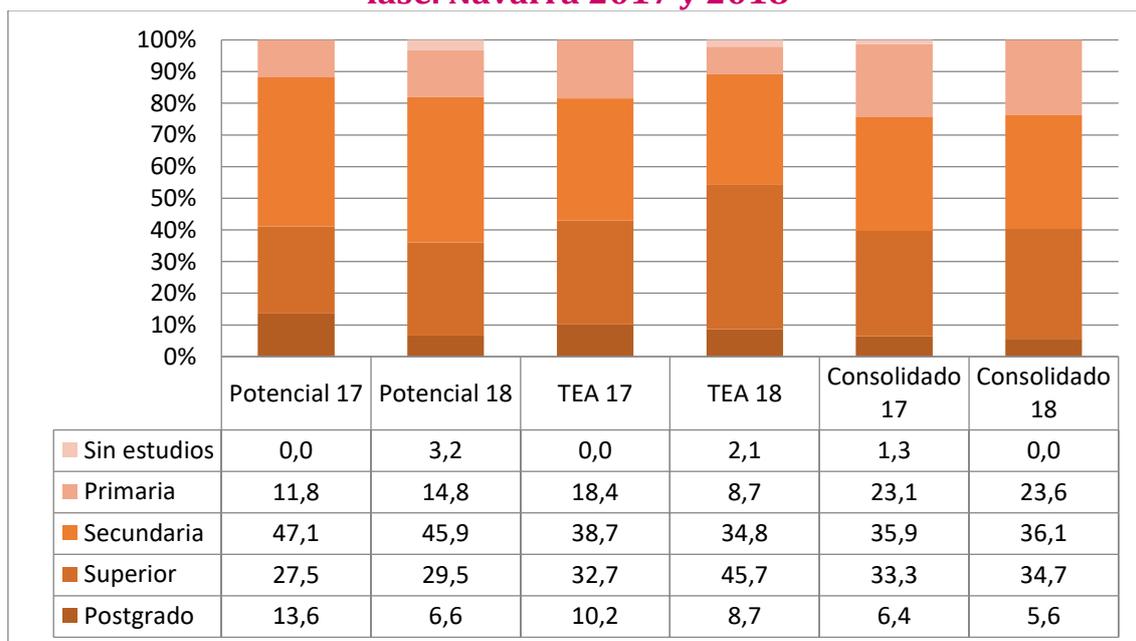
En cuanto al nivel de estudios y siguiendo la metodología establecida por el proyecto GEM se distinguen cinco posibles niveles educativos: sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios, educación superior y posgrado. Tal y como se recoge en la Figura nº 4.3 la gran mayoría de las personas implicadas 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.

Un dato que conviene vigilar y seguir de cerca en próximas ediciones es el de postgraduados. Se observa una reducción del porcentaje de postgraduados en relación a los porcentajes del pasado año en las tres categorías. Esta reducción es más significativa en el caso de los emprendedores potenciales, lo que supone una ruptura con la tendencia positiva observada en los últimos dos años. En cualquier caso, conviene ser cautos y no hacer una interpretación excesivamente negativa de este dato, pues puede tratarse, tal y como ocurrió en el año 2015, de un descenso aislado debido a la variabilidad muestral. Además, es posible que la menor intención emprendedora de los postgraduados refleje, al menos en una parte, una mejora en las percepciones de las oportunidades que ofrece el mercado de trabajo.

El descenso observado entre los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses es menos acusado que en el caso de los emprendedores potenciales, pasando del 10,2% al 8,7%. Debemos señalar que el descenso de este año parece reforzar una tendencia negativa que ha reducido este porcentaje en dos años del 13,2% del año 2016 al 8,7% actual. No obstante, este 8,7% es una cifra de postgraduados emprendedores bastante relevante, muy superior al 2,2% que se detectó en el año 2015. Tal y como hemos señalado anteriormente el descenso de los dos últimos años quizá refleje una mejora en la percepción de oportunidades del mercado de trabajo.

Por último, señalar que en cuanto al colectivo de emprendedores consolidados el descenso, menos acusado que en los otros dos casos, sitúa el porcentaje en valores aún superiores a los mostrados en 2016 (4,7%).

Figura nº 4.3
Distribución del porcentaje de emprendedores por nivel educativo y fase. Navarra 2017 y 2018



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. Esta mejora, reflejada en el hecho de que comienzan a observarse porcentajes superiores al 50% de emprendedores que manifiestan tener formación específica para emprender. En particular, y tal y como se refleja en la Tabla 4.1, en la edición de este año más de la mitad de los emprendedores en las tres categorías consideradas señalan que tienen formación para emprender.

No obstante, tal y como venimos señalando en informes previos queda aún margen para la mejora, pues toda vez que la formación se ha vinculado con mayores tasas de supervivencia y crecimiento entre las actividades empresariales, sería necesario seguir haciendo esfuerzos para hacer llegar este tipo de formación específica a más emprendedores. En este sentido, consideramos relevante seguir insistiendo en extender la formación en emprendimiento, ofrecido por distintas instituciones públicas y privadas, a un amplio colectivo de personas.

Tabla nº 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%	1,4%
No sabe	0%	0%	0%
Tiene formación	54,1%	54,3%	53,4%
No tiene formación	45,9%	45,7%	45,2%

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. Cabe señalar que se mantiene el ligero aumento en el porcentaje de emprendedores nuevos (menos de 42 meses) y consolidados con rentas superiores a 60.000 euros. Es particularmente significativo en el caso de los primeros alcanzando un 11,1%. El porcentaje es del 6,1% entre los consolidados.

En cualquier caso, hay que tratar de ser cauto a la hora de extraer conclusiones de estos datos pues, tal y como ocurre también en otro tipo de cuestionarios, hay una cierta resistencia a responder a preguntas relacionadas con la renta. Así, aproximadamente solo un 63-64% de los encuestados responden a esta cuestión. Esta menor tasa de respuesta

efectiva podría generar cierta variabilidad en los datos. No obstante, es importante señalar que estas variaciones interanuales no alteran el perfil mayoritario, que como hemos señalado corresponde a personas con rentas entre los 20.000 y los 40.000 euros anuales. Este patrón de rentas es el que también se observa mayoritariamente en España.

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€	5,40%	18,50%	6,10%
10.001-20.000€	16,20%	11,10%	20,40%
20.001-30.000€	35,10%	33,30%	28,60%
30.001-40.000€	27,00%	22,20%	20,40%
40.001-60.000€	8,10%	3,70%	16,30%
60.001-100.000€	5%	11,10%	6,10%
>100.000€	2,70%	0,00%	2,00%

4.7. Tamaño del hogar

Al igual que ocurre en ediciones anteriores, en la del año 2018, 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 2013-2018

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

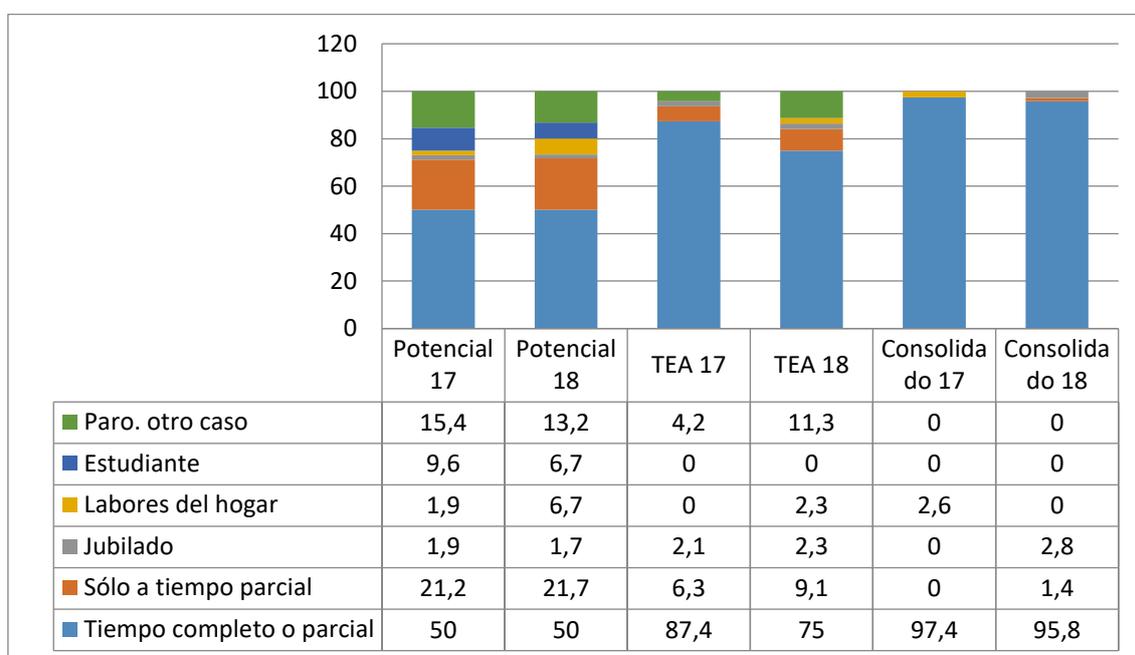
4.8. Situación laboral

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.

En los dos últimos años hemos señalado la aparición de un pequeño porcentaje de emprendedores jubilados en la categoría de emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses. Este porcentaje se sitúa en torno al 2% (2,3% en 2018). También parecen consolidarse los porcentajes de jubilados entre los emprendedores potenciales es del 1,7% para 2018. Entre los emprendedores consolidados surge un colectivo que supone el 2,8% cuando en la edición pasada el porcentaje era del 0%. Así pues, parece que quizá estemos asistiendo a la consolidación del fenómeno emprendedor entre la población jubilada, un colectivo que se muestra cada vez más activo.

Figura nº 4.4
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases. Navarra 2017 y 2018



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

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

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

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

5.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras navarras en 2018

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 2018 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo (51,2% del total).

El sector de servicios a empresas, que representa tradicionalmente el segundo sector en importancia, sigue aumentando ligeramente también en esta edición del 2018 respecto al año anterior, situándose en un 23,3%. 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 representa en 2018 un 20,9%. Finalmente, el sector extractivo o primario, por su parte, es habitualmente el que menor actividad registra. En esta edición de 2018 representa un 4,7% 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 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Extractivo	5%	6,7%	2,9%	4%	4,7%
Transformador	23,2%	17,8%	19,4%	22,5%	20,9%
Servicios a empresas	13,2%	24,5%	19,3%	20,2%	23,3%
Orientado al consumo	58,6%	51,1%	58,4%	53,3%	51,2%

Tabla nº 5.2
Distribución de la actividad (%) emprendedora total en Navarra y España en el año 2018 (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	4,7%	4,4%
Transformador	20,9%	19,8%
Servicios a empresas	23,3%	34,1%
Orientado al consumo	51,2%	41,7%

A grandes rasgos, la imagen de la distribución sectorial de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra en 2018 es similar a la del conjunto de España. En ambos casos observamos un predominio de las iniciativas orientadas al consumo.

La Tabla nº 5.3, por su parte, muestra la distribución de la actividad emprendedora de las empresas consolidadas en Navarra en el año 2018.

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

Sector	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Extractivo	16,8%	17,4%	6,4%	17,5%	16,7%
Transformador	17,5%	19,8%	14,3%	21,8%	18,1%
Servicios a empresas	15,0%	27,9%	31,7%	21,8%	26,4%
Orientado al consumo	50,7%	34,9%	47,6%	39%	38,9%

Los datos en esta edición de 2018 son similares a los del año pasado y valores cercanos a los que había en 2015. El sector orientado al consumo representa un 38,9%. El sector servicios a empresas alcanza un 26,4% (ligeramente superior respecto al 21,8% de 2017). El sector transformador disminuye ligeramente y se sitúa entorno al 18,1%. Finalmente, el sector extractivo representa un 16,7%. Estos nuevos resultados validan en cierta medida el cambio de tendencia iniciado en la edición del año pasado. No obstante, 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 2018 (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores**

Sector	Navarra	España
Extractivo	16,7%	9,6%
Transformador	18,1%	22,6%
Servicios a empresas	26,4%	22,7%
Orientado al consumo	38,9%	45,1%

La Tabla nº 5.4 compara la distribución de la actividad consolidada de Navarra y España en 2018. 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 inferior 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 2018

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y consolidadas constituye un primer dato acerca de la dimensión de la empresa. Este es un dato relevante ya que el modo de funcionamiento y de

gestión de la empresa varía muchas veces en función del número de propietarios de ésta.

La siguiente tabla (nº 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 2016).

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		
<i>Año</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>
Media	1,79	1,70	1,67	2,89	1,92	1,59	1,61	1,59	1,71
Mediana	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Moda	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Des.Estándar	1,18	2,051	0.868	2,90	1,897	1,919	0,954	1,055	1,328
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	5	10	3	10	10	10	6	6	10
Percentil 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 50	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Percentil 60	1,96	1	2	2	1	1	2	1	1
Percentil 70	2	1	2	3	2	1	2	2	2
Percentil 80	3	1	3	5	2,76	2	2	2	2
Percentil 90	3,98	2.92	3	9,97	3.87	2	3	3	3

Como puede observarse el perfil de las iniciativas, al menos en lo referente al número de socios (propietarios) se mantiene bastante similar entre las iniciativas nacientes y consolidadas. Sin embargo, la media de número de propietarios en las empresas nuevas sigue disminuyendo, llegando en esta edición de 2018 a 1,59 propietarios en media. 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.

5.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras navarras medidas a través del número de empleados en julio de 2018

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.

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

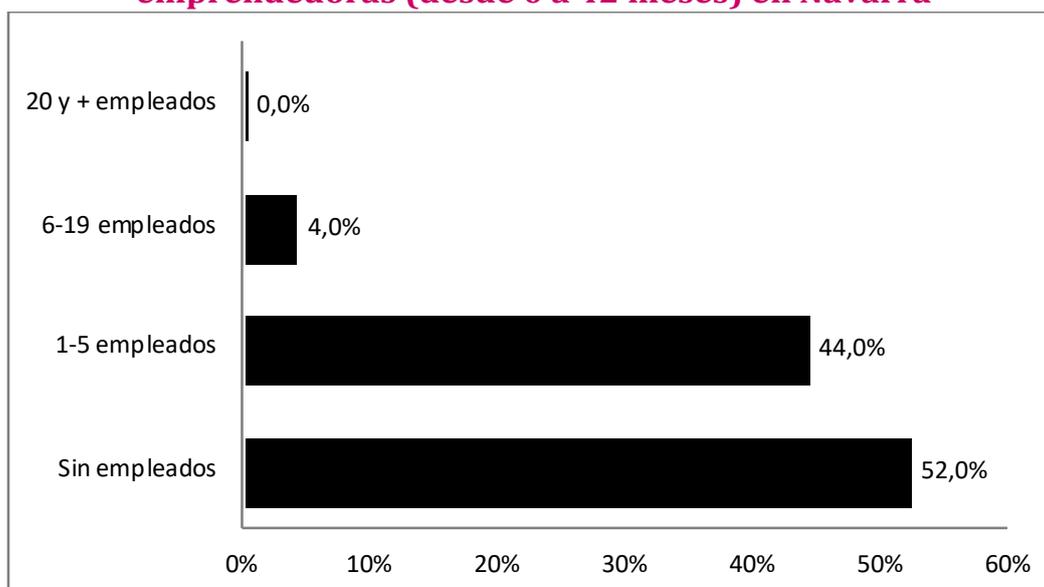


Figura nº 5.2
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra

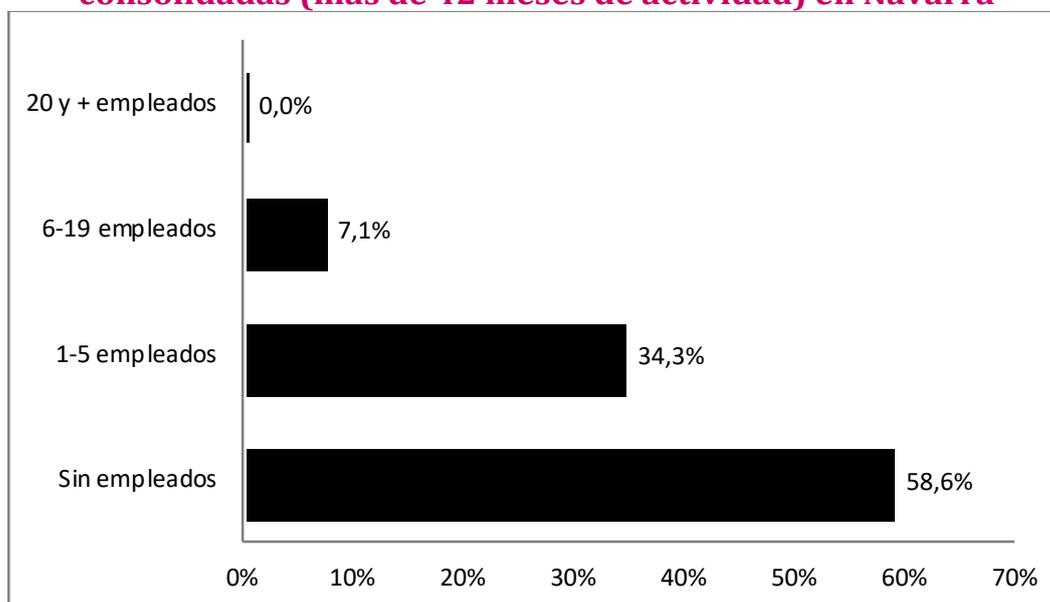
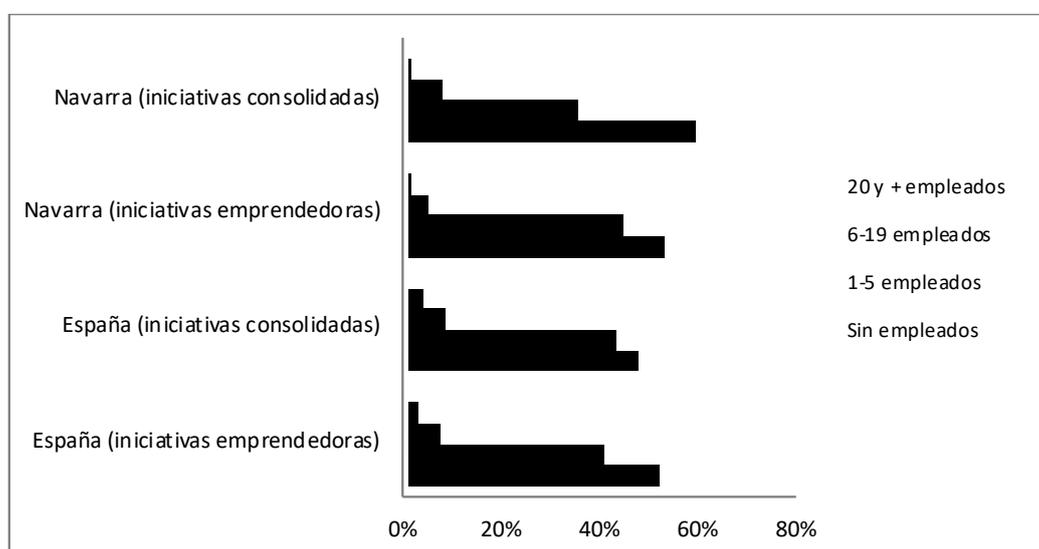


Figura nº 5.3
Comparación del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra y en España



Tal y como muestra 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 en ambas categorías. Sin embargo, en línea con los resultados de años anteriores, el aspecto de la comparativa más destacable es el predominio de autoempleo ligeramente superior en el caso de Navarra (52% en las iniciativas en fase inicial y 58,6% en las

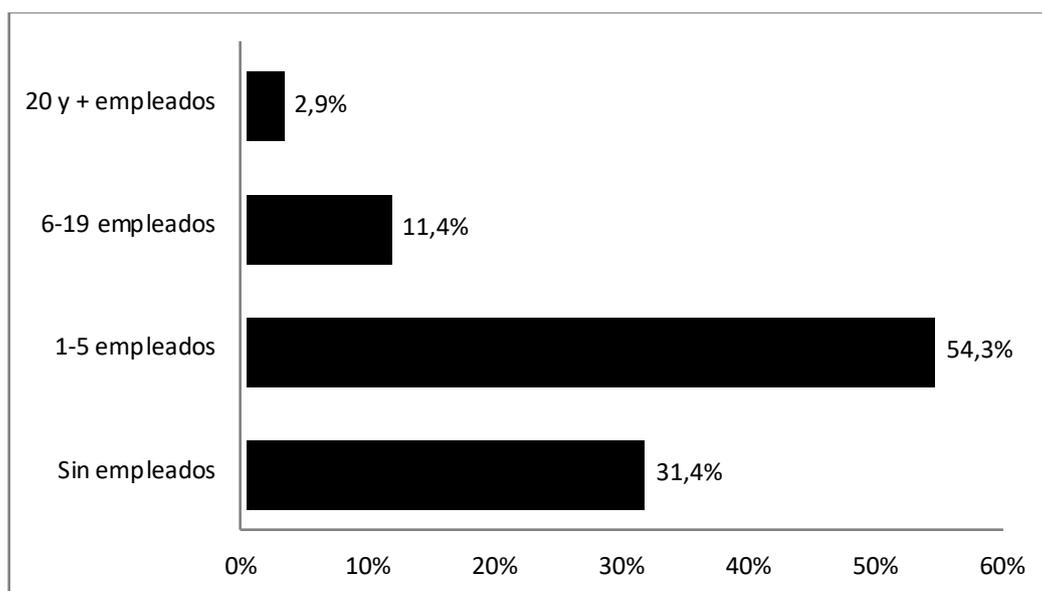
consolidadas) respecto al conjunto de España (51,1% y 46,7%, respectivamente). Asimismo, en consonancia con los datos internacionales disponibles para otros países, la mayoría de los negocios existentes tanto en España como en Navarra son microempresas.

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 (54,3%) esperan crecer entre 1 y 5 empleados, un 11,4% (porcentaje significativamente mayor que el 7.8% del 2017) aspiran crecer entre 6 y 19 empleados.

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)

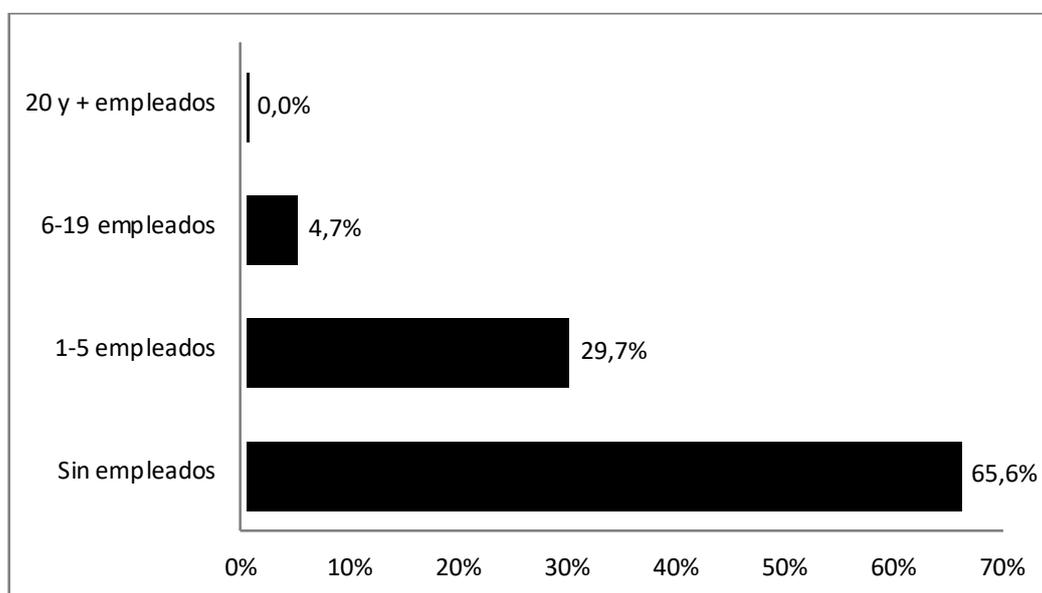


Además, en esta edición se registran emprendedores en la muestra con aspiraciones de crecimiento por encima de los 20 empleados que

representan un 2,9%. 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.

Relativo a las iniciativas consolidadas en 2018 la tendencia no es tan positiva como la de las iniciativas en fase inicial. La mayoría de las empresas en fase consolidada no esperan crecer en número de empleados en los próximos 5 años (65,6%). Tal y como muestra la Figura nº 5.5, el 29,7% de las iniciativas consolidadas esperan crecer en 1 y 5 empleados en cinco años (este valor representa una tendencia a la baja puesto que esta aspiración de crecimiento representaba un 48,2% en 2016 y un 36% en 2017). El 4,7% espera crecer entre 6 y 19 empleados (resultado inferior al 6,6% del año 2017). En el caso de las iniciativas consolidadas, este año no hay emprendedores que esperen crecer por encima de los 20 empleados. En definitiva, no parece que los resultados para las empresas consolidadas sean muy positivos en esta edición. Los brotes positivos que parecía que los datos del 2017 nos daban, no se han podido validar con los de esta edición de 2018 y por tanto no parece que haya una tendencia positiva media de crecimiento esperado en los próximos cinco años para las iniciativas consolidadas.

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)

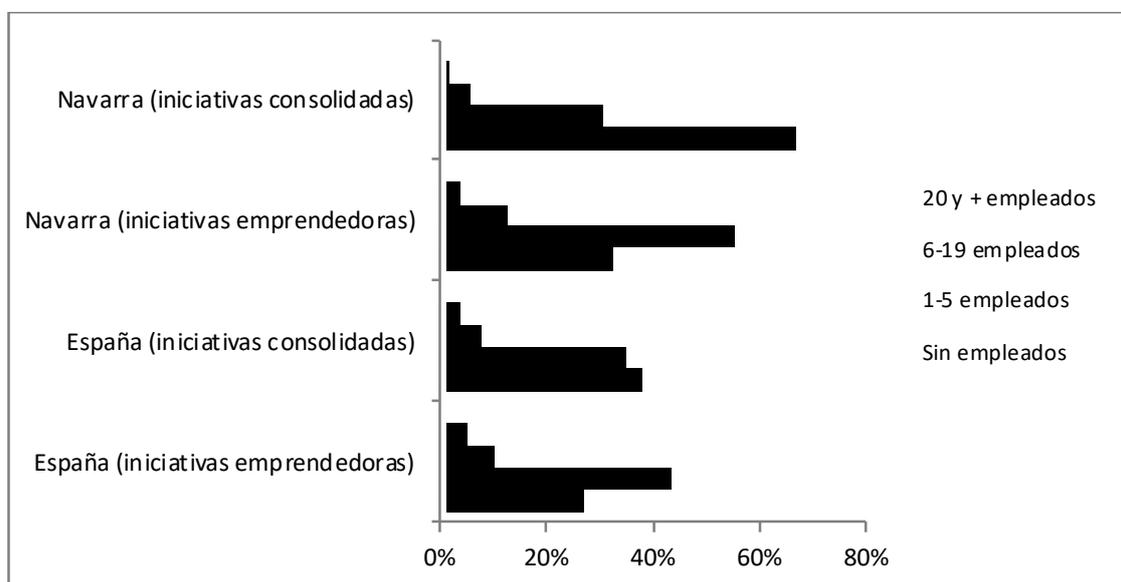


La comparativa con España (Figura nº 5.6) muestra, a grandes rasgos, las principales diferencias de expectativa de crecimiento con Navarra. Como novedad en esta edición de 2018, el rasgo más destacable sería que los emprendedores en fase inicial en Navarra cambian de tendencia en cuanto a las aspiraciones de crecimiento por encima de los 20 empleados (2,9%), pero sin embargo en las empresas consolidadas estas aspiraciones se ajustan

y en consecuencia no esperarían crecer por encima de 20 los empleados en los próximos cinco años. Asimismo, las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores en fase inicial son mayor en Navarra que en el resto de España. Sin embargo, en el caso de las iniciativas consolidadas las aspiraciones de crecimiento son mayores en España en su conjunto que en Navarra. Se requerirá de los informes de los años venideros para poder ver la evolución de esta tendencia a la baja en las expectativas de crecimiento en Navarra.

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 España²



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 2016, 2017 y 2018.

El dato más significativo en las iniciativas emprendedoras es que aquellas empresas que declaran ser nada innovadoras pasan de representar un 71,5% en 2017 a un 58,7% en 2018. En la misma línea, las empresas que

² En el caso de España el porcentaje que falta para llegar al 100% en la distribución de número de empleados esperados en cinco años tanto en las iniciativas en fase inicial como en fase consolidada corresponde a la categoría “no sabe” (categoría que no viene reportada en los datos de Navarra).

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

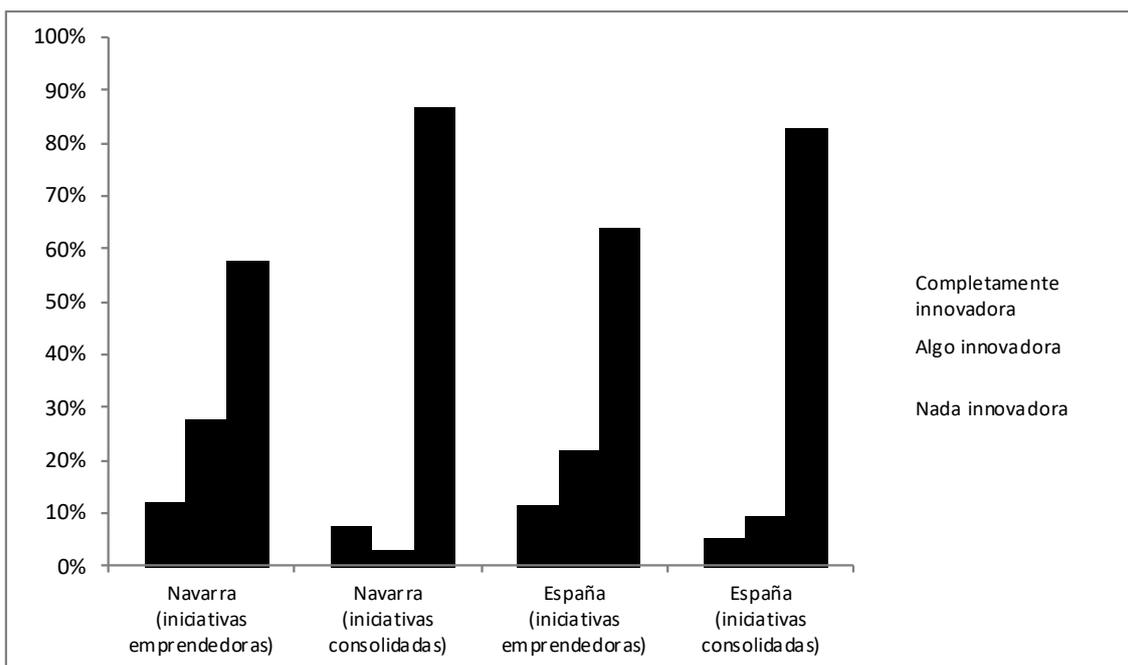
Tipo de iniciativa	Completamente innovadora			Algo innovadora			Nada Innovadora		
Año	2016	2017	2018	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Emprendedora	13,2%	16,4%	13%	15,7%	12,2%	28,3%	71,2%	71,5%	58,7%
Consolidada	3,1%	8,8%	8,2%	7,8%	7,7%	4,1%	89,1%	83,6%	87,7%

declaran ser algo innovadoras representan un 28,3% (incrementando un 16,1% respecto al año 2017) y finalmente aquellas que son completamente innovadoras representan un 13% (porcentaje ligeramente más bajo que el 16,4% del año 2017). A grandes rasgos se observa una evolución positiva respecto a la innovación en las iniciativas emprendedoras.

Por lo contrario, dentro de las iniciativas consolidadas los datos parecen indicar que la tendencia respecto a la innovación es ligeramente opuesta a la que se venía observando en las fases emprendedoras iniciales. Aquellas empresas consolidadas que declaran ser nada innovadoras representan un 87,7%, las que son algo innovadoras se sitúan en un 4,1% (7,7% en 2017) y finalmente las empresas consolidadas que son completamente innovadoras mantienen un porcentaje muy similar al del año anterior y se sitúan en el año 2018 entorno al 8,2%.

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 2018)



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.

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 10,9% de emprendedores en fase inicial no perciben competencia en el mercado, a diferencia de un 6,8% de emprendedores con negocios consolidados.

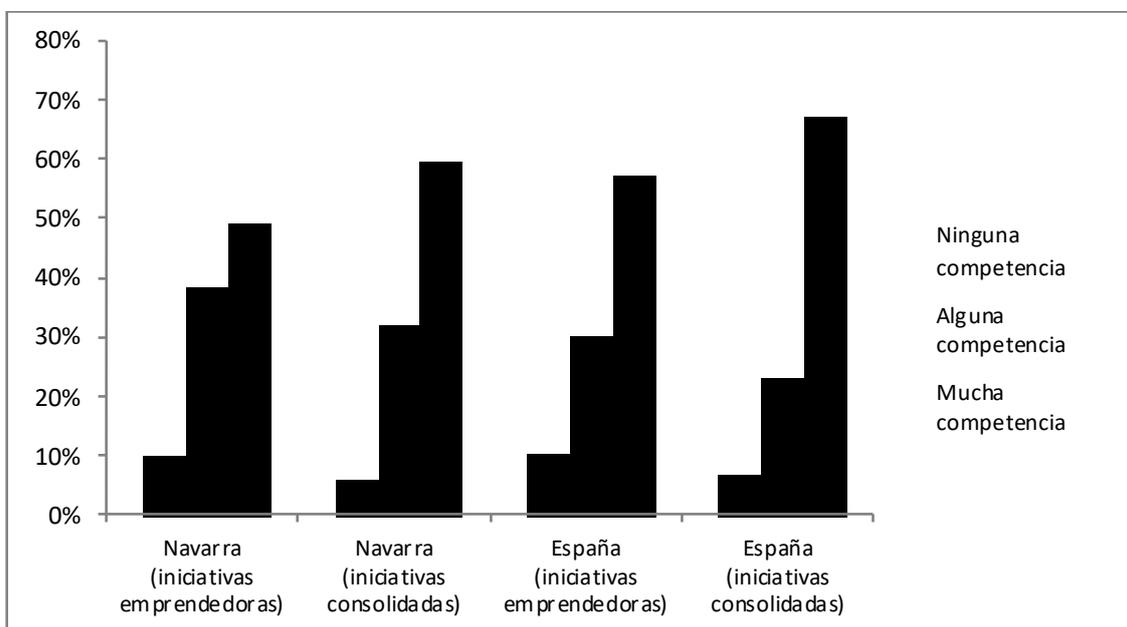
Una posible explicación a estos valores podría deberse a que los emprendedores en fase inicial en general se caracterizan por ser más optimistas que aquellos que ya llevan más años. En este sentido, los emprendedores consolidados tendrían más información sobre el entorno y la realidad empresarial y esto haría que percibieran la competencia de forma más rigurosa y precisa. No obstante, cabe destacar que esta diferencia se ha reducido significativamente en el año 2018 y los emprendedores en fase inicial pasan de 20,3% de no percibir ninguna competencia en 2017 a un 10,9% en 2018. En definitiva, estaremos pendientes de los datos de los años venideros para ver cómo evoluciona esta tendencia.

Tabla nº 5.8					
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra					
	2014	2015	2016	2017	2018
Ninguna competencia	10,5%	2,2%	13,2%	20,3%	10,9%
Alguna competencia	30,7%	31,2%	44,8%	28%	39,1%
Mucha competencia	58,8%	66%	42,1%	51,7%	50%

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	2014	2015	2016	2017	2018
Ninguna competencia	12,0%	6,9%	3,1%	6,4%	6,8%
Alguna competencia	27,3%	21%	23,5%	34,9%	32,9%
Mucha competencia	60,7%	72,1%	73,4%	58,7%	60,3%

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. En definitiva, 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 2018)



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 sufren una ligera caída respecto a la renovación tecnológica pasando de un 14,6% en el 2017 a un 8,7% en 2018. Por tanto, parece que la evolución positiva de los años 2016 y 2017 no se mantiene en el año 2018. En este sentido, la tecnología de más de cinco años sigue incrementando respecto a los años anteriores alcanzando un 78,3%. Por tanto, como se puede observar en la tabla, parece que se intuye un ligero cambio de tendencia respecto a la renovación tecnológica rompiendo con la tendencia positiva de los últimos dos años. No obstante, se requerirá de los informes de los años venideros para poder determinar si esta desaceleración en términos de renovación tecnológica es un cambio de tendencia o una situación temporal.

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

	2014	2015	2016	2017	2018
NT < 1 año	23,2%	2,2%	13,2%	14,6%	8,7%
NT 1-5 años	21,2%	17,8%	28,9%	16,3%	13%
TEC> 5 años	55,6%	80,1%	57,9%	69,1%	78,3%

Por su parte, las empresas consolidadas siguen un patrón diferente al de las empresas en fase inicial puesto que la renovación tecnológica es menor en términos absolutos. Sin embargo, en este colectivo el dato más significativo es un ligero cambio de tendencia respecto a la renovación tecnológica que se materializa de la siguiente manera. Las empresas con una tecnología mayor a cinco años pasan de un 87,4% en el año 2017 a un 78,1 % en el 2018. Asimismo, las empresas que cuentan con tecnología de uno a cinco años de antigüedad incrementan en un 8,7% (pasando de un 7,7% en 2017 a un 16,4% en 2018). Finalmente, las empresas que mayor apuesta por la renovación tecnológica, es decir, aquellas con tecnología menor de un año, incrementan ligeramente un 0,5%, alcanzando un 5,5% en 2018. En definitiva, parece que se empiezan a ver brotes positivos por la apuesta de nuevas tecnologías de menos de un año (5,5%) y una menor dependencia de la tecnología más obsoleta. No obstante, se requerirá de futuros informes para ver si realmente se confirma una nueva tendencia al alza respecto a la apuesta por las nuevas tecnologías.

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

	2014	2015	2016	2017	2018
NT < 1 año	9,5%	0%	0%	5%	5,5%
NT 1-5 años	12,8%	1,2%	7,8%	7,7%	16,4%
TEC> 5 años	77,7%	98,8%	92,2%	87,4%	78,1%

En el conjunto de España el patrón es bastante parecido al de Navarra. Sin embargo, la apuesta por la renovación tecnológica por parte de los emprendedores en fase inicial en Navarra disminuye este año significativamente pasando de un 14,6% en 2017 a un 8,7% en 2018 (la disminución en el conjunto de España es menos pronunciada pasando de un 11,9% a un 10%). Sin embargo, en el caso de las iniciativas en fase consolidada la tendencia es positiva. En el caso de Navarra este incremento es ligero pasando de un 5% en 2017 a un 5,5% en el año 2018 mientras que en el conjunto de España incrementa de un 4,7% a un 5,9%. Se requerirá de los informes de los años venideros para poder ver la evolución de este porcentaje.

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 2018 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 2018.

Tabla nº 6.1
Características y distribución del capital semilla en el 2018 en Navarra

<i>Estadísticos descriptivos</i>	<i>Capital semilla necesario por start up(€)</i>
Media	81.892,31
Mediana	30.000,00
Desv. típica	95.893,96

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 2018 se sitúa en Navarra en los 30.000 euros. El capital necesario para financiar una iniciativa emprendedora en la Comunidad Foral ha aumentado considerablemente durante los últimos años. En 2015 la tendencia central del capital semilla se situaba en los 10.000 euros, en 2016 en los 13.000 euros y en 2017 en los 14.000 euros. En el caso de España la mediana en 2018 asciende a 20.000 euros, valor exactamente igual al del año 2017 y superior al del año 2016 cuando la tendencia central del capital semilla se situaba en 15.000 euros. Mientras que a nivel nacional el capital necesario para financiar un nuevo negocio se mantiene constante, en Navarra casi se duplica. La comparativa del conjunto nacional y de la Comunidad Foral pone de manifiesto la mayor relevancia de la dimensión financiera en Navarra. La tendencia central del capital semilla necesario por start up en nuestra comunidad es 10.000 euros superior 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 2018 un 4,7% de la población adulta navarra efectúa inversiones en proyectos ajenos. Dicha cifra es claramente superior a la de los años 2015 y 2016 (en 2015 la inversión privada en Navarra ascendía al 3,7% y en 2016 al 2,5%) y ligeramente superior a la de 2017 cuando un 4,4% de la población adulta navarra efectuaba inversiones en negocios ajenos.

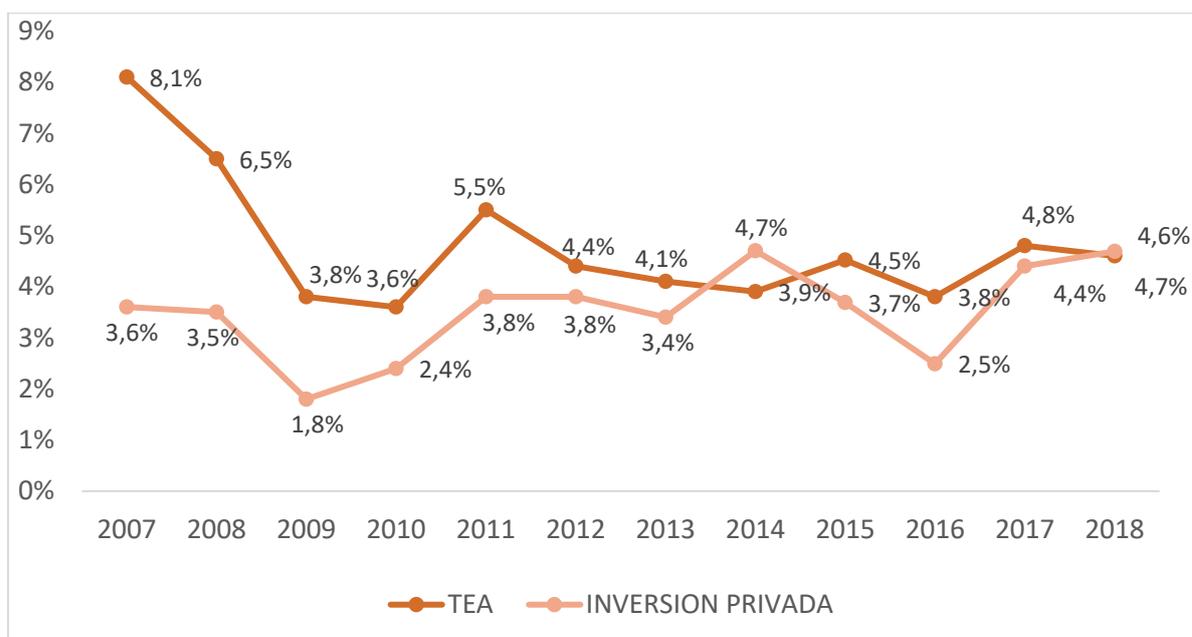
Aunque durante el periodo analizado la inversión privada y el índice TEA muestran una evolución similar, en 2014 y 2015 se produce un ligero cambio en la tendencia de ambas variables. En 2014 el índice TEA desciende a 3,9% y la inversión privada asciende a 4,7%. En 2015 mientras que el índice TEA experimenta un aumento del 0,6%, la inversión privada sufre un descenso

del 1%. Las dos variables vuelven a mostrar la misma tendencia a partir de 2016. En concreto en 2016 se observa que el valor del TEA disminuye 0,7% y el de la inversión privada 1,2% y en 2017 que el valor del TEA aumenta 1% y el de la inversión privada 1,9%. En 2018 mientras que el TEA muestra un descenso de 0,2%, la inversión privada aumenta 0,3%. Ambas magnitudes presentan cifras muy similares durante este año.

En el conjunto nacional en 2018 el 3,8% de la población de 18 a 64 años actúa como inversor privado en negocios ajenos. Esta cifra aumenta más de medio punto respecto a la de los dos años anteriores (3,1 % en 2017 y 3,2% en 2016). Si comparamos la inversión privada en negocios ajenos de España y Navarra podemos observar que la cifra en 2018 es un 0,9% superior 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 2018.

Como se puede observar en la Figura nº 6.2, Navarra es una de las Comunidades Autónomas que presenta un mayor porcentaje de inversión privada en negocios ajenos. La inversión en la Comunidad Foral tan sólo se sitúa por detrás de la de Madrid y Murcia. A nivel europeo, La Figura nº 6.3 muestra que Navarra se sitúa por delante de países como Países Bajos, Alemania e Irlanda y por detrás de países como Polonia, Turquía y Eslovaquia. La inversión privada media de los países de la UE que han

participado en la edición GEM 2018 presenta un porcentaje del 5%. Navarra, por tanto, se sitúa ligeramente por debajo de la inversión media a nivel europeo.

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 2018

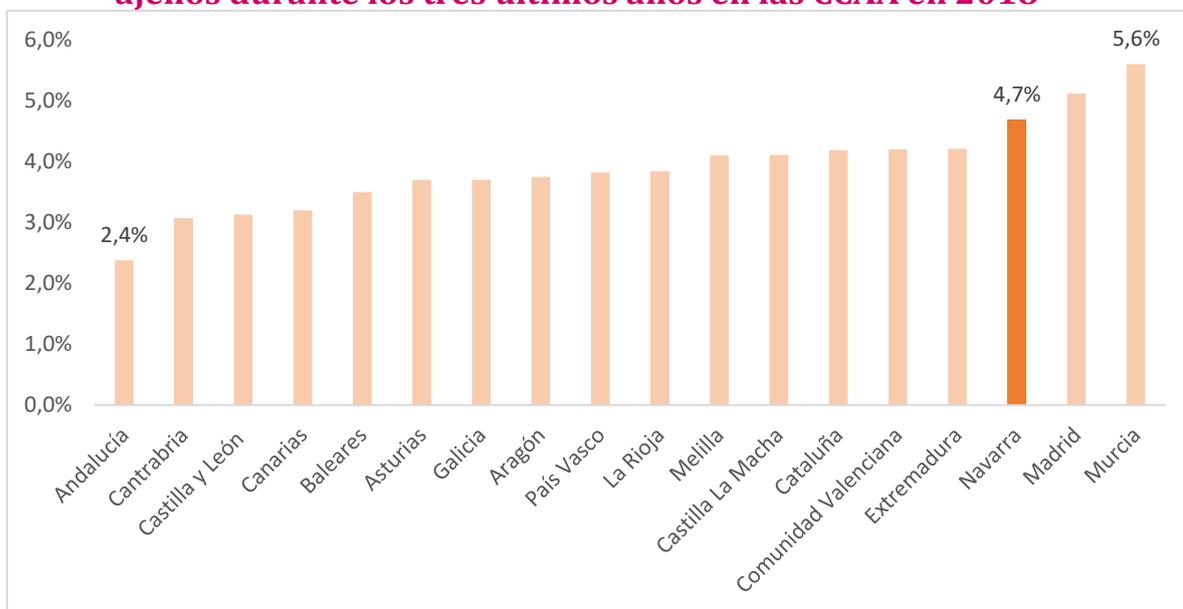
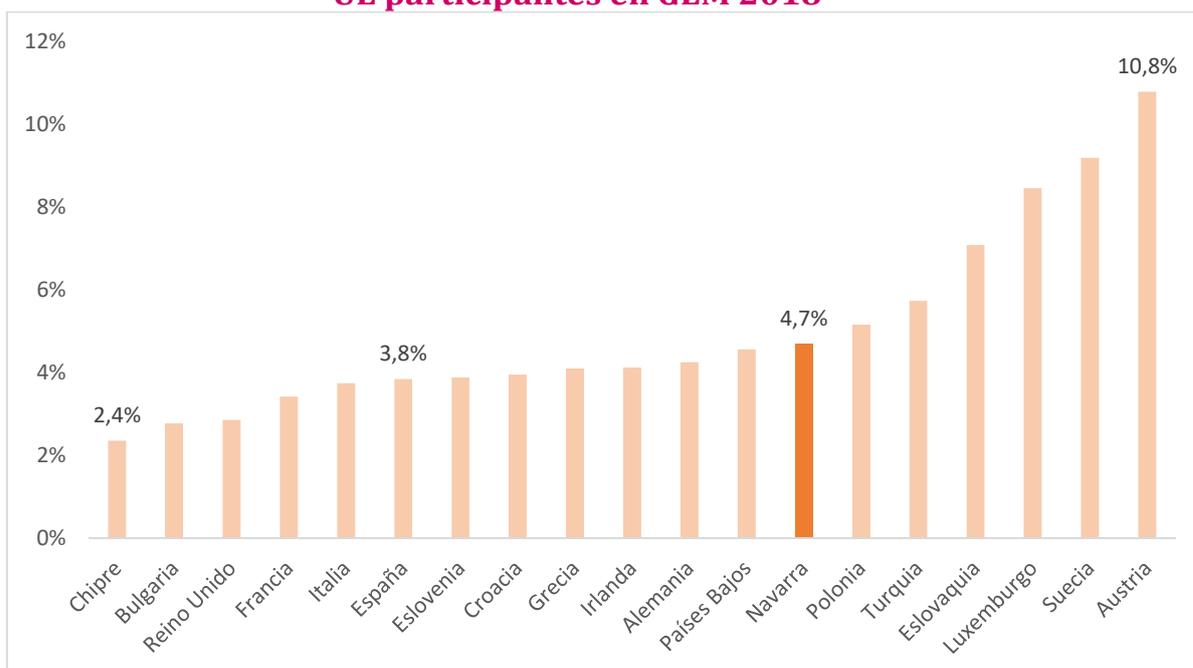


Figura nº 6.3
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra y en los países de la UE participantes en GEM 2018



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 2018

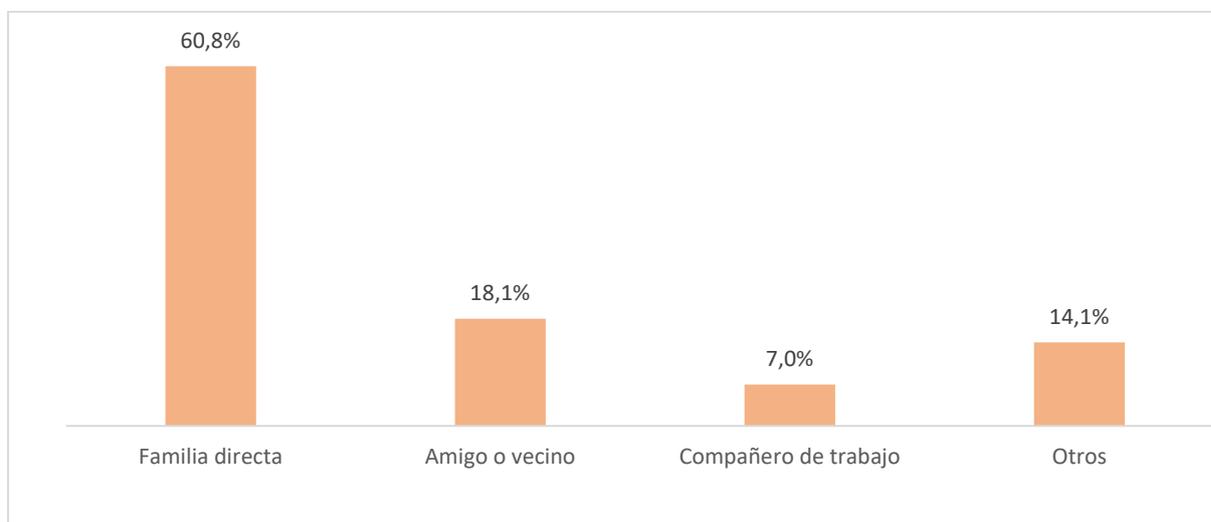
Perfil demográfico	Perfil emprendedor
Sexo: - Hombres: 62,1% - Mujeres: 37,9%	Participación en iniciativas consolidadas: - Son emprendedores consolidados: 8,6% - No son emprendedores consolidados: 91,4%
Edad: - Media: 45,56 años - Desviación típica: 12,77años	Abandono de actividades emprendedoras en los últimos 12 meses: - Han abandonado: 0% - No han abandonado: 100%
Nivel de estudios: - Bajo (hasta primaria): 23,3% - Medio (secundaria): 42,5% - Alto (estudios superiores): 34,2%	Emprendimiento potencial; - Son emprendedores potenciales: 8,6% - No son emprendedores potenciales: 91,4%
Situación laboral: - Trabajan: 78,8 % - No trabajan: 21,2%	Percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses: - Ven buenas oportunidades: 42,6% - No ven buenas oportunidades: 57,4%
Nivel de renta: - Hasta 20.000 euros: 27,3% - De 20.000 a 40.000 euros: 27,1% - De 40.000 a 100.000 euros: 45,6%	Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: - Sí poseen: 84,9% - No poseen: 15,1%
Tamaño del hogar: - Media: 3,04	Actitud frente al fracaso: - El miedo al fracaso les impediría emprender: 36,1% - El miedo al fracaso no les impediría emprender: 63,9%

El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 46 años de edad, con estudios medios, situación laboral activa, de unos ingresos que oscilan entre los 40.000 y los 100.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. En relación con su actitud emprendedora, en la mayoría de los casos los inversores privados no son emprendedores consolidados (91,4%), no han abandonado una actividad emprendedora durante el último año (100%), no se consideran emprendedores potenciales (91,4%) y tampoco perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (57,4%). En cuanto a su formación, la mayoría considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia adecuada para emprender (84,9%). Por último, el 63,9% 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 por su parte proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de la inversión. Como puede observarse, en 2018 el inversor privado navarro principalmente participa en proyectos llevados a cabo por familiares directos (60,8%) y amigos o vecinos (18,1%). El inversor privado navarro colabora en menor grado con negocios desarrollados por compañeros de trabajo.

Figura nº 6.4

Relación del inversor privado navarro con el beneficiario de su inversión en 2018



6.5. El papel del capital riesgo

La falta de capital 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.ascricri.org>). La información que se muestra en los siguientes párrafos proviene del “Informe de actividad Venture Capital & Private Equity en España” publicado en 2019. Dicho informe resume la situación del capital riesgo en España durante el año 2018.

Según el informe de la ASCRI el año 2018 ha resultado ser muy positivo para el sector del capital privado en España. El sector finalizó el ejercicio con una cifra histórica en cuanto a volumen de inversión se refiere, 5.844 millones de euros. Esta cifra se debió en gran medida a la intensa actividad de los fondos internacionales que representaron el 77% del volumen total de inversión.

Si atendemos al tamaño de las operaciones de inversión en 2018, el middle market alcanzó máximos históricos al acaparar un volumen de 1.467 millones de euros en 56 operaciones. Además, se cerraron 8 operaciones que superaban los 100 millones de euros (megadeals) por un valor de 3.697 millones de euros.

Según la fase de desarrollo del proyecto, en 2018 destacó la inversión en buy outs con un volumen de 3.529 millones de euros distribuidos en 50 operaciones. Respecto al capital expansión, se realizaron 96 acuerdos durante este periodo que supusieron alcanzar una cifra de 606 millones de euros.

La inversión de los fondos de Venture Capital se mantuvo elevada en 2018 confirmando la tendencia de los ejercicios anteriores. En concreto su volumen fue de 417 millones de euros y su número de operaciones ascendió a 510. Los fondos privados internacionales de Venture Capital cerraron el ejercicio con el mejor registro en cuanto a número de inversiones: 84.

Para el conjunto del Venture Capital & Private Equity español, los sectores con mayor volumen de inversión captada en 2018 fueron Energía y Recursos Naturales (20,4%), Hostelería/Ocio (17,9%) y Comunicaciones (17,8%). En términos de número de inversiones, los sectores más relevantes fueron Informática (46%), Productos de Consumo (9,1%) y Medicina/Salud (7,2%).

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 2018. 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	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
% población Navarra que percibe buenas oportunidades	11,5%	11,1%	13,5%	20,3%	28,2%	25,0%	31,7%	27,5%
% población España que percibe buenas oportunidades	14,4%	13,9%	16,0%	22,6%	26,0%	25,6%	31,9%	42,7%

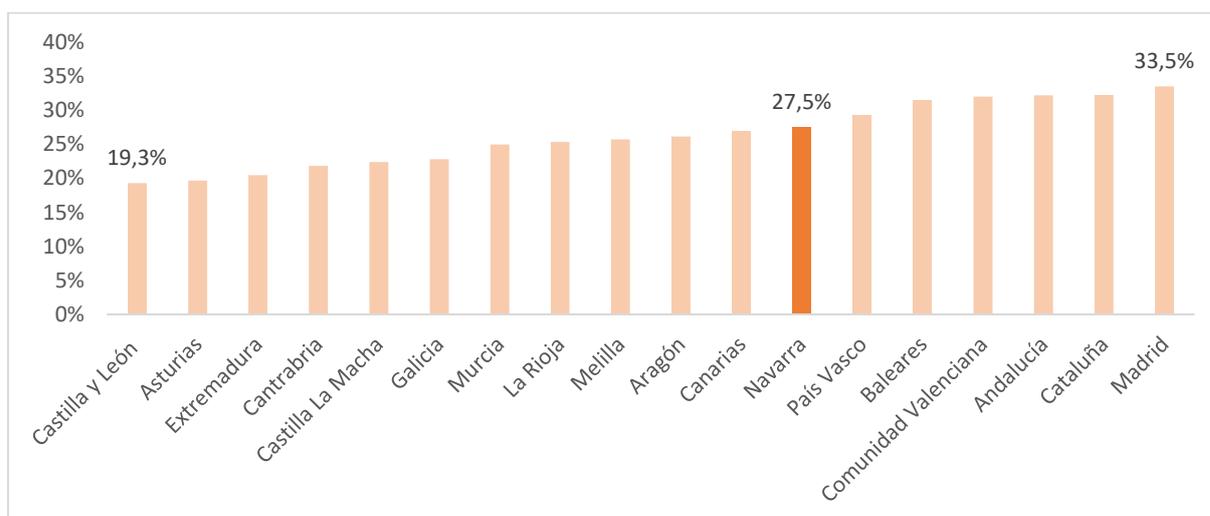
En relación a la evolución de la población que considera que existen buenas oportunidades para emprender en Navarra, debe destacarse que en 2018 se produce un descenso en su porcentaje. La población adulta navarra que entiende que emprender hace posible aprovechar buenas oportunidades se sitúa en 2018 en un 27,5%. Esta cifra es inferior a la de 2017 y superior a la 2016.

En cuanto al conjunto nacional, la Tabla nº 7.1 muestra un importante aumento en el número de personas que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en España. Se pasa del 31,9% en 2017 al 42,7% en 2018. El dato para Navarra difiere, por tanto, del de España. La percepción de buenas oportunidades en el conjunto nacional supera a la navarra en más de 15 puntos.

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 por encima de la media (26,3%) y por delante de comunidades como Canarias, Aragón y Melilla. A nivel nacional, Madrid es la comunidad en la que reside un mayor porcentaje de población adulta que percibe buenas oportunidades para emprender (33,5%). En el extremo opuesto se sitúa Castilla y León con un 19,3% de población adulta que considera que existen buenas oportunidades de negocio.

Figura nº 7.1

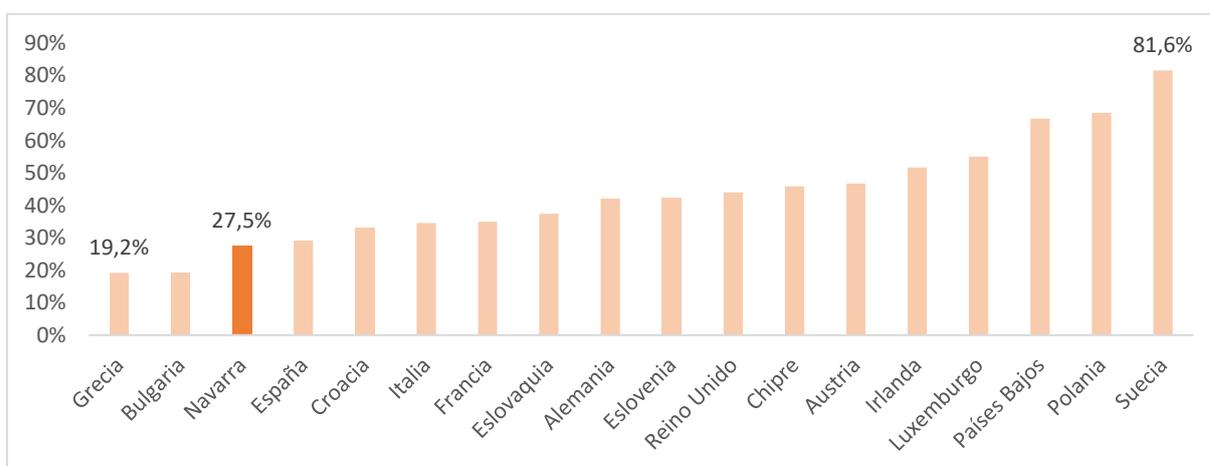
Comparación regional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 2018



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 2018. En este caso, Navarra se sitúa por debajo de la media (43,3%), tan sólo por delante de Grecia y Bulgaria. A nivel europeo son los suecos los que perciben mejores oportunidades para emprender (81,6%) y los griegos los menos favorables en cuanto a la existencia de buenas oportunidades de negocio (19,2%).

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 2018



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

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender		% Respuestas afirmativas							
Año en que se realiza la consulta	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
<i>Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años</i>	26,1%	25,3%	31,0%	36,0%	33,1%	34,6%	31,8%	34,0%	
<i>Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio</i>	46,3%	44,7%	47,0%	45,7%	42,5%	43,4%	44,5%	47,7%	
<i>El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender</i>	45,2%	52,6%	50,0%	47,3%	42,0%	50,1%	44,7%	43,8%	
<i>Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar</i>	70,4%	78,3%	79,0%	74,9%	74,9%	75,7%	73,4%	70,5%	
<i>Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional</i>	59,3%	63,9%	55,0%	54,6%	52,4%	57,0%	53,6%	51,2%	
<i>Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social</i>	63,8%	68,4%	50,0%	52,5%	49,8%	51,6%	51,7%	48,9%	
<i>Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios de éxito</i>	53,2%	52,3%	51,0%	51,9%	52,7%	57,7%	58,8%	57,0%	

De acuerdo a la Tabla nº 7.2 el porcentaje de población que dice conocer a personas emprendedoras en 2018 es el 34%. Dicho dato refleja un ascenso respecto al año anterior (31,8%).

El porcentaje de personas que afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un pequeño negocio mantiene la tendencia ascendente iniciada en 2015. En concreto, en 2018 este porcentaje se sitúa en el 47,7% de la población encuestada. Dado que más de la mitad de las personas encuestadas consideran 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 mismas en el futuro.

El porcentaje de personas que afirman que el temor a fracasar en una iniciativa empresarial supone un obstáculo para la puesta en marcha de un negocio se sitúa en 2018 en el 43,8%. Se continúa, por tanto, con la tendencia decreciente iniciada en 2017.

El nivel de competitividad, medido a través del deseo de un nivel de vida similar en la sociedad, indica que un 70,5% de la población desea que en la sociedad en la que vive exista un nivel de vida similar, siendo este porcentaje inferior al de los seis años anteriores.

La percepción de que poner en marcha una empresa es una buena opción profesional experimenta un descenso del 2,4%. Mientras que en 2017 el 53,6% de la población adulta navarra considera que emprender es una buena alternativa profesional, el 51,2% presenta la misma opinión en 2018.

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 2018 se sitúa en el 48,9%.

Por último, en 2018, un 57% de las personas encuestadas perciben una buena cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, un porcentaje ligeramente inferior al 58,8% de 2017. 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)	394.797 habitantes, residentes en Navarra de 18 a 64 años.
Muestra	1.000 personas de 18 años hasta 64 años.
Selección de la muestra	<p>Muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades y municipios según ámbito y cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural)</p> <p>En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo de entre 18 y 64 años cumpliendo cuotas de sexo y edad proporcionales a la población de Navarra.</p>
Metodología	Encuesta telefónica asistida por ordenador (sistema CATI)
Error muestral (+/-) (2)	± 3,1% para el conjunto de la muestra
Nivel de confianza	95,0%
Periodo de encuestación	Junio-Julio de 2018
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.	