



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO
NAVARRA 2021-2022



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR INFORME EJECUTIVO 2021-2022-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

Department of Business and Management – Southern Denmark University

(Dinamarca)

Victor Martin-Sanchez

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2021-2022

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA	Ana Fernández-Laviada (Presidenta del Observatorio) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM España) Nuria Calvo Babío (Directora Técnica GEM España) Paula San Martín Espina (Secretaria del Observatorio) Yago Atrio Lema y Mahsa Samsami (Equipo Dirección Técnica GEM España) Isidro de Pablo López, José Ruiz Navarro y María Saiz (Comité de dirección del Observatorio) Sebastián Pérez Vides (Director de Comunicación GEM España)	Observatorio del Emprendimiento de España ENISA Observatorio Mapfre de Finanzas Sostenibles
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Carmen Camelo Ordaz José Manuel Sánchez Vázquez Juan Pablo Diáñez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas María del Mar Bornay Barrachina	Junta de Andalucía. Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades.
Almería	Universidad de Almería	Carlos Jesús Cano Guillén (Coordinador) José Céspedes Lorente Juan García García	Universidad de Almería Diputación de Almería
Cádiz	Universidad de Cádiz	Carmen Camelo Ordaz (Coordinadora)	Universidad de Cádiz IEDT, Diputación de Cádiz

		<p>José Manuel Sánchez Vázquez (Coordinador) Carmen Virués Vega Juan Pablo Diánez González Julio Segundo Gallardo Noelia Franco Leal Jaime Guerrero Villegas Maria del Mar Bornay Barrachina</p>	
Córdoba	Universidad Loyola Andalucía	<p>Esteban Almirón Navarro (Coordinador) Emilio Morales Fernández Joaquín García-Tapial Mercedes Pérez Millán</p>	Universidad Loyola Andalucía
Granada	Universidad de Granada	<p>María del Mar Fuentes Fuentes (Coordinadora) Ana María Bojica Francisco Javier Melero Rus Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo</p>	Universidad de Granada
Jaén	Universidad de Jaén	<p>María Jesús Hernández Ortiz (Coordinadora) Elia García Martí José García Vico Lucas Antonio Cañas Lozano Manuel Carlos Vallejo Martos María Gutiérrez Salcedo Raquel Barreda Tarrazona Julio Vena Oya María de la Paz Horno Bueno</p>	Universidad de Jaén
Málaga	Universidad de Málaga	<p>Rafael Ventura Fernández (Coordinador) Sofía Louise Martínez</p>	<p>Universidad de Málaga Ayuntamiento de Málaga Cátedra de Emprendimiento Sostenible Promalaga</p>

Sevilla	<p>Universidad Pablo de Olavide</p> <p>Universidad de Sevilla</p>	<p>Carmen Cabello Medina (Coordinadora)</p> <p>Francisco Liñán (Coordinador)</p> <p>Antonio Carmona Lavado</p> <p>Aída del Cubo</p> <p>Ana M^a Domínguez Quintero</p> <p>José Fernández Serrano</p> <p>Juan Alberto Hueso Arrabal</p> <p>Inmaculada Jaén Figueroa</p> <p>Ana Perez Luño</p> <p>Elena Sousa</p>	<p>Universidad Pablo de Olavide</p> <p>INNLAB</p> <p>Universidad de Sevilla</p> <p>PYMED (Gr. Investigación)</p> <p>Prodetur (Diputación de Sevilla)</p>
Aragón	<p>Universidad de Zaragoza</p>	<p>Lucio Fuentelsaz Lamata (Co-Director GEM-Aragón)</p> <p>Consuelo González Gil (Co-Directora GEM-Aragón)</p> <p>Elisabet Garrido Martínez</p> <p>Jaime Gómez Villascuerna</p> <p>Juan Pablo Maícas López</p> <p>Javier Montero Villacampa</p> <p>Raquel Ortega Lapiedra</p> <p>Sergio Palomas Doña</p>	<p>Fundación Aragón Emprende</p> <p>Cátedra Emprender</p> <p>Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón</p>
Asturias	<p>Universidad de Oviedo</p>	<p>Manuel González Díaz (Director GEM- Asturias)</p> <p>Vanesa Solís Rodríguez</p> <p>Marta Fernández Barcala</p> <p>Susana López Bayón</p> <p>Irene Martínez López</p> <p>Matías Mayor Fernández</p>	<p>Cátedra de Emprendimiento Universidad de Oviedo</p> <p>Caja Rural de Asturias</p>
Baleares	<p>Universidad de las Islas Baleares</p>	<p>Julio Batle Lorente (Director GEM-Baleares)</p> <p>María Sard Bauzá (Directora Técnica GEM-Baleares)</p> <p>Bartolomé Deyá Tortella</p> <p>Francina Orfila Sintés</p> <p>César Llorente López</p> <p>Joan Garau Vadell</p>	<p>Institut d'Innovació Empresarial- Govern Balear</p> <p>Conselleria Transició Energètica i Sectors Productius</p> <p>Laboratori d'Emprendedoria i Innovación Social. Universitat de les Illes Balears</p>

		M. Vanessa Díaz Moriana	
Canarias	<p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>	<p>Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias)</p> <p>Alicia Bolívar Cruz</p> <p>Alicia Correa Rodríguez</p> <p>Ana L. González Pérez</p> <p>Carmen Inés Ruiz de la Rosa</p> <p>Desiderio García Almeida</p> <p>Desiderio Gutiérrez Taño</p> <p>Domingo Verano Tacoronte</p> <p>Francisco J. García Rodríguez</p> <p>Esperanza Gil Soto</p> <p>Pino Medina Brito</p> <p>Silvia Sosa Cabrera</p> <p>Ana Isabel Lemes Hernández</p>	<p>Consejería de Economía, Conocimiento y Empleo</p> <p>Universidad de Las Palmas de Gran Canaria</p> <p>Universidad de La Laguna</p>
Cantabria	Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	<p>Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM-Cantabria)</p> <p>Paula San Martín Espina (Directora Técnico GEM-Cantabria)</p> <p>Elsa Diez Busto</p> <p>Carlos López Gutiérrez</p> <p>Estefanía Palazuelos Cobo</p> <p>Andrea Pérez Ruiz</p> <p>Lidia Sánchez Ruiz</p> <p>Francisco Manuel Somohano Rodríguez</p>	<p>SODERCAN. Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Universidades, Igualdad, Cultura y Deporte</p> <p>Santander Universidades</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>Enric Genescà</p> <p>Joan Lluís Capelleras</p> <p>Marc Fíguls</p> <p>Teresa Obis</p>	<p>Universitat Autònoma de Barcelona</p> <p>Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic, Turisme i Comerç.</p> <p>Generalitat de Catalunya. Departament d'Empresa i Treball</p> <p>Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona</p>

Castilla-La Mancha	Universidad de Castilla-La Mancha	Juan J. Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla-La Mancha) Ángela González Moreno (Directora Técnica GEM-Castilla-La Mancha) Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki Llanos López Muñoz Adrián Rabadán Guerra José M ^a Ruiz Palomo	Universidad de Castilla-La Mancha Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha Fundación Globalcaja HXXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Nuria González Álvarez (Directora GEM-Castilla y León) Daniel Alonso Martínez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez	Universidad de León
	Cátedra de Finanzas Sostenibles UPSA-Mapfre	Luis Gregorio Holguin Galarón Laura Magdalena Miguel Alberto Matellán Pinilla Luis Alberto Rivas Herrero	Universidad Pontificia de Salamanca
Ceuta	Universidad de Granada	Gabriel García-Parada Arias (Director GEM-Ceuta) José Aguado Romero Juan Miguel Alcántara Pilar Lázaro Rodríguez Ariza Manuel Hernández Peinado Sara Rodríguez Gómez	Cátedra Santander de la Empresa Familiar de la Universidad de Granada PROCESA: Sociedad Privada Municipal para el Fomento y Promoción del Desarrollo Socioeconómico de Ceuta S.A.
Comunidad Autónoma de Madrid	Universidad Autónoma de Madrid	Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda Adriana Pérez Encinas Miguel Angoitia Grijalba Yolanda Bueno Hernández	Fundación para el Conocimiento Madrid+ d Comunidad de Madrid Universidad Autónoma de Madrid
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana)	Universidad Miguel Hernández de Elche

		<p>Ignacio Mira Solves (Director Técnico GEM-C. Valenciana) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada de la Cruz Antonio J. Verdú Jover M.^a José Alarcón García M.^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lopera M.^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Generalitat Valenciana. Consellería de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo Air Nostrum Aligrupo Catral Garden Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Escuela de Empresarios (EDEM) Grupo Eulen Grupo Soledad Seur Vectalia</p>
Extremadura	Fundación Xavier de Salas – Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director Ejecutivo GEM-Extremadura) Mari Cruz Sánchez Escobedo (Directora Técnica GEM-Extremadura) Antonio Fernández Portillo (Responsable de datos) J. Carlos Díaz Casero Manuel Almodóvar González María Calzado Barbero Nuria Ramos Vecino Roberto Alejandro Hernández Renner</p>	<p>Universidad de Extremadura Junta de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Philip Morris Spain, S.L. Grupo Ros Multimedia Diputación de Badajoz Tambo Tany Nature</p>

<p>Galicia</p>	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Gallego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p>	<p>Loreto Fernández Fernández (Directora GEM-Galicia) Isabel Neira Gómez (Directora Técnica GEM-Galicia) Sara Fernández López Emilio Ruzo Sanmartín David Rodeiro Pazos Marta Portela Maseda Jacobó Feás Vázquez Nuria Calvo Babío Lucía Rey Ares Esther Barros Campello Alberto Vaquero García Pilar Piñeiro García Guillermo Andrés Zapata Huamaní Yago Atrio Lema Mahsa Samsami</p> <p>Fany Suárez Mansilla Enrique Gómez Fernández</p> <p>José Manuel Maceira Blanco Mª del Mar Barreiro Mariño</p>	<p>Universidade de Santiago de Compostela (USC)</p> <p>Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE)</p> <p>Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)</p> <p>Secretaría Xeral de Universidades (Xunta de Galicia)</p> <p>Universidade da Coruña</p> <p>Universidade de Vigo</p>
<p>La Rioja</p>	<p>Asociación Observatorio del Emprendimiento y el Desarrollo Empresarial de La Rioja</p>	<p>Luis Alberto Ruano Marrón (Director GEM-Rioja) Juan Manuel Dominguez Ortega (Coordinador Técnico GEM Rioja) Sara Calvo (Coordinadora Académica GEM-Rioja) Andrés Morales José Eduardo Rodríguez Osés Lara Mata</p>	<p>Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (Gobierno de La Rioja)</p> <p>Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)</p> <p>Day ONE</p> <p>Iberaval Sociedad de Garantía Reciproca Comercial OJA</p> <p>JIG</p> <p>Ricari Desarrollo de Inversiones Riojanas</p>

Melilla	Universidad de Granada	María del Mar Fuentes Fuentes (Directora GEM-Melilla) Ana María Bojica Jenny María Ruiz Jiménez Matilde Ruiz Arroyo Rocío Llamas Sánchez Juan Antonio Marmolejo Martín	Universidad de Granada
Murcia	Universidad de Murcia	Alicia Rubio Bañón (Co-Directora GEM-Murcia) Catalina Nicolás Martínez Gabriel Lozano Reina Gregorio Sánchez Marín Joaquín Longinos Marin Rives José Andrés López Yepes Juan Samuel Baixauli Soler María Belda Ruiz María Feliz Madrid Garre Mercedes Palacios Manzano Nuria Nevers Esteban Lloret Antonio Paños Álvarez María Pemartín González-Adalid	Consejería de Industria, Empresa y Portavocía Instituto de Fomento de la Región de Murcia Caixabank Fundación CajaMurcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional Centro Iniciativas Municipales de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia
Navarra	Universidad Pública de Navarra-INARBE Universidad de La Rioja King's College London (UK)	Ignacio Contin Pilart (Co-Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana (Co-Director GEM-Navarra) Raquel Orcos Sánchez Víctor Martín Sánchez	Universidad Pública de Navarra-INARBE Gobierno de Navarra - CEIN
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) Aimar Basañez Zulueta David Urbano	Universidad del País Vasco Universidad de Deusto Mondragon Unibertsitatea Grupo Spri Taldea

	Universitat Autònoma de Barcelona	Iñaki Peña Jon Hoyos Nerea González Rebeca Martín Diez Valery Chistov Alaitz Zabala Zarauz	Gobierno Vasco. Departamento de Desarrollo Económico e Infraestructuras Diputación foral de Bizkaia Diputación foral de Guipúzcoa Diputación foral de Álava FESIDE Observatorio Vasco de Emprendimiento
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Observatorio del Emprendimiento de España_ RED GEM España

EQUIPO GEM ESPAÑA 2021

GEM España _____ GEM Andalucía _____



GEM Almería _____ GEM Cádiz _____



GEM Córdoba _____ GEM Granada _____ GEM Jaén _____



GEM Málaga _____



GEM Sevilla _____



GEM Aragón _____ GEM Asturias _____



GEM Baleares _____ GEM Canarias _____



GEM Cantabria _____



GEM Castilla-La Mancha _____ GEM Castilla y León _____



GEM Catalunya _____



GEM Ceuta _____



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM La Rioja



GEM Comunidad de Madrid



GEM Melilla



GEM Murcia



GEM Navarra



GEM País Vasco



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2021-2022

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

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

Ignacio Contín Pilart,
Universidad Pública de Navarra
Director GEM Navarra 2021-2022

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo	14
Introducción	17
Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra.....	21
Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra.....	32
Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra.....	39
Financiación del proceso emprendedor en Navarra	53
Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra	59
Apéndice metodológico	65

Resumen ejecutivo

Los datos del GEM Navarra 2021 muestran que la actividad emprendedora en el año 2021, medida a través del índice TEA, o porcentaje de la población de 18 a 64 años involucrada en actividades emprendedoras en fase inicial (las que tienen entre 0 y 42 meses de vida), fue del 5,0% en Navarra frente al 5,5% del conjunto de España. La crisis de la COVID parece que ha afectado a la actividad emprendedora de Navarra, al contrario de lo acontecido en España, más en el año 2021 que en el 2020, puesto que en los años 2019 y 2020 en Navarra el TEA se mantuvo constante mientras que en España cayó y en 2021 este indicador ha caído ligeramente en Navarra mientras que en España ha crecido. No obstante, la tasa de actividad emprendedora en Navarra en 2021 es la tercera mayor desde el año 2010, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento. Asimismo, el emprendimiento potencial; esto es, el porcentaje de la población adulta que tiene la intención de emprender en los próximos tres años, fue en Navarra en 2021 del 8,3% frente al 9% de España.

Además, la actividad emprendedora de Navarra se sitúa por encima de la mayoría de CCAA, aunque es cierto que es menor que la observada en las comunidades más emprendedoras, que son Cataluña y Madrid, cuyos índices TEA fueron en 2021 de 7,2% y 7,0%, respectivamente. Destacar que la actividad emprendedora en Navarra es mayor que la de sus CCAA limítrofes (País Vasco, Aragón y La Rioja),

También cabe destacar que la tasa de cierres de empresas en Navarra en 2021 fue de nuevo menor que la del conjunto de España. El porcentaje de personas identificadas como propietarios de negocios consolidados (aquellos de más de 42 meses de vida) sobre la población adulta se ha situado en Navarra (9,3%) claramente por encima de la media española (7,2%). En la comparativa internacional, Navarra se situaría entre los países europeos con mayor porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta. Además, este porcentaje está en Navarra por segunda vez por encima del de los Países Bajos, que a tenor de los indicadores del GEM puede ser considerado el país más emprendedor del continente europeo.

Desde el año 2014, el GEM analiza el “intra-emprendimiento”. Define intra-emprendimiento como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores de organizaciones existentes (EEA [*Entrepreneurial Employee Activity*]) cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs/start-ups*). Más concretamente, el nivel de EEA se mide a partir del porcentaje de la población adulta que ha llevado a cabo este tipo de actividades en organización ya existentes en los últimos 3 años. Los datos muestran que en 2021 el 1,5% de la población navarra (0,5% en 2020) de 18 a 64 años participó activamente liderando la generación y puesta en marcha de ideas/iniciativas emprendedoras en el interior de las organizaciones en las que desempeñaban su trabajo. Por lo tanto, parece que este indicador, al que sí afectó en 2019 la crisis generada por la COVID se está recuperando lo que

sugiere que las empresas establecidas poco a poco están de nuevo involucrándose en actividades emprendedoras.

Con respecto a la motivación para emprender, nuestro estudio muestra que, en 2021, tanto en Navarra como en España y tanto los emprendedores como los empresarios consolidados indican que el motivo más común para crear un negocio fue “ganarse la vida porque el trabajo escasea”. No obstante, llama la atención que el 58,4% de los emprendedores en Navarra dicen que crearon la nueva empresa en 2021 en parte por esta razón frente al 72% que afirman lo mismo en el conjunto de España.

El perfil de las personas involucradas en actividades empresariales en Navarra en el año 2021 es, a grandes rasgos, similar al descrito en ediciones anteriores. Cabe destacar una vez más la consolidación de la participación 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. Cabe señalar también que se confirma el repunte en la participación de postgraduados en el proceso emprendedor.

En cuanto al perfil medio, si bien presenta algunas variaciones según sea el tipo de emprendedor analizado (potencial, TEA o consolidado), estamos ante un hombre o mujer de unos 40 o 45 años de edad, con educación secundaria o superior, con un nivel de renta medio, y que vive en un hogar de tres miembros. Conforme nos acercamos de los emprendedores potenciales a los consolidados, crece la media de edad, pero, en términos generales, baja el nivel de estudios medio

Entorno a la mitad (44,4%) de las iniciativas emprendedoras en fase inicial registradas en Navarra en 2020 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 44,8% también actúan mayoritariamente en dicho sector. Tanto las nuevas iniciativas emprendedoras como las consolidadas son microempresas con predominio de las entidades con un solo trabajador (autoempleo). Además, en términos de aspiraciones de crecimiento (número de empleados esperado en cinco años), en esta edición de 2021, marcada todavía por el impacto de la pandemia, tanto las iniciativas en fase inicial como consolidada reportan muy pocas aspiraciones de crecimiento en el medio plazo, aunque ligeramente más que en la edición de 2020. En términos de innovación se observa que en general tanto a nivel de emprendedores en fase inicial como aquellos en fase consolidada, más de un 70% en ambos casos manifiestan no llevar a cabo ningún tipo de innovación. En este año caracterizado por la excepcionalidad y la incertidumbre debido a la pandemia, respecto al alcance de mercado que afrontan las iniciativas en fase inicial, éste es mayoritariamente de alcance local y representa un 50% de los casos. Sin embargo, el alcance de mercado en el contexto de las iniciativas consolidadas es desconocido en un 90,7% de los casos. Finalmente, respecto a la adaptación de nueva tecnológica o de nuevos procedimientos para la

producción de productos o servicios, tanto en las empresas en fase inicial como en la consolidada los niveles de nueva tecnológica son muy bajos.

El capital semilla necesario para financiar una iniciativa emprendedora en Navarra se sitúa en 2021 en los 20.000 euros. Dicho capital proviene principalmente de los ahorros personales del emprendedor. Respecto a la participación del inversor privado navarro en la financiación de negocios ajenos, se observa un aumento en el año 2021. Mientras que en 2020 la población adulta navarra que efectuaba inversiones en proyectos ajenos se situaba en 3,1%, en 2021 el porcentaje es el 4%. El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 45 años de edad, con estudios superiores, situación laboral activa, de unos ingresos que oscilan entre los 40.000 y los 100.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. Por último, al igual que en años anteriores, la inversión privada principalmente se concentra en los negocios de familiares.

El porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra en 2021 es el 30,1%. Dicho porcentaje ha aumentado de forma importante, ya que en 2020 la percepción de buenas oportunidades en nuestra comunidad se situaba en 16,1%. Al comparar la situación de Navarra con la de otras Comunidades Autónomas, se observa que la percepción de buenas oportunidades en nuestra comunidad se sitúa muy próxima a la media española. Sin embargo, si comparamos la situación de Navarra con la de otros países que han participado en el informe GEM 2021-2022, se observa que la percepción de buenas oportunidades para emprender se sitúa por debajo de la media (52,6% en el caso de los países con economías de ingresos bajos y medios y 55,9% en el caso de los países con economías de ingresos altos).

En cuanto al entorno social del emprendedor, se observa como en la Comunidad Foral existe un conocimiento importante sobre la figura del emprendedor (un 38,3% de la población adulta afirma conocer a algún emprendedor). En 2021, el 49,5% de la población adulta navarra considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial y el 59,3% 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 (50% de la población encuestada), que los empresarios gozan de un buen estatus social (60,7% de la población encuestada) y que existe una buena cobertura mediática de las noticias relacionadas con emprendedores de éxito (47,9% de la población encuestada).

Capítulo 1

Introducción

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

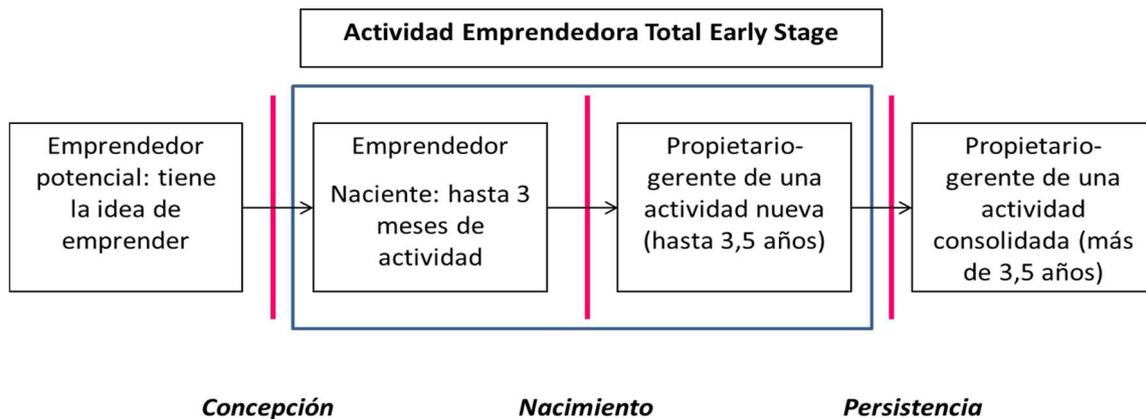
El observatorio GEM proporciona datos desde el año 1999, habiendo analizado, por un lado, la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, y, por otro, enriquecido el ámbito académico con multitud de artículos y trabajos científicos publicados en revistas indexadas. Asimismo, las instituciones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

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

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

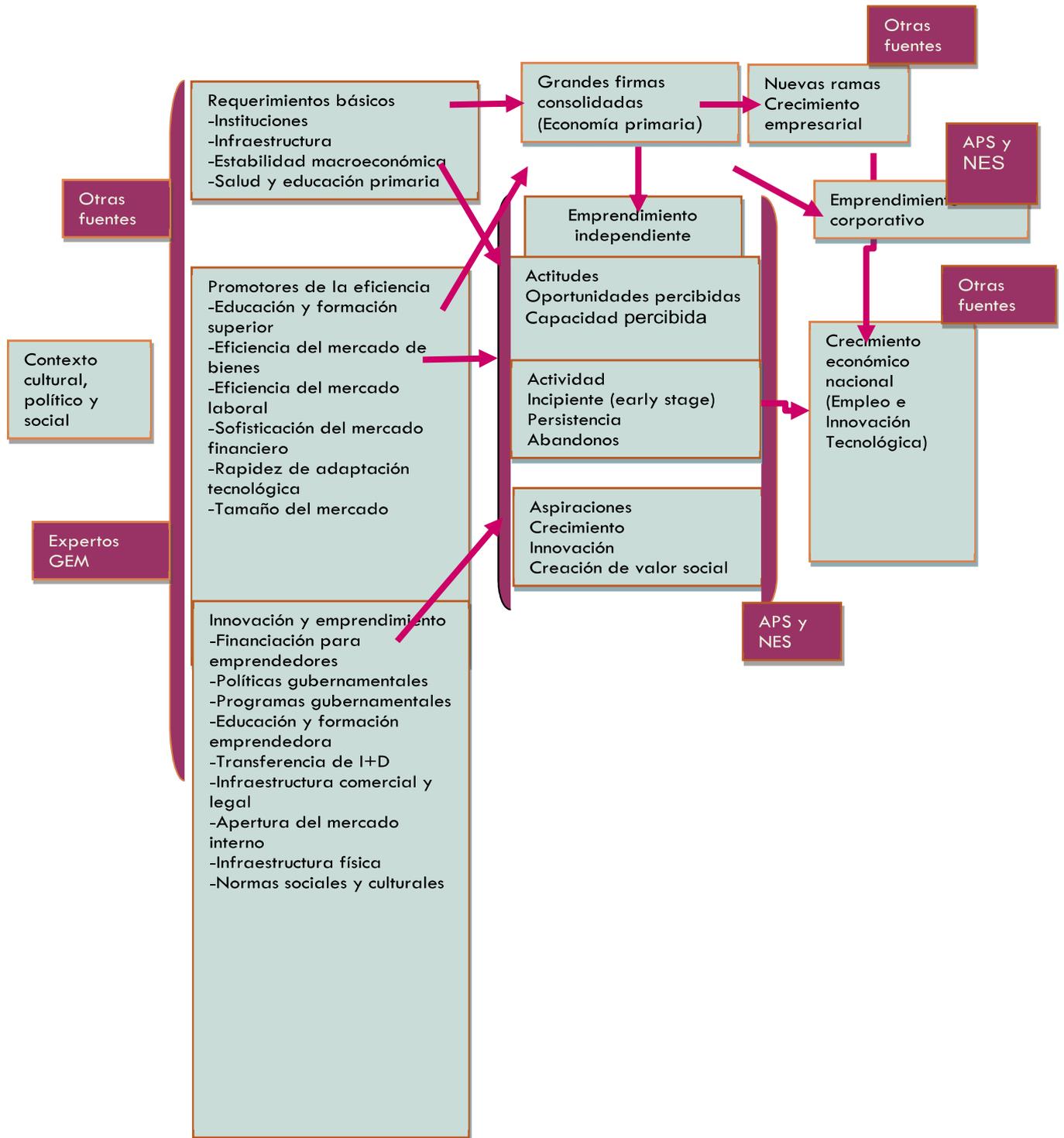
Figura nº 1.1

El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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

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



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

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

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

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

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

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

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

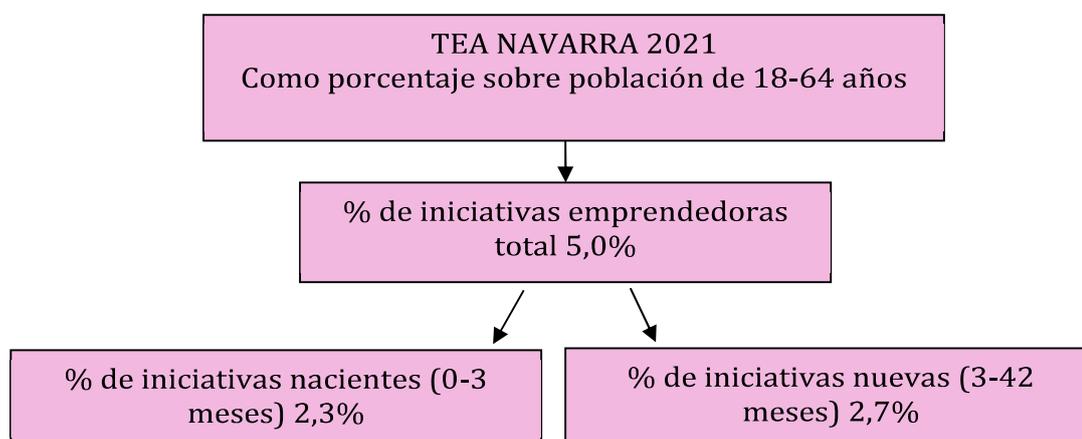
Capítulo 2

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra

2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta navarra

Tasa de actividad emprendedora (TEA)

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, **la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población adulta navarra**, o lo que es lo mismo el porcentaje de la población adulta involucrado en actividades emprendedoras en fase inicial (TEA), **fue en el año 2020 del 5,0 %, muy similar a la de 2020 y 2019 (5,2%)**. La 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 2021 arrojan unos valores del 2,3% y del 2,7%, respectivamente.

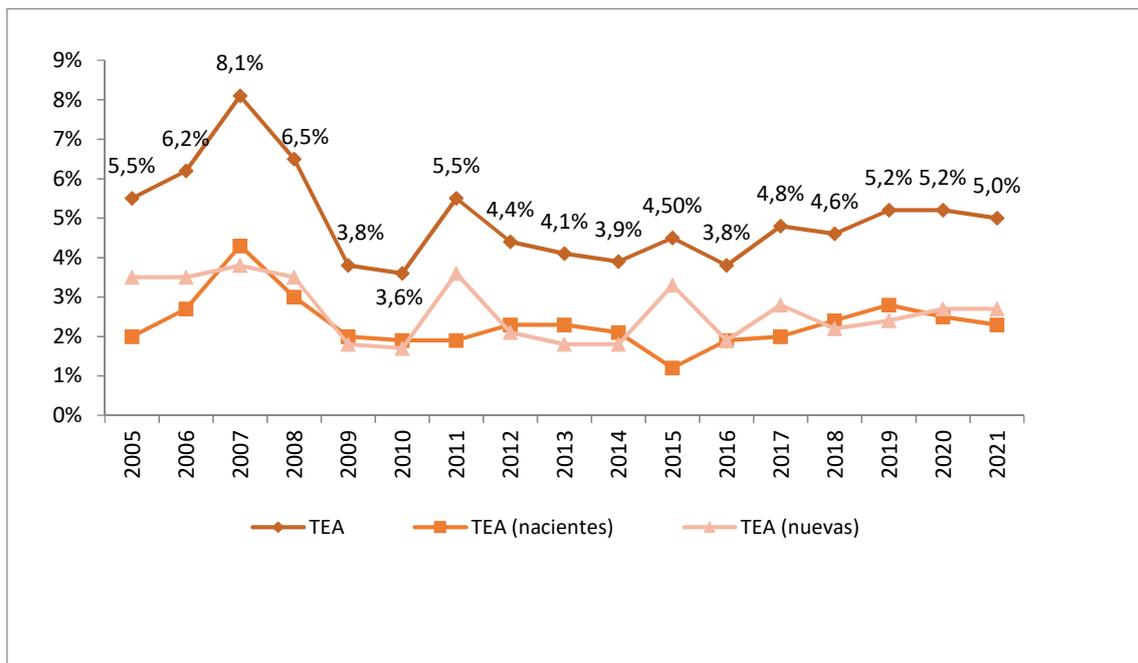


Asimismo, el emprendimiento potencial; esto es, el porcentaje de la población adulta que tiene la intención de emprender en los próximos tres años, fue en Navarra en 2021 del 8,3% frente al 9% de España.

Análisis de la evolución temporal del TEA

La Figura nº 2.1 muestra cómo el TEA en Navarra en 2021 ha disminuido ligeramente en comparación con 2020 y 2019. No obstante, la tasa de actividad emprendedora en Navarra en 2021 es la tercera mayor desde el año 2010, cuando la Gran Depresión hundió el emprendimiento.

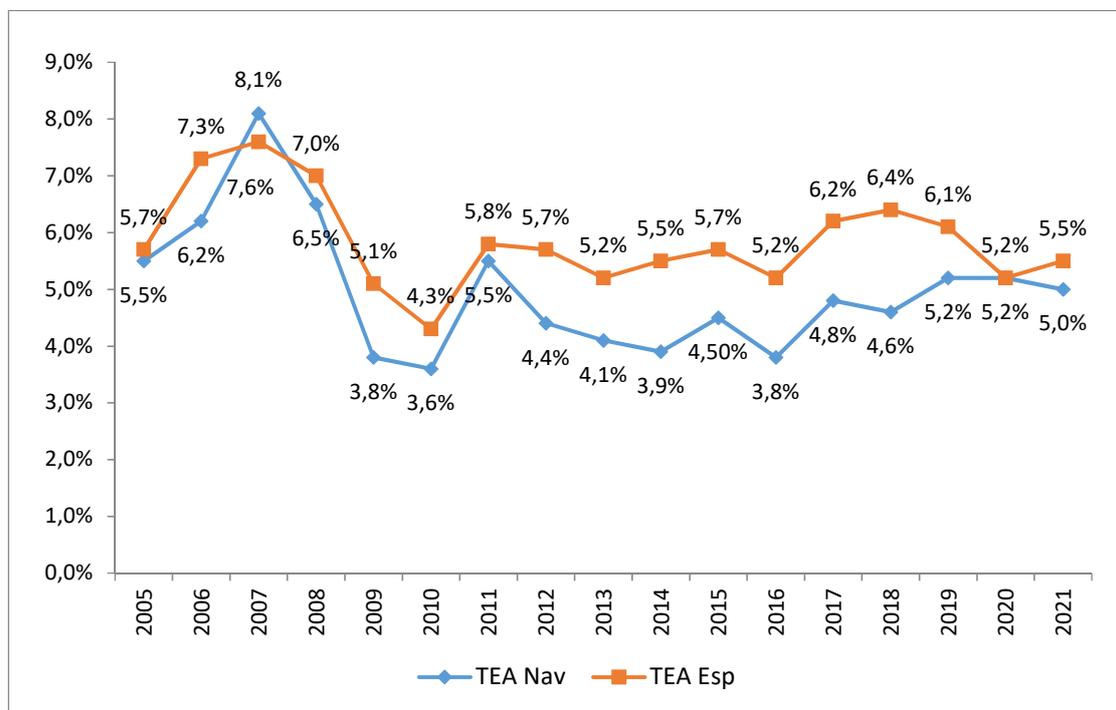
Figura nº 2.1
Evolución temporal del índice TEA y sus componentes en Navarra



Como se puede observar en la Figura nº 2.2, el índice TEA de Navarra se sitúa por debajo del de España durante prácticamente todo el período 2005-2021 (únicamente en el año 2007 se situó por encima). Esta tendencia histórica se rompió en 2020, año en que el TEA de Navarra y España se igualan, aunque en 2021 la TEA de Navarra vuelve a estar por debajo de la de España. El peor año de actividad emprendedora fue el 2010, consecuencia del impacto en la actividad económica de la crisis de 2008. Los datos indican que la recuperación económica, previa a la última crisis económica generada por la COVID-19, no había permitido alcanzar los niveles de emprendimiento previos al año 2010. La crisis de la COVID parece que ha afectado a la actividad emprendedora de Navarra, al contrario de lo acontecido en España, más en el año 2021 que en el 2020, puesto que en los años 2019 y 2020 en Navarra el TEA se mantuvo constante mientras que en España cayó y en 2021 este indicador ha caído ligeramente en Navarra mientras que en España ha crecido.

Figura nº 2.2

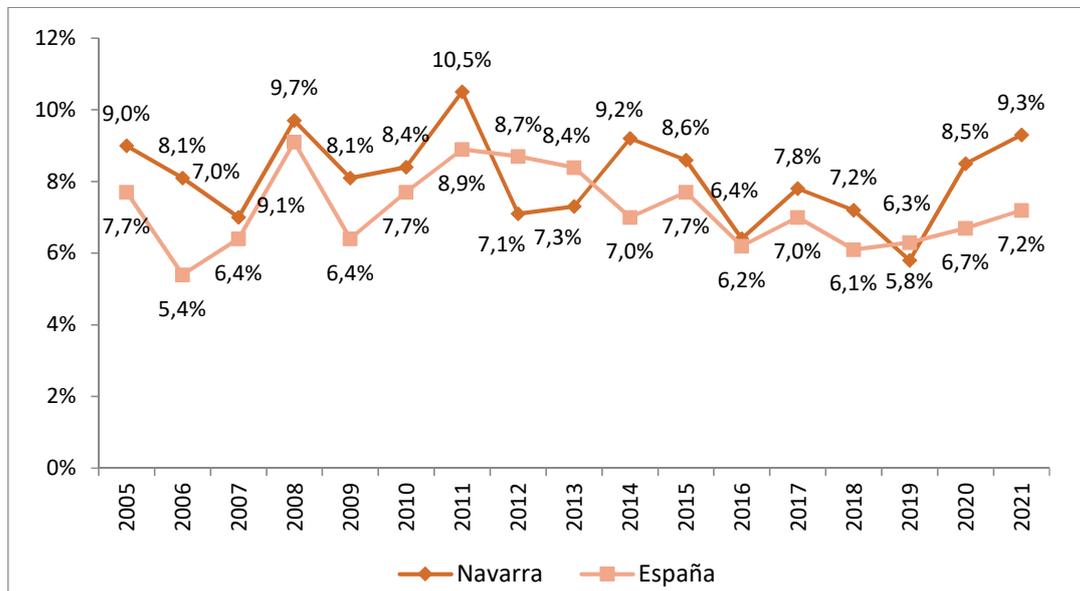
Comparativa de la evolución temporal del índice TEA en Navarra y España



2.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra

Además de proporcionar datos sobre la actividad emprendedora, el proyecto GEM nos permite estimar anualmente el porcentaje de empresarios consolidados; esto es, aquellos empresarios que poseen y gestionan un negocio que ha sobrepasado la barrera de los 42 meses de vida, sobre la población adulta. La Figura nº 2.3 muestra que dicho porcentaje ha sido en Navarra mayor que el observado en el conjunto de España durante la mayor parte del período 2005-2021. Asimismo, en 2020 se rompió la caída que se venía produciendo en la Comunidad Foral en este índice desde el año 2017. Además, el porcentaje de empresarios consolidadas se ha situado en Navarra en 2021 claramente por encima del estimado para el conjunto de España.

Figura nº 2.3
Evolución temporal del porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta en Navarra y España

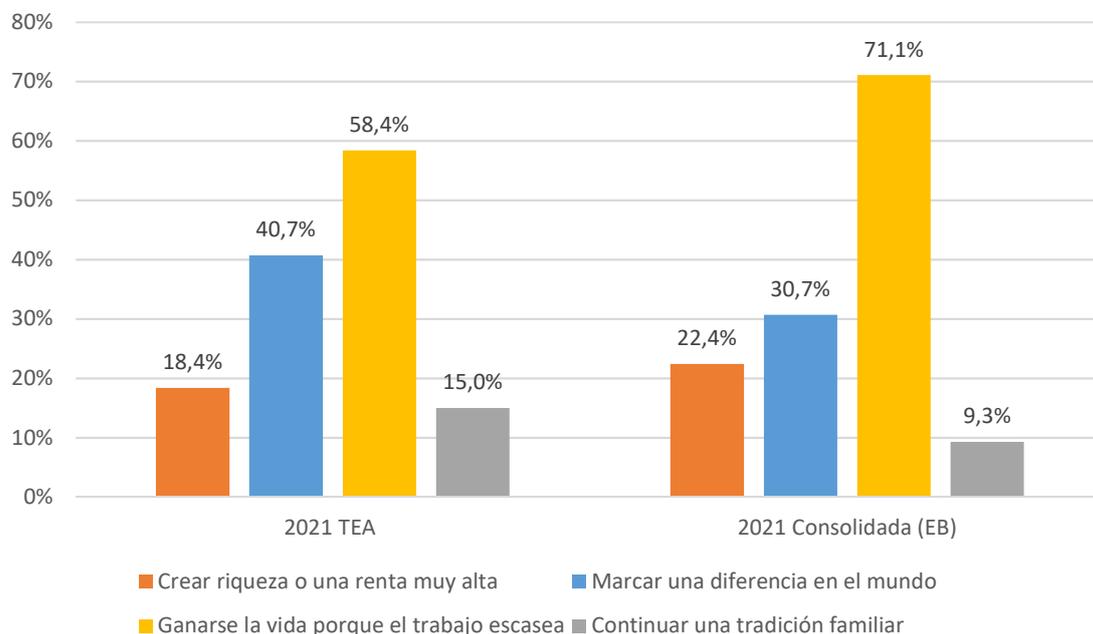


2.3. Motivación para emprender

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

Los resultados indican que, en Navarra, al igual que en España, tanto para la población emprendedora como para los empresarios consolidados el motivo más común para crear un negocio fue “ganarse la vida porque el trabajo escasea”, sin bien el peso de esta razón es menor en Navarra, especialmente de los emprendedores (TEA), que en España. Así en el caso de Navarra, el 58,4% de los emprendedores señalan que crearon la nueva empresa en 2021 en parte por esta razón frente al 72% que afirman lo mismo en el conjunto de España.

Figura nº 2.4
Motivación para emprender en Navarra



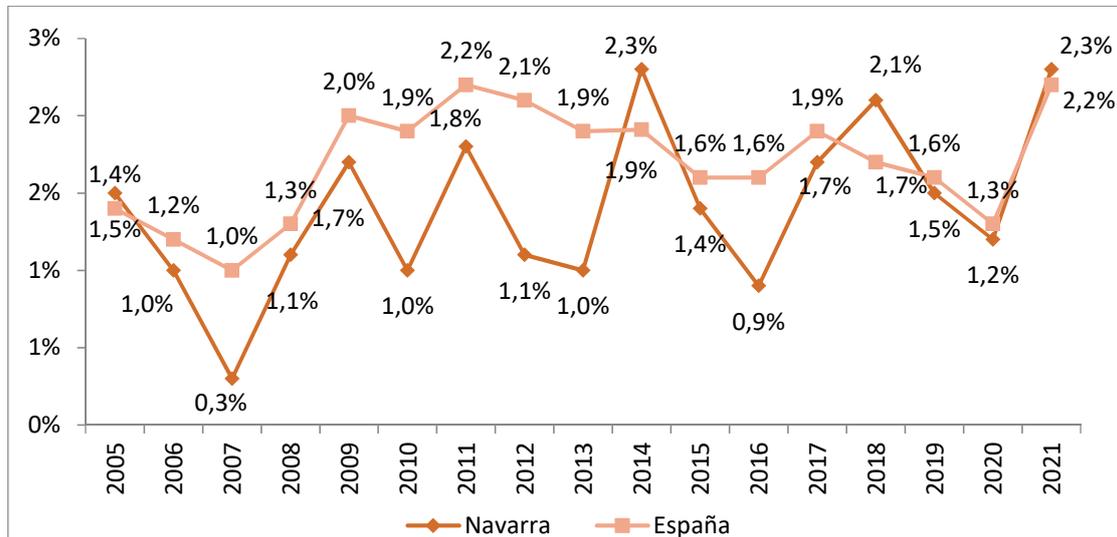
2.4. Abandonos de iniciativas empresariales

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

Tal y como se desprende de la Figura nº 2.5 se ha producido en el año 2021 con respecto a los años precedentes, y tanto en Navarra como en España, un incremento del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta. Este aumento puede ser consecuencia de la crisis de la COVID-19. En todo caso, habrá que estar atentos a la evolución de este indicador en los próximos años. Asimismo, la Figura nº 2.7 muestra los datos referido a abandonos y cierres en Navarra en 2021, 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 2021 en Navarra en el 1,4%, ligeramente por debajo de la tasa de España que fue del 1,5%.

Figura nº 2.5

Evolución del porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en el último año sobre la población adulta en Navarra y España



Como dato positivo debemos destacar que el porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en Navarra se ubicó claramente por debajo del observado en los países europeos (Figura nº 2.6).

Entre los motivos de abandono, destaca la no rentabilidad del negocio. Destacar también que un 8,3% de las personas que abandonaron una empresa lo hicieron por la crisis de la COVID-19 (Figura nº 2.7). Ese porcentaje solo fue del 1,1% en España.

Figura nº 2.6

Porcentaje de personas que abandonaron una actividad empresarial en Europa en 2021

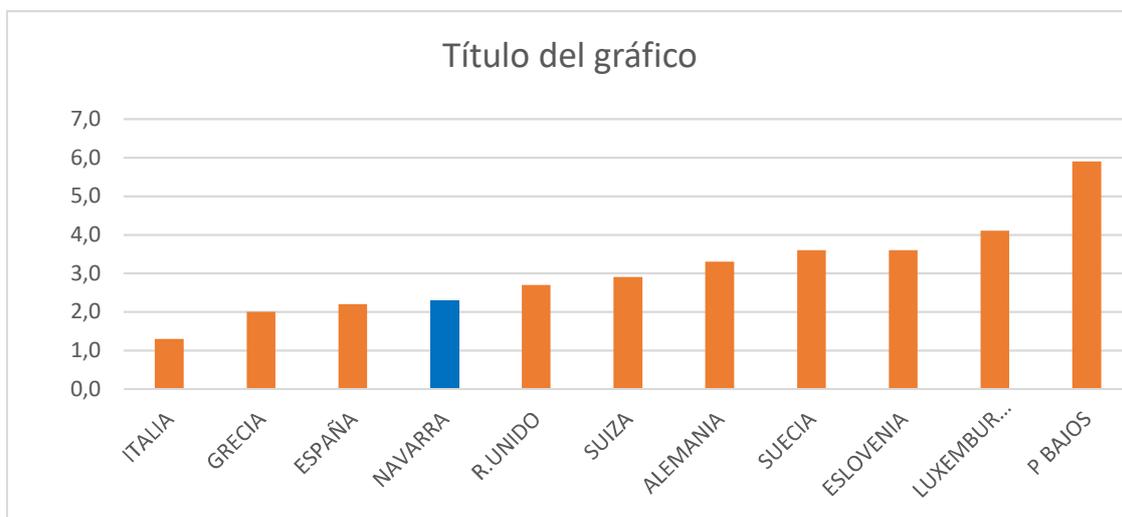
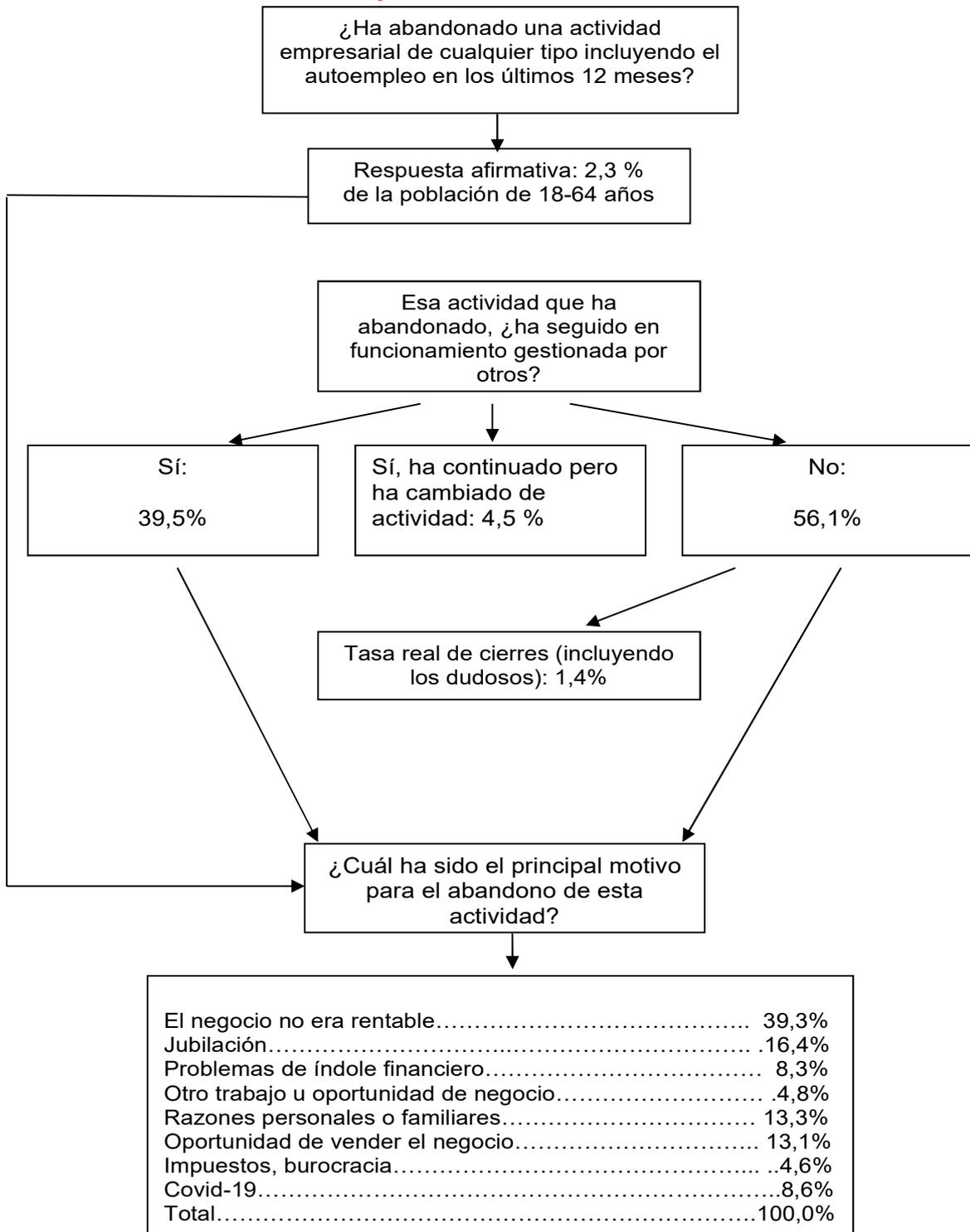


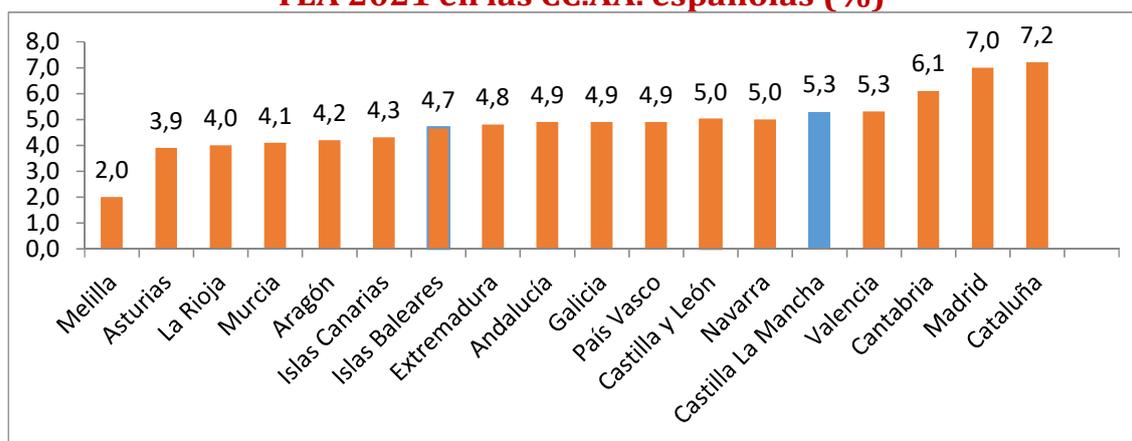
Figura nº 2.7
Abandono de iniciativas y su motivación en Navarra en el año 2021



2.5. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

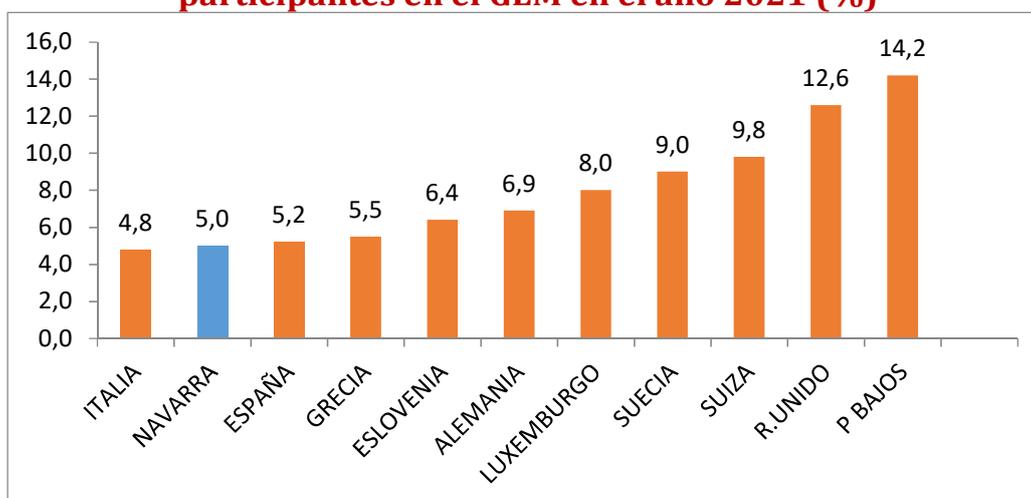
En la Figura nº 2.8 se muestra la posición relativa de Navarra entre las comunidades autónomas españolas en función del índice TEA del año 2021. Navarra se sitúa por encima de la mayoría de CCAA, y por encima de sus CCAA limítrofes (País Vasco, Aragón y la Rioja), pero su actividad emprendedora es menor que la observada en las comunidades más emprendedoras, como Cataluña y Madrid.

Figura nº 2.8
TEA 2021 en las CC.AA. españolas (%)



En el contexto europeo, el índice de actividad emprendedora de Navarra en 2021 sólo se sitúa por encima del de Italia y está lejos del de los países más emprendedores como por ejemplo Países Bajos o Reino Unido.

Figura nº 2.9
Comparación del TEA de Navarra y del TEA de países europeos participantes en el GEM en el año 2021 (%)



2.6. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional

La Figura nº 2.10 muestra el porcentaje de empresarios consolidados sobre la población de 18-64 años en 2021 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. De entre las CCAA sólo en Cantabria este porcentaje es mayor que en Navarra.

La Figura nº 2.11 muestra el mismo indicador para Navarra y para algunos de los países europeos participantes en la edición GEM 2021. El porcentaje de empresarios consolidados sobre la población adulta en Navarra es el segundo más alto y se sitúa segunda vez por encima del de los Países Bajos, que a tenor de los indicadores del GEM puede ser considerado el país más emprendedor del continente europeo.

Figura nº 2.10

Tasa de actividad empresarial consolidada (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en 2021 en las CC.AA.

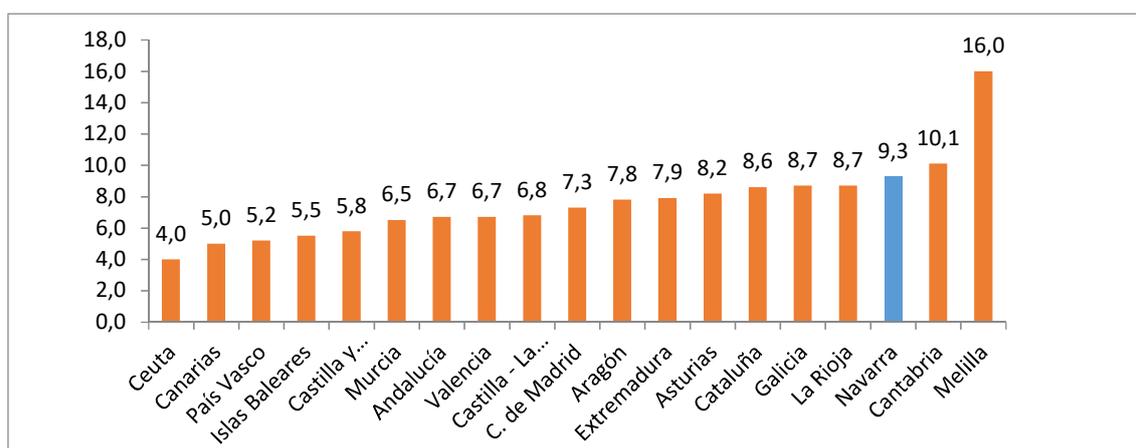
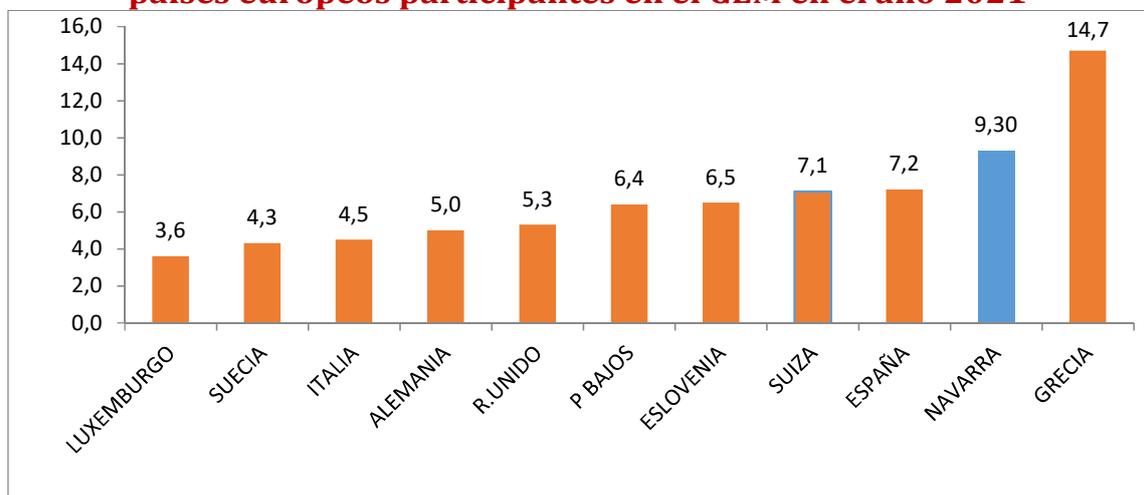


Figura nº 2.11

Comparación de la tasa de actividad consolidada de Navarra y de países europeos participantes en el GEM en el año 2021



2.7 Actividad emprendedora en el interior de organizaciones existentes.

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

GEM concibe el (intra)emprendimiento como aquella actividad emprendedora que llevan a cabo los empleados emprendedores de organizaciones existentes (EEA [*Entrepreneurial Employee Activity*]) cuando participan activamente liderando el desarrollo de nuevos productos/servicios, y/o, la creación de nuevas empresas bajo el paraguas de su empleador (*spin-offs/spin-outs/start-ups*). Más concretamente, el nivel de EEA se mide a partir del porcentaje de la población adulta que ha manifestado haber participado/liderado la puesta en marcha de ideas e iniciativas emprendedoras para las organizaciones en las que trabajan en los últimos tres años. La Figura nº 2.12 muestra que en 2021 el 1,5% de la población navarra de 18 a 64 años participó activamente liderando la generación y puesta en marcha de ideas/iniciativas emprendedoras en el interior de las organizaciones en las que desempeñaban su trabajo. Por lo tanto, parece que este indicador, al que sí afectó en 2019 la crisis generada por la COVID se está recuperando lo que sugiere que las empresas establecidas poco a poco están de nuevo involucrándose en actividades emprendedoras.

Figura nº 2.12. **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.**

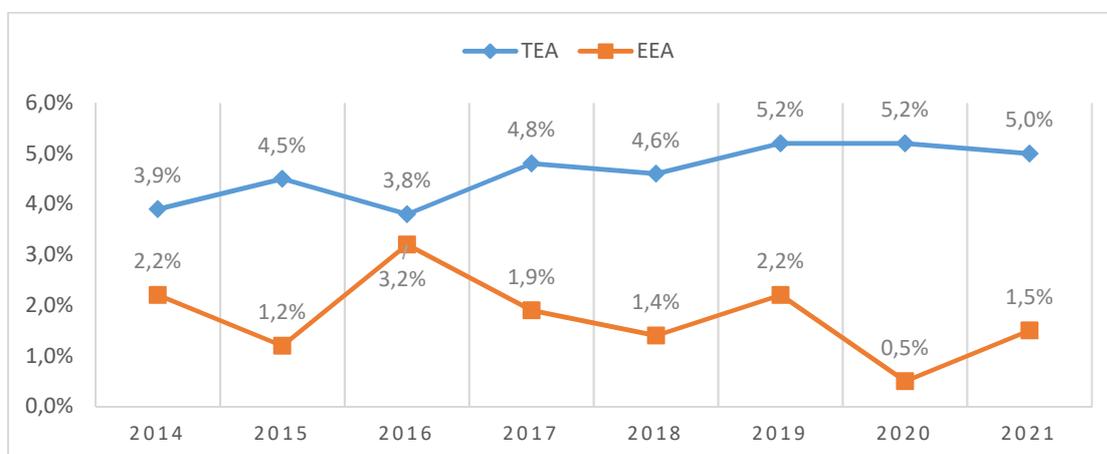
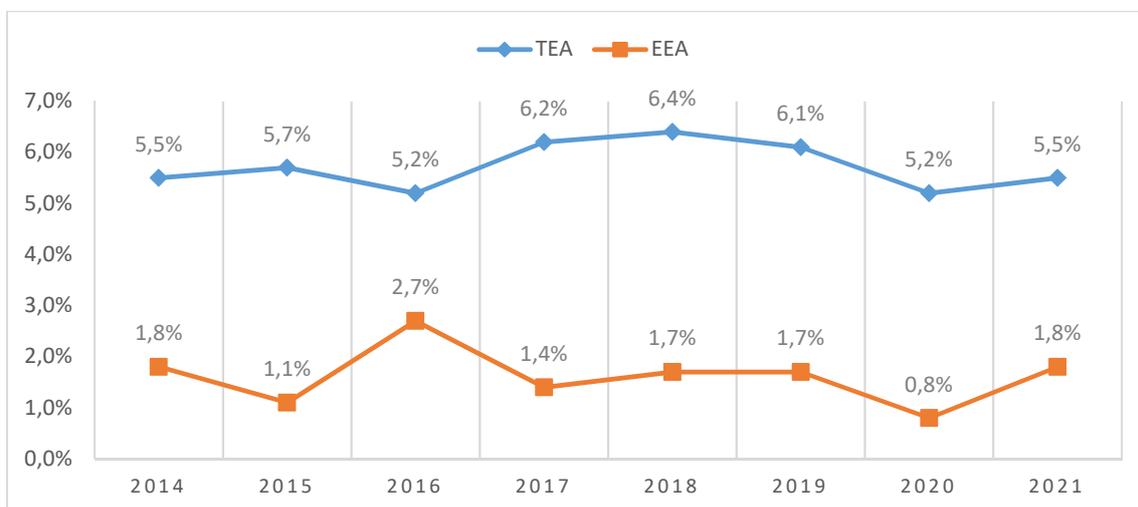


Figura nº 2.13 Evolución en el porcentaje de la población española de 18-64 años que ha emprendido de manera independiente (TEA) y la que ha emprendido en el interior de organizaciones existentes (EEA) en España.



Capítulo 3

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra

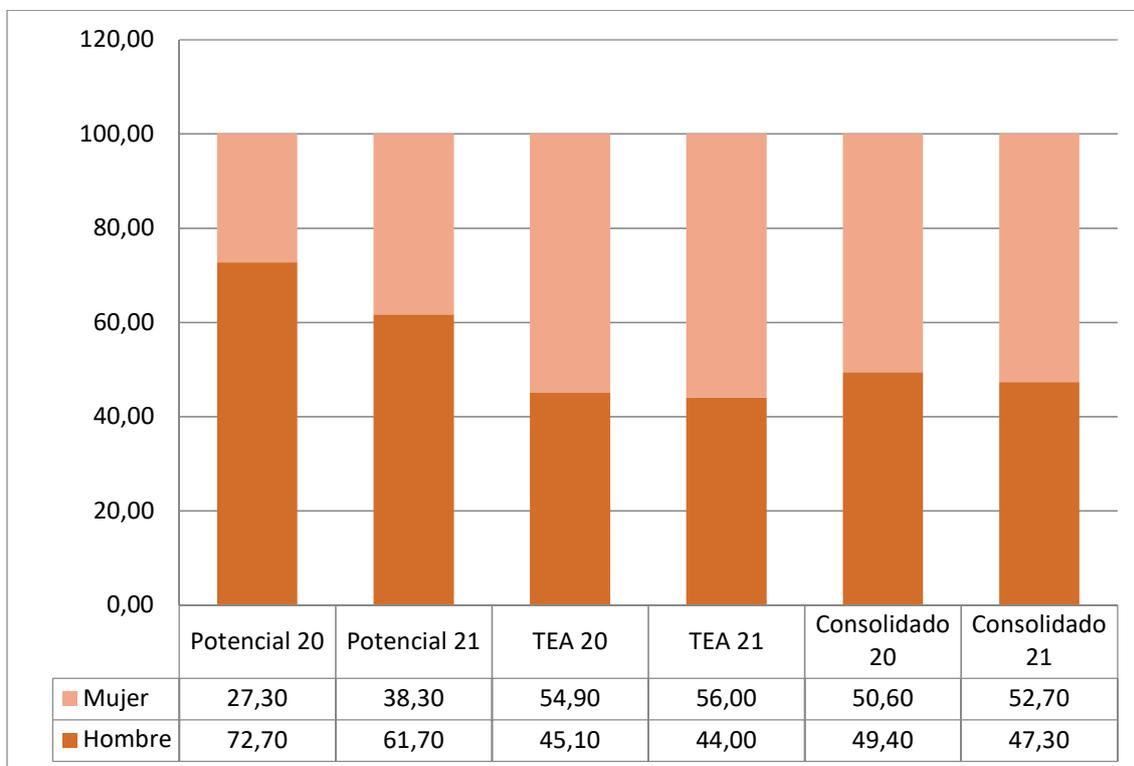
3.1. Introducción

En el presente capítulo se va a analizar el perfil medio de los emprendedores residentes en Navarra en el año 2021. 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. Como en ediciones precedentes, las variables que se han analizado son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral y la posesión de formación específica para emprender. El colectivo se ha dividido en: emprendedores potenciales (que tienen en mente emprender en los próximos tres años), TEA (emprendedores con negocios de hasta 42 meses en el mercado) y consolidados (más de 42 meses en el mercado).

3.2. Sexo

En cuanto al sexo, una característica destacada la población emprendedora en Navarra es la mayor presencia de mujeres en las diferentes fases del proceso emprendedor. Más concretamente, tal y como se aprecia en la figura 3.1 el porcentaje de mujeres emprendedoras supera al de hombres entre los nuevos emprendedores efectivos (i.e. TEA) y también entre los consolidados. Curiosamente, esta menor presencia no se está observando en los últimos años en el colectivo de emprendedores potenciales, donde la presencia de mujeres es significativamente más baja. Habrá que estar atento para ver si esta menor presencia se traduce en una menor presencia de mujeres en las fases posteriores o no.

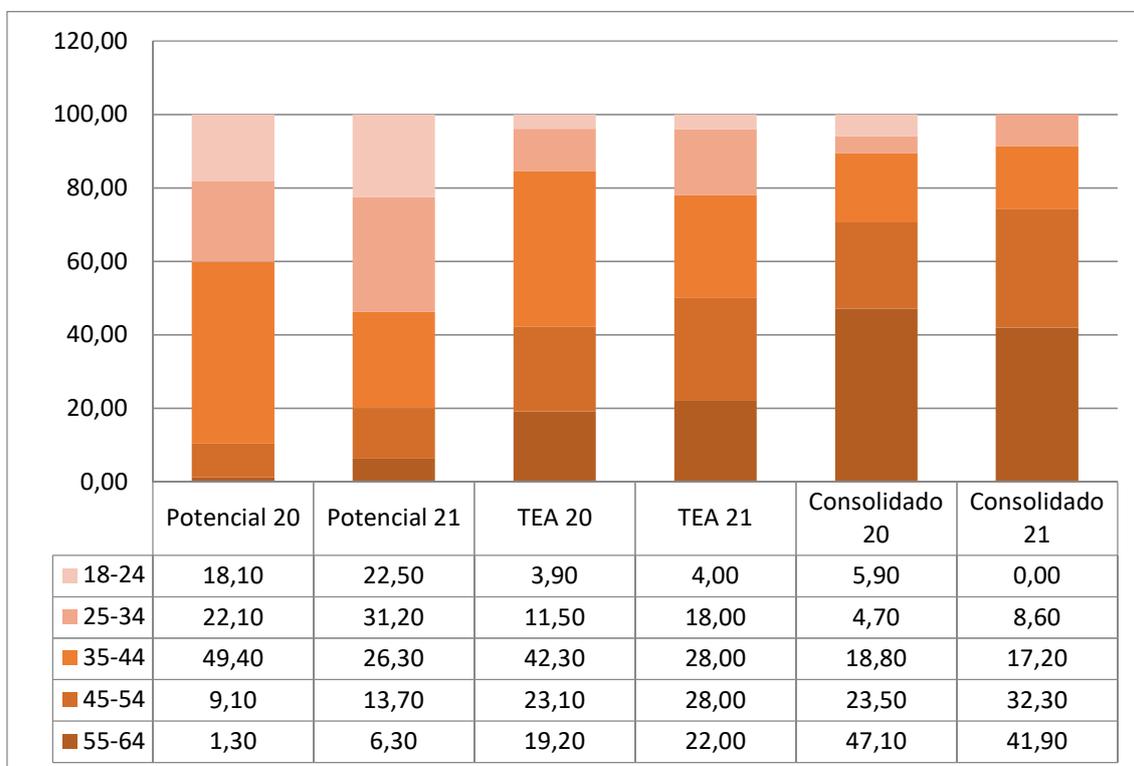
Figura nº 3.1
Distribución del porcentaje de emprendedores por sexo y fase.
Navarra 2020 y 2021



3.3. Edad

En relación a la edad, la Figura nº 3.2 recoge dicha distribución para Navarra en los años 2020 y 2021. Normalmente los porcentajes de emprendedores potenciales y emprendedores nuevos (i.e. TEA) tienden a decrecer conforme nos movemos a los segmentos de edad más extremos. Esto es, a los más jóvenes y a los mayores. Los porcentajes tienden a ser algo mayores entre los más jóvenes cuando hablamos de emprendimiento potencial, y por el contrario son algo más elevados entre los mayores, en comparación con los más jóvenes, cuando hablamos de personas que han puesto en marcha realmente alguna iniciativa empresarial. Así se refleja una vez más en los datos de esta última edición.

Figura nº 3.2
Distribución del porcentaje de emprendedores por edad y fase.
Navarra 2020 y 2021



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

En este sentido, una regularidad que se observa año tras año, y que es plenamente lógica, es que la edad media de los emprendedores aumenta a medida que avanzamos en el proceso emprendedor. Así la media de edad es de 34,9 años entre los potenciales y 44,2 entre aquellos con iniciativas de menos de 42 meses, la edad media es de 50,9 años entre los consolidados. Estos valores medios se mantienen próximos a los observados para cada segmento en ediciones anteriores.

3.4. Nivel de estudios

En cuanto al nivel de estudios y siguiendo la metodología establecida por el proyecto GEM se distinguen cinco posibles niveles educativos: sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios, educación superior y posgrado.

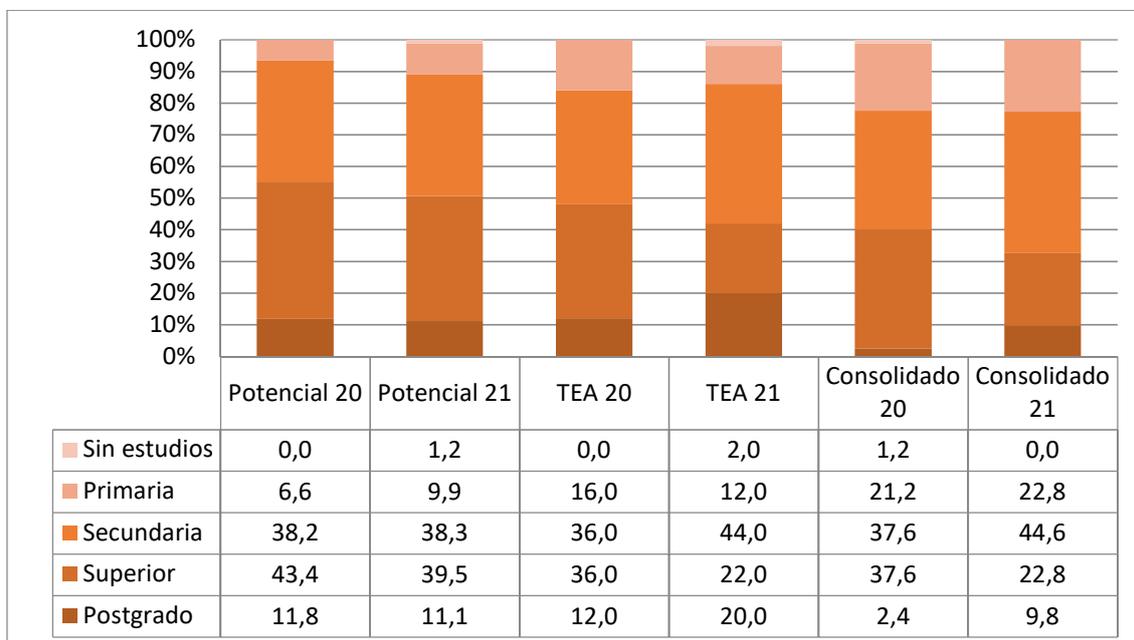
Tal y como se recoge en la Figura nº 3.3 la gran mayoría de las personas implicadas en las diferentes fases del proceso emprendedor poseen estudios secundarios y superiores. Esta distribución se pudo observar ya el año pasado y en ediciones anteriores del informe GEM para Navarra. A su vez es el patrón que emerge cuando se considera España en su conjunto.

En el informe de hace tres años llamábamos la atención sobre una menor presencia de postgraduados en las diferentes fases del proceso emprendedor, y en particular en la fase de emprendimiento potencial. Señalábamos qué si bien esta menor presencia pudiera reflejar una mejora en las percepciones de las oportunidades que ofrece el mercado de trabajo a este colectivo, y que por tanto les pueda alejar de la alternativa de emprender, era importante valorar si la tendencia se consolidaba o era un dato puntual. Tal y como muestra la figura este porcentaje muestra una recuperación en los tres últimos años, donde se ha pasado del 6,6% de hace tres ediciones al 11,1% del presente año, muy similar al 11,8% del año anterior.

Se recupera así mismo este porcentaje de postgraduados entre los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses, situándose en esta edición en el 20%. Se supera así de manera significativa la cifra del 13,2% observada hace cuatro años. Cabe señalar que este porcentaje era muy inferior en 2015 (2,2%) por lo que podemos afirmar que, a pesar de las variaciones puntuales, se ha producido un efectivo aumento de la presencia de postgraduados entre los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses.

Finalmente, se observa también una recuperación en el porcentaje de postgraduados en el colectivo de emprendedores consolidados, que pasa del 2,4%, el porcentaje más bajo de los últimos cinco años, al 9,8%, superando el pico del 6,4% registrado hace cinco ediciones.

Figura nº 3.3
Distribución del porcentaje de emprendedores por nivel educativo y fase. Navarra 2020 y 2021



3.5. Nivel de renta

Como viene ocurriendo desde ediciones anteriores, es de destacar la proliferación de emprendedores con rentas medias, en detrimento de las rentas bajas y, sobre todo, de las altas. Tal y como puede apreciarse en la Tabla nº 3.1, y siguiendo con el patrón observado en ediciones anteriores, el grueso de los emprendedores declara que su renta oscila entre los 20.000 y los 40.000 euros anuales.

Tabla nº 3.1
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€	12,7%	11,4%	3,1%
10.001-20.000€	9,1%	8,6%	16,9%
20.001-30.000€	30,9%	34,3%	26,2%
30.001-40.000€	21,8%	17,1%	24,6%
40.001-60.000€	12,7%	17,1%	18,5%
60.001-100.000€	10,9%	5,7%	7,7%
>100.000€	1,8%	5,7%	3,1%

No obstante, hay que señalar que en la actual edición se ha producido, en relación con la edición del año pasado, un incremento del porcentaje de emprendedores en el nivel más bajo de renta, a costa de un menor porcentaje en el nivel de 10.000 a 20.000 euros. Este efecto es particularmente claro en el segmento de emprendedores potenciales.

Los porcentajes de emprendedores con rentas superiores a los 100.000 euros, se mantienen, con pequeñas variaciones, en valores similares a los del año anterior. El rango inmediatamente anterior, el que va de los 60.000 a 100.000 euros presenta pequeñas variaciones en comparación con la edición anterior en caso de los emprendedores consolidados (8,5% el pasado año y 7,7% el actual) y de aquellos con iniciativas de menos de 42 meses (8,6% el año pasado y 5,7% el actual). Hay un incremento más acusado en el caso de los potenciales, donde el porcentaje en ese tramo se duplica pasando del 4,5% al 10,9%.

3.6. Tamaño del hogar

Al igual que ocurre en ediciones anteriores, en la del año 2021, no se aprecian diferencias significativas en la composición de los hogares de los diferentes tipos de emprendedores. En todas las categorías, el emprendedor vive en un hogar que cuenta mayoritariamente con tres o cuatro miembros

Tabla nº 3.2
Distribución del tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases para Navarra en los años 2013-2021

Tipo de emprendedor			
Tamaño medio del hogar	Potencial	TEA	Consolidado
2013	3,7	3,6	3,3
2014	3,5	3,1	3,2
2015	3,8	3,1	3,0
2016	3,4	2,8	3,1
2017	3,3	3,4	3,4
2018	3,8	3,3	3,1
2019	3,4	3,4	3,3
2020	3,3	3,3	3,2
2021	3,3	3,4	3,2

3.7. 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

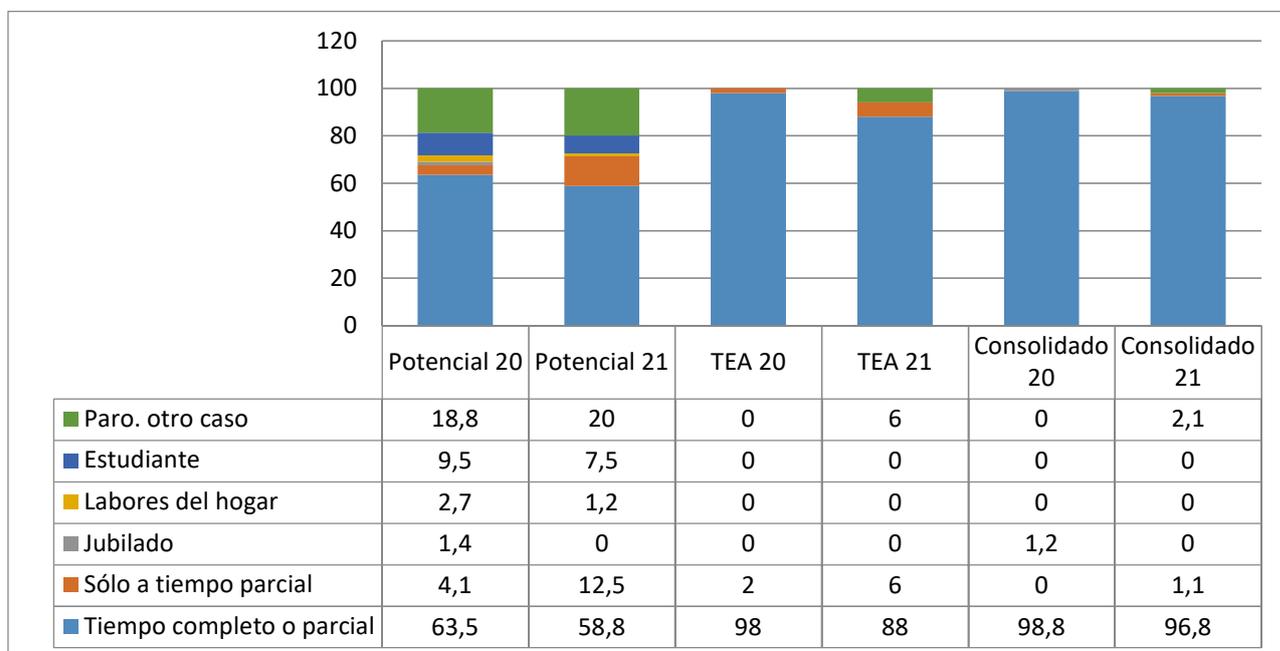
observan por tanto, variaciones importantes en relación a los valores de años anteriores.

Dentro de este patrón general que se repite cada año, este año se observa un ligero descenso, seguramente no significativo, de emprendedores a tiempo completo o parcial. Aparecen así por ejemplo unos pocos emprendedores en la categoría de desempleo u otro caso en las categorías de emprendedor consolidado y emprendedor con iniciativa de menos de 42 de meses.

En las dos últimas ediciones han desaparecido los emprendedores jubilados, un colectivo que hace tres y cuatro ediciones mostraba una leve actividad emprendedora. Es importante vigilar el comportamiento de este segmento, pues su implicación en actividades emprendedoras puede ser una buena manera de canalizar su experiencia y conocimientos hacia actividades productivas.

Es en el colectivo de emprendedores potenciales donde hay una mayor variedad de situaciones laborales, con presencia de estudiantes, personas desempeñando labores de hogar o en la categoría de parados y otros. Desaparecen, sin embargo, los jubilados de este colectivo.

Figura nº 3.4
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases. Navarra 2020 y 2021



Capítulo 4

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra

4.1. Introducción

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

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

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

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

4.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras navarras en 2021

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

Tal y como muestra la Tabla nº 4.1, casi la mitad de las iniciativas emprendedoras registradas en Navarra en el 2021 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo (44,4% del total).

El sector de servicios a empresas vuelve a ganar peso en este año 2021 y representa un 30%. Es importante 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. Por tanto, las fluctuaciones y tendencias que puedan surgir son de especial interés.

El sector transformador representa en 2021 un 19,8%. Finalmente, el sector extractivo o primario, por su parte, es habitualmente el que menor actividad registra. En esta edición de 2021 representa un 5,8% del total.

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

Sector	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Extractivo	4%	4,7%	4%	6,2%	5,8%
Transformador	22,5%	20,9%	21,5%	24,6%	19,8%
Servicios a empresas	20,2%	23,3%	25%	20,5%	30%
Orientado al consumo	53,3%	51,2%	49,5%	48,7%	44,4%

Tabla nº 4.2
Distribución de la actividad (%) emprendedora total en Navarra y España en el año 2021 (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	5,8%	4,4%
Transformador	19,8%	17%
Servicios a empresas	30%	32,7%
Orientado al consumo	44,4%	45,9%

A grandes rasgos, la imagen de la distribución sectorial de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra en 2021 es similar a la del conjunto de España. En ambos casos observamos un predominio de las iniciativas orientadas al consumo seguido de los servicios a empresas.

La Tabla nº 4.3, por su parte, muestra la distribución de la actividad emprendedora de las empresas consolidadas en Navarra en el año 2021.

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

Sector	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
Extractivo	17,5%	16,7%	10,1%	16,2%	12,2%
Transformador	21,8%	18,1%	25,4%	22,1%	23,3%
Servicios a empresas	21,8%	26,4%	18,4%	17,5%	19,7%
Orientado al consumo	39%	38,9%	46,1%	44,1%	44,8%

Los datos en esta edición de 2021 se mantienen bastante similares a los del año anterior y en línea con los emprendedores en fase inicial. En concreto, el sector extractivo reduce ligeramente el peso alcanzando un 12,2%. Por lo contrario, los sectores transformadores, servicios a empresas y orientado al consumo aumentan ligeramente respecto al año anterior alcanzando un 23,3%, 19,7% y 44,8%, respectivamente. De todas formas, la dirección de estos cambios de tendencia no es clara por el momento. Por tanto, se requerirá de los informes de los años venideros para poder ver la evolución de este porcentaje y por tanto observar cual es la tendencia sobre la distribución sectorial en Navarra.

Tabla nº 4.4
Distribución de la actividad (%) consolidada en Navarra y España en el año 2021 (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores en 2021

Sector	Navarra	España
Extractivo	12,2%	8%
Transformador	23,3%	21,4%
Servicios a empresas	19,7%	32,2%
Orientado al consumo	44,8%	38,4%

La Tabla nº 4.4 compara la distribución de la actividad consolidada de Navarra y España en 2021. A grandes rasgos, se observa una estructura de peso relativo bastante similar entre Navarra y España en su conjunto. En particular, el sector de mayor tamaño en las dos regiones es el orientado al consumo, con un peso relativo en Navarra superior al del conjunto de España. Al igual que en el caso de Navarra el peso del sector extractivo en España es mayor entre las empresas consolidadas que entre las nuevas empresas. Además, como datos comparativos más significativos, podemos destacar que el sector extractivo tiene mayor peso en Navarra que en el resto de España, ocurriendo lo contrario cuando se trata de servicios a empresas.

4.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras navarras en 2021

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

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

La siguiente tabla (nº 4.5) recoge la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses de actividad), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses ejerciendo la actividad), comparando los resultados de los tres últimos años (desde 2019).

Iniciativas	Nacientes			Nuevas			Consolidadas		
Año	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Media	1,95	1,68	2,74	1,21	1,41	1,52	1,88	1,86	1,57
Mediana	1,44	1	2	1	1	1	1	1	1
Moda	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Des.Estándar	1,276	0,952	2,218	0,592	0,745	0,878	1,609	1,634	1,169
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	6	5	10	3	4	5	10	10	10
Percentil 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 50	1,44	1	2	1	1	1	1	1	1
Percentil 60	2	2	3	1	1	1	1	2	1
Percentil 70	2	2	4	1	1,58	2	2	2	2
Percentil 80	3	2	4	1	2	2	3	2	2
Percentil 90	4	3	5,6	2,53	2,18	2,21	4	3	2,73

Como puede observarse el perfil de las iniciativas, al menos en lo referente al número de socios (propietarios) se mantiene bastante similar entre las nacientes y consolidadas. 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 en el caso de iniciativas nuevas y consolidadas y este año se observa que en el caso de los nacientes se caracteriza por tener un equipo de fundadores de dos socios.

4.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras navarras medidas a través del número de empleados en julio de 2021

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

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

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

Las figuras 4.1, 4.2 y 4.3 muestran para Navarra, respectivamente, la distribución en cuanto a número de empleados de las iniciativas de menos de 42 meses de antigüedad, de aquellas con más de 42 meses de antigüedad, y la comparación con los valores para el conjunto de España. En consonancia con lo observado en el apartado anterior, y con la amplia evidencia a nivel internacional, se concluye que el tamaño de las iniciativas empresariales, tanto nuevas como consolidadas, es pequeño. La mayoría de las nuevas iniciativas empresariales o bien no tienen empleados (autoempleo) o el número de empleados oscila entre 1 y 5. Estamos por tanto ante microempresas.

Figura nº 4.1
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) en Navarra en 2021

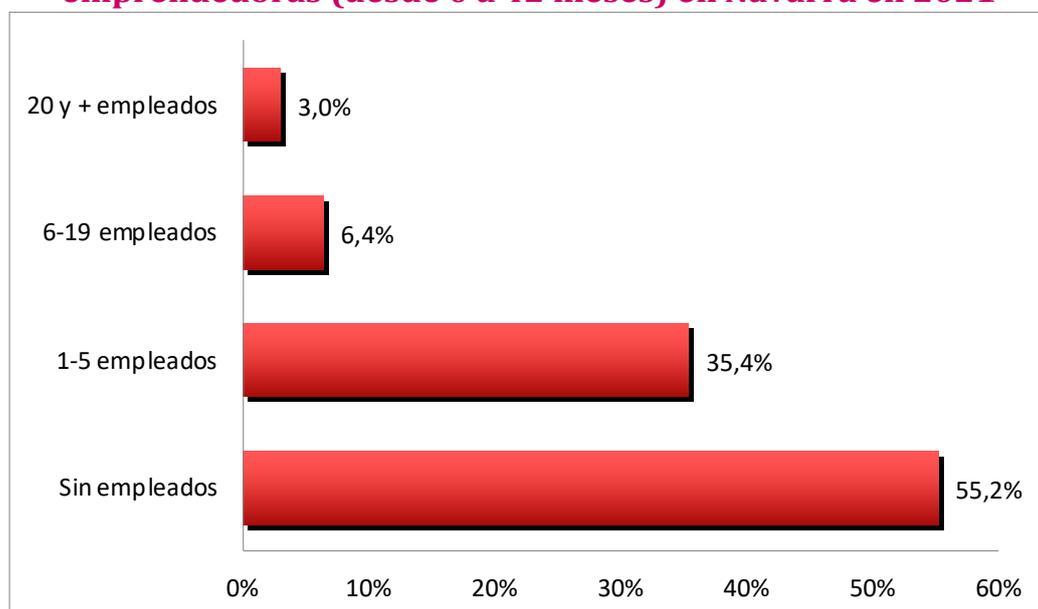
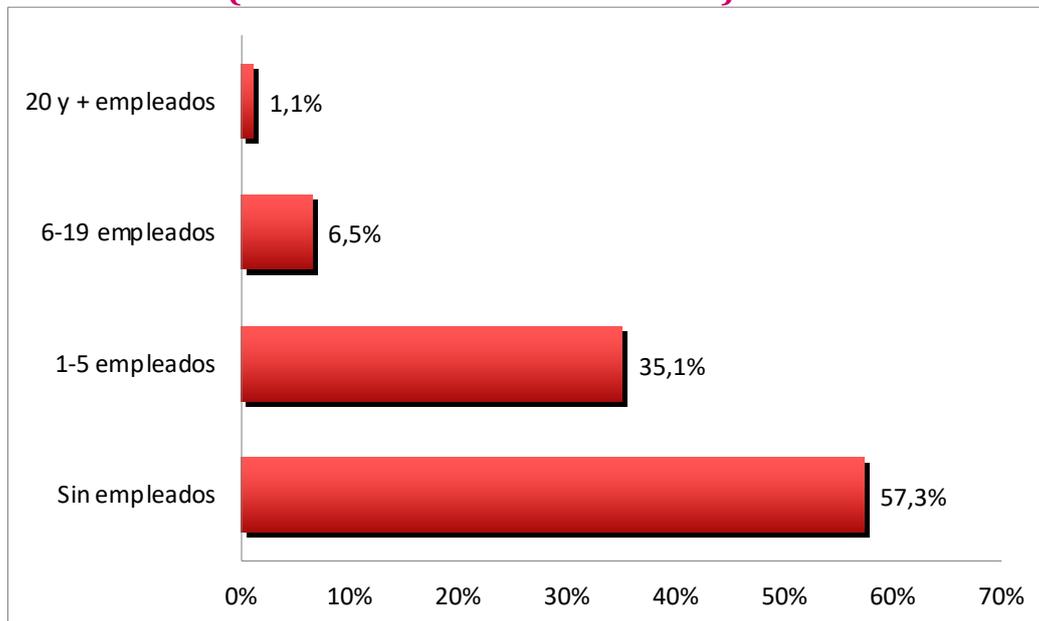
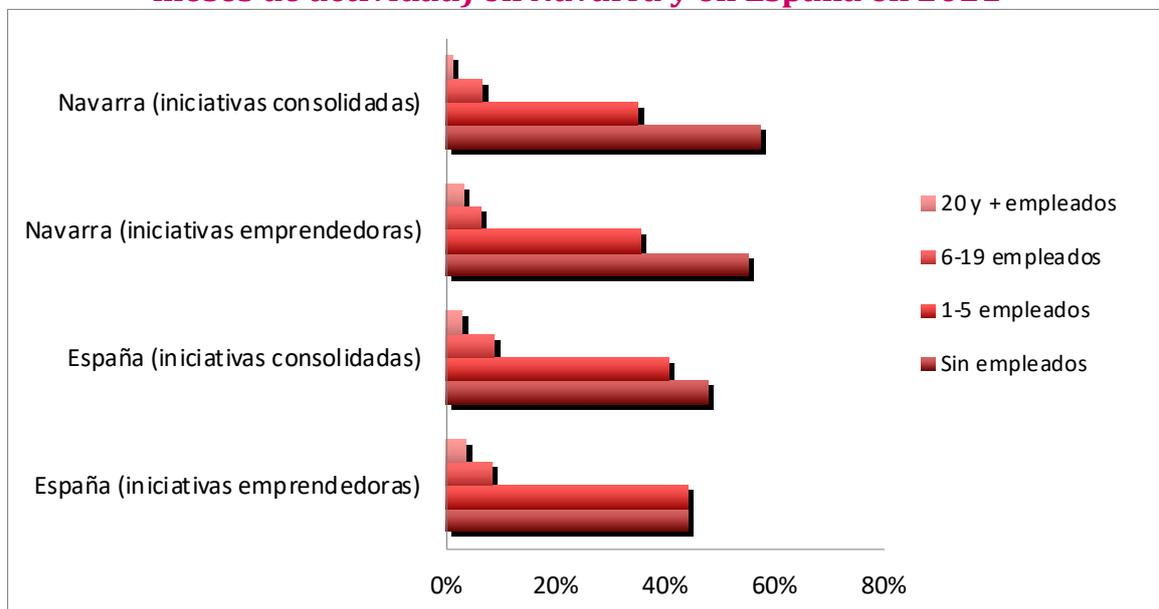


Figura nº 5.2
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra en 2021



Tal y como se puede ver en la Figura nº 4.3, que realiza una comparación entre Navarra y España en el número de empleados de las iniciativas emprendedoras en fase inicial y consolidadas, la imagen del tamaño de las empresas es bastante similar en ambas categorías. Sin embargo, en línea con los resultados de años anteriores, el aspecto de la comparativa más destacable es el predominio de autoempleo ligeramente superior en el caso de Navarra comparado al resto de España. En concreto, esto hace referencia a ambas iniciativas empresariales tanto emprendedoras como consolidadas en Navarra donde respectivamente un 55,2% y un 57,3% de los entrevistados declaran no tener empleados en contra de un 44,1% y un 47,8% en el conjunto de España. Asimismo, en consonancia con los datos internacionales disponibles para otros países, la mayoría de los negocios existentes tanto en España como en Navarra son microempresas.

Figura nº 4.3
Comparación del número actual de empleados de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra y en España en 2021



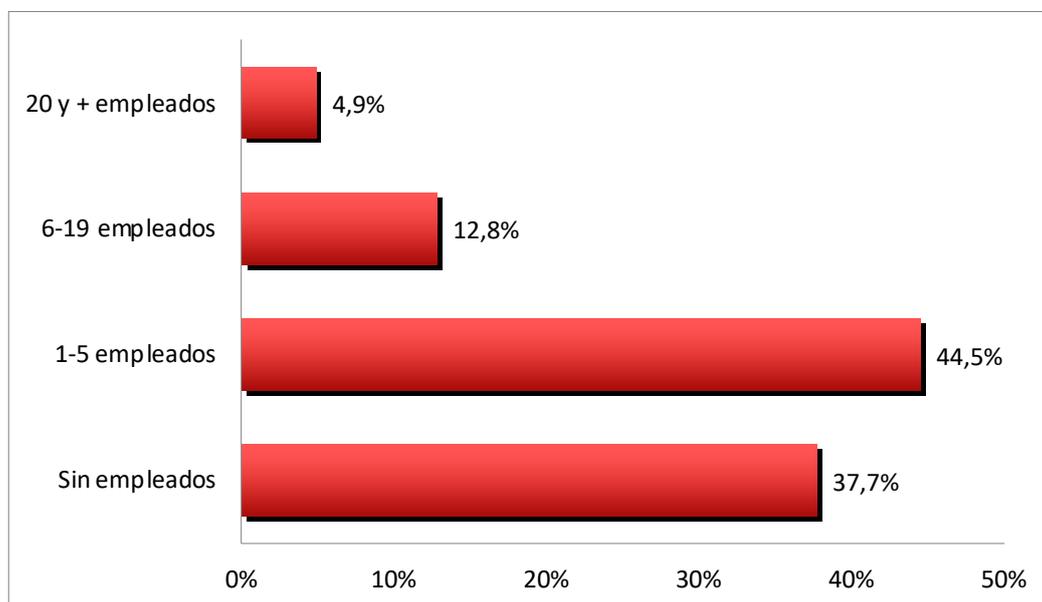
4.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

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

La Figura nº 4.4 muestra, como dato positivo, que la mayoría de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra esperan crecer en el horizonte temporal de 5 años. La mayoría de los individuos encuestados (62,2%) esperan crecer. En concreto un 44,5% entre 1-5 empleados, un 12,8% entre 6-19 empleados, y un 4,9% espera crecer en más de 20 empleados. Esto es un dato positivo respecto al año anterior puesto que en 2020 no se observaban individuos con aspiraciones de crecimiento mayores a 5 empleados. Por tanto, esto nos puede indicar que tal vez se esté empezando a ver una mejora del tejido industrial que tan afectado había quedado con los estragos de la pandemia y, por tanto, una posible recuperación económica. En definitiva, en este año podríamos observar una posible mejoría en las previsiones económicas de los emprendedores y por tanto en la confianza en el mercado. Estaremos pendientes de los años venideros para poder confirmar si esta tendencia se mantiene

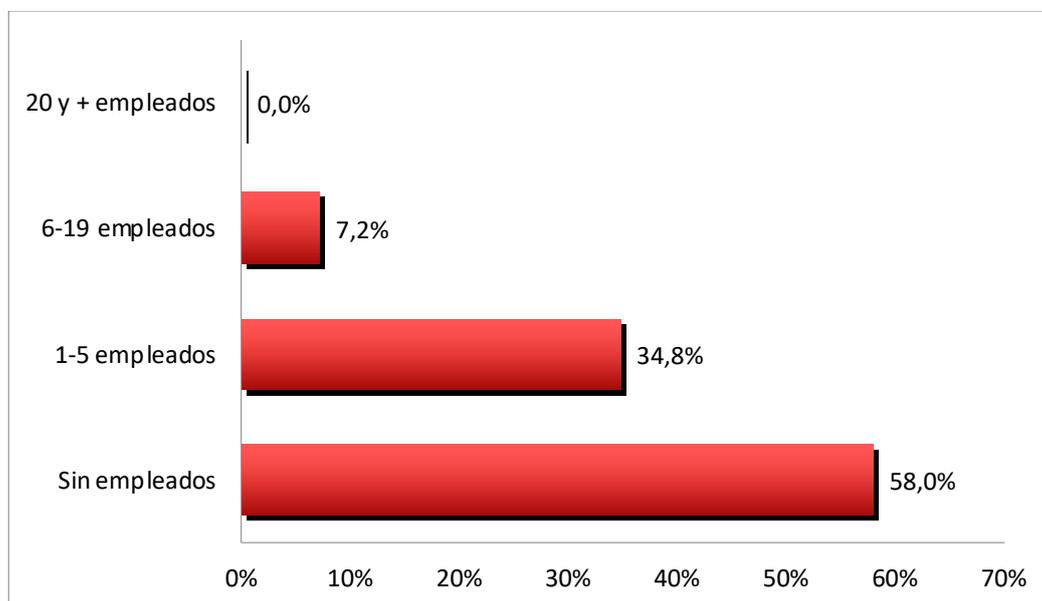
Figura nº 4.4

Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad) en 2021



Relativo a las iniciativas consolidadas en 2021, la tendencia es menos positiva que en las iniciativas en fase inicial en términos de crecimiento esperado, aunque mejora un poco respecto al crecimiento esperado de entre 1-5 empleados. En la figura 4.5 podemos observar cómo los emprendedores que aspiran crecer entre 1 y 5 empleados representan un 34,8%. Los datos en esta edición continúan marcados por la irrupción de la pandemia, aunque parece que se empiezan a observar mejoras, como veníamos observando en el caso de las iniciativas emprendedoras. En concreto, mirando en retrospectiva a la tendencia de los últimos dos años, las iniciativas consolidadas sin aspiraciones de crecimiento pasaban de 48,7% en 2019 a un 62,6% en 2020. Sin embargo, esta tendencia se parece que se mitiga en 2021 y los individuos sin aspiraciones de crecimiento pasan a representar un 58% (un 4,6% menos que en 2020). A diferencia de las iniciativas en fase inicial, los emprendedores que esperan crecer en estos momentos entre 6 y 19 empleados representan un 7,3% y no se registran individuos con aspiraciones de crecimiento superior a los 20 empleados.

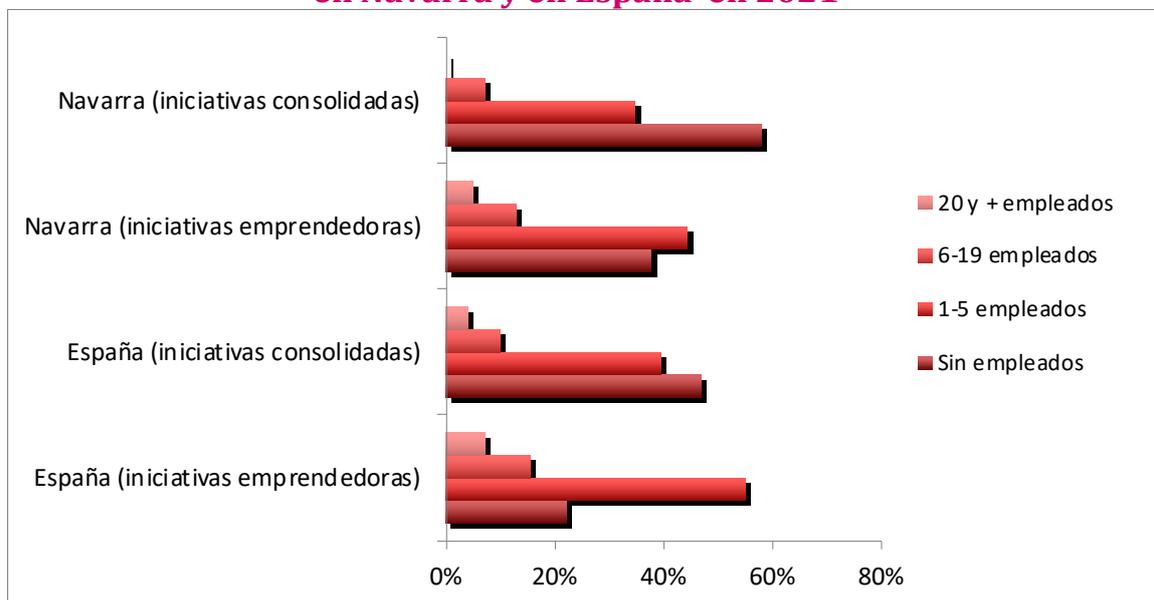
Figura nº 4.5
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en 2021



La comparativa con España (Figura nº 4.6) muestra, a grandes rasgos, las principales diferencias de expectativa de crecimiento con Navarra. En esta edición cabe destacar que las tendencias en ambos casos son muy similares. En concreto, en el caso de las iniciativas emprendedoras tanto en Navarra como en el resto de España se observa que la mayoría de los emprendedores esperan crecer entre 1 y 5 empleados en un horizonte temporal de cinco años. Por lo contrario, en el caso de las iniciativas consolidadas y en ambas muestras de nuevo, los emprendedores esperan en su mayoría no crecer significativamente. Como dato significativo, destacamos que mientras que en Navarra no hay emprendedores establecidos con altas aspiraciones de crecimiento (más de 6 empleados) en el caso global de España se pueden observar algunas tendencias de alto crecimiento. Estaremos pendientes también aquí en cuál sea el efecto de la pandemia en estas tendencias.

Figura nº 4.6

Comparación del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías de las iniciativas emprendedoras (desde 0 a 42 meses de actividad) y consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra y en España en 2021



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

El desarrollo empresarial de una región está sujeto en gran medida al grado de innovación que las empresas llevan a cabo durante su periodo de actividad. La Tabla nº 4.7 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en base al grado de innovación de sus productos o servicios.

Las iniciativas emprendedoras que declaran ser nada innovadoras representan un 74,8%, lo cual representa un incremento respecto al dato del año 2020 (70,9%). Las empresas que declaran ser innovadoras en la región (Navarra) representan un 10,5%, dato ligeramente inferior al 19,4% del 2020. Aquellas que declaran ser innovadoras en el país (España) también se ven disminuidas hasta un 4% en comparación al 5,7% del 2020, y por último las iniciativas emprendedoras que declaran ser innovadoras a nivel mundial representan un 10,7%, en este caso es un porcentaje bastante más elevado que el del 2020 (4%). A grandes rasgos se observa un cierto pesimismo en términos de la innovación, aunque estaremos pendientes a los posibles mecanismos sobre el repunte innovador a nivel mundial. Seguramente el efecto de la pandemia haya tenido también un impacto en este sentido. Estaremos pendientes de los años venideros.

Dentro de las iniciativas consolidadas los datos son similares a los del 2020. Aquellas empresas consolidadas que declaran ser nada innovadoras representan un 90,40% (en comparación al 84,5% de 2020). Las empresas que declaran ser innovadoras en la región (Navarra) representan un 5,4%

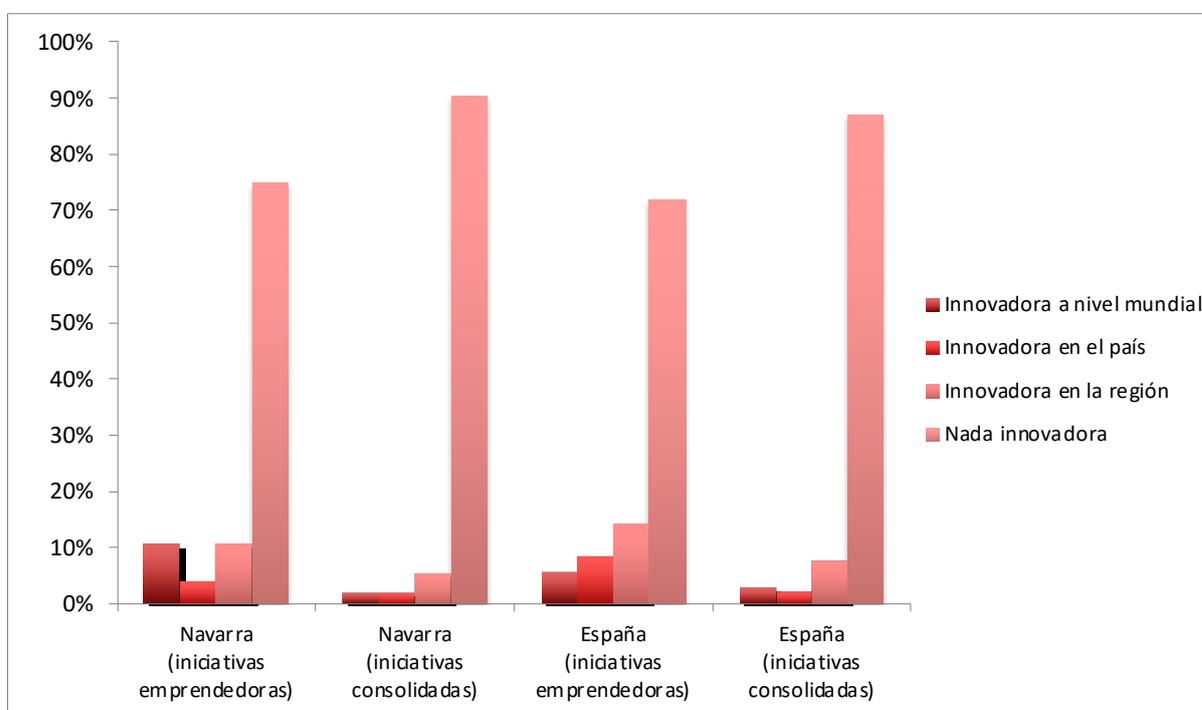
Tabla nº 4.7
Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en el año 2021 en Navarra

Tipo de iniciativa	Innovadora a nivel mundial	Innovadora en el país	Innovadora en la región	Nada Innovadora
Emprendedora	10,7%	4%	10,5%	74,8%
Consolidada	2,2%	2%	5,4%	90,4%

(dato más bajo al 7,1% de 2020). Aquellas que declaran ser innovadoras en el país (España) disminuyen a un 2% (valor a la baja comparado con el 4,8% de 2020) y por último las empresas consolidadas que declaran ser innovadoras a nivel mundial representan un 2,2% (cayendo respecto al 3,6% de 2020).

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

Figura nº 4.7
Comparación y distribución de iniciativas innovadoras de las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido tanto en Navarra como en España (año 2021)



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

Las Tablas nº 4.8 y nº 4.9 muestran para las empresas en fase emprendedora y consolidada, el nivel de alcance de mercado en términos locales, nacionales o internacionales.

En el caso de Navarra el alcance de mercado de las empresas en fase emprendedora es bastante proporcional. El 46,3% de las nuevas iniciativas tienen un alcance local (Navarra), el 31,6% un alcance nacional (España) y un 20,2% tienen un alcance internacional. A nivel de las iniciativas emprendedoras en el conjunto del estado español las proporciones son similares a las de Navarra, estos datos de 2021 son muy similares a los de 2020.

Tabla nº 4.8		
Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra y en el conjunto de España en 2021		
	Navarra	España
Alcance de mercado local	46,3%	37,1%
Alcance de mercado nacional	31,6%	28,4%
Alcance de mercado internacional	20,2%	31,8%
Alcance de mercado desconocido	1,9%	2,8%

En referencia a las empresas en fase consolidada, los datos de 2021 son muy similares también a los de 2020 después del cambio de tendencia drástico comparado al año 2019 y anteriores. Lo que podemos identificar es que tanto en el caso de Navarra como en el conjunto de España parece que no hay información relevante respecto a la competencia.

Tabla nº 4.9

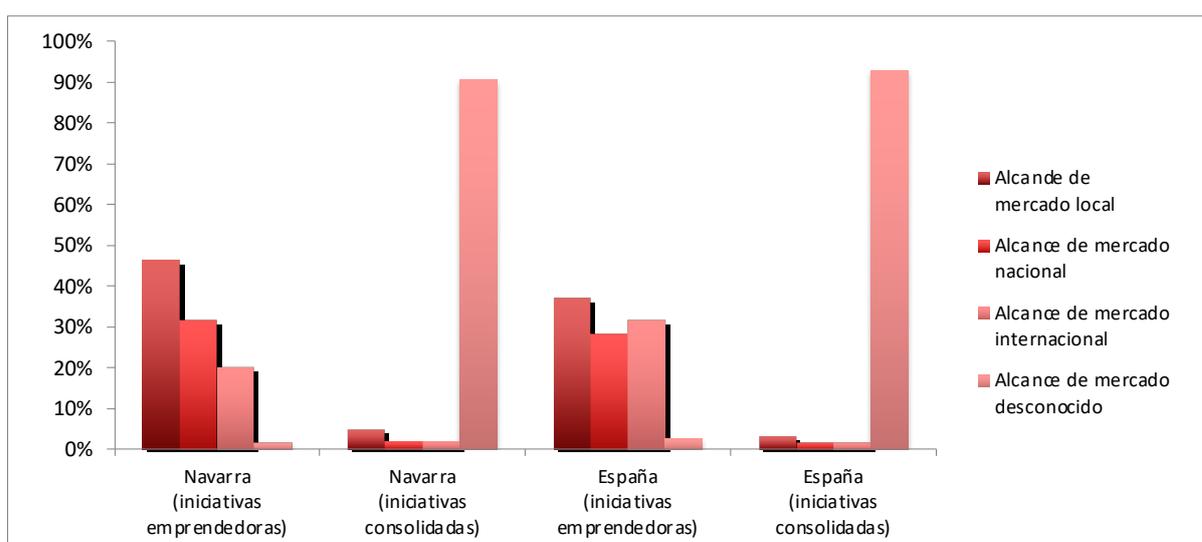
Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra y en el conjunto de España en 2021

	Navarra	España
Alcance de mercado local	4,9%	3,4%
Alcance de mercado nacional	2,2%	1,8%
Alcance de mercado internacional	2,2%	1,9%
Alcance de mercado desconocido	90,7%	92,9%

Todo parece indicar que los estragos de la crisis sanitaria desencadenada por la pandemia de la COVID-19 ha impactado muy significativamente las dinámicas y estructuras de mercado tanto impactando en términos de movilidad geográfica (restricciones de viaje y de movilidad en general) como en los modelos de empleo (gran incremento del trabajo en remoto y por tanto gran aumento de la digitalización). Estos efectos se siguen reflejando en los datos de 2021. Además, la pandemia ha conllevado un alto nivel de incertidumbre con un claro impacto en el modelo productivo actual, la destrucción de empleo y por tanto las relaciones comerciales tanto nacionales como internacionales. La figura 4.8 resume gráficamente esta comparativa.

Figura nº 4.8

Comparación y distribución de las empresas en fase emprendedora y consolidada según el grado de alcance de mercado tanto en Navarra como en España (Año 2021)



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

Los datos de las tablas 4.10 y 4.11 muestran la novedad tecnológica que tanto las iniciativas en fase emprendedora como consolidada utilizan para la producción de productos y servicios. Los datos comparan la situación sobre la cuestión tecnológica en Navarra y en el resto del estado español. Por un lado, en las iniciativas emprendedoras en fase inicial, un 80,9% de las empresas no apuestan por nueva tecnología o procedimientos para llevar a cabo la producción de productos o servicios. Un 10,5% hace uso de nueva tecnología o procedimientos a nivel local, un 4% lo hace a nivel estatal y un 4,6% a nivel mundial para la producción de productos o servicios. Las proporciones en España son similares a las de Navarra.

Tabla nº 4.10
Distribución de las empresas en fase emprendedora según la novedad de la tecnología o procedimientos utilizados para la producción de productos o servicios en Navarra y en el conjunto de España en 2021

	Navarra	España
Nada tecnológica	80,9%	71,6%
Tecnología nueva a nivel local	10,5%	14,6%
Tecnología nueva a nivel nacional	4%	8,8%
Tecnología nueva a nivel mundial	4,6%	5%

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

Tabla nº 4.11
Distribución de las empresas en fase consolidada según la novedad de la tecnología o procedimientos utilizados para la producción de productos o servicios en Navarra y en el conjunto de España en 2021

	Navarra	España
Nada tecnológica	91,2%	86,3%
Tecnología nueva a nivel local	5,5%	8,4%
Tecnología nueva a nivel nacional	1,1%	3%
Tecnología nueva a nivel mundial	2,2%	2,3%

Capítulo 5

Financiación del proceso emprendedor en Navarra

5.1. Introducción

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

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

5.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el año 2021 en Navarra

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

Tras aclarar esta cuestión, podemos pasar a analizar los datos expuestos en la Tabla nº 5.1. La misma recoge los principales estadísticos descriptivos del capital semilla que es necesario para acometer iniciativas nacientes en Navarra en 2021.

Tabla nº 5.1	
Características del capital semilla en el 2021 en Navarra	
<i>Estadísticos descriptivos</i>	<i>Capital semilla necesario por start up(€)</i>
Media	160.180,86
Mediana	20.000
Desv. típica	1.816.691,28

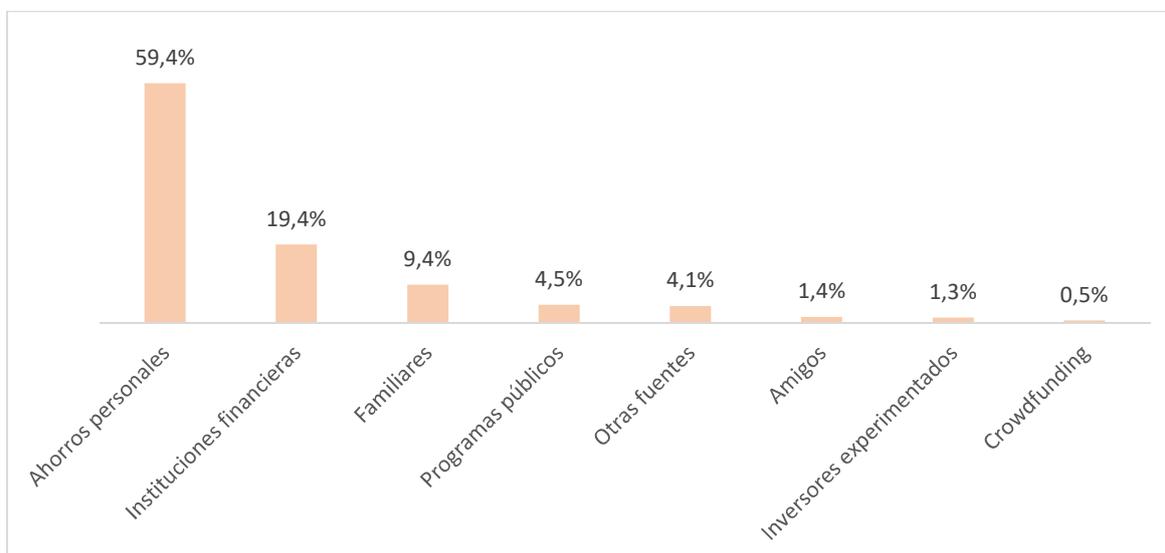
Para analizar los datos recogidos en la Tabla nº 5.1 nos centramos en la información aportada por la mediana (medida de tendencia central) y no por la media. Esta decisión obedece al hecho de que la media puede encontrarse afectada por la presencia de valores extremos.

La tendencia central (mediana) del capital semilla necesario por start up en 2021 se sitúa en Navarra en los 20.000 euros. En consecuencia, el capital necesario para financiar una iniciativa emprendedora en la Comunidad Foral se ha visto reducido durante el último año. En 2020 la mediana del capital semilla necesario por start up ascendía a 24.527 euros. A pesar de este descenso, la necesidad de capital para iniciar un negocio en Navarra continúa siendo muy superior a la del año 2019, cuando la tendencia central del capital semilla se situaba en 12.291 euros. En el caso de España la mediana en 2021 se sitúa en 18.000 euros, lo que supone un aumento de 3.000 euros en comparación con el año anterior. Por tanto, mientras que a nivel nacional el capital necesario para financiar un nuevo negocio ha aumentado, en Navarra ha disminuido. 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 2.000 euros superior a la tendencia central en el conjunto nacional.

El capital requerido por los negocios nacientes de los emprendedores navarros en 2021 proviene de distintas fuentes de financiación. Sin duda, los ahorros personales son la fuente de mayor relevancia. Tal y como se observa en la Figura nº 5.1, el porcentaje medio del capital semilla cubierto con ahorros personales representa el 59,4% del total. En segundo lugar, la siguiente fuente de financiación más empleada por los emprendedores de Navarra son los préstamos de instituciones financieras, que representan una media del 19,4% del total. En tercer y cuarto lugar, se sitúan el capital proveniente de familiares, representando una media del 9,4% del total, y el capital obtenido a través de subvenciones y ayudas públicas, que representa una media del 4,5% del total. Las fuentes de financiación menos empleadas por los emprendedores navarros en fase naciente son los amigos, representando una media del 1,4% del total, los inversores experimentados, representado una media del 1,3% del total, y el crowdfunding, que tan sólo representa una media de 0,5% del total.

Figura nº 5.1

Porcentaje promedio, según la fuente de origen, del capital semilla requerido para la puesta en marcha de los negocios nacientes en Navarra en 2021

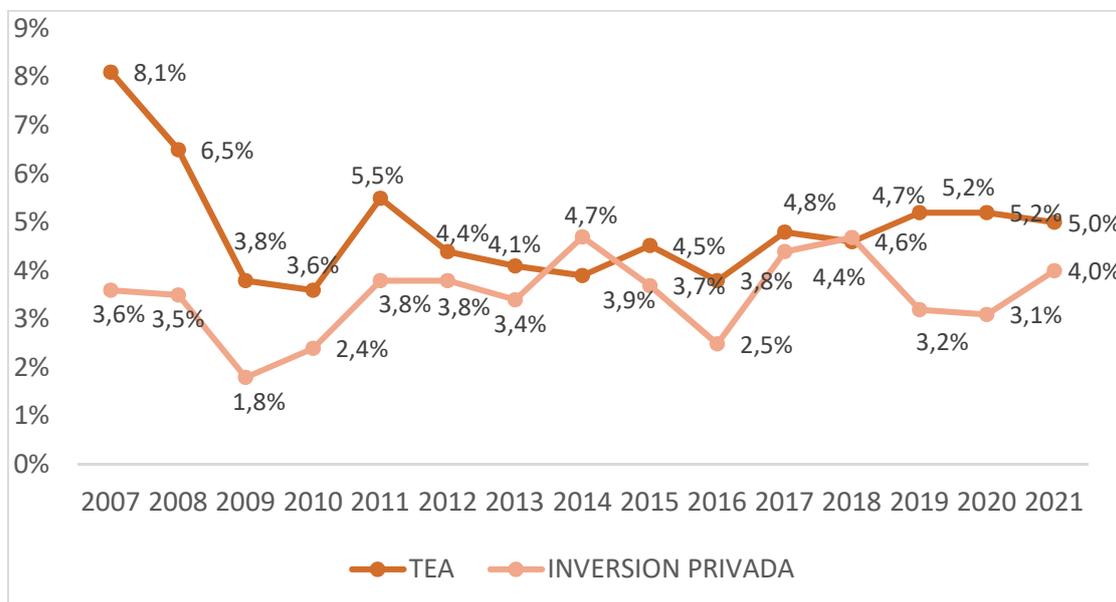


5.3. El papel del inversor privado en negocios ajenos en Navarra

Al igual que en ediciones anteriores el Proyecto GEM mide el grado en el que la población de 18 a 64 años invierte en negocios ajenos. La Figura nº 5.2 permite observar la evolución temporal de la inversión privada en Navarra junto con la evolución del índice TEA. En el año 2021 un 4% de la población adulta navarra efectúa inversiones en proyectos ajenos. Dicha cifra supera a las de 2020 y 2019, cuando el porcentaje de población adulta de la Comunidad Foral que realizaba inversiones en iniciativas privadas se situaba en 3,1% y 3,2%, respectivamente. De manera distinta, la cifra de 2021 es inferior a las de 2018 y 2017, cuando un 4,6% y un 4,4% de los inversores navarros depositaban sus ahorros en negocios ajenos.

En el conjunto nacional en 2021 el 4,2% de la población de 18 a 64 años actúa como inversor privado en negocios ajenos. Esta cifra es la misma que la del año anterior. Si comparamos la inversión privada en negocios ajenos de España y Navarra podemos observar que la cifra en 2021 es tan sólo un 0,2% superior en el conjunto nacional.

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



5.4. El perfil del inversor privado en negocios ajenos en el año 2021 en Navarra

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

El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 45 años de edad, con estudios superiores, situación laboral activa, de unos ingresos que oscilan entre los 40.000 y los 100.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. En relación con su actitud emprendedora, en la mayoría de los casos los inversores privados no son emprendedores consolidados (90,3%), no se relacionan con otros emprendedores (65,4%), no se consideran emprendedores potenciales (77,1%) y tampoco perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (61%). En cuanto a su formación, la mayoría considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia adecuada para emprender (68%). Por último, el 30,2% de los inversores privados en Navarra considera que el miedo al fracaso es un obstáculo a la hora de emprender.

Tabla nº 5.2

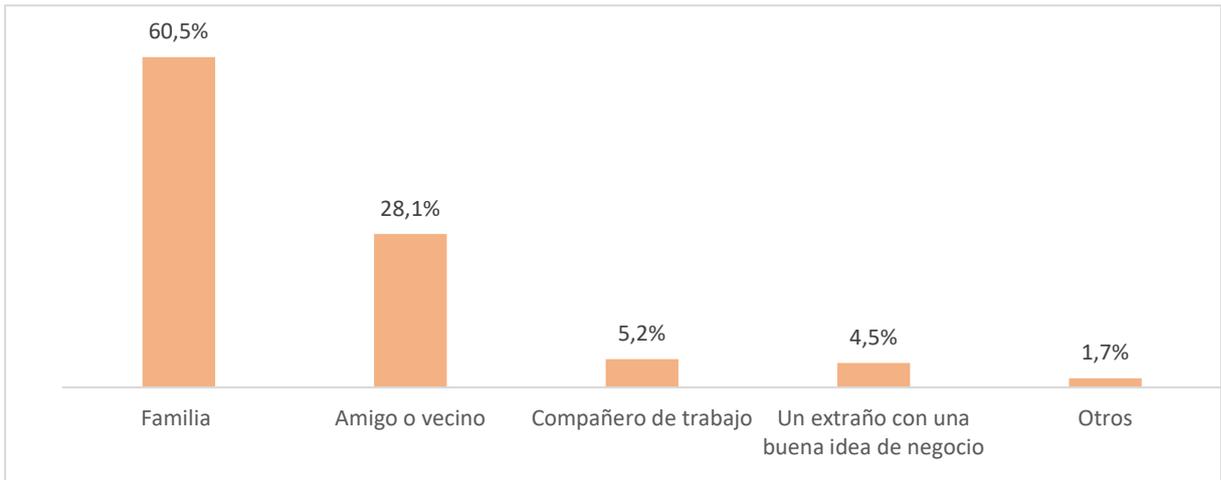
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra en 2021

Perfil demográfico	Perfil emprendedor
<p>Sexo: - Hombres: 57,8% - Mujeres: 42,2%</p>	<p>Participación en iniciativas consolidadas: - Son emprendedores consolidados: 9,7% - No son emprendedores consolidados: 90,3%</p>
<p>Edad: - Media: 44,7 años - Desviación típica: 12,7años</p>	<p>Conocimiento de otros emprendedores: - Al menos conocen a un emprendedor: 34,6% - No conocen a otros emprendedores: 65,4%</p>
<p>Nivel de estudios: - Bajo (hasta primaria): 12% - Medio (secundaria): 33,9% - Alto (estudios superiores): 54,1%</p>	<p>Emprendimiento potencial: - Son emprendedores potenciales: 22,9% - No son emprendedores potenciales: 77,1%</p>
<p>Situación laboral: - Trabajan: 73,6% - No trabajan: 26,4 %</p>	<p>Percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses: - Ven buenas oportunidades: 39% - No ven buenas oportunidades: 61%</p>
<p>Nivel de renta: - Hasta 20.000 euros: 26% - De 20.000 a 40.000 euros: 24,2% - De 40.000 a 100.000 euros: 49,8%</p>	<p>Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: - Sí poseen: 68% - No poseen: 32%</p>
<p>Tamaño del hogar: - Media: 3,15</p>	<p>Actitud frente al fracaso: - El miedo al fracaso les impediría emprender: 30,2% - El miedo al fracaso podría ser un factor que les impediría a emprender:49% - El miedo al fracaso no les impediría emprender:30,8%</p>

La Figura nº 5.6 proporciona información sobre la relación del inversor privado navarro con el beneficiario de la inversión. Como puede observarse, en 2021 el inversor privado navarro principalmente participa en proyectos llevados a cabo por familiares (60,5%).

Figura nº 5.6

Relación del inversor privado navarro con el beneficiario de su inversión en 2021



Capítulo 6

Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra

6.1. Introducción

En este capítulo se analiza la percepción de la población adulta navarra sobre la existencia de oportunidades para emprender en la Comunidad Foral. Además, se realiza una comparativa sobre la percepción de buenas oportunidades para emprender en Navarra con la percepción de buenas oportunidades para emprender en otras Comunidades Autónomas y en otros países que han participado en la edición GEM 2021-2022. Tras esto, se examina el efecto que determinados factores del entorno social producen sobre la motivación de la población adulta para emprender.

6.2. La percepción de oportunidades para emprender

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

Tabla nº 6.1 Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Navarra y España										
Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
% población de Navarra que percibe buenas oportunidades	11,1%	13,5%	20,3%	28,2%	25,0%	31,7%	27,5%	34,4%	16,1%	30,1%
% población de España que percibe buenas oportunidades	13,9%	16,0%	22,6%	26,0%	25,6%	31,9%	29,1%	36,1%	16,5%	30%

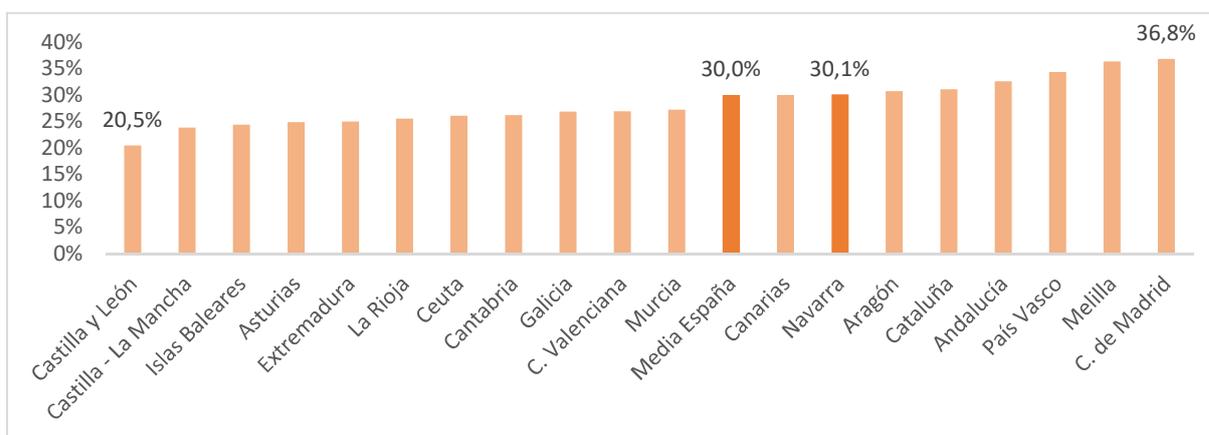
En relación a la evolución de la población que considera que existen buenas oportunidades para emprender en Navarra, debe destacarse que en 2021 se produce un ascenso importante en su porcentaje. La población adulta navarra que entiende que emprender hace posible aprovechar buenas oportunidades se sitúa en 2021 en un 30,1%, lo que supone un aumento de un 14% respecto al año anterior.

En cuanto al conjunto nacional, la Tabla nº 6.1 muestra también un gran aumento en el número de personas que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio en España. Se pasa del 16,5% en 2020 al 30% en 2021. Los datos para Navarra y España son muy similares.

Si comparamos la percepción de oportunidades para emprender en Navarra con la del resto de Comunidades Autónomas (Figura nº 6.1), observamos como nuestra comunidad prácticamente se sitúa en la media española, con un 30,1%. Navarra se sitúa por delante de comunidades como Canarias, Murcia y Valencia, y por detrás de comunidades como Aragón, Cataluña y Andalucía. A nivel nacional, Madrid es la comunidad en la que reside un mayor porcentaje de población adulta que percibe buenas oportunidades para emprender (36,8%). En el extremo opuesto se sitúa Castilla y León con un 20,5% de población adulta que considera que existen buenas oportunidades de negocio.

Figura nº 6.1

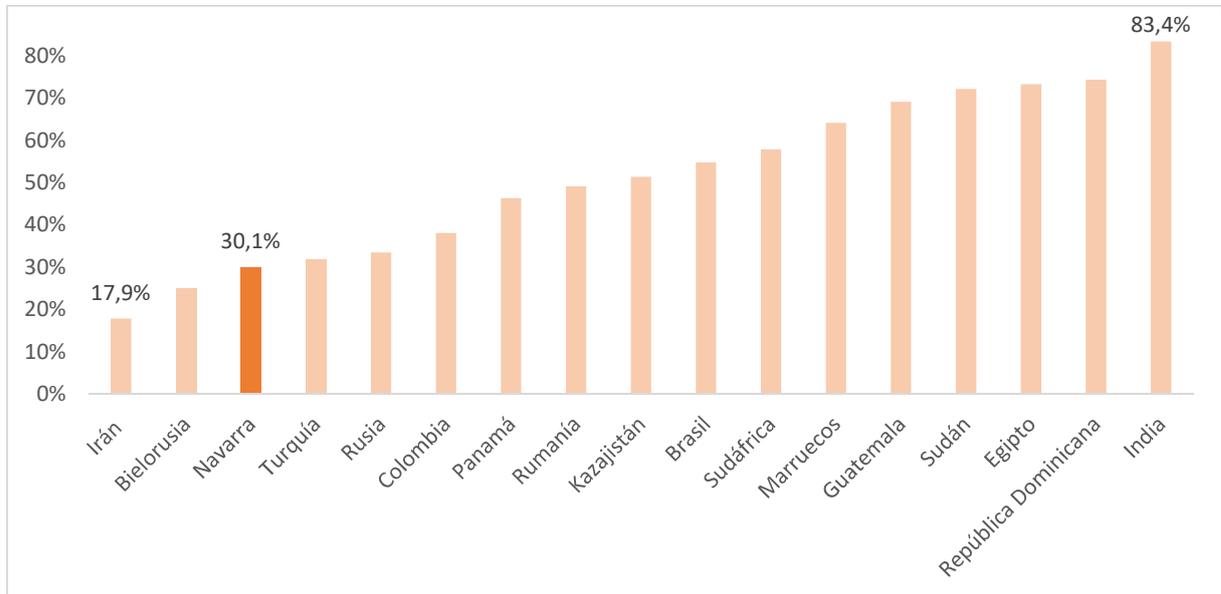
Comparación regional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 2021



La Figura nº 6.2 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en nuestra comunidad con la percepción de oportunidades que tiene lugar en otros países con economías de ingresos bajos y medios que han participado en la edición GEM 2021-2022. En este caso, Navarra se sitúa por debajo de la media (52,6%), tan sólo por delante de Irán y Bielorrusia. India es el país en el que se perciben mejores oportunidades para emprender (83,4%) e Irán el país menos favorable en cuanto a la percepción de que existen buenas oportunidades de negocio (17,9%).

Figura nº 6.2

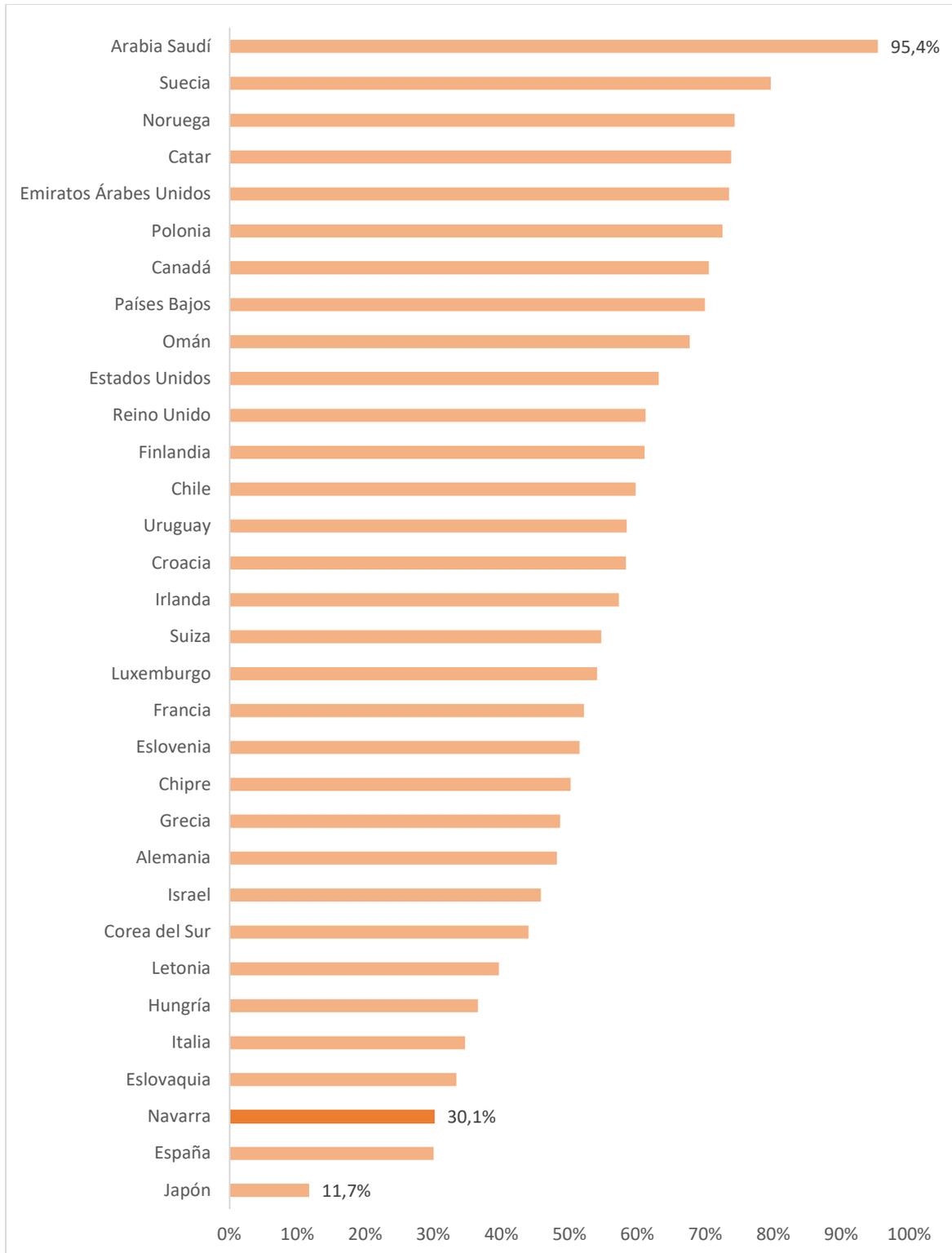
Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2021. Economías de ingresos bajos y medios.



La Figura nº 6.3 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en Navarra con la percepción de oportunidades en otros países que han participado en la edición GEM 2021-2022 y que se caracterizan por tener economías con ingresos altos. En este caso, Navarra vuelve a situarse por debajo de la media (55,9%). Arabia Saudí destaca por ser el país en el que se perciben mejores oportunidades para iniciar un nuevo negocio (95,4%). Japón se sitúa en el extremo opuesto con un 11,7% de la población adulta que entiende que existen buenas oportunidades para emprender.

Figura nº 6.3

Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2021. Economías de ingresos altos.



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

El análisis que realiza el Proyecto 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 posesión de las habilidades necesarias para emprender, con la predisposición a asumir riesgos, con la consideración de emprender como una buena opción profesional y con el papel de los emprendedores de éxito en los medios de comunicación. Las cuestiones planteadas pretenden ofrecer una mayor comprensión sobre los factores del entorno social que motivan el desarrollo de nuevas iniciativas empresariales.

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

Tabla nº 6.2
Evolución de los resultados a las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en Navarra

Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender	% Respuestas afirmativas									
Año en que se realiza la consulta	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<i>Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años</i>	25,3%	31,0%	36,0%	33,1%	34,6%	31,8%	34,0%	43,2%	32,0%	38,3%
<i>Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio</i>	44,7%	47,0%	45,7%	42,5%	43,4%	44,5%	47,7%	51,5%	52,1%	49,5%
<i>El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender</i>	52,6%	50,0%	47,3%	42,0%	50,1%	44,7%	43,8%	53,8%	58,4%	59,3%
<i>Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional</i>	63,9%	55,0%	54,6%	52,4%	57,0%	53,6%	51,2%	56,9%	56,8%	50,0%
<i>Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social</i>	68,4%	50,0%	52,5%	49,8%	51,6%	51,7%	48,9%	58,7%	64,0%	60,7%
<i>Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios de éxito</i>	52,3%	51,0%	51,9%	52,7%	57,7%	58,8%	57,0%	57,0%	54,3%	47,9%

De acuerdo a la Tabla nº 6.2 el porcentaje de población que dice conocer a personas emprendedoras en 2021 es el 38,3%. Dicho dato refleja un ascenso respecto al año anterior (32%).

El porcentaje de personas que afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un pequeño negocio rompe la tendencia creciente iniciada en 2015. En concreto, en 2021 este porcentaje se sitúa en el 49,5% de la población encuestada. Por tanto, en torno a la mitad de las personas encuestadas consideran poseer los conocimientos necesarios para emprender. Debe tenerse en cuenta que la formación es un impulsor importante de la calidad de las iniciativas y del potencial de desarrollo de las mismas en el futuro.

El porcentaje de personas que afirman que el temor a fracasar en una iniciativa empresarial supone un obstáculo para la puesta en marcha de un negocio se sitúa en 2021 en el 59,3%. Se alcanza, por tanto, el valor más alto del todo el periodo analizado.

La percepción de que poner en marcha una empresa es una buena opción profesional alcanza el nivel más bajo del periodo considerado. En 2021 el 50% de la población adulta navarra considera que emprender es una buena alternativa profesional.

La Tabla nº 6.2 también recoge los resultados relativos a la imagen social de la figura del emprendedor. La variable que analiza el estatus de los emprendedores experimenta durante el intervalo 2012-2013 un descenso importante, cuando se pasa del 68,4% al 50%. Desde 2013 hasta 2018 la población navarra que considera que los emprendedores gozan de un buen estatus social se mantiene en torno al 50%. En 2019 y 2020 se produce un aumento en el valor de esta variable, volviendo la misma a descender en 2021. En concreto, en 2021 un 60,7% de la población adulta navarra entiende que los emprendedores tienen un buen estatus.

Por último, en 2021, un 47,9% de las personas encuestadas perciben una buena cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, un porcentaje 6,4% inferior al de 2020. 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)	404.173 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 a septiembre de 2021
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.	