



GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

INFORME EJECUTIVO
NAVARRA 2014



Cátedra de
Liderazgo,
Estrategia y
Empresa-UPNA-La
Caixa

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR INFORME EJECUTIVO 2014-NAVARRA

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

UNIVERSIDAD PÚBLICA DE NAVARRA

Director

Ignacio Contín Pilart

Dpto de Gestión de Empresas – Universidad Pública de Navarra

Equipo de investigación

Dpto de Gestión de Empresas – Universidad Pública de Navarra

Ignacio Contín Pilart

Martin Larraza Kintana

Raquel Orcos Sánchez

Dpto de Economía de la Empresa – Universidad Autónoma de Barcelona

Victor Martín i Sánchez

Relación de los equipos integrantes de la red GEM España 2014

Unidad	Institución	Miembros	Colaboradores
Nacional	UCEIF-CISE Asociación RED GEM España	Ana Fernández-Laviada (Directora Ejecutiva GEM España) Federico Gutiérrez-Solana (Director de CISE) Iñaki Peña, Maribel Guerrero y José Luis González (Equipo Dirección Técnica GEM-España) Manuel Redondo e Inés Rueda (Administración) Antonio Fernández (Web máster) Asociación RED GEM España	Banco Santander UCEIF-CISE Asociación RED GEM España Fundación Rafael del Pino
Andalucía	Universidad de Cádiz	José Ruiz Navarro (Director GEM-Andalucía) Salustiano Martínez Fierro José Aurelio Medina Garrido Antonio Rafael Ramos Rodríguez	Universidad de Cádiz Cátedra de Emprendedores de la Universidad de Cádiz Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza. Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Junta de Andalucía

Aragón	Universidad de Zaragoza	Lucio Fuentelsaz Lamata (Director GEM-Aragón) Cristina Bernad Morcate Elisabet Garrido Martínez Jaime Gómez Villascuerna Consuelo González Gil Juan Pablo Maícas López Raquel Ortega Lapiedra Sergio Palomas Doña	Fundación Emprender en Aragón Cátedra Emprender Universidad de Zaragoza Gobierno de Aragón. Departamento de Industria e Innovación
Canarias	Universidad de Las Palmas de Gran Canaria Universidad de La Laguna	Rosa M. Batista Canino (Directora GEM-Canarias) Alicia Bolívar Cruz Alicia Correa Rodríguez Desiderio García Almeida Ana L. González Pérez Esther Hormiga Pérez Pino Medina Brito Silvia Sosa Cabrera Domingo Verano Tacoronte	Consejería de Economía, Hacienda y Seguridad Agencia Canaria de Investigación, Innovación y Sociedad de la Información Instituto Tecnológico de Canarias
Cantabria	Universidad de Cantabria Cátedra Pyme de la Universidad de Cantabria	Ana Fernández-Laviada (Directora GEM-Cantabria) Gemma Hernando Moliner María Concepción López Fernández	Santander Gobierno Regional de Cantabria. Consejería de Economía, Hacienda y Empleo

		Marta Pérez Pérez Lidia Sánchez Ruiz Paula San Martín Espina Ana María Serrano Bedia Inés Rueda Sampedro	
Cataluña	Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Universitat Autònoma de Barcelona	Carlos Guallarte (Director GEM-Cataluña) Joan Lluís Capelleras Marc Fíguls Enric Genescà Teresa Obis	Diputació de Barcelona. Àrea de Desenvolupament Econòmic Local. Generalitat de Catalunya Departament d'Empresa i Ocupació
Castilla La Mancha	Universidad de Castilla La Mancha	Juan José Jiménez Moreno (Director GEM-Castilla La Mancha) Ángela González Moreno Francisco José Sáez Martínez Rafael Minami Suzuki	Universidad de Castilla La Mancha Junta de Comunidades de Castilla La Mancha Fundación Horizonte XXII
Castilla y León	Grupo de Investigación en Dirección de Empresas (GIDE), Universidad de León	Mariano Nieto Antolín (Director GEM-Castilla y León) Nuria González Álvarez Constantino García Ramos José Luis de Godos Díez	Universidad de León Iberdrola Fgulem

		Daniel Alonso Martínez	
Comunidad Valenciana	Universidad Miguel Hernández de Elche	<p>José María Gómez Gras (Director GEM-C. Valenciana) Ignacio Mira Solves (Director Técnico) Jesús Martínez Mateo Marina Estrada De la Cruz Antonio J. Verdú Jover M^a José Alarcón García M^a Cinta Gisbert López Lirios Alós Simó Domingo Galiana Lapera M^a Isabel Borreguero Guerra</p>	<p>Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) Centros Europeos de Empresas Innovadoras de la Comunidad Valenciana Diputación Provincial Alicante Air Nostrum Catral Export Fundación Juan Perán-Pikolinos Fundación Manuel Peláez Castillo Goldcar Grupo Eulen Grupo Soledad Mustang Panter Seur Vectalia Escuela de Empresarios (EDEM) Universidad Miguel Hernández de Elche</p>
Extremadura	Fundación Xavier de Salas –Universidad de Extremadura	<p>Ricardo Hernández Mogollón (Director GEM-Extremadura) J. Carlos Díaz Casero (Director Técnico)</p> <p>M^a de la Cruz Sánchez Escobedo Antonio Fernández Portillo Manuel Almodóvar González Ángel Manuel Díaz Aunión</p>	<p>Gobierno de Extremadura Universidad de Extremadura Avante Extremadura CC. NN. Almaraz-Trillo Fundación Academia Europea de Yuste Hoy Diario de Extremadura El Periódico de Extremadura Philip Morris Spain, S.L. Palicrisa Imedexsa Caja Rural de Extremadura Caja Duero La Caixa Gestyona, S.L. Grupo Ros Multimedia</p>

		Raúl Rodríguez Preciado	Garrigues Cofex Diputación de Badajoz Diputación de Cáceres Fundación Cáceres Capital Fundación Cívica Fundecyt - Parque Científico y Tecnológico de Extremadura Fundación Universidad Sociedad
Galicia	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)	Ana Belén Vázquez Eibes (Directora GEM- Galicia) Fausto Santamarina Fernández Marta Amate López Ana García Caeiro	Confederación de Empresarios de Galicia (CEG)
	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igabe)	Norberto Penedo Rey Guillermo Viña González Enrique Gómez Fernández	Instituto Gallego de Promoción Económica (Igabe)
	Universidad de Santiago de Compostela (USC)	Isabel Neira Gómez (Directora Equipo USC) Sara Fernández López (Coordinadora Equipo USC) Nuria Calvo Babío María Bobillo Varela Maite Cancelo Márquez Loreto Fernández Fernández Rubén Lado Sestayo	Universidad de Santiago de Compostela (USC)

		<p>Marta Portela Maseda Mercedes Teijeiro Álvarez M^a Milagros Vivel Búa David Rodeiro Pazos Guillermo Andrés Zapata Huamaní</p>	
Comunidad Autónoma de Madrid	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p>	<p>Isidro de Pablo López (Director GEM-Madrid) Begoña Santos Urda (Coordinadora) Esperanza Valdés Lías (Coordinadora) Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba</p>	<p>Centro de Iniciativas Emprendedoras (CIADE) Universidad Autónoma de Madrid</p>
Murcia	<p>Universidad de Murcia</p>	<p>Antonio Aragón Sánchez y Alicia Rubio Bañón (Directores GEM-Murcia)</p> <p>Juan Samuel Baixauli Soler Nuria Nevers Esteban Lloret José Andrés López Yepes María Feliz Madrid Garre Catalina Nicolás Martínez Mercedes Palacios</p>	<p>Conserjería de Industria, Turismo, Empresa e Innovación Instituto de Fomento de la Región de Murcia Banco Mare Nostrum Fondo Europeo de Desarrollo Regional Plan emprendemos Centro Europeo de Empresas e Innovación de Murcia Cátedra de Emprendedores Universidad de Murcia</p>

		Manzano Gregorio Sánchez Marín	
Navarra	Universidad Pública de Navarra Universitat Autònoma de Barcelona	Ignacio Contin Pilart (Director GEM-Navarra) Martin Larraza Kintana Raquel Orcos Sánchez Víctor Martin Sánchez	Universidad Pública de Navarra Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa-UPNA-La Caixa
País Vasco	Deusto Business School Universidad del País Vasco Mondragón Unibertsitatea Universitat Autònoma de Barcelona	Maribel Guerrero (Directora GEM-País Vasco) Iñaki Peña José L. González-Pernía María Saiz Jon Hoyos Nerea González David Urbano	Innobasque Diputación Foral de Bizkaia Diputación Foral de Gipuzkoa Fundación Emilio Soldevilla
Madrid ciudad	Agencia de Desarrollo Económico “Madrid Emprende” Ayuntamiento de Madrid Centro de Iniciativas Emprendedoras	Iñaki Ortega Cachón (Director GEM-Madrid Ciudad) Iván Soto San Andrés Isidro de Pablo López (Director Técnico) Begoña Santos Urda Esperanza Valdés Lías	Dirección General de Comercio y Desarrollo Económico “Madrid Emprende” Ayuntamiento de Madrid

	(CIADE) Universidad Autónoma de Madrid	Yolanda Bueno Hernández Miguel Angoitia Grijalba	
Trabajo de campo GEM España	Instituto Opinòmetre (Barcelona, Madrid, Valencia, Palma de Mallorca)	Josep Ribó (Director gerente) Joaquín Vallés (Dirección y coordinación técnica)	Asociación RED GEM España

PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO GEM-NAVARRA 2014

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

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

Ignacio Contín Pilart,
Universidad Pública de Navarra
Director GEM Navarra 2014

Índice de contenidos

Resumen ejecutivo.....	10
1. Introducción.....	13
2. Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra	17
3. Tipos de comportamiento emprendedor	26
4. Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra.....	32
5. Características de las actividades emprendedoras y empresariales en Navarra	39
6. Financiación del Proceso Emprendedor en Navarra.....	52
7. Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra.....	60
Apéndice metodológico.....	65

Resumen ejecutivo

Los datos del GEM Navarra 2014 muestran cómo la actividad emprendedora en Navarra, medida a través del índice TEA, o porcentaje de nuevas iniciativas empresariales totales (las que tienen entre 0 y 42 meses de vida) sobre la población adulta, ha experimentado un ligero decrecimiento en el año 2014 con respecto al año 2013. Más concretamente, el TEA alcanzó en el año 2014 un valor del 3,9% frente al 4,1% del año 2013. No obstante, el TEA del año 2014 ha sido superior al observado en los años 2009 (3,8%) y 2010 (3,6%) en los que se produjo un fuerte deterioro de los indicadores de emprendimiento debido al inicio de la crisis económica. Asimismo, el TEA de Navarra se ha situado al igual que en años anteriores por debajo del observado en el conjunto de España en el año 2014 (5,5%).

A su vez, el deterioro del índice TEA en los dos últimos años se debe fundamentalmente al fuerte decremento observado en las iniciativas empresariales nuevas (las que tienen entre 3 y 42 meses de vida), lo sugiere que son las nuevas iniciativas empresariales lanzadas en 2012 o en años anteriores las que peor han hecho frente a la crisis económica. Habrá que esperar a posteriores ediciones para ver si la recuperación de la economía trae consigo un mayor impulso de la actividad emprendedora en Navarra, de tal manera que la misma se acerque a los niveles medios que observamos en España.

No obstante, el porcentaje de iniciativas empresariales consolidadas (aquellas de más de 42 meses de vida) sobre la población adulta ha crecido fuertemente en Navarra en 2014 con respecto a 2013, mientras que en España ha decrecido. Este dato es muy positivo puesto que indica que, si bien los niveles de emprendimiento en Navarra son más bien reducidos, la calidad del mismo parece ser alta, puesto que un porcentaje elevado de nuevas iniciativas empresariales logra sobrevivir a lo largo del tiempo. Asimismo, Navarra mantiene en 2014, al igual que en ediciones anteriores, una buena posición en lo que se refiere a este indicador si la comparamos con los países europeos que participan en el GEM.

Asimismo, sigue predominando en Navarra, al igual que en otros países y regiones desarrolladas, el emprendimiento por oportunidad frente al emprendimiento por necesidad. El deseo de lograr “una mayor independencia” se revela en 2014 como la primera motivación que subyace al aprovechamiento de una oportunidad de negocio. Por otro lado, el peso del emprendimiento por necesidad en Navarra es ligeramente mayor que el de España en su conjunto.

El perfil de las personas involucradas en actividades empresariales en Navarra en el año 2014 es, a grandes rasgos, similar al descrito en ediciones anteriores. Si bien el perfil presenta algunas variaciones según

sea el tipo de emprendedor analizado (potencial, TEA o consolidado), en general estamos ante un hombre de entre 35 y 40 años de edad, con educación secundaria, con un nivel de renta medio, y que vive en un hogar de tres miembros. Conforme nos acercamos de los emprendedores potenciales a los consolidados, crece la edad media pero en términos generales baja el nivel de estudios medio.

Por su parte el perfil de las nuevas iniciativas emprendedoras, así como el de las empresas más consolidadas, es bastante similar al que se observa en el conjunto de España. Las nuevas empresas son microempresas con predominio de las entidades con un solo trabajador (autoempleo), aunque en su mayoría tienen expectativas de crecer en los siguientes cinco años. Estas nuevas empresas actúan mayoritariamente en el sector orientado al consumo. Estas nuevas iniciativas vienen mostrando un interés creciente por la innovación y el uso de nuevas tecnologías.

El capital semilla necesario para la financiación de una iniciativa emprendedora en Navarra se sitúa en 2014 en torno a los 30.000€. Continuando con la tendencia de los años previos se observa que es el propio emprendedor el que aporta la mayor parte del capital semilla necesario para financiar la iniciativa empresarial. A pesar de esto, la participación del inversor privado en negocios ajenos ha aumentado considerablemente en nuestra comunidad. Mientras que en 2013 la población adulta navarra que efectúa inversiones en proyectos ajenos asciende a un 3,4%, en 2014 el porcentaje de inversores privados se sitúa en un 4,7%. Si se compara la participación del inversor privado en Navarra con la del resto de España y la del entorno GEM, se observa que la inversión privada en iniciativas ajenas de nuestra comunidad se sitúa por encima de la media tanto en el caso del conjunto nacional, como en el caso del entorno GEM. Al igual que en años anteriores, la inversión privada principalmente se concentra en negocios de familiares.

El porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra aumenta de forma considerable en 2014. Continuando con la tendencia creciente de 2013, en 2014 el 20,3% de la población adulta considera que emprender permite aprovechar buenas oportunidades de negocio. Aun así, la percepción de buenas oportunidades es inferior a la observada en otras Comunidades Autónomas españolas y está muy alejada de la observada en países como Estonia, Dinamarca o Suecia (en el caso de Suecia el 70,1% de la población encuestada percibe buenas oportunidades para emprender).

En cuanto al entorno social del emprendedor, se observa como en la Comunidad Foral existe un conocimiento importante sobre la figura del emprendedor (un 36% de la población adulta afirma conocer a algún emprendedor). En 2014, el 45,7% de la población adulta navarra considera que posee los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha una iniciativa empresarial y el 47,3% 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 (54,6 % de la población encuestada), que los empresarios gozan de un buen estatus social (52,5% de la población encuestada) y que existe una buena cobertura mediática de las noticias relacionadas con emprendedores de éxito (51,9 % de la población entrevistada).

Capítulo 1

Introducción

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

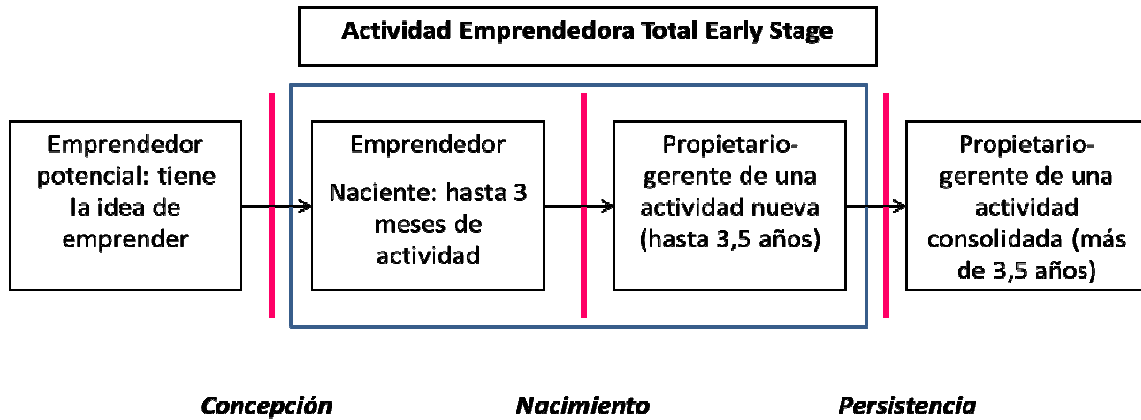
El observatorio GEM proporciona datos desde el año 1999, habiendo analizado, por un lado, la relación entre emprendimiento y desarrollo económico, y, por otro, enriquecido el ámbito académico con multitud de artículos y trabajos científicos publicados en revistas indexadas. Asimismo, las instituciones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

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

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

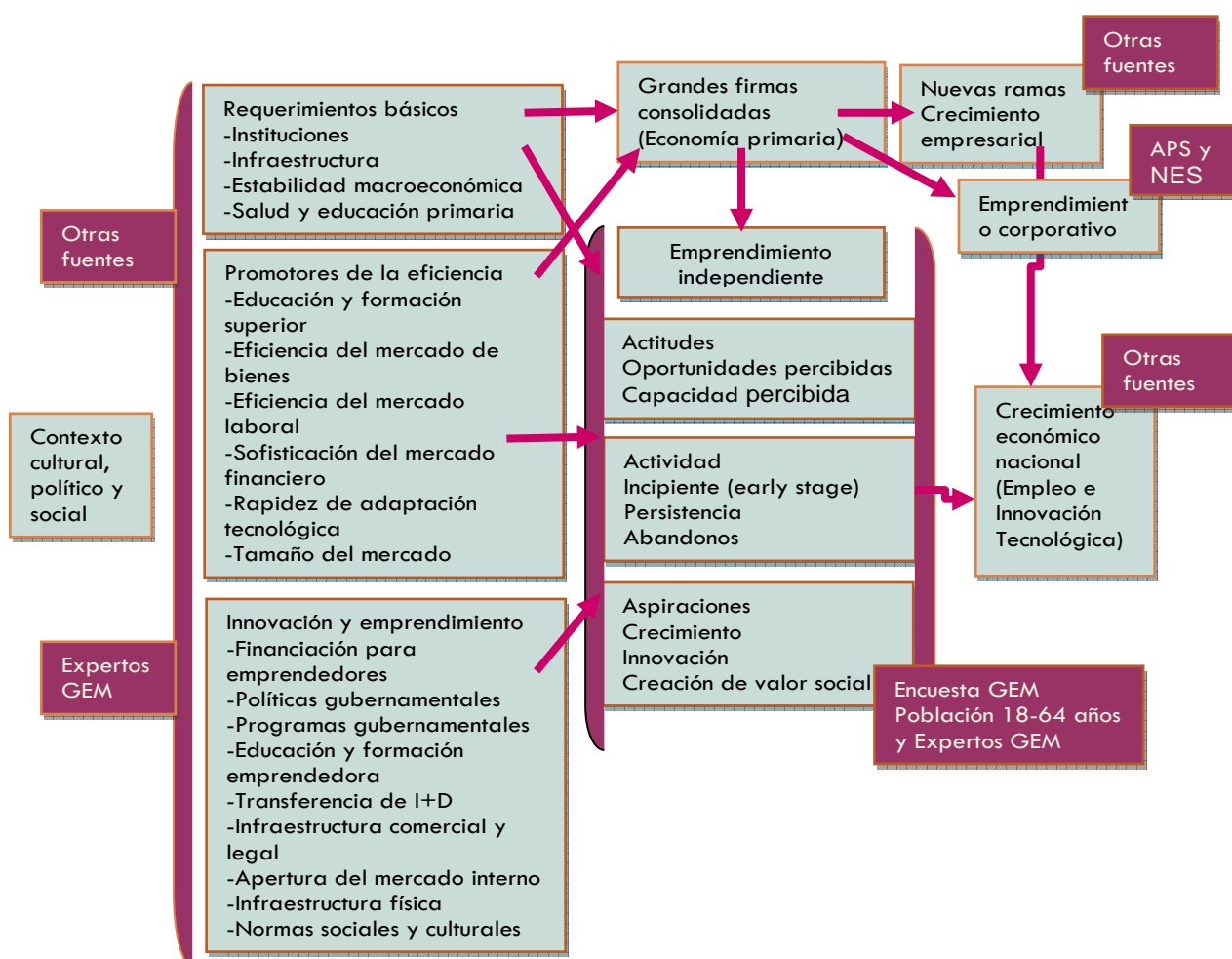
Figura nº 1.1

El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



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

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



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

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

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

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

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

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

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

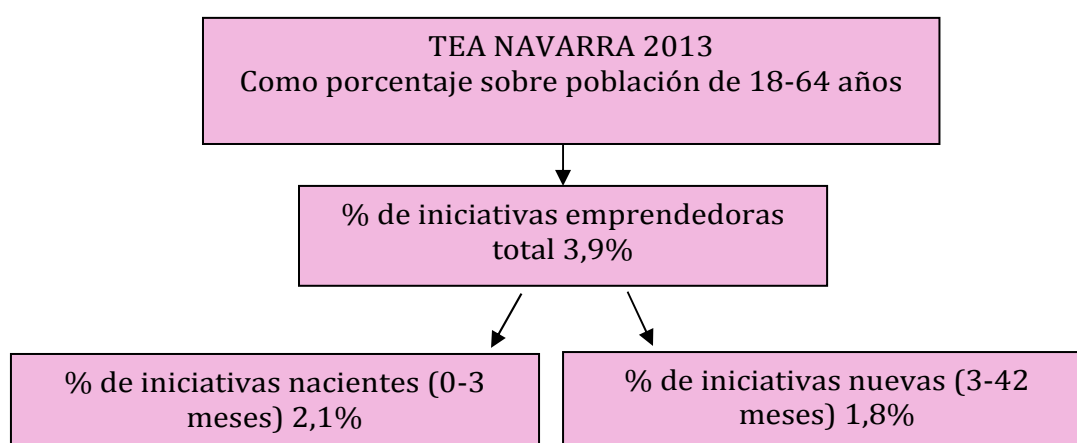
Capítulo 2

Actividad emprendedora y dinámica empresarial en Navarra

2.1. Actividad emprendedora registrada en la población adulta navarra

Tasa de actividad emprendedora (TEA)

Entendiendo que una iniciativa emprendedora es todo aquel negocio o actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector y que no sobrepasa los 42 meses de vida, **la tasa de actividad emprendedora registrada por GEM en la población navarra**, calculada a partir de los 1.000 cuestionarios realizados a la población de 18 a 64 años de edad, **fue del 3,9% en el año 2013**. Dicha tasa puede desagregarse a su vez en dos componentes: la tasa relativa a las iniciativas nacientes (que no sobrepasan los 3 meses de vida), y la relativa a las iniciativas nuevas (entre 3 y 42 meses de vida), que para el año 2013 arrojan unos valores del 2,1% y del 1,8 %, respectivamente.



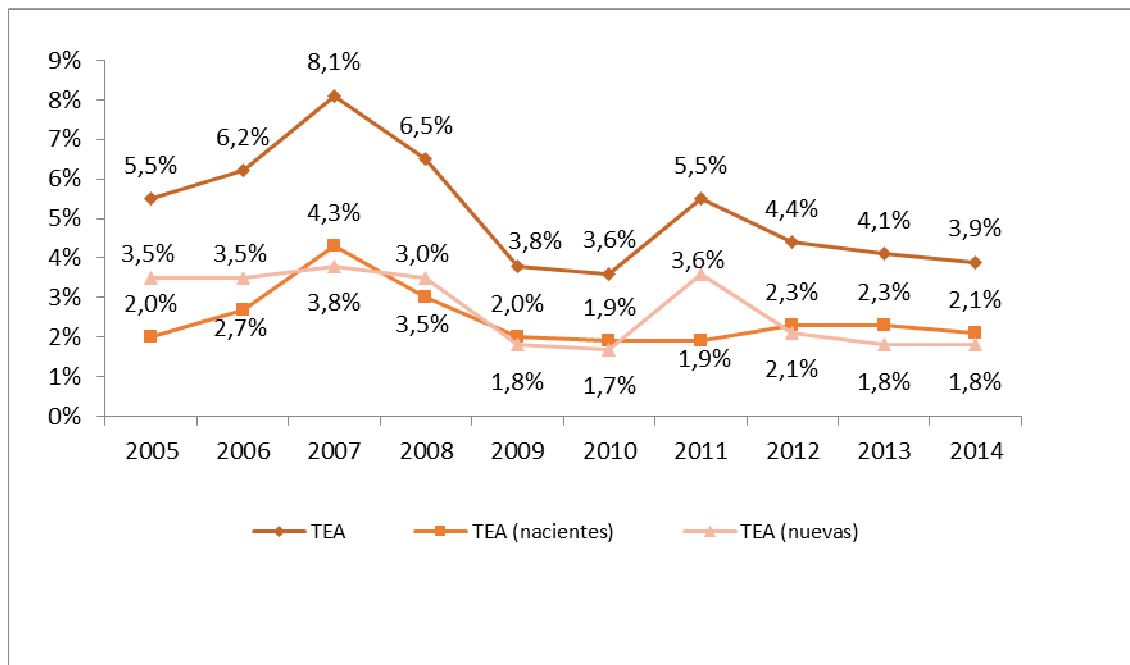
Análisis de la evolución temporal del TEA

La Figura nº 2.1 muestra cómo los valores que ha alcanzado el TEA en la época de crisis (a partir de 2008 en adelante) han sido menores a los

observados en la época de bonanza. Además, vemos que el valor del TEA en el año 2014 muestra un ligero descenso respecto al valor observado en 2013 (4,1 %), aunque por encima del estimado para los años 2009 y 2010.

Figura nº 2.1

Evolución temporal del índice TEA y sus componentes en Navarra



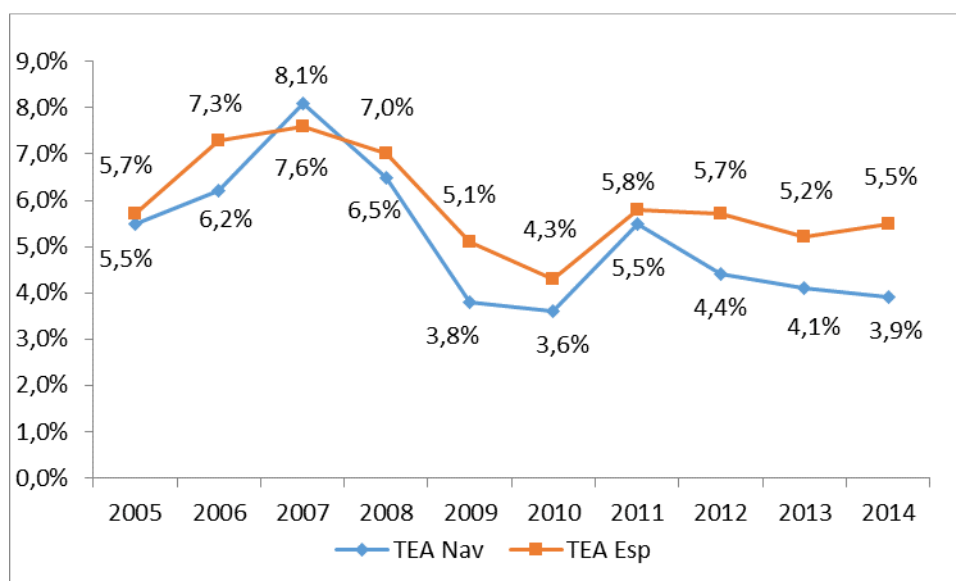
En esta figura podemos observar también que las variaciones experimentadas por el índice TEA hasta el año 2008 se explicaban principalmente por las variaciones en el porcentaje de iniciativas nacientes y por la regularidad presentada en las iniciativas nuevas siempre en torno al 3,5%.

Sin embargo, durante los años 2009 y 2010 se observa un descenso significativo en el TEA, motivado por el descenso tanto de iniciativas nacientes como de iniciativas nuevas. Dicho descenso cabría vincularlo al impacto de la crisis económica a partir del año 2008.

En el año 2011, en que la economía navarra creció un 1,5%, se rompe la tendencia negativa de sus dos años predecesores y se observa un incremento en el índice TEA. No obstante, en el año 2012, en el que la economía entra de nuevo en una fase de decrecimiento, observamos de nuevo una caída en el TEA. Esta tendencia se ha mantenido tanto en el año 2013 como en el 2014, y se ha centrado sobre todo en la caída de iniciativas nuevas.

Figura nº 2.2

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



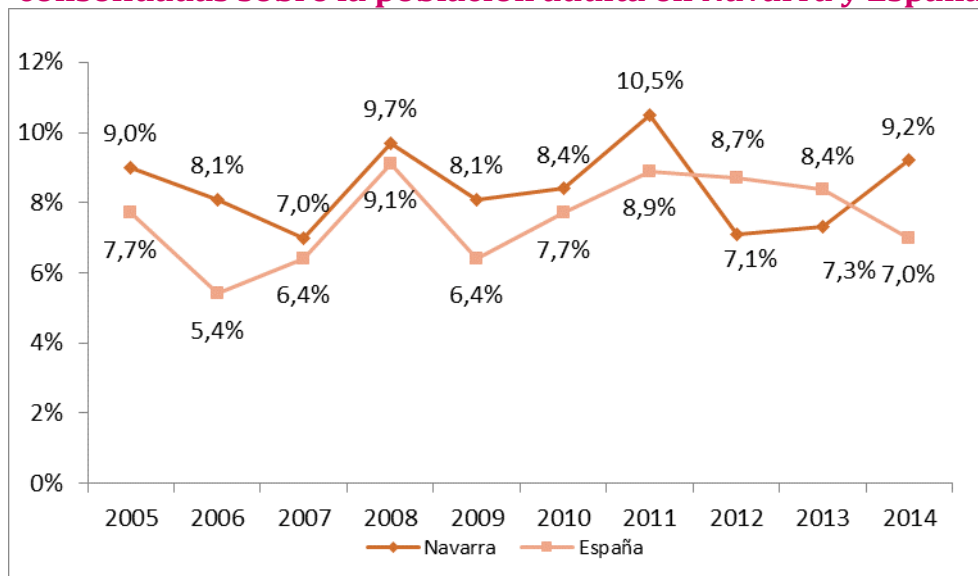
Como se puede observar en la Figura nº 2.2, el índice TEA de Navarra se sitúa por debajo del de España durante prácticamente todo el período 2005-2014 (únicamente en el año 2007 se situó por encima). Este dato sugiere que el nivel de emprendimiento en la Comunidad Foral es menor al observado en el conjunto de España desde el año 2005 en adelante. Asimismo, vemos cómo los peores años de la actividad emprendedora son el 2009 y el 2010, que son a su vez los años más duros de la crisis económica

2.2. Dinámica empresarial en la población adulta navarra

Además de proporcionar datos sobre la actividad emprendedora, el proyecto GEM nos permite estimar anualmente el porcentaje de iniciativas empresariales consolidadas (aquellas que han sobrepasado la barrera de los 42 meses de vida) sobre la población adulta. La Figura nº 2.3 muestra, por un lado, que dicho porcentaje ha sido en Navarra mayor que el observado en el conjunto de España durante el periodo 2005-2014, con dos excepciones: los años 2012 y 2013, y, por otro, que ha aumentado con fuerza en 2014. Este dato es muy positivo puesto que indica que, si bien los niveles de emprendimiento son más bien reducidos en Navarra, la calidad del mismo parece ser alta, puesto que un porcentaje elevado de nuevas iniciativas empresariales logra sobrevivir a lo largo del tiempo.

Figura nº 2.3

Evolución temporal del porcentaje de iniciativas empresariales consolidadas sobre la población adulta en Navarra y España



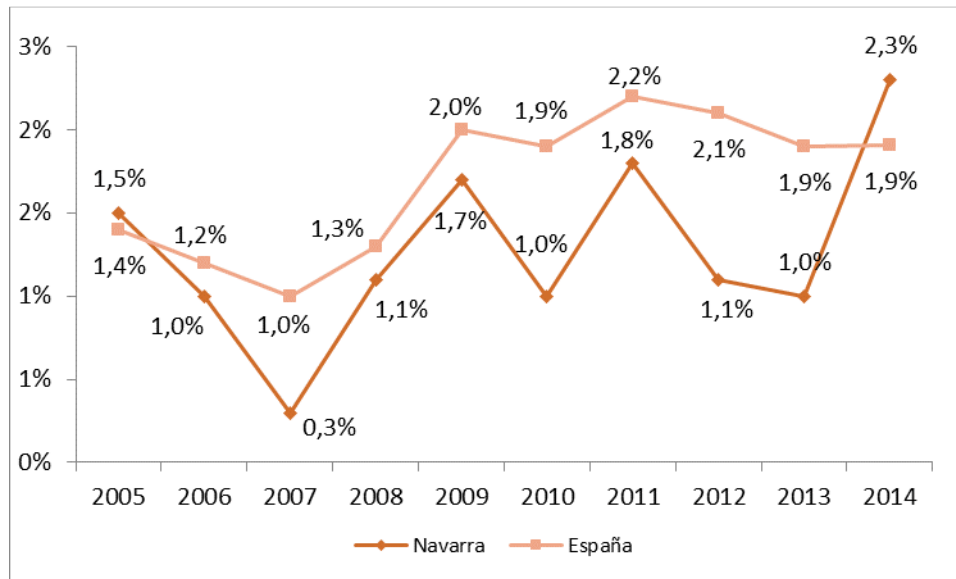
Abandonos de iniciativas empresariales

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 el conjunto de España.

Tal y como se desprende de la Figura nº 2.4 en Navarra se ha producido en 2014 un fuerte incremento del porcentaje de iniciativas empresariales abandonadas sobre la población adulta, si bien la tasa real de cierre es del 1,1% (ver Figura nº 2.5), menor que la se dio en España en ese año (1,25%). Más concretamente, a partir de 2007 el estudio GEM permite conocer si esos abandonos son realmente cierres de negocio (tasa real de cierres) o más bien traspasos. La Figura nº 2.5 muestra los datos referido a abandonos y cierres en Navarra en 2015, así como las razones que explicarían el abandono de los negocios por parte de los propietarios.

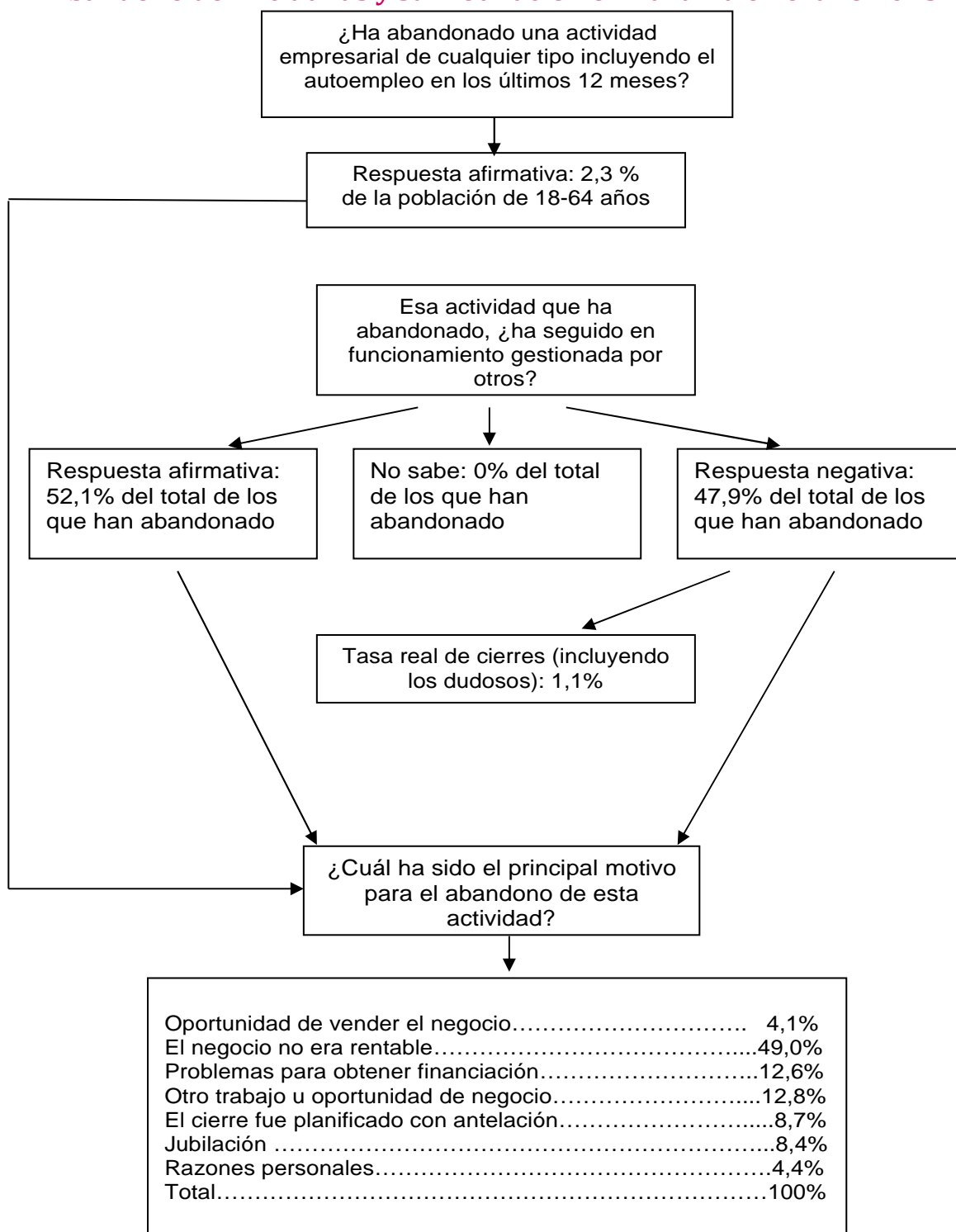
Figura nº 2.4

Evolución temporal del porcentaje de iniciativas empresariales abandonadas en los doce meses previos al momento de la encuesta (julio de cada año) sobre la población adulta en Navarra y España



Entre los motivos de abandono, destacan la falta de rentabilidad del negocio (49%), así como el haber encontrado otro trabajo u oportunidad de negocio (12,8%). Otro motivo importante son los problemas para obtener financiación (12,6%).

Figura nº 2.5
Abandono de iniciativas y su motivación en Navarra en el año 2013

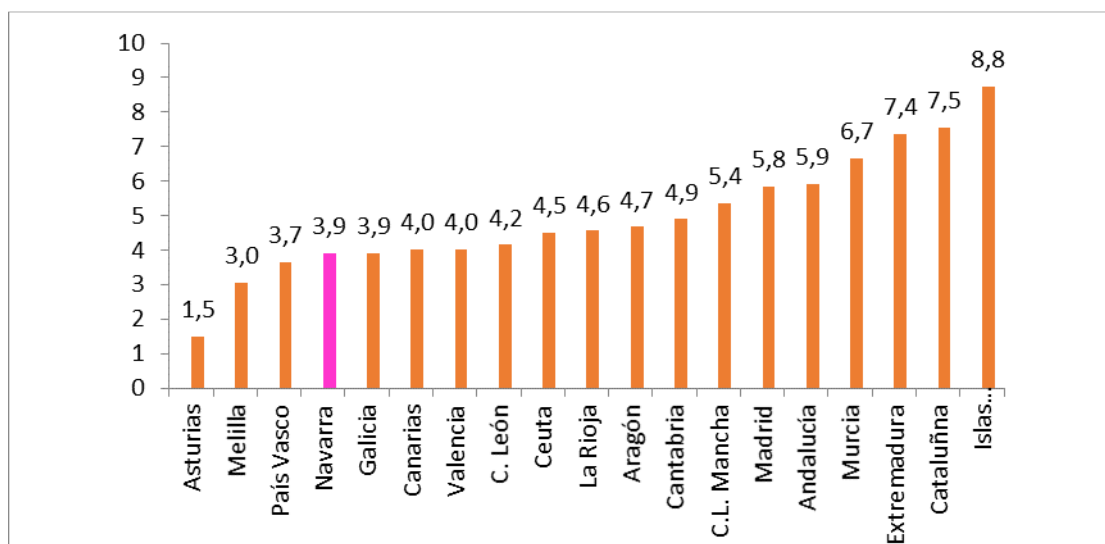


2.3. Actividad emprendedora en el contexto nacional e internacional

En la Figura nº 2.6 se muestra la posición relativa de Navarra entre las comunidades autónomas españolas en función del índice TEA del año 2014.

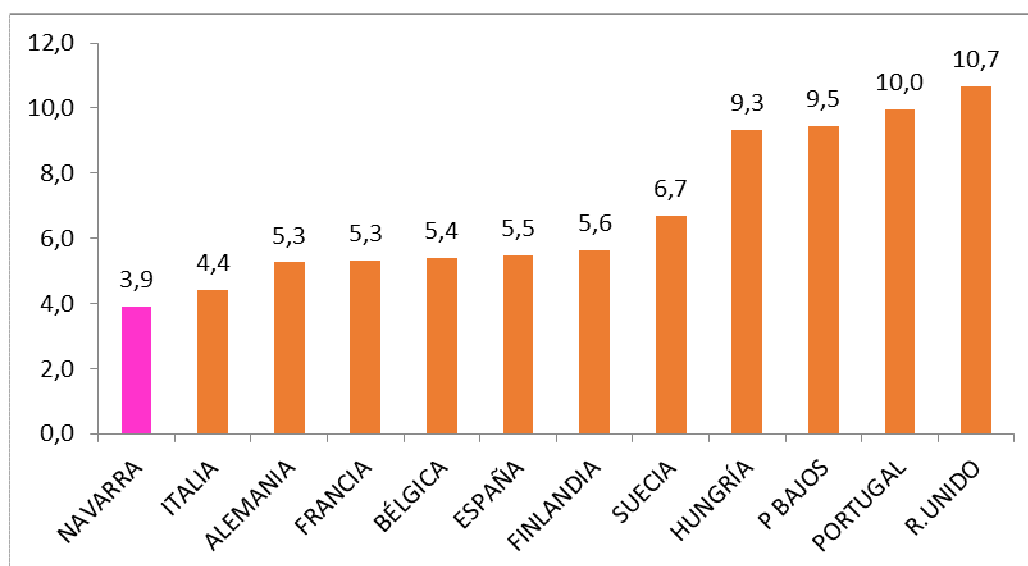
Navarra se sitúa en el primer cuartil de manera que su posición relativa en el conjunto del Estado ha empeorado con respecto a ediciones anteriores (en 2011, por ejemplo, se situó en el segundo cuartil). El TEA de Navarra es muy parecido al del País Vasco y Galicia, pero considerablemente por debajo del observado en Cataluña o las Islas Baleares.

Figura nº 2.6
TEA 2014 en las CC.AA. españolas (%)



El índice de actividad emprendedora de Navarra en 2014 es el más bajo de entre los países europeos recogidos en la Figura nº 2.7, situándose a niveles cercanos a los observados en Italia, Alemania o Francia.

Figura nº 2.7
Comparación del TEA de Navarra y del TEA de países europeos participantes en el GEM en el año 2014 (%)



2.4. Dinámica empresarial en el contexto nacional e internacional

La Figura nº 2.8 muestra el porcentaje de empresas consolidadas sobre la población de 18-64 años en 2014 para todas las comunidades autónomas españolas. Se trata, como ya hemos señalado, de empresas, negocios y autoempleos que llevan operando más de 42 meses. El valor de este indicador en Navarra se sitúa por encima de la media española

La Figura nº 2.9 muestra el mismo indicador para Navarra y para algunos de los países europeos participantes en la edición GEM 2014. El porcentaje de empresas consolidadas sobre la población adulta en Navarra se sitúa al nivel de los Países Bajos, lo que sugiere que aunque el índice de emprendimiento es bajo la calidad del mismo es alta.

Figura nº 2.8
Tasa de actividad empresarial consolidada (incluyendo autoempleo y todos los sectores) en 2014 en las CC.AA.

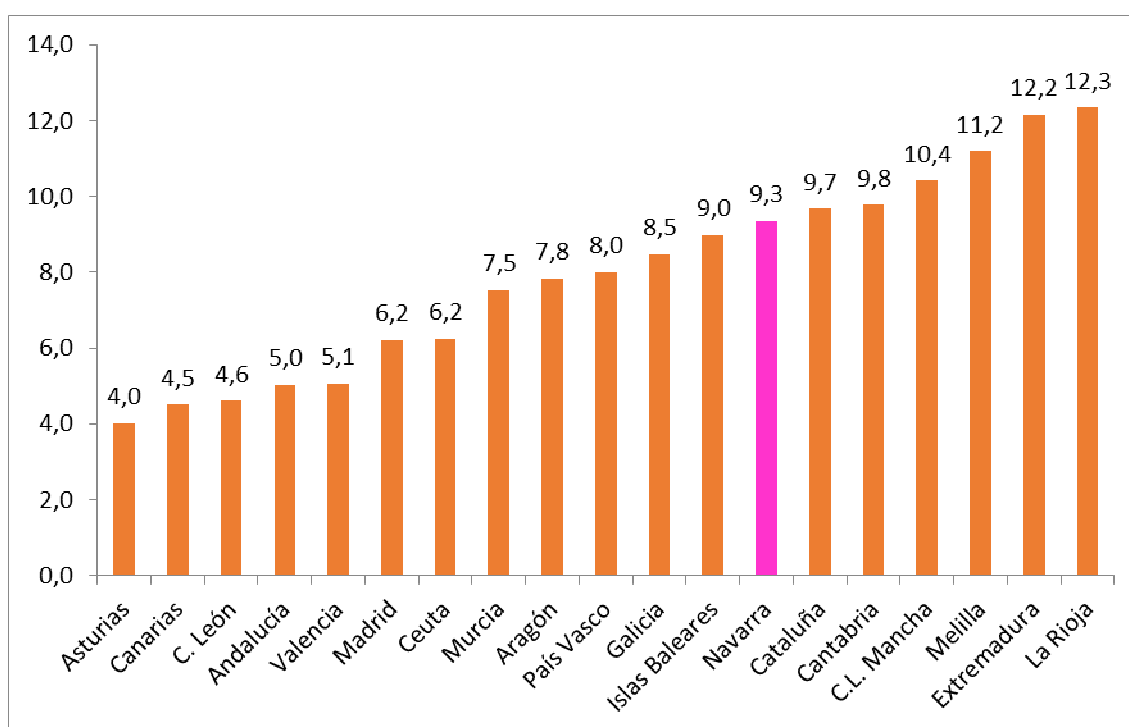
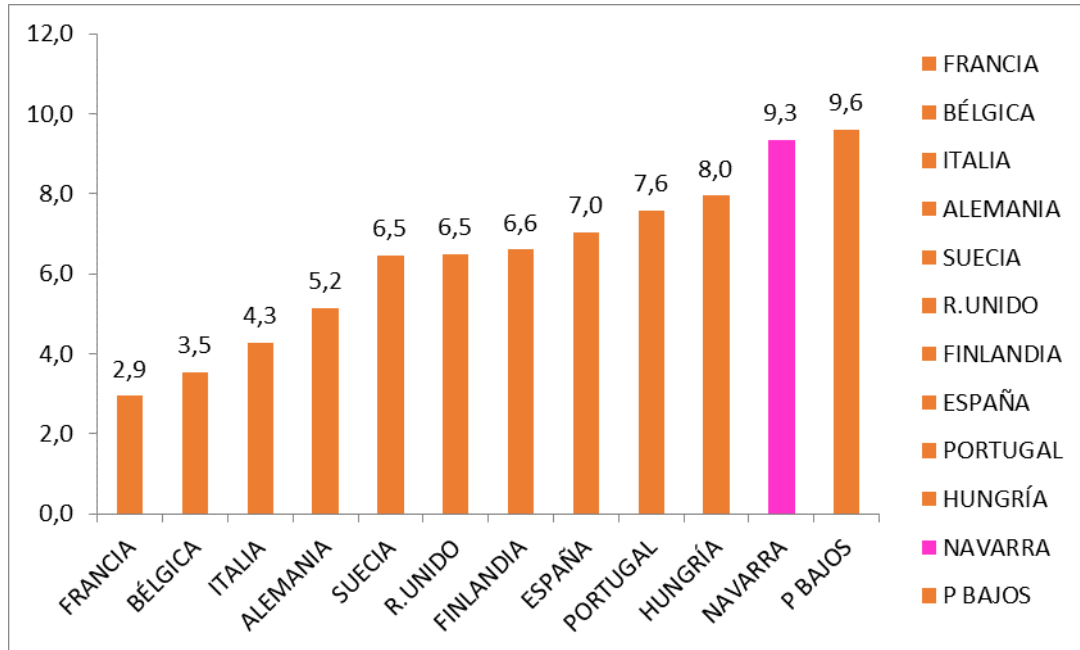


Figura nº 2.9
Comparación de la tasa de actividad consolidada de Navarra y de países europeos participantes en el GEM en el año 2014



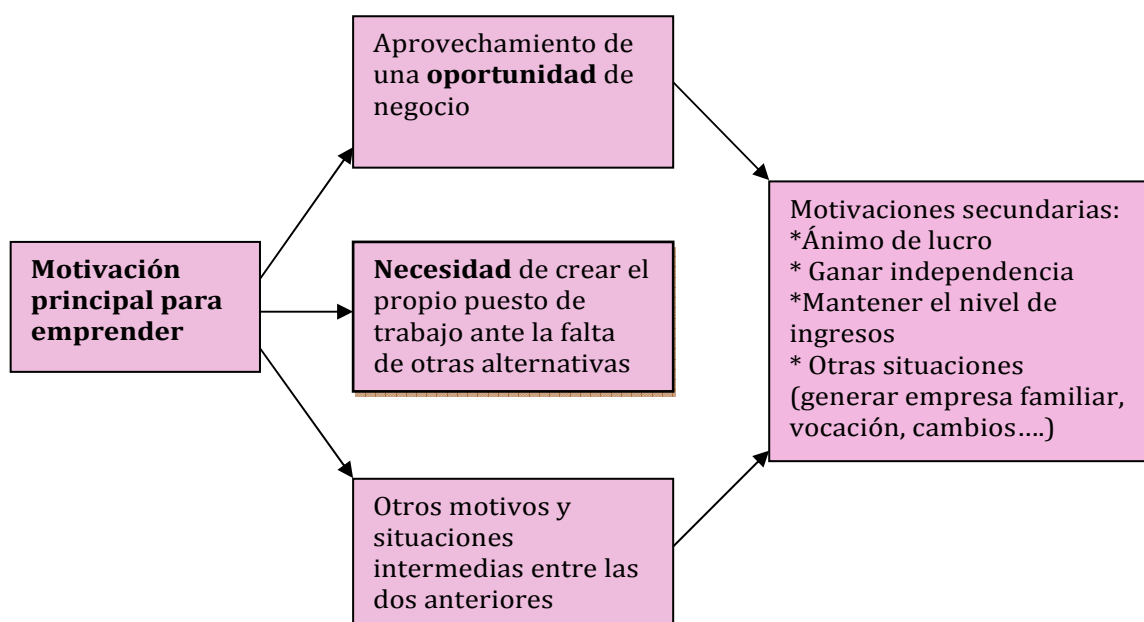
Capítulo 3

Tipos de comportamiento emprendedor

3.1. Introducción

Tras cada iniciativa emprendedora existe algún tipo de motivación que la impulsa. El modelo teórico del GEM que analiza la motivación para emprender quedar reflejando en la Figura 1:

Figura nº 1
Motivación principal para poner en marcha una iniciativa que da lugar a diferentes comportamientos emprendedores



Por tanto, podemos observar cómo la motivación para emprender es analizada fundamentalmente bajo dos perspectivas: el aprovechamiento de oportunidades de negocio, detectadas fundamentalmente por emprendedores potenciales, y la necesidad de emprender ante la falta de alternativas de trabajo. En el lenguaje GEM la primera de ellas se denomina **emprender por oportunidad** mientras que la segunda recibe el nombre de **emprender por necesidad**

3.2. Oportunidad y necesidad en el proceso emprendedor

En las siguientes tablas se resumen las cifras relativas de los diversos comportamientos emprendedores en Navarra y en España sobre la población de 18 a 64 años de edad en el año 2014, distinguiendo entre las

iniciativas que están en fase naciente, nueva, y el total de las iniciativas en fase incipiente, concepto que aglutina a las dos clasificaciones anteriores.

Tabla nº 1			
Distribución de la tasa de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población navarra 18-64 años), en 2014			
Tipo de emprendedor			
Motivo de su creación	Naciente	Nuevo	Incipiente (naciente y nuevo)
Oportunidad pura	0,7%	0,7%	1,4%
Oportunidad en parte	0,6%	0,5%	1,1%
Necesidad	0,7%	0,6%	1,3%
No clasificable, otro caso	0,1%	0,0%	0,1%
Total			3,9%

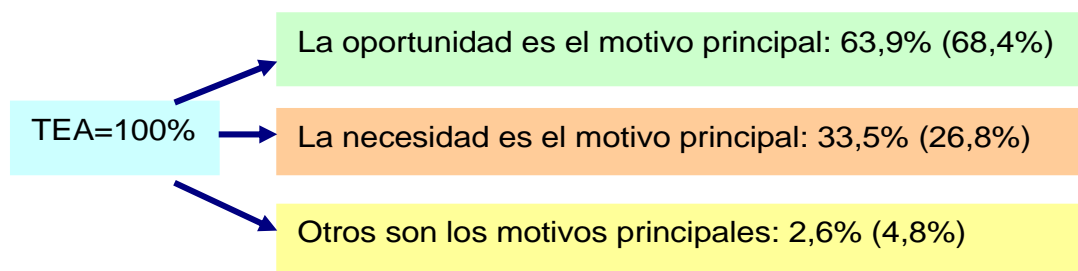
Tabla nº 2			
Distribución de la tasa de iniciativas emprendedoras en función de su fase y motivación principal para su puesta en marcha (% sobre población española 18-64 años), en 2014			
Tipo de emprendedor			
Motivo de su creación	Naciente	Nuevo	Incipiente (naciente y nuevo)
Oportunidad pura	1,2%	0,9%	2,1%
Oportunidad en parte	1,0%	0,5%	1,5%
Necesidad	1,0%	0,7%	1,7%
No clasificable, otro caso	0,2%	0,1%	0,2%
Total			5,5%

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

Los siguientes esquemas muestran cómo la mayoría de nuevas iniciativas empresariales, tanto en el caso de Navarra como en el de España, se crean para explotar una oportunidad.

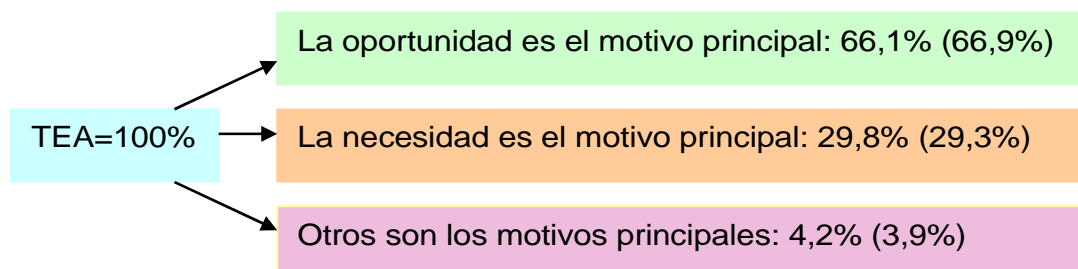
Esquema nº 1

Distribución de la actividad emprendedora navarra de 2014 en función del principal motivo de su creación y comparación con la de 2013 (entre paréntesis)



Esquema nº 2

Distribución de la actividad emprendedora española de 2014 en función del principal motivo de su creación y comparación con la de 2013 (entre paréntesis)



En 2014 en Navarra se produce una caída importante de la motivación por oportunidad, y un incremento de la motivación por necesidad. La elevada tasa de paro que sufre Navarra estaría detrás de la evolución observada en cuanto a la motivación para emprender

En definitiva, tanto en Navarra como en el conjunto de España (Tablas 3 y 4), la detección de oportunidades ha constituido la motivación principal de la puesta en marcha de iniciativas emprendedoras. Asimismo, en los años 2013 y 2014 la detección de oportunidades ha presentado un peso inferior al 60%, lo que se explicaría por la debilidad de la economía en ese período.

Tabla nº 3
Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en Navarra como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total

Año	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2005	5,7 (100%)	4,8 (85,0%)	0,9 (15,0%)	0,0 (0,0%)
2006	6,2 (100%)	5,4 (87,0%)	0,8 (13,0%)	0,0 (0,0%)
2007	8,1 (100%)	6,7 (82,0%)	1,2 (15,0%)	0,2 (3,0%)
2008	6,5 (100%)	5,4 (83,5%)	0,9 (13,2%)	0,2 (3,3%)
2009	3,8 (100%)	3,1 (81,3%)	0,4 (11,6%)	0,3 (7,1%)
2010	3,6 (100%)	2,6 (72,4%)	0,9 (25,4%)	0,1 (2,3%)
2011	5,5 (100%)	4,5 (81,7%)	0,7 (12,8%)	0,3 (5,5%)
2012	4,4 (100%)	3,2 (73,9%)	1,0 (23,9%)	0,2 (2,2%)
2013	4,1 (100%)	2,8 (68,4%)	1,1 (26,8%)	0,2 (4,8%)
2014	3,9 (100%)	2,5 (63,9%)	1,3 (33,5%)	0,1 (2,6%)

Tabla nº 4
Evolución del tipo de comportamiento emprendedor en España como porcentaje de la población adulta y como porcentaje del TEA total

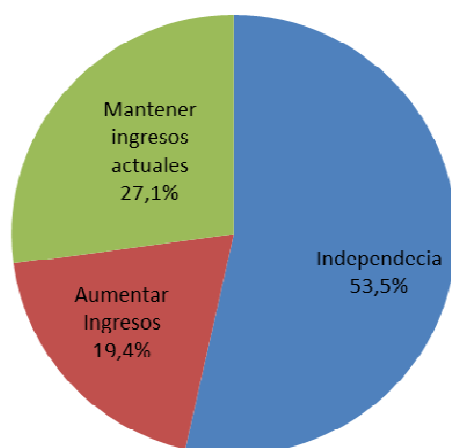
Año	TEA	TEA oportunidad	TEA necesidad	TEA otro caso
2005	5,4 (100%)	4,4 (81,5%)	0,8 (14,8%)	0,2 (3,7%)
2006	7,2 (100%)	6,1 (84,1%)	1,1 (15,2%)	0,0 (0,6%)
2007	7,6 (100%)	5,8 (76,4%)	1,1 (14,9%)	0,6 (8,7%)
2008	7,0 (100%)	5,6 (80,0%)	1,0 (14,8%)	0,4 (5,2%)
2009	5,1 (100%)	4,1 (80,1%)	0,8 (15,8%)	0,2 (4,1%)
2010	4,3 (100%)	3,1 (73,0%)	1,1 (25,4%)	0,1 (1,7%)
2011	5,8 (100%)	4,2 (71,5%)	1,5 (25,9%)	0,1 (2,6%)
2012	5,7 (100%)	4,1 (72,3%)	1,5 (25,6%)	0,1 (2,1%)
2013	5,2 (100%)	3,4 (66,9%)	1,6 (29,3%)	0,2 (3,9%)
2014	5,5 (100%)	3,6 (66,1%)	1,6 (29,8%)	0,3 (4,2%)

3.3 Análisis de otros motivos complementarios que subyacen bajo el impulso de emprender por oportunidad en Navarra el año 2014

Cuando un emprendedor detecta una oportunidad y toma la decisión de poner en marcha una iniciativa empresarial, tras esa intención subyacen, además, otros motivos de índole más personal, relacionados, generalmente,

con el desarrollo personal y profesional. El Proyecto GEM estudia estos motivos, obteniéndose estos resultados para Navarra en el año 2014:

Figura nº 3
Análisis de otros motivos para emprender que subyacen a la oportunidad en Navarra en el año 2014



Asimismo, las Figuras 4 y 5 expuestas a continuación muestran la evolución de la distribución de estas motivaciones subyacentes, tanto en Navarra como en el conjunto de España. Los datos de ambas tablas muestran como el deseo de lograr una mayor independencia, como motivo subyacente al aprovechamiento de una oportunidad de negocio, ha ido perdiendo peso paulatinamente a lo largo de los años, observándose, sin embargo, una fuerte recuperación del mismo en 2013 y 2014 en Navarra.

Figura nº 4.
Evolución de la distribución de las motivaciones que subyacen al aprovechamiento de una oportunidad para emprender en Navarra

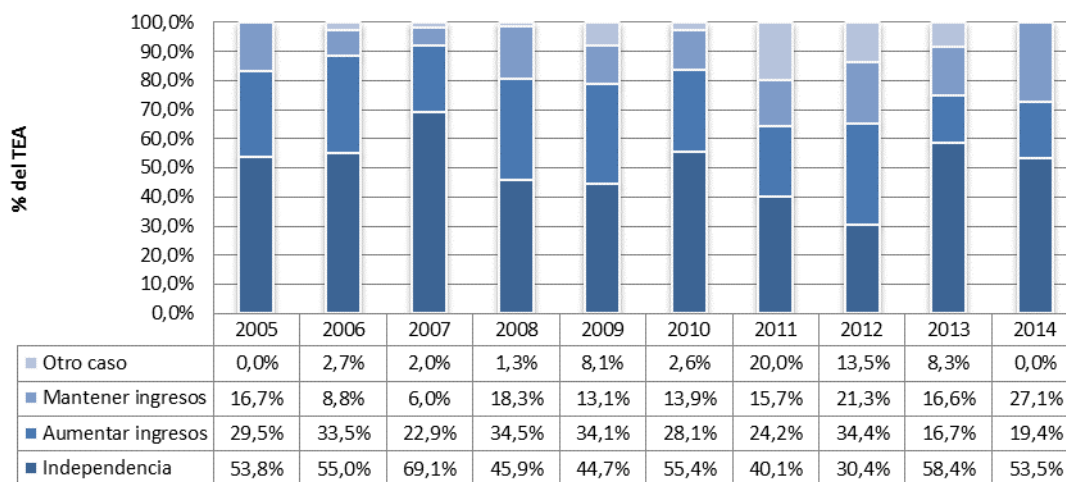
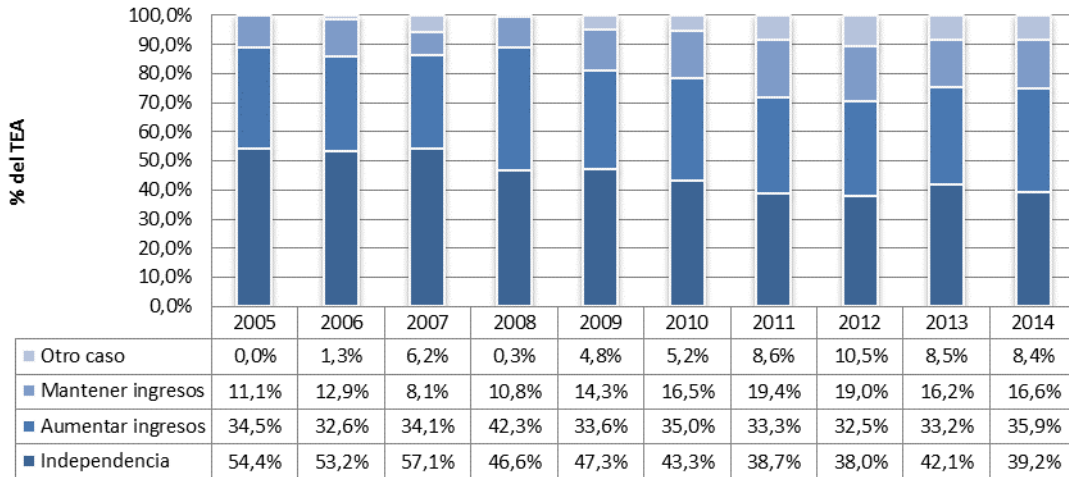


Figura nº 5.

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



Capítulo 4

Perfil socioeconómico de la persona emprendedora residente en Navarra

4.1. Introducción

Hasta el momento se han analizado importantes y diversos aspectos acerca de las personas emprendedoras. Se ha estudiado la evolución del porcentaje de personas emprendedoras en Navarra, y comparado con el de otras regiones y naciones. A su vez se ha explorado qué es lo que ha impulsado a estas personas a embarcarse en una aventura empresarial. Pero, ¿quiénes son estas personas?, ¿cómo son? Para responder a estas cuestiones, en el presente capítulo se va a analizar el perfil medio de los emprendedores residentes en Navarra en el año 2014. Para elaborarlo, se ha partido de la información proporcionada por los entrevistados que estaban involucrados en una iniciativa empresarial de algún tipo: naciente, nueva, consolidada, potencial o abandonada y que han respondido a la encuesta GEM 2014.

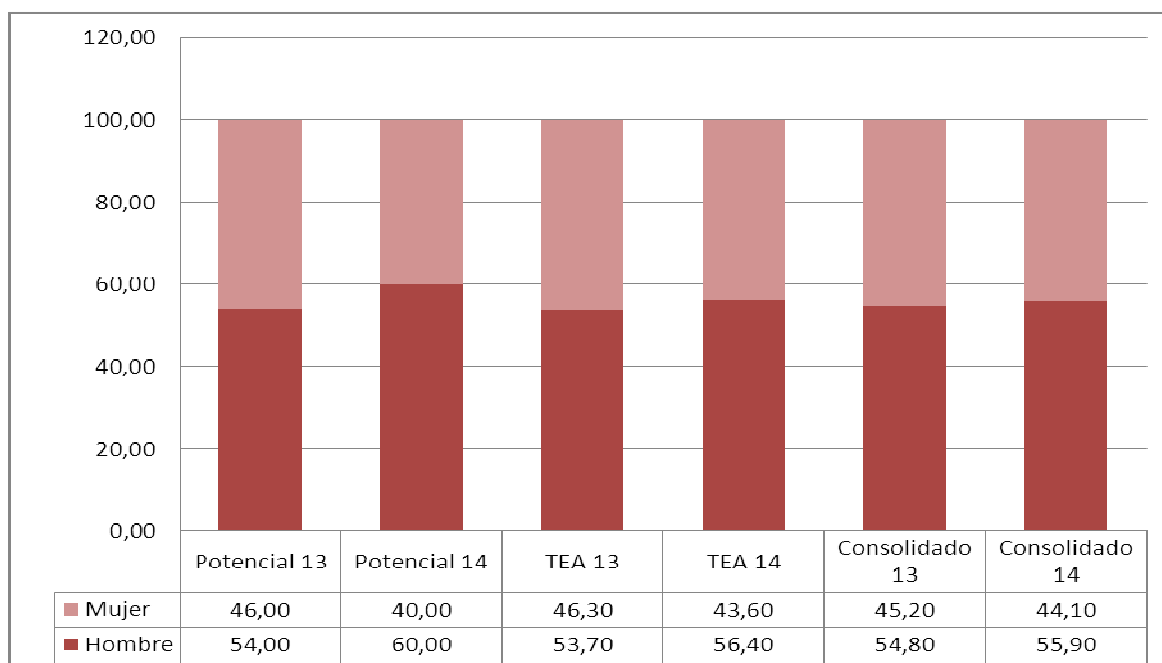
Las variables que se han analizado son: el sexo, la edad, el nivel de estudios, el nivel de renta, el tamaño medio del hogar, el estatus laboral y la posesión de formación específica para emprender. El colectivo se ha dividido en: emprendedores potenciales (que tienen en mente emprender en los próximos tres años), TEA (emprendedores con negocios de hasta 42 meses en el mercado) y consolidados (más de 42 meses en el mercado).

4.2. Sexo

La distribución por sexos en las distintas fases del proceso emprendedor señala, en consonancia con la amplia evidencia empírica a este respecto, que la proporción de mujeres es en general inferior a la de hombres.

Tal y como puede observarse en la figura siguiente las tendencias generales son, aunque con algunas diferencias, bastante estables en Navarra en los dos últimos años del informe GEM. El predominio de los hombres en la actividad emprendedora también se observa para el conjunto de España. De hecho, el mayor porcentaje de hombres en las actividades emprendedoras es un fenómeno que se observa recurrentemente a nivel global.

Figura nº 4.1
Distribución del porcentaje de emprendedores por sexo y fase.
Navarra 2012 y 2013



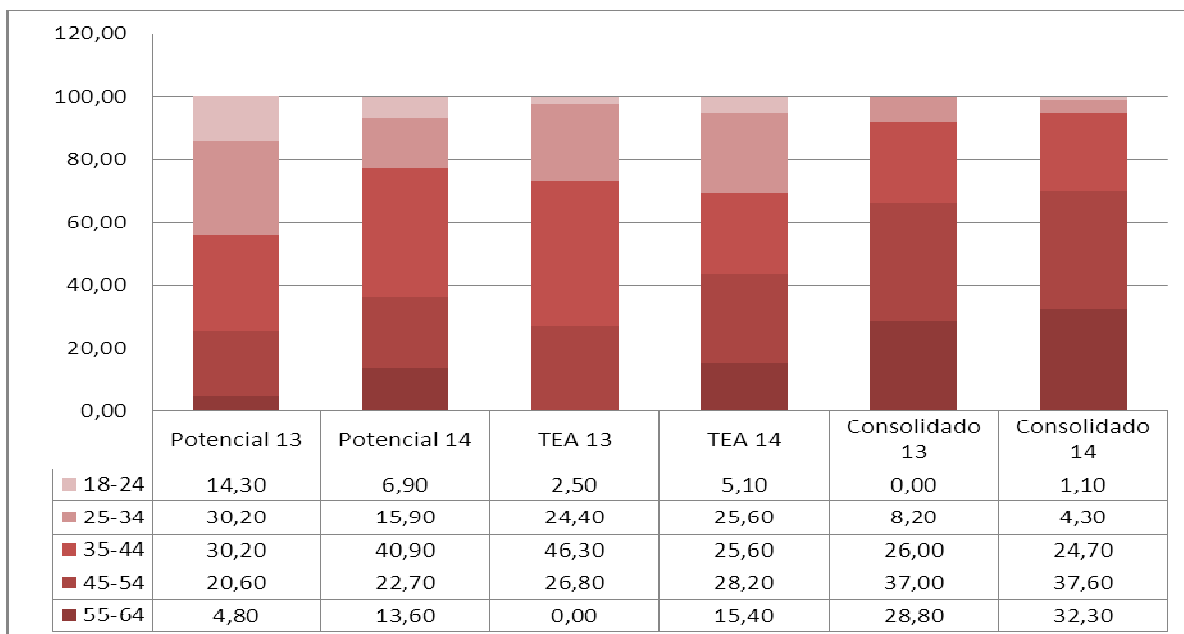
4.3. Edad

A continuación pasamos a describir la distribución de los emprendedores en Navarra en función de su edad y fase del proceso emprendedor en el que se encuentran. La Figura nº 4.2 recoge dicha distribución para Navarra en los años 2013 y 2014. Tal y como se viene observando en ediciones anteriores del informe tanto en la fase potencial como en la que engloba a los emprendedores con iniciativas de menos de 42 meses, la mayoría de los emprendedores se encuentran en el rango 35-44 años de edad. Por su parte en la fase consolidada, la mayoría tiene entre 45 y 54 años.

Como bien podría esperarse las fases iniciales del proceso emprendedor son aquellas en las que la presencia de los jóvenes es mayor. Cuando esa iniciativa emprendedora se consolida la pirámide de edad tiende a trasladarse hacia las categorías de edad superiores. Este patrón se viene observando en informes anteriores del estudio GEM tanto en Navarra como para el conjunto de España.

Al igual que ocurría con el sexo en relación a la edad, en términos globales la situación en Navarra es similar a la del año pasado. Señalar que quizá que este año se sigue manifestando una tendencia que implica una menor presencia de jóvenes entre 25 y 34 años en el emprendimiento potencial. Esto viene acompañado de una mayor presencia de emprendedores potenciales en el segmento de mayor edad, que después se ve claramente traducido en una mayor presencia de este último grupo de edad en el segmento de emprendedores de menos de 42 meses de edad.

Figura nº 4.2
Distribución del porcentaje de emprendedores por edad y fase.
Navarra 2013 y 2014



4.4. Nivel de estudios

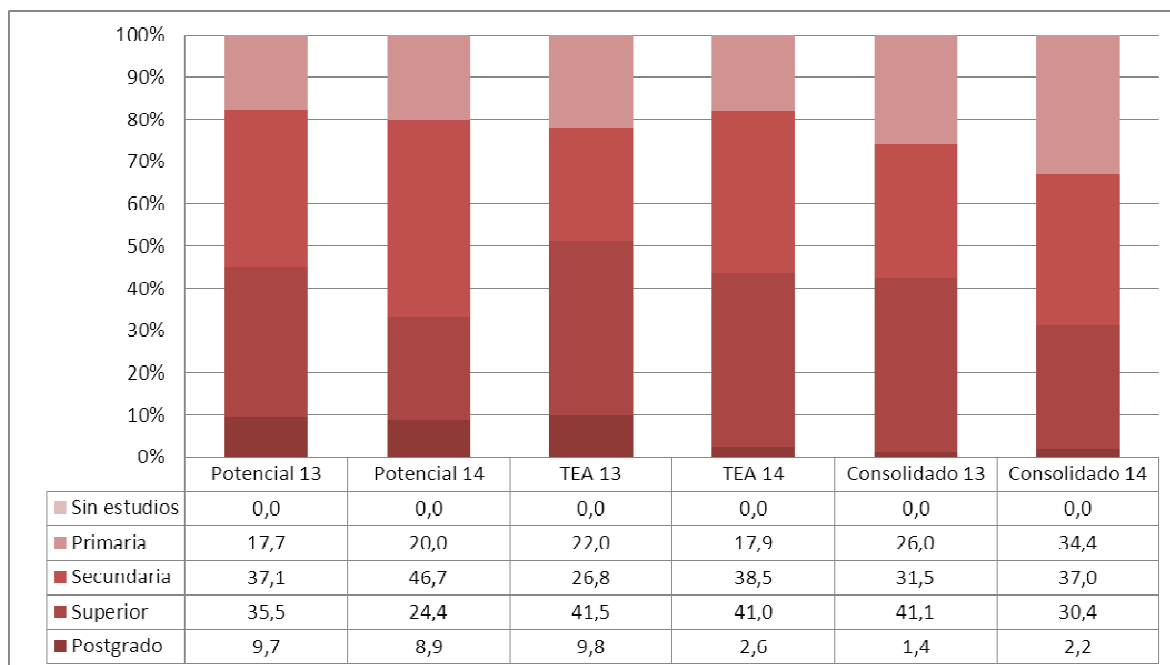
En cuanto al nivel de estudios y siguiendo la metodología establecida por el proyecto GEM a nivel mundial se distinguen cinco posibles niveles educativos: sin estudios, estudios primarios, estudios secundarios, educación superior y posgrado. Tal y como se recoge en la Figura nº 4.3 la gran mayoría de las personas implicadas en las diferentes fases del proceso emprendedor poseen estudios secundarios y superiores. Esta distribución se pudo observar ya el año pasado y en ediciones anteriores del informe GEM para Navarra. A su vez es el patrón que emerge cuando se considera España en su conjunto.

Es interesante resaltar que en relación al pasado año ha disminuido la presencia de postgraduados en todas las fases del proceso salvo en la de abandonos. Este colectivo había experimentado el pasado año una subida en relación a los porcentajes de años anteriores, pero ha vuelto a caer este año a niveles similares a los ya observados en el pasado. Se trata de un colectivo importante que quizá no cuenta con la presencia que, dado su formación y potencial, quizá sería deseable.

Finalmente, señalar que en los dos últimos años han desaparecido de la muestra aquellos emprendedores sin estudios. Su presencia en años

anteriores era testimonial, pero existía. En los dos últimos años ninguno de los emprendedores entrevistados carecía de estudios.

Figura nº 4.3
Distribución del porcentaje de emprendedores por nivel educativo y fase. Navarra 2013 y 2014



4.5. Posesión de formación específica para emprender

Los informes GEM Navarra de los últimos años han puesto de manifiesto una mejora en la de formación específica para emprender de los emprendedores.

El cambio más destacable en relación a los observados en año anterior, y que quizá solo se deba a la variación natural de los datos, es la mayor presencia de emprendedores formados entre los emprendedores potenciales y su menor presencia entre aquellos con iniciativas de menos de 42 meses. La mayor presencia de individuos formados entre los emprendedores potenciales puede llevar a que en años posteriores se consolide la tendencia de una mayor presencia de individuos formados entre los emprendedores efectivos, toda vez que el mercado de trabajo no sea capaz de absorber ese conocimiento por la vía del empleo por cuenta ajena.

El porcentaje de emprendedores con formación específica cae cuando consideramos a los emprendedores consolidados.

Tabla nº 4.1
Distribución de la formación específica adquirida por los emprendedores en las distintas fases

Formación	Tipo de emprendedor		
	Potencial	TEA	Consolidado
No contesta	0%	0%	0%
No tiene formación	38,6%	56,4%	69,9%
Tiene formación	61,4%	43,6%	30,1%

4.6. Nivel de renta

Como viene ocurriendo desde ediciones anteriores, es de destacar la proliferación de emprendedores con rentas medias, en detrimento de las rentas bajas y, sobre todo, de las altas. Tal y como puede apreciarse en la Tabla nº 4.2, el grueso de los emprendedores declara que su renta oscila entre los 20.000 y los 40.000 euros anuales.

Tabla nº 4.2
Distribución del nivel de renta anual de los emprendedores en las distintas fases en Navarra

Nivel de renta	Tipo de emprendedor		
	Potencial	TEA	Consolidado
≤ 10.000€	11,10%	20,00%	5,30%
10.001-20.000€	22,20%	23,30%	17,50%
20.001-30.000€	27,80%	13,30%	38,60%
30.001-40.000€	22,20%	33,30%	14,00%
40.001-60.000€	11,10%	3,30%	17,50%
60.001-100.000€	3,00%	6,70%	3,50%
>100.000€	2,80%	0,00%	3,50%

Respecto a los resultados de los dos últimos años donde se observaba un mayor porcentaje de emprendedores potenciales con rentas por debajo de los 20.000 euros anuales, este año se aprecia un ligero descenso de este porcentaje. En cualquier caso habrá que esperara a futuras ediciones para ver si este cambio de tendencia se consolida.

4.7. Tamaño del hogar

Al igual que ocurre en ediciones anteriores, en la del año 2014, no se aprecian diferencias significativas en la composición de los hogares de los diferentes tipos de emprendedores. En todas las categorías, el emprendedor vive en un hogar que cuenta mayoritariamente con tres o cuatro miembros

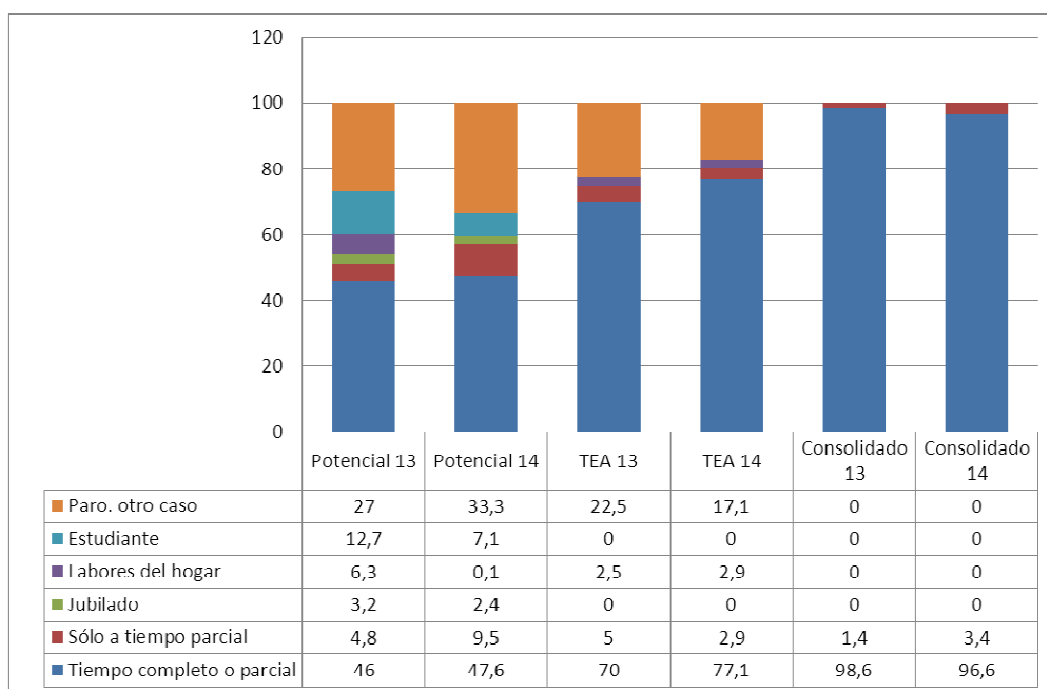
Tabla nº 4.3
Distribución del tamaño medio del hogar de los emprendedores en las distintas fases para Navarra en los años 2013 y 2014

Tipo de emprendedor			
Tamaño medio del hogar	Potencial	TEA	Consolidado
2013	3,7	3,6	3,3
2014	3,5	3,1	3,2

4.8. Situación laboral

De acuerdo con los datos sobre la distribución de la situación laboral de los emprendedores, los porcentajes son, en líneas generales, similares a los observados en ediciones anteriores. Así, para todas las categorías, la mayoría de los emprendedores son trabajadores a tiempo completo o parcial. No se observan por tanto, variaciones importantes en relación a los valores de años anteriores. Quizá se pueda destacar la menor presencia, en relación a los datos de 2013, de estudiantes entre los emprendedores potenciales pasando de ser un 12,7% a un 7,1%.

Figura nº 4.4
Distribución de la situación laboral de los emprendedores en las distintas fases. Navarra 2013 y 2014



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

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

Tabla nº 4.6							
Perfil medio de las personas involucradas en cada fase del proceso emprendedor							
	Sexo	Edad	Nivel de estudios	Posee formación	Nivel de renta	Tamaño hogar	Situación laboral
Potencial	Masc	40,7	Secundaria	Si	Medio	3,5	Activo
TEA	Masc	41,7	Superior	No	Medio	3,1	Activo
Consolidado	Masc	49,1	Secundaria	No	Medio	3,2	Activo

Capítulo 5

Características de las actividades resultantes del proceso emprendedor en Navarra

5.1. Introducción

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

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

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

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

5.2. Sector general de actividad en que operan las iniciativas emprendedoras navarras en 2014

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

Tal y como muestra la Tabla nº 5.1, más de la mitad de las iniciativas emprendedoras registradas en Navarra en el 2014 que tienen entre 0 y 42 meses de operatividad, pertenecen al sector orientado al consumo (58,6% del total). El predominio de este sector se hace patente año a año, incluso la cifra alcanzada en 2014 incrementa respecto a la del año.

El sector de servicios a empresas, que representa tradicionalmente el segundo sector en importancia, experimenta un retroceso en los datos del presente año, pasando a ser el tercer sector por detrás del transformador. Cabe recordar que el sector de servicios a empresas es uno de los puntos a desarrollar marcados por el Modelo de Desarrollo Económico de Navarra (MODERNA) del Gobierno de Navarra, por englobar empresas dedicadas a la consultoría, I+D y de apoyo a la gestión, fundamentales para crear y consolidar empresas fuertes y competitivas ligadas al conocimiento y a la innovación.

El sector transformador ha experimentado, como hemos señalado, un avance en su peso relativo en la muestra de este año, situándose su porcentaje en valores incluso algo superiores a los registrados en el año 2011. Quizá pueda verse como una señal de la recuperación de la actividad en el sector industrial tras la fuerte crisis económica de los años anteriores. En cualquier caso no deja de ser una interpretación que requerirá de los informes de los años venideros para poder corroborarse.

El sector extractivo o primario, por su parte, es habitualmente el que menor actividad registra, y el año 2014 no ha sido una excepción, presentando una cifra prácticamente igual a la de años anteriores (5%).

Tabla nº 5.1
Distribución (%) de la actividad emprendedora total en Navarra (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Extractivo	5,5%	5,7%	5,0%	4,9%	5%
Transformador	16,1%	20,6%	17,6%	14,8%	23,2%
Servicios a empresas	25,6%	24,7%	24,2%	22%	13,2%
Orientado al consumo	52,8%	49,0%	53,2%	58,4%	58,6%

Tabla nº 5.2
Distribución de la actividad (%) emprendedora total en Navarra y España en el año 2014 (entre 0 y 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	5%	4,5%
Transformador	23,2%	15,1%
Servicios a empresas	13,2%	28,7%
Orientado al consumo	58,6%	51,8%

A grandes rasgos, la imagen de la distribución sectorial de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra en 2014 es similar a la de España. En

ambos casos observamos un predominio de las iniciativas orientadas al consumo (también por encima del 50% en el caso de España).

La Tabla nº 5.3, por su parte, muestra la distribución de la actividad emprendedora de las empresas consolidadas en Navarra en el año 2014.

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

Sector	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Extractivo	16,0%	13,1%	12,5%	20,8%	16,8%
Transformador	25,0%	37,3%	26,2%	20,7%	17,5%
Servicios a empresas	20,9%	13,4%	13,9%	20,8%	15,0%
Orientado al consumo	38,0%	36,1%	47,3%	37,7%	50,7%

En esta edición vemos que los datos respecto al 2013 han variado significativamente, observándose un repunte en el porcentaje de empresas consolidadas orientadas al consumo. En concreto el porcentaje de este tipo de iniciativas en la población de empresas consolidadas alcanza, en consonancia con el porcentaje observado en el caso de las nuevas iniciativas, el 50,7%. En la medida en que las nuevas iniciativas empresariales se vayan consolidando, es lógico que tendamos a observar una mayor presencia de empresas orientadas al consumo y una cada vez menor presencia de empresas en el sector extractivo. En relación a este último sector cabe indicar que su presencia entre las empresas consolidadas sigue siendo mucho mayor que en el caso de las empresas nuevas. Esto quizá sea el reflejo de un cambio en el sistema productivo de Navarra, con un menor peso cada vez de los sectores primarios.

Tabla nº 5.4
Distribución de la actividad (%) consolidada en Navarra y España en el año 2014 (operativa en más de 42 meses) en cuatro grandes sectores

Sector	Navarra	España
Extractivo	16,8%	9,7%
Transformador	17,5%	25,9%
Servicios a empresas	15,0%	21,9%
Orientado al consumo	50,7%	42,5%

La Tabla nº 5.4 compara la distribución de la actividad consolidada de Navarra y España en 2014. Se observa una estructura de peso relativo similar en Navarra y España. Así, el sector de mayor tamaño en las dos regiones es el orientado al consumo, aunque su peso relativo en Navarra es, en la edición del informe de este año, algo mayor. También es algo mayor en Navarra el sector extractivo. 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.

5.3. Número de propietarios de las iniciativas emprendedoras navarras en 2014

El número de propietarios de las iniciativas emprendedoras y consolidadas constituye un primer dato acerca de su dimensión y es un dato relevante, ya que el modo de funcionamiento y de gestionar la empresa varía muchas veces según el número de propietarios de la misma.

La siguiente tabla (nº 5.5) recoge la distribución de esta variable para las actividades nacientes (hasta 3 meses de actividad), nuevas (entre 3 y 42 meses) y consolidadas (más de 42 meses ejerciendo la actividad), comparando los resultados de los tres últimos años (desde 2012).

Tabla nº 5.5									
Distribución del número de propietarios de las iniciativas nacientes, nuevas, emprendedoras en general y consolidadas en Navarra									
Iniciativas	Nacientes			Nuevas			Consolidadas		
<i>Año</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Media	1,79	1,84	1,99	1,79	1,58	1,21	1,94	2,14	1,6
Mediana	1	1	1,21	1	1	1	1	1	1
Moda	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Des.Estándar	1,27	1,32	1,27	1,86	1,111	0,54	1,95	22,019	1,30
Mínimo	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Máximo	6	10	5	10	10	3	10	1000	10
Percentil 10	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 30	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 40	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Percentil 50	1	1	1,21	1	1	1	1	1	1
Percentil 60	1,96	2	2	1	1	1	1	1	1
Percentil 70	2	2	2,73	2	2	1	2	2	2
Percentil 80	2,39	3	3	2	2	1,06	2	2	2
Percentil 90	4	3	4	3	3	2,05	3,75	3	3

Como puede observarse el perfil de las iniciativas, al menos en lo referente al número de socios no ha variado este año en relación a los años anteriores. Vuelven a proliferar las iniciativas pequeñas, con un único socio. Esto es consistente a lo largo de los tres tipos de iniciativas

analizados. Este patrón se observa también en el conjunto de España, y también en otros países.

5.4. Dimensión de las iniciativas emprendedoras navarras medidas a través del número de empleados en julio de 2014

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

Tabla nº 5.6 Clasificación de la PYME en función del número de empleados	
Tipo de empresa	Trabajadores
Microempresa	Menos de 10
Pequeña empresa	Entre 10 y 49
Mediana empresa	Entre 50 y 249
Gran empresa	Más de 249

Las figuras 5.1, 5.2 y 5.3 muestran para Navarra, respectivamente, la distribución en cuanto a número de empleados de las iniciativas de menos de 42 meses de antigüedad, de aquellas con más de 42 meses de antigüedad, y la comparación con los valores para el conjunto de España. En consonancia con lo observado en el apartado anterior, y con la amplia evidencia a nivel internacional, se concluye que el tamaño de las iniciativas empresariales, tanto nuevas como consolidadas, es pequeño. La mayoría de las nuevas iniciativas empresariales o bien no tienen empleados (autoempleo) o el número de empleados oscila entre 1 y 5. Estamos por tanto ante microempresas.

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

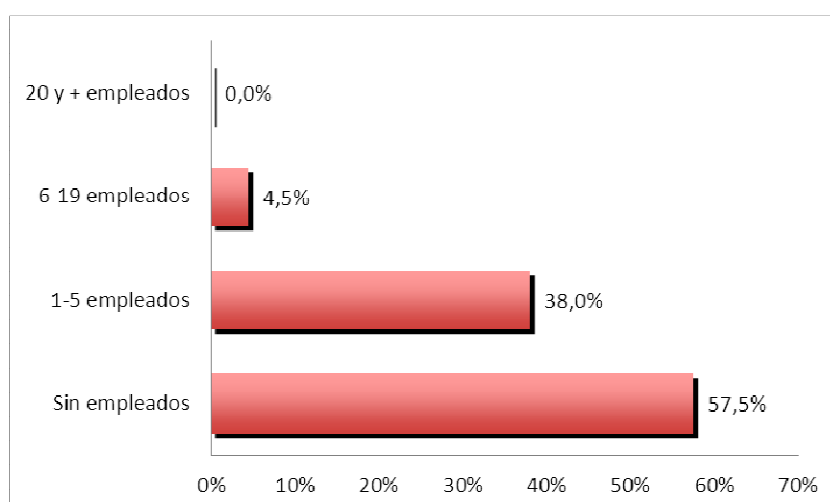
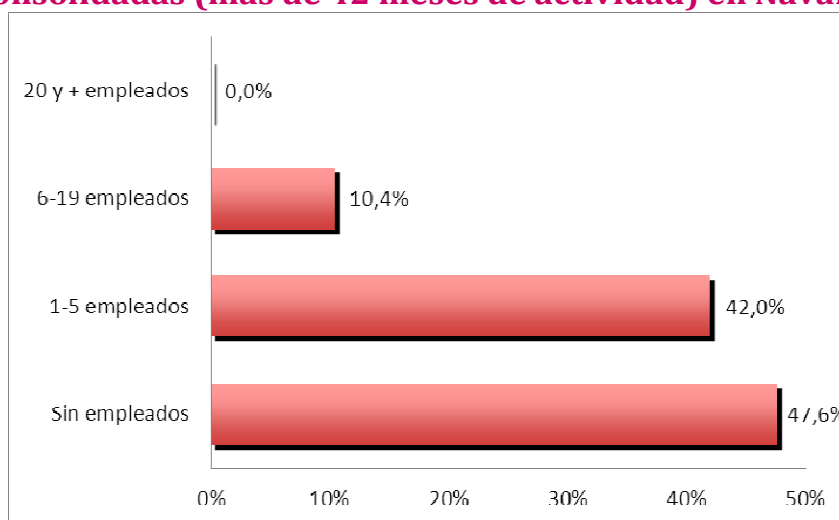
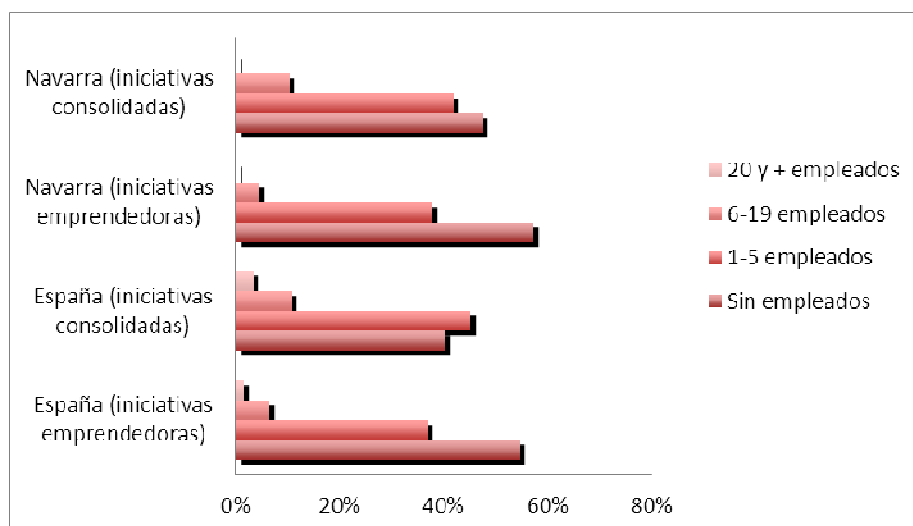


Figura nº 5.2
Distribución del número actual de empleados de las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad) en Navarra



Tal y como se puede ver en la Figura nº 5.3, que realiza una comparación entre Navarra y España en el número de empleados de las iniciativas emprendedoras y consolidadas, la imagen del tamaño de las empresa es muy similar en los dos territorios. En consonancia con los datos internacionales disponibles para otros países, la mayoría de los negocios existentes tanto en España como en Navarra son microempresas. En esta edición, el aspecto de la comparativa más destacable es que en el grupo de las empresas consolidadas la proporción del autoempleo (i.e. sin empleados) es algo mayor en Navarra.

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

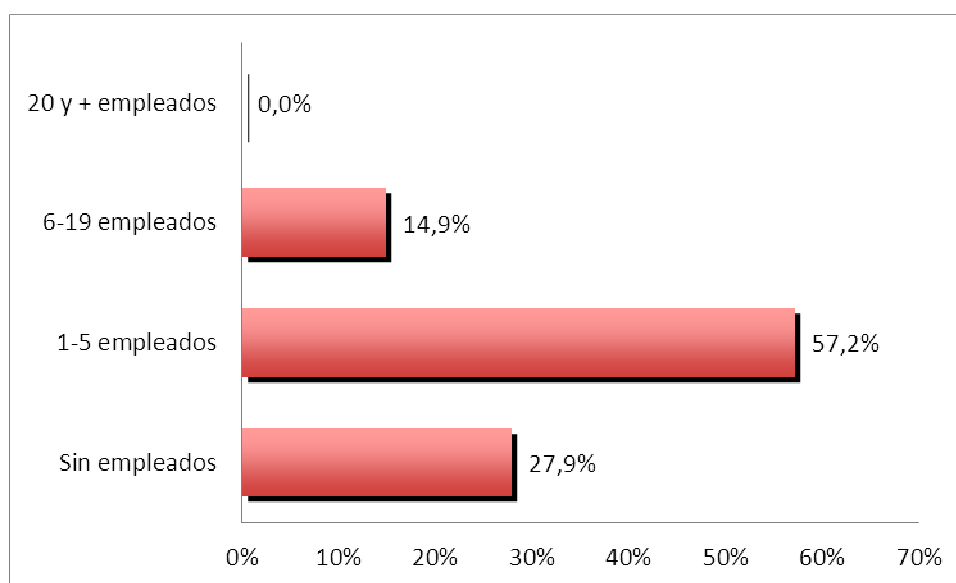


5.5. Potencial de crecimiento en empleo de las empresas integradas en el proceso emprendedor y consolidado

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

La Figura nº 5.4 muestra, como dato positivo, que la mayoría de las nuevas iniciativas emprendedoras en Navarra piensan crecer en el horizonte temporal de 5 años. La mayoría de las iniciativas encuestadas (57,2%) esperan crecer entre 1 y 5 empleados, no siendo desdeñable el porcentaje de aquellos que aspiran a crecer entre 6 y 19 empleados (14,9%). Sin embargo en la edición de este año ninguno de los emprendedores encuestados prevé crecer por encima de los 20 empleos en cinco años. Son por tanto, en general, datos esperanzadores.

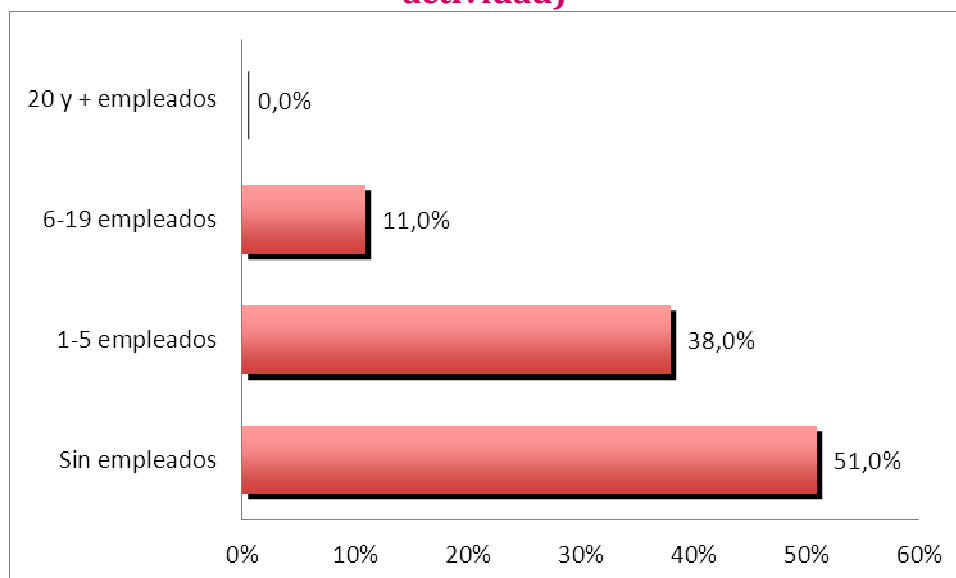
Figura nº 5.4
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas emprendedoras (TEA) en su conjunto (desde 0 a 42 meses de actividad)



Sin embargo, al igual que en ediciones anteriores observamos que entre las iniciativas consolidadas el porcentaje de negocios que no esperan crecer en cinco años es mayoritario. Tal como muestra la Figura nº 5.5 el 51% de las iniciativas consolidadas no espera crecer mientras que para las nuevas iniciativas emprendedoras esta cifra se sitúa en el 27,9%. El 38% espera crecer entre 1 y 5 empleados y el 11% entre 6 y 19 empleados. Este año sin embargo, y al igual que el pasado año, no se observa en la muestra para Navarra emprendedores consolidados que esperen crecer en 20 o más empleados. Esta menor tasa media de crecimiento esperado suele explicarse en parte por el hecho de que las empresas consolidadas llevan más tiempo en el mercado y por tanto han consumido ya parte de su potencial de crecimiento. Asimismo, sus propietarios, una vez superado el test de supervivencia del mercado, suelen tener unas expectativas quizá más ajustadas del potencial restante en sus negocios. No obstante, cabe señalar que los negocios consolidados en Navarra esperan crecer en el horizonte temporal de 5 años es del 49%. Eso si, este porcentaje es menor que el observado el pasado año.

Figura nº 5.5

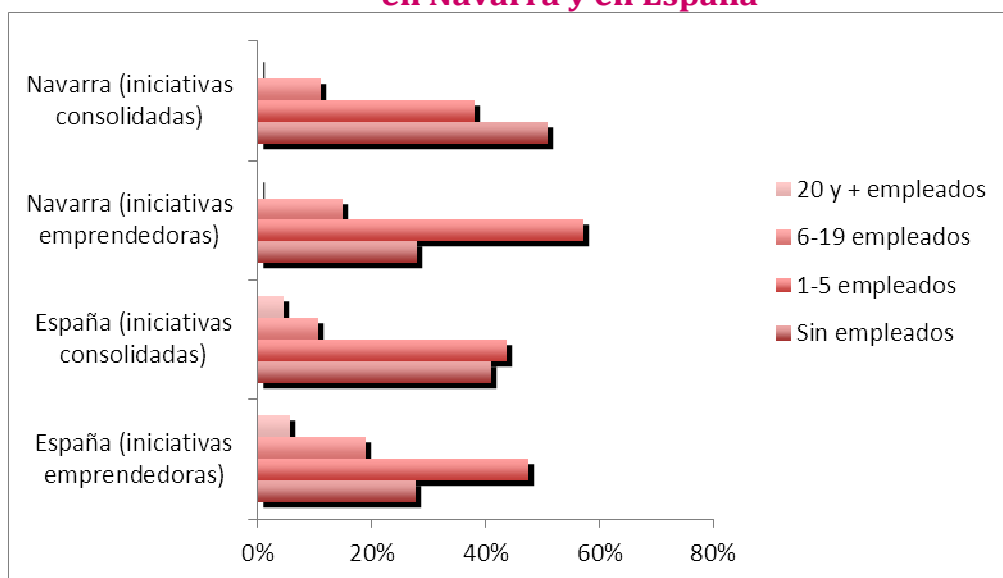
Distribución del número esperado de empleados dentro de cinco años en 4 categorías las iniciativas consolidadas (más de 42 meses de actividad)



La comparativa con España (Figura nº 5.6) muestra, a grandes rasgos, patrones similares. Quizá el rasgo más destacable de la comparación sea la ausencia de emprendedores en Navarra que esperan crecer en más de 20 empleados en cinco años, y que en las iniciativas consolidadas en el conjunto de España el porcentaje de iniciativas que esperan crecer entre 1 y 5 empleados supera al de aquellas que no esperan crecer.

Figura nº 5.6

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



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

La Tabla nº 5.7 muestra la distribución de las iniciativas emprendedoras y consolidadas en base al grado de innovación de sus productos o servicios recogidas en las ediciones de 2012, 2013 y 2014.

Tabla nº 5.7
Porcentaje de iniciativas innovadoras en las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido y evolución en los últimos años en Navarra

Tipo de iniciativa	Completamente innovadora			Algo innovadora			Nada Innovadora		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
Emprendedora	14,8%	12,2%	14,8%	17,9%	25,8%	26,8%	59,4%	56,1%	58,3%
Consolidada	9,4%	1,3%	6,2%	13,3%	16,2%	14,0%	74,4%	90,5%	79,8%

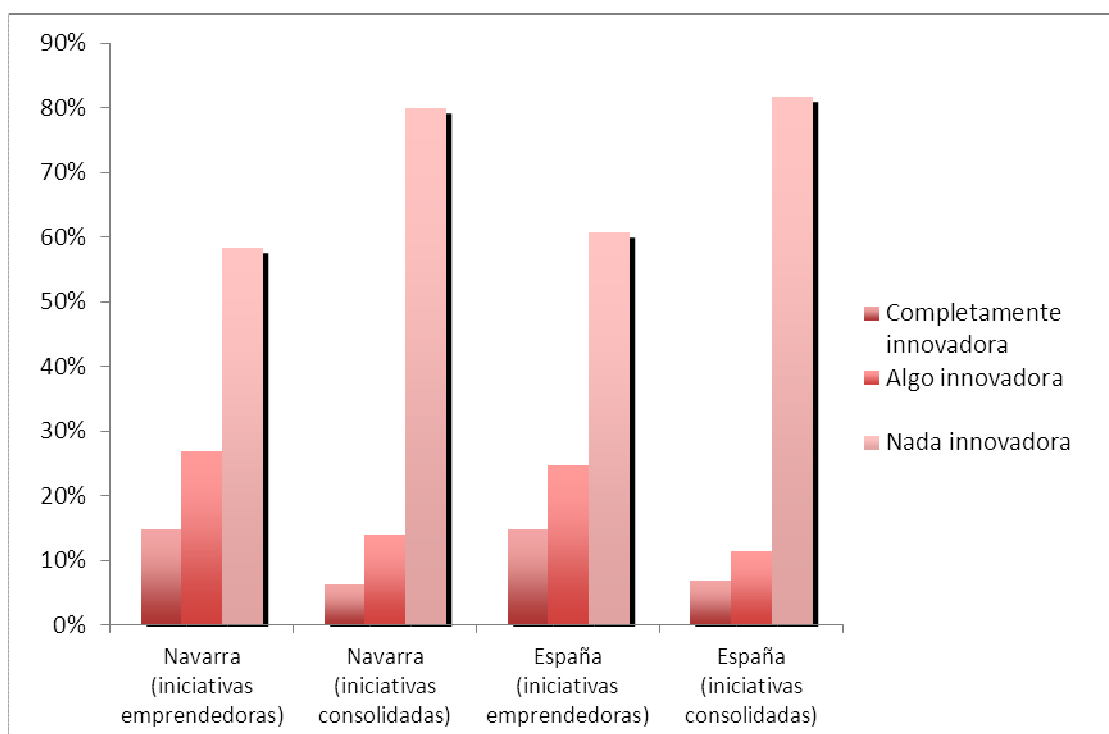
El dato más significativo que se observa al analizar la evolución de este indicador es que en el año 2014 se constata una tendencia general al alza hacia la innovación, por parte de las nuevas iniciativas empresariales creadas en Navarra. Sin embargo, dicha innovación parece que es más

incremental que radical. Las iniciativas más jóvenes, una edición más, se caracterizan por ser más innovadoras que las consolidadas.

Dentro de las iniciativas consolidadas parece que se van recuperando valores de innovación similares a los del 2012, sobre todo en el ámbito de los productos o servicios completamente innovadores. El pasado año se había obtenido un dato que marcaba un claro descenso en este ámbito. Este año, 2014, parece que se detecta una cierta recuperación que esperemos continúe el próximo año.

La Figura nº 5.7 realiza una comparación de las iniciativas innovadoras en fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido en Navarra y en España, observándose una distribución bastante similar en ambos casos.

Figura nº 5.7
Comparación y distribución de iniciativas innovadoras de las fases emprendedora y consolidada en cuanto al producto o servicio ofrecido tanto en Navarra como en España (año 2014)



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

La Tablas nº 5.8 y nº 5.9 muestran para las empresas en fase emprendedora y consolidada, el nivel de competencia percibida respecto

años anteriores. En el año 2014 el nivel de competencia percibida por dichas empresas es algo superior al percibido por los encuestados en el año 2013. En este sentido la percepción de este año es más parecida a la detectada en ediciones anteriores. En términos globales los nuevos emprendedores perciben que el nivel de competencia en los mercados a los que acceden es muy elevado.

La percepción entre los emprendedores consolidados también replica, a grandes rasgos, el patrón de años anteriores, siendo, una vez más, el grado de competencia percibido como muy elevado. Sin embargo este año se ha observado un pequeño repunte entre los que consideran que el grado de competencia al que se enfrentan es bajo. Este incremento es, fundamentalmente, a costa de un menor porcentaje entre aquellos que perciben alguna competencia.

Tabla nº 5.8

Distribución de las empresas en fase emprendedora según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra

	2010	2011	2012	2013	2014
Ninguna competencia	11,5%	7,2%	9,3%	14,6%	10,5%
Alguna competencia	30,4%	40,0%	38,1%	41,4%	30,7%
Mucha competencia	58,2%	52,7%	52,6%	44%	58,8%

Tabla nº 5.9

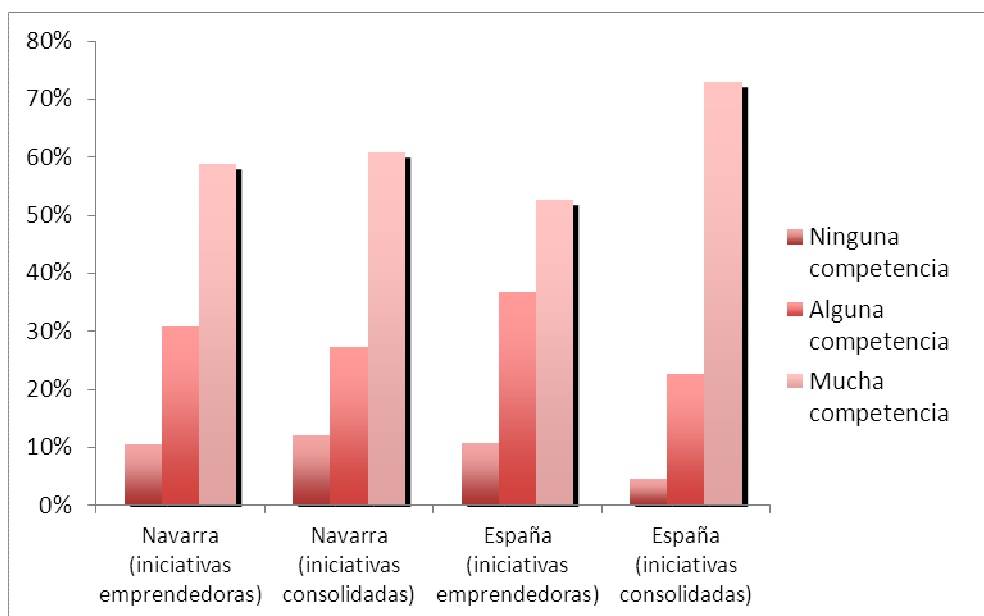
Distribución de las empresas en fase consolidada según el grado de competencia afrontado y su evolución temporal en Navarra

Tipo de iniciativa	2010	2011	2012	2013	2014
Ninguna competencia	5,8%	1,9%	8,1%	1,3%	12,0%
Alguna competencia	23,1%	31,3%	23,1%	33,8%	27,3%
Mucha competencia	71,1%	66,8%	68,8%	64,9%	60,7%

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

Figura nº 5.8

Comparación y distribución de las empresas en fase emprendedora y consolidada según el grado de competencia afrontado tanto en Navarra como en España (Año 2013)



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

Los datos muestran (Tabla nº 5.10) que las empresas nacientes han continuado apostando, como venían haciendo desde 2011, por la renovación tecnológica. Éstas han reducido su tecnología de más de cinco años de antigüedad (del 59,6% en 2012 al 56,3% en 2013 y al 55,6% en 2014). Asimismo, se ha reducido ligeramente el porcentaje de tecnología de entre uno a cinco años de antigüedad hasta un 21,2% a favor de un incremento en la tecnología con menos de un año que ha aumentado de 19,4% en 2013 a 23,24% en la presente edición. Como se puede observar en la tabla en los últimos 5 años ha habido una clara progresión del porcentaje de nuevas iniciativas que incorporan tecnologías con menos de un año de antigüedad.

Tabla nº 5.10

Distribución de las empresas en fase emprendedora según la antigüedad de la principal tecnología utilizada y su evolución temporal en Navarra

	2010	2011	2012	2013	2014
NT < 1 año	4,8%	14,5%	12,9%	19,4%	23,2%
NT 1-5 años	25,3%	18,1%	27,5%	24,3%	21,2%
TEC > 5 años	69,9%	67,4%	59,6%	56,3%	55,6%

Por su parte, las empresas consolidadas parece que también están haciendo una clara apuesta por la renovación tecnológica. En este colectivo también se observa un incremento en el porcentaje de empresas cuya principal tecnología tiene menos de un año (el 9,5% en 2014). Este aumento genera que se observe un ligero descenso en la tecnología de entre 1 a 5 años de antigüedad respecto al año anterior y un ligero incremento de aquella con más de 5 años.

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

	2010	2011	2012	2013	2014
NT < 1 año	1,1%	2,8%	4,9%	6,7%	9,5%
NT 1-5 años	5,0%	10,4%	16%	17,5%	12,8%
TEC> 5 años	93,9%	86,8%	79,1%	75,8%	77,7%

En el conjunto de España se observa un patrón similar. Quizá cabe señalar que en Navarra el porcentaje de iniciativas tanto nuevas como consolidadas con tecnologías de menos de un año es algo superior al observado en el resto del Estado.

Capítulo 6

Financiación del proceso emprendedor en Navarra

6.1. Introducción

Las necesidades de financiación de una empresa varían a lo largo de las diferentes etapas de su ciclo de vida. Siguiendo la tónica iniciada en la edición 2006 del estudio GEM, este capítulo se centra en el análisis de 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, por tanto, llevan menos de tres meses en el mercado. Así, cuando a lo largo del capítulo se habla de los fondos necesarios para la creación de nuevas empresas se está haciendo referencia de forma implícita al capital semilla o *seed capital*, entendido éste como la cantidad monetaria destinada a la financiación de la iniciativa emprendedora en el momento del nacimiento de la empresa.

Los datos proporcionados por el GEM permiten explorar el fenómeno de la financiación de nuevas empresas desde una perspectiva muy amplia. En primer lugar, los datos de la encuesta a la población adulta permiten estudiar la financiación de nuevas iniciativas desde el punto de vista del propio emprendedor, al que se le pregunta sobre el capital semilla necesario para iniciar su negocio. En segundo lugar, la encuesta también permite analizar la financiación de nuevas empresas desde la perspectiva del inversor privado al que, una vez identificado, se le pregunta sobre la cantidad aportada al proceso emprendedor, el rendimiento esperado de la misma y la relación que le une con el beneficiario de la inversión. Por último, la información sobre capital riesgo procede de la Asociación de Capital Riesgo (ASCRI). Dicha asociación elabora anualmente distintos anuales e informes en los que se plasman las principales características del sector del capital riesgo en nuestro país.

6.2. Capital semilla medio necesario para poner en marcha un start up en el año 2014 en Navarra

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

Una vez aclarada esta cuestión, podemos pasar a analizar los datos extraídos de la encuesta GEM del año 2014. A continuación se expone la Tabla nº 6.1 que recoge los principales estadísticos descriptivos de las variables relativas al capital semilla de iniciativas nacientes en Navarra en 2014. En concreto, la Tabla nº 6.1 distingue entre el capital semilla necesario para acometer la iniciativa (en euros) y el capital semilla aportado por el emprendedor (en euros y como porcentaje sobre el total del capital necesario).

Tabla nº 6.1
Características y distribución del capital semilla en el 2014 en Navarra

<i>Estadísticos descriptivos</i>	<i>CAPITAL SEMILLA NECESARIO POR START UP (€)</i>	<i>CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (€)</i>	<i>CAPITAL SEMILLA APORTADO POR EL EMPRENDEDOR (% sobre el total)</i>
Media	65.782,45	20.350,73	0,55
Mediana	30.000,00	20.000,00	0,50
Desv. típica	76.767,63	11.849,56	0,33
Mínimo	3.000,00	2.000,00	0,08
Máximo	250.000	40.000,00	1,00
Percentiles	10	4.270,63	0,10
	20	12.088,20	0,14
	30	20.000,00	0,39
	40	26.294,70	0,49
	50	30.000,00	0,50
	60	43.218,67	0,62
	70	66.626,80	0,70
	80	137.543,54	1,00
	90	226.461,18	1,00

Para analizar los datos recogidos en la Tabla nº 6.1 nos centramos en la información aportada por la mediana (mediada 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.

Por lo que respecta a la variable “**capital semilla necesario por start up**”, la tendencia central (mediana) en 2014 se sitúa en Navarra en 30.000 euros, cifra muy próxima a la del año pasado, cuando la tendencia central se situaba en 32.518,52 euros. En el caso de España la mediana en 2014 asciende a 20.000 euros, superando ligeramente a la del año anterior (en 2013 la mediana se situaba en España en 19.479,91 euros). Por tanto, mientras que en el conjunto de España se aprecia un pequeño aumento del capital semilla necesario por start up, en Navarra se observa como esta cifra experimenta una ligera reducción. La comparativa del conjunto nacional y de Navarra pone de manifiesto la mayor relevancia de la dimensión financiera en la Comunidad Foral. La tendencia central del capital semilla necesario por start up en España es 10.000 euros inferior a la tendencia central en Navarra.

Pasemos ahora a analizar los datos relativos a la variable “**capital semilla aportado por el emprendedor (en euros)**”. La mediana del capital aportado por el propio emprendedor en Navarra ha experimentado un gran aumento durante el último año. Mientras que en 2013 la cifra se situaba en 9544, 20 euros, en 2014 la mediana asciende a 20.000 euros. Si comparamos la tendencia central de esta variable para Navarra y para España, observamos como el capital semilla aportado por el propio emprendedor en Navarra duplica al capital aportado por el emprendedor

en el conjunto nacional (en 2014 la tendencia central del capital semilla aportado por el emprendedor en España se sitúa en 10.000 euros).

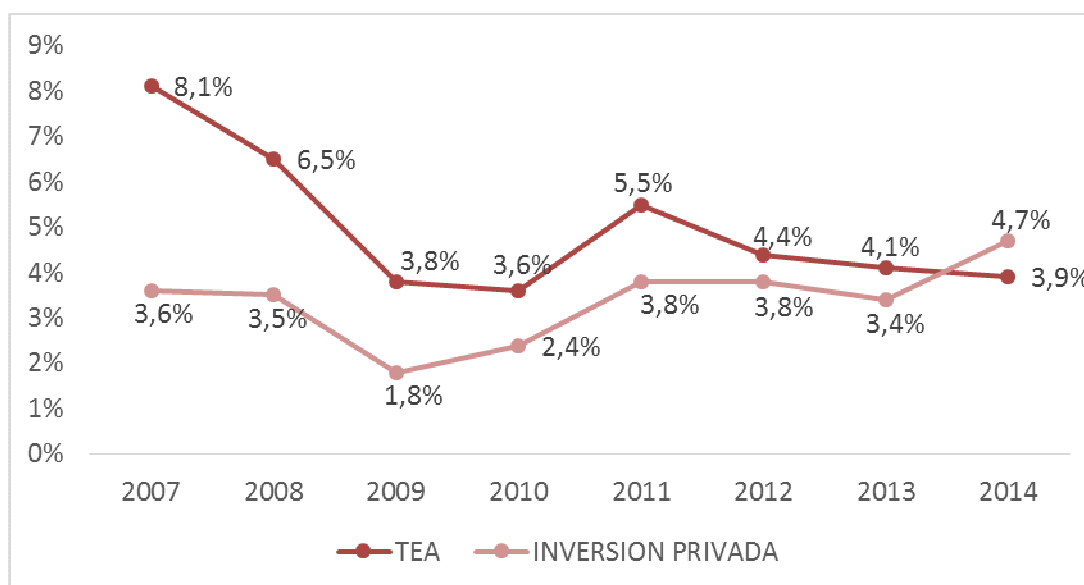
Por último, en lo referente al “**capital semilla aportado por el emprendedor (% sobre el total)**” cabe indicar que el propio promotor aporta en torno a la mitad del capital necesario para su iniciativa. Así la mediana para esta variable se sitúa en el 50% en el 2014. Para el conjunto de España la cifra es muy similar. La tendencia central del capital semilla aportado por el emprendedor en el conjunto nacional asciende a 51,5%.

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

Al igual que en ediciones anteriores el Proyecto GEM mide el grado en el que la población de 18-64 años invierte en negocios ajenos. La Figura nº 6.1 permite observar la evolución temporal de la inversión privada en Navarra junto con la evolución del índice TEA. En el año 2014 un 4,7% de la población adulta navarra efectúa inversiones en proyectos ajenos. Dicha cifra es claramente superior a la de los años anteriores (en 2013 la inversión privada en Navarra ascendía al 3,4% y en 2012 al 3,8 %). Aunque durante el periodo analizado la inversión privada y el índice TEA muestran una evolución similar, en 2014 se produce un ligero cambio en la tendencia de ambas variables. Mientras que el índice TEA experimenta una reducción del 0,2%, la inversión privada aumenta 1,3%.

Figura nº 6.1

Evolución conjunta del índice de actividad emprendedora y la inversión privada en negocios ajenos en Navarra

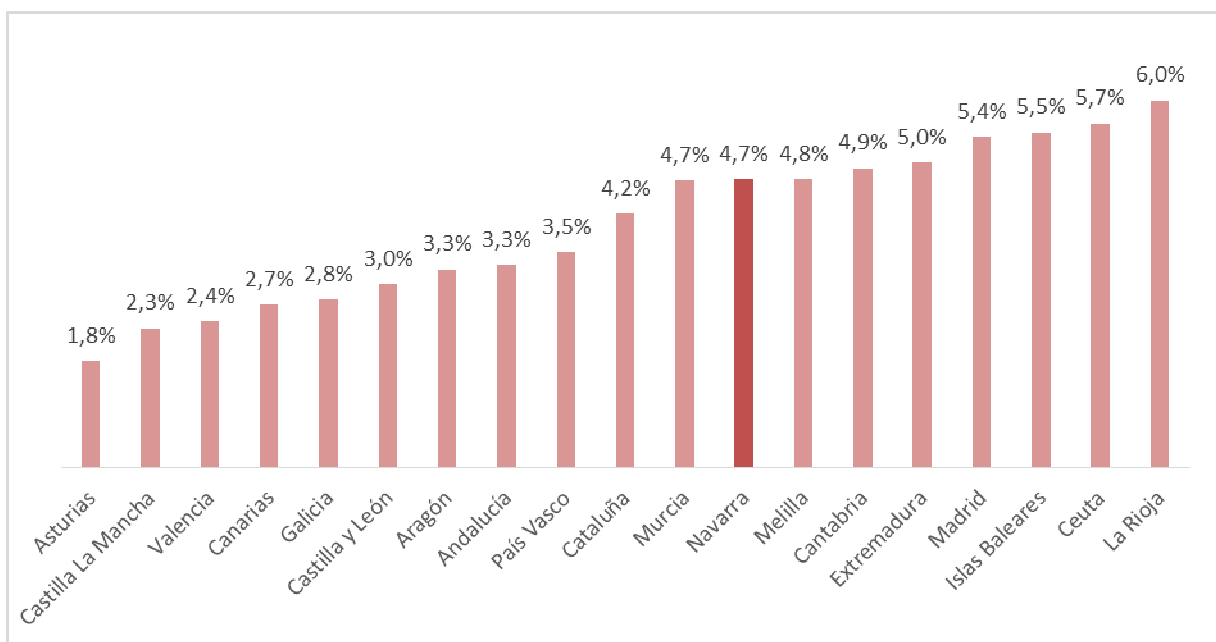


En el conjunto nacional en 2014 el 3,7% de la población de 18 a 64 años actúa como inversor privado en negocios ajenos. Esta cifra evidencia una mayor implicación de la población adulta en la financiación de actividades empresariales, ya que la inversión privada española en negocios ajenos en 2013 se situó en 3,2%. Si comparamos la inversión privada en negocios ajenos de España y Navarra, se observa como la cifra es un 1% superior la Comunidad Foral.

En las figuras que se exponen a continuación, Figuras nº 6.2 y nº 6.3, se puede observar la posición relativa de Navarra en cuanto a la inversión privada en negocios ajenos en comparación con el resto de las Comunidades Autónomas y los países de la UE que han participado en la edición GEM 2014.

Figura nº 6.2

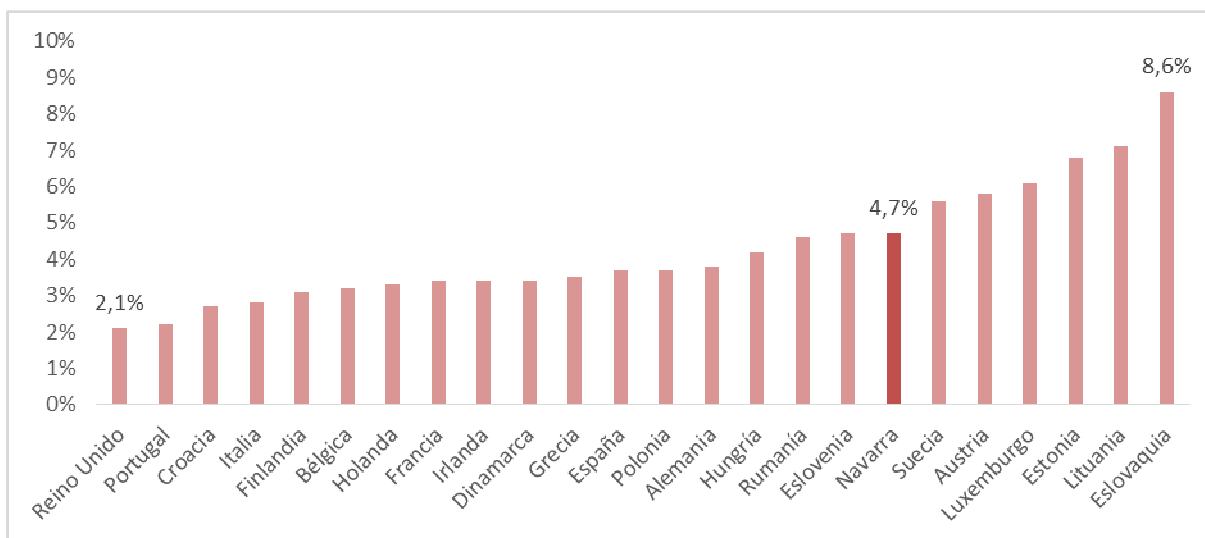
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en las CCAA en 2014



Como se puede observar en la Figura nº 6.2, a nivel nacional, Navarra se sitúa entre las regiones con una mayor presencia de inversores en negocios ajenos, por delante de comunidades como Murcia, Cataluña o el País Vasco. Asimismo, cabe señalar que el porcentaje de inversores privados en Navarra (4,7%) se encuentra por encima del valor medio en España (4%). La Figura nº 6.3, muestra como Navarra se sitúa a nivel internacional por detrás de países como Suecia, Austria y Luxemburgo, pero por delante de países como Alemania, Hungría, Rumanía y Eslovenia.

Figura nº 6.3

Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra y en los países de la UE participantes en GEM 2014



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

La información proporcionada por la encuesta realizada a la población adulta permite establecer una radiografía del inversor privado en negocios ajenos en Navarra. Los principales aspectos que caracterizan al inversor privado aparecen recogidos en la Tabla nº 6.2.

El inversor privado en Navarra es un hombre de unos 48 años de edad, con estudios secundarios y superiores, situación laboral activa, ingresos que oscilan entre 20.000 y 40.000 euros y que vive en un hogar de unas 3 personas. En relación con su actitud emprendedora, en la mayoría de los casos los inversores privados no son emprendedores consolidados (87,2%), no han abandonado una actividad emprendedora durante el último año (93,6%), no se consideran emprendedores en potencia (95,6%) y tampoco perciben buenas oportunidades para emprender en los próximos seis meses (78,3%). En cuanto a su formación, la mayoría considera que posee los conocimientos, habilidades y experiencia adecuada para emprender (50,5%), aunque no ha recibido formación específica en dicho sentido (66,7%). Por último, el 68,7% de los inversores privados en Navarra considera que el miedo al fracaso no es un obstáculo a la hora de emprender.

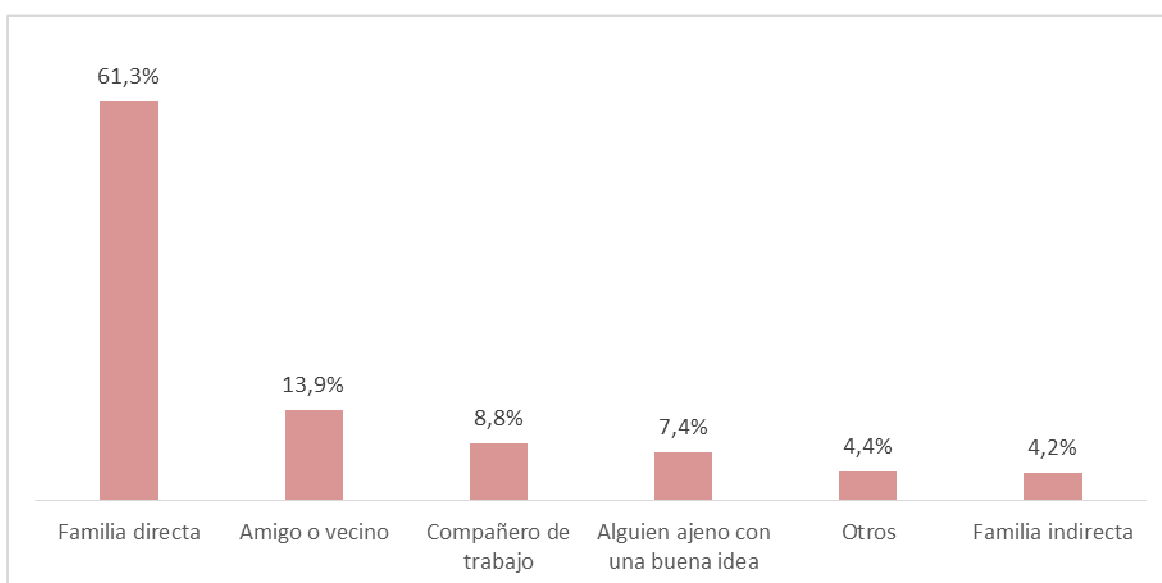
Tabla nº 6.2
Porcentaje de población de 18-64 años que ha invertido en negocios ajenos durante los tres últimos años en Navarra en 2014

Perfil demográfico	Perfil emprendedor
Sexo: - Hombres: 62,1% - Mujeres: 37,9%	Participación en iniciativas consolidadas: - Son emprendedores consolidados: 12,8% - No son emprendedores consolidados: 87,2%
Edad: - Media: 47,71 años - Desviación típica: 10,56 años	Abandono de actividades emprendedoras en los últimos 12 meses: - Han abandonado: 6,4% - No han abandonado: 93,6%
Nivel de estudios: - Bajo (hasta primaria): 16,8% - Medio (secundaria): 36,8% - Alto (estudios superiores): 46,4%	Emprendimiento potencial: - Son emprendedores potenciales: 4,4% - No son emprendedores potenciales: 95,6%
Situación laboral: - Trabajan: 82,4% - No trabajan: 17,6 %	Percepción de oportunidades de negocio en los próximos 6 meses: - Ven buenas oportunidades: 21,7% - No ven buenas oportunidades: 78,3%
Nivel de renta: - Hasta 20.000 euros: 18,8% - De 20.000 a 40.000 euros: 56,6% - De 40.000 a 100.000 euros: 24,6%	Poseción de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender: - Sí poseen: 50,5% - No poseen: 49,5%
Tamaño del hogar: - Media: 3,49 personas	Poseción de formación específica para emprender: - Sí poseen: 31,3% - No poseen: 66,7% - NS/NC: 2%
	Actitud frente al fracaso: - El miedo al fracaso les impediría emprender: 31,3% - El miedo al fracaso no les impediría emprender: 68,7%

La Figura nº 6.4 proporciona información sobre la relación del inversor privado con el beneficiario de la inversión. Como puede observarse, en la mayoría de los casos el inversor privado participa en proyectos llevados a cabo por familiares directos (61,3%). En segunda instancia el inversor privado navarro tiende a colaborar con negocios desarrollados por un amigo cercano o vecino.

Figura nº 6.4

Relación del inversor privado navarro con el beneficiario de su inversión en 2014



6.5. El papel del capital riesgo

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

Con el objetivo de completar la panorámica de las fuentes de financiación disponibles para el emprendedor, a lo largo de las distintas ediciones, el Proyecto GEM ha ido analizando el papel del capital riesgo en el apoyo a la creación de empresas.

Los datos que a continuación van a comentarse proceden de la Asociación de Capital Riesgo (ASCRI). Entre las actividades que desarrolla dicha asociación se encuentra la elaboración de informes sobre las principales

características del capital riesgo en España. Tales informes son publicados anualmente en la página web de la asociación (<http://www.ascricri.org>). Para analizar el papel del capital riesgo en la financiación de iniciativas empresariales hemos recogido la información necesaria del “Anuario ASCRI 2015”. Dicho anuario resume los principales hitos del capital riesgo en nuestro país durante 2014.

El Anuario ASCRI 2015 señala que tras seis años de dificultades, el sector del capital riesgo parece haber dejado atrás la crisis. El año 2014 ha finalizado con datos muy positivos en las principales variables del sector: captación de nuevos fondos, inversión y desinversión.

En cuanto a la captación de nuevos fondos para invertir, en 2014 se captaron 4.287 millones de euros. En concreto las operadoras nacionales privadas y públicas fueron capaces de captar 1.944 millones de euros. La captación de fondos ha sido uno de los grandes problemas del sector durante los años de crisis, sin embargo, dicha actividad se dinamizó profundamente en 2013 como consecuencia de la puesta en marcha del primer fondo de fondos público español (Fond-ICO Global).

En 2014 la inversión de las compañías de capital riesgo en España superó los 3.023 millones de euros en más de 460 operaciones. Las grandes receptoras de esta inversión fueron pymes españolas en fase de arranque y expansión. En concreto, el 30% de las operaciones totales se centraron en invertir en empresas semilla y start up. En este sentido, puede afirmarse que en 2014 el sector del capital riesgo permitió acelerar la incubación de empresas, así como la expansión internacional de las pymes españolas.

El volumen de desinversión alcanzó en 2014 un nivel no registrado hasta el momento en el sector. Continuando con la tendencia de los años anteriores, la desinversión en 2014 superó los 4.666 millones de euros con más de 277 operaciones. Este dato proviene principalmente de la falta de movimientos en ventas participadas y de un acusado descenso en los precios de las compañías.

Por último, es importante mencionar que el final del año 2014 ha estado marcado por el cambio de legislación para el Capital Riesgo en España (Ley 22/2014). La nueva ley pretende dotar al sector de una mayor transparencia, al mismo tiempo que mejorar la adaptación de las entidades de capital riesgo a la nueva era.

Capítulo 7

Motivación y capacidad para emprender en la población adulta navarra

7.1. Introducción

En este capítulo se analiza, en primer lugar, la percepción de la población adulta navarra sobre la existencia de oportunidades para emprender en la Comunidad Foral. Además, se compara 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 pertenecientes a la Unión Europea. Tras esto, el capítulo examina el efecto que determinados factores del entorno social producen sobre la motivación de la población adulta para emprender.

7.2. La percepción de oportunidades para emprender

La Tabla nº 7.1 muestra el porcentaje de personas de entre 18 y 64 años que perciben buenas oportunidades para emprender en Navarra y en el conjunto nacional.

Tabla nº 7.1						
Evolución temporal del porcentaje de población de 18-64 años que percibe buenas oportunidades para emprender en Navarra y España						
Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014
% población Navarra que percibe buenas oportunidades	15,15%	20,70%	11,50%	11,10%	13,5%	20,3%
% población España que percibe buenas oportunidades	16,90%	18,80%	14,40%	13,90%	16%	22,6%

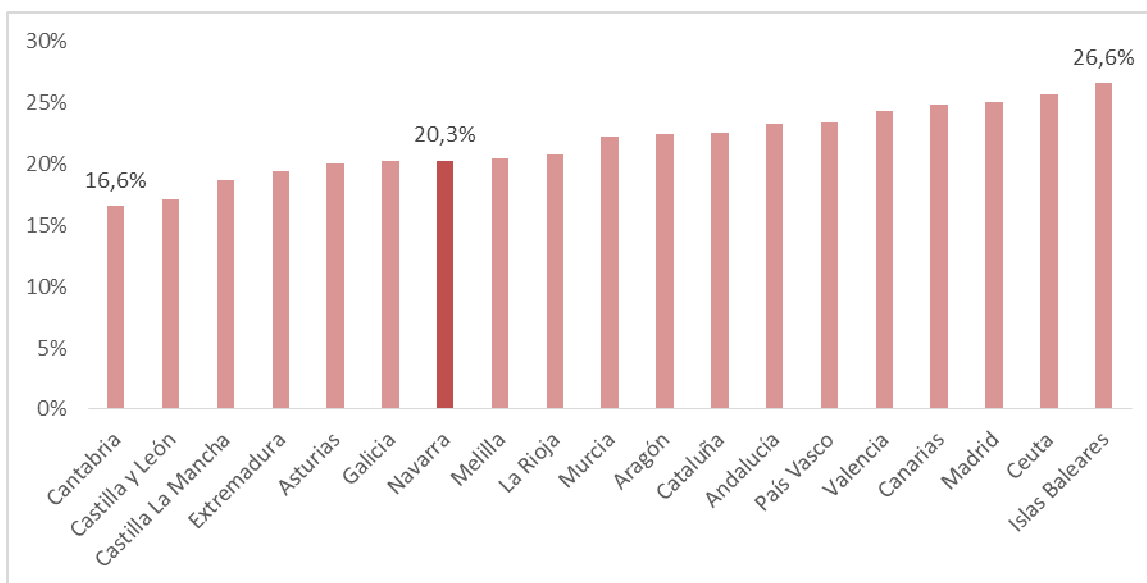
En relación a la evolución del porcentaje en nuestra comunidad, merece ser destacado el aumento que la población que considera que existen buenas oportunidades para emprender experimenta en 2014. Continuando con la tendencia creciente de 2013, año en el que la cifra presenta un ligero repunte, podemos observar que en 2014 el 20,3% de la población adulta navarra entiende que emprender permite aprovechar buenas oportunidades de negocio. El incremento de 6,8 puntos que se produce en el porcentaje durante el intervalo de tiempo 2013-2014, pone de manifiesto que la población adulta de nuestra comunidad comienza a percibir algunos indicios de recuperación económica y, por tanto, un entorno más favorable para emprender. Para comprobar si esta tendencia alcista es estable y se mantiene en el tiempo es necesario esperar a futuros informes que hagan posible constatarla.

En cuanto al conjunto nacional, la Tabla nº 7.1 también muestra un aumento importante en el número de personas que perciben buenas oportunidades para emprender en España. Se pasa del 16% en 2013 al 22,6% en 2014. A pesar de que el dato para Navarra y España es muy similar, se observa como la percepción de buenas oportunidades en el conjunto nacional es ligeramente superior a la de Navarra.

Si comparamos la percepción de oportunidades para emprender en Navarra con la del resto de Comunidades Autónomas (Figura nº 7.1), observamos como nuestra comunidad se sitúa ligeramente por debajo de la media (21,8%) y por delante de comunidades como Galicia, Asturias o Extremadura. A nivel nacional, las Islas Baleares son la comunidad en la que reside un mayor porcentaje de población adulta que percibe buenas oportunidades para emprender (26,6%). En el extremo opuesto se sitúa Cantabria con tan solo un 16,6% de población adulta que considera que existen buenas oportunidades de negocio.

Figura nº 7.1

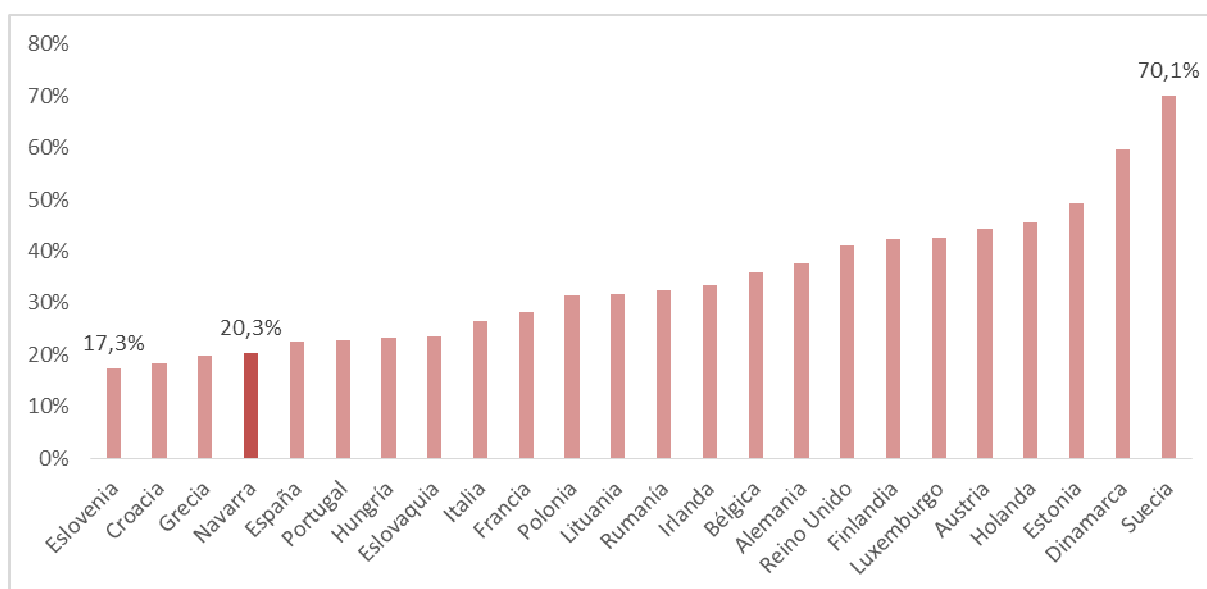
Comparación regional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectiva región en 2014



La Figura nº 7.2 compara la percepción de buenas oportunidades para emprender en nuestra comunidad con la percepción de oportunidades que tiene lugar en otros países de la UE. Al igual que sucede a nivel nacional, Navarra se sitúa por debajo de la media (34,2%), en este caso sólo por delante de Grecia, Croacia y Eslovenia. A nivel europeo son los suecos los que perciben mejores oportunidades para emprender (70,1%) y los eslovenos los menos favorables en cuanto a la existencia de oportunidades de negocio.

Figura nº 7.2

Comparación internacional del porcentaje de población de 18-64 años que ve buenas oportunidades para emprender en su respectivo país en 2014



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

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

La siguiente tabla (Tabla nº 7.2) muestra los resultados de las preguntas planteadas a la población Navarra de 18-64 años en relación al entorno social y la motivación para emprender.

Tabla nº 7.2
Evolución de los resultados a las preguntas relacionadas con el entorno social y la motivación para emprender en la población Navarra

<i>Preguntas a la población adulta relacionadas con la motivación y la capacidad para emprender</i>	<i>% de respuestas afirmativas</i>					
<i>Año en que se realiza la consulta</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
<i>Ha conocido personalmente a un emprendedor en los 2 últimos años</i>	29,5%	28,9%	26,1%	25,3%	31%	36%
<i>Tiene conocimientos y habilidades necesarios para poner en marcha un pequeño negocio</i>	44,3%	45,7%	46,3%	44,7%	47%	45,7%
<i>El miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender</i>	51,8%	44,5%	45,2%	52,6%	50%	47,3%
<i>Le gustaría que todo el mundo tuviese un nivel de vida similar</i>	67,8%	75,6%	70,4%	78,3%	79%	74,9%
<i>Poner en marcha una empresa o negocio es una buena elección profesional</i>	63,7%	63,3%	59,3%	63,9%	55%	54,6%
<i>Triunfar al poner en marcha una nueva empresa o negocio proporciona un buen estatus social</i>	55,3%	61,3%	63,8%	68,4%	50%	52,5%
<i>Los medios de comunicación proporcionan buena cobertura en noticias relacionadas con nuevos empresarios de éxito</i>	48,1%	50,2%	53,2%	52,3%	51%	51,9%

De acuerdo a la Tabla nº 7.2 el porcentaje de población que dice conocer a personas emprendedoras en 2014 asciende al 36%. Dicho dato continúa con la tendencia creciente del año anterior y pone de manifiesto un mayor conocimiento de la figura del emprendedor en la sociedad navarra.

El porcentaje de personas que afirman tener los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha un pequeño negocio disminuye ligeramente respecto a 2013, situándose en 2014 en el 45,7%. Dado que más de la mitad de la población encuestada considera carecer de los conocimientos necesarios para emprender, podemos afirmar que existe cierta carencia formativa sobre el proceso necesario para poner en marcha un nuevo negocio. Debe tenerse presente 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 el 2014 en el 47,3%. Se continúa, por tanto, con la tendencia decreciente que se inicia en 2013, cuando el porcentaje de población adulta que sentía algún temor ante la expectativa de que su negocio fracasara se situaba exactamente en el 50%.

El nivel de competitividad, medido a través del deseo de un nivel de vida similar en la sociedad, indica que un 74,9% de la población desea que en la sociedad en la que vive exista un nivel de vida similar, siendo este porcentaje ligeramente inferior al de los dos años anteriores, 2012 y 2013. En consecuencia, podemos afirmar que se ha producido un pequeño repunte de la competitiva en la Comunidad Foral.

La percepción de que poner en marcha una empresa o negocio es una buena opción profesional es muy similar a la del año anterior. Mientras que en 2013 el 55% de la población adulta navarra considera que emprender es una buena alternativa profesional, el 54,6% presenta la misma opinión en 2014.

La Tabla nº 7.2 también recoge los resultados relativos a la imagen social de la figura del empresario. A pesar del descenso que esta variable experimenta durante el intervalo 2012-2013, cuando se pasa del 68,4% al 50%, en 2014 se observa un ligero repunte. La población navarra que considera que los empresarios gozan de un buen estatus social asciende al 52,5% de los encuestados.

Por último, 2014, un 51,9% de las personas encuestadas perciben una buena cobertura mediática de noticias relacionadas con emprendedores de éxito, un porcentaje muy similar al 51% de 2013. No debe olvidarse que 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)	412.177 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)	$\pm 3,1\%$ a priori y $\pm 1,23\%$ a posteriori
Nivel de confianza	95,5%
Periodo de encuestación	Desde el mes de mayo hasta julio de 2014
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.	

EQUIPO GEM ESPAÑA 2014

GEM España



GEM Andalucía



Andalucía Emprende, Fundación Pública Andaluza
CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, INNOVACIÓN, CIENCIA Y EMPLEO



GEM Aragón



GEM Canarias



GEM Cantabria



GEM Castilla la Mancha



GEM Castilla y León



GEM Catalunya



GEM Comunidad Valenciana



GEM Extremadura



GEM Galicia



GEM Com. de Madrid



GEM Ciudad de Madrid



GEM Murcia



GEM Navarra



Cátedra de Liderazgo, Estrategia y Empresa
UPNA/Caixa Bank (CLEE)

GEM País Vasco

