



María Sanz de Galdeano, Ana Fernández Laviada, Cristina Sotro y Unai Navarro, ayer, antes de la presentación.

EDUARDO BUKENS

**CLAVES**

**1** ¿Qué es el Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Es un observatorio internacional que desde 1999 analiza anualmente el fenómeno emprendedor. Utiliza fuentes de información primarias que obtiene a través de encuestas. En España se realizan más de 33.000.

**2** El sector servicios a la cabeza del emprendimiento femenino. Es una de las conclusiones del estudio. Más del 75% de los proyectos iniciados por mujeres se sitúan en este sector y una de cada dos en alguna actividad dirigida al consumidor final.

**3** 67.269€ de inversión inicial media. Es la inversión promedio que requiere la puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa emprendedora iniciada por una mujer.

**4** Mujeres de hasta 35 años. Son las que muestran mayor predisposición para iniciar un proyecto emprendedor en el futuro. En cuanto a sus niveles de estudios y renta, el 47% cuentan con un nivel de renta bajo, y el 42% tienen estudios secundarios.

# El 20% de las navarras apuesta por montar su propia empresa

Buscan marcar "una diferencia", más que ganarse la vida o crear riqueza, y tienen menos miedo a fracasar, según revela el informe GEM

DIANA DE MIGUEL  
Pamplona

La crisis de la covid ha impactado en la tasa de emprendimiento femenino disminuyendo su participación en iniciativas nuevas. Con todo, el porcentaje de mujeres que muestran su intención de emprender se ha incrementado. En la Comunidad foral son el 20%, por encima de la media nacional, las que han apostado por montar su propia empresa y se encuentran inmersas en alguna de las fases del proceso emprendedor que arranca con la intención de emprender y concluye con el abandono o cierre definitivo de una iniciativa empresarial. Las navarras están por encima de la media tanto en el emprendimiento potencial como en el consolidado. No obstante, si hay algo que las diferencia de las del resto de España son sus motivaciones a la hora de emprender es decir, lo que buscan cuando deciden dar el paso. El 62% lo que quiere, o al menos así lo manifiesta, es "marcar una diferencia",

cambiar el mundo, hacer alguna mejora o tratar de contribuir a un mejor entorno vía negocios vinculados al ámbito del medio ambiente o al social. Un porcentaje que en el resto de España baja hasta el 32% y se queda en el 37,5% en el caso de los emprendedores navarras y que supera también a las otras tres motivaciones preferentes: crear riqueza, tradición familiar y ganarse la vida, sobre todo en tiempos en los que escasea el empleo. También hay diferencias de calado si lo que se analiza es la percepción de oportunidades, algo que sólo ven un 11% de las emprendedoras navarras, frente a un 37,5% en el caso de los hombres. Otro de los aspectos que llaman la atención es la baja percepción sobre su capacidad: un 40% de las mujeres perciben que están menos preparadas para emprender. Pero, por contra, son más valientes a la hora de dar el paso.

Son algunos de los datos más relevantes que se incluyen en el informe *Emprendimiento de Mujeres en España* elaborado por la Red GEM España con datos de 2020, un observatorio internacional que desde 1999 analiza anualmente el fenómeno emprendedor. Se presentaron ayer durante un acto organizado por *DN Management* con el patrocinio de Coca Cola y la colaboración de Amedna y CEIN que tuvo lugar en las instalaciones de *Diario de Navarra* en la

## Emprendimiento

	Emprendimiento potencial	Emprendimiento nuevo	Emprendimiento consolidado	Hombres	Mujeres
Navarra	7,80%	5,10%	8,50%	5,80%	4,60%
España	7,00%	5,20%	6,70%	5,60%	4,80%

## Percepción de la población navarra sobre sus valores y actitudes

	Emprendedores		No emprendedores	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
¿Hay oportunidades?	37,5	11,1	19,3	12,3
¿Sabemos emprender?	66,7	40,0	37,1	24,1
¿Tenemos miedo?	37,5	30,0	58,7	60,6

DN

calle Zapatería de Pamplona. Bajo la conducción de Belén Galindo, directora de Comunicación del Grupo La Información, el acto contó con la participación de Ana Fernández Laviada, presidenta del Observatorio del Emprendimiento de España (Red GEM), María Sanz de Galdeano, coordinadora del CEIN y Cristina Sotro, presidenta de Amedna. También intervino Unai Navarro, gestor de comunicación de Coca-Cola en Navarra quien enmarcó la presentación del estudio en el marco de la Gira Mujeres promovida por la multinacional y que desde 2016 ha brindado formación y asesoramiento en España y en Portugal

desde hace dos años— casi 19.000 mujeres de entornos urbanos y rurales que quieren emprender o reinventar su negocio. La presentación del estudio corrió a cargo de Fernández Laviada quien puso en valor el hecho de que "las emprendedoras han ido ganando peso en el proceso emprendedor, siendo una pieza clave para el desarrollo económico y la igualdad de oportunidades". Destacó que las navarras vean el emprendimiento como una buena salida profesional que entienden les da cierto estatus y, como puntos a corregir, que el emprendimiento femenino esté fundamentalmente centrado en el sector servicios. Una idea sobre la

**EN FRASES**

**Ana Fernández Laviada**  
PRESIDENTA OBSERVATORIO RED GEM  
"Las universidades están centradas en formar a trabajadores en lugar de a emprendedores"

**Cristina Sotro**  
PRESIDENTA DE AMEDNA  
"Se ve sólo lo negativo de ser autónomo sin ensalzar lo positivo; la formación en emprendimiento es clave"

**María Sanz de Galdeano**  
COORDINADORA CEIN  
"Solo el 19% de las empresas del vivero están creadas por mujeres"

que abundó Sotro destacando el "largo camino" por recorrer en emprendimientos "potencialmente más importantes" y reconociendo el bajo peso del emprendimiento innovador. "Hay que trabajar en la actividad y en los tamaños. Se emprende en negocios muy pequeños y con escasa inversión". Considera que el elevado peso de la industria en la región, donde el referente son hombres, puede influir en la percepción de menor capacidad apuntada en el estudio. Desde CEIN, su coordinadora defendió que pese a los avances logrados "es prioritario crear empresas tecnológicas con alto potencial de crecimiento".