

**PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA PIN 3**  
**INFORME DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA**



*Abril - Junio 2017*



## I. CONTEXTO – EL PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA PIN3

---

El pasado mes de abril el vicepresidente de Desarrollo Económico de Gobierno de Navarra presentó el Plan Internacional de Navarra 2017-2020 PIN 3.

Este nuevo Plan da continuidad a los anteriores planes de internacionalización de Gobierno de Navarra (2008 - 2011 y 2013 – 2016) centrándose en esta ocasión en el impulso a la internacionalización de la empresa Navarra. El nuevo PIN se articula en cuatro grandes ejes: gobernanza y liderazgo, apoyo a las empresas navarras en sus procesos de internacionalización, mercados prioritarios, y talento. En ellos se engloban un total de 19 estrategias.

El primer eje contempla el posicionamiento de la imagen de Navarra en el exterior, el empleo de la diplomacia comercial para facilitar la posición internacional de las empresas de la Comunidad Foral, el refuerzo de la oficina del Gobierno en Bruselas, fortalecer la acción en Madrid y celebrar un Día de la Internacionalización.

El segundo engloba programas de apoyo a las empresas en sus diferentes procesos de internacionalización, tanto para aquellas que no han salido todavía al exterior y necesitan superar los obstáculos que encuentran y descubrir su potencial exportador, como a las que ya están dando sus primeros pasos o son empresas tractoras que, en su dinámica progresiva de internacionalización deben ser reforzadas. También se prevén acciones de acompañamiento en países o sectores estratégicos, el apoyo a la colaboración empresarial para la internacionalización, ayudas a la promoción exterior y subvenciones para la contratación de servicios especializados.

El tercero prevé como estrategia la realización de jornadas y actividades para los mercados definidos como prioritarios.

El cuarto y último eje, relacionado con el talento y la sensibilización de la sociedad navarra hacia la internacionalización, abarca un banco del talento con personas jóvenes que se han beneficiado de una beca internacional promovida por el Gobierno o que cumplan una serie de requisitos de experiencia y formación en el extranjero; la contratación de personal técnico en comercio exterior, un programa de gestores y gestoras de exportación, otro de prácticas internacionales, el impulso a la plataforma

NavarraRED de personas navarras en el exterior, y la creación de un Grado de Relaciones Internacionales en la Universidad Pública de Navarra.

Desde el 10 de abril y hasta el 10 de mayo, el citado borrador ha sido sometido a participación de la ciudadanía, de las empresas y del resto de agentes interesados.

## II. PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

---

En cuanto a la participación ciudadana en la elaboración del presente Plan de Internacionalización, podemos distinguir dos fases.

### **1. Fase de elaboración del Plan**

Ya durante la elaboración del Plan Internacional de Navarra PIN 3 se buscó la participación de aquellos agentes implicados en la internacionalización de Navarra y teniendo en cuenta sus aportaciones tanto para la parte de diagnóstico de anteriores planes como para la parte de elaboración del nuevo Plan.

La propuesta metodológica ha distinguido entre dos tipos de agentes: las empresas navarras, actores críticos, sin duda, en la valoración y puesta en marcha de cualquier plan de internacionalización, y los agentes o instituciones claves en internacionalización.

El enfoque cuantitativo se planteó en principio con la realización de 410 encuestas, con un resultado final de 426 realizadas. La parte cualitativa se focalizó tanto hacia empresas como agentes por medio de la realización de entrevistas (22 a las empresas y 11 a los agentes, 12 finalmente), así como grupos de discusión (11 en total), en los que se unió tanto a representantes de empresas como de entidades, con el objetivo de poner en común sus opiniones, propuesta, y valoraciones con respecto al PIN II 2013 - 2016 y al diagnóstico de la internacionalización actual.

Las encuestas, así como las entrevistas, y los grupos de discusión tuvieron dos partes diferenciadas: una primera donde se evaluó el PIN 2013 - 2016 y otras donde se describía la situación actual de la internacionalización y sus perspectivas de futuro. Se segmentaron en función de las variables del sector de actividad y de su localización geográfica. Para ello se ha utilizado la división sectorial CNAE Rev. 2 agrupadas a 2 dígitos y la Zonificación Navarra 2000 para la distribución geográfica. Para la selección de las empresas a entrevistar y la organización de los grupos de discusión se han utilizado los sectores prioritarios marcados en la Estrategia de

Especialización Inteligente de Navarra con los que el PIN III de Navarra busca estar alineado:

- Automoción y mecatrónica
- Cadena alimentaria
- Energías renovables y recursos
- Salud
- Turismo integral
- Industrias creativas y digitales

## **2. Fase de exposición pública**

La fase de exposición pública del borrador del Plan se ha desarrollado entre el 10 de abril y el 10 de mayo de 2017, habilitándose para ello un espacio en la web de Gobierno Abierto a través de la cual han podido hacer llegar sus sugerencias ciudadanía, empresas y cualquier agente interesado en la internacionalización.

Paralelamente a este periodo de exposición pública, se han organizado dos sesiones dirigidas a empresas navarras, en las que se ha explicado el nuevo plan, sus líneas de actuación y principales novedades. Concretamente, las sesiones tuvieron lugar el pasado 3 de mayo en Pamplona y Tudela. En ellas participaron representantes de más de 150 empresas que hicieron llegar sus impresiones a las representantes de la Dirección General de Desarrollo Económico y Empresarial y Trabajo.



### III. APORTACIONES RECIBIDAS Y RESPUESTAS

---

#### APORTACIÓN DE SERGIO PÉREZ GARCÍA

*En relación con la estrategia de posicionamiento de marca de Navarra en distintas ferias o eventos internacionales cuando se sugiere el empleo de la marca Navarre + sector como aportación al plan me gustaría sugerir el registro de las marcas a utilizar, de lo contrario, jurídicamente estarían desprotegidas y supondría una vulnerabilidad frente a posibles conflictos que puedan ocurrir en el empleo de las mismas.*

*Es importante tener en cuenta que el registro de una marca (nacional) suele tardar entre 6 y 8 meses si no hay complicaciones (oposiciones u observaciones de terceros, o suspensos de forma o fondo) por lo que sería interesante solicitar el registro antes de emplearla y valorar también el registro de la Marca de la Unión Europea.*

*También me gustaría sugerir que se realizara como registro de marca colectiva siendo el titular de la misma el Gobierno de Navarra y especificando en el reglamento de uso las condiciones de las empresas que pueden utilizarla y el modo de empleo.*

Eje 1, Gobernanza y Liderazgo. Acción 1, Posicionamiento de la marca PIN 3 e imagen exterior de Navarra.

Respuesta. Como consecuencia de esta aportación, el Servicio de Proyección Internacional está valorando el registro tanto de la marca PIN como de las marcas sectoriales de la S3 a nivel internacional. No obstante, las dificultades burocráticas pueden retrasar los trámites del registro de una marca que, en el caso del PIN 3 es una marca perecedera y que en principio sería sustituida a partir de 2020.

Sí que se va a incluir la sugerencia referente al reglamento de uso para las empresas que vayan a utilizar las marcas del PIN y de la S3 internacional. Concretamente, ya se está trabajando en los correspondientes manuales de imagen a los que deberá ajustarse todo el que vaya a utilizar las marcas. Asimismo, se ha procedido a registrar todos los usos de las marcas que se van haciendo por parte de empresas o de instituciones en relación a actuaciones vinculadas al Plan Internacional de Navarra.

## APORTACIÓN ANÓNIMA

*Como países prioritarios sugiero incluir a Rusia como gran mercado, con más de 140 millones de habitantes, con grandes necesidades de desarrollo y suministros de todo tipo, con relativa poca competencia (en comparación con otros mercados), fortaleza económica, clase media creciente en nº y poder adquisitivo, querencia por lo occidental, y que busca abrirse a Occidente. Es también la puerta para todo el Este de Europa y Asia Central. Tómese el ejemplo que siguen Alemania e Italia, así como más recientemente USA.*

*Propongo unificar dos pequeños mercados como Holanda y Bélgica dentro del Benelux e incluir a Rusia como mercado prioritario.*

### Eje 3. Selección de mercados estratégicos

Respuesta. La selección de mercados estratégicos recogido en el presente Plan Internacional de Navarra se ha llevado a cabo cruzando cuatro variables.

- Los países con los que Navarra mantiene relaciones comerciales.
- Los países en los que hay implantadas empresas navarras.
- El eje del ranking de facilidad para hacer negocios (fuente: Banco Mundial), desglosado a su vez en una serie de indicadores que tiene la ventaja de ser publicados todos los años y, en consecuencia, son indicadores cercanos en el tiempo, bien actualizados
- El eje de del índice de potencial de mercado (fuente Global Edge), desglosado a su vez en una serie de indicadores que son igualmente calculados de forma anual
- Finalmente, los aspectos cuantitativos relacionados con la participación y evolución de los sectores priorizados dentro del S3 y los destinos preferentes, observando las exportaciones pero también las implantaciones en destino.

En el caso de Rusia, aunque tal y como se apunta en la sugerencia puede ser un mercado de potencial interesante para Navarra, la comparación con otros países de

mayor potencial y el hecho de combinarlo con otros factores hizo que no estuviera entre los países señalados como de mayor interés para las empresas navarras.

Pais	Total Potencial de mercado	Total Facilidad negocios	Ponderación Mercado (80)	Ponderación Facilidad (20)	Resultado	Participación país	Ponderación Participación país
China	10	6,4	8	1,28	9,28	2	9,48
EEUU	9,2	8,2	7,36	1,64	9	3	9,3
Canada	4,8	7,8	3,84	1,56	5,4	0	5,4
Japan	4,8	7,5	3,84	1,5	5,34	0	5,34
Germany	4,4	7,9	3,52	1,58	5,1	16	6,7
India	4,9	5,5	3,92	1,1	5,02	2	5,22
United Kingdom	4,1	8,2	3,28	1,64	4,92	7	5,62
Switzerland	3,9	7,6	3,12	1,52	4,64	1	4,74
United Arab Emirates	3,7	7,6	2,96	1,52	4,48	0	4,48
Mexico	2,6	7,2	2,08	1,44	4,46	4	4,86
Qatar	4	6,3	3,2	1,26	4,46	0	4,46
Netherlands	3,6	7,6	2,88	1,52	4,4	3	4,7
France	3,5	7,6	2,8	1,52	4,32	17	6,02
Australia	3,4	8	2,72	1,6	4,32	0	4,32
Belgium	3,5	7,3	2,8	1,46	4,26	3	4,56
Norway	3,1	8,2	2,48	1,64	4,12	0	4,12
Austria	3,1	7,9	2,48	1,58	4,06	1	4,16
Sweden	3	8,2	2,4	1,64	4,04	1	4,14
Poland	3	7,7	2,4	1,54	3,94	3	4,24
Estonia	2,9	8,1	2,32	1,62	3,94	0	3,94
Ireland	2,9	7,9	2,32	1,58	3,9	0	3,9
Finland	2,8	8	2,24	1,6	3,84	0	3,84
New Zealand	2,6	8,7	2,08	1,74	3,82	0	3,82
Czech Republic	2,8	7,6	2,24	1,52	3,76	2	3,96
Slovakia	2,8	7,5	2,24	1,5	3,74	3	4,04
Israel	2,9	7,1	2,32	1,42	3,74	1	3,84
Lithuania	2,7	7,8	2,16	1,56	3,72	0	3,72
Turkey	2,9	6,7	2,32	1,34	3,66	4	4,06
Russia	2,7	7,3	2,16	1,46	3,62	1	3,72
Italy	2,7	7,2	2,16	1,44	3,6	8	4,4

La decisión es mantener la selección previa de mercados prioritarios.