



**PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA
NAFARROAKO NAZIOARTEKO PLANA**

2021 - 2022



PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA PIN 4

INFORME DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

Mayo - Julio 2021

I. CONTEXTO – EL PLAN INTERNACIONAL DE NAVARRA PIN4

Entre los meses de noviembre de 2020 y mayo de 2021 se han llevado a cabo los trabajos para la elaboración del Plan Internacional de Navarra 2021-2022 PIN4. Dichos trabajos han incluido una evaluación del anterior plan, un diagnóstico de necesidades y, finalmente, la elaboración del plan que, a partir de mayo de 2021 ha sido expuesto a información pública.

El nuevo Plan Internacional de Navarra se elabora con el objetivo de impulsar la internacionalización de Navarra y de sus empresas. Factores como el Brexit o el proteccionismo comercial hacen que estemos ante un mercado internacional más cambiante, cuyos ritmos no se pueden comparar a los de hace unas décadas. Una volatilidad que sin duda se ha visto acelerada por la pandemia.

Este escenario competitivo y cambiante es el mismo para todo el mundo, pero la empresa navarra se enfrenta a él con unas características muy concretas: empresas pequeñas – de las más de 37.000 empresas registradas en Navarra un 80.9% tienen menos de 3 trabajadores y un 98% son pymes-, pocas pymes internacionalizadas y notable presencia de multinacionales que sí tiran del sector exterior en Navarra.

Entrando en la internacionalización de las empresas navarras se detecta una doble concentración: por un lado en cuanto a los mercados destino de las exportaciones, y por otro en cuanto a las empresas exportadoras. En cuanto a los mercados, dos países, Francia y Alemania, concentran el 33,6% de las exportaciones y, si la selección se amplía a los 5 principales mercados (Francia, Alemania, Italia, Estados Unidos y Reino Unido), el porcentaje sube al 54,4%.

En lo que respecta a las empresas exportadoras, apenas el 2,6% del total de empresas navarras exporta de manera regular. Se da la circunstancia de que las exportaciones se concentran en un número muy reducido de empresas, llegando un 0.89% (28 empresas) de las empresas a aglutinar el 63% del volumen total de exportaciones de Navarra.

En este entorno, las pymes navarras necesitan de herramientas que mejoren su preparación para salir al exterior, ayudas que les impulsen a dar los primeros pasos y mayor conocimiento de nuevos mercados y ese entorno cambia con velocidad.

Con estas premisas nace el Plan Internacional PIN 4 que se marca como objetivo principal el aumento de la base de empresas exportadoras regulares de Navarra, entendiendo por regulares aquellas empresas que han exportado durante al menos los últimos 4 años de manera consecutiva. El presente plan se marca la meta de alcanzar para 2022 las 1.100 empresas exportadoras regulares partiendo de la cifra actual de 970.

Este plan trabaja en 28 acciones distribuidas en 6 ejes:

1. Gobernanza y liderazgo
2. Información e inteligencia competitiva
3. Digitalización
4. Talento
5. Mecanismos de internacionalización
 - a. Iniciación a la exportación
 - b. Expansión y consolidación
6. Atracción de inversiones

II. PROCESO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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

1. Fase de elaboración del Plan

Para la evaluación del Plan de Internacionalización de Navarra 2017 - 2020 (PIN 3) y del estudio de necesidades para el PIN 4 (2021 – 2022) se han realizado una serie de trabajos que buscaban recoger opiniones, propuestas, y valoraciones con respecto al PIN 2017 – 2020, al diagnóstico de la internacionalización actual y sugerencias de actuación para lo cual se ha buscado la colaboración de:

- Las empresas navarras, actores críticos, sin duda, en la valoración y puesta en marcha de cualquier plan de internacionalización analizadas, además, en su doble vertiente: de objetivos potenciales de las acciones del Plan; y como beneficiarias del PIN 3
- Las entidades claves en internacionalización, entidades públicas, privadas, educativas... implicadas o potencialmente implicadas en los procesos de incremento o diversificación de las exportaciones, de la internacionalización, de la mejora de la atracción de navarra o relacionados con los sectores prioritarios de Navarra.

Los trabajos realizados han sido:

- Las 602 encuestas telefónicas asistidas por ordenador a empresas de los sectores prioritarios de Navarra y a empresas beneficiarias de las acciones del PIN 3 de más de 5 empleados/as (en total 2.690 empresas).
- 75 entrevistas a estas mismas empresas.
- 25 entrevistas a entidades u agentes claves de la internacionalización y de los sectores prioritarios de Navarra.
- 5 grupos de discusión a con entidades y empresas de cada uno de los siguientes sectores prioritarios de Navarra:

- Automoción y mecánica
 - Cadena alimentaria
 - Energías renovables y recursos
 - Salud
 - Industrias creativas y culturales
- 1 grupos de discusión con las personas formadas como dinamizadores de Grupos de Exportación Conjunta (GEX).

Para la selección de las empresas, tanto en las encuestas como en las entrevistas, se ha estratificación de la muestra se utilizarán los siguientes factores:

- El sector de actividad
- La localización geográfica
- Líneas del PIN 3 en las que han participado en éste.

La siguiente matriz resume los trabajos llevados a cabo en función del objeto de la investigación (empresas, entidades estratégicas o ambos) y los objetivos principales marcados:

ELABORACIÓN PLAN INTERNACIONAL 2021 - 2022						
SUJETO	EMPRESAS EN GENERAL (CNAES S3)		EMPRESAS BENEFICIARIAS PIN 2017-2020		ENTIDADES ESTRATÉGICAS	
	62 ENCUESTAS		75 ENTREVISTAS		25 ENTREVISTAS	
MÉTODO	DINÁMICAS DE GRUPOS: 5 SECTORES S3 + GESTORES GEX					
OBJETIVO PRINCIPAL	RETOS Y DIFICULTADES	ACTIVIDADES Y AYUDAS	VALORACIÓN PIN 2017-2020		RETOS Y DIFICULTADES	ACTIVIDADES Y AYUDAS

2. Fase de exposición pública

La fase de exposición pública del borrador del Plan se ha desarrollado entre el 20 de mayo y el 31 de julio de 2021, 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.

Previamente a la apertura de este periodo se han organizado sesiones para presentar el nuevo plan a empresas y agentes de Navarra. Así, se han organizado las siguientes sesiones:

- 20 de mayo. Presentación a direcciones general del Gobierno de Navarra (xx asistentes)
- 21 de julio. Presentación a clústers y asociaciones (xx asistentes)
- 28 de julio. Presentación a agencias de desarrollo y a asociaciones empresariales de ámbito territorial (xx asistentes)
- 31 de mayo. Presentación a empresas y al público en general (xx asistentes)



III. APORTACIONES RECIBIDAS Y RESPUESTAS

Durante la fase de participación se han recibido las siguientes sugerencias:

- 4 aportaciones a través del portal de Gobierno Abierto
- Varias sugerencias a mano alzada durante las sesiones de presentación

Al tratarse de un número limitado de sugerencias, se abordan de manera individual

APORTACIÓN SOBRE DESARROLLO SOSTENIBLE

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible se adoptaron por todos los Estados Miembros en 2015 como un llamado universal para, entre otros objetivos, proteger el planeta para 2030. La Comisión Europea aprobó en 2020 el Pacto Verde Europeo para impulsar un uso eficiente de los recursos mediante el paso a una economía limpia y circular restaurar la biodiversidad y reducir la contaminación. Para alcanzar este objetivo, proponía actuar en todos los sectores de nuestra economía, entre ellos, invertir en tecnologías respetuosas con el medio ambiente y apoyar a la industria para que innove. La semana pasada, la Organización Meteorológica Mundial publicó el informe donde afirma que el calentamiento global podría alcanzar 1,5 grados antes de 2025. Recientemente, se conoció el dato de que en los últimos 10 años hemos producido más plástico que en toda la historia de la humanidad. La globalización y la internacionalización que conlleva es necesaria pero debe ser responsable con el medio ambiente, como otras actividades empresariales.

En la documentación publicada no se hace ninguna referencia a este contexto y ni al papel de las administraciones para lograr este objetivo. No aparecen criterios ambientales en la asignación de proyectos o subvenciones. No se promueve que las empresas que exporten cumplan ningún criterio ambiental (uso de plásticos, huella de carbono...). Ninguna referencia a las implicaciones del Pacto Verde de la UE y sus acciones derivadas.

Propuesta: que en las acciones, subvenciones, misiones,... se priorice a las empresas que tienen un plan para la reducción de su impacto ambiental (emisiones en producción, minimización de plásticos en embalaje, distribución,...), los productos ecológicos y la simplificación en la cadena de suministros.

Respuesta. Efectivamente los criterios incluidos en el Pacto Verde Europeo son vitales para la sostenibilidad de la economía y el tejido empresarial europeo y, por lo tanto, a tener muy en cuenta en el momento de impulsar políticas de internacionalización empresarial.

Está previsto recoger en las convocatorias de ayuda, así como en las licitaciones, cláusulas de responsabilidad social, que incluyen los criterios ambientales y de igualdad.

APORTACIÓN SOBRE NAEX DESTINO Y NAEX DIGITAL

Considerando que las empresas a las que representamos en nuestro sector hostelero/turístico son pequeñas empresas, vemos adecuado que los planes NAEX DESTINO y NAEX DIGITAL puedan estar enfocados a agrupaciones de pymes, como es el caso de nuestra asociación (Asociación de Hostelería y Turismo de Navarra), que lidera en la actualidad los proyectos de internacionalización TURISMO MÉDICO ESTADOS UNIDOS y TURISMO MÉDICO LATINOAMÉRICA (México, Ecuador y Panamá) y que sea ella en nombre de todas las pymes a la que representa la que pudiera participar en ambos programas.

Respuesta. Teniendo en cuenta las características de los dos programas citados y después de estudiar la propuesta se decide lo siguiente:

- NAEX Digital. Se entiende que la evaluación ha de ser individual, ya que el punto de partida en digitalización puede ser muy diferente en función de las empresas que participan en la asociación. Se considera que lo que mejora la competitividad de la asociación es que sus empresas sean las que estén digitalizadas. Una vez conseguido ese objetivo, la asociación podría ser susceptible de realizar un plan digital de internacionalización.
- NAEX Destino. Existirá la posibilidad de que una agrupación constituida como tal y con un proyecto de internacionalización en los países objeto de la ayuda pueda optar a la cartera de servicios incluida en NAEX Destino.

APORTACIÓN SOBRE EL PERÍODO DE SUBVENCIONES

Considerando que los dos proyectos de Turismo Médico que lidera nuestra asociación se refieren a mercados prioritarios (Estados Unidos y México), ¿sería viable extender más de 4 años la presentación de proyectos de internacionalización agrupada a los mismos mercados, teniendo en cuenta que durante 2020 y gran parte de 2021 no hemos podido desarrollar las acciones previstas?

Respuesta. Para las convocatorias que se abran en 2021, se ampliará ese plazo. En los años siguientes, se valorará en función de la situación de la pandemia y su impacto.

APORTACIÓN SOBRE EL PROGRAMA DE AUTODIAGNÓSTICO

(Esta sugerencia también se hizo en una de las sesiones a mano alzada)

Sugiero que los grupos que se formen para el programa de autodiagnóstico no sean de empresas del mismo sector. Creo que es mejor que el grupo sea multisectorial, ya que algunas empresas pueden sentirse incómodas en una sesión junto a su competencia. Pienso que de esa manera se sentirían más libres para preguntar todas sus dudas y el cuestionario lo iban a rellenar con mayor sinceridad.

Tal vez sea ligeramente más complicado para el consultor que va a liderar el grupo, pero sería cuestión de adaptarse un poco. Lo que si cambia más es si la empresa fabrica productos o presta servicios, en ese caso el cuestionario tiene algunas partes diferentes. Tal vez los grupos deberían ser multisectoriales, pero todas las empresas participantes de producto o todas de servicio. Si una empresa hace las dos cosas, productos y servicios, entonces podría ir a cualquier grupo.

Además así se podrían formar los grupos más fácilmente, sin tener que esperar a reunir varias empresas del mismo sector. Y creo que es importante que no pase mucho tiempo desde que la empresa se inscribe hasta la sesión, ya que se pierde el interés y se le puede "hasta olvidar"

El programa de autodiagnóstico puede ser muy importante para que las pymes de Navarra se decidan a dar el salto al exterior, y creo que hay que hacer todo lo posible

para conseguir la máxima participación de las empresas. Esto es sólo un pequeño punto, pero podría hacer que más empresas se animen a participar.

Respuesta. Efectivamente, en principio las sesiones del programa de autodiagnóstico se plantean con carácter sectorial con el objetivo de buscar a consultores y consultoras con conocimiento en dicho sector y que por lo tanto pudieran ajustar mejor la dinamización a las necesidades de las empresas del grupo.

Si bien es cierto que existen reticencias entre empresas que puedan ser competencia, hay que tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La dinámica de las sesiones no implica que las empresas compartan información con el resto de participantes
- No siempre empresas del mismo sector son competencia (por ejemplo el agroalimentario es un sector muy amplio)
- El hecho de contar con una persona experta en el sector revierte en un mejor diagnóstico para las empresas

En todo caso, también se han organizado sesiones con grupos multisectoriales cuando no hay número suficiente para hacerlos de un solo sector. Y así se seguirá haciendo si es necesario.

VIDEO SOBRE NAVARRA

En las sesiones de presentación, varias personas incidieron en la necesidad de contar con un video sobre Navarra como carta de presentación cuando se va al exterior. Se trataría de un video para dar a conocer no tanto el perfil turístico de Navarra (ya existe material de este tipo) sino la capacidad económica, profesional y de innovación de la región. Esta sugerencia la hicieron tanto personas consultoras que colaboran en programas del propio Plan Internacional, como representantes de empresas.

Respuesta. Ya en el pasado (primer Plan Internacional) se realizó un video de estas características que fue actualizado posteriormente con nuevos datos. Sin embargo,

tanto el video original como sus actualizaciones se han quedado efectivamente obsoletos.

Se valora positivamente la propuesta y se incluirá por lo tanto dentro de la acción de Promoción de la Imagen Exterior de Navarra la realización y promoción de este contenido audiovisual.