

GOBIERNO DE NAVARRA

DESARROLLO ECONÓMICO

DERECHOS SOCIALES

HACIENDA Y POLÍTICA FINANCIERA

PRESIDENCIA, FUNCIÓN PÚBLICA,
INTERIOR Y JUSTICIA

RELACIONES CIUDADANAS E
INSTITUCIONALES

EDUCACIÓN

SALUD

CULTURA, DEPORTE Y JUVENTUD

DESARROLLO RURAL, MEDIO
AMBIENTE Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El Gobierno de Navarra impulsa la generación de plataformas de internacionalización en torno a nuevas oportunidades de negocio

El programa GEX – Grupos de Exportación Conjunta comienza este año con la constitución de plataformas en torno a oportunidades de mercado para EEUU y México

Viernes, 15 de septiembre de 2017

En el marco del Plan Internacional de Navarra se ha puesto en marcha un nuevo programa para constituir grupos de exportación en el que empresas navarras trabajarán conjuntamente en torno a oportunidades de negocio en mercados exteriores que han sido detectadas previamente. Este programa ha sido presentado este viernes en el Palacio de Condestable, dentro de la programación de “Viernes de Desarrollo Económico”.

La jornada ha sido abierta por la directora general de Política Económica, Empresarial y Trabajo, Izaskun Goñi, para seguir con la presentación de los Grupos de Exportación Conjunta, a cargo de la coordinadora de CEIN, María Sanz de Galdeano; seguidamente ha intervenido Jenaro González, de Exportmuga, que ha hablado sobre la creación de nuevos Grupos de Exportación; la directora del Servicio de Proyección Internacional del Gobierno de Navarra, Miren Ausin, por su parte, ha presentado las ayudas a la internacionalización agrupada, y, finalmente Pilar Cabañas, gerente de la agrupación SINAEX de empresas de subcontratación, ha hablado sobre experiencias de éxito en la internacionalización conjunta.

Para este año, se van a lanzar tres plataformas de exportación conjunta para empresas navarras en el sector agroalimentario: la alimentación kosher en EEUU, la alimentación ecológica en México y la alimentación gourmet en México.

Las empresas interesadas deberán ponerse en contacto con planinternacional@navarra.es. A partir de la primera semana de octubre se comenzará a trabajar en talleres para la generación de estas plataformas.

Contexto

Tradicionalmente, el reducido tamaño de las empresas navarras ha sido uno de los principales obstáculos que han lastrado su internacionalización. En el diagnóstico elaborado para el reciente Plan Internacional de Navarra 2017-2020, el 48% de las empresas fijaba esta barrera como fundamental. Es por lo tanto necesario, según el Departamento de Desarrollo Económico, buscar vías para posibilitar la

incorporación en forma conjunta de empresas navarras a los mercados internacionales en condiciones competitivas, sostenibles y rentables.

En este contexto, el Gobierno de Navarra impulsa de la mano de CEIN el “Programa GEX – Grupos de Exportación Conjunta” como una de las nuevas acciones del Plan Internacional de Navarra 2017-2020. El programa busca generar grupos de exportación en torno a tres ideas clave:

- Partir del mercado (demanda) y no de la oferta
- Descubrir "nichos de mercado" suficientes y defendibles
- Estructurar la "plataforma conjunta de comercialización" en torno a las oportunidades de mercado.

Programa

Primera fase. Consultores especializados en la formación de plataformas conjuntas de exportación han formado a técnicos de CEIN, Gobierno de Navarra y a consultores navarros seleccionados a través de un proceso de selección. Ellos serán los encargados de dinamizar e impulsar la creación de las nuevas plataformas. Esta parte del programa se ha llevado a cabo con sesiones formativas en junio y septiembre.

Paralelamente, se han ido detectando oportunidades de negocio para diferentes sectores y mercados estratégicos para Navarra. Se ha valorado la relevancia de las oportunidades y su encaje con el tejido empresarial navarro.

Segunda fase. Se seleccionan las empresas que formarán las posibles plataformas y acuden a un taller donde se buscarán las sinergias para ir construyendo los grupos de exportación conjunta.

Tercera fase. Creación y consolidación de las plataformas.

Las oportunidades de negocio

Este año se está trabajando en torno a al menos tres oportunidades de negocio que han sido detectadas en el sector agroalimentario: alimentación saludable en México, alimentación gourmet en México y certificación kosher en Estados Unidos.

- Alimentación saludable en México. El país registra un creciente grupo de consumidores preocupados por su salud, una clase media en aumento y un canal moderno en expansión. Estos factores apoyarán el crecimiento del mercado de alimentos envasados saludables en México, el cual se prevé que alcance los 13.402 millones de dólares para el 2020, lo que significará un crecimiento de 13.6% respecto de los 11.797 millones de dólares con los que cerró el 2015, de acuerdo con cifras de Euromonitor International. Navarra, por su parte, cuenta con 93 empresas que elaboran productos ecológicos, y por lo tanto con capacidad teórica para poder atender demandas de productos orgánicos, frescos o elaborados.
- Alimentación gourmet en México. Se sostiene que los consumidores gourmet representan entre un 8% y un 10% del total de la población mexicana, lo que asegura un mercado en torno a los 10 millones de personas, y conocemos que el gasto medio es de 319 € año por persona, lo que implica una capacidad de consumo en volumen económico de este grupo en torno a los 3.194 millones de euros anuales. En este destino se comercializan, entre otros productos gourmet, vinos y licores, carnes, pescados y mariscos, quesos, charcutería, aceites y vinagres, aderezos y salsas, condimentos y especias, conservas, mermeladas y jaleas, pan artesanal, dulces y repostería, productos orgánicos, café y té, entre otros.
- Alimentación y certificación kosher en Estados Unidos. En los últimos años, la demanda de productos Kosher en EEUU ha aumentado a tasas anuales superiores al 10%. Se estima que entre 2016 y 2025 el mercado kosher crezca un 11,6%. Cerca del 80% del total de las ventas de productos kosher se realizan por motivos diferentes a las creencias religiosas. Cabe destacar que los consumidores Kosher gastan en término medio un 50% más que el consumidor habitual. En este contexto, la certificación Kosher supone una clara estrategia de diferenciación en un mercado de enorme

tamaño y potencial como el americano. Esto es especialmente importante para los productos de origen navarro que se distinguen principalmente por su calidad.