

NAFARROAKO GOBERNUA

GARAPEN EKONOMIKOA

ESKUBIDE SOZIALAK

OGASUNA ETA FINANTZA POLITIKA

LEHENDAKARITZA, FUNTZIO
PUBLIKOA, BARNEA ETA JUSTIZIAHERRITARREKIKO ETA
ERAKUNDEEKIKO HARREMANAK

HEZKUNTZA

OSASUNA

KULTURA, KIROLA ETA GAZTERIA

LANDA GARAPENA, INGURUMENA
ETA TOKI ADMINISTRAZIOA

SEGURTASUNA ETA LARRIALDIAK

Gobernuak enpresa esportatzaileen kopurua % 12,6 igo nahi du 2020rako, milara iritsita

Ayerdi lehendakariordeak Nafarroako Nazioarteko Planaren zirriborroa aurkeztu du; beste herrialde batzuetako inbertsioak erakartzea eta Foru Komunitatearen nazioartekotzea sustatzea ere badira plan horren helburuak

Ostirala, 2017.eko apirilak 7

Manu Ayerdi Garapen Ekonomikoko lehendakariordeak gaur eguerdian [aurkeztu du](#) Nafarroako [2017-2020 aldirako Nazioarteko Plana](#)

prentsaurrekoan; plan horrekin, modu erregularrean esportatzen duten enpresen kopurua % 12,6 igozea lortu nahi du Foru Gobernuak,

2016an zenbatutako 888 enpresatik 1.000ra (2020an), bai eta kanpoko salmenten bolumen osoa ere: 8.338 milioi eurokoa zen 2016an, eta 9.500 milioi eurokoa izatera iritea nahi du, % 13,9ko igoera lortzea, alegia.

Nafarroako enpresei kanpora irteteko bulkada ematea da Garapen Ekonomikoko Departamentuak plan honekin markatu duen hiru helburu nagusietako bat. Beste bi helburuak dira Nafarroara atzerriko inbertsioa erakartzea ekoizpen-sareko lehentasunezko esparruetarako, eta Foru Komunitatearen nazioartekotzea sustatzea, txikitatik horren inguruko kultura sustatuta, "mundua kultura anitzeko elementu anitz eta erlazionatu gisa hartzea" bideratutakoa, Ayerdi lehendakariordeak adierazi duen bezala. Izaskun Goñi Politika Ekonomiko eta Enpresarialaren eta Lanaren zuzendari nagusiak ere hartu parte ekitaldian.

Nazioarteko Plan berri horrek –hirugarrena da– aurreikusten duenez, Foru Gobernuak izango da, inplikaturako gainerako eragileekin lankidetzan, Nafarroaren nazioartekotze-prozesua zuzenduko duena; aldi berean, laguntza sendoa emango die enpresei kanpora irteteko prozesuan, nazioartean batere esperientziarik ez dutenei zein presente dauden kanpoko merkatuetan berariazko laguntzak behar dituztenei.

Enpresa-garapenean laguntzeko, Gobernuak modu aktiboan parte hartuko du, eta toki garrantzitsua emango dio "diplomazia komertzialari" Plan honetan. Bruselan egongo da enpresen nazioartekotzean lan egiteko egoitza iraunkorra, Ordezkaritzaren bulegoan eta, halaber, Gobernuak ordezkaritza iraunkorra izango du Madrilen.

Nazioartekotzerako babesa bereziki gauzatuko den lehentasunezko



III. Planaren logotipoa.

herrialde batzuk ere jasotzen dira, honako irizpide hauen arabera, besteak beste: herrialde horietan negozioak egitea errazagoa, merkatu aukera handiagoak dituzte eta lotuta daude Nafarroaren Espezializazio Adimentsuaren Estrategian (S3) ezarritako lehentasunezko arloekin. Frantzia, Alemania, Erresuma Batua, Mexiko, Amerikako Estatu Batuak, Txina, India, Belgika eta Holanda dira.

Zeregin horretan laguntzeko, Nafarroaren irudi bat ematen da kanpoan, eta horrekin, gure komunitatea bere sektore estrategikoekin identifikatu nahi da nazioarte mailan. Horrela, S3 logotik eratorritako irudi batzuk diseinatu dira, sektore horietara lotuz.

Azkenik, talentuarekin lotutako ekintza batzuk aurreikusi dira, batez ere nazioarteko prestakuntza eta esperientzia duten gazteen talentuarekin lotutakoak, Nafarroako enpresek kanpora irteteko eman beharreko lehenengo urratsetan parte hartu ahal izan dezaten.

Herritarren, enpresen eta interesdun gainerako eragileen parte-hartzea hasiko da orain, Nafarroako Nazioarteko Planaren zirriborroaren inguruan. Gobernu Irekiaren web-atarian egin daitezke ekarpenak maiatzaren 10era arte.

Lau ardatz eta hogeitabat estrategia

Horrela, bada, lau ardatz nagusitan antolatuta dago Ayerdi lehendakariordeak aurkeztutako agiria: gobernantza eta lidergoa; Nafarroako enpresei beren nazioartekotze-prozesuetan laguntzea; lehentasunezko merkatuak, eta talentua. Eta ardatz horietan, 19 estrategia sartzen dira.

Lehenengo ardatzak jasotzen ditu Nafarroak kanpoan duen irudiaren posizionamendua; diplomazia komertziala erabiltzea Foru Komunitateko enpresen nazioarteko posizioa hobetzeko; Gobernuaren Bruselako bulegoa indartzea; Madrilen ekintza indartzea, eta Nazioartekotze Eguna ospatzea.

Bigarren ardatzean, berriz, enpresei beren nazioartekotze-prozesuetan laguntzeko programak jasotzen dira, bai oraindik kanpora irten ez direnei eta aurkitzen dituzten oztupoak gainditu eta beren gaitasun esportatzailea deskubritu beharra dutenei, bai lehenengo urratsak ematen ari direnei edo enpresa traktoreak izanik, nazioartekotzeko beren dinamika progresiboa indartu beharra dutenei. Herrialde edo sektore estrategikoetan lagun egiteko ekintzak ere aurreikusten dira, bai eta nazioartekotzeko enpresen arteko lankidetzak babestea, kanpo promoziorako laguntzak eta zerbitzu espezializatuak kontratatzeko diru-laguntzak ere.

Hirugarren ardatzak lehentasunezko gisa definitutako merkatuetarako jardunaldiak eta jarduerak antolatzea aurreikusten du estrategia gisa.

Laugarren ardatza, azkena, talentuarekin eta Nafarroako gizartea nazioartekotzearen inguruan sentsibilizatzearekin lotuta dago, eta honako alderdi hauek jasotzen ditu: talentu banku bat, Gobernuak sustatutako nazioarteko beka baten onuradun izan diren edo atzerriko esperientzia eta prestakuntza eskakizunak betetzen dituzten gazteekin; kanpo-merkataritzako teknikariak kontratatzea; esportazioko kudeatzaileen programa bat; nazioarteko praktiken programa bat; kanpoan dauden nafarren NavarraRED plataforma bultzatzea; eta Nazioarteko Harremanei buruzko Gradu bat sortzea Nafarroako Unibertsitate Publikoan.

% 184,23ko balantza komertzial positiboa

Nafarroako 2017-2020 aldirako Nazioarteko Planaren zirriborroa egin aurretik, Nafarroako enpresen kanporatzeari buruzko diagnostiko bat egin da, kualitatiboa zein kuantitatiboa. Horrela, eskuragarri ditugun azkeneko datuen arabera –2016koak dira–, 2.579 enpresa esportatzaile dago Nafarroan, eta horietatik 888 enpresak modu erregularrean esportatzen dute, hau da, Foru Komunitateko enpresa guztien % 4,2k. Nafarroako esportazioak 8.338 milioi eurokoak izan ziren 2016an; datu hori inportazioekin alderatuta, Foru Komunitatearen balantza komertziala positiboa da, % 184,23koa.

2013. eta 2015. urteen artean, enpresa esportatzaile erregularren % 6ko etengabeko hazkundera gertatu da Nafarroan; hazkunde hori geldotu egin da 2016an, urte horretan % 3 hazi baita era horretako enpresen kopurua. Nafarroako esportazioak Espainiakoen % 3,3 dira, eta proportzio horri antzera eutsi

zaio azkeneko urteetan zehar. Probintzien rankingean, zazpigarren postuan dago Nafarroa.

Nafarroako salmenten bost merkatu nagusiek hartzen dute esportazio guztien erdia, % 52, hain zuzen ere. Frantzia (% 16,87), Alemania (% 15,32), Italia (% 7,59), Erresuma Batua (% 7,22) eta Turkia (% 4,74) dira. Lehenengo biek hartzen dute salmenta guztien heren bat. Batasunetik kanpoko hiru merkatu nagusiak dira lehen aipatu dugun Turkia, Amerikako Estatu Batuak (% 3,75) eta Mexiko (% 2,48).

Produktuei erreparatuta, automobilgintzaren sektoreak jarraitzen du izaten Nafarroako esportazioen motorra: % 44 2016an. Hurrengo produktu garrantzitsuenak dira: ekipo elektrogenoak, makineria-zatiak, eta lekaleak eta barazkiak.

Nazioartekotzeko moduak eta oztopoak

Garapen Ekonomikoko Departamentuak, gainera, 426 inkesta egin ditu 22 enpresaren eta nazioartekotzean funtsezkoak diren bitarteko 12 eragile publiko zein pribaturen artean, eta 11 eztabaidatalde antolatu ditu.

Nafarroako enpresek nazioartekotze-prozesuan aurkitzen dituzten oztopoei buruz, esan dute tamaina falta eta, beraz, egitura falta, dela oztoporik garrantzitsuenak. Enpresen % 48k funtsezkotzat jotzen du oztopo hori. Bigarren alderdia informazio falta da; enpresen % 47k aipatu du hori. Hirugarren oztopoa da laguntza publiko falta edo eskasia (enpresen % 43k).

Neurri txikiagoan aipatzen dira beste alderdi batzuk ere, hala nola lehiakortasun txikia prezioetan (% 31), produktu-lehiakortasun eskasa (% 27), langileen prestakuntza falta (% 25) eta hizkuntza arloko prestakuntza faltaren arazoa (% 20).

Bestalde, nazioartekotzeko arrazoi nagusia enpresaren hazkunde naturala dela; gerora etorritako aukerena baino askoz gehiago. Horrek erakusten du estrategia progresiboak eta pixkanakakoak sortzen direla, ez oportunistak, nolabait kontserbadoreak, eta beharbada berrikuntza-maila txikiagokoak. Aitzitik, zerbitzu-enpresetan, gutxi diren arren, kanpora irtetearen arrazoiak sortutako aukerak izan daitezke, gehiago daude lotuta jauzi estrategikoekin, berrikuntzarekin, posizionamendurekin, etab.

Azkenik, nazioartekotzeko moduei dagokienez, formula ohikoena da banatzaileen bidezko salmenta, kasuen % 36an. Inkestari erantzun dioten enpresen % 12k esportazioko partzuergoaren formula erabiltzen du, eta % 9k dauzka filialak helmugako merkatuetan