

Gorraiz, a 18 de marzo de 2010

COMUNICADO DE PRENSA

Seminarios Institución Futuro

Juan Franco, director general de Desarrollo Internacional del Gobierno de Navarra

“Hay que fomentar la imagen de Navarra como región de negocios, no sólo de turismo”

Juan Franco, director general de Desarrollo Internacional del Gobierno de Navarra, desgranó los ejes del Plan Internacional de Navarra y reconoció que ya se ha ejecutado buena parte del mismo.

El miércoles, 10 de marzo de 2010, tuvo lugar un seminario organizado por el think tank Institución Futuro. La jornada, que contó con Juan Franco, director general de Desarrollo Internacional del Gobierno de Navarra, llevó por título ***Plan Internacional de Navarra: avances y nuevas propuestas para las empresas*** y estuvo dirigida por Emilio Huerta, director del Centro para la Competitividad de Navarra/Institución Futuro.

El director general de Desarrollo Internacional expuso ante una treintena de empresarios las características del Plan Internacional de Navarra (PIN), que se puso en marcha, tras meses de preparación, el 10 de noviembre de 2008 y que está previsto termine el septiembre del año que viene.

Según Franco, la situación de Navarra es ventajosa respecto a otras comunidades autónomas, debido al saldo de la balanza comercial y la inversión extranjera en Navarra. Pero aún y todo, “es necesario impulsar que las empresas navarras salgan todavía más al exterior”.

Para ello, el PIN se articula de acuerdo a cinco ejes: Educación y sociedad; Imagen económica de Navarra; Alianzas y redes; Captación y gestión de proyectos europeos; e Internacionalización de la empresa. Respecto a la primera acción –impulso de modelos bilingües y fomento de la movilidad de profesores y alumnos al extranjero mediante becas-, el ponente admitió la extrema importancia de la educación y reconoció el “riesgo de que los jóvenes no tengan la formación necesaria para cubrir los retos que supone la internacionalización de la empresa”.

La imagen económica de la Comunidad Foral en el exterior es otro aspecto relevante, puesto que actualmente “Navarra es más conocida por el turismo y el aspecto lúdico que por ser un buen lugar para hacer negocios”. Las alianzas con entidades tales como



Institutos Cervantes, el Instituto Español de Comercio Español, embajadas y consulados están facilitando la difusión de dicha imagen más profesional. La captación y gestión de proyectos europeos e internacionales, de los cuales ya se están beneficiando 41 entidades, resulta fundamental. Por último, el eje de internacionalización de la empresa -con acciones como la ampliación, en colaboración con la Cámara de Comercio, de la red de promotores en el exterior, el apoyo a los exportadores y la atracción de inversiones extranjeras- está consiguiendo que se amplíe la red de promotores y se pongan en marcha programas de iniciación a la exportación.

Para finalizar, Juan Franco destacó que el porcentaje medio de ejecución del plan es ya del 86% y que la creación del Consejo Internacional de Navarra, de carácter consultivo, es una buena herramienta integradora de los agentes socioeconómicos involucrados en la internacionalización de Navarra.

Más información:

Presentación de Juan Franco:

<http://www.ifuturo.org/comun/ficheroAPC.asp?id=2806>

Foto del evento:

<http://www.ifuturo.org/comun/ficheroAPC.asp?id=2807>

De izquierda a derecha, Emilio Huerta y Juan Franco.

Para más información, contactar con Ana Yerro, responsable de comunicación de Institución Futuro T. 948337900 - 649672177 | comunicacion@ifuturo.org