â A CÃ¡mara de Comercio de Compostela aposta pola promociÃ³n internacionalâ , afirma a sÃºa nova presidenta MarÃa PaÃs

Description

1. Dentro do convulso contexto econÃ³mico mundial, cales son na sÃºa opiniÃ³n os puntos fortes e as alianzas coas que conta Galicia e a cidade para acadar o desenvolvemento no seu territorio?

Resulta evidente que Galicia ao igual que outros territorios, viuse afectada pola situaciÃ³n mundial actual, marcada por un contexto de inflaciÃ³n crecente e unha guerra no noso continente. Non obstante, cÃ³mpre manterse firmes na nosa estratexia de desenvolvemento e promociÃ³n econÃ³mica na rexiÃ³n.

Por unha banda, malia ser o turismo un dos principais motores da economÃa galega e compostelÃ¡, Ã© necesaria unha diversificaciÃ³n econÃ³mica, comezando por potenciar a transformaciÃ³n e reforzo do sector industrial, tal e como se recolle na Axenda Urbana 2030. AsÃ mesmo, cÃ³mpre resaltar o avance dun sector pioneiro como Ã© o da biotecnoloxÃa na rexiÃ³n de Santiago. Grazas Ã¡s continuas colaboraciÃ³ns de dÃºas instituciÃ³ns chave, a Universidade de Santiago de Compostela e o Complexo Hospitalario Universitario de Santiago, a cidade representa o 30% do sector biotech galego.

A creaciÃ³n e alta formaciÃ³n de capital humano Ã© un dos puntos fortes da nosa comunidade, en relaciÃ³n ao traballo docente e de investigaciÃ³n da USC, tamÃ©n considerada como unha das mellores universidades de EspaÃ±a. Tampouco nos podemos esquecer da elevada calidade de vida rexistrada na zona, como consecuencia da eficiencia dos servizos pÃºblicos e seguridade.

No que se refire Ã¡s alianzas galegas, Ã© importante salientar:

- a influenza das comunidades de galegos e galegas no estranxeiro, potenciais consumidores e prescritores dos nosos produtos. Ademais, recentemente a Xunta de Galicia expuxo en Zurich as caracterÃsticas do Plan Retorna, que pretende promover o retorno de emigrantes e descendentes a travÃ©s de postos de traballo.
- En segundo, lugar debido Ã¡ facilidade de comunicaciÃ³n e proximidade xeogrÃ¡fica, as terras lusas supoÃ±en un punto chave.

Por Ãºltimo mencionar a colaboraciÃ³n posta en marcha entre as Comunidades do Norte de EspaÃ±a para potenciar novas conexiÃ³ns con Francia.

2. E cales as principais barreiras e/ou resistencias para as empresas galegas?

Hai bastantes barreiras. Quizais a mÃ¡is importante Ã© a falta de referentes prÃ³ximos que animen aos empresarios a internacionalizarse. Afortunadamente isto cada vez vai a menos e as empresas xa nacen coa vocaciÃ³n internacional, ben sexa para comprar ou para vender.

Despois hai unha barreira importante que Ã© a da capacidade financeira da empresa. Comezar a internacionalizaciÃ³n Ã© unha decisiÃ³n estratÃ©xica da empresa, na cal toda a estrutura debe responder axeitadamente e ir acompaÃ±ada dun presuposto plurianual suficiente para levar a cabo os cambios necesarios nos produtos que necesitarÃ¡n axustarse a consumidores e esixencias legais diversas e realizar acciÃ³ns de promociÃ³n con viaxes comerciais, asistencia Ã¡ Feiras, Web en idiomas, etc.

O tamaÃ±o empresarial Ã© tamÃ©n un aspecto que xa se demostrou como chave para unha internacionalizaciÃ³n sostida. As empresas que exportan habitualmente, na sÃºa gran maiorÃa teÃ±en un tamaÃ±o medio superior ao que estamos acostumados a ver no Ã¡mbito domÃ©stico. Isto, non obstante, non quere dicir que as pequenas empresa non poidan exportar, pero si que lles serÃ¡ mÃ¡is complexo sosterse se non acadan un nÃºmero de vendas suficiente no curto prazo. E as prÃ©sas e o comercio exterior non se levan ben.

3. E a nivel de Santiago de Compostela, cal Ã© a sÃºa visiÃ³n sobre as vantaxes e desvantaxes coas que conta a cidade para a sÃºa internacionalizaciÃ³n?

Neste caso, cando falamos de Santiago, referinos Ã¡ demarcaciÃ³n cameral.

En primeiro lugar, a cidade de Santiago de Compostela Ã© en si mesma considerada como un monumento de recoÃ±ecemento internacional, grazas en maior parte ao valor turÃstico do CamiÃ±o de Santiago. Segundo os datos de 2022, mÃ¡is de 6 millÃ³ns de persoas escolleron Santiago como o seu destino de viaxe.

AsÃ mesmo, xa que se trata da capital administrativa da Comunidade AutÃ³noma, a proximidade institucional de cara Ã¡ cidade ten tamÃ©n un destacado impacto. Mais no sÃ³ no turismo, Compostela caracterÃzase por representar ate o 30% do sector biotecnolÃ³xico galego, un campo pioneiro e de innovaciÃ³n. Tal e como se mencionou con anterioridade, o capital humano altamente cualificado procedente da USC e as comunidades de galegos e galegas no estranxeiro, supoÃ±en dous factores diferenzadores para impulsar este proceso.

A creaciÃ³n e alta formaciÃ³n de capital humano Ã© un dos puntos fortes da nosa comunidade, en relaciÃ³n ao traballo docente e de investigaciÃ³n da USC, tamÃ©n considerada como unha das mellores universidades de EspaÃ±a. Tampouco nos podemos esquecer da elevada calidade de vida rexistrada na zona, como consecuencia da eficiencia dos servizos pÃºblicos e seguridade.

Outra vantaxe Ã© a estrutura de comunicaciÃ³n, que malia ser mellorables, dÃ³tannos dun aeroporto internacional, unha boa rede de autopistas e unha proximidade a varios portos importantes.

Do mesmo modo, o feito de ter importantÃsimas empresas tractoras na zona, como poden ser Finsa, TelevÃ©s, Urovesa, Jealsa ou Aluminios Cortizo, fan que o ecosistema empresarial se nutra de grandes referentes e xurdan sinerxÃas importantes con toda a cadea de valor de empresas subministradoras, transportistas, de recursos humanos, etc.

Ã? por isto que cÃ³mpre manterse firmes na nosa estratexia de desenvolvemento e promociÃ³n econÃ³mica na rexiÃ³n.

A pesar de todo isto, Santiago aÃnda ten camiÃ±o por recorrer en termos de internacionalizaciÃ³n. O tema poboacional supÃ³n un gran obstÃ¡culo. O reducido nÃºmero de habitantes e a elevada dispersiÃ³n territorial xunto coa falta de conexiÃ³n e integridade dos servizos mÃ¡is o avellentamento poboacional, son puntos claramente desfavorables.

A isto sÃºmase a falta de terreo industrial e a necesidade de potenciar a diversificaciÃ³n econÃ³mica na zona. Por Ãºltimo tamÃ©n supÃ³n un problema a excesiva concentraciÃ³n do investimento estranxeiro noutros territorios de EspaÃ±a.

4. Cales son, para vostede, as principais contribuciÃ³n da CÃ¡mara de Comercio de Santiago Ã¡ internacionalizaciÃ³n da economÃa galega e da cidade?

A CÃ¡mara estÃ¡ integrada por moitas empresas que estÃ¡n no sÃ³ internacionalizadas, senÃ³n aquelas Ã¡s que lle podemos chamar globais, Ã© dicir cuxa estratexia se basea na consideraciÃ³n dun conxunto amplo de zonas comerciais. Por tanto decidiuse apostar fai tempo pola promociÃ³n internacional como un dos seus eixes estratÃ©xicos fundamentais e que as empresa da demarcaciÃ³n tiveran acceso Ã¡ asesorÃa, tramitaciÃ³n de documentaciÃ³n internacional e a programas de expansiÃ³n comercial no exterior como MisiÃ³n Comerciais, ExposiciÃ³n en Feiras, asistencia a convenciÃ³ns e foros de negocios, etc.

Moi recentemente a CÃ¡mara adheriuse novamente como organismo colaborador para o programa patrocinado polo Igape de MisiÃ³n Comerciais internacionais para Pemes e grandes empresas. Ã? importante salientar que as CÃ¡maras galegas levamos desenvolvendo estes plans mÃ¡is de 30 anos e que temos asÃ unha experiencia neste campo moi fundada que nos permite adaptarnos a mercados moi diversos e en situaciÃ³ns moi variables. Por exemplo en tempos de pandemia cando todo pareceu pecharse, desenvolvÃ©ronse con bastante Ã©xito misiÃ³ns comerciais e feiras virtuais.

5. Desde o seu punto de vista, cales serÃ¡n os principais retos da expansiÃ³n da economÃa galega no eido internacional nos vindeiros anos?

Transformar a competitividade econÃ³mica galega dende a perspectiva de salarios baixos a incrementar o valor engadido dos produtos e servizo, a travÃ©s da innovaciÃ³n, calidade, formaciÃ³n de capital humana, etc.

Un dos retos fundamentais Ã© o cambio de enfoque sobre a competitividade do sector econÃ³mico galego. Ã? necesario pasar daquelas ideas referidas a vantaxes en canto a custos laborais baixos, Ã¡ perspectiva de incremento do valor engadido nos nosos produtos e servizos. AsÃ, promover proxectos baseados na innovaciÃ³n tecnolÃ³xica, transiciÃ³n medioambiental, enerxÃas limpas ou nun maior investimentos do capital humano para apostar polo noso talento. A pesar dos avances en materia de igualdade e o acceso das mulleres ao mercado laboral, Ã© necesario dar un paso mÃ¡is alÃ¡, e promover a sÃºa integraciÃ³n en postos de maior responsabilidades para loitar contra un teito de cristal aÃnda presente.

Dende un punto de vista mÃ¡is tÃ©cnico, o desinvestimento industrial que sufriu Galicia nos Ãºltimo anos tivo un impacto extremadamente negativo neste campo. Ã? por esta razÃ³n que o desenvolvemento de solo industrial e empresarial vinculado aos sectores pioneiros da nosa comunidade debe converterse nunha prioridade estratÃ©xica. Na mesma liÃ±a Ã© urxente unha reforma e transformaciÃ³n do noso sector industrial.

6. Como poderÃa colaborar na mellora da actividade de internacionalizaciÃ³n da economÃa galega? Que necesidades detectan para isto na sÃºa instituciÃ³n?

O pleno desta corporaciÃ³n fixou como obxectivo ser o interlocutor diante das administraciÃ³ns pÃºblicas das demandas e necesidades das empresas. PorÃ©n, sempre que se tivo a oportunidade insistiuse en elementos como a desburocratizaciÃ³n das liÃ±as de axuda, flexibilidade, e un elemento importantÃsimo que Ã© a coordinaciÃ³n da acciÃ³n comercial exterior de Galicia. Isto non quere dicir que se conseguise na sÃºa totalidade, aÃnda se ven moitas contradiciÃ³ns nos programas, tanto en termos de obxectivos como na sÃºa execuciÃ³n, pero Ã© certo que tamÃ©n se rexistraron melloras.

Hai un aspecto que pensamos que serÃa moi importante para a mellora da actividade internacionalizadora da empresa; a externalizaciÃ³n das distintas liÃ±as de axuda nas CÃ¡maras de Comercio galegas para que, coa debida supervisiÃ³n do Igape ou da ConsellerÃa, se poida coordinar toda a axuda Ã¡ promociÃ³n exterior, evitando duplicidades e contradiciÃ³ns.

7. Nun contexto internacional crecentemente convulso como o actual, observan/contemplan oportunidades de colaboraciÃ³n (proxectos, xornadas, etc.) no futuro con axentes do terceiro sector especializados na anÃ¡lise do contexto internacional como o IGADI (Instituto Galego de AnÃ¡lise e DocumentaciÃ³n Internacional)?

Un dos obxectivos da CÃ¡mara Ã© a coordinaciÃ³n de intereses compartidos entre empresas, asociaciÃ³n sectoriais, fundaciÃ³ns e institutos de estudo para que todo aquilo que supoÃ±a unha mellora das estratexias e proxectos que fagan mÃ¡is competitiva a Galicia. Polo tanto, a colaboraciÃ³n con IGADI pode ser unha liÃ±a que contribÃºa a este obxectivo.

CoÃ±ecendo ao/Ã¡ entrevistado/a

Un feito histÃ³rico para e economÃa galega no Ã¡mbito internacional:

PoderÃase dicir que o feito mÃ¡is sinalado da economÃa galega no campo internacional foi a entrada na UniÃ³n Europea no ano 1986 e a posterior incorporaciÃ³n do euro no 2002. Este feito histÃ³rico provocou a apertura de novos mercados e oportunidades para as empresas e sociedade galegas. Por unha banda, os nosos negocios comezaron a interactuar cos actores europeos, buscar novas liÃ±as de financiaciÃ³n, investimentos innovadores e produtivos, asÃ como promover as exportaciÃ³ns galegas nos mercados europeos. Do mesmo xeito, esta nova situaciÃ³n achegou importantes empresas estranxeiras e o seu capital Ã¡s nosas terras, a travÃ©s de investimentos na creaciÃ³n de novos proxectos empresarias e iniciativas que axudarÃan a diversificar e potenciar a economÃa rexional.

AdemÃ¡is, facilitouse a saÃda exterior en termos da competencia internacional, xa que no marco da anterior CEE, levouse a cabo unha homoxeneizaciÃ³n das normas de comercio exterior, para facilitar a transparencia e a competencia xusta. A participaciÃ³n en polÃticas comÃºns como a PAC, e outros fondos europeos como os FEDER (Fondo Europeo de Desenvolvemento EconÃ³mico Rexional) ou o FSE (Fondo Social Europeo) foi tamÃ©n un feito a sinalar que chegou da man da entrada nesta instituciÃ³n

Un obxectivo para o seu mandato:

O noso obxectivo Ã© fundamentalmente converter a CÃ¡mara de Comercio de Santiago nun eixe vertebrador da sociedade. Isto implica, entre outras cousas, coÃ±ecer en detalle as demandas das empresas de toda a demarcaciÃ³n cameral, estratexia que se levarÃ¡ a cabo coa colaboraciÃ³n e visitas aos concellos e asociaciÃ³ns empresariais. Outro elemento chave Ã© a interlocuciÃ³n habitual coa AdministraciÃ³n PÃºblica, co obxectivo de comunicarlle as necesidades recadadas das empresas, facendo asÃ de altofalante e representaciÃ³n das mesmas.

Con todo isto, consideramos fundamental desenvolver acciÃ³ns para contribuÃr a crear e fixar o texido empresarial da zona, asÃ como a xerar emprego de calidade e proxectos que incrementen o valor engadido das actividades empresariais. AsÃ mesmo, pretendemos facilitar a participaciÃ³n das empresas na toma de decisiÃ³ns en relaciÃ³ns a unha inversiÃ³n eficiente dos fondos europeos.

Por Ãºltimo, Ã© necesario poder dar Ã¡ CÃ¡mara unha estabilidade financeira a longo prazo para poder acadar os obxectivos da mesma. Isto dÃ©bese obter a travÃ©s dos convenios de colaboraciÃ³n coas administraciÃ³ns pÃºblicas e a travÃ©s da incorporaciÃ³n Ã¡ CÃ¡mara de novas empresas socias.

Un reto de futuro para a acciÃ³n exterior galega:

Un eixe fundamental da estratexia exterior galega Ã© a incorporaciÃ³n das nosas Pemes nesta actividade. Para isto, a CÃ¡mara de Comercio en colaboraciÃ³n co Igape e coa financiaciÃ³n europea, leva a cabo unha serie de acciÃ³ns e misiÃ³n comerciais que teÃ±en como obxectivo facilitar a introduciÃ³n das pequenas empresas galegas no Ã¡mbito comercio internacional. Semella ademais esencial, incrementar a nosa base habitual de empresas exportadoras, pois consideramos que as empresas galegas teÃ±en o potencial e calidade suficientes para competir no exterior. Por Ãºltimo, outro dos retos actuais Ã© o de diversificar tanto os sectores econÃ³micos como os mercados exteriores obxectivo fÃ³ra da UE.

Moitas grazas polas sÃºas achegas

Desde o **IGADI** agardamos moitos Ã©xitos nos obxectivos formulados

Diego Sande Veiga

Coordinador da liÃ±a de investigaciÃ³n en EconomÃa do IGADI

Profesor do Departamento de EconomÃa Aplicada da Universidade de Santiago de Compostela

ETIQUETAS

economÃa global galicia   cÃ¡maras de comercio   AcciÃ³n exterior   marketing territorial

internacionalizaciÃ³n compostela

IDIOMA

Galego

INVESTIGACION

Paradiplomacia EconomÃa

Date Created
Abril 18, 2023

Meta Fields

Autoria :	16967
Datapublicacion :	20230328
Subtitulo :	DIEGO SANDE VEIGA ENTREVISTA A MARÃ•A PAÃ•S, RECENTEMENTE NOMEADA COMO PRESIDENTA DA CÃ•MARA DE COMERCIO DE SANTIAGO DE COMPOSTELA