



Galicia e a internacionalizaciÃ³n do emprendemento: Un marco normativo para o futuro

Description

Unha tendencia crecente

Sen embargo, a pesar das diferentes barreiras, o emprendemento en Galicia estÃ¡ a amosar unha tendencia crecente cara Ã¡ internacionalizaciÃ³n temperÃ¡. Segundo o estudo *â??A matriz de internacionalizaciÃ³n do emprendemento galego: un marco normativoâ??*, elaborado con datos do Consorcio da Zona Franca de Vigo, as empresas creadas entre 2017 e 2021 internacionalizÃ¡ronse, de media, un ano despois da sÃ¡a fundaciÃ³n. Este dato contrasta notablemente cos 3 anos e 9 meses que necesitaron as empresas creadas entre 1999 e 2003, ou os 3 anos e 4 meses das empresas fundadas entre 2007 e 2011. Este cambio suxire unha evoluciÃ³n positiva impulsada por avances tecnolÃ³xicos e polÃ¡ticas pÃºblicas favorables.

Para seguir nesta senda, existen medidas destacadas como o uso de ferramentas dixitais, a creaciÃ³n de programas formativos especializados en xestiÃ³n internacional e a mellora do apoio institucional, que poden ser tomadas pola administraciÃ³n pÃºblica. Ademais, Ã© esencial seguir promovendo alianzas estratÃ©xicas con rexistros veciÃ±as, como Portugal, aproveitando a proximidade cultural e xeogrÃ¡fica para facilitar a entrada a novos mercados.

Clasificar as empresas

A Matriz de InternacionalizaciÃ³n do Emprendemento Galego (Matriz IEG), Ã© un modelo desenvolvido a partir de datos recollidos de 459 empresas galegas exportadoras, que permite identificar patrÃ³ns claros no proceso de internacionalizaciÃ³n a travÃ©s da definiciÃ³n de catro perfÃ©s principais que ilustran as sÃ³as traxectorias.

En primeiro lugar, atopamos o perfil Compostela, que describe empresas caracterizadas por unha internacionalizaciÃ³n rÃ¡pida e profunda. Estas empresas amosan unha forte presenza nos mercados exteriores, consolidÃ¡ndose como actores relevantes no escenario global. Pola sÃ³a banda, o perfil Peregrina engloba aquelas empresas que seguen un proceso mÃ¡is pausado de internacionalizaciÃ³n, pero que, grazas a unha alta intensidade exportadora, logran establecerse con solidez nos mercados nos que operan. Noutro extremo, o perfil Feirante refÃ©rese a aquelas empresas que inician o seu proceso de internacionalizaciÃ³n de forma Ã¡xil, aÃ³nda que cunha menor intensidade inicial, o que limita o seu alcance nos primeiros anos de actividade internacional. Finalmente, o perfil PaseniÃ±o describe empresas cun enfoque cauteloso, que

se internacionalizan de xeito lento e con unha presenza limitada nos mercados internacionais.

Esta clasificación proporciona unha visión completa das fortalezas e debilidades do tecido empresarial galego no seu esforzo por competir a nivel global. Ademais, serve como ferramenta para orientar políticas e accións que permitan potenciar o potencial exportador dos emprendedores e pemes galegas, axudándolles a superar as barreiras existentes e a maximizar as súas oportunidades nos mercados exteriores.

Tecnoloxía, cultura e institucións

Existen tres factores clave que determinan a internacionalización do emprendemento galego. En primeiro lugar, os avances tecnolóxicos xogan un papel fundamental. Estes avances permiten ás empresas superar as barreiras iniciais e acceder a mercados internacionais de forma máis áxil. Como exemplo disto, as empresas creadas entre 2017 e 2021 internacionalizáronse, de media, un ano despois da súa fundación, fronte aos máis de tres anos necesarios para as creadas entre 1999 e 2003. Este progreso atribúese ao uso crecente de ferramentas dixitais que simplifican o acceso a mercados estranxeiros e reducen os custos asociados.

En segundo lugar, a predisposición cultural resulta ser un factor determinante. Aínda que Galicia conta cunha forte identidade cultural, isto pode supoñer tanto unha fortaleza como unha debilidade. En ocasións, as empresas galegas enfróntanse a barreiras lingüísticas e culturais nos mercados internacionais. Porén, aquelas empresas lideradas por xestores abertos ao risco e con experiencia internacional amosan unha maior capacidade para adaptarse e destacar en contornos globais.

Finalmente, o apoio institucional desempeña un rol crucial no proceso de internacionalización. Máis do 55% das empresas estudadas indicaron ter recibido algún tipo de apoio público, xa sexa en forma de axudas financeiras ou programas de formación. Este respaldo institucional resulta vital para axudar ás empresas a superar obstáculos como a burocracia, a escaseza de recursos e a falta de experiencia nos mercados internacionais.

Propostas para o futuro

Para fortalecer a posición de Galicia no eido internacional, resulta esencial fomentar o uso de tecnoloxías que permitan ás empresas reducir custos e ampliar o seu alcance en mercados internacionais. A dixitalización preséntase como unha ferramenta indispensable para mellorar a eficiencia operativa e facilitar o acceso a novos clientes. Ademais, a creación de programas formativos centrados en competencias interculturais e xestión internacional é fundamental para dotar aos emprendedores e xestores galegos das habilidades necesarias para navegar con éxito nos mercados globais.

Outro aspecto clave é o fortalecemento do apoio institucional, a través de esquemas de subvencións que non só faciliten a entrada a mercados estranxeiros, senón que tamén contribúan a reducir as barreiras burocráticas que adoitan frear a internacionalización. Finalmente, a promoción de alianzas rexionais, especialmente aproveitando a proximidade xeográfica e cultural con Portugal, pode abrir novas oportunidades de colaboración transfronteiriza e consolidar a presenza galega en escenarios internacionais.

A internacionalización non só é unha opción, senón unha necesidade para asegurar o futuro económico de Galicia. É necesario que as empresas galegas conten co apoio axeitado e unha visión estratéxica para consolidarse como referentes nun mundo cada vez máis interconectado.

APARTADO TEMÁTICO XEOGRÁFICOS

Acción exterior de Galicia

ETIQUETAS

Nás no Mundo Galicia Empresas internacional Liña de investigación Económica Diego Sande Veiga

IDIOMA

Galego

INVESTIGACION

Paradiplomacia Economía

Date Created

Xaneiro 31, 2025

Meta Fields

Autoria : 108691