

Tres décadas abrindo mercados ás empresas galegas

Antonio Fontenla Ramil

O fomento da internacionalización das empresas galegas, a ampliación do seu raio de acción, facilitando o acceso a novos e proveitosos mercados, foi un dos trazos distintivos da Confederación de Empresarios de Galicia (CEG) desde a súa creación, da que este ano se celebra o 30 aniversario. Ao longo destas tres décadas, a organización empresarial galega incentivou a presenza exterior do noso tecido produtivo na certeza de que o grao de apertura que ofrezca a nosa economía garda unha relación directa coa súa competitividade e demóstrase, por tanto, como unha das mellores garantías para o seu futuro.

Esta crenza impulsou á CEG a emprender ao longo da súa traxectoria numerosos programas e actuacións, con diversos obxectivos e mercados de destino, centrados por regra xeral nos socios comerciais máis próximos da Unión Europea e na América Latina. Unha revisión do realizado nestes trinta anos traduciríase nunha extensa lista de encontros bilaterais, misións directas e inversas, congresos, accións de formación e contactos con representacións diplomáticas, desenvolvidos todos eles co obxectivo de especificar e expoñer ás empresas galegas as oportunidades de negocios que presentan outros territorios.

De modo significativo pódese destacar como un dos fitos que marcan esta traxectoria a integración da CEG na Rede Euro Info Centros, por canto foi a primeira e única organización da Comunidade en realizalo. Esta rede foi unha iniciativa promovida pola Comisión Europea co obxectivo de achegar e incentivar a participación das empresas nas oportunidades do mercado único. Desde 1989, a organización empresarial non deixou de traballar intensamente neste ámbito co ánimo de incorporar as empresas galegas a un mercado que, nestes momentos, conta con máis de 500 millóns de consumidores, 220 millóns de traballadores e 20 millóns de empresas.

Naquela altura, xa intuíamos que unha crecente participación das empresas na Europa ofrecía ao tempo unha vía para inserir o tecido produtivo galego nos mercados globais. O proxecto europeo supuxo sempre unha poderosa panca para gañar impulso, baseándose nas posibilidades que ofrece tanto o seu amplo mercado interior como os múltiples acordos de libre comercio que auspicia con outros países para mellorar o nivel de intercambios comerciais.

Deste xeito, a Unión Europea (UE) supuxo un valioso estímulo para as empresas galegas ao ampliar as miras dun territorio periférico e determinouse tamén como o seu principal socio comercial. A pesar diso, o dinamismo que experimentaron nas últimas décadas o proxecto europeo e o mercado interior español, destinos en que se centraron os obxectivos de venda das empresas, reduciuse, o que obriga a