

A INTERNACIONALIZACIÓN DO COMERCIO

ANTONIO COUCEIRO MÉNDEZ

Excmo. Sr. Conselleiro de Industria e Comercio
Xunta de Galicia

Un dos fenómenos máis relevantes dos últimos anos foi o da globalización dos mercados. Os fluxos de intercambios comerciais entre as nacións creceron como nunca o fixeran durante o pasado e a interdependencia entre as economías non deixou de se incrementar. Ademais, a tecnoloxía eliminou as distancias entre os países e convertiu en irrelevantes as diferencias entre mercados internos e externos.

A este proceso de internacionalización non se sustraeu España. O novo contorno obrigou ás empresas españolas a formula-las súas estratexias de compras, vendas e financiación cun enfoque mundial global ou, cando menos nunha primeira fase, europeo. O grao de apertura externa da economía nacional, a súa intensidade exportadora, a integración da empresa nacional nos mercados financeiros internacionais e a participación do noso país nas transferencias de tecnoloxía marcarán a meta a alcanzar polas nosas empresas no ámbito internacional.

Outras das razóns que explican a evolución do comercio exterior de España nos últimos tempos baséanse nos efectos positivos das desvalorizacións que foi sufrindo a peseta dende mediados de 1992, así como na forte caída da demanda interna que obrigou ás empresas a buscar novos mercados para os seus produtos.

O proceso de apertura de Galicia, iniciado dende a nosa incorporación á Unión Europea, área xeográfica e comercial que segue mantendo posicións de primacía nos intercambios coa nosa comunidade, confírmase cos datos do exercicio de 1994, ó consolidarse o ritmo ascendente que se está producindo nas exportacións sobre as importacións (alcanzouse un 86,4% de taxa de cobertura, unha das mellores dende comezos dos anos 80) á vez que ámbalas dúas magnitudes medraban de forma significativa.

A comercialización dos produtos galegos nos mercados internacionais é potenciada dende a Administración Autónoma de Galicia mediante actuacións como as enmarcadas no Plan FOEXGA (Fomento das Exportacións Galegas). Este programa, en marcha dende o ano 1992, contempla accións directas e inmediatas no exterior, como misións comerciais a outros países e asistencia a feiras internacionais.

Outras accións da Xunta de Galicia lévanse a cabo en estreita colaboración coa Federación de Empresarios Galegos no Exterior (FEGAEX), na que se integran gran número de asociacións que actúan como antenas de Galicia noutros países, mediante a canalización de investimentos cara a esta Comunidade Autónoma, a introducción de produtos galegos nos mercados estranxeiros e a realización de negocios conxuntos entre empresarios de Galicia e o exterior.

Recentemente, deuse un paso importante coa creación da Fundación para o Fomento dos Investimentos de Orixe Galega, na que se integran a Xunta de Galicia, as Cámaras de Comercio, FEGAEX e a Confederación Galega de Empresarios. O seu obxectivo esencial é promociona-lo comercio exterior de Galicia asegurando a coordinación de actuacións entre tódalas partes implicadas e garantindo a optimización dos recursos públicos destinados a este fin. Trátase, en definitiva, de posicionarse no novo escenario que empeza a configurarse para o comercio mundial, un panorama no que desempeñan un papel esencial unha serie de acontecementos recentes ós que nos referiremos de seguido.

A nova situación dos mercados vén dada pola liberalización do comercio mundial e o seu crecemento. O comercio mundial enmárcase este ano nun contexto de reactivación económica confirmada nos países industrializados e que constitúe un factor básico para un desenvolvemento máis acelerado daquel. Á vez, o inicio de 1995 trae consigo a posta en marcha dos acordos comerciais alcanzados na "Ronda Uruguai do Acordo de Aranceis e Comercio" (GATT) e o inicio dos prazos de aplicación de tódolos protocolos asinados no "Cumio de Marrakech", feitos, ámbolos dous, que xa foron ratificados polos principais países asinantes e que, entre

outras consecuencias, supuxeron a fundación da Organización Mundial do Comercio (OMC) que vai establecer un marco regular estable do comercio internacional ata o século XXI.

Outros acontecementos recentes como a ampliación da Unión Europea, o proceso iniciado como o Cumio Europeo de Essen que abre o camiño da expansión da Unión Europea cara ós países de Europa central e oriental, a adopción dunha política mediterránea renovada e máis activa por parte comunitaria, e a proposta dun acordo marco interrexional cos países de MERCOSUR, todos eles producidos no ámbito comunitario, terán a súa influencia e repercusión no comercio internacional.

Fóra da Unión Europea outros acontecementos contribúen tamén a defini-lo escenario dos intercambios comerciais para o futuro inmediato salientando, entre outros, o chamado "Cumio das Américas", no que se fixou o ano 2005 como a data prevista para ultima-las negociacións cara á creación dunha zona de libre comercio no continente americano, así como a recente reunión do "Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico" (APEC), onde se acordou liberaliza-lo comercio e os investimentos desa rexión que engloba a 18 países da área do Pacífico antes do ano 2020.

Os tres rangos esenciais do comercio internacional: liberalización, globalización e rexionalización vanse manifestar no futuro de forma moito máis definida. A liberalización supón a consolidación de conxuntos rexionais que permitirán asegurar posicións nos mercados máis inmediatos fronte ós competidores a xuntar forzas nas asociacións comerciais multilaterais. A "Ronda de Uruguai", co papel regulador que se lle atribúe á OMC, convértese por dereito propio no líder de tódalas liberalizacións, e supoñerá, segundo a secretaría do GATT, que unha vez aplicados na súa totalidade os acordos, o comercio de mercadorías aumentará nun 12% sobre as taxas de crecemento actuais.

Ante o horizonte da liberalización formulada pola aplicación completa dos acordos do GATT, nos últimos meses de 1994 produciuse unha aceleración dos acordos comerciais rexionais, cunha incidencia inmediata sobre cifras de transaccións e fluxos comerciais nula, pero que comeza a configura-lo panorama do futuro.

Na mesma liña, o Cumio de Países Americanos (agás Cuba), celebrada en Estados Unidos a finais de decembro do pasado ano, sentou as bases dun proceso que debe permitir realiza-las negociacións necesarias para chegar no ano 2005 a un acordo que estableza unha zona de libre comercio en América (norte e sur) e que contaría con máis de 850 millóns de consumidores.

No Pacífico, zona que conta cun acelerado desenvolvemento económico, os 18 países que compoñen a APEC anunciaron o compromiso de logra-la liberalización do comercio e os investimentos no ano 2020, tarefa, non obstante, nada sinxela de artellar, xa que dentro del coinciden dúas economías con fortes enfrontamentos comerciais (Estados Unidos e Xapón) e porque China está emerxendo como unha potencia económica e comercial con intereses cada vez máis definidos.

A Unión Europea desempeñará tamén un papel importante neste novo escenario no que se desenvolverá o comercio internacional no futuro.

As reaccións no seo da UE fronte ós acordos tomados no chamado "Cumio das Américas"; a aprobación no "Cumio de Essen" do inicio do proceso para establecer a curto prazo negociacións cos países de MERCOSUR para chegar a un acordo marco interrexional que podería chegar a aplicarse no ano 2001 e que, de materializarse, supoñería que a UE podería cubri-lo 36% das importacións de ditos países; a ampliación da UE dende o 1 de xaneiro de 1995 ata 15 países; o inicio do proceso que dará lugar á integración de pleno dereito dalgúns dos países de Europa central e oriental e a aprobación da chamada "Política Mediterránea renovada", son todos eles acontecementos que terminarán por configura-lo marco das novas relacións comerciais no ámbito internacional.

As perspectivas no futuro do comercio mundial, en resumo, veñen marcadas por tres características esenciais: a liberalización, a globalización e a rexionalización, que definen plenamente o novo marco das transaccións internacionais e do que España e Galicia non poderán sustraerse.