

## Empresas galegas viaxan a India na primeira misión estudo organizada pola Cámara

- O sector da pesca é o protagonista desta acción, na que está previsto que as firmas galegas fagan un percorrido polos principais portos pesqueiros e comerciais do país: Mumbai, Cochin e Ceñía
- A axenda da viaxe contempla a visita aos máis relevantes centros de produción en cada zona

**Vigo, 07-06-2010.-** O emerxente crecemento de India débese ao aumento do consumo privado, ao incremento da inversión, e ao aumento das exportacións de bens e servizos. I este último aspecto é o que levou a Cámara de Comercio de Vigo a organizar, por primeira vez, unha misión estudo coa pesca como principal protagonista. Deste modo, do 5 ao 12 de xuño, varias empresas galegas visitarán o país e comprobarán as oportunidades que se lle presentan. Da man da Cámara de Vigo as firmas galegas farán un percorrido polos principais portos pesqueiros e comerciais de India, a saber, Mumbai, Cochin e Ceñía, e terán a oportunidade de entrevistarse coas principais organizacións do sector: The Sea Food Exporters Association of India (SEAI) nacida en 1973 e aglutinadora do 90% das empresas exportadoras de peixe; e The Marine Products Export Development Authority (MPEDA), constituída en 1972, e axencia propiedade do Gobierno encargada da promoción das exportacións no sector. Ademais, a viaxe lles permitirá coñecer os máis relevantes centros de produción en cada zona.

A India é o terceiro maior produtor de peixe do mundo e o segundo produtor máis grande de peixe de auga doce. Con 8.000 km de costa, un fondo mariño de 1,4 millóns de hectáreas e 3.000 hectáreas de Zona Económica Exclusiva (EEZ), a produción de peixe aumentou de 4,16 millóns de toneladas en 1991-92 (2,45 millóns de toneladas para mariños e 1,71 millóns de toneladas para a pesca continental) ata 7,12 millóns de toneladas en 2007-08 (2,92 millóns de toneladas de mariños e 4,20 millóns de toneladas para a pesca continental). Ademais, estimase que o sector emprega a máis de 5 millóns de persoas.

Os recursos peiqueiros do país están constituídos por unha gran variedade de especies (1.570 distintas de peixe e 1.000 de mariscos). Os peixes máis comercializados dentro do grupo dos peláxicos son a sardiña, a anchoa, a rincha, o carángido, o Bombay Duck e o atún, mentras que dentro do grupo dos demersales encóntrase a quenlla, a raia, a corvina e a perca. Ámbolos grupos supoñen o 80% do total da pesca, mentras que o outro 20% o compoñen os crustáceos e os mariscos (cun 15% e un 5% respectivamente).

Según datos da CMFRI durante 2008 a produción de peixe da costa sur este do país supuso un 34% da produción total, a noreste un 30%, a sureste un 20% e a noreste un 15%

## **Economía emerxente**

Son moitos os datos que se manexan cando falamos da India, e todos eles cobran unha importancia tremendamente alta ao pensar no futuro. En primeiro lugar hai que sinalar que o país pasou de ser, en apenas dous anos, un enfermo do continente asiático a unha das economías emerxentes máis prometedoras do planeta. Forma parte dos denominados mercados BRIC (Brasil, Rusia, India y China), catro potencias que en 2050 xerarán o 44% do Produto Interior Bruto mundial. Os gurús da economía internacional auguran tamén, con datos na man eso sí, que a India se convertirá por esas datas na terceira mayor economía do mundo xunto a EE.UU e un pouco antes, ata 2020, no país máis poblado da Terra. India posúe unha gran capacidade produtiva e unha increíble expansión de servizos, pese a que moitos dos seus habitantes seguen ancorados nunha economía de subsistencia.

E con estas pequenas pinceladas, a pregunta é clara: ¿cáles son as claves da súa traxectoria económica? O país deu, dende principios dos anos 90, pasos moi importantes dun proceso progresivo de liberalización e apertura da súa economía. E a estabilidade foi un factor constante nos últimos anos para o ámbito. Este crecemento levou a melloras graduais nos indicadores de benestar social (esperanza de vida, mortalidade infantil e taxas de alfabetización) e ao desenvolvemento dunha crecente “clase media”, especialmente urbana, con ingresos per cápita suficientes para demandar bens de consumo duradeiro. Ademáis, esta clase media, formada por máis de 380 millóns de indios, manifesta cada vez máis hábitos de compra “moi occidentais”.