

EVOLUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EXPORTACIONES VALENCIANAS 2000-2016: DIVERSIFICACIÓN Vs CONCENTRACIÓN



VARIABLES QUE INCIDEN EN LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES

Las principales variables que influyen en el comportamiento de las exportaciones son:

- La demanda interna del país exportador: a mayor demanda interna la pequeña y mediana empresa tiene menos necesidad de vender sus productos en otros mercados fuera de las fronteras. Las pymes españolas (y valencianas), por lo general, apuestan por la exportación de manera intermitente, coincidiendo con las fases de contracción del mercado doméstico.
- La demanda en los mercados de destino: en la medida en que la economía de un país crezca, la demanda de productos importados también aumenta, bien porque no dispone de ellos o porque puede optar por otros importados de mayor calidad.
- Los precios:
 - los precios del propio producto (competitividad-precio),
 - el tipo de cambio: si la moneda de un país se deprecia, sus productos exportados se abaratan en relación con la moneda que se aprecia, y gana competitividad via precio.
- Barreras a la exportación:
 - barreras arancelarias, que suponen un aumento del precio de los productos exportados
 - barreras no arancelarias, que impiden la exportación o elevan los costes por la necesidad de cumplir requisitos técnicos, sanitarios, etc.

Otras variables a tener en cuenta:

- La distancia del mercado cliente: a mayor distancia, mayores costes logísticos que incrementan el precio final de los productos en los mercados clientes, y pérdida de competitividad via precio

- Las diferencias culturales
- La situación sociopolítica de los países clientes: a mayor estabilidad, menores riesgos y mejores opciones de exportación.



EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA EN FUNCIÓN DEL CICLO ECONÓMICO

La evolución de las exportaciones valencianas ha estado ligada al comportamiento del ciclo económico regional. En los últimos quince años se puede observar tres grandes fases del ciclo económico:

2000-2008: Fase de expansión económica

En este período, las exportaciones mostraron un comportamiento de crecimiento moderado, inferior incluso a la media española, lo que provocó una caída de su peso en el conjunto español y la transformación del saldo comercial positivo en negativo. El dinamismo de la demanda nacional absorbía la producción industrial valenciana.

2009-2013: Fase de recesión económica

La profunda recesión económica, tanto a nivel nacional como internacional, provocó en los primeros dos años (2009-2010) una caída generalizada del comercio internacional, y también de las exportaciones valencianas. En los tres siguientes años, la significativa debilidad interna obligó a las empresas valencianas a buscar nuevos mercados en otros países, para poder sobrevivir. Es por ello, que las exportaciones crecieron a mayor ritmo y se convirtieron en el motor de los primeros indicios de la recuperación.

2014-2015: Fase de recuperación económica

La recuperación de la actividad económica en España –y por tanto de la demanda interna- ha venido acompañada por la continuidad y consolidación de las políticas de exportación de las empresas valencianas, lo que ha permitido que las ventas al exterior hayan acentuado notablemente su crecimiento. Así, en seis años, el importe de las exportaciones valencianas prácticamente se ha duplicado.





DIVERSIFICACIÓN - CONCENTRACIÓN

A principios de este siglo (año 2000) la principal característica de las exportaciones valencianas en cuanto a su distribución geográfica es su elevada concentración: más de las dos terceras partes de las exportaciones valencianas tienen como destino la Unión Europea de los 27, y más de la mitad los países de la zona euro. Las dos grandes áreas que le siguen –de lejos– son Norteamérica (8,7%) y Asia (8,8%).

En los 15 años siguientes, las condiciones socioeconómicas, tanto a nivel regional como nacional e internacional, han incidido de diversa forma en el mapa geográfico de las exportaciones valencianas.

Para su análisis hemos tomado como base las tres fases del ciclo económico analizadas para analizar el comportamiento geográfico de las exportaciones valencianas.

1. Evolución de las exportaciones de la Comunidad Valenciana

% Tasa de crecimiento promedio de cada período

| | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 | Enero-junio 2016 |
|--|-----------|-----------|-----------|------------------|
| Unión Europea 27 | 2,46 | 1,78 | 10,45 | 16,03 |
| Zona euro | 3,02 | 1,13 | 13,31 | 18,05 |
| Resto de Europa | 14,30 | 3,37 | -8,97 | -10,49 |
| África | 10,78 | 14,84 | 1,99 | -12,39 |
| Norte de África | 11,01 | 14,66 | 2,04 | -4,78 |
| Norteamérica | -7,21 | 16,78 | 30,92 | -6,61 |
| América Central | 6,11 | 8,12 | 16,70 | -2,28 |
| América del Sur | -1,40 | 34,89 | -21,13 | 3,99 |
| Asia | 1,17 | 11,61 | 6,46 | 0,35 |
| Países asiáticos de reciente industrialización | -3,50 | 14,51 | 2,63 | -5,80 |
| Países sudeste asiático | -3,92 | 18,50 | -3,42 | 11,30 |
| Asia Central | 31,22 | 23,42 | -12,13 | -20,18 |
| China | 16,15 | 14,33 | 1,79 | -3,80 |
| India | 9,45 | 29,44 | -0,07 | 3,73 |
| Japón | -8,90 | 8,03 | 45,65 | 21,72 |
| Oriente Medio | 1,90 | 9,40 | 10,84 | -0,15 |
| Oceanía | 4,20 | 36,66 | 15,35 | -17,53 |
| TOTAL | | | | |

Fuente: Ministerio de Economía y elaboración propia

2. Distribución geográfica de las exportaciones de la Comunidad Valenciana

% sobre el total de la media de cada período

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 | Enero-junio 2016 |
|--|------|-----------|-----------|-----------|------------------|
| Unión Europea 27 | 67,8 | 70,9 | 64,2 | 61,7 | 67,0 |
| Zona euro | 54,5 | 53,9 | 51,1 | 46,3 | 49,7 |
| Resto de Europa | 3,7 | 5,0 | 6,4 | 5,0 | 3,9 |
| África | 3,2 | 4,6 | 7,5 | 8,0 | 6,8 |
| Norte de África | 2,3 | 3,2 | 5,4 | 5,7 | 5,1 |
| Norteamérica | 9,7 | 7,7 | 6,2 | 9,8 | 8,9 |
| América Central | 1,4 | 1,2 | 1,0 | 1,0 | 1,0 |
| América del Sur | 1,7 | 1,2 | 2,3 | 2,1 | 1,7 |
| Asia | 8,9 | 7,8 | 9,9 | 10,3 | 9,0 |
| Países asiáticos de reciente industrialización | 1,7 | 1,3 | 1,3 | 1,4 | 1,1 |
| Países sudeste asiático | 1,1 | 0,9 | 1,0 | 0,9 | 0,8 |
| Asia Central | 0,01 | 0,04 | 0,08 | 0,07 | 0,06 |
| China | 0,6 | 0,9 | 1,8 | 1,7 | 1,6 |
| India | 0,2 | 0,2 | 0,6 | 0,5 | 0,5 |
| Japón | 1,1 | 0,6 | 0,3 | 0,7 | 0,3 |
| Oriente Medio | 4,6 | 4,0 | 5,0 | 5,1 | 4,8 |
| Oceanía | 0,5 | 0,5 | 0,5 | 0,9 | 0,8 |

Fuente: Ministerio de Economía y elaboración propia

Período 2000-2008

- El fuerte crecimiento del mercado interior, limita el crecimiento de las ventas de productos valencianos en los mercados europeos. Las empresas exportadoras mantienen su cuota de mercado en los países más consolidados.
- El notable dinamismo de las economías emergentes como Rusia, China, India, y el desarrollo de algunos países del este de Europa al entrar como miembros de la Unión Europea, impulsaron significativamente las ventas a dichos países.
- El resto de zonas geográficas registran un estancamiento e incluso retroceso de las exportaciones valencianas.

Por tanto, en este período, se mantuvo el nivel de concentración de las exportaciones valencianas en la Unión Europea, a la vez que el resto (25%) se redistribuyó hacia los países de mayor dinamismo económico, donde el fuerte aumento de la demanda exterior generó por sí sólo el crecimiento de las ventas de productos valencianos.

Período 2009-2013

La fuerte recesión económica en España a nivel internacional, tiene dos consecuencias:

- Los empresarios valencianos buscan colocar en los mercados internacionales lo que no pueden vender en el mercado nacional. Aumenta el número de empresas que exportan.
- Como los países de la Unión Europea también sufren la crisis económica, las ventas en estos países sufren un retroceso o estancamiento, según el país.
- Estados Unidos y los países emergentes superan con mayor rapidez y fortaleza la crisis, alcanzando tasas de crecimiento elevadas.

*En este período las exportaciones valencianas acentuaron notablemente una **tendencia hacia la diversificación** de mercados, en detrimento de los mercados europeos, mucho más debilitados. Las zonas de mayor dinamismo exportador fueron las de América Latina, India, Sudeste Asiático y Asia Central.*

Período 2014-2016

Ese último período ha venido caracterizado por la recuperación económica de los países desarrollados, una desaceleración del ritmo de crecimiento de los países emergentes, la depreciación del euro y la caída de los precios de petróleo en los mercados internacionales. Todas estas variables han incidido en el comportamiento de las exportaciones valencianas por zonas geográficas:

- La recuperación económica de la economía europea (aunque moderada), unido a la mejoría en calidad, diseño e innovación de los bienes exportados por las empresas valencianas, han mejorado el posicionamiento en los mercados europeos y un aumento de las exportaciones, muy por encima del registrado en los tres últimos quinquenios.
- La desaceleración de las economías emergentes asiáticas y algunas latinoamericanas como Brasil provocan retrocesos de las exportaciones valencianas.
- La caída de precio del petróleo provoca una crisis económica en países como Argelia, Rusia o Asia central, lo que implica una menor demanda de productos importados en estos mercados, donde los ingresos dependen fundamentalmente de la venta de petróleo.
- La apreciación del dólar con respecto al euro ha supuesto un aumento de la competitividad precio de los productos valencianos en los mercados del dólar: Norteamérica, y América central.

Desde el año 2014 se frena el proceso de diversificación geográfica de las exportaciones valencianas: el mercado de la Unión Europea vuelve a crecer y ganar cuota de mercado, aunque sin alcanzar los niveles previos a la crisis, mientras que algunos mercados más lejanos como Japón, Australia, y Norteamérica (incluyendo México) aumentan su dinamismo y peso en el total de exportaciones valencianas.



DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO

Productos agroalimentarios

Las exportaciones de productos agroalimentarios (incluidas bebidas) son las que registran un mayor grado de concentración, dado que el 84% de las mismas se dirigen a los mercados de la Unión Europea (de los 27).

En los últimos quince años ha experimentado una moderada tendencia hacia la diversificación geográfica, dado que las exportaciones a la UE27 pasa de representar el 90% entre 2000-2008 al 84% en 2014-2015.

Los mayores crecimientos se producen en los mercados asiáticos (con excepción de Japón) y en los mercados de Oriente Medio.

Durante los años de la crisis económica se produjo también un notable incremento de las exportaciones hacia los países europeos no pertenecientes a la UE, siendo Rusia el principal mercado. Las sanciones impuestas por este último país en 2015 a los productos europeos han paralizado las ventas de alimentos (sobre todo frescos) hacia el mercado ruso.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana de productos agroalimentarios Por zonas geográficas (%/Total)

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 89,4 | 90,07 | 86,52 | 83,94 |
| Zona euro | 72,5 | 73,11 | 70,32 | 67,77 |
| Resto de Europa | 1,5 | 2,23 | 5,02 | 4,44 |
| África | 1,5 | 1,66 | 2,16 | 2,97 |
| Norte de África | 0,7 | 0,93 | 1,14 | 1,66 |
| Norteamérica | 5,4 | 3,93 | 3,07 | 3,63 |
| América del Sur | 0,4 | 0,18 | 0,43 | 0,71 |
| Asia | 1,4 | 1,49 | 2,17 | 3,45 |
| Oriente Medio | 0,4 | 0,56 | 1,03 | 1,84 |
| Oceanía | 0,1 | 0,08 | 0,17 | 0,26 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia

Manufacturas de consumo

Lo componen textil, confección, calzado, pieles y cuero, juguetes, cerámica decorativa y joyería principalmente.

Cerca de las dos terceras partes (64%) de las exportaciones de estos bienes, característicos de la industria tradicional manufacturera valenciana, se dirigían a los mercados de la Unión Europea en el año 2000.

- 2000-2008: el crecimiento económico acentuó ligeramente la concentración de las exportaciones valencianas hacia los mercados europeos, en detrimento del resto del mercado mundial.
- 2009-2013: la crisis económica internacional (con la consiguiente caída de la demanda de consumo) y la depreciación del dólar impulsó una moderada diversificación de los mercados, desde los países de la Unión Europea fuera de la zona del euro y de Norteamérica, hacia los mercados del este de

Europa (no UE), África y Asia (China, países asiáticos de reciente industrialización, etc.). La cuota de mercado de la zona euro se mantuvo en el 53%.

- 2014-2015: la recuperación económica -aunque moderada- en Europa se ha traducido en una mayor concentración de las exportaciones, de nuevo hacia los países de la UE y la zona euro, en detrimento de los mercados de países emergentes.

**Exportaciones de la Comunidad Valenciana de manufacturas de consumo
Por zonas geográficas (%/Total)**

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 64,7 | 67,2 | 64,9 | 67,4 |
| Zona euro | 51,4 | 53,4 | 53,5 | 55,1 |
| Resto de Europa | 1,9 | 3,0 | 5,4 | 3,8 |
| África | 3,2 | 4,8 | 7,3 | 7,0 |
| Norte de África | 2,7 | 2,1 | 5,9 | 5,7 |
| Norteamérica | 17,4 | 14,1 | 8,5 | 8,9 |
| América del Sur | 1,7 | 1,0 | 1,2 | 1,1 |
| Asia | 8,7 | 7,8 | 10,4 | 9,5 |
| Oriente Medio | 4,8 | 3,8 | 3,9 | 3,4 |
| Oceanía | 0,6 | 0,6 | 0,7 | 0,7 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia

Bienes de equipo (maquinaria)

La concentración geográfica de las exportaciones valencianas de bienes de equipo en los países europeos se sitúa ligeramente por debajo del total de exportaciones. En el año 2000, el 63% de las exportaciones de maquinaria se vendía en la UE-27.

**Exportaciones de la Comunidad Valenciana de bienes de equipo
Por zonas geográficas (%/Total)**

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 62,9 | 62,9 | 53,0 | 55,2 |
| Zona euro | 46,7 | 49,4 | 45,6 | 36,7 |
| Resto de Europa | 0,9 | 2,9 | 4,2 | 3,7 |
| África | 4,7 | 8,5 | 11,6 | 11,1 |
| Norte de África | 3,2 | 5,8 | 7,9 | 7,3 |
| Norteamérica | 9,6 | 8,1 | 10,3 | 10,1 |
| América del Sur | 4,1 | 3,1 | 4,2 | 5,3 |
| Asia | 10,7 | 9,7 | 12,2 | 10,7 |
| Oriente Medio | 6,1 | 5,0 | 5,4 | 5,0 |
| Oceanía | 0,7 | 0,8 | 0,9 | 0,9 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia

- 2000-2008: Si bien la cuota de mercado europeo se mantuvo estable, aumentaron significativamente las ventas a los países del este de Europa (no UE) y a África.

- 2009-2013: A partir de 2011 se produce un notable retroceso de las ventas de bienes de equipo en la Unión Europea, por lo que se produce una diversificación de los mercados: notable aumento de la cuota de mercado en África (norte de África, Senegal, Guinea Ecuatorial y Sudáfrica), Asia (mayor demanda de países con elevado crecimiento), América del Norte y en menor medida los países del Este de Europa y América Latina.
- 2014-2015: Aunque las ventas se recuperan en los países del euro, su cuota sigue bajando hasta el 37%. Siguen creciendo a mayor ritmo las exportaciones a América Latina (Brasil, Argentina y Colombia) y países del Este de Europa pertenecientes a la UE. Se desaceleran las ventas a Asia y otros países europeos.

Productos químicos

Poco más de la mitad de los productos químicos valencianos se exportan a los mercados de la Unión Europea, la mayoría a los mercados del euro. Porcentaje que apenas ha variado en los últimos quince años. Cabe destacar que durante el período de la crisis económica (2009-2013) esta concentración se acentuó ligeramente, tendencia opuesta a la registrada por el resto de productos analizados.

El 45% de las exportaciones de productos químicos se dirigieron a mercados no UE-27:

- El 15% se vende en Asia, con un aumento en los últimos dos años, gracias al mayor dinamismo de las ventas en China, India y Oriente Medio (Arabia Saudí, EAU, Israel e Iran) (en todo el período 2000-2015).
- Las exportaciones a África muestran también un notable dinamismo (Marruecos, Argelia, Egipto, Ghana, Senegal,...), por lo que alcanzan en 2014-15 un 12,6% del total.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana de productos químicos

Por zonas geográficas (%/Total)

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 54,6 | 55,4 | 56,9 | 55,1 |
| Zona euro | 47,9 | 45,7 | 48,4 | 47,5 |
| Resto de Europa | 4,0 | 5,3 | 5,3 | 4,6 |
| África | 9,3 | 11,1 | 12,9 | 12,6 |
| Norte de África | 8,3 | 9,4 | 10,1 | 10,0 |
| Norteamérica | 7,9 | 6,1 | 3,1 | 3,8 |
| América del Sur | 4,4 | 3,7 | 4,1 | 4,0 |
| Asia | 14,9 | 14,2 | 14,1 | 15,7 |
| Oriente Medio | 4,3 | 4,9 | 5,3 | 5,4 |
| Oceanía | 0,4 | 0,3 | 0,3 | 0,4 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia

Productos cerámicos (baldosas)

Las exportaciones de baldosas cerámicas es el grupo de productos que muestra un menor grado de concentración en los países de la Unión Europea (50%) –en buena parte de debido a la elevada competencia directa con las empresas italianas-, y a la vez que es el que registra a partir de la crisis

económica una sustancial diversificación de sus mercados, la cual ha continuado en los dos últimos años de recuperación económica.

Los mercados que han experimentado un sustancial aumento han sido los africanos (especialmente Nigeria, Ghana, Senegal y Angola), y los de Oriente Medio (Arabia Saudita, Líbano, Israel y Jordania).

Los mercados americanos por el contrario, han perdido peso a lo largo de estos 15 años (con la excepción de Perú y Colombia).

Exportaciones de la Comunidad Valenciana de productos cerámicos (baldosas)

Por zonas geográficas (%/Total)

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 50,3 | 53,0 | 45,3 | 40,9 |
| Zona euro | 37,7 | 38,6 | 34,7 | 30,3 |
| Resto de Europa | 3,5 | 6,9 | 10,0 | 7,4 |
| África | 5,5 | 6,2 | 12,8 | 16,4 |
| Norte de África | 3,2 | 3,5 | 8,3 | 11,5 |
| Norteamérica | 16,1 | 14,6 | 7,0 | 8,0 |
| América del Sur | 2,3 | 1,2 | 1,5 | 1,7 |
| Asia | 16,2 | 13,4 | 20,4 | 22,1 |
| Oriente Medio | 10,9 | 9,8 | 17,0 | 18,7 |
| Oceanía | 1,4 | 1,1 | 0,6 | 0,7 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia

Automóvil

Las exportaciones de automóviles es uno de los capítulos que ha experimentado en los últimos 15 años un mayor descenso de la concentración geográfica en los países de la UE 27, al pasar del 85% en 2000 al 68% en 2015.

Lo que se ha producido ha sido una redirección de las ventas hacia los tres países de América del Norte, que en el período 2014 -2015 reciben la quinta parte del total de ventas de automóviles de la Comunidad Valenciana.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana de automóviles

Por zonas geográficas (%/Total)

| | 2000 | 2000-2008 | 2009-2013 | 2014-2015 |
|------------------|------|-----------|-----------|-----------|
| Unión Europea 27 | 85,3 | 85,0 | 75,6 | 67,8 |
| Zona euro | 61,5 | 56,0 | 51,5 | 41,3 |
| Resto de Europa | 8,1 | 7,5 | 8,4 | 3,6 |
| África | 0,3 | 1,5 | 2,4 | 2,1 |
| Norte de África | 0,1 | 0,8 | 1,6 | 0,8 |
| Norteamérica | 1,0 | 1,0 | 8,5 | 21,6 |
| América del Sur | 0,6 | 0,4 | 1,3 | 0,7 |
| Asia | 4,4 | 3,9 | 2,7 | 2,1 |
| Oriente Medio | 2,3 | 2,3 | 0,8 | 0,5 |
| Oceanía | 0,3 | 0,5 | 0,9 | 2,1 |

Fuente: Datacomex y elaboración propia