

Los mercados exteriores para la recuperación de la Comunidad Valenciana tras el Covid-19



Autores:**Departamento Internacional**

Vicente Mompó

Dirección y supervisión

Gracia Cicuéndez

Técnico analista

**Cámara Oficial de Comercio, Industria,
Servicios y Navegación de Valencia.**

© Copyright _2020

Octubre 2020

Patrocinador:

Todos los derechos reservados. Ni la totalidad ni parte de este manual puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética, o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación sin permiso escrito de los autores y de Cámara Valencia.

Los mercados Exteriores para la recuperación de la Comunidad Valenciana tras el Covid-19

Octubre 2020



CaixaBank



Presentación



José Vicente Morata Estragués

Presidente de la Cámara Oficial de Comercio Industria, Servicios y Navegación de Valencia.



Xicu Costa Ferrer

Director Territorial de la Comunidad Valenciana.
Caixabank.

Si algo ha puesto de manifiesto la crisis provocada por el Covid 19, es que el comercio exterior será uno de los motores de la recuperación económica. La internacionalización, que ya formaba parte de la estrategia de negocio de las empresas valencianas, se va a convertir ahora en un factor clave para la competitividad de nuestras pymes.

La crisis que estamos atravesando ha generado cambios a gran velocidad en la digitalización y adaptación a las nuevas tecnologías. Todas las tendencias se han acelerado y están impactando directamente sobre la estructura de nuestra economía. Cambios en los consumidores, en los mercados, en las cadenas de valor y en la demanda de productos.

Con este informe que presentamos, la Cámara de Valencia y CaixaBank seguimos apostando por la apertura de nuestras empresas a nuevos mercados. Las empresas que exportan son más competitivas e innovadoras, invierten más en investigación y desarrollo de producto, en digitalización y en sostenibilidad, conceptos que las hacen más atractivas a la vez que incrementan el nivel de desarrollo de la economía valenciana.

Las consecuencias económicas de la crisis provocada por el Coronavirus están siendo desiguales y asimétricas a nivel mundial y así será también la fase de recuperación. Este informe ofrece valiosas claves sobre el nuevo escenario del comercio internacional a medio y largo plazo, y, sobre todo, cuáles pueden ser los mercados de oportunidad en el mundo para las empresas exportadoras valencianas. Información imprescindible para la toma de decisiones de la empresa valenciana a la hora de gestionar y adaptar su estrategia exportadora y de internacionalización en un escenario caracterizado por los cambios y la incertidumbre.

A corto y medio plazo, Europa seguirá siendo un mercado prioritario para nuestras exportaciones, aunque también tendremos que abordar otros mercados exteriores con mayor potencial, como África oriental, Oriente Medio, EEUU y China. Además, aquellas zonas con las que Europa ha firmado acuerdos comerciales tendrán condiciones favorables para la exportación.

Queremos que cada vez más empresas consideren el comercio exterior como uno de los activos de crecimiento y este informe, el cuarto que publicamos sobre mercados exteriores, es una muestra de cómo la colaboración público-privada puede ayudar al tejido empresarial valenciano para impulsar su competitividad.

Índice

1. Situación pre-Covid 19: etapa de bajo crecimiento.
2. La crisis del Covid 19 y la contracción del comercio mundial.
3. Los mercados potenciales para las exportaciones valencianas en la recuperación.
 - 3.1. Unión Europea.
 - 3.2. Resto de Europa.
 - 3.3. Norteamérica.
 - 3.4. Latinoamérica.
 - 3.5. Norte de África.
 - 3.6. África Subshariana.
 - 3.7. Oriente Medio.
 - 3.8. Países asiáticos.
4. Conclusiones.
5. Bibliografía.

1.

Situación pre-covid 19: etapa de bajo crecimiento.

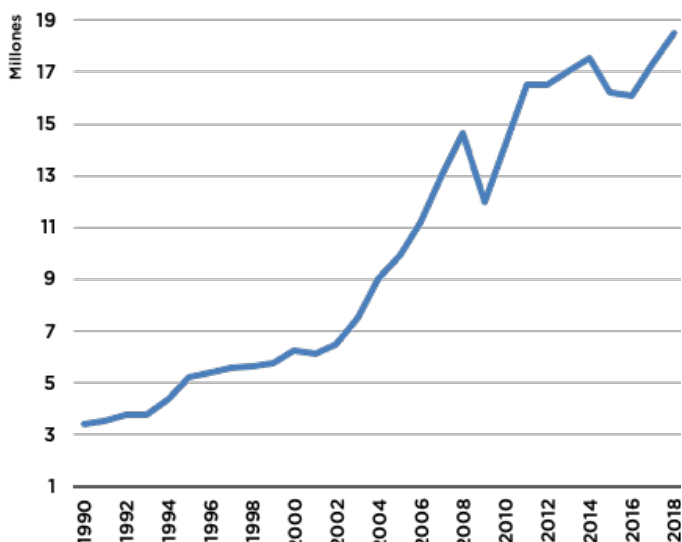
1999-2008: Globalización y comercio internacional al alza.

Después de 1999 y durante casi una década, el comercio internacional se expandió con rapidez, impulsado por el aumento de las Cadenas de Valor Mundiales, por el desarrollo tecnológico y por la consecución de importantes acuerdos comerciales a nivel mundial (Ronda Uruguay del GATT o el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, ambos en 1994). La fragmentación de la producción –deslocalización y especialización– en diferentes países y la reducción progresiva y generalizada de los obstáculos al comercio impulsó notablemente el comercio con los países donde la mano de obra era abundante y barata (China, Bangladesh o Vietnam).

Esta expansión permitió una convergencia sin precedentes: los países pobres o emergentes crecieron más rápido y comenzaron a converger hacia los países más ricos. La pobreza disminuyó notablemente, pero también se produjo un aumento de las desigualdades en otros países.

Evolución de las exportaciones mundiales

Fuente: OMC



2008-2019: ralentización del comercio internacional.

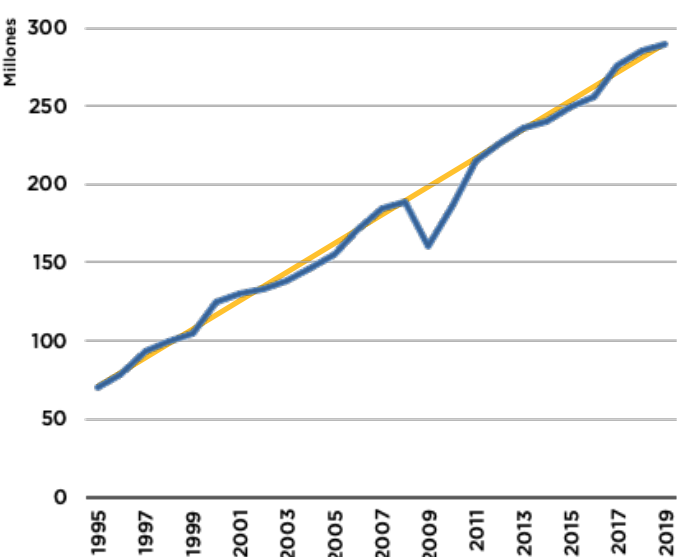
Sin embargo, desde la crisis financiera de 2008 y sobre todo tras los dos años de recuperación (2010-2011) el comercio mundial de bienes ha crecido más lentamente y las cadenas de valor mundiales se han desacelerado. Varias son los factores que han incidido en este comportamiento:

- El surgimiento de nuevas tecnologías ha reducido la necesidad de mano de obra intensiva, lo que hace menos necesario la deslocalización de parte de la producción manufacturera.
- Desaceleración del crecimiento económico a nivel mundial (sobre todo de la inversión), tanto de los países desarrollados como entre los países emergentes.
- A diferencia de la etapa anterior no se ha avanzado en los acuerdos comerciales, sino que, por el contrario, los crecientes conflictos comerciales entre los países más grandes (China y USA) podrían fragmentar las Cadenas de Valor Mundiales y acentuar el proceso de “desglobalización”.

Comercio exterior español: notable dinamismo hasta 2016.

Evolución de las exportaciones españolas 1995-2019

Fuente: Datacomex



En el caso de las exportaciones españolas, la senda de crecimiento que venían registrando en los años previos a la crisis económica de 2008 se mantuvo tras la caída de 2009 y la recuperación de 2010.

Durante la última década se puede diferenciar dos etapas en el ritmo expansivo de las exportaciones españolas. El primer quinquenio, marcado por un elevado dinamismo (7,9% de crecimiento anual promedio), impulsado por la recuperación económica internacional, el aumento del número de empresas exportadoras, el volumen exportado y un proceso de diversificación geográfica de los mercados de destino.

Pero en el segundo quinquenio (2016-2019) se observa una progresiva desaceleración del dinamismo exportador, en línea con la evolución del comercio internacional, y la recuperación del mercado interior. Esta tendencia ha sido especialmente intensa en algunas Comunidades Autónomas como Murcia, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Comunidad Valenciana, Cataluña, La Rioja y Madrid.

En el caso de algunas CCAA, esta desaceleración del dinamismo exportador en los últimos años de esta década viene asimismo explicada por el sensible retroceso de las exportaciones del sector del automóvil.

Exportaciones totales	% variación anual	
	Promedio 2010-2015	Promedio 2016-2019
Andalucía	10,2	6,4
Aragón	7,1	6,3
Asturias	7,2	7,2
Balears, Illes	1,3	14,1
Canarias	8,8	3,5
Cantabria	4,9	2,8
Castilla y León	8,3	-0,4
Castilla-La Mancha	12,6	5,8
Cataluña	7,6	3,7
Comunitat Valenciana	8,9	2,5
Extremadura	6,8	5,2
Galicia	5,5	4,1
Madrid, Comunidad de	7,1	2,9
Murcia, Región de	15,6	3,3
Navarra, Comunidad Foral	8,6	4,7
País Vasco	6,9	4,0
Rioja, La	7,3	2,8
Total España	7,9	3,8

Exportaciones españolas de automóviles y sus componentes. Principales CCAA exportadoras	2019	% variación anual
	Miles de euros	Promedio 2016-2019
Cataluña	9.728.068	-2,01
Comunitat Valenciana	6.943.393	-4,17
Castilla y León	6.642.772	-5,94
Aragón	4.554.301	8,11
Navarra, Comunidad Foral	4.404.833	8,50
País Vasco	4.346.129	-0,21
Galicia	3.616.773	-1,94
Madrid, Comunidad de	1.808.328	3,02
Total exportaciones sector automóvil	44.216.996	0,90

2.

La crisis del covid 19 y la contracción del comercio mundial.

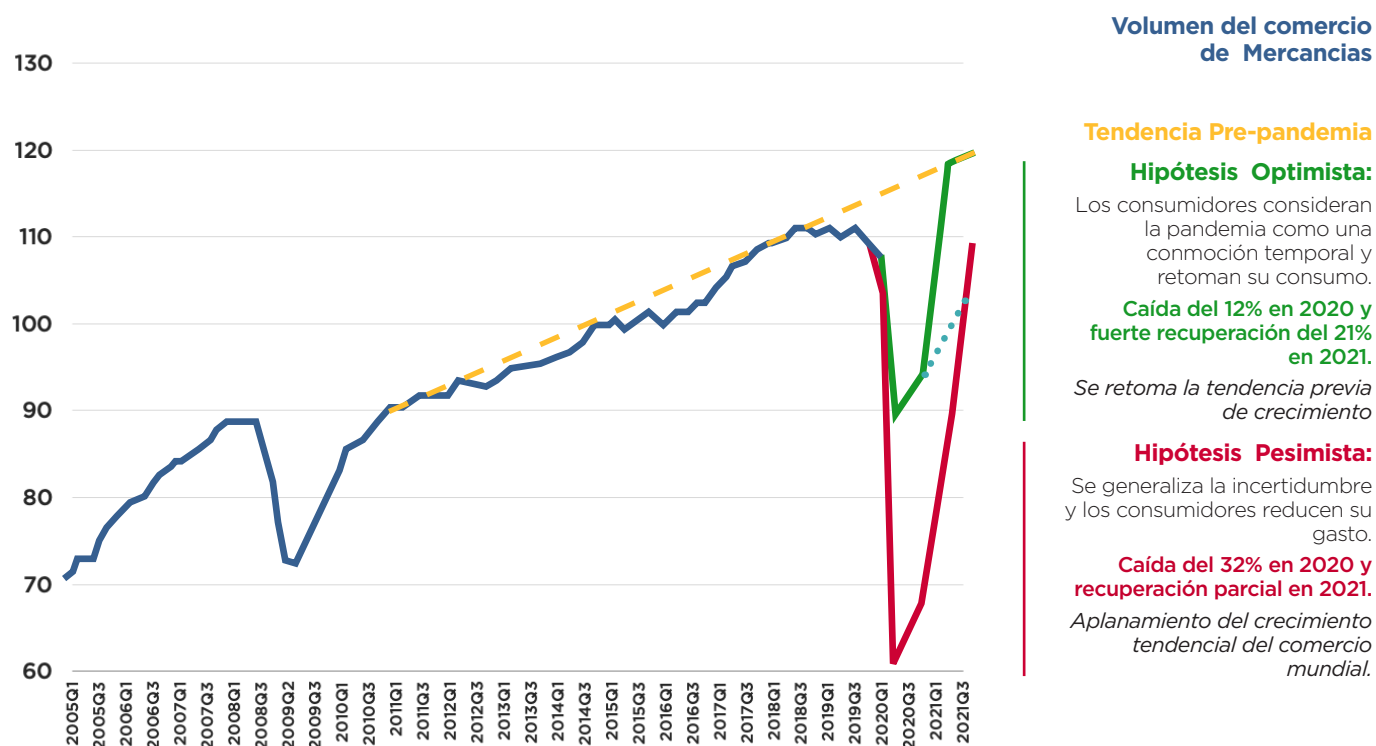
Covid - 19: contracción del 19% del comercio internacional en el segundo trimestre de 2020.

Si bien la pandemia del Covid -19 se inició como una crisis sanitaria global, pronto se ha convertido en una crisis económica y social sin precedentes en cuanto a profundidad (caídas del PIB no vistas desde la Segunda Guerra Mundial) y extensión (prácticamente todos los países). Y ello a pesar de la rápida respuesta de los gobiernos para establecer medidas de política monetaria y fiscal que mitigue los efectos de la paralización de la actividad mundial.

Según los datos de la Organización Mundial del Comercio, el volumen de comercio mundial de mercancías se contrajo a un ritmo del -3% en el primer trimestre de 2020. Las estimaciones realizadas en junio para el segundo trimestre, durante el cual el virus y las medidas de confinamiento afectaron a gran parte de la población mundial, apuntan a una reducción interanual del 18,5%, aproximadamente. A pesar de ser una contracción histórica, la rápida respuesta de los diferentes gobiernos ha ayudado a evitar una contracción mayor, en línea con el peor escenario proyectado en abril (-32%). La caída estimada para el 3º trimestre sería del -5%, según UNCTAD.

Evolución del comercio mundial de mercancías 2005 -

Fuente: OMC



Consecuencias de la actual crisis: recuperación desigual, aumento de las desigualdades y cambios en los patrones del comercio internacional.

La actual crisis económica tiene características muy diferentes a las que originaron la anterior de 2008-2009 y sus consecuencias también son diferentes:

- La anterior crisis afectó sobre todo a los países desarrollados, mientras que los emergentes se recuperaron rápidamente impulsados por la locomotora china (que crecía por encima del 10%). Sin embargo, la actual crisis ha impactado de forma global, iniciándose la emergencia sanitaria en China, y siendo esta gran economía la primera en sufrir las consecuencias de estrictas medidas para controlar la pandemia.
- Los países emergentes productores de materias primas o altamente dependientes del turismo están viéndose notablemente afectados por la falta de demanda, la brusca caída de ingresos, la baja movilidad y la elevada incertidumbre sobre su evolución.
- La crisis está acelerando cambios en el patrón del comercio internacional siendo los países que mas dependen de las exportaciones industriales y de semimanufacturas (y que forman parte de las grandes cadenas de suministro) los que se están viendo mas impactados. China y los países asiáticos emergentes son los protagonistas de este grupo.

La rapidez en la adopción de medidas fiscales y monetarias han evitado una caída mayor del comercio internacional.

La OMC admite que la sensibilidad del comercio frente a los cambios experimentados en los ingresos (sustancial caída del PIB) parece haberse reducido frente a la crisis financiera anterior. Las razones se encuentran en primer lugar, en las rápidas y más amplias medidas de política fiscal y monetarias adoptadas en esta crisis, frente a la anterior.

En segundo lugar, la ayuda a los ingresos de los hogares y las expectativas de que, a la larga, la pandemia se debilitaría, lo que puede haber alentado a los consumidores a mantener los niveles de consumo en un nivel más elevado de lo previsto.

Por último, una gran parte de la disminución de la producción se ha concentrado en los servicios no comercializables, tales como los servicios de hostelería, servicios personales y de esparcimiento, cuyo componente de exportación/importación suele ser mucho menor que el de las manufacturas.

Las barreras a la movilidad, suponen, sin embargo, un impacto negativo para el comercio.

Para contener el Covid-19, y por tanto, por razones de salud, los países han implantado cierres de fronteras temporales y restricciones a los viajes. Estas restricciones al movimiento internacional de personas han tenido un impacto negativo significativo en el comercio, sobre todo de servicios, pero también de mercancías.

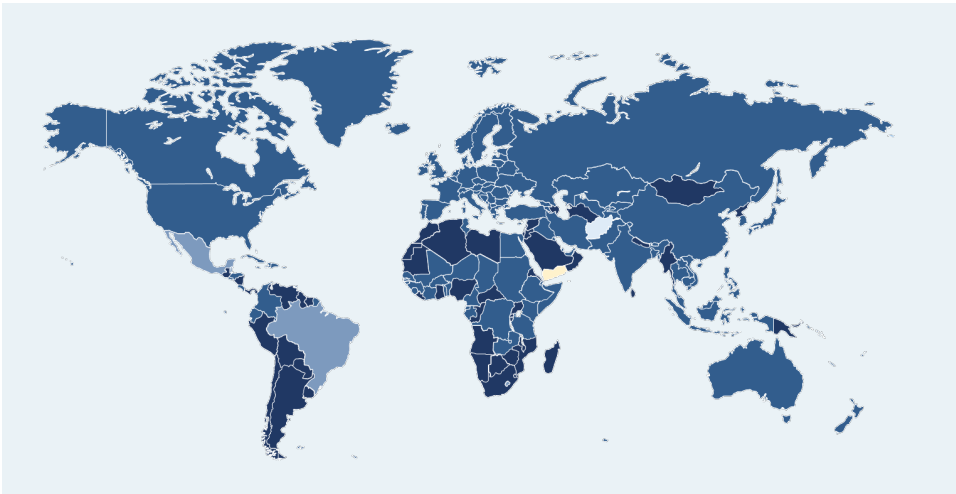
Las barreras a la movilidad (cierre de fronteras, reimposición de controles de fronteras y otras restricción a los viajes, cuarentenas a tripulaciones,) afectan significativamente al comercio de bienes, tanto en cuanto por su negativo impacto en los servicios de transporte como por la imposibilidad de realizar contactos personales, o por los mayores costes de transacción e información (retrasos, incertidumbre, etc).

Varios estudios confirman los positivos efectos que los contactos personales y los viajes de negocios tienen sobre el comercio internacional: Según un estudio sobre los importadores de Nigeria muestra que si bien los viajes de negocios son caros (en torno al 10% del valor de los bienes comprados de media en un viaje), dos terceras partes de los importadores viajan para encontrar proveedores y realizar compras, y lo hacen incluso aunque exista una buena relación con los proveedores.

Si bien, algunos países han diseñado políticas que permiten un mayor movimiento de personas (para trabajadores extranjeros esenciales, o pasillos verdes), la evolución de la pandemia, con una progresiva extensión de una segunda ola del coronavirus a partir del mes de agosto, vuelve a dificultarlo.

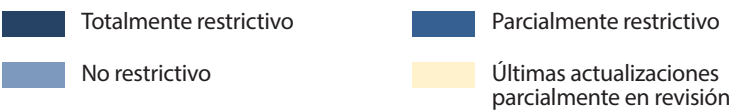
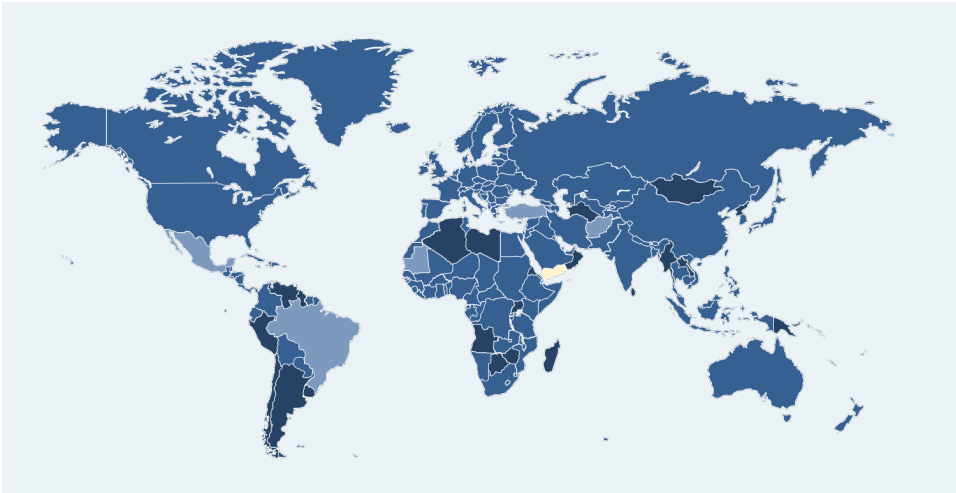
Mapa de regulacones de viaje Covid-19 27 / 08 /2020

Fuente: Timatic



Mapa de regulacones de viaje Covid-19 30 / 09 /2020

Fuente: Timatic



3.

Los mercados potenciales para las exportaciones valencianas en la recuperación.

Las exportaciones, motor de la recuperación de la economía valenciana.

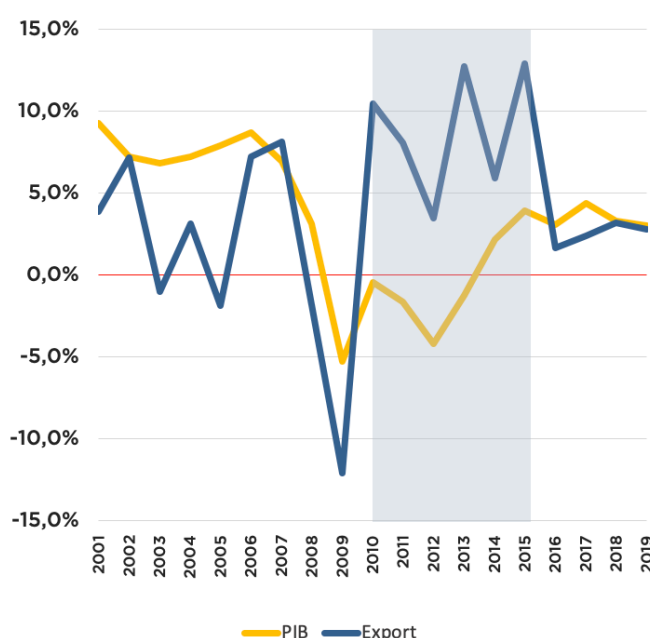
La evolución de las exportaciones valencianas ha estado ligada al ciclo económico: en fases expansivas han moderado su crecimiento y han sido motor de la recuperación en fases recesivas.

Durante la última década el sector empresarial valenciano ha apostado por la internacionalización, tal y como pone de manifiesto el continuado aumento del número de empresas que exportan regularmente (cuatro años seguidos). Empresas que se caracterizan por un mayor tamaño, mayor nivel de innovación, rentabilidad y de capital humano.

La diversificación de mercados dentro del conjunto de las empresas exportadoras regulares valencianas ha sido una de las principales características en la última década, sobre todo hacia Asia y África, aunque con volúmenes de exportación muy inferiores a la media del mercado europeo.

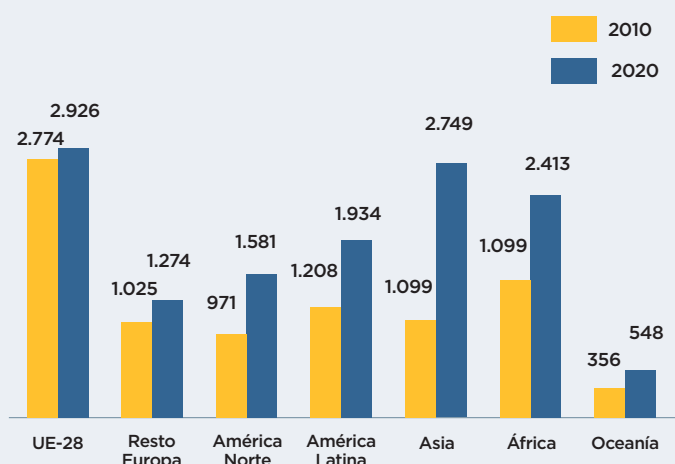
Evolución del PIB nominal y las exportaciones de la Comunidad Valenciana (% variación interanual)

Fuente: Datacomex, INE y elaboración propia



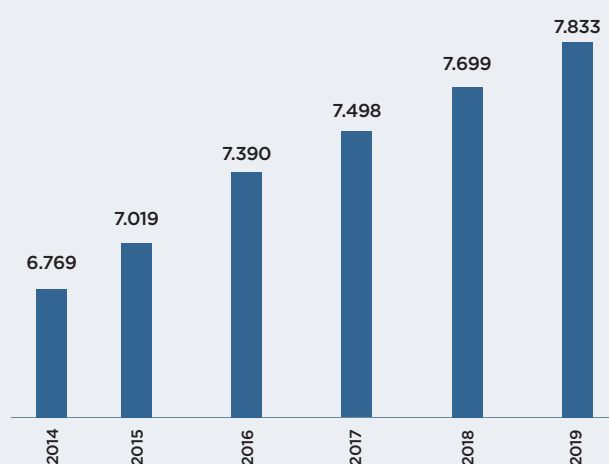
Nº exportadoras REGULARES Comunidad Valenciana por áreas geográficas

Fuente: ICEX y elaboración propia



Nº exportadoras REGULARES Comunidad Valenciana

Fuente: ICEX y elaboración propia



La pandemia hunde las exportaciones valencianas en el segundo trimestre del 2020, pero se recupera en el tercer trimestre.

Las exportaciones valencianas registraron un retroceso del -13% en los siete primeros meses de 2020, respecto al mismo período de 2019.

El mayor retroceso se produjo en los meses de abril y mayo, con caída del 40% y 30% respectivamente. A la paralización de la actividad productiva se unió la rotura de las cadenas de suministros a nivel internacional.

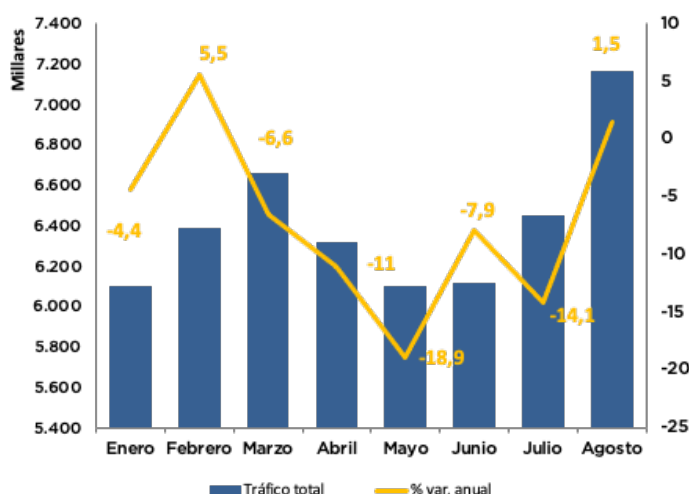
A partir del mes de junio se acelera la recuperación de la actividad exportadora.

Acercándose progresivamente a los niveles de 2019; tendencia que se mantiene en los meses de agosto y septiembre, en base a la evolución del tráfico portuario de la Autoridad Portuaria de Valencia (el mayor puerto de España, tras el de Algeciras) y de los certificados de origen emitidos por las Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana.

Este comportamiento de las exportaciones no ha sido homogéneo en cuanto a productos y mercados, sino que, como ya se ha comentado anteriormente, las consecuencias están siendo desiguales y asimétricas, tal y como lo será el proceso de recuperación en los próximos dos años.

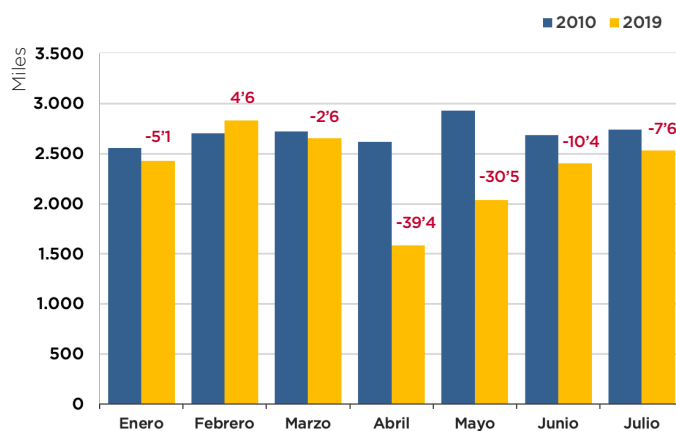
Valencia Port. Tráfico portuario total

Fuente: ValenciaPort



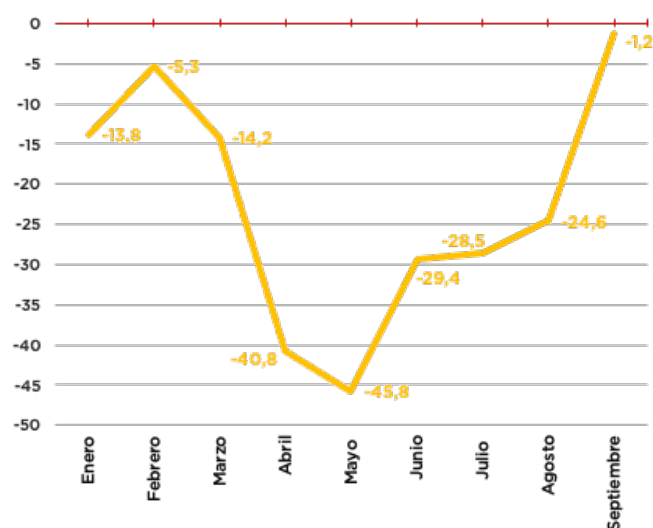
Exportaciones de la Comunidad Valenciana

Fuente: Datacomex



Certificados de Origen en 2020 (%variación interanual)

Fuente: Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana



La incidencia de la pandemia en las exportaciones es desigual por áreas geográficas.

Los **datos de exportaciones por zonas geográficas** ponen de manifiesto cuales son los mercados que menos han sufrido la caída de las ventas consecuencia del Covid-19 en el segundo trimestre de 2020 y muestran una rápida moderación de la caída en los meses de junio y julio.

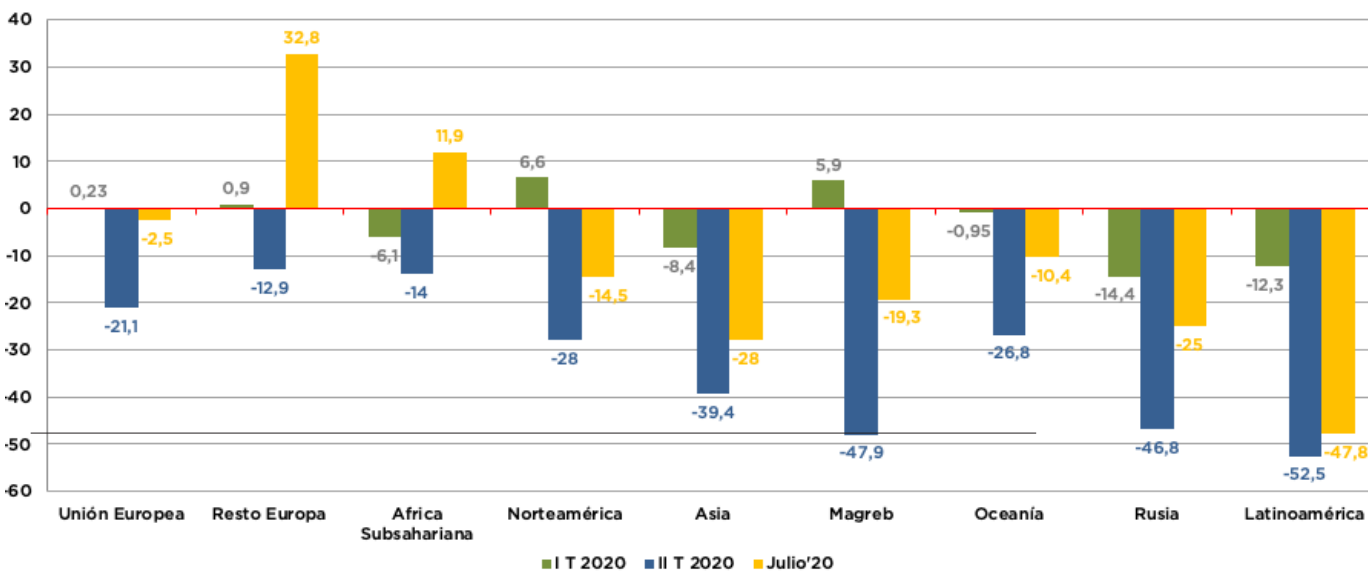
El resto de zonas geográficas experimentan sustanciales retrocesos de las ventas de productos de la Comunidad Valenciana. Retrocesos que ya se venían produciendo en los meses previos al inicio de la pandemia (marzo 2020) y que la crisis ha agravado.

- 1. Europa, tanto los países pertenecientes a la Unión Europea como los no pertenecientes a la misma.
- 2. África Subsahariana.
- 3. Oriente Medio.
- 4. Norteamérica: Estados Unidos y Canadá.

Evolución de las exportaciones de la Comunidad Valenciana. Enero-julio 2020. Por grandes áreas geográficas					
Indicadores	Miles de euros		% Variación anual 2020/2019		
	I Trimestre 2020	II Trimestre 2020	I Trimestre 2020	II Trimestre 2020	Julio 2020
Unión Europea	5.035.207	4.051.168	0,23	-21,07	-2,46
Resto de Europa	320.681	274.840	0,91	-12,89	32,84
Rusia y Asia Central	98.692	69.857	-14,40	-46,77	-25,01
Magreb	425.603	249.513	5,90	-47,86	-19,31
África subsahariana	131.906	103.825	-6,07	-13,98	11,93
Norteamérica	803.324	528.837	6,60	-27,97	-14,51
Latinoamérica	380.050	217.889	-12,29	-52,51	-47,78
Oriente Medio	264.764	232.361	-15,11	-24,70	5,44
Asia	327.945	248.085	-8,36	-39,39	-27,98
Oceanía	30.830	29.949	-54,58	-50,17	71,69
Otros	95.532	26.764	43,08	-69,68	-58,21
Total	7.914.532	6.033.087	-0,95	-26,76	-7,58

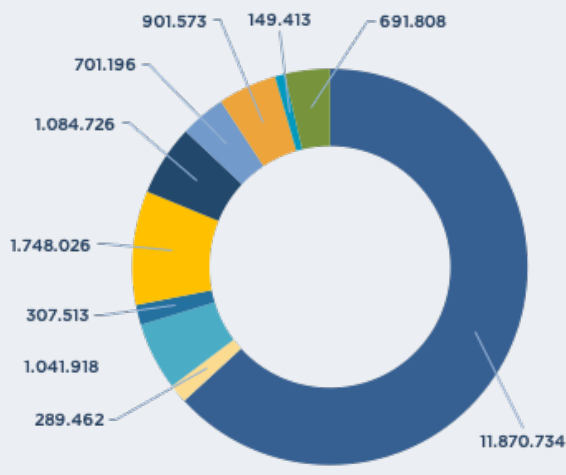
Evolución de las exportaciones de la Comunidad Valenciana en 2020.
 Por grandes áreas geográficas. (% var. anual)

Fuente: Datacomex y elaboración propia



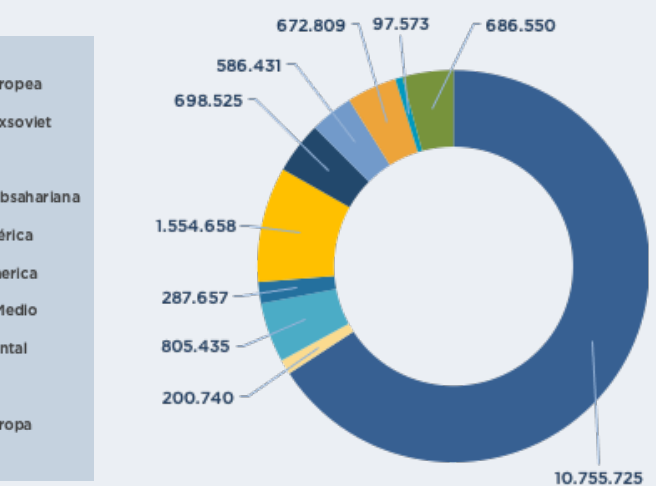
Exportaciones
 Comunidad Valenciana
 Enero-julio 2019. Miles de €.

Fuente: Datacomex y elaboración propia



Exportaciones
 Comunidad Valenciana
 Enero-julio 2020. Miles de €.

Fuente: Datacomex y elaboración propia



3.1

Mercado Unión Europea

Los mercados europeos son, sin duda, el principal destino de las empresas exportadoras valencianas. En 2019, 19.193 millones de euros se vendieron en los 28 países de la Unión Europea, lo que supuso el 61,6% del total de las exportaciones de la Comunidad Valenciana. No obstante, las ventas se hallan muy concentradas en cuatro países: Francia, Alemania, Reino Unido e Italia, con el 59% del total exportado a la UE.

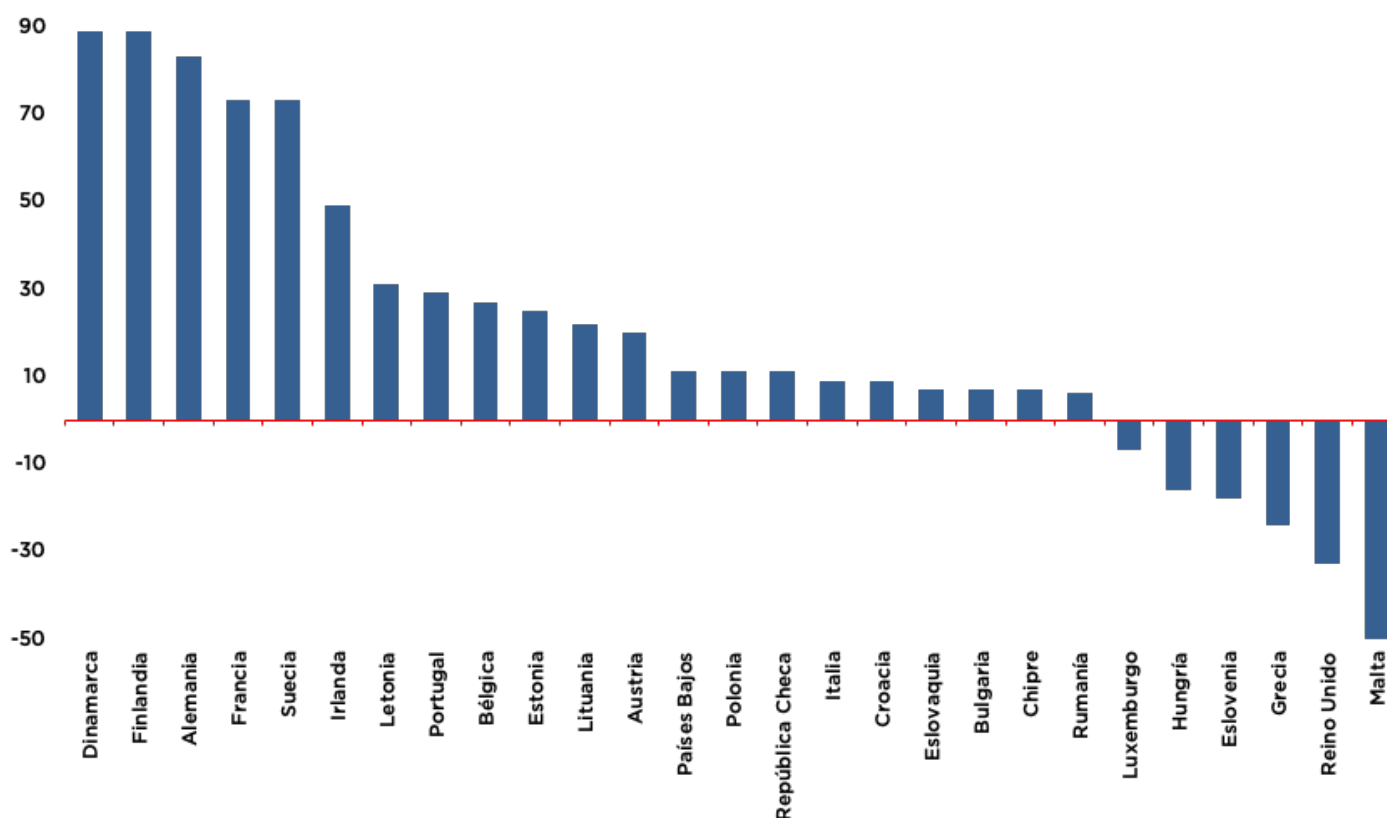
La evolución de las exportaciones en los primeros siete meses de 2020 permite concluir que **el proceso de recuperación** del comercio exterior valenciano **va a estar liderado por el mercado europeo**. Varios son los factores que apoyan esta tendencia:

La recesión económica en Europa será menos intensa que en otras zonas como Latinoamérica o Asia.

- La evolución del tipo de cambio del euro: la apreciación experimentada por el euro con respecto al dólar, hasta situarse en el 1,2% en septiembre (12% de apreciación con respecto a los mínimos de marzo) se mantendrá en los próximos meses. Ello conlleva un encarecimiento de nuestras exportaciones en los mercados no europeos.
- La cercanía geográfica y la inexistencia de barreras arancelarias y no arancelarias, es decir la ventaja de pertenecer a una unión aduanera y monetaria.
- El mayor peso de los productos agroalimentarios en la cesta de exportación a los mercados europeos.
- El Plan Next Generation EU supondrá una importante inyección de fondos para toda la UE, que dinamizará la actividad en los próximos años. No obstante, en el mejor de los escenarios, los proyectos y los fondos empezarán a llegar en la segunda mitad de 2021.

Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana. Unión Europea-28.

Fuente: Elaboración propia



Mercado Unión Europea

Fuente: Datacomex y FMI

Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
001 Francia	2.206.622	-1,7	-7,20	4,50
003 Países Bajos	539.787	0,5	-7,50	3,00
004 Alemania	2.398.275	-11,3	-7,00	5,20
005 Italia	1.268.094	-18,5	-9,10	4,80
006 Reino Unido	1.127.179	-29,2	-6,50	4,00
007 Irlanda	134.534	20,7	-6,80	6,30
008 Dinamarca	251.699	84,5	-6,50	6,00
009 Grecia	117.384	-17,2	-10,00	5,10
010 Portugal	762.917	-4,0	-8,00	5,00
017 Bélgica	382.649	6,6	-6,90	4,60
018 Luxemburgo	9.400	-7,8	-4,90	4,80
030 Suecia	205.234	27,3	-6,80	5,20
032 Finlandia	80.061	48,3	-6,00	3,10
038 Austria	175.342	2,5	-7,00	4,50
046 Malta	27.185	-47,8	-2,80	7,00
053 Estonia	24.782	-4,9	-7,50	7,90
054 Letonia	25.171	10,4	-8,60	8,30
055 Lituania	35.926	-5,6	-8,10	8,20
060 Polonia	393.832	-14,0	-4,60	4,20
061 República Checa	149.822	-10,5	-6,50	7,50
063 Eslovaquia	46.759	-5,8	-6,20	5,00
064 Hungría	102.405	-19,3	-3,10	4,20
066 Rumanía	125.597	-12,5	-5,00	3,90
068 Bulgaria	32.622	-13,6	-4,00	6,00
091 Eslovenia	30.489	-12,0	-8,00	5,40
092 Croacia	40.094	-1,4	-9,00	4,90
600 Chipre	20.679	-10,1	-6,50	5,60

En los siete primeros meses de 2020, las exportaciones a la Unión Europea de los 28 retrocedieron un 9,4%, caída que se reduce hasta el -6,3% si descontamos el Reino Unido, que dejó de ser miembro oficial de la UE el pasado 31 de enero de 2020 (pero se mantiene en el mercado único hasta el 31 de diciembre de 2020).

Los mercados de la Unión Europea con mayor potencialidad para las exportaciones valencianas son:

- **Francia y Alemania**, que son actualmente nuestros principales mercados. A pesar de ser mercados maduros con una elevada competencia, su evolución económica -con indicadores de confianza al alza en agosto en el caso de Alemania-, el tamaño del mercado y elevado poder adquisitivo ofrece ventajas para los productos valencianos.
- **Los países nórdicos: Suecia, Finlandia.** Su elevado poder adquisitivo y la favorable evolución económica -con una baja incidencia de la pandemia- les hace muy atractivos, especialmente en productos agroalimentarios, maquinaria, aparatos y manufacturas para construcción (incluido cerámica) y material y elementos transporte ferroviario, productos químicos inorgánicos, etc.
- **Los pequeños países del norte de Europa: Dinamarca, Irlanda y Bélgica.** Los productos agroalimentarios (sobre todo frutas y hortalizas), los productos químicos y farmacéuticos y metales y sus manufacturas son los más dinámicos en estos países.
- **Los países bálticos: Letonia, Estonia y Lituania.** A pesar de no ser mercados importantes, el buen comportamiento de las exportaciones en el primer semestre de 2020 y un crecimiento económico de hasta el 8% previsto para 2021, los convierte en mercados de oportunidad para la empresa exportadora valenciana. Al igual que en los otros mercados, los productos agroalimentarios son los de mejor comportamiento en ventas, seguido de alcohol etílico y vino. También las manufacturas de metal y los productos farmacéuticos son algunas de las exportaciones al alza.
- **Polonia y la República Checa** son mercados con potencial para convertirse en protagonistas en la reubicación de las cadenas de suministros para las empresas europeas, aunque persiste incertidumbre sociopolíticas en ambos.

- Si bien ya no forma parte de la Unión Europea entre los mercados con menor atractivo para la exportación destaca el **Reino Unido**. En los siete primeros meses de 2020 las ventas en este mercado han retrocedido un 30%, llegando a alcanzar un 50% interanual en el mes de julio. Los principales factores que van a incidir negativamente en la evolución de este mercado son.
- Aumento de la probabilidad de que se produzca una Brexit sin acuerdo a 31 de diciembre, con la consiguiente instauración de aranceles para vender en este mercado, nuevas medidas no arancelarias, indefinición, etc.
- Es uno de los países europeos con peor comportamiento económico en la primera mitad del año, con una notable caída de la demanda interna y externa.
- La fortaleza de la moneda europea con respecto a la libra encarece los productos denominados en euros en mercado británico.

Francia, Alemania y los países del Norte de Europa, los mercados de oportunidad para las pymes exportadoras valencianas.

3.2

Mercado:

Resto de países europeos, no pertenecientes a la Unión Europea

Noruega, Turquía y Suiza son los países con mayor potencialidad para los productos valencianos a corto y medio plazo.

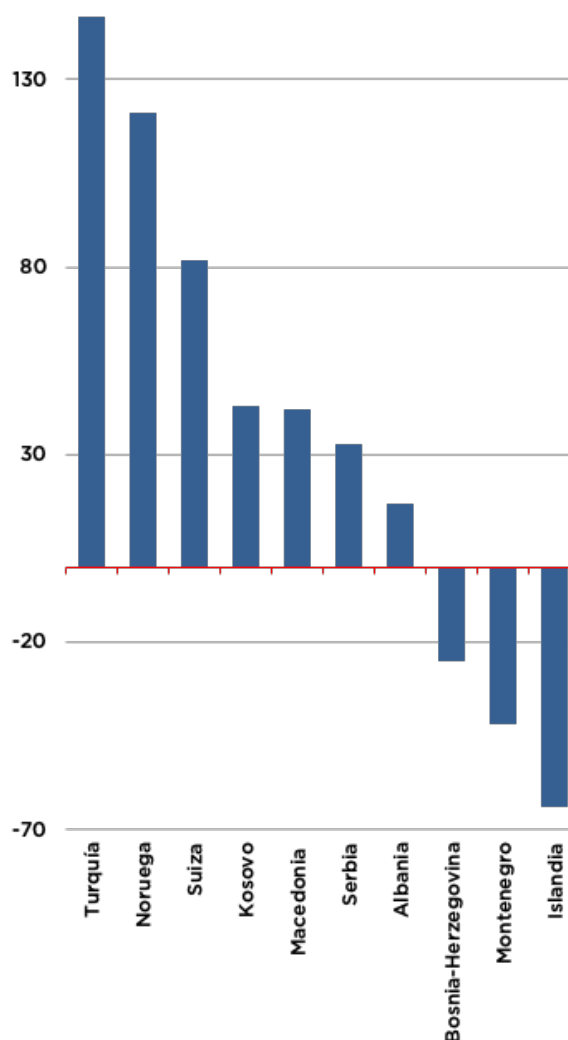
Los tres mercados son muy similares en cuanto a volumen de exportaciones.

Sin embargo, para cada uno de ellos las variables que los hace más atractivos para el exportador valenciano son diferentes, y, por tanto, los productos exportados:

- **Turquía:** las exportaciones a este mercado mostraron un comportamiento menos negativo en la primera mitad del año, y se espera también una recuperación económica más intensa en 2021. Por el contrario, la apreciación del euro respecto a la libra turca en un 38% en lo que llevamos de año reduce la competitividad de los productos europeos en dicho mercado. Los productos químicos, cosmética, y papel y cartón son los que mejor se han comportado.
- Las exportaciones a **Noruega y Suiza** han experimentado en junio y julio una sustancial reactivación, impulsadas por la industria farmacéutica, la agroalimentaria y las manufacturas del metal. Ambos países disponen de un poder adquisitivo muy superior a la media española, con unas expectativas de recuperación más optimistas que la media para 2021.

Resto de países europeos, no pertenecientes a la Unión Europea

Fuente: Elaboración propia



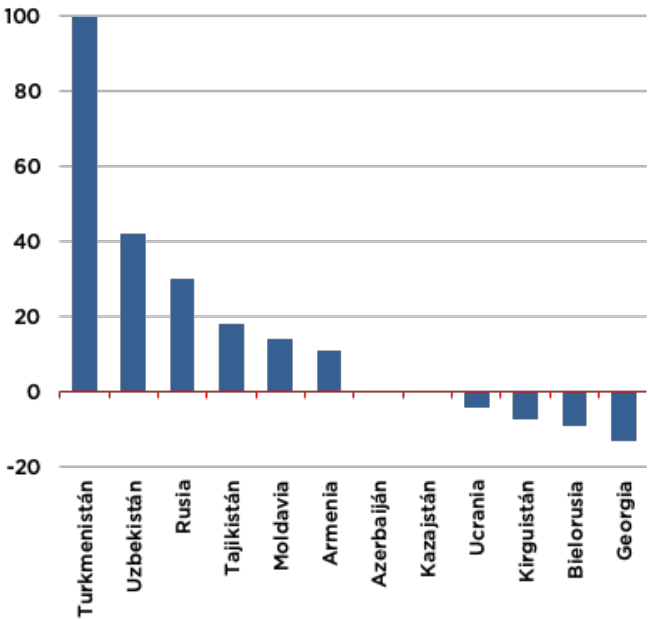
**Mercado del resto de países europeos,
no pertenecientes a la Unión Europea**

Fuente: Datacomex y FMI

Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
024 Islandia	1.313	-29,3	-7,2	6,0
028 Noruega	143.870	6,5	-6,3	2,9
039 Suiza	225.362	-8,1	-6,0	3,8
052 Turquía	250.597	8,7	-5,0	5,0
070 Albania	12.069	-26,1	-5,0	8,0
093 Bosnia-Herzegovina	4.465	-24,6	-5,0	3,5
095 Kosovo	4.334	-24,8	-5,0	7,5
096 Macedonia del Norte	5.300	14,0	-9,0	6,5
097 Montenegro	2.320	-29,6	-3,0	7,5
098 Serbia	21.258	2,4	-3,0	4,5

**Indicador de mercados de oportunidad para la
Comunidad Valenciana. Rusia y Asia Central**

Fuente: Elaboración propia



**Asia Central, mercado con
reducidas posibilidades de
negocio a corto y medio plazo.**

Si bien **Rusia** es, con creces, el mayor mercado del grupo de países de Asia Central, la evolución de las exportaciones valencianas a este mercado y las perspectivas económicas no ofrecen un horizonte favorable como mercado de oportunidad a medio y largo plazo.

Al igual que el resto de países de Asia Central, se enfrenta a una demografía exigua y menguante para el país más extenso del mundo; una fuerte dependencia de los ingresos derivados de la venta de hidrocarburos; la necesidad de modernizar unas estructuras, públicas y privadas, el no disponer de un tejido industrial y tecnológico. Más allá de su situación socioeconómica, los desencuentros con la Unión Europea, generan una incertidumbre continua en el ámbito de las relaciones comerciales.

Si bien **Turkmenistan y Uzbekistan** registran el mayor nivel del indicador, por el buen comportamiento de las exportaciones valencianas en 2020 –impulsado por el sector del hábitat y materiales de construcción– y de las perspectivas de crecimiento del PIB, son mercados de reducido tamaño, economías bastante cerradas y con reducida facilidad para hacer negocios.

3.3

Mercado Norteamérica

Estados Unidos y Canadá, dos mercados con elevado potencial de crecimiento, incluso a pesar de la pandemia.

Estados Unidos es el principal mercado no europeo de la Comunidad Valenciana. En 2019 se exportó un total 2.436 millones de euros, el 7,8% del total.

Canadá, un mercado con un volumen de ventas muy inferior, se ha caracterizado en los últimos años por un crecimiento exponencial, impulsado por la entrada en vigor del Acuerdo de Libre Comercio entre este país y la Unión Europea.

Ambos países constituyen importantes mercados de oportunidad para las empresas valencianas, por el tamaño de los mismos, y su capacidad adquisitiva –tal y como se deduce de la favorables evolución de las exportaciones en los últimos años-, incluso a pesar de la elevada competencia del propio mercado interior.

Sin embargo, en una situación como la actual, los exportadores valencianos han que tener en cuenta algunos factores importantes a la hora de valorar estos mercados a medio y largo plazo:

- La apreciación del euro con respecto al dólar: la incertidumbre en Estados Unidos, tanto por el comportamiento de la pandemia en este país como por las elecciones gubernamentales ha llevado al tipo de cambio hasta rozar el 1,20 dólares por euro, lo que supone una apreciación de la moneda europea del 11,2% respecto a su mínimo en marzo (1,07), pero aún lejos de los máximos alcanzados a mediados de 2014 (1,39). Comportamiento muy similar al registrado por el tipo de cambio euro-dólar canadiense.

- Las elecciones presidenciales estadounidenses, que se celebrarán a principios de noviembre, pueden ejercer a corto plazo un elevado grado de incertidumbre, dado que no existe, a fecha de la elaboración de este informe, un claro vencedor. Una nueva victoria de los republicanos alentaría el proteccionismo de Trump, mientras que una victoria de los demócratas, aun aplicando una política de impulso económico del mercado interior, las medidas proteccionistas no serían tan intensas.
- La evolución de las importaciones en ambos países, como indicador del comportamiento de la demanda de ambos mercados, ha mejorado notablemente en el mes de julio: las importaciones canadienses retroceden sólo un 5% en julio –tras la caída del 32% en mayo- y las estadounidenses aumentaron un 11%.
- Los diferentes indicadores macroeconómicos de ambos países muestran una reactivación notable en los meses estivales (reducción de la tasa de paro al 8,4%, notable recuperación de la confianza empresarial, de las licencias de obras, y de la actividad productiva), poniendo las bases –salvo que se produzca una segunda ola de la pandemia- para una recuperación rápida de los niveles anteriores al inicio de la pandemia.

Mercado Norteamérica				
Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
400 Estados Unidos	1.319.112	-7,1	-8,0	4,5
404 Canadá	235.539	-28,3	-8,4	4,9

Fuente: Datacomex y FMI

3.4 Mercado Latinoamérica

Latinoamérica es la región más afectada por el Covid-19, acentuada por sus debilidades estructurales.

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL) destaca en su informe, 'Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística', que América Latina y el Caribe es la región en desarrollo más afectada por esta coyuntura. Durante abril y mayo sufrieron el desplome de la demanda y de los precios de las materias primas (petróleo, alimentos y metales) –que suponen el grueso de sus exportaciones–, aunque éstas se han recuperado parcialmente en los meses siguientes. Aun así el análisis es claramente desfavorable para estos mercados. Algunos de los factores que explican este negativo escenario son:

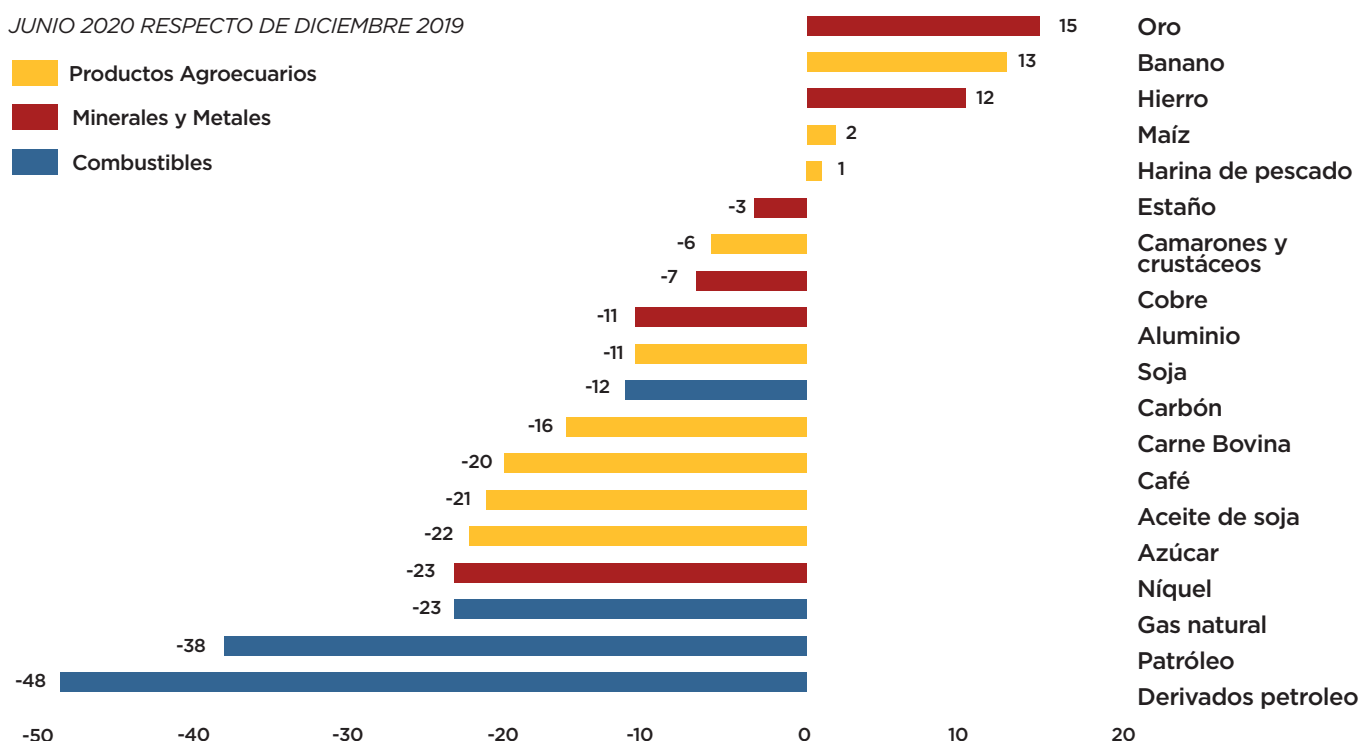
- Elevada incidencia de la pandemia
- A la caída de las materias primas exportadas se ha unido a la de los ingresos por turismo y de las remesas de los inmigrantes.
- Las estimaciones para este año apuntan que el comercio internacional de América Latina y el Caribe registrará una «pronunciada caída» de un 23% en 2020, una cifra que supera la registrada en la anterior crisis (-21% en 2009). Según CEPAL, el valor de las exportaciones regionales se contraerá un 23 %, el de las importaciones lo hará en un 25 %.

Ámerica Latina y el Caribe:

Variación de los precios de los principales productos básicos de exportación.

Fuente: CEPAL

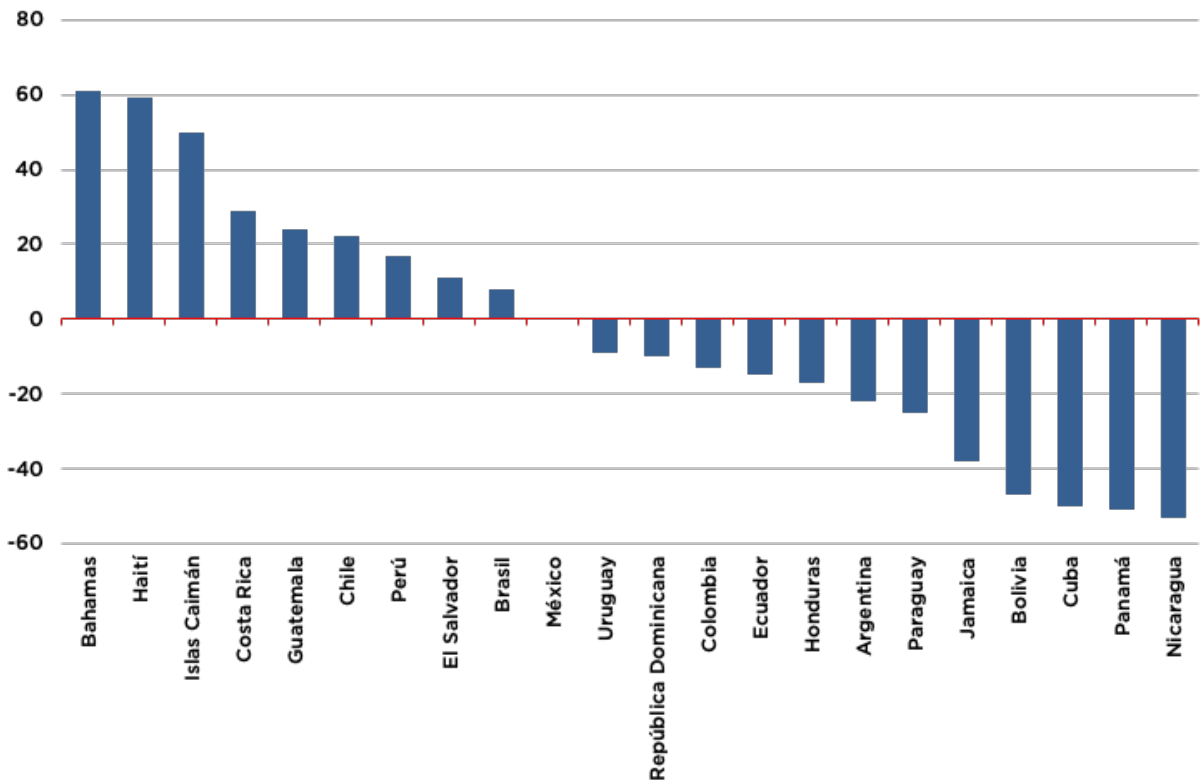
JUNIO 2020 RESPECTO DE DICIEMBRE 2019



- América Latina sufre una serie de debilidades estructurales, como altos niveles de pobreza, menor calidad institucional respecto a otras áreas emergentes, elevada tasa de informalidad laboral, una relativa debilidad del sistema sanitario, una alta proporción de la población residente en áreas urbanas, escasa integración regional comercial, y un bajo desarrollo tecnológico y sanitario.
- Las medidas de los gobiernos latinoamericanos para inyectar liquidez y paliar la paralización de la actividad como consecuencia de la pandemia, ha sido mucho más limitadas que las realizadas por los países desarrollados. Ello se traducirá en mayores dificultades para reactivar las economías en 2021 y recuperar la senda del crecimiento, que no se espera hasta 2022.

**Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana.
Latinoamérica.**

Fuente: Elaboración propia



Además de los paraísos fiscales, Chile y Perú constituyen los dos mercados con mejores expectativas para las empresas valencianas.

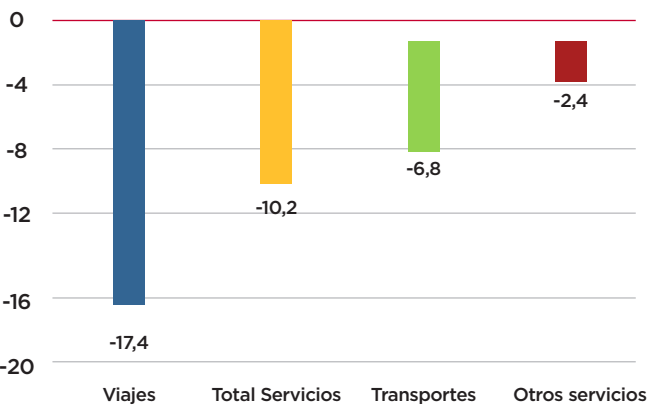
Los **pequeños países insulares: Bahamas, Haití, Costa Rica o Islas Caimán**, que si bien son mercados muy limitados en tamaño han registrado un importante aumento en la demanda de productos cerámicos y productos para la agricultura y agroalimentación (abonos, maquinaria, etc.)

Chile y Perú, son los mercados de mayor tamaño con mejores expectativas para las empresas exportadoras valencianas, dado que a pesar de la caída de las ventas en lo que llevamos de año, las perspectivas para 2021 son las mejores de la región (5,3% ambas).

Por el contrario, mercados tan importantes para las empresas valencianas como **México o Brasil**, se posicionan como los más afectados en esta región como consecuencia de la pandemia (con caída del PIB de más del 6% para 2020), con unas perspectivas de crecimiento del PIB bastante limitadas para 2021 (3%). Aun así, siguen siendo mercados de oportunidad para el sector químico y semimanufacturas de metal o madera.

América Latina (11 países y variación interanual de las exportaciones de servicios, Enero-Marzo 2020

Fuente: CEPAL



Mercado Latinoamérica

Fuente: Datacomex y FMI

Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
412 México	209.221	-34,8	-6,6	3,0
416 Guatemala	15.012	-19,0	-2,0	5,5
424 Honduras	4.515	-37,2	-2,4	4,1
428 El Salvador	4.000	-21,3	-5,4	4,5
432 Nicaragua	2.433	-20,0	-6,0	0
436 Costa Rica	16.576	-0,5	-3,3	3,0
442 Panamá	12.377	-68,9	-2,0	4,0
448 Cuba	25.875	-51,0	n.d.	n.d.
452 Haití	1.430	15,3	-4,0	1,2
453 Bahamas	6.372	-70,7	-8,3	6,7
456 República Dominicana	42.261	-47,6	-1,0	4,0
463 Islas Caimán	11.402	1433,0	n.d.	n.d.
464 Jamaica	4.485	-61,4	-5,6	3,5
480 Colombia	53.555	-41,4	-2,4	3,7
484 Venezuela	5.422	30,7	-15,0	-5,0
500 Ecuador	15.898	-36,0	-6,3	3,9
504 Perú	39.130	-34,2	-4,5	5,2
508 Brasil	95.548	-20,2	-5,3	2,9
512 Chile	71.736	-22,5	-4,5	5,3
516 Bolivia	5.665	-70,1	-2,9	2,9
520 Paraguay	9.502	-47,6	-1,0	4,0
524 Uruguay	12.707	-42,5	-3,0	5,0
528 Argentina	23.788	-39,9	-5,7	4,4

3.5

Mercado Norte de África

Egipto se posiciona como mercado al alza en hábitat y construcción, junto con Marruecos y Argelia.

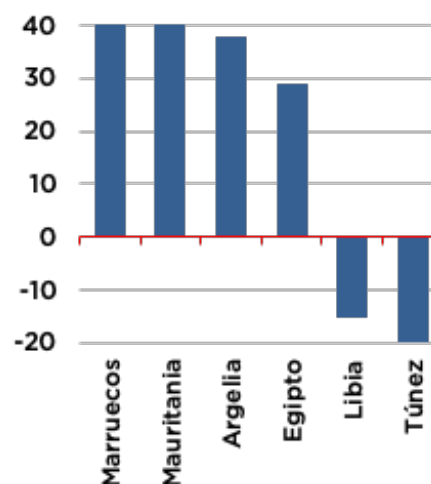
Argelia y Marruecos son los principales mercados de la Comunidad Valenciana en el Norte de África. Y seguirán siéndolo a medio y largo plazo.

Y ello a pesar de los factores que están actualmente incidiendo negativamente como mercados de oportunidad para los productos valencianos:

- Las barreras no arancelarias que sucesivamente han venido implantando ambos países en sus importaciones previamente a la pandemia.
- La parcial recuperación del precio del petróleo hasta el mes de agosto, parece debilitarse en septiembre ante la debilidad de la recuperación de la actividad internacional, pero, sobre todo, de la demanda por parte del transporte de viajeros. Ello implica que la recuperación de los ingresos por este concepto de Argelia se verán limitados y, en consecuencia, las importaciones de bienes y servicios. De hecho es el país con mayor caída del PIB estimada para 2020.
- En el caso de Marruecos, la sustancial caída de los ingresos por turismo tendrá una notable incidencia en la balanza exterior por cuenta corriente.

Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana. Magreb

Fuente: Elaboración propia



Mercado Norte de África				
Fuente: Datacomex y FMI	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Indicadores	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020 2021
204 Marruecos	342.960	-21,2	-3,7	4,8
208 Argelia	249.858	-18,6	-5,2	6,2
212 Túnez	43.345	-29,0	-4,3	4,1
216 Libia	33.904	-20,9	0,0	2,8
220 Egipto	123.462	-32,7	2,0	2,8
228 Mauritania	11.906	-5,2	-2,0	4,2

No obstante, estos mercados van a seguir siendo interesantes para las exportaciones de bienes de equipo (maquinaria, aparatos mecánicos y eléctricos), abonos, papel y cartón, y semimanufacturas.

Por el contrario, las exportaciones de bienes de consumo (textil, calzado, muebles, cosmética, automóvil, etc..) van a sufrir un notable recorte (que en muchos casos ya se estaba produciendo) , en tanto en cuanto el consumo y el poder adquisitivo se vea recortado.

En el caso de **Egipto**, los indicadores utilizados no lo muestran como uno de los principales mercados de oportunidad a medio plazo. La positiva evolución de las exportaciones en el primer trimestre, impulsadas por el sector hábitat, se vió truncada sustancialmente en los meses siguientes, aunque los datos de agosto de certificados de origen muestran un descenso cada vez menos intenso. El sector del hábitat y la construcción y los productos químicos son los sectores con una mayor demanda de importación en los últimos meses.

3.6

Mercado África Subsahariana

África Occidental se consolida como mercado emergente en este continente, sobre todo para en el sector químico, cerámica y bienes de equipo.

El continente africano registra un menor impacto del coronavirus en comparación con el resto de continentes: poco más de 1,4 millones de casos -menos del 5% del total mundial y casi la mitad en Sudáfrica-, unas 34.000 muertes y algo más de un millón de curaciones en una población total de 1.300 millones de habitantes. Los expertos apuntan que las razones de ello son una población joven -edad media de 19 años- y que está más inmunizada por verse afectada por otros tipos de coronavirus. Una posible segunda ola será también menos intensa que en el resto del mundo.

Económicamente, los países africanos más afectados por la pandemia del Covid-19 son los que tienen sistemas de salud deficientes, los que dependen principalmente del turismo, de las exportaciones de productos básicos (materias primas y petróleo), y aquellos con una alta carga de deuda y una alta dependencia de los volátiles flujos financieros internacionales. Según el Banco Africano del Desarrollo la principal consecuencia de esta crisis está siendo y será el aumento de las desigualdades económicas y sociales.

Aún así, todos los países pueden considerarse en mayor o menor grado mercados de oportunidad para las empresas valencianas.

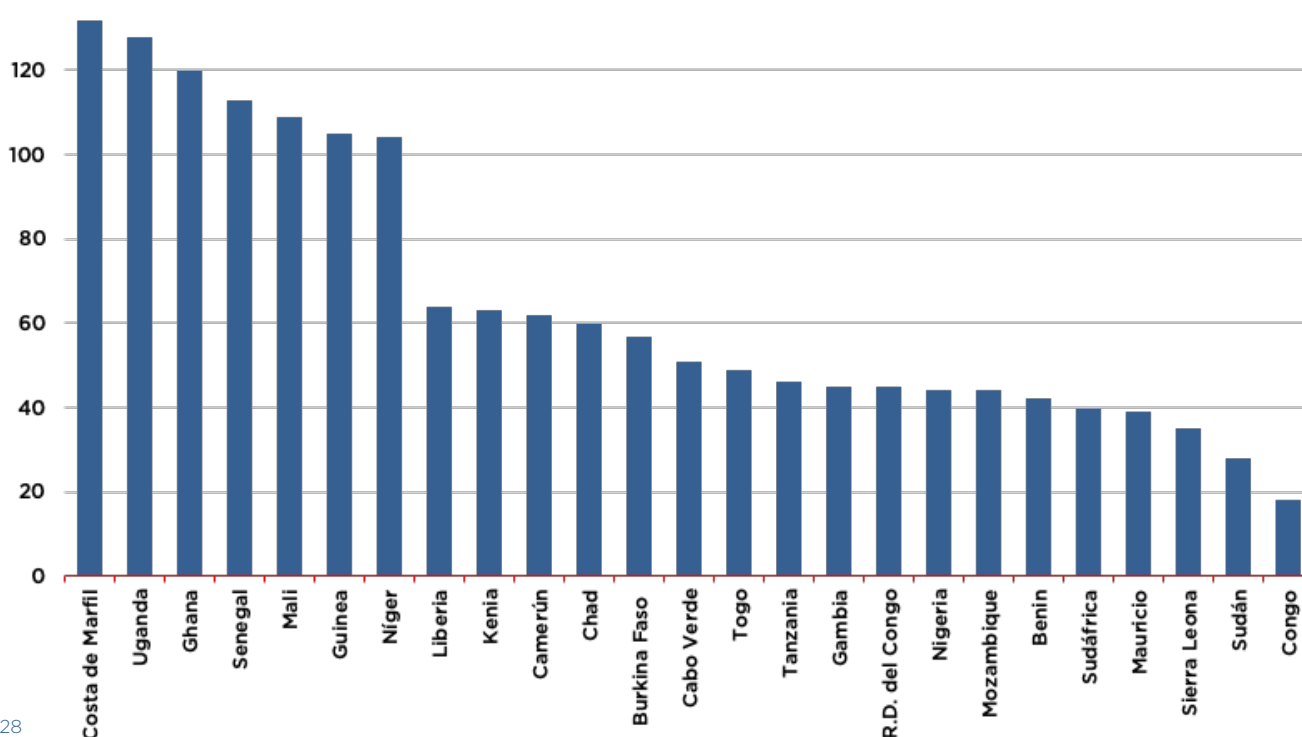
Costa de Marfil, Ghana, Senegal, Mali y Guinea,

Son los mercados con el mayor índice de oportunidad para las exportaciones valencianas, y consolidan la tendencia observada en los dos últimos años.

El retraso en el impacto de la pandemia en África se ha dejado notar en los intercambios comerciales: en los siete primeros meses de 2020, las exportaciones a estos cinco países se incrementaron un 16,5%.

Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana. África Subsahariana

Fuente: Elaboración propia



Mercado África Subsahariana

Fuente: Datacomex y FMI

Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
224 Sudán	3.759	84,0	-7,2	-3,0
232 Mali	8.866	32,4	1,5	4,1
236 Burkina Faso	4.426	1,2	2,0	5,8
240 Níger	2.023	24,6	1,0	8,1
244 Chad	1.149	113,3	-0,2	6,1
247 Cabo Verde	2.883	9,2	-4,0	5,5
248 Senegal	26.992	16,9	3,0	5,5
252 Gambia	2.390	-6,8	2,5	6,5
260 Guinea	7.503	28,7	2,9	7,6
264 Sierra Leona	1.792	37,3	-2,3	4,0
268 Liberia	1.580	16,1	-2,5	4,0
272 Costa de Marfil	27.068	1,7	2,7	8,7
276 Ghana	30.115	24,9	1,5	5,9
280 Togo	6.483	4,0	1,0	4,0
284 Benín	7.354	25,8	4,5	6,0
288 Nigeria	24.047	-7,4	-3,4	2,4
302 Camerún	10.656	23,7	-1,2	4,1
310 Guinea Ecuatorial	18.649	-9,3	-5,5	2,3
314 Gabón	4.076	-16,4	-1,2	3,6
318 Congo	3.204	-9,6	-2,3	3,4
322 R.D. del Congo	1.933	15,2	-2,2	3,5
330 Angola	3.899	-43,0	-1,4	2,6
334 Etiopía	2.298	-33,3	3,2	4,3
346 Kenia	8.090	12,2	1,0	6,1
350 Uganda	1.461	66,5	3,5	4,3
352 Tanzania	3.072	-19,0	2,0	4,6
366 Mozambique	2.754	-3,4	2,2	4,7
370 Madagascar	2.857	-25,1	0,4	5,0
373 Mauricio	5.698	12,0	-6,8	5,9
388 Sudáfrica	57.057	-35,0	-5,8	4,0

La mayor parte de los productos exportados a este grupo de países han experimentado un comportamiento positivo, entre las que destacan las baldosas cerámicas, agua y productos químicos (abonos, cosmética, etc.) y bienes de equipo.

Con respecto a **Sudáfrica**, el primer mercado de la Comunidad Valenciana en el África Subsahariana, ha registrado como consecuencia de la pandemia un sustancial retroceso de las ventas durante los siete primeros meses de 2020, sin indicios de una clara recuperación y unido a la mayor incidencia de la pandemia en este país, se reduce su índice de oportunidad, y lo sitúan en los últimos lugares del ranking.

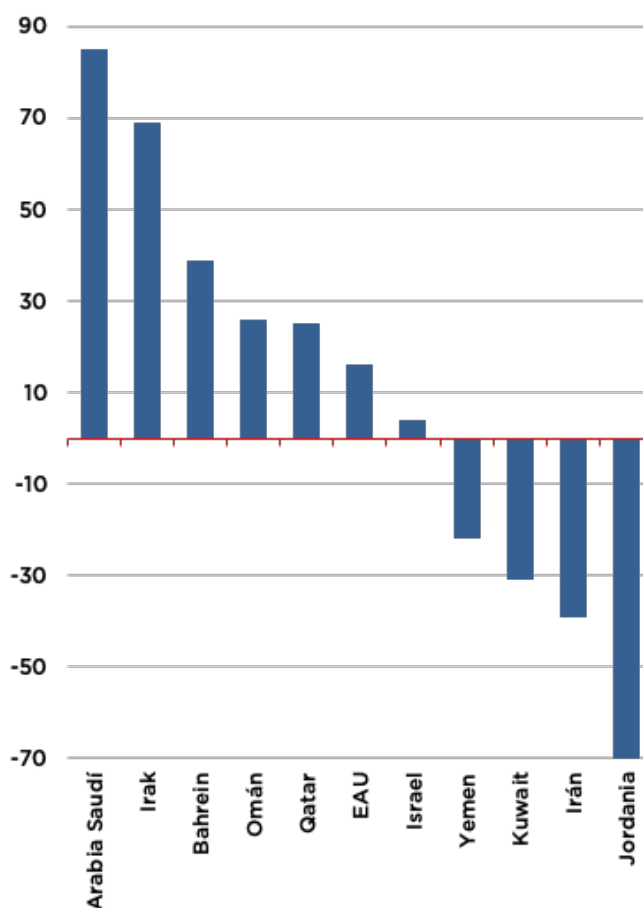
3.7 Mercado Oriente Próximo

Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Irak y Qatar son países altamente dependientes de las exportaciones de petróleo. Por lo tanto, en lo que llevamos de 2020 sus ingresos se han visto enormemente afectados por la caída de los precios en los mercados internacionales

Tras el sustancial retroceso del precio del petróleo en los mercados internacionales, alcanzando mínimos de 19 \$/barril a mediados del mes de abril, debido a la caída de la demanda a nivel internacional –por la paralización de la actividad y el confinamiento generalizado– y las disputas entre Arabia Saudí y Rusia, éste se recuperó parcialmente en los meses de mayor y junio hasta superar los 42 \$/barril. Sin embargo, la debilidad de la recuperación económica provocada por la evolución de la pandemia y las perspectivas de que esta debilidad se mantenga a medio plazo, vuelve a presionar a la baja el precio del petróleo, manteniéndolo en torno a esos 42 \$/barril.

Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana. Oriente Próximo.

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Datacomex y FMI

Mercado Oriente Próximo

Fuente: Datacomex y FMI		Exportaciones Comunidad Valenciana	Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
Indicadores	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
604 Líbano	15.507	-71,1	-12,0	n.d.
612 Irak	13.684	-11,4	-4,7	7,2
616 Irán	8.011	-34,1	-6,0	3,1
624 Israel	107.070	-21,2	-6,7	6,6
628 Jordania	30.718	-46,%	-3,7	3,7
632 Arabia Saudí	183.456	9,7	-2,3	2,9
636 Kuwait	21.669	-31,8	-1,1	3,4
640 Bahrein	27.472	38,5	-3,6	3,0
644 Qatar	31.633	-9,4	-4,3	5,0
647 Emiratos Árabes Unidos	119.634	-15,1	-3,5	3,3
649 Omán	13.162	-11,4	-2,8	3,
653 Yemen	5.051	-30,6	-3,0	6,1

En Oriente Próximo, Arabia Saudí, Irak y Bahrein, constituyen mercados de oportunidad a medio plazo.

En el caso de **Arabia Saudí** el tamaño del mercado para la Comunidad Valenciana y el buen comportamiento de las exportaciones a lo largo de 2020 explican su primera posición. Aunque los hogares y las empresas han reducido su consumo y su inversión por el coronavirus, las medidas de apoyo a la compra de vivienda y la ola de privatizaciones del sector público, generan nuevas oportunidades en sectores concretos de este mercado.

En el caso de **Irak** destaca como el país con mejores expectativas de recuperación para 2021, mientras que los pequeños países como **Bahrein, Omán y Qatar**, registran una notable recuperación de las exportaciones en el mes de julio.

Las baldosas cerámicas y otras semimanufacturas para la construcción son los productos más dinámicos además de productos alimenticios, frescos y manufacturados.

3.8

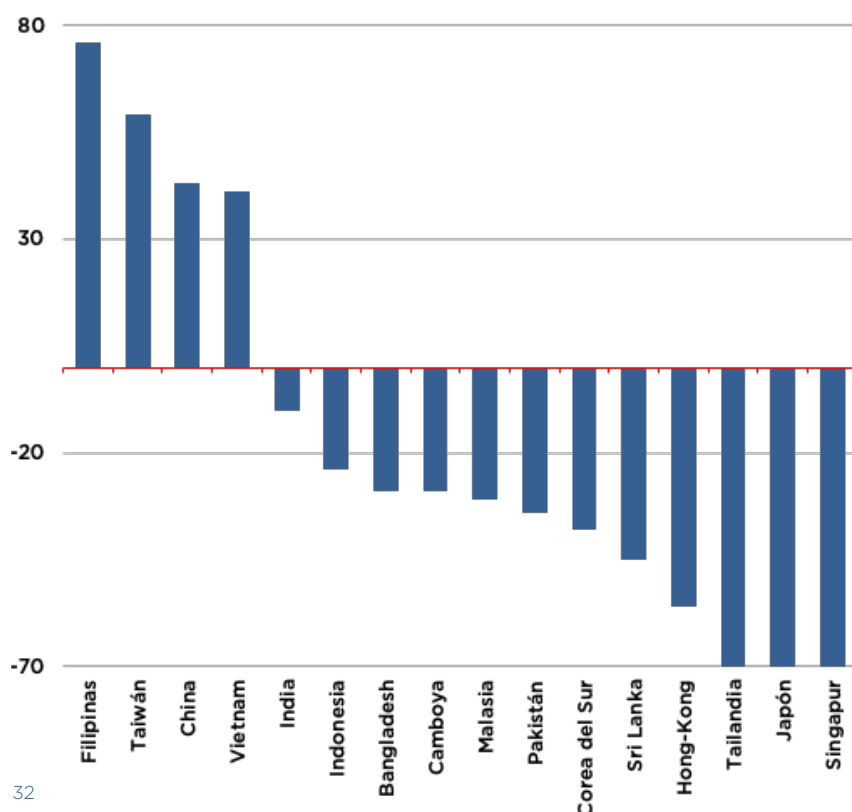
Mercado Asia Oriental

Mercados emergentes con gran potencial para la Comunidad Valenciana como Vietnam, Filipinas y Taiwán, aunque sin olvidar el gran mercado chino.

En primer lugar, Asia oriental se caracteriza por las grandes diferencias y desigualdades entre los diferentes países que la componen: grandes economías como China e India, frente a pequeñas como Sri Lanka; desarrollados como Japón y Hong Kong, frente a Pakistan o Camboya con rentas muy bajas. Estas divergencias se traducen en diferentes grados a la hora de afrontar la alerta sanitaria (Bangladesh, India and Pakistan gasta menos del 1% en gasto sanitario). El caso más visible es el de India, que se ha convertido en el segundo país del mundo con más contagiados, después de USA, poniendo en evidencia algunas de sus deficiencias estructurales como país emergente.

Indicador de mercados de oportunidad para la Comunidad Valenciana. Asia oriental

Fuente: Elaboración propia



Como ya se ha comentado, la crisis económica mundial provocada por la pandemia va a generar **importantes transformaciones del comercio internacional a medio y largo plazo**, siendo los países asiáticos –como fábricas del mundo– posiblemente los más afectados por las nuevas tendencias:

- Glocalización: cambios en las cadenas de suministro industriales (acortamiento y acercamiento).
- Digitalización de las transacciones comerciales.
- Radicalización de los consumidores y sus preferencias: prioridad en la marca de confianza entre los de mayor poder adquisitivo (confianza en la marca), frente a al peso del precio entre una masa de consumidores más empobrecidos.

Mercado Asia Oriental

Fuente: Datacomex y FMI

Indicadores	Exportaciones Comunidad Valenciana		Perspectivas crecimiento real del PIB (%)	
	Ene-jul 2020 (miles €)	% var. 2020/2019	2020	2021
662 Pakistán	15.603	-27,3	-2,0	2,0
664 India	82.544	-28,6	1,9	7,4
666 Bangladesh	13.808	-43,6	2,0	9,5
669 Sri Lanka	6.133	-1,4	-0,5	4,2
680 Tailandia	20.567	-31,7	-6,7	6,1
690 Vietnam	31.737	-27,5	2,7	7,0
696 Camboya	3.462	-12,8	-1,6	6,1
700 Indonesia	20.129	-15,2	0,5	8,2
701 Malasia	15.991	-27,2	-1,7	9,0
706 Singapur	21.154	-50,8	-3,5	3,0
708 Filipinas	32.464	94,8	0,6	7,6
720 China	199.802	-32,7	1,2	9,2
728 Corea del Sur	53.443	-19,9	-1,2	3,4
732 Japón	55.207	-35,9	-5,2	3,0
736 Taiwán	60.632	41,7	-4,0	3,5
740 Hong-Kong	35.887	-33,3	-4,8	3,9

Los mercados asiáticos con mayores oportunidades de negocio a medio plazo para los productos valencianos son:

Filipinas: país que ha impuesto una de las cuarentenas más largas y estrictas del mundo, lo que ha afectado especialmente al turismo y el transporte, columna vertebral de su economía. A pesar de ello, se espera una notable recuperación en 2021. Es uno de los países más poblados de Asia. Los productos agroalimentarios y aparatos eléctricos son los que están registrando un mayor dinamismo en 2020.

Taiwan: es uno de los pocos mercados donde las exportaciones valencianas han seguido creciendo a buen ritmo. Bienes de equipo, automóvil, semimanufacturas y algunos productos agroalimentarios han sido las ventas más dinámicas. Buen control de la pandemia ha evitado un excesivo retroceso de sus importaciones.

China: Junto con Vietnam, China es la **única economía que crecía en el segundo trimestre**. Aunque el coronavirus le arrebató un 6,8% del PIB en el primer trimestre, en el segundo logró materializar la ansiada recuperación en V con un crecimiento del 3,2% impulsado sobre todo por el sector industrial, que se expandió un 4,8%. El consumo interno se ha convertido en el motor del crecimiento y se espera que el PIB crezca cerca del 10% en 2021, con el consiguiente aumento de las importaciones. Ante la recesión de las economías desarrolladas China confía en

su propia fortaleza, y no en la economía global, para salir adelante tras el coronavirus.

Vietnam: como pequeña economía muy abierta se vio bastante afectada por el confinamiento, pero a la vez ha registrado en el tercer trimestre de 2020 un rápido crecimiento –gracias a la buena gestión de la pandemia– tal que es uno de los pocos países que mantendrá un aumento del PIB este año.

Bangladesh, Corea del Sur, Tailandia y Singapur, son algunos de los mercados emergentes del sudeste Asiático más dinámicos para las exportaciones valencianas, pero también han sufrido en mayor medida los efectos de la pandemia y la crisis económica y, a largo plazo se verán negativamente afectadas por los cambios progresivos en las cadenas de suministro y por la influencia de China.

Japón: el mercado japonés que tan bien se había comportado en 2019 (las exportaciones aumentan en un 43%) impulsado por la firma del Acuerdo de Libre Comercio con la Unión Europea, registra un indicador de oportunidad negativo. Las propias características de la economía y del consumidor nipón han llevado a la actividad y la confianza a niveles muy por debajo de los del año anterior, con un ritmo de recuperación muy lento, lo que se traduce en un retroceso muy significativo de las importaciones; tendencia que se mantendrá a medio plazo.

4.

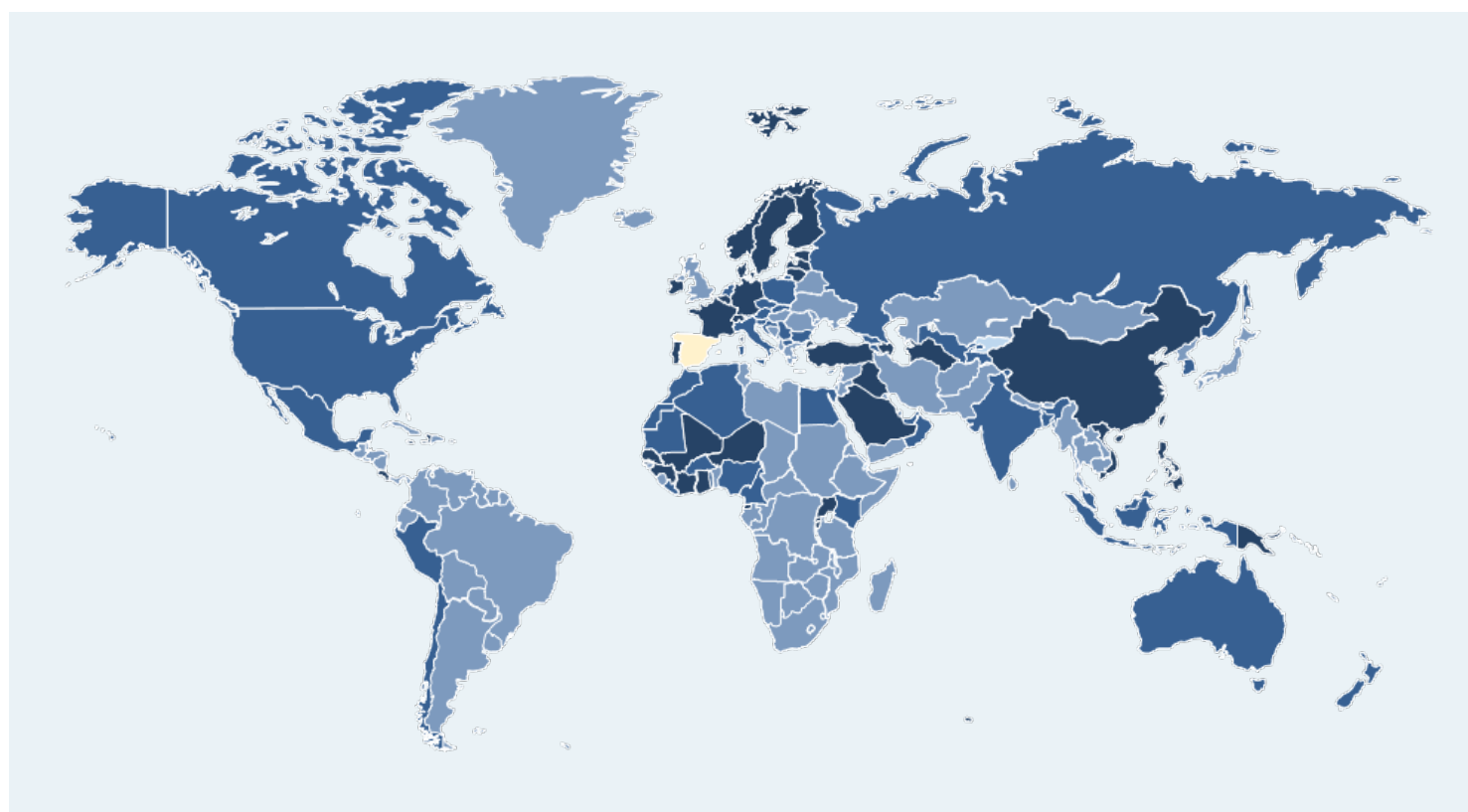
Conclusiones

Tras la última crisis económica (2008-2009), las exportaciones de la Comunidad Valenciana experimentaron un sustancial impulso en su diversificación geográfica, con un estancamiento de los mercados de la Unión Europea (que sufren también la crisis económica), a la vez que se producía un notable dinamismo del mercado norteamericano y los mercados emergentes del continente asiático, Latinoamérica y los exportadores de petróleo.

Sin embargo, la actual crisis económica global (2020) –provocada por causas exógenas a la propia economía– con un impacto mundial y simultáneo, va a provocar repercusiones y procesos de recuperación asimétricas.

De una crisis mundial a una nueva era económica.

La profundidad de la actual crisis económica, el elevado grado de incertidumbre que genera la evolución de la pandemia en la segunda mitad del año 2020 y el fuerte impacto sobre la movilidad de las personas a nivel internacional, han acentuado notablemente tendencias ya existentes lo que se traducirá en transformaciones permanentes en el ámbito social y económico a nivel mundial. Seguramente nos encontramos en el final de una era y el comienzo de otra, lo que requerirá que el sector empresarial exportador valenciano apueste por nuevas estrategias y formas de trabajar para adaptarse a un nuevo escenario en los flujos comerciales internacionales.



Índice Elevado Índice Medio Índice bajo España

¿Cuáles son los cambios globales a los que se enfrenta la empresa exportadora valenciana?

- **Nuevo comportamiento de los consumidores:** aumento de la tasa de ahorro, consumidor mas digital, y por tanto, mayor grado de utilización del ecommerce, consumo mas local..
- **La digitalización se acelera** en un mundo donde la movilidad y la presencialidad se reduce. La forma de hacer negocios se irá transformando progresivamente.
- **La globalización dará paso a una mayor regionalización en los flujos comerciales.** No obstante, en la medida en que se recuperen las economías emergentes, la diversificación de los mercados de destino se verá de nuevo impulsada, especialmente entre las empresas exportadoras más regulares.
- **La grandes cadenas de valor** a nivel mundial (lideradas por las multinacionales) registraran un **proceso de reconversión**. Las restricciones de movilidad, especialmente de fronteras, están llevando a grandes empresas a cambiar su red de productores por una más localista (mas cercana) que le aporte mayor seguridad a la hora de abastecerse ante los nuevos rebrotes y un posible cierre de aduanas, con un acortamiento de las mismas y ampliar la elección de proveedores, incluso si hacerlo aumenta los costes. Es un cambio hacia una rentabilidad a largo plazo que miles de empresas están aprendiendo con la pandemia.
- **La política nacionalista** que están adoptando las grandes potencias económicas, **China y Estados Unidos**, con el objetivo de reducir la dependencia del exterior, incidirá negativamente en la evolución del comercio internacional y podría suponer un aumento del proteccionismo en estos dos grandes mercados.
- El **surgimiento de nuevos productos**, nuevas tecnologías de producción, nuevos canales de comercialización, son también factores que están fortaleciendo el comercio internacional.

A corto y medio plazo Europa será el motor de las exportaciones valencianas.

El conjunto de tendencias descritas con anterioridad y que van a transformar a medio y largo plazo las relaciones comerciales internacionales, va a incidir en el nuevo mapa de mercados de oportunidad y nichos de mercado de las empresas exportadoras valencianas, tanto de bienes como de servicios. Del análisis realizado a lo largo del informe sobre las exportaciones de bienes cabe destacar que los mercados que van a impulsar la reactivación de las ventas en el exterior en los dos próximos años son:

- **Europa Occidental** va a constituirse como el mercado más dinámico para los principales productos valencianos –tanto para bienes de consumo como intermedios–, lo que implicará una acentuación de la concentración de las exportaciones valencianas en los mercados europeos. Los países nórdicos, los bálticos, y los pequeños países europeos (Países Bajos, Dinamarca o ...) serán los más dinámicos, pero también mercados más maduros y consolidados para la empresa valenciana como son Alemania, Francia o Portugal.
- **África Occidental (Costa de Marfil, Ghana, Senegal)** se consolida como una de las zonas con mayores oportunidades para la exportación valenciana, tal y como ya venía observándose en los últimos años. Un amplio mercado en crecimiento y desarrollo con elevado potencial.
- Los países de **Oriente Medio (Arabia Saudí, Qatar, Kuwait)**, por su elevado poder adquisitivo e inversión pública, y ello a pesar de la caída de ingresos derivados del petróleo.
- Algunos de los países del **Sudeste Asiático, como Filipinas, Malasia o Indonesia**, donde las restricciones por la pandemia han sido muy estrictas, pero se espera una importante recuperación de su actividad económica en 2021 (impulsada por China) con importantes oportunidades de negocio.

Existe un segundo grupo de países no comunitarios, con potencialidad de crecimiento, aunque a más plazo,

- **Estados Unidos y China**, de significativo peso dentro del comercio internacional, para los que se espera fuerzas contrapuestas a medio plazo: aumento de la demanda de importación derivada de la recuperación económica, frente a la tendencia más proteccionista de sus respectivos gobiernos. La evolución a medio plazo será positiva pero moderada.

- Países con un reciente tratado de Libre Comercio con la Unión Europea: **Canadá, Japón, Singapur y Vietnam**. Si bien todos ellos han registrado notables retrocesos de las exportaciones valencianas en los siete primeros meses de 2020, los beneficios que reportan los acuerdos comerciales suponen un incentivo y mayor potencial para vender en los mismos.
- **Egipto, Argelia y Marruecos**, siguen constituyendo mercados de gran potencial para las empresas valencianas, aunque los negativos efectos sobre dichas economías ralentizará la recuperación de las ventas en dichos mercados a medio plazo.

Por último, las empresas valencianas se van a encontrar con mercados donde la recuperación de las exportaciones se va a ver seriamente afectada por motivos dispares:

- **Reino Unido**, que ha sido nuestro tercer mercado cliente, puede acentuar aún más la contracción registrada en los últimos tres años si finalmente no hay acuerdo comercial antes del 31 de diciembre de 2020: a los aranceles hay que añadirle medidas técnicas, registros aduaneros, devaluación de la libra, etc..
- **Latinoamérica** es, sin duda, una de las zonas geográficas más afectadas sanitaria y económicamente por la pandemia, lo que se ha traducido en el mercado con mayor caída en el conjunto de las exportaciones valencianas. A parte de los paraísos fiscales (Bahamas, Islas Caimán), algunos países como Costa Rica, Guatemala, Chile y Perú, ofrecen mejores posibilidades para las exportaciones valencianas.
- **Rusia** constituye un mercado potencial para productos concretos (industria agroalimentaria y química), pero la inestabilidad en las relaciones políticas con la UE y otras repúblicas exsoviéticas reducen el atractivo de este mercado a corto y medio plazo.

A largo plazo se producirá una nueva diversificación de mercados.

Frente al proceso de concentración en los mercados europeos que se va a producir en el corto y medio plazo, las exportaciones valencianas experimentarán a partir de 2023 un proceso de diversificación de mercados, impulsadas por las empresas exportadoras regulares – mas inquietas y con fortaleza para la búsqueda de nuevos mercados- y por la consolidación de la recuperación económica.

Los mercados al alza se centraran en África Occidental, el Sudeste asiático –donde la Unión Europea está realizando los mayores esfuerzos en alcanzar acuerdos comerciales y donde el potencial de crecimiento es mayor-, y Norteamérica

5.

Bibliografía

- *Riesgos generados por el Covid-19 en Latinoamérica.*
Moneda Única.net
- *Global Trade Update.*
Junio 2020
- *El plan de China para independizarse del mundo y ser un fortín económico en la Era del Desorden.*
El economista.es
28 de septiembre 2020
- *El comercio se contrae de forma acusada en la primera mitad de 2020.*
OMC
Comunicado de prensa del 22 de junio de 2020
- *Cross-Border Mobility, Covid - 19 and Global Trade*
OMC
- **FMI. World Economic Outlook**
Abril 2020
- **FMI. World Economic Outlook**
Junio 2020
- *El impacto del Covid -19 sobre las exportaciones de bienes de las Comunidades Autónomas.*
IVIE, Alcalá, Francisco y Robledo, Juan Carlos.
Julio 2020
- *Global Trade: recesión confirmed, watch out for a double whammy blow due to protectionism*
Dib, Georges, Allianz Research.
- *World Competitiveness ranking Top performers.*
The 2020 IMD.
- *La asimetría. La gran trampa de la globalización.*
Economía 3
Mayo 2020
- *El papel de las empresas internacionales en la recuperación post-Covid*
Scotti, Olivia. Gedeth network.
- *Los efectos del covid-19 sobre el comercio internacional y la logística.*
Observatorio del Covid-19 en América Latina y Caribe. CEPAL
Agosto 2020.
- *Decálogo de propuestas para impulsar el sector exterior como motor de la recuperación económica.*
Club de exportadores e inversores.
Junio 2020
- <https://blogs.worldbank.org/es/voices/las-perspectivas-de-los-mercados-de-productos-basicos-y-los-efectos-del-coronavirus-en-seis>
- https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/mobility_report_e.pdf

Base de datos:

- OCDE Gros Domestic Product. Groth rate compared to de seme quartae of rprevius year.
- Datacomex
- ICEX
- Trading Economist. Indicadores macroeconómicos por países.