

Madrid, 18 de Abril de 2018

## **Las nuevas rutas comerciales del Mediterráneo atravesarán el Sur y Este de la región**

**El reciente aumento del proteccionismo está comenzando a transformar la vasta red de acuerdos de libre comercio y a remodelar las rutas comerciales mediterráneas. En consecuencia, surgen dos nuevas tendencias:**

- **Los países del Sur y Este se mueven hacia productos de alto valor añadido, concretamente exportaciones de productos de automoción y TIC.**
- **Aparecen nuevos proveedores de materias primas (energía, químicos y construcción), como es el caso de Grecia, Chipre y Egipto.**

### **Desaceleración del comercio intra-regional**

Aunque la importancia del comercio regional se está incrementando en Asia, los países del Mediterráneo están trabajando para conseguir el mismo resultado, a pesar de la proliferación de acuerdos comerciales multilaterales y bilaterales establecidos desde 1995 (“Acuerdo de Barcelona”). Existe incluso una tendencia descendente en el comercio intra-Mediterráneo, con un descenso de las exportaciones del 31% en 2001 al 29% en 2016. Debido a su tamaño, una gran proporción del comercio regional (79,4% de los flujos de importación y exportación) se concentra en los países mediterráneos de la Eurozona<sup>1</sup>, aunque durante los últimos 15 años han ido perdiendo terreno, beneficiando a los países del Sur<sup>2</sup> (10,1%), del Este<sup>3</sup> (8,4%) y de los Balcanes<sup>4</sup> (2%).

A pesar de que durante los últimos 20 años se han incrementado los esfuerzos de cooperación, existen numerosas explicaciones para este débil nivel de integración comercial. La competencia entre los países del sur y del este, especializados en los sectores agrícola y textil, se considera a menudo como el motivo principal de este fracaso, pero existen otros. La crisis de 2009 y la Primavera Árabe de 2011 impactaron negativamente en la apertura de los países de la región, desacelerando aún más a los países de sur y este mediterráneo (con la excepción de Marruecos). A esto se suma la superposición de acuerdos que complican el proceso comercial, con condiciones que varían entre los diferentes acuerdos. Paralelamente, a pesar de un deseo declarado de incrementar el volumen comercial, el número de medidas proteccionistas (impuestos, medidas antidumping, subvenciones públicas, cuotas...) aumenta constantemente. Desde 2012, se han introducido 381 medidas proteccionistas netas en toda la región del Mediterráneo; de las cuales casi la mitad tienen como objetivo directo otro país de la región.

---

<sup>1</sup> **Zona Euro:** Portugal, España, Francia, Italia, Eslovenia, Grecia, Chipre y Malta

<sup>2</sup> **Zona Sur:** Marruecos, Argelia, Túnez, Libia y Egipto

<sup>3</sup> **Zona Este:** Israel, Turquía y Líbano

<sup>4</sup> **Balcanes:** Albania, Bosnia-Herzegovina, Croacia y Montenegro

## **Los países del Este y Sur mediterráneo aumentan las exportaciones de los sectores automovilístico y TIC, y comienzan a suministrar materias primas**

Desde el año 2000 han aparecido nuevas tendencias en las estructuras de las exportaciones de los países de la cuenca mediterránea. Los países de la eurozona mediterránea parecen estar perdiendo terreno en los sectores de alto valor añadido, como el automovilístico y las TIC (tecnología informática y de comunicaciones), a favor de las exportaciones de productos agrícolas procesados y químicos. Los países del Sur y Este están empezando a dirigirse hacia el mercado de gama alta, en detrimento de los sectores tradicionales como el textil. Estas dinámicas son menos marcadas en los Balcanes, aunque existe un claro aumento de las exportaciones de productos agroalimentarios y metales. Además, el comercio entre los países del Norte de África y del este del Mediterráneo se ha fortalecido y empiezan a emerger nuevas rutas comerciales.

- **Sector automovilístico: Marruecos y Turquía > Zona Euro y Este**

La política adoptada por Marruecos y Turquía, sumándose a las cadenas mundiales de valor mediante el desarrollo y fortalecimiento de los sectores industriales, ha contribuido a la reconfiguración de las exportaciones de automóviles dentro del Mediterráneo. En 2016, Turquía registró el 13% de las exportaciones regionales de automóviles (frente a solo el 2% del año 2000), con un incremento de los flujos hacia los países mediterráneos de la zona euro. Durante el periodo 2012-2016, las exportaciones automovilísticas de Marruecos hacia la región mediterránea representaron el 13% del total de las exportaciones del país. Aunque estas exportaciones se dirigen principalmente al mercado europeo, sus socios también incluyen a Turquía y Egipto.

- **Sector TIC: Túnez y Marruecos > Zona Euro**

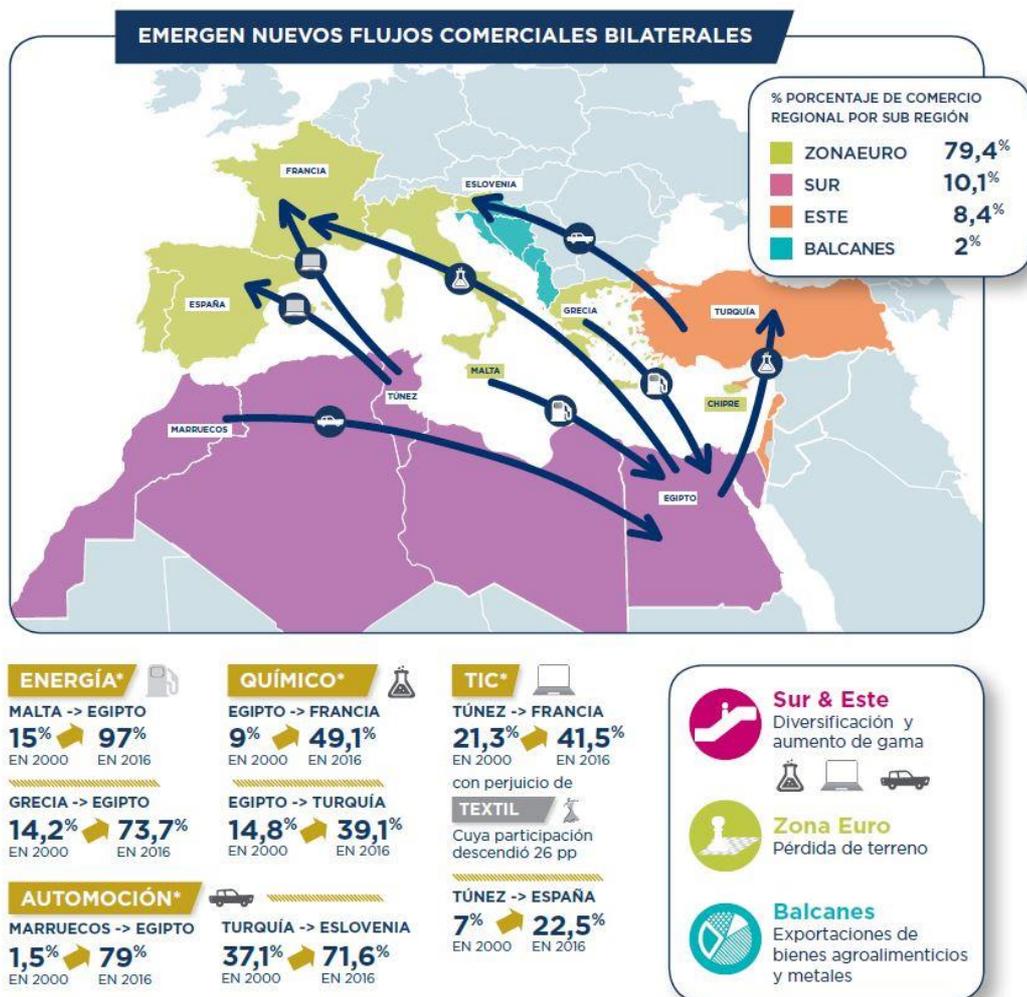
Tanto Túnez como Marruecos experimentan un aumento de las exportaciones del sector TIC. En Túnez, esta nueva especialización se refleja en el aumento de las exportaciones hacia los países mediterráneos de la zona Euro (principalmente Francia, pero también España) y ahora representan el 30% de las exportaciones del país hacia esta sub-región. En Marruecos, se constata la diversificación en los principales destinos de exportación, con un incremento de los flujos hacia España e Italia y un descenso hacia Francia, Portugal y Malta.

- **Sector energético: Grecia y Malta > Zona Este**

Si los productos energéticos se mantienen como los más comercializados en la región mediterránea, la estructura del sector está cambiando. Las exportaciones de gas y petróleo están perdiendo importancia en favor de los productos refinados. Grecia y Malta están viendo como aumenta el peso de sus exportaciones hacia los países del Este, como Turquía y Egipto.

### • Sector químico: Egipto y Chipre > Zona Este y Euro

Los sectores químico y plástico, industrias tradicionales en Egipto, están orientados a la exportación, y tienen como principales clientes a Turquía y Líbano. Los flujos hacia los países mediterráneos de la Zona Euro, principalmente hacia Francia, están aumentando. Chipre también tiene como objetivo los países del Este Mediterráneo, como Israel, Grecia y Líbano.



\* Porcentaje medio de exportaciones de cada sector entre dos países



## NOTA DE PRENSA

### Más información:

Carolina Carretero - Tel.: 91 702 75 19 - [caroline.carretero@coface.com](mailto:caroline.carretero@coface.com)

Marta Escobar - Tel.: 91 702 75 22 - [marta.escobar@coface.com](mailto:marta.escobar@coface.com)

#### **Coface: for trade - Building business together**

70 años de experiencia y la red de mayor capilarización convierten a Coface en un referente en seguros de crédito, gestión de riesgos y economía mundial. Con la ambición de ser la aseguradora de crédito global más ágil de la industria, los expertos de Coface apoyan a 50.000 clientes de todo el mundo a construir, desarrollar y dinamizar negocios con éxito. Los servicios y soluciones de Coface protegen y ayudan a las empresas en la toma de decisiones de crédito que les permitan mejorar su desarrollo comercial tanto en el mercado nacional como en exportación. En 2017, Coface empleó a 4.100 personas en 100 países, y obtuvo una cifra de negocios de 1.400 millones de euros.

[www.coface.es](http://www.coface.es)

Coface SA. cotiza en la bolsa de París Euronext Paris – Compartimento B  
ISIN: FR0010667147 / Ticker: COFA

