

## EDITORIALES

## Elecciones para pasar página

Sánchez está obligado a disolver el Parlamento, y los partidos, a atenuar una polarización extrema para tejer acuerdos

El Congreso de los Diputados rechazó ayer la tramitación del proyecto de Presupuestos Generales del Estado para este año, lo que confirma que el Gobierno socialista no cuenta con la mayoría necesaria para seguir guiando los destinos del país. La eventualidad de que, pese a ello, Pedro Sánchez prolongue su mandato y trate de rehacerse de ese revés mediante decretos-leyes que remedan la 'agenda del cambio' prometida sobre la prórroga de las últimas cuentas de Rajoy sería pura obcecación. Porque a la pérdida del apoyo del independentismo catalán se le unió ayer la lógica distancia que sus otros aliados se ven obligados a tomar ante semejante hipótesis, cuando entre los propios socialistas bullía el escepticismo sobre la suerte de la propuesta y de la legislatura. A la frustración que sienten los integrantes de Podemos, que llegaron a quejarse de que su defensa de los Presupuestos era más consecuyente que la realizada por el propio Ejecutivo, se le suma la decepción que el PNV no puede disimular respecto al radicalismo del secesionismo catalán. Las voces más entusiastas con la ejecutoria de Sánchez ya habían adelantado la conclusión de que el presidente saldría ganando en cualquiera de los casos. Si lograba el apoyo de las formaciones independentistas en el último momento, porque daría cauce a sus cuentas hasta poder agotar la legislatura. Si no lo conseguía, porque habría demostrado su entereza ante las exigencias del soberanismo de Quim Torra y sus socios en la Generalitat. Un cálculo meramente taticista que se desvaneció con la votación de ayer. Porque, en el ámbito político, los esfuerzos del Gobierno por granjearse el favor de ERC y PDE-CAT se han basado notoriamente en la presunción de que el independentismo confiaría en logros posteriores a la tramitación presupuestaria. Y en cuanto a la percepción social, porque constituye una auténtica osadía esperar que esa doble jugada acabe favoreciendo a las aspiraciones electorales del socialismo de Sánchez. Donde sus más incondicionales pueden contemplar las virtudes de un líder avezado, buena parte de la opinión pública verá una autoconfianza desmedida e insolvente. Al presidente no le queda más remedio que convocar a las urnas porque no cuenta con argumento alguno para alegar que la continuidad de su mandato responde al interés común de los españoles, cuando ni siquiera está en condiciones de asegurar la tramitación de una sola de las iniciativas sociales que alberga junto a los Presupuestos.

**Propuestas en positivo.** La práctica constatación de que su mandato está acabado obliga, además, a Sánchez a señalar cuanto antes la fecha de convocatoria de las próximas elecciones generales, a sabiendas de que la opinión pública interpretará su decisión como la más conveniente para los intereses del PSOE y para los suyos propios. Pero del mismo modo que el presidente y su partido tendrán dificultades para obtener réditos electorales por haberse visto impedidos a llevar adelante su 'agenda del cambio' -toda vez que accedieron al Gobierno mediante una moción de censura contra la corrupción del PP-, tanto el Partido Popular como Ciudadanos deberán dejar atrás su insistencia en la convocatoria de unos nuevos comicios para avanzar propuestas propias en positivo. La política española se encuentra demasiado lastrada por los agravios y las cuitas del pasado próximo como para ser acreedora a una mayor atención social. El final de la legislatura será esperanzador siempre y cuando sirva para atenuar la polarización y la incompatibilidad extrema entre los ya muchos actores de la escena parlamentaria.

## LAS PROVINCIAS

www.lasprovincias.es

Edita FEDERICO DOMENECH S. A. -- Director General Fidel Pila Rivero

«Venimos a ser la voz de los que callan. Venimos a ser, en lo que nuestras fuerzas permitan, la voz del país que quiere ser justa, prudente y económicamente gobernado». MANIFIESTO FUNDACIONAL, 1866

Director Julián Quirós

Subdirector Carlos Canero (Audiencias y Soportes)  
Jefe de Información Jesús Trells Sempere

Jefe de Opinión Pablo Salazar Aguado

Jefe de Continuidad Antonio Badillo Gujarró

Jefe de Política y Economía Juan Carlos Ferriol Moya

Jefa de contenidos no diarios María Ruiz

Edición digital Mikel Fernández de Labastida  
Peciña y Andoni Torres Morales

Edición Gráfica Txema Rodríguez y Juan José Monzó Ramirez

Valencia Arturo Checa García, Vicente Luis Agudo Yuste y Francisco Moreno Marín

Economía Álvaro Mohorte

Culturas Carmen Velasco

Deportes Pedro Campos Dubón

Investigación Héctor Esteban García

Audiencias Silvia Guillén López

Director Comercial Daniel Zurriaga Clavel

Director Financiero Miguel Iparraguirre Ovejero

Director Marketing Carlos Rial Castañeda

Director Técnico Ricardo Sánchez Navarro

## Mercados emergentes, el gran reto de las empresas valencianas

ANTONIO BONET

PRESIDENTE DEL CLUB DE EXPORTADORES E INVERSORES ESPAÑOLES

IGNACIO DIAGO

DIRECTOR DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE FOCE CONSULTORA  
Y VOCAL DEL CLUB DE EXPORTADORES

La Comunidad Valenciana es una de las regiones españolas que más exporta al exterior y prueba de ello es la capacidad del tejido empresarial valenciano para internacionalizarse en los pocos años de la crisis. Si en 2008 las empresas exportadoras de mercancías eran 15.274, en 2017 (último ejercicio completo del que se dispone de información) se situaron en 23.147, lo que ha permitido al tejido empresarial valenciano encontrar en los mercados extranjeros una salida a la falta de demanda interna. Asimismo, vale la pena reseñar que el valor de todas sus mercancías vendidas al exterior ascendió en ese mismo año a cerca de 30.000 millones de euros, el equivalente a casi el 11% del total de las exportaciones españolas, lo que coloca a la Comunidad Valenciana en liza con la de Madrid por ser la tercera región que más exporta, después de Cataluña y Andalucía.

A los sectores tradicionales que salen al exterior, como son la automoción, el textil, la cerámica, la agroalimentación o los materiales de construcción, se están uniendo en los últimos años otros con un contenido tecnológico alto y medio-alto. De esta manera, está mejorando el posicionamiento estratégico de la economía valenciana, a partir de un mayor valor añadido de los productos elaborados y servicios prestados por las empresas de la región. Todo ello es exponente, además, de su dinamismo en los mercados exteriores.

Al igual que ocurre en el resto de España, las empresas de la Comunidad concentran sus operaciones mayoritariamente en los mercados europeos. El 63% de las exportaciones se dirige a la Unión Europea. En el corto plazo, estos mercados ofrecen confort y estabilidad en la demanda, pero en el medio y largo plantean un gran reto para las empresas valencianas, pues se trata de mercados maduros, con una alta competencia internacional. Por ello, es necesaria una mayor presencia en mercados emergentes, especialmente en países de África, Oriente Medio y Latinoamérica. Se trata de regiones que están adaptándose actualmente al mercado global y que favorecen cada vez más el intercambio de bienes y servicios como consecuencia del desarrollo de sus propios mercados.

En este contexto, merece especial atención el continente africano. El apoyo de instrumentos financieros de organismos multilaterales, la canalización de flujos de financiación privada y los procesos de integración regional, entre otros factores,

están promoviendo en determinados países las condiciones comerciales adecuadas para la exportación, internacionalización o implantación de empresas extranjeras. Asimismo, resulta igualmente favorable que una decena de países africanos están generando sus propios mercados internos, lo que conlleva el aumento de la demanda de bienes y servicios del exterior. El lanzamiento en 2018 del Acuerdo de Libre Comercio Africano (AfCFTA), que pretende abarcar a todos los países africanos, convirtiendo al continente en la zona de libre comercio regional más extensa del mundo, es un ejemplo de todo ello.

La comercialización de bienes y servicios, así como los procesos de internacionalización en mercados emergentes, son desafíos complejos, pero no imposibles, para las pequeñas y medianas empresas. Se requieren capacidades técnicas, humanas y

financieras, junto con una buena gestión de la inteligencia económica para abordar los mercados futuros. Lo más aconsejable es llevar adelante este empeño con cautela, pero sin dilación, ya que la competencia internacional va en aumento. No debemos olvidar que los productos y servicios valencianos compiten cada vez más con el resto de las empresas europeas, y que muchas empresas de países emergentes están comenzando a ofrecer ya productos y servicios de mayor valor añadido.

El sector público ofrece numerosos instrumentos de apoyo a la internacionalización en mercados emergentes, pero también existen en el ámbito multilateral y en el sector privado mecanismos para la financiación de proyectos que están por explorar y que ponen en

manos de las empresas valencianas alternativas en esta nueva etapa de la internacionalización hacia estas nuevas áreas geográficas.

El sector exterior valenciano se presenta, pues, como un motor de crecimiento de la Comunidad, con capacidad para liderar la creación de riqueza y de empleo, como ya ha demostrado durante los años de la crisis. Y en esta nueva etapa, se le presentan retos derivados de las nuevas dinámicas internacionales que requieren de anticipación y diversificación de riesgos, apostando por mercados en crecimiento. Solo aquellas empresas que tomen las decisiones estratégicas de planificar su expansión internacional en el medio y largo plazo estarán en posición mantener su pujanza en el complejo pero apasionante mundo de la internacionalización de la empresa.



:: ISRAEL EGIO