


Los productos exportados por la Comunidad Valenciana: Oportunidades post-Covid



Cámara
Valencia

 **CaixaBank**

Autores:

Departamento Internacional

Vicente Mompó

Dirección y supervisión

Gracia Cicuéndez

Técnico analista

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

© Copyright _2021

Enero 2021

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 productos exportados por la Comunidad Valenciana: Oportunidades post-Covid.

Enero 2021



Presentación



José Vicente Morata Estragués

Presidente del Consejo de Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana.

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 sectores de oportunidad para las empresas exportadoras valencianas. Información imprescindible para la toma de decisiones a la hora de gestionar y adaptar su estrategia exportadora y de internacionalización en un escenario caracterizado por los cambios y la incertidumbre.

4



Xicu Costa Ferrer

Director Territorial de la Comunidad Valenciana. CaixaBank.

Como verán en el informe, los productos agroalimentarios se han visto reforzados en esta crisis como sector estratégico para el abastecimiento del mercado europeo. Asimismo, los materiales de construcción, liderados por las baldosas cerámicas, productos químicos, aparatos y tejidos destinados a la seguridad sanitaria, entre otros, se han revelado como oportunidades de negocio para nuestras empresas. Por el contrario, sectores como el automóvil, calzado o confección, que ya registraban cambios estructurales con anterioridad, la recuperación de sus ventas se producirá a más largo plazo, en función de la evolución del consumo a nivel internacional. La crisis provocada por la Covid19 ha transformado el entorno en el que operan nuestras empresas exportadoras, elevando el nivel de incertidumbre.

En el futuro, el sector exportador se enfrentará a nuevos retos para seguir siendo competitivos, retos como el cambio de hábitos de consumo, la digitalización o la sostenibilidad.

Nuestro objetivo es facilitar el camino a las empresas exportadoras y que cada vez más empresas valencianas consideren el comercio exterior como uno de los activos de crecimiento. Este informe, el quinto que publicamos sobre mercados exteriores, es una muestra de cómo la colaboración entre organizaciones puede ayudar al tejido empresarial valenciano para impulsar su competitividad.

Índice

- 1. Nuevo escenario por el Covid-19 y perspectivas 2021.**
- 2. Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana 2019-2020.**
- 3. Oportunidades Post Covid para las exportaciones valencianas.**
 - a. Productos agroalimentarios.
 - b. Automóvil y otros elementos de transporte.
 - c. Material de construcción.
 - d. Productos químicos.
 - e. Metales y sus manufacturas.
 - f. Bienes de equipo.
 - g. Cuero y Calzado.
 - h. Textil y Confección.
 - i. Otras manufacturas.
- 4. Conclusiones**
- 5. Anexos**
- 6. Bibliografía**

1.

Nuevo escenario por el Covid-19 y perspectivas 2021

Si algo caracteriza a la actual pandemia del COVID-19 es que no distingue entre continentes, países, clases sociales o sectores económicos, y afecta a todos, aunque no de la misma forma.

Tras el duro confinamiento durante los meses de marzo y abril de 2020, y como era de esperar, desde mayo, la flexibilización de las medidas de confinamiento permitió una recuperación de las principales economías del mundo.

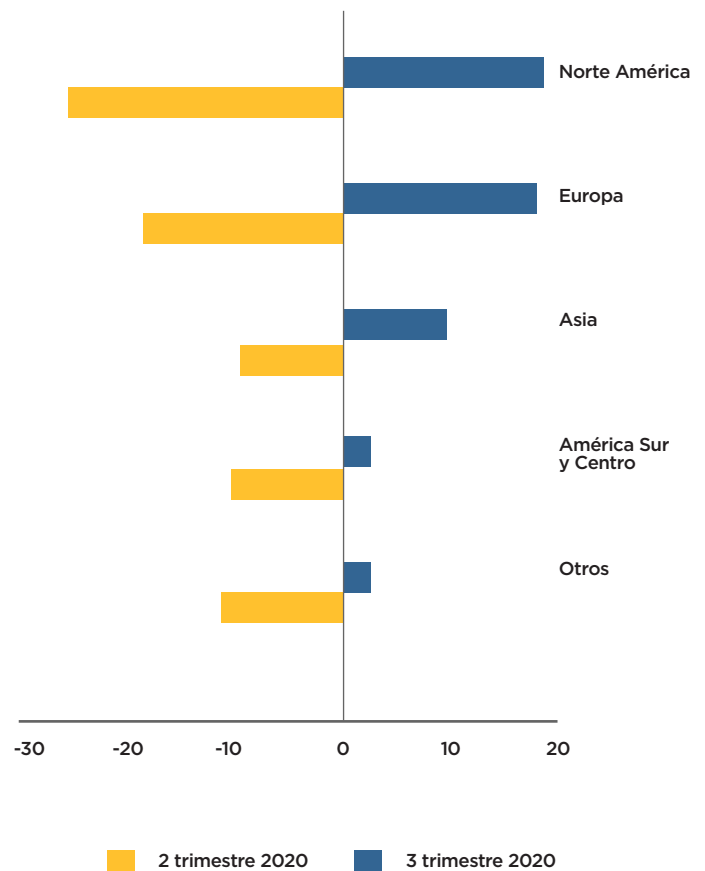
En esta primera fase "post-confinamiento", la confianza corporativa y de los hogares se ha recuperado tras alcanzar mínimos históricos, especialmente en numerosos países europeos. El resto de los principales indicadores mensuales del entorno económico (como la producción industrial y las ventas minoristas) seguían una tendencia similar a principios del tercer trimestre, tanto en Europa como en EEUU e incluso en países asiáticos. Recuperación que ha quedado reflejada en multitud de indicadores económicos, sociales y comerciales.

Según los últimos datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), en el tercer trimestre de 2020 el comercio mundial de mercancías se incrementó un 11,6% respecto al trimestre anterior, tras haber retrocedido un 12,6% en el segundo trimestre del año. Esta recuperación coincidió con la relajación de las medidas de bloqueo en Europa y América del Norte, ya que su situación sanitaria mejoró en los meses de verano. La recuperación también se vio respaldada por amplias intervenciones de política fiscal y monetaria en las principales economías, así como por la adaptación en sectores clave (especialmente las empresas minoristas en línea y los proveedores de servicios en los Estados Unidos y Europa) a medida que las empresas y los hogares adoptaron soluciones tecnológicas para facilitar el trabajo y las compras desde casa.

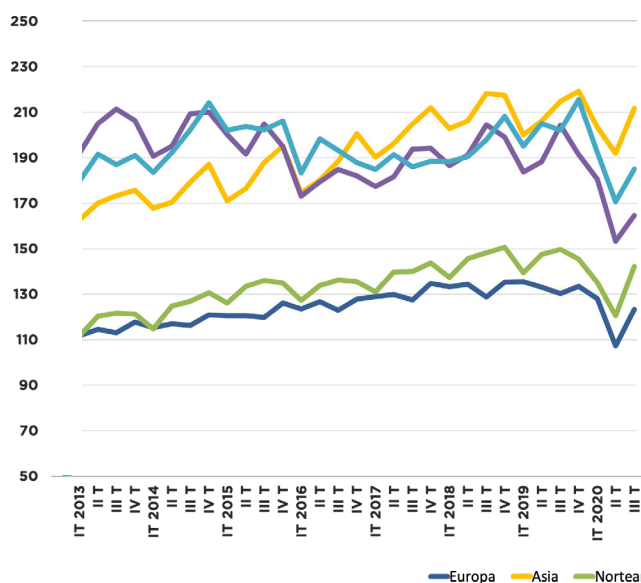
Esta recuperación que se ha producido con mayor intensidad por las exportaciones mundiales (13,8%) que por las importaciones (9,4%) y en Norteamérica (20%) y Europa (19%). Por el contrario, el comercio se mantuvo débil en América del Sur y Central y otras regiones debido a los aumentos repentinos del COVID-19 y la falta de capacidad de política fiscal y monetaria.

Exportaciones de mercancías en 2020. % variación intertrimestral

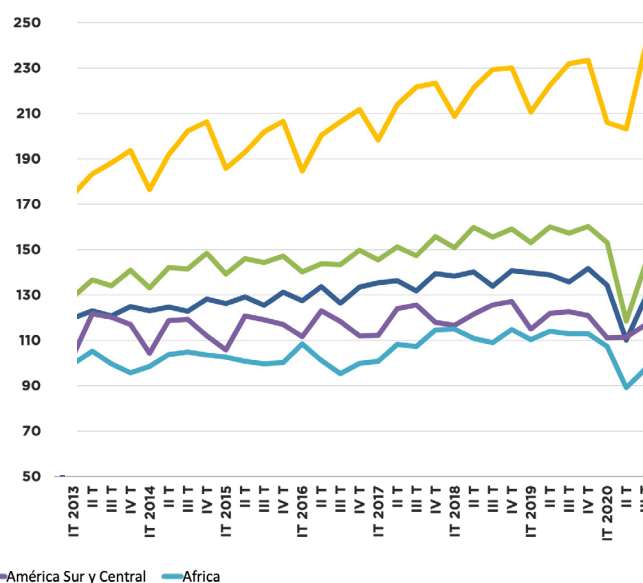
Fuente: OMC



Evolución trimestral importaciones. Índice 2000 = 100



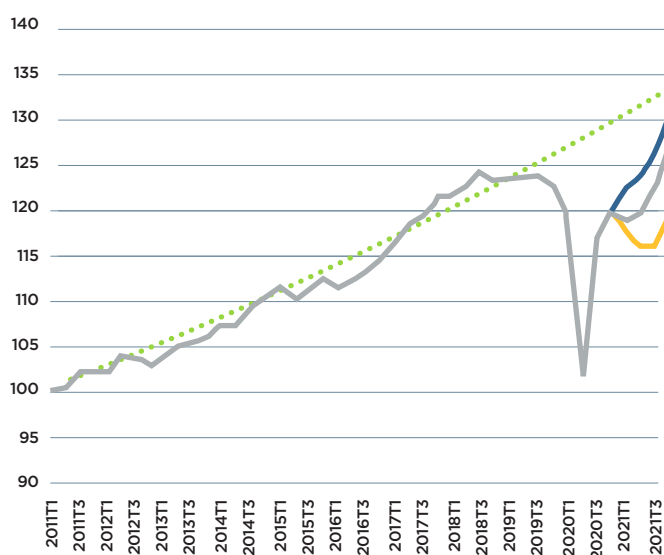
Evolución trimestral exportaciones. Índice 2000 = 100



La recuperación del comercio mundial será desigual y dependerá de la pandemia y el ritmo de vacunación.

Volumen de comercio de mercancías: Perspectivas 2020-2021

Fuente: OMC



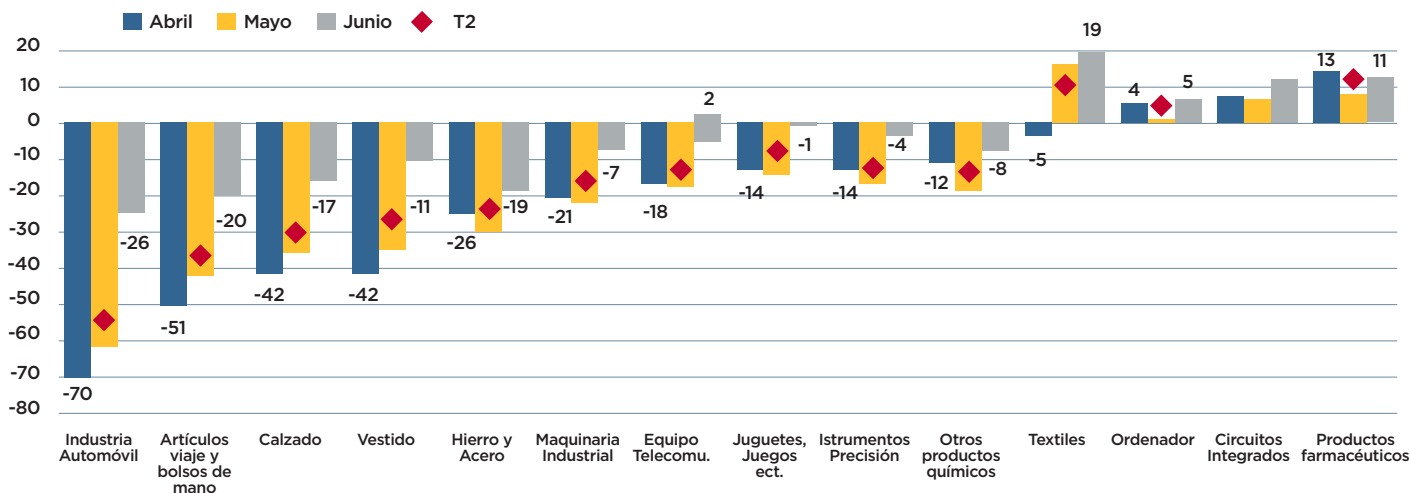
Para el conjunto del año la OMC prevé (octubre 2020) una disminución del 9,2% en el volumen del comercio mundial de mercancías, seguida de un aumento del 7,2% en 2021, tasa inferior a la prevista hace seis meses, por lo que no se espera que a corto y medio plazo el comercio mundial vuelva a la tendencia prepandémica. Con tres hipótesis (optimista, media y pesimista), parece que las actuales circunstancias apuntan hacia la hipótesis más pesimista.

De hecho, la finalización del 2020 e inicio del 2021 ha venido marcado por la incertidumbre sobre la situación sanitaria la cual se ha deteriorado notablemente con la intensificación de la tercera ola de la pandemia, sobre todo en los países desarrollados. Por ello, el ritmo de recuperación será más moderado durante el primer trimestre de 2021. Nuevas restricciones en los países más afectados (Alemania, Reino Unido, Italia, etc) para evitar el contagio (restricción de la movilidad, cierre de actividades no esenciales, colegios, reducción de aforos, etc.) se producen en paralelo al desarrollo de la campaña de vacunación, la cual se está produciendo a un ritmo inferior al previsto y deseado.

La pandemia del Covid 19 ha tenido un efecto muy negativo en el comercio de determinados tipos de mercancías, mientras que otras han registrado un mayor dinamismo.

Crecimiento internacional del comercio mundial de productos manufacturados, por productos. 2 trimestre 2020

Fuente: OMC

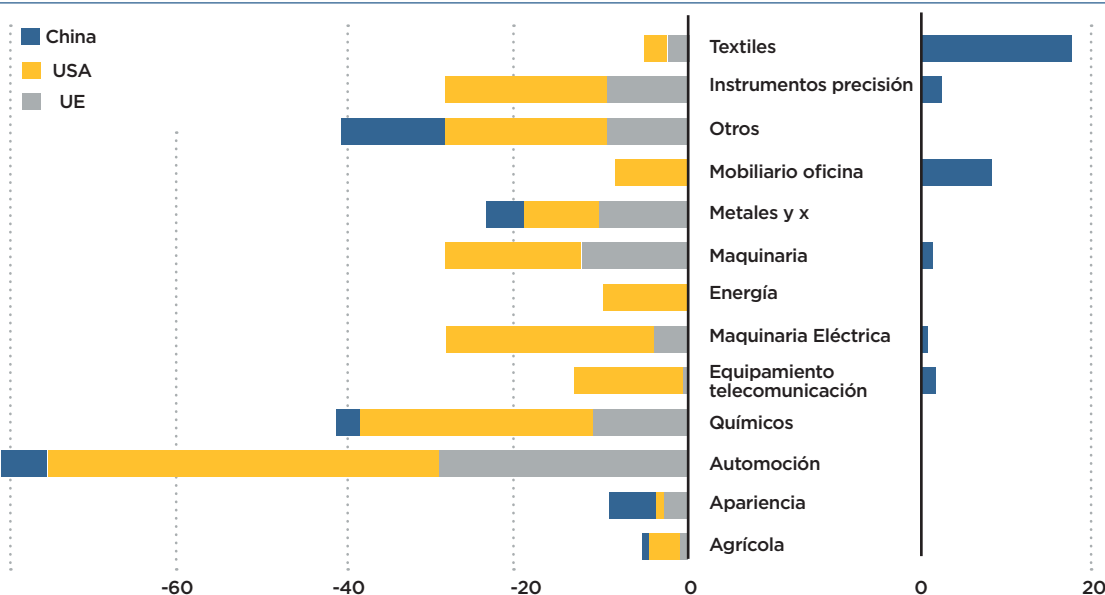


Los datos de la OMC ponen de manifiesto que el comercio de productos de la industria del automóvil ha sido el más afectado a nivel internacional por la pandemia del Covid en el segundo trimestre del año, seguido por productos relacionados con viajes y turismo, y manufacturas de consumo (confección, calzado). Según la Unctad (Conferencia de las Naciones Unidas sobre comercio y Desarrollo), también los productos de la industria química han sufrido la caída de la demanda y la paralización de la producción por la pandemia, con especial incidencia en los Estados Unidos.

Por el contrario, el comercio mundial de otros productos se ha visto menos perjudicado, e incluso beneficiado, por la pandemia, impulsado por cambios en la demanda derivados de la crisis sanitaria y el confinamiento: textiles (sobre todo sanitarios), productos agroalimentarios, equipos informáticos, circuitos eléctricos, y productos farmacéuticos.

Exportadores de las tres mayores economías mundiales, por industria. % de variación enero - junio 2020

Fuente: UNCTAD



2.

Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana 2019-2020

2019: Desaceleración del comercio exterior

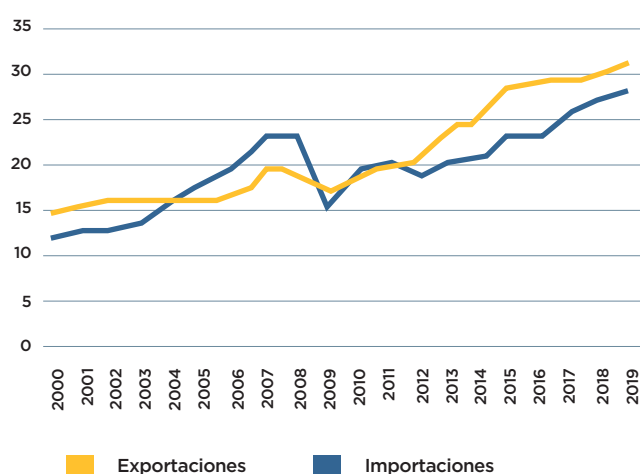
Durante 2018 y 2019 las exportaciones valencianas hacia el resto del mundo experimentaron una progresiva desaceleración, en línea con la evolución del comercio mundial y consecuencia de un moderado crecimiento económico de los países desarrollados. Dado que las importaciones también moderaron su crecimiento, el saldo comercial de la Comunidad Valenciana siguió siendo positivo.

Buena parte de la moderación del ritmo de crecimiento de las exportaciones valencianas en 2019 se debió al retroceso de dos grandes capítulos de exportación: automóviles y petróleo. Sin contar con ellos, las exportaciones valencianas de productos agroalimentarios y manufacturas se incrementaron un 4,5% en 2019.

Entre los principales **productos exportados por la Comunidad Valenciana**, los **que mejor se comportaron en el mercado internacional en 2019** fueron los **motores (especialmente eléctricos), frutas y hortalizas frescas, perfumes y cosmética, invernaderos y transformadores eléctricos.**

Evolución del comercio exterior de la Comunidad Valenciana en miles de euros

Fuente: Secretaría de Estado y elaboración propia



Por el contrario, el sector del automóvil se estanca e incluso retroceden las ventas de sus partes, al igual que otras partidas tan significativas como calzado, esmaltes para cerámica o productos químicos, que habían registrado incrementos en los años anteriores.

Comercio exterior de la Comunidad Valenciana. 2019

Fuente:

Secretaría de Comercio.
Ministerio de Economía,
Industria y Competitividad

	Exportaciones		Importaciones		Tasa de cobertura
	Millones de euros	% var. anual	Millones de euros	% var. anual	
España	290.893	1,97	322.436	0,87	90,2 %
Comunidad Valenciana	31.347	2,73	28.610	3,53	109,6 %
Valencia	18.057	3,87	18.604	5,24	97,1 %
Castellón	7.928	0,58	5.286	-5,70	150,0%
Alicante	5.363	2,20	4.604	8,60	116,5 %

Principales productos exportados por la C. Valenciana en 2019

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio e ICEX

PARTIDAS EXPORTADAS	Miles €	% var. 19/18	PARTIDAS EXPORTADAS	Miles €	% var. 19/18
8703 - Vehículos de turismo	5.654.710	-0,9	3303 - Perfumes	327.558	17,3
6907 - Baldosas y losas de cerámica	2.700.433	3,1	0810 - Frutos frescos	314.672	14,1
0805 - Agrios	2.154.571	1,7	8504 - Transformadores eléctricos	283.646	88,8
2710 - Aceites de petróleo o minerales	1.000.513	-13,8	3808 - Insecticidas	269.729	2,5
3207 - Pigmentos y colores preparados	840.648	-8,4	0802 - Frutos de cáscara	239.670	12,3
6403 - Calzado	812.149	-1,8	0709 - Hortalizas	228.491	1,9
8704 - Vehículos para transporte de mercancías	656.616	-7,6	9930 - Mercancías para buques y aeronaves	227.666	-15,4
8407 - Motores	585.032	65,5	2204 - Vino de uvas frescas	206.352	-0,5
8708 - Partes y accesorios de automóviles	511.873	-20,7	2009 - Jugos de frutas o de hortalizas	195.250	-5,0
9403 - Muebles y sus partes	335.209	2,1	3302 - Mezclas de sustancias odoríferas	194.052	-4,5
			0703 - Cebollas y demás hortalizas aliáceas	188.875	20,9

2020, crisis del Coronavirus

La pandemia del Covid-19, iniciada en China a principios del año 2020 y extendida al resto del mundo desde el mes de marzo, trajo consigo el cierre de toda actividad económica no esencial durante los meses de marzo y abril. Situación que se tradujo en una intensa caída del comercio internacional sin precedentes. El comercio de la Comunidad Valenciana sufrió un retroceso de hasta el 40% en abril y el 30% en el mes de mayo. A partir del mes de junio, una vez se fue retomando la actividad productiva, la caída de las ventas en el exterior ha sido cada vez menor.

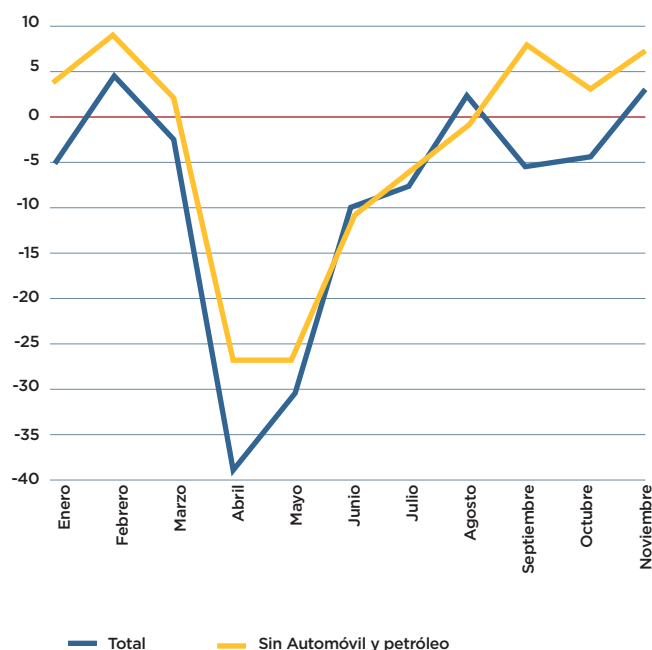
La evolución de las exportaciones valencianas en este período viene marcada por **dos tendencias divergentes**:

Por un lado, **la pandemia ha acentuado la crisis en la que se halla el sector del automóvil** a nivel mundial, y por la cual las empresas de este sector ubicadas en la Comunidad Valenciana - lideradas por la multinacional Ford, ubicada en Almussafes - han sufrido una notable caída de las ventas. Asimismo, las ventas al exterior de petróleo refinado -por la multinacional BP ubicada en Castellón- han sufrido la caída del precio y del volumen de ventas a nivel global.

Por otro lado, **la demanda de productos agroalimentarios ha experimentado un notable aumento**, especialmente, la procedente de Europa, a la cual se suma la demanda de productos intermedios, como resultado de los cambios en los flujos de comercio y las cadenas de valor a nivel internacional.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana Enero - Noviembre 2020

Fuente: Secretaría de Estado y elaboración propia



Agroalimentación, semimanufacturas, textil y habitat, los sectores con mejores perspectivas de recuperación en 2021.

Es por ello que, si no contásemos con las exportaciones del sector del automóvil y del petróleo, las exportaciones de la industria manufacturera valenciana y del sector agrario superaron en los meses de septiembre y octubre los valores del año 2019.

Por tanto, **en el proceso de recuperación** de la actividad económica a lo largo de 2021, siempre a expensas de la evolución de la pandemia, **existirán productos con mejores oportunidades y mayor dinamismo** en los mercados exteriores, frente a un mercado interior debilitado por el cierre de empresas, aumento del desempleo y de la propensión al consumo.

Los datos correspondientes al tercer trimestre de 2020 y el mes de octubre muestran una primera aproximación de cuáles son los sectores que van a liderar la recuperación de las ventas en el exterior de la Comunidad Valenciana:

- Los productos agroalimentarios (con la excepción del vino debido a las restricciones en hostelería y restauración)
- Los productos semimanufacturados (productos cerámicos, papel, hierro,...), sobretodo, los relacionados con construcción.
- Productos químicos (abonos, esmaltes y otros)
- Algunas manufacturas de consumo como textil y confección (5,6%) o habitat

Por el contrario, las ventas en el exterior que **no muestran signos de recuperación son las relacionadas con productos destinados al consumo final** como el calzado, cosmética, juguetes, etc., además de los ya comentados del automóvil y los productos petroleros.

El comportamiento observado para las exportaciones valencianas, por tipo de producto, se asemeja al analizado por la OMC y la OCDE para el comercio mundial en 2020.

Fuente: Estacom y
elaboración propia

Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana. Enero-octubre.

Partida arancelaria	miles € 2020	miles € 2019	var. 20/19
8703 Vehículos automóviles	3.744.207	4.914.844	-23,8
6907 Baldosas de cerámica	2.324.054	2.304.934	0,8
0805 Agrios frescos o secos	1.731.655	1.449.742	19,4
3207 Pigmentos, esmaltes, fritas de vidrio	649.651	716.310	-9,3
2710 Aceites de petróleo	571.189	756.875	-24,5
6403 Calzado con piso de caucho, plástico y cuero	515.450	713.414	-27,7
8704 Vehículos para el transporte de mercancías	360.566	561.846	-35,8
8407 Motores de explosión	325.533	501.330	-35,1
8504 Transformadores y convertidores eléctricos	322.001	202.857	58,7
8708 Partes y accesorios de vehículos automóviles	317.764	438.117	-27,5
9403 Los demás muebles y sus partes	248.882	283.987	-12,4
3808 Insecticidas, fungicidas, herbicidas	248.564	236.743	5,0
0802 Frutos de cáscara frescos o secos	213.742	191.412	11,7
0810 Otras frutas: fresas, caquis, arándanos, etc.	208.977	210.588	-0,8
0709 Demás hortalizas: pimientos dulces, berenjenas,	202.750	188.080	7,8

3.

Post Covid: productos con mejores perspectivas en los mercados internacionales

Para el análisis sobre los bienes exportados por la Comunidad Valenciana con mejores perspectivas a medio y largo plazo se han agrupado las 200 principales partidas arancelarias –que suponen el 91% del total exportado en 2020- en 14 grandes subsectores.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana. Enero – octubre. Por grandes sectores de exportación

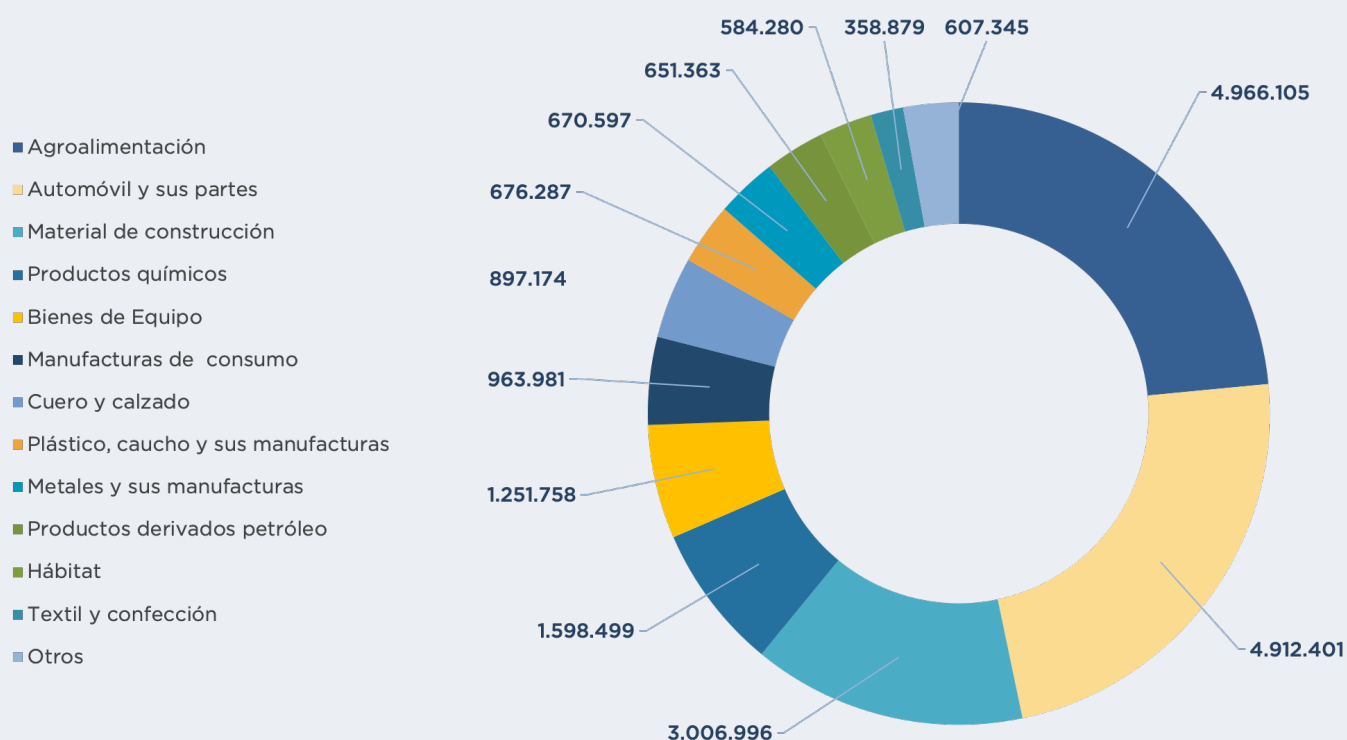
Fuente: Datacomex

Sector Exportador	Miles de euros		%var.
	2020	2019	2020/2019
Agroalimentación	4.966.105	4.463.841	11,25
Automóvil y sus partes	4.912.401	6.640.101	-26,02
Material de construcción	3.006.996	2.995.827	0,37
Productos químicos	1.598.499	1.707.723	-6,40
Bienes de Equipo	1.251.758	1.257.443	-0,45
Manufacturas de consumo	963.981	1.194.482	-19,30
Cuero y calzado	897.174	1.158.068	-22,53
Plástico, caucho y sus manufacturas	676.287	736.042	-8,12
Metales y sus manufacturas	670.597	787.400	-14,83
Productos derivados petróleo	651.363	865.026	-24,70
Hábitat	584.280	674.320	-13,35
Textil y confección	358.879	402.892	-10,92
Otro material de transporte	174.564	70.293	148,34
Papel y cartón	113.315	102.662	10,38
Otros	319.466	469.948	-32,02
Total 200 partidas	21.175.909	23.559.538	-10,12
TOTAL EXPORTACIONES	23.232.092	25.963.767	-10,50

Los sectores exportadores valencianos con mayor dinamismo y que pueden convertirse en motores del proceso de reactivación económica en 2021 son: el agroalimentario, material de construcción, bienes de equipo, textil, hábitat y en menor medida, otro material de transporte.

Exportaciones de la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020. Por sectores

Fuente: ValenciaPort



Productos Agroalimentarios

Las exportaciones de productos agroalimentarios supusieron el 16% del total de exportaciones valencianas en 2019, peso que se ha incrementado hasta el 20% en los diez primeros meses de 2020 al ser uno de los sectores que mejor se ha comportado a lo largo del año, con un incremento del 10,6% respecto al mismo período del año anterior.

En el período de confinamiento del inicio de la pandemia, **la población ha elevado su gasto en alimentación, como producto esencial**, y ha variado sus preferencias hacia un consumo de productos más sanos (frutas y hortalizas, sobre todo frescas, zumos) y aquellos con posibilidad de almacenamiento (conservas, preparados alimenticios, arroz, aceite de oliva).

Otros alimentos cuyas exportaciones han experimentado un notable dinamismo han sido las algarrobas, carne de bovino y lácteos.

Por el contrario, las ventas de vino y otras bebidas alcohólicas se han visto afectadas por el cierre o la caída de la actividad del sector de hostelería en prácticamente todos los países, sin que la demanda doméstica haya podido compensar el menor consumo en el canal HORECA.

Las **principales características** de la evolución de las exportaciones agroalimentarias en 2020 son:

- Dinamismo sostenido a lo largo de todo el ejercicio: en los tres trimestres de 2020 registra incrementos interanuales: 10%, 3,3% y 9,8% respectivamente.
- Prácticamente las exportaciones de todos los productos han registrado un comportamiento al alza.
- La exportación de productos agroalimentarios ha aumentado en casi todos los mercados de destino, pero con especial intensidad en los de la Unión Europea (12%), Argelia (26%) y Australia (39%). Por el contrario, las ventas en China, Brasil o Sudáfrica registran retrocesos de más del 30%.

Fuente: Datacomex

**Exportaciones de la Comunidad Valenciana.
Enero - octubre. Por grandes sectores de exportación**

Taric	Miles de Enero - octubre	% var. 20/19 Enero - octubre	% var. 20/19 Julio - octubre
0805 Agrios frescos	1.731.655	19,45	22,70
0802 Frutos de cascara frescos o secos,	213.742	11,67	7,30
0810 Los demás frutos frescos.	208.977	-0,76	22,79
0709 Hortalizas frescas	202.750	7,80	28,77
2204 Vino de uvas	171.342	-2,12	-2,07
2009 Jugos de frutas u hortalizas.	169.908	1,23	16,69
0703 Cebollas, ajos, puerros y demás hortalizas.	149.243	-8,47	3,57
2008 Frutas en conserva	140.528	1,09	-6,57
2005 Legumbres y hortalizas en conserva.-	115.919	23,02	25,06
1302 Jugos y extractos vegetales..	111.909	4,03	4,06
0602 Las demás plantas vivas	90.359	4,90	31,51
0307 Moluscos	86.427	-5,17	14,56
1905 Productos de panadería, pastelería o galletería	81.827	12,22	23,04
0702 Tomates frescos	75.127	20,13	-9,21
2202 Agua mineral y gasificada, azucarada,	66.979	21,55	9,37

La pandemia ha acentuado el estratégico papel en el mercado europeo. El sector debe apostar por calidad, seguridad alimentaria y aprovechar la apertura a nuevos mercados internacionales de la UE.

A medio y largo plazo las exportaciones de productos agroalimentarios van a venir marcadas **por nuevas tendencias** en los mercados, tanto nacionales como internacionales:

- **Moderación del ritmo de crecimiento** alcanzado en 2020, en tanto en cuanto se vaya normalizando la situación socio-sanitaria y la actividad vaya recuperándose.
 - Reequilibrio de las relaciones entre los eslabones de la cadena agroalimentaria, apostando por la **integración vertical, y fomentando los canales cortos de comercialización**.
 - La pandemia ha reforzado el **papel estratégico del sector agroalimentario valenciano (y español) en el abastecimiento del mercado europeo**, pero también ha estimulado cambios en las prioridades del consumidor final: mayor calidad del producto y de la seguridad alimentaria y fitosanitaria. El exportador debe de apostar por la Marca España, por su buen posicionamiento en los mercados internacionales y por productos relacionados con la dieta mediterránea, considerada como una de las más saludables del mundo.
 - **Los acuerdos comerciales de la Unión Europea** suponen una progresiva apertura del mercado europeo a productos agrarios de terceros países. Por ello, el sector agrario y la industria alimentaria valenciana debe de prepararse para ser más eficiente, invirtiendo en innovación para avanzar en la digitalización –donde el relevo generacional juega un papel importante–, la eficiencia energética, y sostenibilidad.
- Esos mismos acuerdos suponen también nuevas oportunidades ante la apertura de terceros mercados, más exigentes, pero que aprecian la calidad y trazabilidad del producto alimentario español.

Automóvil y otro material de transporte

La pandemia del Covid 19 ha acentuado los problemas que ya afrontaba con anterioridad el sector del automóvil -endurecimiento, especialmente en Europa, de la normativa de emisiones, cambios en las formas de consumo y de propiedad de los vehículos, entre otros-, intensificando las tendencias que ya se observaban en este sector:

- Descenso de la demanda de vehículos, tanto como producto de consumo (usuario-consumidor) como de inversión (empresas)
- La mayor concienciación del consumidor con respecto al medio ambiente y el crecimiento sostenible estimula la demanda de vehículos eléctricos e híbridos.

La caída de las exportaciones del sector se ha intensificado notablemente en 2020 hasta alcanzar un 25% en los diez primeros meses, pasando a ser el segundo sector de exportación después del agroalimentario. No obstante, los vehículos turismo (partida 8703) siguen siendo la primera partida exportada por la Comunidad Valenciana.

El retroceso de las ventas se produce, de forma sustancial, en los principales mercados del sector del automóvil de la Comunidad Valenciana: Norteamérica, Reino Unido y países de la Unión Europea como Alemania, Italia o Polonia.

Por el contrario, cabe destacar que otros mercados registran un aumento considerable en 2020: **los países nórdicos, junto con Dinamarca o Países Bajos, gracias al aumento de la demanda de vehículos híbridos y eléctricos, y de otro material de transporte** como, motocicletas o remolques.

Fuente: Datacomex

Principales productos del sector Transporte exportados por la Comunidad Valenciana. Enero - Octubre 2020

Taric	Miles de € Enero octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
8703 Coches de turismo, con motores de explosión, diésel o híbridos	3.74420	-23,82	-11,80
8704 Vehículos para el transporte de mercancías.	360.566	-35,82	-18,82
8708 Partes y accesorios de vehículos automóviles	317.764	-27,47	-8,04
8407 Motores de explosión	325.533	-35,07	-33,76
8409 Partes de motores de explosión	89.470	-31,16	-9,73
8413 Bombas para líquido	46.577	-13,43	-8,42
8483 Partes de vehículos: árboles de transmisión, volantes, poleos, embragues, etc.	28.284	-29,64	-14,55
8602 Las demás locomotoras y locotractores	81.665	700,37	230,80
8711 Motocicletas y velocípedos equipados con motor auxiliar	28.535	88,02	88,41
8716 Remolques y semirremolques	30.134	-19,60	-23,94
8903 Yates y embarcaciones de recreo o de deporte	34.23	360,43	268,25
Total Exportaciones automóviles y otros transportes	5.086.965	-24,19	-12,62

El futuro del sector pasa por vehículos más ecológicos y los medios de transporte unipersonales, siendo el mercado europeo y USA los de mayor dinamismo.

Las perspectivas de exportación de este sector vienen condicionadas por el proceso de transformación que está viviendo el sector -iniciado previamente a la pandemia-, ya sea tecnológica, ecológica y en los tipos de uso (renting, uso compartido frente a la propiedad privada). No obstante, con independencia de la evolución de la pandemia, a medio y largo plazo las empresas del sector del automóvil y otros medios de transporte se van a enfrentar a:

- **Un aumento de la demanda de vehículos ecológicos** (híbridos y eléctricos), sobre todo en aquellos mercados con una concienciación más elevada en sostenibilidad medioambiental. Según el Índice de rendimiento ambiental o EPI (método que analiza el desarrollo que un país está llevando a cabo respecto al medio ambiente), los 15 países más ecológicos del mundo son todos europeos y con elevado poder adquisitivo: Suiza, Francia, Dinamarca, Suecia, Reino Unido, Luxemburgo, Austria, Irlanda, Finlandia, Islandia, Alemania, Noruega y Bélgica. A ellos habría que añadir Australia y Singapur.
- **El sector de las motocicletas y modos de transporte unipersonales eléctricos crecerá**, especialmente concentrado en el mercado europeo y, en menor medida, en Estados Unidos.
- **La demanda de otros medios de transporte** como embarcaciones de recreo procederá del mercado norteamericano y de paraísos fiscales.

Material de Construcción

El 14,3% de las exportaciones realizadas en 2020 han sido productos relacionados con el sector de la construcción, todos ellos considerados semimanufacturas. Es un sector dominado por las ventas de baldosas cerámicas (del cluster ubicado en Castellón), dado que supone casi el 80% del total de este sector.

Principales productos de material de construcción exportados por la Comunidad Valenciana. Enero-octubre 2020.

Fuente: Datacomex

Taric	Miles de € Enero octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
6907 Baldosas de cerámica para pavimentación.	2.324.054	0,83	17,24
6802 Piedra de talla o de construcción trabajada.	102.974	-18,28	-8,26
7308 Construcciones y sus partes (torres, castilletes, ventanas) de hierro o acero.	95.201	18,26	50,80
7307 Accesorios de tubería de hierro o de acero.	58.707	110,69	146,08
2530 Materias minerales no expresadas ni comprendidas en otras partidas.	48.125	-8,94	6,89
4408 Hojas de madera para chapado y contrachapado.	41.597	-13,20	-22,43
7610 Construcciones y sus partes de aluminio,	41.318	10,43	14,24
7318 Tornillos, pernos, tuercas, tirafondos, escarpas roscadas, remaches, pasadores, de hierro/acero	40.461	-29,43	-13,80
7016 Adoquines, ladrillos, tejas y demás artículos, de vidrio prensado o moldeado.	34.641	-7,85	10,78
3925 Artículos para la construcción, de plástico.	34.287	4,99	30,22
4412 Madera contrachapada, madera chapada y madera estratificada similar.	33.222	34,75	80,30
2515 Mármol, travertinos, desbastados o troceados.	29.321	-22,11	-18,93
690 Tejas, elementos de chimenea, conductos de humo, y otros productos cerámicos de construcción.	25.558	-8,75	7,83
6815 Manufacturas de piedra o de otras materias minerales.	24.591	75,08	150,91
6901 Ladrillos, losas, baldosas cerámicas de harinas silíceas fósiles.	21.358	17,75	4,30
2523 Cementos hidráulicos, aunque estén coloreados.	20.399	-31,17	-26,04
4411 Tableros de fibra de madera u otras materias leñosas, incluso aglomerados.	20.211	-6,94	3,39
6910 Fregaderos, lavabos, pedestales de lavabo, bañeras, bidés, inodoros, cisternas, urinarios y aparatos fijos similares, de cerámica, para usos sanitarios.	16.951	0,31	20,33
6810 Manufacturas de cemento, hormigón o de piedra.	14.118	-12,94	-4,29
7019 Fibra de vidrio y sus manufacturas.	13.788	-16,25	-24,55
Total Exportaciones	3.040.883	0,41	16,51

Notable dinamismo de ventas de materiales de construcción en Oriente Medio, USA y África.

La innovación y sostenibilidad serán claves para el futuro del sector.

Las exportaciones valencianas de baldosas cerámicas han experimentado en 2020 un extraordinario dinamismo, el cual se ha producido en prácticamente todos los mercados a nivel mundial. Entre los meses de julio y octubre se incrementaron un 17,2%, lo que contrasta con la caída del 10% sufrida por las ventas en el exterior de baldosas italianas (el principal competidor), si bien dicha caída se concentró sobre todo en el mes de octubre.

Fuente: Datacomex

Exportaciones de la Comunidad Valenciana de baldosas cerámicas. Principales mercados de destino 2020

Mercados de exportación	Miles de € Enero - octubre	% var. 2020 / 2019
Estados Unidos	131.604	25,80
Francia	124.460	24,61
Reino Unido	70.896	14,96
Arabia Saudí	58.991	197,09
Alemania	42.113	22,81
Italia	39.595	14,45
Israel	35.604	19,33
Marruecos	34.145	15,75
Portugal	26.970	20,85
Emiratos Árabes Unidos	22.031	59,64
Rusia	20.981	-10,76

Los mercados con mayor dinamismo son los de Oriente Medio (Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Qatar), pero también –aunque en menor medida– los europeos y Norteamérica. Por el contrario, el norte de África muestra un estancamiento de la demanda de baldosas de cerámica.

Los productos semimanufacturados en este sector con notable dinamismo y proyección en los mercados internacionales son:

- Manufacturas para construcción y accesorios de tuberías de hierro/acero.
- Barras y perfiles de aluminio.
- Madera chapada y contrachapada.
- Manufacturas de piedra.
- Ladrillos y losas de cerámicas.

Asimismo, otros productos terminados destinados a la construcción (especialmente de viviendas) muestran una demanda creciente: bañeras, duchas, inodoros, etc. de plástico y de cerámica, siendo el mercado de África Occidental el de mayor oportunidad y dinamismo.

En general, los **mercados de oportunidad** a destacar para estos productos son **Estados Unidos**, los principales mercados de **África Occidental** (Guinea Ecuatorial, Costa de Marfil, Ghana o Senegal) y **África del norte**. Sin olvidar tampoco, el mercado europeo, el cual muestra un comportamiento al alza.

En general, los **principales retos** a los que se enfrenta las empresas valencianas del sector son:

- Inversión **en innovación** y en productos que aporten mayor **seguridad sanitaria y sostenibles** con el medio ambiente.
- Desarrollo de materiales que aporten **nuevas funcionalidades** a un coste asumible por las empresas.

Productos Químicos

En los diez primeros meses de 2020 se han exportado más de 1.600 millones de euros de productos químicos, lo que supone el 7,6% del total de exportaciones. Si bien en el conjunto del año, dichas ventas suponen una cifra inferior en un 9,3% a la de un año antes, las exportaciones de este sector muestran una **recuperación significativa en el tercer trimestre de 2020** sobre todo si descontáramos el sustancial retroceso de las ventas de medicamentos, subsector con poca especialización en la Comunidad Valenciana.

Fuente: Datacomex

Principales productos de material de construcción exportados por la Comunidad Valenciana. Enero-octubre 2020.

Taric		Miles de € Enero - octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
3207	Pigmentos, esmaltes, fritas.	649.651	-9,31	1,61
3808	Insecticidas, fungicidas, herbicidas.	248.564	4,99	16,56
3826	Biodiesel y sus mezclas.	181.764	24,83	14,22
3105	Abonos minerales o químicos, con nitrógeno, fosforo y/o potasio.	113.206	5,46	11,18
3102	Abonos minerales o químicos nitrogenados.	59.241	-15,22	26,98
3824	Preparaciones aglutinantes para moldes o para núcleos de fundición.	46.483	8,36	12,65
3402	Agentes de superficie orgánicos (excepto el jabón); preparaciones para lavar y de limpieza.	35.189	3,12	14,77
2933	Compuestos heterocíclicos con heteroatomo de nitrógeno.	35.141	-29,52	-21,20
2914	Cetonas y quinonas y sus derivados.	32.646	-4,90	-9,00
3206	Las demás materias colorantes.	30.979	14,27	6,08
3401	Jabón.	29.260	27,64	9,38
3208	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados.	26.217	-9,23	25,10
3506	Colas y demás adhesivos preparados.	25.663	-15,39	4,03
3004	Medicamentos.	19.215	-78,31	-89,68
3203	Materiales colorantes de origen vegetal o animal.	16.475	-2,39	-12,26
2905	Alcoholes a cíclicos y sus derivados.	16.125	-15,10	-0,04
3802	Carbones activados; materias minerales naturales activadas.	16.047	-3,09	-9,64
3209	Pinturas y barnices a base de polímeros sintéticos o naturales modificados, disueltos en un medio acuoso.	15.012	-18,20	9,01
3404	Ceras artificiales y ceras preparadas.	10.722	-6,73	-17,76
Total Exportaciones		1.607.600	-6,38	-1,39

Las mejores perspectivas para la exportación de productos químicos se encuentra en mercados no europeos (África, Oriente Medio y América del Sur)

Aunque uno de los productos que muestra un mayor dinamismo es el biodiesel, este producto es producido por un número muy reducido de empresas en la Comunidad Valenciana y se vende sólo en tres mercados: Italia, Países Bajos y Bélgica.

Los productos **exportados con mayor proyección** en los mercados internacionales son:

- **Pigmentos y materias colorantes:** son terceros países los mercados de oportunidad para estos productos: India, China, Turquía, Norte de África, países del Este de Europa,...
- **Insecticidas, herbicidas y raticidas:** países del Este de Europa, norte de África y emergentes, especialmente de América del Sur y África.
- **Abonos minerales:** destaca la mayor demanda desde los mercados latinoamericanos, así como de distribuidoras europeas (Países Bajos, Bélgica o Irlanda).
- **Jabón y productos de limpieza:** mercado europeo, Marruecos y Oriente Medio.
- **Pinturas y barnices:** sin una tendencia geográfica clara, destaca el dinamismo comprador en países tan dispares como Turquía, Argelia, Argentina o Francia.

Otros productos químicos como colas (3506) o compuestos de nitrógeno (2933), muestran comportamientos divergentes según mercados, pero cabe destacar que la Unión Europea registra un incremento liderado por Alemania y Francia.

Metales y sus Manufacturas

En cuanto a las exportaciones de metales y sus manufacturas, registran un **comportamiento dispar** tanto en cuanto a producto, como en ámbito geográfico:

- Por un lado se **dinamiza la demanda de productos semielaborados en hierro o acero** (partidas 7209, 7210, 7225), impulsada por los mercados de Francia y Alemania (aunque retroceden las ventas en los principales mercados de Marruecos, Italia y Portugal).
- Por el contrario, **retroceden las ventas de semimanufacturas de aluminio** en 2020, justamente en los países europeos. No obstante, se consolidan terceros mercados como Estados Unidos, Australia o México.

Las ventas de manufacturas de hierro o de acero (7225, 7308 y, en menor medida, 7306) muestran un sustancial dinamismo en sus principales mercados europeos (Francia, Alemania y Portugal), pero también en África Occidental. En la medida que se recupere a lo largo de 2021 la fabricación de bienes de consumo final que requiera el uso de productos metálicos (tales como tornillos, herrajes, etc), estos productos verán incrementadas sus ventas, recuperando el mercado perdido, sobre todo en Europa.

Las semifacturas de hierro y acero, las más dinámicas.

Fuente: Datacomex

Principales productos metálicos y sus manufacturas exportados por la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020

Taric	Miles de € Enero-octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
7606 Chapas y bandas de aluminio, de espesor > 0,2 mm.	122.353	-8,1%	-22,0%
7604 Barras y perfiles de aluminio.	114.090	-8,0%	-10,3%
7225 Laminados planos de los demás aceros aleados, de anchura > 600 mm.	108.757	39,7%	79,3%
7308 Construcciones y sus partes (puentes, compuertas de esclusas, torres, columnas, cubiertas, tejados, puertas, ventanas y sus marcos,...), de hierro o acero, excepto los preparados para la construcción	95.201	22,0%	50,8%
7210 Laminados planos de hierro o de acero sin alear, de anchura > 600 mm, chapados o revestidos.	63.669	-45,2%	12,3%
7320 Muelles, ballestas y sus hojas, de hierro o de acero.	46.213	-29,6%	26,6%
7326 Las demás manufacturas de hierro o de acero.	41.271	-10,3%	12,7%
7318 Tornillos, pernos, tuercas, tirafondos, escarpas roscadas, remaches, y art. similares de hierro o acero.	40.461	-32,6%	-13,8%
7209 Laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura > 600 mm, laminados en frío, sin chapar ni revestir.	37.853	-32,9%	35,8%
8302 Herrajes y artículos similares de metales comunes, para muebles, puertas, escaleras, ventanas, carrocerías, etc.	34.375	-31,9%	28,1%
7616 Las demás manufacturas de aluminio.	29.231	-38,4%	-28,7%
7306 Los demás tubos y perfiles huecos de hierro o acero.	27.992	-21,8%	-0,4%
7404 Desperdicios y desechos, de cobre.	27.681	-47,9%	-31,6%
8207 Útiles intercambiables para herramientas de mano, incluso mecánicas, o para máquinas herramienta.	14.085	-27,6%	-35,3%
Total Exportaciones	667.570	-15,3%	4,0%

Bienes de Equipo

La **crisis económica** provocada por la pandemia del Covid-19 y la incertidumbre generada por la incierta evolución y los rebrotes de la misma a lo largo de 2020 se ha traducido en una **paralización de las decisiones de inversión por parte de todos los agentes económicos**. Situación que se ha visto reflejada en los datos de exportaciones de bienes de equipo, las cuales, en su mayor parte, no han registrado una recuperación lo suficientemente significativa en el tercer trimestre del año 2020, ni se producirá hasta bien entrado 2021 cuando se despeje la incertidumbre tras el avance de la vacuna contra el Covid-19.

No obstante, existen notables **excepciones**.

Todos aquellos **aparatos relacionados con el control de la pandemia o de utilidad sanitaria** han mostrado y seguirán mostrando a medio y largo plazo una tendencia al alza, dado que aumentará la inversión pública y privada para elevar la protección sanitaria de la población, aun cuando la pandemia se supere a lo largo de 2021. Este es el caso de:

- Aparatos mecánicos (incluso manuales) para proyectar, dispersar o pulverizar materias líquidas
- Aparatos para filtrar aire
- Refrigeradores, congeladores

Bienes cuyas exportaciones han experimentado un sustancial incremento en los primeros meses de la segunda mitad del año 2020.

Los mercados más dinámicos para estos productos fabricados en la Comunidad Valenciana, se encuentran fuera de la Unión Europea: Norte de África, América Latina y algunos países de África Occidental y Oriente Medio.

- Por otro lado, la creciente digitalización de la actividad económica implicará un **aumento de la demanda de aparatos y sus partes destinados a las TIC**. Este es el caso de los productos comprendidos entre las partidas 84.69 a la 84.73. El mercado europeo es el de mayor oportunidad, por varios factores: por su tamaño, mayor poder adquisitivo, mayor propensión a que se acentúe el teletrabajo y que una parte importante de los fondos europeos para los próximos años van ir destinados a impulsar la digitalización de la economía.

Por último, cabe destacar el comportamiento de otros productos:

- **Transformadores y acumuladores eléctricos:** si bien la mitad de las exportaciones se destinan al mercado estadounidense, ante la debilidad del mismo en 2020 (-4%), las empresas valencianas han optado por la diversificación hacia mercados próximos pero externos a la Unión Europea: Oriente Medio, Israel, Turquía, Jordania, o Marruecos.
- Los **aparatos para circuitos eléctricos, cuadros y consolas** y sus partes, registran una notable demanda, procedente en mayor medida de los mercados de la Unión Europea (Francia, Hungría, Países Bajos,...) pero se abren nuevos mercados para la empresa valenciana, como son Túnez, Hong Kong o Canadá. La tendencia apunta hacia una diversificación de mercados por el aumento generalizado de la demanda de estos productos, que compiten por calidad.

Fuente: Datacomex

Principal maquinaria mecánica, aparatos y material eléctrico exportados por la Comunidad Valenciana. Enero-octubre 2020

Taric	Miles de € Enero-octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
8418 Refrigeradores, congeladores, máquinas para la producción de frío,	35.529	-4,1%	41,5%
8419 Aparatos para tratamiento de materias que impliquen calentado, cocción, destilación, esterilización, pasterización, etc. excepto aparatos domésticos.	14.372	0,4%	-37,7%
8421 Centrifugadoras, aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases.	18.597	-14,8%	9,4%
8424 Aparatos para proyectar, dispersar o pulverizar materias líquidas o en polvo; extintores.	42.927	12,7%	21,9%
8428 Demás máquinas y aparatos de elevación, carga, descarga o manipulación	18.930	-7,2%	2,3%
8431 Partes de máquinas de las partidas 84.25 a 84.30.	31.865	12,8%	7,7%
8433 Máquinas, para cosechar o trillar, para limpieza o clasificación de huevos, frutas u otros productos agrícolas	44.656	-12,1%	-24,8%
8435 Máquinas y aparatos para la producción de vino, zumos	23.003	-18,8%	-27,6%
8437 Máquinas para la limpieza, cribado, molienda de semillas, y sus partes.	24.203	8,2%	9,0%
8438 Máquinas y aparatos, para la industria agroalimentaria.	20.946	-29,4%	-21,4%
8441 Las demás máquinas y aparatos para el trabajo del papel o del cartón.	24.594	6,5%	0,6%
8443 Impresoras, copiadoras y de fax, partes y accesorios.	61.847	-12,6%	-18,1%
8456 Maquinas que trabajen mediante laser, ultrasonido, electroerosión, procesos electroquímicos, etc..	40.189	-24,8%	-80,7%
8473 Partes de máquinas.	34.053	106,9%	34,5%
8474 Máquinas para clasificar, cribar, separar, lavar, triturar, mezclar tierras, piedras u otras materias minerales sólidas.	17.460	-27,3%	-24,1%
8479 Otras máquinas	65.288	-36,3%	-43,7%
8480 Placas de fondo y modelos para moldes; moldes	16.304	-8,7%	-3,8%
8481 Artículos de grifería, calderas, depósitos y cubas, incluidas las válvulas.	82.088	-12,8%	1,2%
8504 Transformadores eléctricos	322.001	73,1%	4,0%
8507 Acumuladores eléctricos	42.439	114,9%	240,5%
8517 Teléfonos, incluidos los móviles; los demás aparatos de transmisión o recepción de voz, imagen u otros datos	77.044	-15,1%	-13,1%
8518 Micrófonos y sus soportes; altavoces, auriculares, amplificadores de sonido.	16.135	-40,3%	-44,2%
8527 Aparatos receptores de radiodifusión	15.202	-32,3%	1,7%
8528 Monitores y proyectores	24.026	-11,6%	-29,4%
8534 Circuitos impresos	16.699	-39,7%	-59,2%
8536 Aparatos para el corte, protección, derivación, empalme de circuitos eléctricos.	27.076	-11,7%	10,0%
8537 Cuadros, paneles, consolas, armarios para el control o distribución de energía eléctrica,	24.683	-15,9%	1,0%
8538 Partes de aparatos de las partidas 85.35, 85.36 y 85.37.	54.957	-18,2%	33,3%
Total Exportaciones	1.237.112	-0,3%	-5,7%

Cuero y Calzado

La caída de la demanda de bienes de consumo como consecuencia de la crisis generada por el Covid-19 ha tenido especial incidencia en las ventas de calzado, y del cuero como input para esta industria, agudizando el estancamiento de las ventas observado en 2019.

Fuente: Datacomex

Principales productos de cuero y calzado exportados por la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020

Taric			
	Miles de € Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
4107 Cueros de bovino o equino	32.197	-35,69	-25,88
4112 Cueros de ovino	13.298	4,48	-7,62
4113 Cueros de otros animales	15.802	-53,35	-46,30
4114 Cueros y pieles agamuzados, acharoladas y metalizados	11.228	-14,75	-17,17
6402 Calzado con piso y parte superior de caucho o plástico	118.806	-13,68	-5,52
6403 Calzado con piso de caucho, plástico o cuero y parte superior de cuero natural.	515.450	-27,75	-20,17
6404 Calzado con piso de caucho, plástico o cuero y parte superior de materias textiles.	121.203	8,63	10,91
6405 Los demás calzados.	20.156	-21,44	-27,02
6406 Partes de calzado, polainas, botines y artículos similares y sus partes.	57.826	-24,80	-15,94
Total Exportaciones	905.967	-22,90	-16,04

La recuperación de las ventas de calzado se retrasará en el tiempo salvo para algunos subsectores como el de calzado deportivo, que incorpora calidad e innovación.

Los datos de los diez primeros meses de 2020 muestran un retroceso de cerca del 23%. Retroceso generalizado para todos los productos del sector, con la excepción de:

- Calzado con piso de caucho, plástico, cuero natural, artificial o regenerado y parte superior de materias textiles (6404), cuya demanda sigue al alza en los principales mercados europeos (Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Irlanda, Países Bajos, ...) y en China.
- Cueros preparados de ovino (4112), especialmente destinados a Italia, principal importador mundial, que compite con Francia y Turquía con mejor precio. Y a Marruecos.

Los estudios apuntan que las **zapatillas y calzado deportivo** es el subsector con mayor proyección a medio y largo plazo. Asimismo, aquellos que incorporen calidad, diseño e innovación (valor añadido) son los que dispondrán de una posición más competitiva en los mercados con mayor poder adquisitivo (mercado europeo y norteamericano, pero también entre la creciente clase media asiática), y no tanto en los mercados latinoamericano o africano donde el factor precio adquiere mayor relevancia.

La industria del calzado de la Comunidad Valenciana debe de convertirse a medio y largo plazo en referente internacional de calidad e innovación, consolidando su posición en los mercados que venían mostrando (antes de la pandemia) un mayor dinamismo de su demanda: países del Este de la Unión Europea, Rusia, China y Corea y Oriente Medio.

Textil y Confección

Al igual que con el calzado, los productos manufacturados de confección y textil están sufriendo con intensidad la caída de la demanda de consumo, tanto nacional como internacional, derivada de la pandemia del Covid-19.

Sin embargo, la Comunidad Valenciana aglutina el cluster textil-hogar técnico más importante de España, resultado de la transformación del sector tras las crisis sufridas en los últimos 20 años y la mayor globalización del sector. Ello le ha permitido poder adaptarse con mayor flexibilidad y celeridad a las nuevas necesidades derivadas de la pandemia.

Fuente: Datacomex

Exportaciones de textil y confección de la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020

Taric	Miles de € Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
5407 Tejidos de filamentos sintéticos.	65.333	-13,13	11,99
5603 Telas sin tejer, incluso impregnadas, recubiertas, revestidas o estratificadas.	47.714	20,23	34,95
6302 Ropa de cama, de mesa, de tocador o de cocina.	47.035	-29,18	-11,57
5903 Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados con plástico.	29.269	-28,22	-12,60
6307 Los demás artículos confeccionados (chalecos salvavidas) .	27.881	62,32	42,88
5608 Redes de mallas anudadas, en paños o en piezas.	24.572	-0,56	23,33
5209 Tejidos de algodón con un contenido de algodón >85%	22.847	-22,16	-13,79
6204 Trajes-sastre, conjuntos, chaquetas, vestidos, faldas, pantalones, que no sean de punto, para mujeres o niñas.	21.127	11,55	27,98
5211 Tejidos de algodón mezclados exclusiva o principalmente con fibras sintéticas, con un contenido de algodón < 85% .	20.311	-22,64	2,11
5208 Tejidos de algodón con un contenido de algodón > 85% y gramaje inferior a 200 g/m2.	19.448	-18,39	-24,92
5210 Tejidos de algodón mezclados con fibras sintéticas con un contenido de algodón < 85%, de gramaje inferior a 200 g/m2.	17.581	-6,78	20,33
5801 Terciopelo y felpa (ex. punto), y tejidos de chenilla	15.761	-27,31	-12,10
6114 Las demás prendas de vestir, de punto.	13.438	17,12	-1,69
5907 Los demás tejidos impregnados, lienzos pintados para decoraciones de teatro, fondos de estudio o usos análogos.	13.095	-23,52	-25,76
5516 Tejidos de fibras artificiales discontinuas.	13.025	-25,50	-10,93
Total Exportaciones	398.347	-11,25	3,25

El sector textil valenciano es ejemplo de adaptación a las nuevas condiciones de mercado, lo que le permite crecer en ventas.

De hecho, en el tercer trimestre de 2020 las exportaciones de este sector han sido superiores en un 3,2% al del mismo período de 2019. Y ello gracias al **dinamismo mostrado por las ventas de:**

- **Tejidos sintéticos**, y de algodón.
- **Telas sin tejer.**
- Artículos confeccionados como **chalecos salvavidas o redes.**
- **Confección para mujer**

La industria textil valenciana debe de seguir preparándose para trabajar en un nuevo escenario internacional, donde la proximidad -con cadenas de valor mas cortas-, la colaboración -a nivel horizontal y vertical en la cadena de producción- y la sostenibilidad serán los verdaderos protagonistas.

Cosmética

Las perspectivas más optimistas para el sector vienen de la mano de las materias primas (la partida 3302, mezclas de sustancias odoríferas, registra un aumento de las exportaciones del 20% entre julio y octubre de 2020), reflejando los posibles cambios que se están produciendo en la estrategia de proveedores para asegurar los suministros de inputs.

Tendencia que se producirá sobre todo en el ámbito de la Unión Europea, pero también se observa un comportamiento al alza en los mercados de África Occidental.

En cuanto a producto final (perfumes, preparaciones de belleza, etc), el notable crecimiento de los últimos años pone de manifiesto la buena gestión y capacidad de exportar este producto en los mercados internacionales. La pandemia ha provocado un sustancial retroceso de las ventas, en un momento de debilidad de la demanda de consumo.

No obstante, tras el paréntesis de 2020-2021, es bastante probable que las ventas del sector vuelvan a reactivarse, siempre que la empresa adapte el producto a las nuevas tendencias del sector: cuidado de la salud, sostenibilidad, uso de las nuevas tecnologías y buena relación calidad-precio de todo aquel producto dirigido a la población más joven.

La caída del consumo incidirá en las exportaciones de cosmética, pero se espera una reactivación de la demanda de materias primas del sector.

Fuente: Datacomex

Exportaciones Cosmética de la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020

Taric	Miles de € Enero octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
3302 Mezclas de sustancias odoríferas	185.523	10,15	19,71
3303 Perfumes y aguas de tocador.	100.030	-64,75	-65,53
3304 Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	76.532	-6,31	-8,75
3307 Preparaciones para afeitar, desodorantes corporales, preparaciones para el baño, depilatorios y demás preparaciones de perfumería/cosmética	45.552	-14,45	-14,24
3305 Preparaciones capilares.	29.018	7,13	-2,20
3301 Aceites esenciales; resinoides; disoluciones concentradas de aceites esenciales en grasas, aceites fijos	20.876	-6,49	-26,29

Habitat

El confinamiento derivado de la pandemia –en mayor o menor grado- **ha provocado cambios en nuestros hábitos** y prioridades de consumo: teletrabajo, redescubrimiento de actividades en el hogar, preocupación por un lugar limpio, libre de virus, etc. Cambios que van a **suponer oportunidades para redireccionar el gasto hacia la inversión en el hogar.**

Situación que se ha visto ya reflejado en el aumento de las exportaciones de muebles, colchones, almohadas, productos para cocina y baño (tanto de plástico como de cerámica), vajillas y artículos domésticos, y que, con seguridad, se consolidará a lo largo de 2021.

Los mercados de mayor poder adquisitivo, con mayor posibilidad de teletrabajar y de quedarse en el hogar para proteger su salud, son los de mayor potencial de crecimiento: mercado europeo y Oriente Medio.

Los nuevos hábitos de la población han incrementado la demanda de productos del sector: mueble, textil-hogar, productos para el baño y cocina, ect.

Fuente: Datacomex

Exportaciones Habitat de la Comunidad Valenciana. Enero – octubre 2020

Taric	Miles de € Enero octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
9403 Los demás muebles y sus partes.	248.882	-12,36	1,43
9405 Aparatos de alumbrado; letreros y placas, luminosos, y sus partes.	102.853	-20,06	-14,21
9401 Asientos y sus partes.	90.585	-27,19	-30,98
3922 Bañeras, duchas, lavabos, bides, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas y artículos sanitarios o higiénicos similares, de plástico.	84.834	8,07	15,31
3924 Vajilla y artículos de uso doméstico, de higiene o de tocador, de plástico.	68.581	11,46	40,14
9404 Somieres; colchones, cubrepies, edredones, cojines, pufes o almohadas.	57.127	-2,77	15,50

Otras Manufacturas

Sin duda, a medio y largo plazo, **la preocupación por la limpieza y la salud a nivel mundial va a condicionar los hábitos de consumo** en buena parte de los mercados internacionales y del consumidor. Las ventas de productos tan variados como papel y compresas higiénicas, artículos de limpieza, cepillos de dientes, etc, muestran una senda al alza en la segunda mitad de 2020.

Asimismo, destaca también la continuidad de la **demandas de productos y material destinado a la práctica del deporte**, especialmente al aire libre.

Fuente: Datacomex

Exportaciones de otras manufacturas de la Comunidad Valenciana. Enero – octubre 2020

Taric	Miles de € Enero-octubre	% var. 20/19 Enero-octubre	% var. 20/19 Julio-octubre
3923 Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas, capsulas y demás dispositivos de cierre, de plástico.	145.433	3,19	3,67
9503 Triciclos, patinetes, y juguetes similares con ruedas; coches y sillas de ruedas para muñecas o muñecos; los demás juguetes.	113.802	-9,16	-4,87
3926 Las demás manufacturas de plástico.	69.774	-11,77	-3,22
4202 Baúles, maletas, maletín, cartera, bolso, mochila; fundas y estuches varios.	46.957	-15,13	-12,15
4818 Papel higiénico, toallitas, pañuelos, manteles, servilletas, pañales, compresas higiénicas, sabanas, art. tocador, prendas y complementos de vestir, de pasta de papel, papel guata de celulosa.	46.377	13,96	28,04
6913 Estatuillas y demás objetos de adorno, de cerámica.	29.776	-0,25	-15,08
7013 Objetos de vidrio para el servicio de mesa, de cocina, de tocador, de oficina, de adorno de interiores o usos similares.	25.106	-65,69	-77,16
9506 Artículos y material para gimnasia, y demás deportes (incluido el tenis de mesa) o para juegos al aire libre.	22.695	13,22	15,76
9603 Escobas, brochas, cepillos de dientes.	16.248	46,46	45,13

5.

Conclusiones

La evolución del sector exportador valenciano durante la segunda mitad de 2020, con una senda progresiva de recuperación, pone de manifiesto el papel estratégico del mismo en la recuperación de la economía valenciana tras la profunda crisis provocada por la pandemia del Covid-19 en el segundo trimestre de 2020 y en el sostenimiento de la actividad manufacturera valenciana.

De hecho, y según la Encuesta de Perspectivas Empresariales 2021 de Eurocámaras, las empresas españolas son las más optimistas en Europa en cuanto a la evolución de sus ventas en el exterior a lo largo de 2021. No obstante, este optimismo va a venir condicionado por dos factores:

- La propia evolución de la pandemia. El recrudecimiento de los contagios en todo el mundo (incluido China) tras las fiestas navideñas (tercera ola), está obligando a imponer nuevas restricciones a la movilidad y la actividad en gran parte de las economías desarrolladas, lo que sin duda, incidirá en la evolución del consumo y la inversión, y por tanto, en la demanda de productos de importación.
- Profundización de las macrotendencias que ya se venían observando a nivel internacional -léase digitalización, regionalización, sostenibilidad- a lo que se han unido otros como el acortamiento de las cadenas de suministros, la seguridad sanitaria o los hábitos de consumo.
- La progresiva recuperación de las exportaciones no ha sido uniforme ni homogéneo para todos los productos exportados en la segunda mitad de 2020, ni tampoco lo será a medio y largo plazo.

Entre los **productos exportados por la Comunidad Valenciana** con un mayor dinamismo en 2020 y **perspectivas positivas a medio y largo plazo** cabe destacar:

- Los **productos agroalimentarios**: la pandemia ha reforzado el papel estratégico del sector agroalimentario valenciano (y español) en el abastecimiento del mercado europeo. La calidad de nuestros productos y la mayor demanda de productos frescos y con posibilidad de almacenamiento, deben de reforzarse con medidas para dotar de eficiencia a las empresas del sector -calidad, innovación, digitalización, integración vertical, etc.- y ser capaces de mantener su competitividad en los principales mercados europeos, cada vez más abiertos al exterior
- Los **materiales de construcción, liderados por las baldosas cerámicas** (especialmente en los mercados de Oriente Medio, Europa y Norteamérica), pero también por semimanufacturas de madera y aluminio que incorporen innovación, tecnología y se alineen con la sostenibilidad medioambiental y la seguridad sanitaria.
- Los **herbicidas, insecticidas, abonos y productos de limpieza** son los de mayor proyección en los mercados internacionales dentro del sector químico, y especialmente, en mercados emergentes. A ellos también hay que sumarles los pigmentos y pinturas
- **Aparatos y maquinaria** (eléctrica y mecánica) **destinados al control de la pandemia y de utilidad sanitaria**, siendo los mercados emergentes, con mayor necesidad de estos productos, los que van a ser más dinámicos.
- La aceleración de la digitalización a nivel mundial, como consecuencia de las limitaciones al movimiento de las personas por la pandemia, y la aprobación de los nuevos fondos europeos (Next Generation) en los que uno de sus objetivos es la inversión en digitalización de la economía europea, estimulará la demanda de **aparatos y sus partes destinados a las TIC**, así como **circuitos eléctricos, consolas o transformadores eléctricos**, siendo los mercados con mayor poder adquisitivo los más dinámicos en este ámbito.
- La mayor demanda de **tejidos sintéticos y técnicos** puede ser aprovechado por el clúster del textil de la Comunidad Valenciana, uno de los más importantes de España. El sector debe de aprovechar las tendencias hacia cadenas de valor más cortas o productos más sostenibles para posicionarse en los mercados con mayor poder adquisitivo.

- Por último, el confinamiento ha puesto de nuevo en valor la vivienda para los usuarios, lo que se traducirá en demanda de productos relacionados con el **hábitat -mueble, alumbrado, decoración, etc-**. Pero para poder competir en el mercado europeo o de Oriente Medio, es necesario ofrecer productos con un valor añadido adicionales en términos de funcionalidad, materiales respetuosos con el medio ambiente, o incorporación de tecnología (IoT).

Por el contrario, la evolución de las ventas de **otros productos va a depender** en mayor medida **del ritmo de recuperación** de la confianza tanto del consumidor final como del empresario, para que se ésta se traslade en una recuperación de la demanda de consumo -sobre todo de bienes duraderos- y de la inversión en bienes de equipo:

- El sector del **automóvil** es el que más está sufriendo la caída de la demanda y los cortes en la cadena de producción, pero, en definitiva, supone una aceleración de la tendencia que se venía observando en años anteriores. Una apuesta por elementos de transportes que incorporen más tecnología, a la vez que menos contaminantes y más sostenibles son la base para recuperar las exportaciones.
- El sector del **calzado** también sufrirá en el proceso de recuperación de las ventas a medio y largo plazo. La excepción la protagoniza el calzado deportivo que incorpore innovación dirigido a un consumidor cada vez más preocupado por su salud.
- El sector de la **confección**.
- Las manufacturas de consumo: **cosmética, juguetes, artículos de plástico,...**
- Las ventas de **aparatos y maquinaria** (bienes de equipo) van a estar condicionadas por los proyectos de inversión de las empresas. Las expectativas para 2021 son pesimistas, y no se espera una recuperación significativa hasta entrado el año 2020.

Sin duda, los sectores exportadores tradicionales valencianos con un impacto más negativo de la actual crisis tendrán que volver a reestructurarse y reinventarse, como son el calzado, la confección o el juguete. Pero también otros sectores tan importantes como el del automóvil o de bienes de equipo, los cuales cuentan con empresas con un tamaño medio mayor y mayor proyección al exterior.

La crisis sin precedentes generada por **la pandemia por el Covid-19 ha transformado el entorno global** en el que exportan las empresas valencianas, aumentando la complejidad de las mismas y elevando el nivel de incertidumbre, especialmente en el ámbito económico y sanitario.

No todos los sectores exportadores se ven afectados con la misma intensidad, pero todos ellos deben de enfrentarse a un conjunto de **retos comunes para seguir siendo competitivos** en los mercados internacionales:

- En **entorno se vuelve más competitivo**. Las empresas se enfrentan a ajustes de precios y márgenes, nuevas empresas en el mercado, nuevas formas de trabajar, etc. Pero también se abren nuevas oportunidades ante los cambios en las cadenas de suministros o ...
- **Nuevos hábitos y preferencias de consumo:** el consumidor, en una fase de crisis económica, se hace más sensible al precio, mayor uso del canal online, mayores exigencias en temas de sostenibilidad, transparencia, etc. El conocimiento del cliente final por parte de la empresa exportadora se convierte en un reto -mayor dificultad- y una necesidad para ganar en competitividad.
- **La digitalización** es uno de los retos más importantes en un período en el que la movilidad se ve muy reducida, y los riesgos sanitarios se prolongarán durante el 2021. La empresa debe adaptarse a esta transformación digital en todos sus ámbitos de actuación (provisión, fabricación, comercialización, venta, gestión, etc.)
- A pesar del aumento del proteccionismo a nivel mundial es un hecho, la política comercial de la Unión Europea mantendrá el objetivo de mayor apertura, a través de los acuerdos comerciales. Las empresas han de aprovechar estos acuerdos para **reorientar sus mercados hacia aquellos con menos restricciones**.
- **Aunar eficiencia y sostenibilidad:** Las empresas deberán alinear su estrategia internacional con criterios de sostenibilidad, tanto interna como en los mercados en los que operan.

6.

Anexos

Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana en 2019

Partidas arancelarias	Miles de €	% var. 19 /18
8703 Vehículos de turismo	5.654.710	-0,9%
6907 Baldosas y losas de cerámica	2.700.433	3,1%
0805 Agrios	2.154.571	1,7%
2710 Aceites de petróleo o minerales	1.000.513	-13,8%
3207 Pigmentos y colores preparados	840.648	-8,4%
6403 Calzado	812.149	-1,8%
8704 Vehículos para transporte de mercancías	656.616	-7,6%
8407 Motores	585.032	65,6%
8708 Partes y accesorios de automóviles	511.873	-20,7%
9403 Muebles y sus partes	335.209	2,1%
3303 Perfumes	327.558	17,3%
0810 Frutos frescos	314.672	14,1%
8504 Transformadores eléctricos	283.646	88,8%
3808 Insecticidas	269.729	2,5%
0802 Frutos de cáscara	239.670	12,3%
0709 Hortalizas	228.491	1,9%
9930 Mercancías para buques y aeronaves	227.666	-15,4%
2204 Vino de uvas frescas	206.352	-0,5%
2009 Jugos de frutas o de hortalizas	195.250	-5%
3302 Mezclas de sustancias odoríferas	194.052	-4,5%
0703 Cebollas y demás hortalizas aliáceas	188.875	20,9%
3826 Biodiesel y sus mezclas	180.568	-6,7%
3923 Artículos para el transporte de plástico	164.679	1,2%
2008 Partes comestibles de plantas	160.346	13,3%
3908 Poliamidas en formas primarias	158.213	13%
6402 Calzados de caucho o plástico	156.226	-1%
7606 Chapas y bandas de aluminio	154.304	3,5%
9405 Aparatos de alumbrado y sus partes	152.590	4,4%
6802 Piedra de talla y sus manufacturas	150.952	-15,6%
9503 Triciclos y juguetes similares con ruedas	150.004	-0,9%
8409 Partes destinadas a motores de embolo	146.728	-6,5%
9401 Asientos y sus partes	144.831	18,1%
0809 Albaricoques, cerezas y melocotones	143.719	-5,9%
7604 Barras y perfiles de aluminio	141.983	-4,9%
3907 Poliacetales y policarbonatos	137.731	5,7%
9406 Construcciones prefabricadas	133.435	921%
6404 Calzado de materias textiles	131.736	9%
0807 Melones, sandias y papayas frescos	128.020	-10,6%
7210 Productos laminados de hierro o acero	127.552	-16,7%
3105 Abonos minerales o químicos	125.676	10,9%
7225 Productos de los demás aceros aleados	124.209	-0,2%
1302 Jugos y extractos vegetales	124.126	41,2%
8479 Máquinas y aparatos mecánicos	122.757	36,5%
3921 Placas, hojas y láminas de plástico	122.074	-1,1%
8517 Teléfonos	115.759	46,3%
9021 Artículos y aparatos de ortopedia	113.003	-17,2%
2005 Legumbres y hortalizas	110.721	5,9%
0307 Moluscos	107.157	-11,5%
8481 Artículos de grifería	106.068	13,3%
3920 Placas, laminas y hojas de plástico	103.756	17,1%
3304 Preparaciones de belleza	100.203	34,5%

Fuente: Estacom y elaboración propia

Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana. Enero-octubre.

Partida arancelaria	miles € 2020	miles € 2019	var. 20/19	Partida arancelaria	miles € 2020	miles € 2019	var. 20/19
8703 Vehículos automóviles	3.744.207	4.914.844	-23,8	0807 Melones, sandías y papayas, frescos	136.220	126.228	7,9
6907 Baldosas de cerámica	2.324.054	2.304.934	0,8	3908 Poliamidas en formas primarias	128.954	130.897	-1,5
0805 Agrios frescos o secos	1.731.655	1.449.742	19,4	7606 Chapas y bandas aluminio, espesor > a 0,2 mm.	122.353	133.624	-8,4
3207 Pigmentos, esmaltes, fritas de vidrio	649.651	716.310	-9,3	6404 Calzado	121.203	111.572	8,6
2710 Aceites de petróleo	571.189	756.875	-24,5	9930 Mercancías suministradas a buques	121.171	191.094	-36,6
6403 Calzado con piso de caucho, plástico y cuero	515.450	713.414	-27,7	6402 Los demás calzados	118.806	137.640	-13,7
8704 Vehículos para el transporte de mercancías	360.566	561.846	-35,8	2005 Las demás legumbres y hortalizas	115.919	94.224	23,0
8407 Motores de explosión	325.533	501.330	-35,1	7604 Barras y perfiles de aluminio	114.090	123.258	-7,4
8504 Transformadores y convertidores eléctricos	322.001	202.857	58,7	9503 Triciclos, patinetes y demás juguetes	113.802	125.277	-9,2
8708 Partes y accesorios de vehículos automóviles	317.764	438.117	-27,5	3105 Abonos	113.206	107.345	5,5
9403 Los demás muebles y sus partes	248.882	283.987	-12,4	1302 Jugos y extractos vegetales	111.909	107.572	4,0
3808 Insecticidas, fungicidas, herbicidas	248.564	236.743	5,0	7225 Productos laminados planos	108.757	74.877	45,2
0802 Frutos de cáscara frescos o secos	213.742	191.412	11,7	6802 Piedra de talla y sus manufacturas	102.974	126.012	-18,3
0810 Otras frutas: fresas, caquis, arándanos, etc.	208.977	210.588	-0,8	9405 Aparatos de alumbrado y sus partes	102.853	128.664	-20,1
0709 Demás hortalizas: pimientos dulces, berenjenas,	202.750	188.080	7,8	3303 Perfumes	100.030	283.788	-64,8
3302 Mezclas de sustancias odoríferas para bebidas	185.523	168.425	10,2	3921 Las demás placas, hojas y láminas	95.313	104.231	-8,6
3826 Biodiesel y sus mezclas	181.764	145.604	24,8	7308 Construcciones y sus partes	95.201	80.502	18,3
2204 Vino de uvas frescas	171.342	175.050	-2,1	3920 La demás placas, hojas y láminas	91.281	87.610	4,2
2009 Jugos de frutas (incluido el mosto de uva)	169.908	167.850	1,2	9401 Asientos	90.585	124.419	-27,2
0809 Albaricoques, melocotones y ciruelas	161.754	143.098	13,0	0602 Demás plantas vivas	90.049	86.445	4,2
0703 Cebollas, ajos, puerros y demás hortalizas	149.243	163.048	-8,5	8409 Partes de motores	89.470	129.968	-31,2
3923 Artículos para el transporte o envasado	145.433	140.933	3,2	0307 Moluscos	87.728	89.835	-2,3
2008 Frutos o sus partes, preparados	140.528	139.018	1,1	3922 Bañeras, lavabos, asientos,...de plástico	84.834	78.496	8,1

Principales productos exportados por la Comunidad Valenciana 2020 por trimestres.

Fuente: Estacom y elaboración propia

Partida Arancelaria	Enero - marzo		Abril - junio		Julio - octubre	
	miles de €	var. 20/19	miles de €	var. 20/19	miles de €	var. 20/19
8703 Vehículos automóviles	1.164.141	-27,9	1.023.833	-33,3	1.162.056,04	-4,3
6907 Baldosas y losas de cerámica	692.376	4,1	580.105	-21,9	780.343,22	19,0
3207 Pigmentos, esmaltes de vidrio	220.782	3,6	149.396	-34,5	200.959,35	0,2
6403 Calzado	210.350	-19,1	80.703	-53,2	175.979,12	-21,1
0805 Agrios	919.167	22,4	468.186	11,9	112.276,13	3,9
2710 Aceites de petróleo	210.775	43,1	203.977	-33,4	110.606,63	-51,5
8704 Vehículos transporte mercancías	149.532	-15,1	55.731	-71,3	108.182,53	-13,4
8708 Partes de vehículos automóviles	112.962	-22,9	53.131	-58,1	105.416,13	-8,2
8407 Motores	154.491	21,2	12.853	-90,5	104.392,56	-36,5
9403 Los demás muebles	76.418	-10,4	63.911	-30,3	77.533,36	2,1
8504 Transformadores eléctricos	148.637	147,3	67.567	64,9	66.165,58	6,6
0802 Frutos de cáscara	71.773	16,7	55.927	12,4	58.670,68	11,6
9403 Biodiesel y sus mezclas	57.895	114,3	51.194	-6,8	58.299,73	20,4
2009 Jugos de frutas	44.763	-3,2	51.522	-11,9	56.252,22	31,1
2204 Vino de uvas frescas	48.151	-3,4	49.034	-0,9	54.419,08	-0,6
3302 Mezclas de sustancias odoríferas	52.889	3,2	59.846	6,2	54.399,00	13,1
0703 Cebollas, ajos y demás hortalizas	39.980	0,1	42.391	-27,6	52.321,26	4,7
3808 Insecticidas y raticidas	100.607	-6,3	84.586	12,8	43.909,22	13,8
9503 Triciclos, patinetes y similares	27.003	-0,5	22.069	-26,6	43.793,02	-3,4
3923 Artículos para el transporte	44.315	5,1	43.357	0,7	42.855,16	3,5
2008 Partes comestibles de plantas	50.665	13,0	36.303	-1,6	38.949,99	-3,5
6404 Calzado	45.706	34,4	23.195	-23,7	37.226,64	7,4

Fuente: Datacomex

Principales productos agroalimentarios exportados por la Comunidad Valenciana. Enero - octubre 2020

Taric	Miles de Enero - octubre	% var. 20/19 Enero - octubre	% var. 20/19 Julio - octubre	
0805	Agrios frescos	1.731.655	19,45	22,70
0802	Frutos de cascara frescos o secos,	213.742	11,67	7,30
0810	Los demás frutos frescos.	208.977	-0,76	22,79
0709	Hortalizas frescas	202.750	7,80	28,77
2204	Vino de uvas	171.342	-2,12	-2,07
2009	Jugos de frutas u hortalizas.	169.908	1,23	16,69
0703	Cebollas, ajos, puerros y demás hortalizas.	149.243	-8,47	3,57
2008	Frutas en conserva	140.528	1,09	-6,57
2005	Legumbres y hortalizas en conserva.-	115.919	23,02	25,06
1302	Jugos y extractos vegetales..	111.909	4,03	4,06
0602	Las demás plantas vivas	90.359	4,90	31,51
0307	Moluscos	86.427	-5,17	14,56
1905	Productos de panadería, pastelería o galletería	81.827	12,22	23,04
0702	Tomates frescos	75.127	20,13	-9,21
2202	Agua mineral y gasificada, azucarada,	66.979	21,55	9,37
0704	Coles, coliflores, coles rizadas, frescos	65.729	12,52	65,73
2105	Helados, incluso con cacao.	64.580	-0,92	-0,32
0201	Carne de animales de la especie bovina, fresca	62.843	190,30	95,50
1006	Arroz	60.886	3,54	-3,17
1704	Artículos de confitería sin cacao	58.178	11,66	17,43
0705	Lechugas y achicorias frescas	53.281	0,96	4,35
2203	Cerveza de malta.	49.406	20,26	37,02
0710	Legumbres y hortalizas congeladas.	48.891	-6,79	29,70
0707	Pepinos y pepinillos, frescos	45.968	28,49	61,82
1805	Cacao en polvo sin azucarar ni edulcorar	39.530	-5,54	-3,37
2106	Preparaciones alimenticias	38.590	27,71	10,26
0302	Pescado fresco o refrigerado,	37.113	-26,55	-6,40
0409	Miel natural.	34.751	0,86	-5,49
0403	Suero de mantequilla, leche, nata, yogur,	30.314	31,66	-21,75
1212	Algarrobas	26.574	62,27	48,17
1509	Aceite de oliva.	26.240	21,35	1,79
0910	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel, "curry" y demás especias	24.479	6,31	9,27
0301	Peces vivos.	24.016	-0,53	2,83
0210	Carne y despojos, comestibles	23.251	-2,44	-1,71
0305	Pescado seco, salado o en salmuera.	22.774	-4,81	0,29
1106	Harina y sémola	21.233	-3,85	-15,16
2103	Preparaciones para salsas y salsas preparadas; condimentos y sazónadores.	20.341	0,28	-8,60
1806	Chocolate y preparados alimenticios con cacao.	19.389	7,66	5,87
0207	Carnes de aves	16.953	-28,57	-48,83
1108	Almidón y fécula.	15.886	-26,21	-27,40
0804	Dátiles, higos, piñas, aguacates	15.039	21,91	19,21
2208	Alcohol etílico sin desnaturalizar, aguardientes, licores y demás bebidas espirituosas.	14.957	-7,92	11,91
2301	Harina, polvo y "pellets", de carne, despojos, pescado o crustáceos.	12.100	18,04	6,39
Total Exportaciones Agroalimentarias	4.589.987	10,60	12,72	

7.

Bibliografía

- *Coface. SECTOR RISK ASSESSMENT MAP - OCTOBER 2020*
- *Cámara de España y Eurocámaras: Encuesta de Perspectivas Empresariales 2020-2021. Diciembre 2020*
- *Distribución y consumo. El sector agroalimentario después de la COVID-19. EDUARDO MOYANO ESTRADA. (IESA-CSIC).*
- *KPMG, Consumidores y nueva realidad: 4 tendencias clave. Noviembre 2020*
- *KPMG. Expansión internacional de la empresa española. Un nuevo escenario global. Diciembre 2020*
- *Real Instituto Elcano. La globalización en tiempos de pandemia. Noviembre 2020.*
- *Valresa. El hábitat del futuro post Covid (<https://valresa.com/el-habitat-del-futuro-post-covid/>)*

Base de datos:

- **ICEX (Estacom)**
- **Secretaría de Estado de Comercio (Datacomex)**