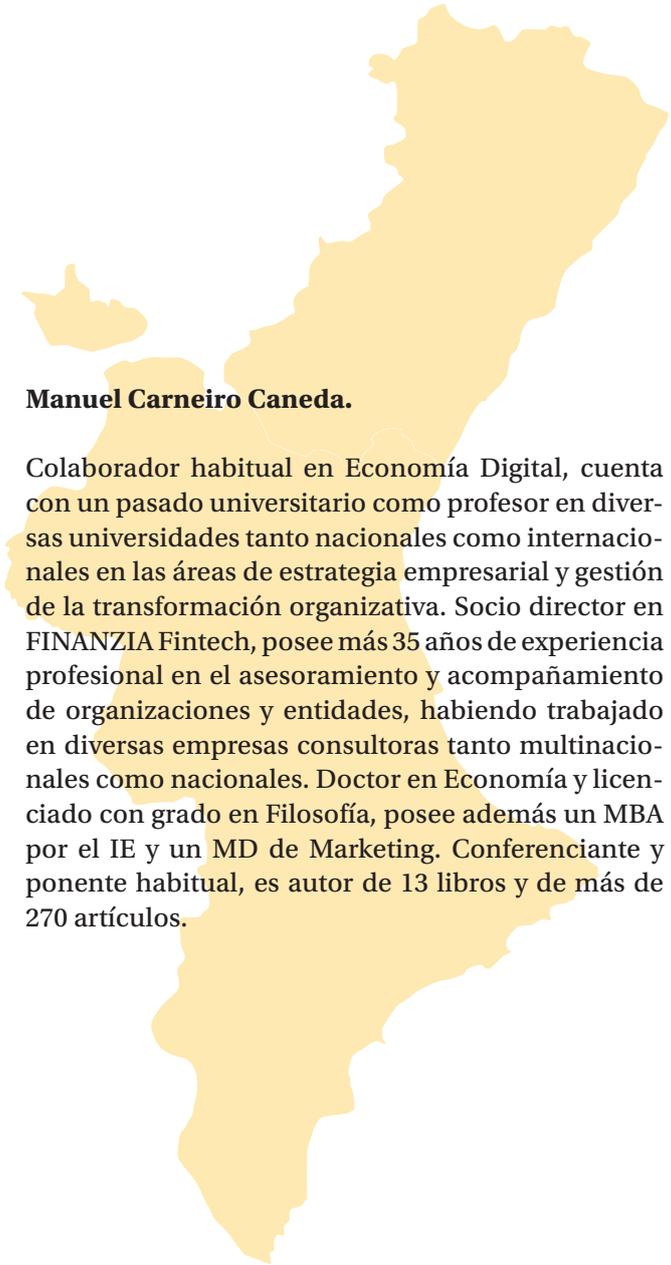


Manuel Carneiro Caneda



VALENCIA EXPORTA

Informe sobre exportación e inversión empresarial
de la Comunidad Valenciana en el exterior



Manuel Carneiro Caneda.

Colaborador habitual en Economía Digital, cuenta con un pasado universitario como profesor en diversas universidades tanto nacionales como internacionales en las áreas de estrategia empresarial y gestión de la transformación organizativa. Socio director en FINANZIA Fintech, posee más 35 años de experiencia profesional en el asesoramiento y acompañamiento de organizaciones y entidades, habiendo trabajado en diversas empresas consultoras tanto multinacionales como nacionales. Doctor en Economía y licenciado con grado en Filosofía, posee además un MBA por el IE y un MD de Marketing. Conferenciante y ponente habitual, es autor de 13 libros y de más de 270 artículos.

ÍNDICE

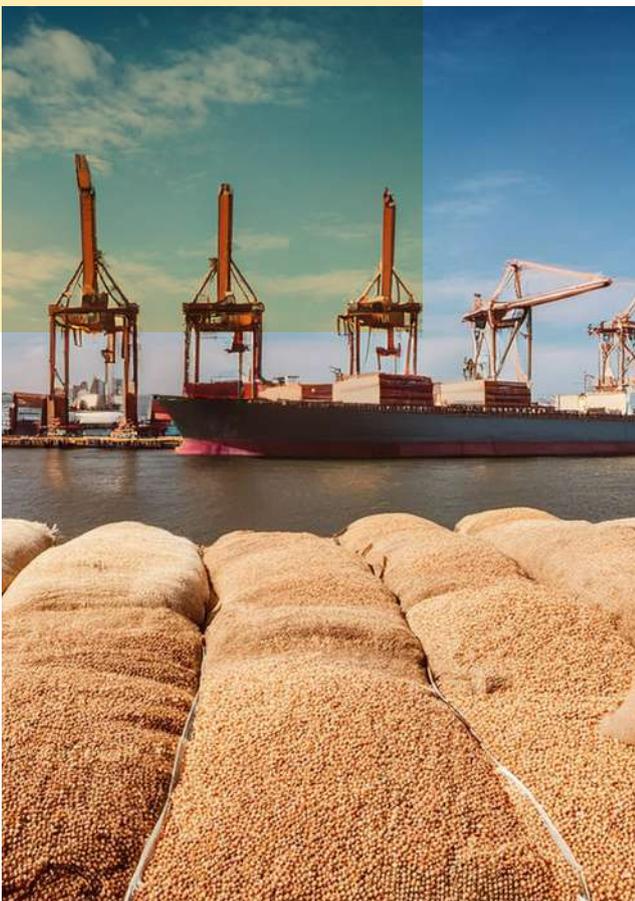
PRESENTACIÓN E INTENCIONES DEL INFORME VALENCIA EXPORTA	4
LA EXPORTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: ¿A DÓNDE EXPORTAMOS?.....	10
1.1. Situación actual de la exportación en las empresas de la Comunidad Valenciana.....	13
1.2. Determinación de los Destinos Clave de interés para la exportación	16
1.2.1. Las Áreas de Influencia Exportadora (AIEX)	18
1.2.2. Los Países con Alto Potencial Exportador (APEX)	20
1.3. Principales productos y servicios que se exportan.....	35
1.4. El impacto económico del «Efecto DANA» sobre la exportación en la Comunidad Valenciana 2025-2026	37
1.5. Tres Casos de Éxito en Exportación.....	40
2. LA INVERSIÓN EXPORTADORA: ¿CUÁNTO CUESTA EXPORTAR?	42
2.1. La actividad económica de la exportación en la Comunidad Valenciana	43
2.2. Principales costes a tener en cuenta para afrontar la exportación	46
2.3. El proceso exportador. Razones para la internacionalización	49
2.4. Los cinco mejores destinos para financiar la exportación valenciana: Los países APEXA (Alto Potencial Exportador Añadido)	51
2.5. Casos de éxito	57
3. LAS CLAVES DE LA EXPORTACIÓN. ¿CON QUIÉN CONTAR?	59
3.1. Exportar en tres momentos claves: Implantarse, Financiarse y Asentar asegurando la inversión	60
3.2. Apoyos institucionales de rango nacional para entrar y asentarse en los mercados exteriores.....	65
3.3. Apoyos institucionales de rango autonómico para entrar y asentarse en los mercados exteriores.....	67
4. EL PRIMER PASO FIRME PARA EXPORTAR: ASESORARSE	70
4.1. Validar el proceso adecuado de exportación	71
4.2. Buenas prácticas a considerar en la exportación.....	72
4.3. Casos de éxito en exportación	73
5. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA LA ACTIVIDAD EXPORTADORA VALENCIANA.....	75



PRESENTACIÓN E INTENCIONES DEL INFORME VALENCIA EXPORTA

Puede parecer que la mayoría de edad de una empresa se comienza a producir cuando esta exporta. En términos de complejidad de gestión, podría ser cierto, dado que el acceso a los mercados exteriores exige una madurez que, hasta ese momento, sólo en el mercado interior, parecería que no podría producirse. Internacionalizarse, como el tránsito a la edad madura, es un momento complejo, que exige cambios importantes pero que, resultando inevitable, está lleno de nuevas perspectivas y posibles conquistas, sobre todo de negocio en toda su dimensión.

Cierto es también que tanto las exportaciones mismas como la inversión en el extranjero son dos de las grandes palancas de la internacionalización de cualquier empresa. En un chequeo en profundidad al proceso exportador, Economía Digital con el apoyo de Banco Sabadell apuesta por facilitar a sus lectores un análisis que combine la información más rigurosa con la práctica más adecuada para el ejercicio de la exportación, tratando de convertir así a este Informe en una herramienta imprescindible para cual-



quier empresa u organización que se proponga tanto abrir nuevos mercados en el exterior como asentar su posterior evolución.

Por ello, para una presencia firme en mercados exteriores, es preciso contar con los acompañantes adecuados, tanto en lo que se refiere al conocimiento de los destinos internacionales como en relación a lo que supone, en cuanto a costes e inversiones, la «aventura» de exportar. Y para que dicha aventura no se acabe convirtiendo en un verdadero quebradero de cabeza, tanto el asesoramiento como el acompañamiento especializado se vuelven imprescindibles.

Las claves para una adecuada presencia internacional de las empresas valencianas comienzan con una primera fase de implantación, que se fundamenta en una correcta información tanto por parte de lo que pueda ser motivo de exportación como de las condiciones necesarias para convertirse en exportador; financiarse debidamente es el segundo paso, siendo el tercero asentar la radicación para crecer de manera armónica. De este modo, no todos los mercados son idóneos, ni todos los países presentan las características convenientes para ser considerados como países receptores de las exportaciones, en concreto, de las empresas de la Comunidad Valenciana. Contar con los apoyos debidos, así como con las ayudas institucionales más efectivas forman parte del éxito de la presencia empresarial en el exterior. Y este Informe está formulado con estos criterios de utilidad y sentido práctico, contando para ello tanto con el conocimiento de la actividad exportadora, como de los mayores exportadores valencianos y de sus prácticas exitosas como, finalmente y siendo vital, de las ubicaciones idóneas para el ejercicio de la exportación.

Para la elaboración de este Informe sobre la situación de la Exportación y la inversión en el exterior se han tenido en cuenta tres criterios: el volumen de las exportaciones en la Comunidad Valenciana, los datos económicos en cuanto a inversiones que ello supone y la localización concreta de la presencia en países de los sectores económicos valencianos que consideren viable la oportunidad de exportar. Todo ello permitirá contar con una visión realista y localizada sobre las inversiones y lugares para ello que resulten más convenientes a las empresas valencianas en sus incursiones en el exterior, así como rentabilizar sus actuaciones fuera de sus propias fronteras.

Prólogo al Informe VALENCIA Exporta

La Comunidad Valenciana tiene carácter fenicio. No es un eslogan: Es un hecho histórico, económico y cultural. La naranja fue el producto con el que se forjó la vocación exportadora a la que se le han unido sectores tradicionales. Industrias como el calzado o el juguete en Alicante o la cerámica en Castellón se unen al protagonismo que tiene en Valencia la automoción con Ford Almussafes y su extenso parque de proveedores, a lo que se sumará PowerCo, la gigafactoría de Volkswagen en Sagunto.

A este histórico exportador hay que añadir en la Comunidad Valenciana la posición estratégica que tiene. El Puerto de Valencia está en el lugar donde pasan las mercancías entre Asia y América y desde donde se puede redistribuir hacia Europa y África. Tener el Puerto de España supone una ventaja estratégica.

Pero el dato frío obliga a levantar la ceja: En 2024, las exportaciones valencianas cayeron un 2,7% y el peso de la Comunitat en el total nacional retrocedió del 10,2% al 9,6%, lo que nos ha vuelto a situar por debajo de esa barrera psicológica que tenemos del 10%.

El sector del automóvil, que durante décadas sostuvo el músculo exportador, se desploma un 13,5% ante el retraso de la llegada del nuevo vehículo a Ford Almussafes. Los bienes de equipo caen un 12,7%. Incluso los cítricos, símbolo por excelencia del carácter fenicio, pierden tracción. Y mientras la demanda europea se enfría, Estados Unidos se protege y los costes productivos suben, China e India avanzan como nuevos destinos prioritarios.

¿Estamos ante un bache coyuntural o ante una pérdida de posición estructural? Esa es la pregunta incómoda que este informe obliga a poner encima de la mesa.

Las infraestructuras que impulsan el crecimiento también muestran síntomas de agotamiento y de ahí la necesaria ampliación de los aeropuertos de Valencia y Alicante-Elche Miguel Hernández, así como la finalización de la ampliación norte del Puerto de Valencia, que necesita también un acceso norte.

La DANA en Valencia ha mostrado la fragilidad de

las infraestructuras, que requieren notable inversión para acompañar el crecimiento económico, y la enorme resiliencia que han demostrado los empresarios valencianos.

Ver los casos de éxito que expone Manuel Carneiro en el informe de Exportación hecho para Economía Digital con la colaboración de Banco Sabadell demuestra el éxito que tiene la Comunidad Valenciana en su vocación exportadora.

Hay industrias valencianas que exportan más y mejor que nunca. Hay empresas medianas que han encontrado mercado en India, Turquía o Arabia Saudí. Hay sectores que han sabido transformar una crisis en oportunidad: la industria alimentaria crece un 7,5% mientras otros retroceden.

La guía que aquí se presenta, con árboles de decisiones y consejos realmente útiles para la planificación de la estrategia exportadora, aporta análisis y conclusiones convirtiéndose en una herramienta útil. No se trata sólo de un diagnóstico, sino que incorpora una invitación a mover ficha, a abrir mercados, a aprovechar nuestras ventajas.

Exportar no es sólo vender fuera: Es planificar, financiar, elegir bien los destinos y asegurar la posición. Este informe aporta el mapa. Ahora corresponde al tejido empresarial —y a las administraciones que lo acompañan— convertirlo en movimiento.

Julián Larraz Rada

Delegado de
ECONOMÍA DIGITAL en
la Comunidad Valenciana



Banco Sabadell, entidad de referencia en comercio internacional entre las empresas de la Comunidad Valenciana

Desde hace ya muchos años, los equipos de Banco Sabadell que gestionan la actividad de comercio internacional en toda España han hecho posible que nuestra entidad se haya consolidado como banco de referencia entre las empresas que desarrollan, o se están planteando iniciar, alguna actividad fuera de nuestras fronteras. Esta posición es especialmente destacada en la Comunitat Valenciana, donde la actividad internacional de las empresas es especialmente intensa. De hecho, la gran mayoría de empresas que gestionamos desde nuestra dirección territorial realizan, a través nuestro, este tipo de actividad.

Alcanzar esta posición de liderazgo ha sido posible gracias a diversos factores. Uno de ellos, sin duda, hay que ir a buscarlo remontándonos a los orígenes históricos de Banco Sabadell. Nuestra entidad fue creada en 1881 con el objetivo, precisamente, de prestar servicio a las empresas, con especial atención a sus actividades internacionales. Durante mucho tiempo este fue su objetivo primordial. Y aunque hace también ya muchos años que nos hemos convertido en un banco universal, líder en muchas zonas geográficas de nuestro país entre todo tipo de clientes, nunca hemos perdido la ventaja competitiva que nos otorga ese origen histórico.

Así, fuimos el primer banco español que tuvo presencia estable y oficinas de representación en diversos países de todo el mundo. Ello nos ha proporcionado un profundo conocimiento de las características y legislaciones de esos mercados, lo que nos permite prestar a nuestros empresarios un asesoramiento altamente especializado y un paquete de productos y servicios específicamente diseñados a lo largo de todos estos años.

Fuimos, por citar tan solo algunos ejemplos, la primera entidad española en abrir una oficina de representación en Pekín. Fuimos también el primer banco español en disponer de presencia estable en Turquía o India. Y actualmente, tenemos la capacidad -mediante nuestra red de oficinas o acuerdos de colaboración- de prestar servicios a las empresas españolas en los cinco continentes.



Otra ventaja competitiva que nos distingue son los tres centros operativos de que disponemos en la comunidad, preparados para gestionar directamente el negocio documentario de nuestros clientes sin necesidad de trasladar los expedientes a otras comunidades. Ello simplifica notablemente los circuitos administrativos y hacen que nuestros plazos de resolución sean muy ágiles.

En los últimos tiempos y por seguir centrándonos en nuestro entorno más próximo, para muchas empresas de la Comunitat Valenciana ha sido de gran importancia nuestra capacidad para operar en el mercado argelino, que tras unos años se ha vuelto a reabrir, lo que ofrece importantes oportunidades de negocio. Pero para poder aprovecharlas -y como antes decía- es necesario conocer con detalle la legislación e idiosincrasia de aquel país. Lo que, para muchas empresas de menores dimensiones, que no disponen en su estructura interna de especialistas en comercio internacional, no es fácil.



Otro tema de máxima actualidad es el de los aranceles internacionales. Para minimizar sus efectos, las empresas tienen a su alcance varios recursos. Mediante un profundo análisis de cada sector y cada producto es posible minimizar sus efectos. Pero cada sector es distinto y dentro de cada sector, cada producto tiene sus propias características. Es también clave estar constantemente informado acerca de las ayudas que distintas administraciones vayan convocando para ayudar en este nuevo escenario, y saber cómo solicitarlas.

Para hacer frente a todos estos retos, es importante que las empresas -sean o no clientes nuestros- sepan que tienen a su disposición a nuestro equipo de especialistas. Estamos preparados para analizar conjuntamente posibles vías de colaboración futura, poniendo a su disposición la experiencia en comercio internacional del mejor equipo de especialistas de la banca española.

Como refleja el informe VALENCIA Exporta, la Comunitat Valenciana es hoy un territorio con una sólida vocación exportadora. Con más de 37.000 millones de euros en ventas exteriores en 2024 y presencia en mercados estratégicos como Europa, Estados Unidos y Asia, las empresas valencianas demuestran una alta capacidad para competir en un entorno global. Asimismo, otros de los aspectos que deben

atender las organizaciones de nuestra Comunidad es la diversificación, la digitalización y la constante resiliencia y adaptación al cambio, todos ellos, elementos claves para mantener el liderazgo en un contexto marcado por la incertidumbre geopolítica y los cambios en las políticas comerciales.

Como ya quedado dicho anteriormente, en Banco Sabadell somos conscientes de esta realidad, por eso, ponemos a disposición de las empresas herramientas financieras, conocimiento experto y acompañamiento personalizado para convertir los retos y las incertidumbres en oportunidades. Desde la gestión del negocio documentario hasta el asesoramiento en mercados complejos, nuestro compromiso es claro: impulsar la internacionalización como motor de crecimiento.

Fernando Canós Mangriñán
Director General Adjunto.
Director Territorial Este
en Banco Sabadell



NOTA TÉCNICA:

Cualquier temática de carácter técnico que se afronte en el ámbito de la economía y la gestión empresarial exige un tratamiento riguroso y fundado de la información que se use, así como coherencia en la utilización de las fuentes. Por ello, doce son las fuentes documentales principales a las que se ha recurrido para realizar este Informe. Aunque, en muchas ocasiones, los datos resulten coincidentes, en otras existen discrepancias, que, aunque son de orden menor, producen cierto desajuste en los resultados finales. Por todo ello, las fuentes consultadas que referimos se han tratado de manera conectada, suponiendo con ello una labor de contraste y verificación entre todas ellas con la intención de ofrecer un resultado coherente y sólido.

Las doce fuentes documentales básicas utilizadas principalmente para la obtención de los datos que se consideraron necesarios son las siguientes:

- **MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN:**

[Ficha de países y territorios](#)

- **MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA:** [Portal del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa](#)

- **ICEX:** [Buscador](#) | [ICEX](#)

- **ICE:** [El sector exterior](#)

- **CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA:** [Comercio Exterior](#) – [Consejo de Cámaras Comunitat Valenciana](#)

- **CÁMARA DE COMERCIO DE VALENCIA:**

[Estudios e informes](#) / [InfoCámaras](#) - [Cámara Valencia](#)

- **INSTITUTO VALENCIANO DE ESTADÍSTICA (iv,e):**

[Indicadores de comercio exterior](#)

-[Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana](#) - [Generalitat Valenciana](#)

- **INSTITUTO VALENCIANO DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL (IVACE):** [Informes y Estudios](#)

- **SERVICIO TERRITORIAL DE COMERCIO, ARTESANÍA Y CONSUMO-VALENCIA:**

<https://cindi.gva.es/es/>

- **COTEC: Comunidad Valenciana: Exportaciones, importaciones, patrones de comercio y complejidad económica | La Complejidad Económica en España**
- [COTEC](#)

- **CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL COMUNIDAD VALENCIANA (CEV):** [Informes](#) | [CEV](#)

- **CESCV GENERALIT VALENCIANA:**
[Documentos](#) | [Comité económico y social](#)

Así mismo, los datos utilizados, salvo casos muy excepcionales, serán bien los del año 2024 (y en contraste con el año 2023), o los correspondientes a los primeros seis meses del año 2025. Tratamos con ello de aportar el máximo de actualidad posible con relación a las cifras aportadas.

Y así también, para responder a la realidad concreta y como soporte único, las imágenes que se presentan se ofrecen tomadas directamente desde los documentos manejados y referidos.

Para simplificar la lectura del documento dado su carácter digital, los enlaces a páginas, las referencias obtenidas a través de Internet u otros datos que pueden contrastarse en páginas web concretas, se ofrecen en las notas a pie de página, información a la que, de este modo, a través del propio documento se podrá acceder de manera directa.



1. LA EXPORTACIÓN EN LA COMUNIDAD VALENCIANA: ¿A DÓNDE EXPORTAMOS?

Desde tiempos inmemoriales, la Comunidad Valenciana ha sido muy propensa a establecer bases comerciales y de negocio fuera de sus propias fronteras, siendo forjada y asentada esta tendencia más en el presente hacia el comercio internacional durante los siglos XIX y XX. Principalmente enfocada la actividad exterior a la oferta proveniente de la fecunda agricultura de Valencia, la actividad industrial con vocación foránea también se fue orientando, durante estos siglos, hacia la producción textil, ya muy mecanizada, debido a la utilización de maquinaria en las actividades de cardado e hilado, sobre todo a partir del primer cuarto del siglo XIX. Una de las características propias de la modernización tanto de la agricultura como de la industria, lo supusieron las aportaciones de capital para la financiación de los proyectos de mejora ofrecidos y aportados por los terratenientes locales. Y así, a mediados del siglo XIX el sistema fabril quedó sólidamente instalado gracias a la utilización del huso mecánico y la consolidación de la industria algodonera, uniéndose de esta manera de modo inevitable la actividad agrícola y la industrial, que tantos y tan buenos resultados ofrecería en el futuro.

Así también, en la mitad del citado siglo XIX, se consolidaron diversas entidades financieras, sobre todo radicadas en la ciudad de Valencia, poniéndose con ello de relevancia la conciencia de la necesidad de financiación para afrontar los retos que conlleva la internacionalización; el auge consiguiente de las ciudades así lo corrobora. A partir de 1866, se produce un espectacular aumento de la demanda exterior, en particular de productos agrícolas, cuya expansión orientó definitivamente el capital hacia el sector primario, convirtiéndose esta simbiosis en el factor central del crecimiento económico y social que generó la hoy ya Comunidad Valenciana.

Como productos agrícolas destacados, las exportaciones se dirigieron hacia el vino y la naranja, además de contar con los productos hortofrutícolas, los cítricos y la almendra, además de, por supuesto, el cultivo estrella que supone el arroz, producto por el que siempre será reconocida Valencia. Por poner un ejemplo muy destacado, las exportaciones de cítricos procedentes de la región entre 1900 y 1910 supusieron más del 6% del total de exportaciones españolas. Gracias al auge del producto cítrico, acompañado del aumento de la riqueza, se favorece el asentamiento de la produc-

ción industrial del calzado, los muebles, o la cerámica, así como productos de consumo concreto tales como juguetes, cerámica o la propia actividad textil. Hasta bien entrado el siglo XX, la economía valenciana estuvo obligada a dedicar gran parte de su superficie a cultivos no solo tradicionales y consolidados como los cítricos y el arroz, ya citados, sino también optando por dedicar partes importantes de estos terrenos al cereal o al esparto.

La gran dependencia de los cultivos citados se mantiene en el primer cuarto del siglo XX, absorbiendo estos, gran cantidad de recursos financieros, y, a partir de 1914, orientando las exportaciones hacia Europa, sumida ésta en el conflicto bélico de la Primera Guerra Mundial, suceso en el que España permanecería en un modo neutral. Es el momento del desarrollo y la expansión comercial de los puertos de la zona, especialmente volcados hacia los situados en el Mar Mediterráneo. Y será gracias a los beneficios obtenidos que en 1927 un grupo de empresarios valencianos, muchos de ellos propietarios de cultivos dedicados a la naranja comprará el Banco de Valencia, que subsistiría durante casi un siglo; también es momento de la fundación y desarrollo de la Compañía Transmediterránea, la Unión Naval de Levante o la Sociedad Valenciana de Mejoras Urbanas. De este modo, se cubría el hiato entre la producción y la exportación gracias a los recursos financieros disponibles, puestos a disposición, sobre todo, por parte de los grandes productores terratenientes.

A pesar de las crisis habidas en los años treinta del siglo XX en el mundo, particularmente afectando a Europa, la economía valenciana mantuvo tasas de crecimiento positivas, sobre todo en lo que respecta a los flujos de envíos hacia el exterior. La situación de guerra civil ocurrida en España entre 1936 y 1939 afecta sustancialmente al comercio internacional valenciano, aunque los puertos de la región seguirán activos. La guerra mundial posterior incentivó el desarrollo industrial, en particular afectando a sectores como el naval, gracias a la demanda que encauzarían entidades tan relevantes como Altos Hornos del Mediterráneo o la Unión Naval de Levante.

El gran auge de la economía valenciana se produce a partir de los años 60 del pasado siglo XX, acercándose gracias a ello a finales de los años 80 a las regiones más ricas de España en relación a su posición en

el PIB español. Así como el siglo XIX se caracterizó para Valencia por la preeminencia del sector agrícola en el peso específico sobre la economía española, la participación de las empresas valencianas en las exportaciones españolas se beneficia de un gran incremento en volumen a partir de los años 80 del siglo XX. Es preciso recordar un hecho trascendental en ese sentido como fue el comienzo de la actividad industrial en 1976 de la fábrica de Ford en Valencia. Si en dicho año naranjas y calzado suponían todavía la mitad de todo lo exportado, gracias al sector automovilístico este porcentaje de participación va a cambiar sustancialmente, llegando al configurar, en poco tiempo, el sector del automóvil un 15% de la actividad externa valenciana. «Sin embargo, el potencial de este modelo de comercio exterior se fue agotando en las dos décadas finales del siglo, conforme aumentaba la competencia procedente de los países de industrialización reciente. La incorporación a la C.E.E. no supuso ningún cambio de trascendencia y se limitó a acentuar una concentración de los flujos en dirección a los países miembros, que ya era elevada con anterioridad»¹.

A pesar de esta herencia agrícola, la economía valenciana se caracterizará en el siglo XX, habiendo destacado ya durante los tres últimos tercios temporales del siglo XIX, por el desarrollo de un modelo industrial propio, con el consiguiente incremento de los flujos financieros y monetarios, en particular los orientados hacia las exportaciones. Conllevó el incremento de actividad en sectores como el lanero o el papelerero, con el apoyo en otros necesarios como el ferroviario o la prestación de servicios en las ciudades, tales como el agua o el gas. Cuatro serán las áreas industriales destacadas en la región: Alcoi, el área urbana de Valencia, la zona alicantina de Vinañopó y en Castellón las localidades de Onda y Alcora. En las dos décadas anteriores a la denominada Transición Política española el producto industrial valenciano crece a tasas anuales cercanas al 10%, permitiendo el traslado masivo de mano de obra de la agricultura a la industria. El proceso de exportación, sobre todo a Europa y Estados Unidos, se elevó sustancialmente. Y este éxito vino derivado por cuatro factores que se aliaron para convertir a Levante

en uno de los grandes productores y exportadores de la economía española:

1. La amplia presencia de sectores de bienes de consumo diversificados, tales como el mueble, el calzado, las confecciones, los juguetes y la artesanía, productos todos ellos ya citados, producidos gracias al aumento de la renta de los valencianos.
2. El apoyo en una mano de obra desplazada desde el campo hacia las ciudades, en cuantía suficiente para dar una amplia cobertura al proceso de industrialización.
3. La renovación de las unidades productivas y la adaptación a las innovaciones en la maquinaria, tal y como así sucedió en la fabricación de azulejos, afectada por la competencia italiana, o la inventiva puesta al servicio del sector de la juguetería (de fecha 1957 es la presentación en el mercado de la firma juguetera Famosa, unión de 27 pequeñas empresas familiares dedicadas a la producción y comercialización de juguetes, que alcanzaría una relevancia mucho más allá de las propias fronteras, estando hoy presente en más de 50 países).
4. La llegada de capitales foráneos a través de empresas multinacionales asentadas en la zona de Levante, tales como la citada planta de Almussafes de la firma de automóviles Ford o la tecnológica también de origen norteamericano IBM, con presencia desde 1975.

El crecimiento urbano se asienta, ya en el final del siglo XX y el inicio del siglo XXI, con la irrupción del fenómeno turístico, abocando a la región al incremento de la actividad de la construcción (con todo lo que ello conlleva), convirtiendo a Valencia y Alicante en el año 1998 en los puestos tercero y cuarto de las provincias españolas en relación al stock de capital residencial, reuniendo toda la Comunidad Valenciana en ese mismo año el 13% del total del país. Este turismo vinculará todavía más a la economía local valenciana con su dimensión internacional, tomando un importante protagonismo los flujos de ida y venida del capital extranjero extra regional. Esta presencia

¹ Vid. en Calatayud Giner, Salvador, «Desarrollo agrario e industrialización. Crecimiento y crisis en la economía valenciana del siglo XX», en Historia Contemporánea nº 42, pp. 105-147, página 122.

de capitales externos a la propia Comunidad se manifiesta, fundamentalmente, en la compra de suelo y la promoción de inmuebles para su adquisición.

Y este último ha sido el factor decisivo, el del auge constructivo, el que hace que el PIB valenciano creciese entre 1995 y 2002 un 63% ante el aumento menor por parte del resto de España correspondiendo a un 37%. La dependencia del sector primario, así como las peculiaridades ya expresadas del modelo industrial valenciano son dos elementos que dificultan la mejora de la riqueza real por habitante, en relación con la media española. «En este contexto, la producción valenciana ha mantenido una vinculación exterior, pero en retroceso respecto al papel históricamente central que había tenido en las exportaciones españolas»². Además de ello, el modelo de desarrollo económico se ha visto condicionado por la primacía de la construcción que se enfoca principalmente a las necesidades y demandas de la actividad turística, como ya se ha citado. Por todo ello, el modelo económico que se fue forjando desde el ya olvidado período intermedio del pasado siglo XIX, con las adaptaciones sufridas durante el siglo XX, parece, en estos momentos de casi final del primer cuarto del siglo XXI, afrontar un momento decisivo para su supervivencia; y, por ello, para favorecer el incremento de la actividad económica y conseguir así la mejora general de la riqueza, que llegue inclu-

so a los propios ciudadanos, se precisa mirar hacia afuera con mucha mayor intensidad, de manera planificada y con el respaldo debido gracias a una internacionalización bien planteada.

1.1. Situación actual de la exportación en las empresas de la Comunidad Valenciana

Pero estamos ya inmersos en pleno siglo XXI, finalizando su primer cuarto y el sector que arrancó con fuerza en el siglo XIX y eclosionó en el consiguiente siglo XX, comienza a dar síntomas de cansancio. Según los datos aportados por la Secretaría de Estado de Comercio española, el 13,9% de las empresas de la Comunidad Valenciana son exportadoras, por detrás de Madrid y Cataluña; así mismo, por segundo año consecutivo, las ventas de productos valencianos en el exterior retroceden y caen un 2,7% en 2024 con respecto a 2023, situándose en los 36.978,3 millones de euros³ (en cifras del IVE, se computan un total de exportaciones de 37.207 millones de euros, correspondiendo 33.760 millones de euros a Mercancías y 3.447 millones de euros a Servicios, con una ligera diferencia por lo aportado por el Ministerio)⁴. Ya en el año anterior, el 2023, las exportaciones sufrieron una merma del 4,1%, provocando con ello que el tradicional 10% de aportación al conjunto nacional por parte de las exportaciones valencianas bajase, en dicho año, a un 9,6%. En el año 2022, la aportación a la

COMERCIO EXTERIOR

COMUNIDAD VALENCIANA	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES		SALDO		COBERTURA
	M€	% VAR. ANUAL	M€	% VAR. ANUAL	M€	% VAR. ANUAL	%
2024							
ESPAÑA	384.464,9	0,2	424.740,7	0,1	-40.275,9	-0,7	90,5
COMUNIDAD VALENCIANA	36.978,3	-2,7	35.499,8	2,4	1.478,5	-56,0	104,2
ALICANTE	6.987,7	0,1	5.785,4	4,1	1.202,3	-15,3	120,8
CASTELLON	9.266,2	1,9	5.946,8	6,8	3.319,3	-5,8	155,8
VALENCIA	20.724,5	-5,6	23.767,6	1,0	-3.043,1	92,0	87,2
% CV/ ESPAÑA	9,6		8,4				

FUENTE: ELABORACIÓN POR PARTE DE CEV A PARTIR DEL INFORME MENSUAL DE COMERCIO EXTERIOR DE LA COMUNIDAD VALENCIANA.

² Soler, Vicent, «Evolución de la economía valenciana, 1878-1978», en AA. VV., Caja de Ahorros, 1978.

³ Estos datos los aporta la CEV, Confederación Empresarial Comunidad Valenciana, vid. en INFORME DE COYUNTURA Y PERSPECTIVAS ECONÓMICAS

⁴ Información facilitada por el Institut Valencià d'Estadística, en: [Indicadores de comercio exterior - Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana - Generalitat Valenciana](#) y por la Cámara de Comercio de Valencia: [Valoración-de-cámara-Valencia-sobre-los-ultimos-datos-de-comercio-exterior-de-la-Comunitat.pdf](#)

exportación por parte de la Comunidad Valenciana al total nacional se concretó en un nada desdeñable 10,2% del total.

En el Índice de Complejidad Económica publicado por COTEC, la Comunidad Valenciana en el año 2024 ocupa el puesto 14 en un ranking de 18 Territorios españoles (16 Comunidades + Ceuta y Melilla), calificada con un -0,20⁵. Ello lo que significa es que Valencia se encuentra a la cola de la producción y exportación de bienes complejos, lo que lastra un mayor crecimiento económico futuro. El gráfico adjunto muestra la interacción entre las exportaciones de productos y los destinos de dichas exportaciones, mostrando un cierto estancamiento exportador en los productos y mercados tradicionales de la Comunidad Valenciana.

Datos clave: Las exportaciones de la Comunidad Valenciana alcanzan una cifra cercana a los 37 mil millones de euros en 2024, acusando un retroceso del 2,7% con respecto al año 2023. El saldo comercial (exportaciones – importaciones) todavía resulta positivo en 1.478,5 millones de euros.

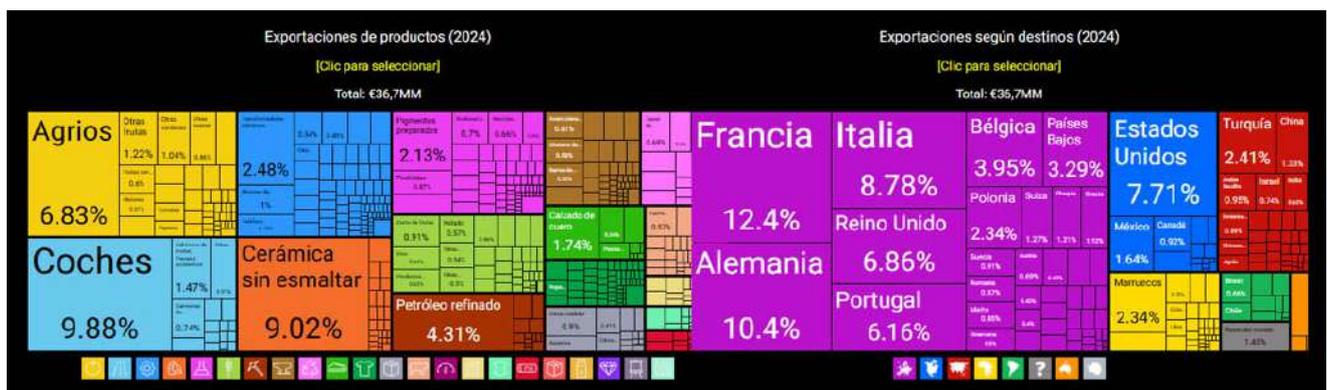
En el mencionado año 2024, y por provincias, el retroceso de Valencia se concreta en un recorte del 5,6%, Alicante se mantiene estable, mientras Castellón crece casi un 2%, afectando sobre todo a sectores de tanta tradición como el azulejero. Compensa el sector alimentario, con un crecimiento del 7,5%,

sustentado en una cuantía de 8.847 millones de euros. Recortan ventas incluso los cítricos y el vino, como ya se ha expuesto, cultivos estos de honda tradición valenciana.

Tal y como refleja el citado informe de la CEV, Confederación Empresarial Comunidad Valenciana basándose en datos del Informe Mensual de Comercio Exterior, en el cómputo anual salvo «alimentación, bebidas y tabaco» y «productos energéticos», el resto de los sectores acumula descensos en sus volúmenes de exportación. Destacan las caídas en «automóviles» y «bienes de equipo», del 13,5 % y 12,7 % en tasa anual, respectivamente. Por el contrario, salvo en estos dos últimos sectores y en «semimanufacturas no químicas» (por las menores importaciones en hierro y acero), el resto de los sectores acumulan aumentos en los volúmenes de importación.

Datos clave: La Comunidad es la cuarta región de España en volumen exportador, por detrás de Cataluña, Madrid y Andalucía.

Lo más reseñable es que el deterioro de las exportaciones se ha reflejado en la práctica totalidad de las áreas geográficas, destacando los descensos de las expediciones con destino a Alemania (8,6 %), Francia (6,3 %), Italia (3,5 %) y Portugal (1,9 %). Fuera de la Unión Europea, destacan los descensos de las exportaciones a EE.UU. (15,3 %) y Reino Unido (4,5 %). En las introducciones e importaciones destacan los des-



FUENTE: COTEC

⁵ El Índice de Complejidad Económica (ECI) elaborado por COTEC es una medida de la capacidad de una economía que se puede inferir de los datos que conectan las ubicaciones con las actividades que están presentes en ellas. El ECI es calculado con los datos de las exportaciones. Vid., en: [Comunidad Valenciana: Exportaciones, importaciones, patrones de comercio y complejidad económica | La Complejidad Económica en España - COTEC](#)

censos desde Francia (6,2 %), Italia (3,9 %), y Alemania (1,4 %), así como los de Reino Unido (6,9 %). No así las introducciones procedentes de Portugal, que han crecido un 3,2 %, como las importaciones procedentes de los EE.UU., que han avanzado un escaso 0,9 %.

Hasta el automóvil, tradición exportadora desde la mitad del siglo pasado como ya se expuso, vuelve a recortar ventas en 2024, en un porcentaje del mencionado 13,5%, tanto en lo referente a la factoría de Almussafes, en ERTE desde hace ya algunos años, como a toda la industria auxiliar que la surte; caso de mayor gravedad ocurre con el material de transporte, que retrocede hasta un 39,9% menos de facturación. Decrecen así mismo las exportaciones en un 12,7% de los bienes de equipo y la maquinaria, acostumbrados a crecer alrededor de un 20% anualmente. Históricos de la industria manufacturera como el calzado, el juguete o el textil, merman cerca del 9,8% los primeros y un 3% el tercero. En definitiva, el 2024

es, claramente, un mal año para las exportaciones realizadas en Valencia⁶.

A pesar de ello, las expectativas sobre lo que pudiera ocurrir en el año 2025 resultan alentadoras, sabiendo que las exportaciones en el período de enero a junio del año 2025 experimentan un aumento del 8,3% con respecto al año anterior. Ayuda a ello no solo la reacción empresarial ante la caída de las ventas en el exterior, sino también el incremento de la presencia en mercados no tan tradicionales como la recuperada Argelia o el gran mercado asiático capitaneado por China⁷.

Datos clave: En el año 2025, aumentan las ventas de la industria agroalimentaria (en particular frutas, hortalizas, legumbre y cítricos), los medicamentos y abonos en el caso de los productos químicos, así como algunos bienes de consumo duradero como la electrónica de consumo y los electrodomésticos y los bienes de equipo.

FORMATOS MÁS HABITUALES DE INTERNACIONALIZACIÓN



EXPORTACIÓN

Modelo más clásico de iniciarse en el acceso a mercados foráneos. Consiste en el envío de productos o la prestación de servicios fuera de las propias fronteras, manteniendo la base productiva u operativa en el propio país. Es una estrategia recomendable sobre todo para empresas pequeñas o medianas que no disponen de medios suficientes para abrir un centro productivo en el país de destino, o cuando el riesgo del país es elevado, pero permite el acceso de productos importados.



SISTEMAS CONTRACTUALES

Que consisten en la transferencia de derechos por parte de la empresa del país de origen mediante unas condiciones determinadas de antemano. Los dos más habituales son las licencias, más utilizadas en la industria, y las franquicias, propias de empresas de servicios.



INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTERIOR

Lo que consiste en una aportación directa de capital por parte de la empresa del país de origen en el país de destino. El compromiso con la internacionalización de este formato es la más alta de las tres. Puede conllevar o bien la creación de una filial o subsidiaria, o la creación de una empresa conjunta o joint venture con una empresa afín de origen o propia del país de destino.



COMPRA DE EMPRESA O ACTIVIDAD EN EL EXTERIOR

Una última fórmula de tener presencia en el extranjero es la compra directa de una empresa de interés para el comprador del país de origen o adquirir una participación en una empresa en el exterior.

⁶ Valoracion-de-camara-Valencia-sobre-los-ultimos-datos-de-comercio-exterior-de-la-Comunitat.pdf

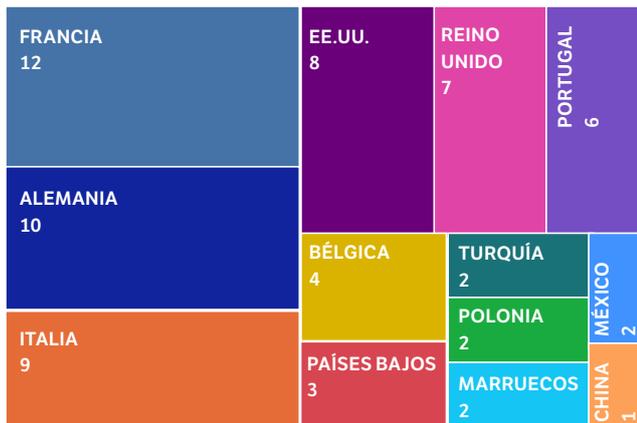
⁷ Las exportaciones de la Comunitat Valenciana crecen un 8,3 %, su tercer mejor dato histórico

1.2. Determinación de los Destinos Clave de interés para la exportación

En el año 2024 los principales mercados exteriores donde han vendido y colocado productos las empresas de la Comunidad Valenciana son los siguientes:

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES C. VALENCIANA 2024

FUENTE: IVACE



- **Europa Comunitaria** es el receptor por antonomasia de la economía exterior valenciana. Países como Francia, Alemania, Italia o Países Bajos con los mercados de recepción más habituales. En el año 2024, estos destinos aceptaron una menor cantidad de productos propios expedidos desde las tres provincias del Levante.

- Donde sí hubo incremento de presencia fue en los **Mercados del este de Europa** miembros estos últimos de la Unión Europea; nos referimos a países tales como Hungría, Polonia, República Checa o Rumanía.

- En contraposición, el secularmente conquistado **Mercado Norteamericano** sufre un proceso de contracción, debido tanto a la situación del dólar como a las políticas proteccionistas arancelarias americanas, afectando de lleno, sobre todo, al sector del automóvil.

- Por otro lado, los **Países Africanos Riverieños** en

el mar común del **Mediterráneo** , tradicional feudo valenciano en cuanto a las exportaciones, resisten como receptores, siendo importante para su incremento la sucesiva apertura del mercado libio, cerrado prácticamente por una parece que terminada guerra intestina que llevaba desangrando el país desde hace ya una década, y que, de manera directa, afectaba al comercio de todos los países ribereños, desde África, al Mar Mediterráneo.

- Dos de los países que experimentan un aumento muy considerable en su presencia como receptores de mercancía son los gigantes **China e India** , en detrimento de los países pertenecientes a la ASEAN (Asociación de Naciones de Asia Sudoriental)⁸.

Si atendemos a las expectativas posibles a considerar en la evolución del mercado exportador valenciano, estas son moderadamente optimistas. Y ello es debido a:

- Una esperada recuperación económica en Europa, que aleja, al menos de momento, el fantasma de una posible recesión. Eso sí, salvo sobresaltos debido a la inestabilidad política mundial que puede dar un vuelco en un período de tiempo muy corto.

- Un previsible descenso de los tipos de interés en Europa, posterior a una incipiente bajada de tipos por parte de la FED (Reserva Federal) americana.

- La evolución de la paridad dólar euro, aunque muy lastrada dicha evolución por la situación de los aranceles propuestos por la administración Trump en Estados Unidos⁹.

- De no darse situaciones de conflicto directo en el norte de África, los mercados ya abiertos se asentarán y los que comienzan a abrirse como el argelino empezarán a tener una base de exportación continuada.

- Y en relación con esta situación, los grandes conflictos que, en este momento, golpean a nivel mundial y que pudieran entrar en una fase de solución

⁸ Datos ofrecidos por el IVACE+i en: [Internacionalización. Informes](#)

⁹ «Impacto de los aranceles de la Administración Trump», actualización mayo 2025. En: [IMPACTO DE LOS ARANCELES DE LA ADMINISTRACIÓN TRUMP](#)

tales como la paralización de la invasión israelí de los territorios palestinos o un posible primer acuerdo de paz entre Rusia y Ucrania, podrían serenar y mucho las transacciones mundiales.

- Los nuevos acuerdos comerciales suscritos por parte de la Unión Europea, fruto de la obligada necesidad de buscar nuevos mercados tras el cierre arancelario decretado por Estados Unidos.

Pero, a pesar de un cierto optimismo que siempre hay que mantener, las situaciones que puedan demorar el aumento necesario de las exportaciones valencianas se van a ver impactadas por cuatro factores clave de alcance no solo planetario, sino que también provocarán una trascendencia futura cuyo alcance no somos todavía capaces de calibrar. Estos cuatro factores de orden genérico son los siguientes:

- Un primer factor decisivo de carácter endógeno lo supone el aumento de los costes de producción, sobre todo, en comparación con los ofrecidos por los países limítrofes en el Mediterráneo, especializados también en una agricultura intensiva, tal es el caso de Marruecos, Túnez o Turquía. A ello deberá añadirse que, en sectores como el hortofrutícola o sus derivados, la mano de obra para su utilización como recolectores escasea, siendo necesario localizar dicha mano de obra fuera de las fronteras nacionales, o bien, mecanizar la recogida; ambas dos acciones suponen un incremento notable de los costes productivos, lo que merma la competitividad de los productos procedentes de la Comunidad Valenciana hacia el exterior.

- Un segundo elemento de carácter externo lo supone la actual clara incertidumbre política e incluso social desatada en todo el mundo, sobre todo a partir del cambio de administración en Estados Unidos. Dicha administración no ha podido, al menos todavía, encauzar los grandes conflictos armados citados, dado que no actúa como gestor de dichos conflictos.

- El tercer elemento exógeno hace referencia a la pérdida de peso específico en la política mundial tanto de Estados Unidos como de Europa, antes aliados legítimos y ahora mirándose con reticencia y cautela. Ello está incentivando el acercamiento entre los denominados BRICS (grupo de países emergentes que están pidiendo paso con firmeza, capitaneados por Brasil, Rusia, India y China), así como el surgimiento de alianzas antes imposibles como son las de China y Rusia, Rusia y Venezuela o los lazos comerciales que, en este momento, está realizando la India. Algunos analistas consideran que el paralelogramo de fuerzas establecidos desde los acuerdos logrados entre las grandes potencias en el final de la Segunda Guerra Mundial se está resquebrajando, iniciándose así un nuevo equilibrio de poderes supra estatales, sobre el que es difícil concebir no solo las consecuencias que este futuro fraguado en la actualidad conllevará, sino también cómo repercutirá, concretamente, en los mercados y las transacciones mundiales.

- Y ya finalmente, y casi como resumen, afectando directamente a los movimientos exportadores, lo que parece obvio es que, a un nivel mundial, el proteccionismo se encuentra en auge, y que, en cierta medida, «está de moda». Tras varias intensas décadas de liberalización globalizada de los mercados internacionales y una apuesta por la rebaja de aranceles para facilitar las transacciones comerciales entre países, se vuelve a una propuesta de relación basada en el incentivo de los mercados internos, gravándose de manera notable tanto las importaciones como las exportaciones. La guerra arancelaria propugnada e iniciada por Estados Unidos al objeto de proteger su economía de las injerencias exteriores así lo parece traslucir, provocando un efecto más global y asumido por gran cantidad de países¹⁰.

En definitiva, el mundo en general y también desde el punto de vista concreto el de las transacciones comerciales, se encuentra en un proceso de profunda

¹⁰ «Las estimaciones del volumen del comercio mundial se revisan ligeramente a la baja para 2025 y 2026. Esto obedece al marcado aumento de la incertidumbre acerca de las políticas comerciales, que probablemente perjudicará la inversión de forma desproporcionada entre las empresas que participan de forma intensiva en el comercio internacional. No obstante, se prevé que el impacto de la mayor incertidumbre sea pasajero. Además, el adelanto de algunos flujos comerciales en vista de la elevada incertidumbre de las políticas comerciales, y en anticipación de un endurecimiento de las restricciones comerciales, aporta un cierto efecto compensatorio a corto plazo», en Fondo Monetario Internacional (FMI), «Actualización de perspectivas de la economía mundial. Crecimiento dispar e incierto», enero 2025, en [Actualización de Perspectivas de la economía mundial, enero de 2025](#)

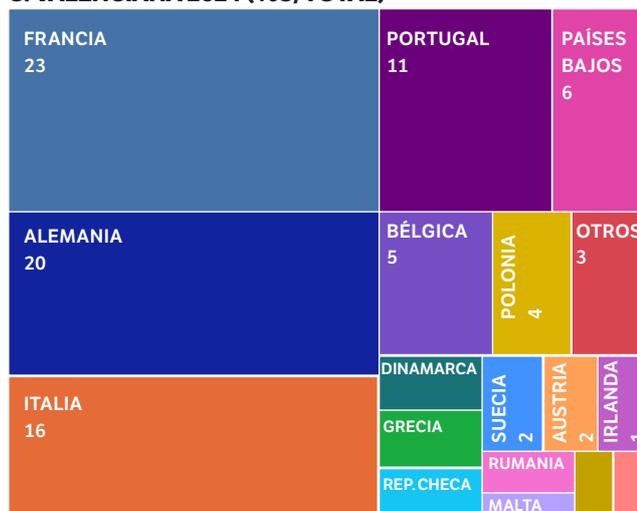
transformación, y esto, por supuesto, también afecta a los intercambios internacionales, así como a las dinámicas exportadoras. Por todo ello, podemos afirmar que, actualmente, la geopolítica se ha convertido de manera más acentuada en un pasivo a tener en cuenta en la inversión exterior, dejando de ser un simple coste logístico para volverse un factor decisivo en la ecuación de la internacionalización.

Pero, tal y como también se ha citado, hay razones para un moderado optimismo. A pesar de que junio del año 2025 ha sido un mes que presenta el tercer mejor dato histórico para dicho mes de toda la serie registrada en cuanto a los datos sobre las exportaciones, permitiendo recuperar a la Comunidad Valenciana el tercer puesto nacional como comunidad autónoma más exportadora de España, los resultados del acumulado en el primer semestre del año 2025 indican un descenso en el volumen de exportaciones valencianas del 0,8% respecto al año 2024. A pesar de ello, el superávit comercial con una tasa de cobertura del 101,9% indica que, al menos, todavía, se exporta más de lo que se importa en la Comunidad Valenciana.

1.2.1. Las Áreas de Influencia Exportadora (AIEX)

Seis son las Áreas de Influencia Exportadora (AIEX) que hemos considerado propias de la economía valenciana, y que desarrollamos a continuación¹¹:

PRINCIPALES DESTINOS EU-27 DE EXPORTACIONES C. VALENCIANA 2024 (%S/TOTAL)



EUROPA OCCIDENTAL:

Países: Francia, Italia, Alemania, Portugal, Bélgica.

Características de la Zona: Elevado poder adquisitivo y buenas perspectivas económicas.

Tipo de productos: Alimentación, Automóviles, Metalería diversa, y Hábitat (Mobiliario y hogar).

EUROPA ORIENTAL:

Países: República Checa, Polonia, Rumanía, Hungría, Eslovaquia, Croacia.

Características de la Zona: Menor poder adquisitivo y buenas perspectivas económicas basadas en el desarrollo de los propios países.

Tipo de productos: Aparatos eléctricos, Perfumería, Alimentación.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES C. VALENCIANA - AMÉRICA (%S/TOTAL)



AMÉRICA DEL NORTE Y LATINOAMÉRICA:

Países:

Zona Norte: Estados Unidos, Canadá y México prioritariamente.

Zona Sur: Brasil, República Dominicana, Chile, Colombia, Perú, Argentina, Ecuador y Costa Rica.

Características de las Zonas:

Zona Norte: Mercados amplios y acuerdos de libre comercio con la Unión Europea (CETA) y entre Estados Unidos y Canadá (ALC). Dinamismo económico e inversor.

Zona Sur: Mercados mucho más limitados, pero con gran potencial, sobre todo en el área de Mercosur.

Tipo de productos:

Zona Norte: Combustibles, Elementos plásticos

¹¹ Información obtenida en Documentos en el área internacional del IVACE, informes de países: [Información países](#)

cos, Alimentos procesados.

Zona Sur: Perfumería, Alimentación envasada, Calzado, Elementos plásticos.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES

C. VALENCIANA EN ASIA 2024 (%S/TOTAL)



ÁSIA:

Países: China, India, Corea del Sur, Tailandia, Malasia y Australia.

Características de la Zona: El mercado denominado ASEAN supone un área de diversificación para las exportaciones valencianas. Son mercados con un alto potencial tanto económico como poblacional. El factor disuasorio lo supone el coste de la logística.

Tipo de productos: Confección, Alimentación envasada, Abonos, Productos de plástico, Pielés y cueros.

PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACIONES

C. VALENCIANA - ÁFRICA 2024 (%S/TOTAL)



ORIENTE PRÓXIMO Y ORIENTE MEDIO:

Países: Marruecos, Egipto, Libia, Argelia, Turquía.

Características de la Zona: Mercados suficientemente estables, salvo el caso concreto de Israel. Zona ya consolidada, con alto dinamismo comercial y gran impulso económico institucional. Un factor negativo lo supone el elevado nivel de riesgo zonal y por países específicos (tal es el caso de Irak, y, en menor medida, Israel).

Tipo de productos: Manufacturas metálicas, productos químicos, Plásticos.

% SOBRE EXPORTACIÓN CV A ÁFRICA SUBSAHARIANA



ÁFRICA:

Países:

África Occidental y Austral: Sudáfrica, Costa de Marfil, Senegal, Ghana, Nigeria, Mauritania, Camerún.

Características de la Zona: Mercados incipientes, necesitados de novedades y productos de uso común. Con un alto valor estratégico y potencial exportador, generadores de oportunidades para todo tipo de sectores.

Tipo de productos: Combustibles, Caucho, Aparatos eléctricos, Mobiliario, Conservas.

1.2.2. Los Países con Alto Potencial Exportador (APEX)

Cruzando los datos aportados y las variables tenidas en cuenta por parte de Cámara Valencia para determinar el Índice APEX (Alto Potencial Exportador), y, a partir del interés exportador de cada Área de Influencia Exportadora ya analizada, coincidimos en estimar la existencia de once (11) países con dicho APEX (9 son los considerados por la Cámara de Valencia), siendo estos:

- ITALIA, REPÚBLICA CHECA, ESTADOS UNIDOS, MÉXICO, PERÚ, CHINA, INDIA, TURQUÍA, ARABIA SAUDÍ, MARRUECOS Y ARGELIA.

VARIABLES TENIDAS EN CUENTA PARA ELABORAR EL ÍNDICE APEX (ALTO POTENCIAL EXPORTADOR)

FUENTE: CÁMARA VALENCIA. ESTUDIOS. FUENTE: IVE INSTITUT VALENCIÀ D'ESTADÍSTICA

VARIABLES ECONÓMICAS

	HABITANTES 2023 (MILL.)	PIB PER CÁPITA (PPA)	PERSPEC. PIB % VAR. 2025	% PESO EN LAS IMPORT MUNDIAL
ITALIA	58,7	38.373	1,4	2,9
MARRUECOS	37,8	3.672	3,3	0,4
TURQUÍA	85,3	12.986	3,2	0,9
ESTADOS UNIDOS	334,9	81.695	1,6	8,1
MÉXICO	128,5	13.926	1,4	1,3
PERÚ	34,5	7.790	2,7	0,3
INDIA	1.417,0	2.485	6,5	6,7
CHINA	1.412,0	12.614	4,1	15,7
ARABIA SAUDÍ	36,9	28.895	6,0	0,1

FUENTE: BANCO MUNDIAL, FMI, TRADEMAP

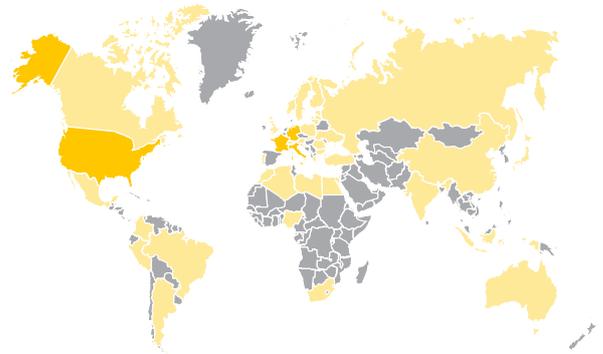
VARIABLES COMERCIALES

	TOTAL IMPORTACIO. %VAR. 2019/2023	Nº OPERACIONES COMERCIALES 2024*	EXPORT. VALENCIA 2023 MILL. €	EXPORT. % VAR. ACUMULADA 2019-2023
ITALIA	11,0	385.101	1.505,7	39,4
MARRUECOS	12,0	16.913	461,0	24,8
TURQUÍA	17,0	15.290	440,6	128,3
ESTADOS UNIDOS	8,0	57.556	1.986,4	33,4
MÉXICO	11,0	11.059	385,3	30,0
PERÚ	10,0	2.337	50,7	28,3+
INDIA	14,0	3.201	93,0	65,8
CHINA	7,0	6.332	243,1	58,9
ARABIA SAUDÍ	10,0	4.135	117,5	45,0

FUENTE: TRADEMAP, DATACOMEX, CÁMARA DE ESPAÑA

EXPORTACIONES POR DESTINO GEOGRÁFICO (PRINCIPALES PAISES)

DATOS DEL PERIODO 2024

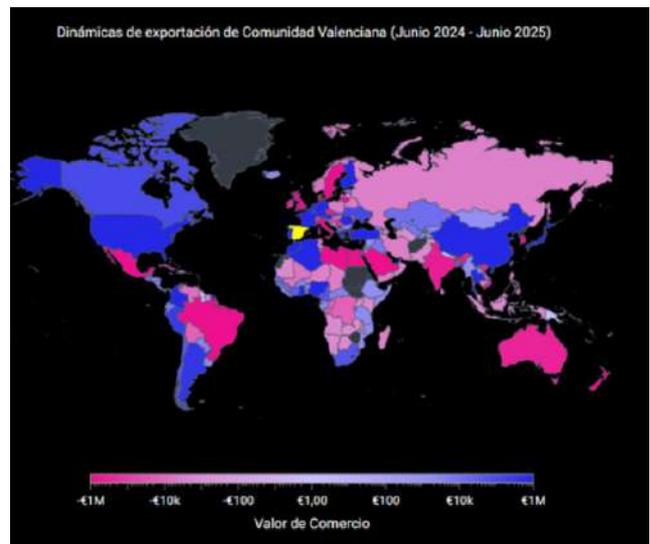


En función de la información aportada de las zonas de influencia y siguiendo criterios de impacto comercial y económico por países concretos con Alto Potencial Exportador (APEX), en definitiva, cruzando los datos establecidos desde Cámara Valencia con otras fuentes documentales, determinamos cinco países con APEXA (Alto Potencial Exportador Añadido), siendo estos cinco (5) los siguientes:

- ITALIA
- ESTADOS UNIDOS
- CHINA
- INDIA
- TURQUÍA

DINAMICAS DE EXPORTACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (JUNIO 2024 - JUNIO 2025)

FUENTE: COTEC



Además de la información obtenida a través del trabajo realizado por la Cámara de Valencia, se ha tenido en cuenta la información aportada por COTEC en relación al grado de complejidad económica que presenta la Comunidad Valenciana, tal y como indica el gráfico adjunto. Los criterios establecidos, además del apoyo en la información contrastada para determinar cinco países concretos son: Destinos de mayor crecimiento, destinos de menor crecimiento, dinámicas de importación, atractivo para la exportación y estabilidad comercial.

En conclusión, de los cinco países seleccionados como ejemplos de países APEXA (Alto Potencial Exportador Añadido), presentamos su situación Export/Import a fecha Enero - Marzo 2025, lo que permite ver su potencial de crecimiento en función de las características conceptuales tenidas en cuenta anteriormente expuestas:

ITALIA

— EXPORTACIONES — IMPORTACIONES

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA - ITALIA
EN MILES €



COMERCIO EXTERIOR C. VALENCIANA - ITALIA
EN MILES €



ESTADOS UNIDOS

— EXPORTACIONES — IMPORTACIONES

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA - ESTADOS UNIDOS
EN MILES €



COMERCIO EXTERIOR C. VALENCIANA - ESTADOS UNIDOS
EN MILES €



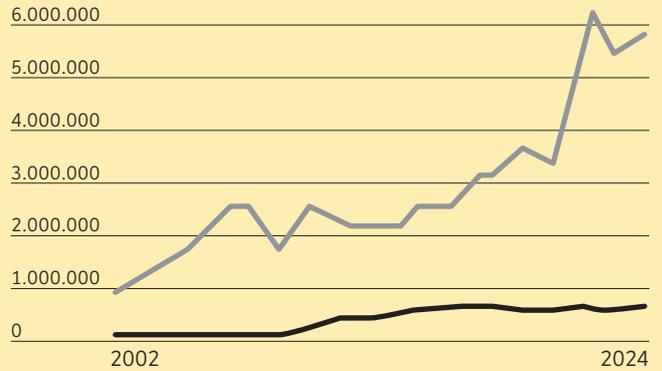
CHINA

— EXPORTACIONES — IMPORTACIONES

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA - CHINA
EN MILES €



COMERCIO EXTERIOR C. VALENCIANA - CHINA
EN MILES €



INDIA

— EXPORTACIONES — IMPORTACIONES

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA - INDIA
EN MILES €



COMERCIO EXTERIOR C. VALENCIANA - INDIA
EN MILES €



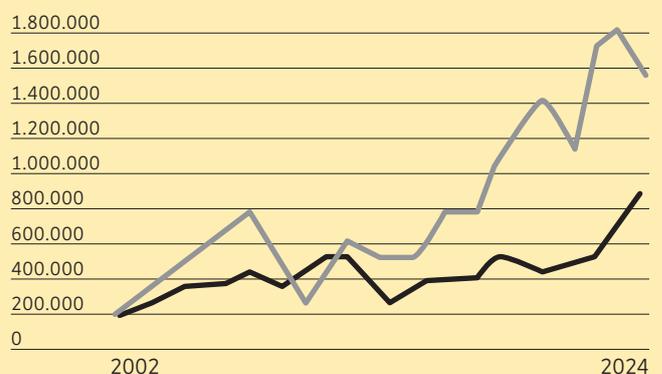
TURQUÍA

— EXPORTACIONES — IMPORTACIONES

COMERCIO EXTERIOR ESPAÑA - TURQUÍA
EN MILES €



COMERCIO EXTERIOR C. VALENCIANA - TURQUÍA
EN MILES €



A continuación, en el **Anexo I** correspondiente, se detallan todos los países con los que se mantienen relaciones de exportación desde la Comunidad Valenciana en el año 2024.

Así mismo, en el **Anexo II** se presentan las fichas correspondientes a los países considerados como APEX (ALTO POTENCIAL EXPORTADOR) y APEXA (ALTO POTENCIAL EXPORTADOR AÑADIDO).

**ANEXO I.
DESTINOS DE
EXPORTACIÓN:**

Comercio Exterior por Áreas Geográficas en la Comunidad Valenciana 2024 (Fuente: Dirección Territorial de Comercio de la Comunidad Valenciana, Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa):

Área Geográfica	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES			SALDO	
	Millones €	% total	tva (%)	Millones €	% total	tva (%)	2024	2023
EUROPA	26.202,8	70,9	-1,3	18.332,1	51,6	0,1	7.870,7	8.228,5
UNION EUROPEA	21.514,6	58,2	-1,1	15.263,2	43,0	-0,3	6.251,4	6.361,5
ZONA EURO	18.667,4	50,5	-1,9	12.655,3	35,6	0,9	6.012,1	6.476,2
Alemania	3.822,5	10,3	-0,6	2.584,2	7,3	-1,4	1.238,3	1.559,7
Austria	256,3	0,7	-21,6	335,5	0,9	5,9	-79,2	10,1
Bélgica	1.454,1	3,9	39,8	965,2	2,7	7,0	488,9	137,8
Cipre	66,9	0,2	-0,4	2,3	0,0	180,5	64,6	66,3
Croacia	105,6	0,3	5,5	36,4	0,1	17,7	69,2	69,1
Eslovaquia	153,4	0,4	17,9	125,3	0,4	-19,7	28,1	-25,9
Eslovenia	71,4	0,2	1,5	64,7	0,2	18,7	6,7	15,8
Estonia	42,8	0,1	5,0	27,7	0,1	-1,7	15,1	12,5
Finlandia	148,7	0,4	-9,3	108,6	0,3	5,3	40,1	60,8
Francia	4.603,6	12,4	-6,3	2.533,0	7,1	-6,2	2.070,6	2.213,2
Grecia	414,8	1,1	11,3	139,2	0,4	-13,4	275,6	212,2
Irlanda	228,1	0,6	-18,8	84,1	0,2	8,4	144,0	203,3
Italia	3.238,9	8,8	-3,5	2.620,1	7,4	-3,9	618,8	629,6
Letonia	45,5	0,1	1,5	35,3	0,1	53,5	10,2	21,9
Lituania	93,3	0,3	-3,9	50,4	0,1	-5,9	42,9	43,6
Luxemburgo	101,8	0,3	79,3	50,9	0,1	16,8	50,9	13,1
Malta	314,4	0,9	78,4	117,9	0,3	10,0	196,5	69,1
Países Bajos	1.213,2	3,3	-4,4	1.522,6	4,3	24,0	-309,4	40,8
Portugal	2.292,1	6,2	-1,9	1.251,9	3,5	3,2	1.040,2	1.123,2
RESTO UE (*)	2.847,2	7,7	4,2	2.607,9	7,3	-8,4	239,3	-114,8
Bulgaria	99,3	0,3	-0,4	112,0	0,3	-5,0	-12,7	-18,2
Dinamarca	293,9	0,8	-22,4	204,7	0,6	-7,2	89,2	157,9
Hungría	171,1	0,5	14,6	394,0	1,1	-16,5	-222,9	-322,7
Polonia	861,7	2,3	7,0	602,9	1,7	-8,3	258,8	147,4
República Checa	446,8	1,2	20,4	461,9	1,3	-7,7	-15,1	-129,7
Rumanía	320,3	0,9	23,9	500,1	1,4	2,4	-179,8	-230,0
Suecia	336,8	0,9	-0,7	181,3	0,5	-0,3	155,5	157,3
RESTO EUROPA	4.688,2	12,7	-2,2	3.068,9	8,6	4,9	1.619,3	1.867,1
Noruega	209,1	0,6	1,8	143,4	0,4	277,5	65,8	167,5
Reino Unido	2.858,7	6,9	-4,5	892,3	2,0	-6,5	1.866,4	1.933,4
Rusia	128,9	0,3	23,8	17,8	0,1	-33,6	111,1	77,4
Suiza	470,5	1,3	-7,0	71,3	0,2	-39,4	399,2	388,1
Turquía	887,0	2,4	2,9	1.716,2	4,8	7,4	-829,2	-736,3
AMÉRICA	5.210,7	14,1	-13,8	4.020,7	11,3	0,9	1.190,0	2.053,0
AMÉRICA DEL NORTE	3.188,5	8,6	-18,3	1.570,1	5,5	-6,1	1.218,4	1.805,7
Canadá	337,6	0,9	-37,3	167,5	0,5	-46,5	170,2	226,4
Estados Unidos	2.850,9	7,7	-15,3	1.801,4	5,1	0,9	1.049,5	1.580,2
AMÉRICA LATINA	1.965,5	5,3	-5,7	1.624,5	4,6	9,3	341,0	599,3
Argentina	95,5	0,3	-11,9	249,5	0,7	8,5	-154,0	-121,7
Brasil	242,4	0,7	11,6	429,3	1,2	32,5	-186,9	-106,7
Chile	137,5	0,4	-14,6	120,9	0,3	8,4	16,6	49,4
México	608,0	1,6	-4,8	347,1	1,0	-18,8	260,9	211,3
Perú	103,7	0,3	2,2	162,2	0,5	31,9	-58,5	-21,5
RESTO DE AMÉRICA	56,8	0,2	1,1	426,2	1,2	7,0	-369,4	-342,0
ASIA	2.715,8	7,3	-1,1	10.514,2	29,6	7,2	-7.798,4	-7.058,2
ASIA (exc. Oriente Medio)	1.544,5	4,2	0,8	10.169,6	28,6	7,7	-8.625,1	-7.907,3
China	490,5	1,3	2,4	5.966,8	16,8	8,3	-5.476,3	-5.030,3
Corea del Sur	100,2	0,3	14,2	365,0	1,1	-4,1	-264,8	-313,6
Hong-Kong, China	39,0	0,1	-31,1	23,9	0,1	67,7	15,1	42,4
India	229,2	0,6	-3,6	645,4	1,8	10,5	-416,2	-346,2
Indonesia	36,2	0,1	0,6	125,8	0,4	-29,0	-89,7	-141,3
Japón	119,7	0,3	13,5	514,1	2,3	16,7	-694,4	-592,3
Singapur	42,8	0,1	-4,0	8,3	0,0	-24,2	34,2	33,3
Taiwán	119,9	0,3	-17,7	173,8	0,5	-7,6	-53,9	-42,4
Vietnam	61,0	0,2	0,9	609,1	1,7	28,6	-548,1	-413,1
ORIENTE MEDIO	1.171,3	3,2	-3,5	344,6	1,0	-5,5	826,7	849,1
Arabia Saudí	350,9	0,9	14,7	60,1	0,2	60,7	290,7	268,5
Emiratos Árabes Unidos	219,8	0,6	-18,8	67,8	0,2	-17,1	151,9	188,8
ÁFRICA	2.211,4	6,0	3,4	2.525,4	7,1	4,4	-314,0	-279,1
Argelia	112,0	0,3	92,2	83,2	0,2	18,3	28,8	-12,1
Egipto	279,3	0,8	47,5	276,9	0,8	0,4	2,4	-86,3
Marruecos	860,4	2,3	-8,0	430,4	1,2	6,3	429,9	530,3
Nigeria	41,0	0,1	-17,3	84,0	0,2	167,1	-43,0	18,1
Sudáfrica	183,3	0,5	3,4	207,1	0,6	-34,5	-23,8	-138,7
OCEANÍA	366,3	1,0	17,3	107,3	0,3	-17,6	259,0	183,1
Australia	298,1	0,8	20,3	83,9	0,2	-24,7	211,2	133,9
OTROS (**)	271,3	0,7	22,6	6,1	0,0	-96,4	271,3	219,3
TOTAL	36.978,3	100,0	-2,1	35.499,8	100,0	2,4	1.478,5	3.356,7

(*) El total UE es superior a la suma de los EE.MM., porque incluye operaciones de "avituallamiento intracomunitario" y de "pesca en altura en otro estado comunitario". (**) Fundamentalmente avituallamiento extracomunitario. Fuente: Web Datacomex de la Secretaría de Estado de Comercio con datos del Departamento de Aduanas e I. E.E. de la Agencia Tributaria.

ANEXO II.

Fichas por cada país de aquellos considerados como APEX (ALTO POTENCIAL EXPORTADOR) y APEXA (ALTO POTENCIAL EXPORTADOR AÑADIDO).

1. ITALIA (APEXA)

Situación exportaciones 2023/2024: **-3,9%**. Total en 2024: **3.239 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23	IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Vehículos automóviles	557.203	-24,9	Máquinas y aparatos mecánicos	383.209	-2,5
Combustibles y aceites minerales	295.703	344,8	Aparatos y material eléctrico	248.520	22,1
Otros productos químicos	180.558	23,8	Mat. Plásticas y sus manufacturas	232.989	-2,4
Frutas frescas	215.189	-1,1	Combustible y aceites minerales	193.336	-25,5
Mat. Plásticas y sus manufacturas	194.216	-7,9	Vehículos automóvil y tractor	135.504	-2,1
Tanino, materias colorantes	178.742	-7,4	Aluminio y manufactura	75.696	17,3
Aparatos y material eléctrico	160.411	-13,2	Papel, cartón y sus manufacturas	75.133	-6,4
Productos cerámicos	160.022	-14,9	Frutas frescas	75.021	27,1
Calzado y sus partes	133.417	-14,4	Otros productos químicos	68.075	-13,2
Carne y despojos comestibles	122.220	0,0	Productos químicos orgánicos	60.222	63,5
Pescados, crustáceos y moluscos	116.743	-8,0	Pieles y cuero	59.898	-1,2
Hierro y acero	102.326	-23,4	Manufacturas de hierro y acero	54.022	-14,5
Máquinas y aparatos mecánicos	96.208	-6,0	Productos cerámicos	53.282	-22,3
Total exportaciones a Italia	3.238.904	-3,9	Total importaciones de Italia	2.620.109	-4,5

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Componentes para automóviles.

Industria química: Compuestos químicos, abonos nitrogenados, pinturas y barnices, preparaciones aglutinantes, biodiesel y aceites esenciales.

Bienes de equipo: Conectores, cuadros y paneles eléctricos, y sus partes. Semiconductores, iluminación Led. Equipos de laboratorio, centrifugadoras. Partes de maquinaria para la construcción. Maquinaria para el sector cerámico.

Habitat: Manufacturas de plástico, hierro y aluminio para la construcción; tableros de madera y cajones.

Agroalimentario: Arroz, aceite de oliva, artículos de confitería sin cacao, productos de panadería, refresco y vino.

Metales (hierro y acero): Productos laminados de hierro o acero, barras y perfiles de aluminio. Tubos de hierro o acero. Azufre.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

2. REPÚBLICA CHECA (APEX)

Situación exportaciones 2023/2022: 2%. Total en 2023: 371 millones de euros

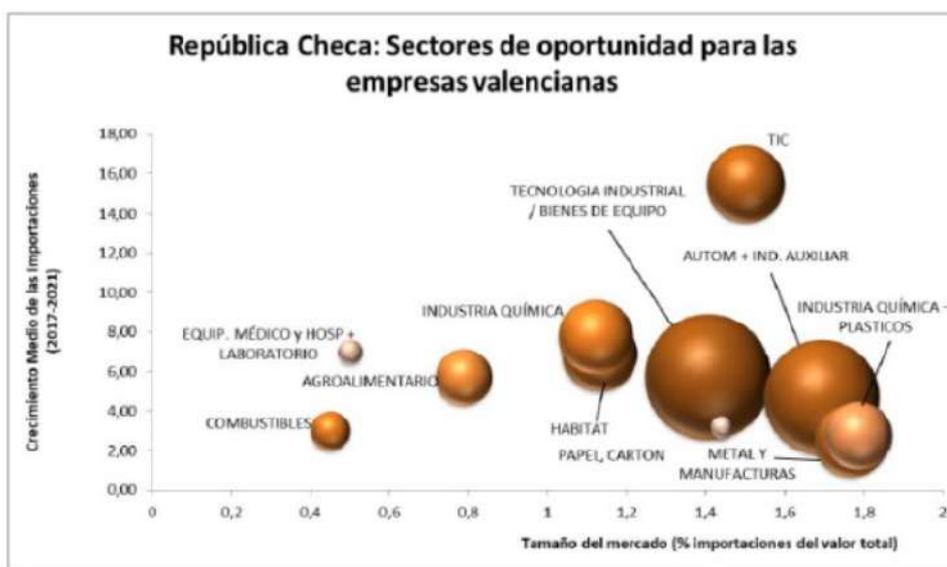
PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2022)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA			IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA		
	Miles €	% var 22/21		Miles €	% var 22/21
Automóviles y sus partes	91.102	82,8	Vehículos automóviles	243.651	235,9
Frutas frescas (agrios)	81.094	-6,1	Máquinas y aparatos mecánicos	66.568	70,5
Aparatos y material eléctrico	29.865	16,1	Aparatos y material eléctrico	62.838	32,4
Legumbres y hortalizas	29.638	-7,2	Asientos	44.146	12,5
Productos cerámicos	20.610	5,1	Aparatos ópticos, medida	31.443	898,6
Plástico y sus manufacturas	17.501	16,3	Plástico y sus manufacturas	14.333	54,2
Esmaltes, fritas, pinturas	11.332	7,1	Preparados alimenticios	12.776	32,3
Manufacturas de hierro y acero	9.491	54,9	Oro	11.915	--
Máquinas y aparatos mecánicos	7.795	3,2	Papel y cartón	10.155	76,5
Aceites esenciales, perfumería	7.562	17,9	Manufacturas de hierro y acero	7.334	80,6
Muebles, asientos, lámparas	6.212	9,2	Vidrio y sus manufacturas	4.724	33,9
Aluminio y sus manufacturas	5.220	121,4	Aceites esenciales, perfumería	4.598	-27,2
Calzado y sus partes	4.128	20,7	Productos cerámicos	3.953	361,6
Total exportaciones a Rep. Checa	366.160	15,5	Total importaciones de Rep. Checa	549.810	108,2

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- TIC:** Teléfonos móviles, micrófonos, altavoces y auriculares.
- Tecnología industrial/bienes de equipo:** Transformadores eléctricos, maquinaria agrícola, componentes de equipamiento de oficina, centrifugadoras, acumuladores eléctricos.
- Motocicletas.**
- Agroalimentario:** Preparados alimenticios, helados, conservas vegetales, cerveza, harina.
- Hábitat:** Muebles, artículos textiles, refrigeradores, material de construcción (piezas de construcción de aluminio y plástico, manufacturas de cemento), fregaderos/bañeras.
- Química:** Perfumes y cosmética, jabón, biodiesel.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

3. ESTADOS UNIDOS (APEXA)

Situación exportaciones 2023/2024: **-15%**. Total en 2024: **2.850 millones de euros**.

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES C. VALENCIANA	Miles €	% var 24/23	IMPORTACIONES C. VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Aparatos y material eléctrico	595.781	-27,1	Almendras y nueces	355.620	5,5
Productos cerámicos	486.349	5,0	Vehículos automóviles	290.189	-43,7
Máquinas y aparatos mecánicos	260.753	1,2	Combustibles, aceites minerales	262.276	540,5
Biodiesel, hormigón, insecticida	238.306	1,3	Aparatos y material eléctrico	198.636	41,8
Calzado y sus partes	125.997	-0,1	Aparatos ópticos, medida	127.492	-1,1
Aparatos ópticos, medida	124.780	13,9	Máquinas y aparatos mecánicos	114.445	-36,1
Conservas de verdura o fruta	100.538	-11,2	Aeronaves, vehículos espaciales	81.802	71,5
Combustibles y aceites minerales	96.470	200,9	Productos farmacéuticos	56.819	-18,6
Muebles, sillas, lámparas	92.414	-17,5	Mat. Plásticas y sus manufacturas	38.579	-8,1
Cebollas, chalotes, ajos, hortalizas	73.475	8,8	Insecticidas, raticidas, reactivos	33.828	3,0
Mat. Plásticas y sus manufacturas	72.317	65,5	Papel y cartón y sus manufacturas	26.556	13,1
Vehículos automóviles	46.095	-89,9	Productos químicos orgánicos	21.822	17,6
Artículos de confitería	45.373	6,6	Manufacturas de piedra o yeso	21.059	82,1
Total exportaciones a EEUU	2.850.490	-14,9	Total importaciones de EEUU	1.801.430	0,9

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Principal socio comercial de la Comunidad Valenciana fuera de Europa.

Agroalimentario: Frutas, zumos, conservas, aceite de oliva, productos de panadería, helados, salsas, preparados alimentarios.

Automóviles y componentes para automóviles.

Industria química: Pigmentos y pinturas, abonos, químicos orgánicos, materias elaboradas con plásticos.

Bienes de consumo: Electrodomésticos, calzado.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

4. MÉXICO (APEX)

Situación exportaciones 2023/2024: **-4,81%**. Total en 2024: **608 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Motores y otros aparatos mecánicos	216.609	-13,36
Productos cerámicos	48.191	-6,06
Abonos	28.696	13,64
Calzado y sus partes	26.477	10,70
Pinturas, barnices, colorantes	25.645	-3,18
Mat. plásticas y sus manufacturas	20.803	-2,88
Muebles, sillas y lámparas	17.088	-19,83
Partes y accesorios de automóvil	14.512	-13,54
Aparatos y material eléctrico	14.501	-12,12
Aceites minerales	14.430	57,68
Sal, granito, arcillas, cuarzo	11.799	-18,73
Vino, alcohol etílico, cerveza de malta	11.006	56,24
Jugo de frutas, hortalizas, hongos	10.837	30,77
Total exportaciones a México	607.979	-4,81

IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Máquinas y aparatos mecánicos	180.553	-28,51
Aparatos ópticos, medida	21.913	-9,40
Aparatos y material eléctrico	21.699	-24,40
Automóviles y sus componentes	21.602	-37,68
Jugo de frutas, jaleas y mermeladas	20.263	34,00
Sulfato, óxido de cinc, nitritos	18.583	-6,91
Mat. Plásticas y sus manufacturas	13.575	39,18
Dátiles, higos, piñas, agrios (cítricos)	6.598	19,18
Colorantes, tintas para impresión	6.173	-61,07
Hortalizas de vaina, cebollas, chalotes	5.650	-24,33
Mármol, travertino, cuarzo	5.248	9,73
Cinc y sus manufacturas	4.065,50	--
Muebles, sillas, lámparas	3.412	88,53
Total importaciones de México	347.126	-22,20

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

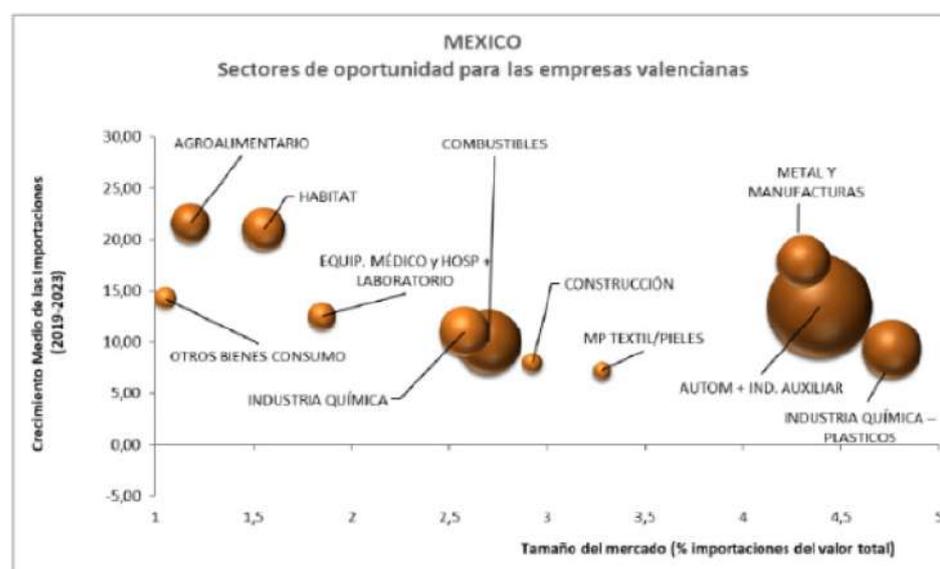
Tecnología industrial y bienes de equipo: Circuitos, cuadros y paneles eléctricos, componente para productos eléctricos, transformadores. Maquinaria para industria de alimentación, aparatos de señalización acústica, baterías y componentes del automóvil.

Industria química: Biodiesel, cetonas, compuestos heterocíclicos, perfumería y cosmética, jabón y agentes de superficie orgánica.

Hábitat: Mantas y textil-hogar, electrodoméstico de limpieza.

Manufacturas de acero y otros metales.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

5. PERÚ (APEX)

Situación exportaciones 2023/2024: **2%**. Total en 2024: **104 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

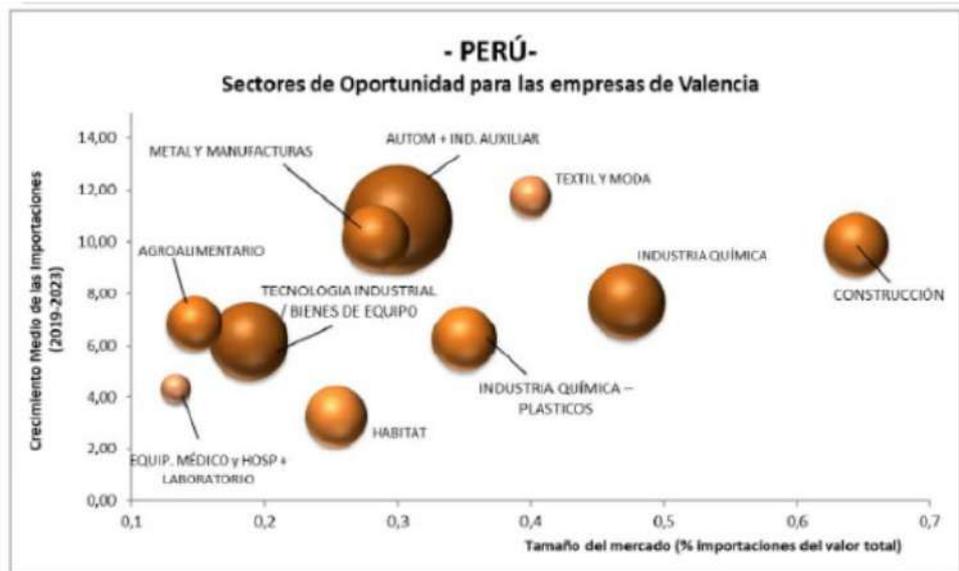
EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Máquinas y aparatos mecánicos	19.636	12,4
Placas y baldosas cerámicas	14.826	8,9
Pigmentos opacificantes y pinturas	11.212	19,5
Abonos	10.081	27,9
Mat. Plásticas y sus manufacturas	7.023	50,6
Perfumería y preparaciones belleza	5.872	10,0
Cojas y adhesivos	2.848	-0,8
Insecticidas, reactivos, biodiesel	2.831	-24,2
Aparatos y material eléctrico	2.654	-77,6
Tela sin tejer	2.310	-12,1
Muebles, sillas, lámparas	2.296	9,7
Manufacturas de hierro y acero	2.055	72,9
Jabones, velas, cirios, ceras	2.042	-11,9
Total exportaciones a Perú	103.693	2,0

IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Fruta: arándanos, uvas, aguacates	31.210	56,7
Moluscos y carne de pescado	30.258	-16,3
Cacao y sus preparaciones	27.278	260,5
Hortalizas, cebollas, chalotes, ajos	26.858	-3,7
Conservas de hortalizas	18.454	42,5
Maíz	10.322	41,6
Materias colorantes	3.530	47,7
Semillas	2.892	108,3
Preparac. y conservas de pescado	2.339	24,7
Café, pimienta, jengibre, clavo	2.186	129,9
Cloruros y fosfinatos	1.244	33,5
Granos de cereales, harinas, sémola	1.231	74,4
Preparac. Salsas y condimentos	981	30,2
Total importaciones de Perú	162.197	31,8

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- Industria Metalúrgica:** Productos laminados de hierro/acero, tubos y perfiles, tornillos, tuercas, desperdicios de hierro/acero.
- Industria química:** Abonos, medicamentos, productos de belleza, insecticidas, polímeros y poliacetales.
- Industria automovilística:** Automóviles, partes y accesorios, motores, neumáticos.
- Construcción:** Topadoras, niveladoras, excavadoras y cementos.
- Hábitat:** Textil para el hogar, aparatos de alumbrado, refrigeradores, congeladores, vidrio flotado.
- Agroalimentario:** Preparaciones alimentarias, alcohol etílico, café, chocolate, productos de panadería y fruta.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

6. CHINA (APEXA)

Situación exportaciones 2023/2024: **2,4%**. Total en 2024: **491 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES C. VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Cobre y sus manufacturas	187.249	30,7
Aparatos y material eléctrico	29.680	-17,4
Máquinas y aparatos mecánicos	26.474	22,1
Calzado y sus partes	23.638	-45,6
Jugos de fruta	23.024	38,5
Productos cerámicos	18.802	-20,0
Preparaciones alimenticias, helado	17.477	-3,7
Pielés	15.203	26,0
Finturas, colorantes y barnices	12.825	-19,6
Vino y cerveza	11.484	-10,5
Mármol, granito y arcillas	11.296	-3,4
Abonos	11.028	31,4
Mat. Plásticas y sus manufacturas	9.964	37,1
Total exportaciones a China	490.535	2,4

IMPORTACIONES C. VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Aparatos y material eléctricos	1.293.255	-13,3
Máquinas y aparatos mecánicos	818.721	26,0
Calzado y sus partes	520.273	8,61
Muebles, sillas y lámparas	494.898	31,0
Mat. Plástico y sus manufacturas	241.564	13,3
Manufacturas de cuero	220.218	14,4
Triciclos y patinetes	212.092	-0,1
Neumáticos	153.817	45,1
Productos químicos orgánicos	132.153	7,9
Manufacturas de hierro o acero	123.674	23,5
Vehículos automóviles	119.835	12,8
Prendas de vestir, de punto	101.629	-12,8
Vidrio y sus manufacturas	96.777	42,7
Total importaciones de China	5.966.809	8,1

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- Tecnología industrial y bienes de equipo:** Aparatos de laboratorio, maquinaria para la industria agroalimentaria.
- Automóvil:** Motocicletas, cuentarrevoluciones.
- Industria química:** cosmética, perfumes, jabón y biodiesel.
- Agroalimentario:** Frutas de hueso, verduras y frutas frescas y en conserva, pescado, crustáceos y moluscos, algarrobas, carne de vaca, margarina, cacao, artículos de confitería.
- Equipo médico y hospitalario:** Instrumentos y aparatos ópticos y aparatos ortopédicos.
- Moda:** Calzado.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



7. INDIA (APEXA)

Situación exportaciones 2023/2024: **-3,3%**. Total en 2024: **229 millones de euros**.

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Esmaltes, pinturas	80.886	-9,6
Máquinas y aparatos mecánicos	19.164	-19,2
Productos cerámicos	13.508	24,6
Papel para reciclar	11.227	-41,5
Productos químicos orgánicos	11.155	-6,0
Aparatos y material eléctrico	10.279	46,1
Manufacturas de hierro y acero	8.875	25,5
Materias plásticas y sus manufacturas	7.758	-15,5
Muebles, sillas, lámparas	6.157	18,5
Prepar. aglutinantes, carbón activado	5.885	28,3
Hierro y acero	5.646	-24,3
Abonos	5.581	53,0
Perfumes y cosmética	5.149	11,4
Combustible	5.021	--
Boratos naturales, arcillas, feldespatos	4.538	-26,3
Total exportaciones a India	229.156	-3,3

IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Fundición, hierro y acero	77.716	44,1
Crustáceos y moluscos	68.579	14,3
Calzado	52.582	-1,1
Artículos textil hogar	36.506	-0,9
Máquinas y aparatos mecánicos	35.999	-6,8
Anacardos y uva	30.228	26,3
Muebles, somieres, asientos	29.558	25,6
Manufacturas de cuero	22.199	23,8
Productos químicos orgánicos	19.614	-15,5
Aparatos y material eléctrico	18.747	11,4
Fibra de vidrio, vidrio seguridad	17.441	3,0
Materias plásticas y sus manufacturas	15.344	21,2
Vehículos automóviles	14.634	17,9
Productos químicos inorgánicos	14.518	38,6
Total importaciones de India	645.353	8,7

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- Infraestructuras físicas para el desarrollo de las energías renovables.
- Desarrollos específicos para el Hidrógeno Verde (H2V).
- Infraestructuras de comunicación.
- Habitat gama alta: mobiliario, textilhogar, esmaltes.
- Demanda de empresas de servicios tecnológicos: Software e ingeniería.
- Tecnología industrial y bienes de equipo.
- Sector químico: Abonos, fertilizantes, gestión del agua.
- Bienes de consumo: Belleza, confort.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

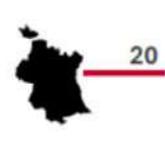
Empresas españolas implantadas en India
Fuente: Informa y elaboración propia



ESPAÑA



COMUNIDAD VALENCIANA



VALENCIA

8. TURQUÍA (APEXA)

Situación exportaciones 2023/2024: **3%**. Total en 2024: **887 millones de euros**

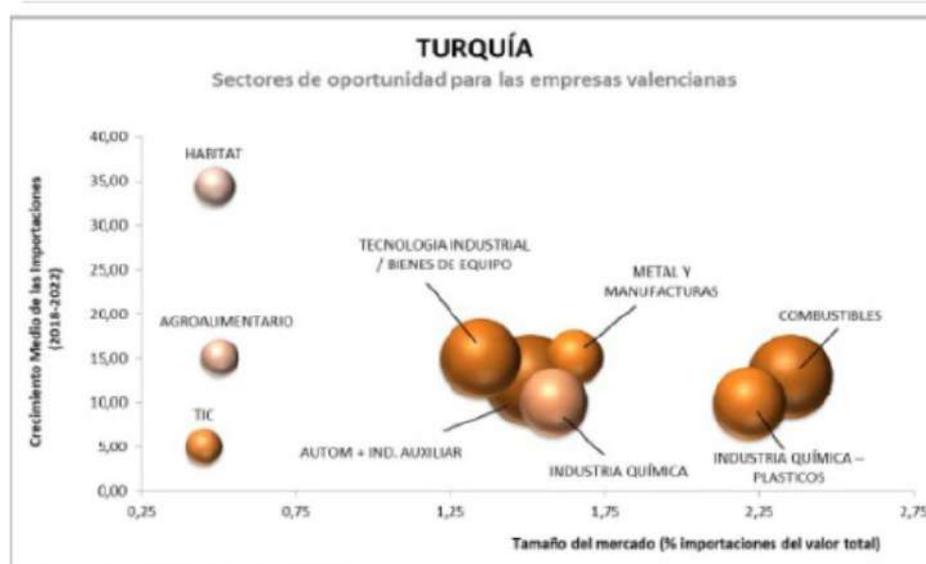
PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA			IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA		
	Miles €	% var 24/23		Miles €	% var 24/23
Fundiciones de hierro y acero	108.133	5,1	Vehículos automóviles y sus partes	776.556	6,9
Aparatos ópticos y medida	95.018	325,8	Materias plásticas; sus manufacturas	123.255	9,9
Aceites de petróleo	87.449	-4,0	Máquinas y aparatos mecánicos	107.070	-19,3
Vehículos automóviles y sus partes	86.449	-56,8	Aparatos y material eléctrico	79.478	4,1
Calzado y sus partes	66.996	-5,5	Feidespato, arcillas, cementos	59.418	154,6
Materias colorantes	59.240	7,6	Carbonatos y boratos	45.691	69,0
Aparatos y material eléctrico	55.227	-9,0	Fundición, hierro y acero	45.557	-4,2
Máquinas y aparatos mecánicos	53.728	58,6	Aluminio y sus manufacturas	40.895	123,9
Materias plásticas; sus manufacturas	25.634	3,8	Manufacturas hierro y acero	31.017	4,5
Aeronaves	19.973	-3,5	Conservas verdura o fruta	28.864	22,7
Baúles y maletas	14.325	15,7	Fibras sintéticas artificiales	22.890	11,0
Abonos	14.204	58,2	Uvas, albaricoques secos y avellanas	22.432	10,5
Material ferroviario	12.781	-	Neumáticos	17.252	-10,2
Baldosas cerámicas	11.321	-27,3	Artículos de vidrio	15.737	16,2
Almendras peladas	10.570	50,5	Total importaciones de Turquía	1.586.047	9,1
Total exportaciones a Turquía	814.285	0,4			

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Bienes de equipo: Equipos de laboratorio, centrifugadoras, máquinas agroalimentarias, transformadores, aparatos y material de sistemas eléctricos.
Industria auxiliar del automóvil: Automóviles, camiones, tractores, y las partes de los tipos de vehículos.
Industria química y plásticos: Semimanufacturas, tubos y envases de plástico, abonos, pigmentos y colorantes, maquillaje y jabón.
Hábitat: Mobiliario, textilhogar, manufacturas de cerámica, electrodomésticos.
Metalúrgico: Laminados y fundiciones de hierro y acero, manufacturas de aluminio, semiconductores, transformadores eléctricos, artículos de grifería, tubos.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

9. ARABIA SAUDITA (APEX)

Situación exportaciones 2023/2024: **14,4%**. Total en 2024: **351 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Placas y baldosas de cerámica	80.815	-5,4
Aceites de petróleo o minerales	39.521	391,3
Jugos de frutas	24.004	36,1
Piedra, cementos y sus manufacturas	23.313	6,2
Máquinas y aparatos mecánicos	18.936	-10,3
Agrios (cítricos)	18.085	33,3
Extracto de malta	16.857	77,4
Muebles, sillas, lámpara	16.641	-25,6
Aparatos y material eléctrico	14.639	209,6
Pinturas y barnices	13.085	-18,0
Perfumes y preparaciones cosméticas	6.818	39,2
Cacao y sus preparaciones	6.530	105,5
Mat. Plásticas y sus manufacturas	5.825	2,5
Total exportaciones a Arabia Saudí	350.866	14,4

IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Mat. Plásticas y sus manufacturas	35.471	24,5
Fundición de hierro y acero	11.644	184,0
Productos químicos orgánicos	7.524	-18,9
Aceites de petróleo o minerales	2.303	7.170,6
Fibras sintéticas	1.123	136,3
Otros productos químicos	842	78,0
Vidrio flotado	331	-54,1
Filamentos sintéticos	268	328,8
Abonos	257	-27,8
Chocolate y demás preparaciones	110,2	—
Neumáticos	85	-51,5
Tela sin tejer	30	-69,5
Placas y baldosas, de cerámica	24	1.245,1
Total importaciones de Arabia Saudí	60.133	29,8

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Agroalimentario: Jugos de frutas, cítricos, hortalizas, cacao en polvo, carne de vaca, jengibre, azafrán, cúrcuma.

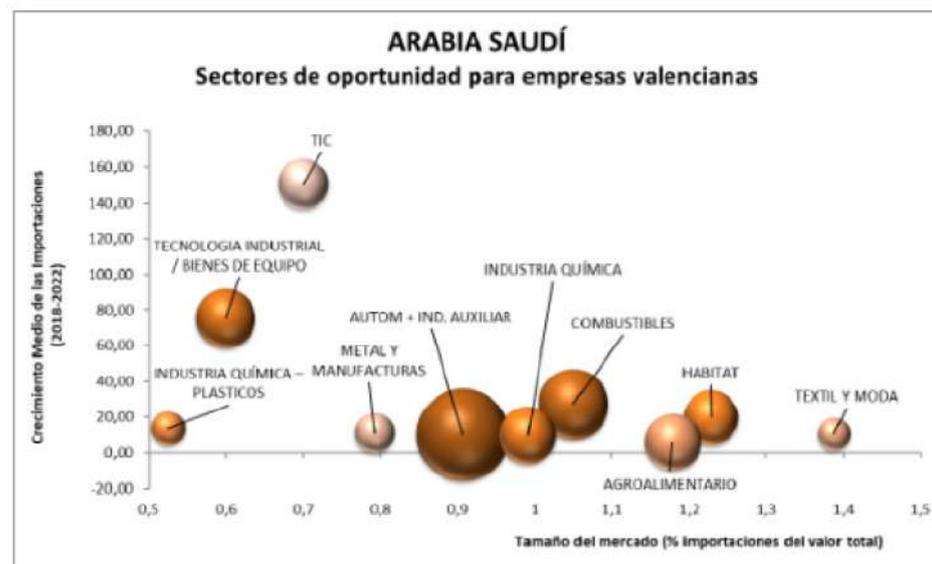
Tecnología industrial y bienes de equipo: Aparatos mecánicos de agro industria, materiales para conexiones eléctricas, centrifugadoras y pulverizadoras.

Hábitat: Placas, baldosas y cerámica, materiales de construcción, artículos de vidrio para servicios de mesa, lavavajillas, alfombras.

Industria química: Materiales colorantes, abonos, productos de belleza, carbón activado, manufacturas de plástico.

Industria auxiliar: Motores de émbolo, acumuladores eléctricos, resortes de hierro o acero.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

10. MARRUECOS (APEX)

Situación exportaciones 2023/2024: **-8,1%**. Total en 2024: **860 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23	IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Hierro y acero	130.712	-24,9	Preparaciones y conservas de pescado	65.660	184,5
Productos cerámicos	124.387	4,1	Moluscos y pescado congelado	62.861	-28,7
Materias plásticas y sus manufacturas	106.635	11,7	Calzados y sus partes	51.893	-4,9
Combustibles	48.772	-29,8	Dátiles, higos, piñas	38.835	0,3
Máquinas y aparatos mecánicos	43.500	-8,8	Materias plásticas y sus manufacturas	33.750	-0,6
Esmaltes, fritas, pinturas	39.356	-6,8	Arcillas, caolín, piedra	27.086	216,4
Insecticidas, preparaciones químicas	30.005	15,4	Legumbres y hortalizas	21.843	-5,7
Manufacturas de hierro y acero	29.717	43,3	Abonos	20.733	-24,0
Papel y cartón y sus manufacturas	21.589	11,4	Productos químicos inorgánicos	19.986	5,3
Cueros y sus preparaciones	16.847	-1,5	Aparatos de material eléctrico	19.004	-42,6
Abonos	16.219	-2,1	Vehículo y automóvil	10.378	17,7
Mantas, artículos de prendería	15.543	2,0	Semillas oleaginosas	8.649	-30,4
Calzados y sus partes	13.743	-10,4	Muebles, sillas, lámparas	8.062	152,3
Total exportaciones a Marruecos	860.361	-8,1	Total importaciones de Marruecos	430.433	4,8

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Agroalimentario: Frutas y hortalizas, bebidas azucaradas, arroz, frutas en conserva, cacao en polvo y chocolate, margarina y productos de panadería, pastelería y confitería.

TIC: Artículos de telefonía, micrófonos, altavoces y amplificadores, redes.

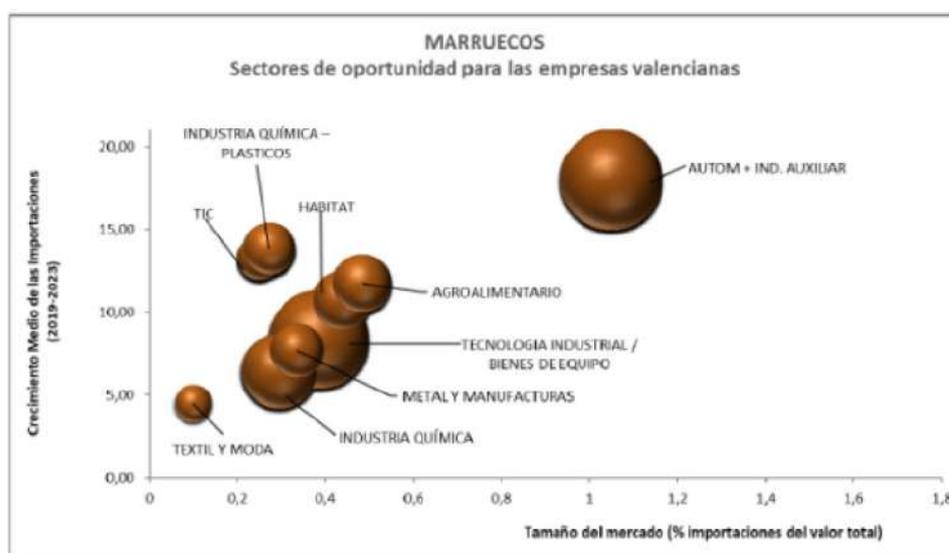
Tecnología industrial y bienes de equipo: Máquinas informáticas, máquinas láser o chorro de agua, aparatos pulverizadores, aparatos eléctricos para calentar.

Hábitat: Calentadores eléctricos, elementos de construcción de plástico o de aluminio, fregaderos/lavabos, herrajes, tableros de madera, textilhogar.

Industria química: Poliamidas, resinas, tuberías de plástico, placas de caucho.

Automóvil: Automóviles y componentes. Partes y componentes para aeronaves.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO



Fuente: Trademap y elaboración propia

11. ARGELIA (APEX)

Situación exportaciones 2023/2024: **93%**. Total en 2024: **112 millones de euros**

PRINCIPALES EXPORTACIONES E IMPORTACIONES (por orden de volumen de ventas en 2024)

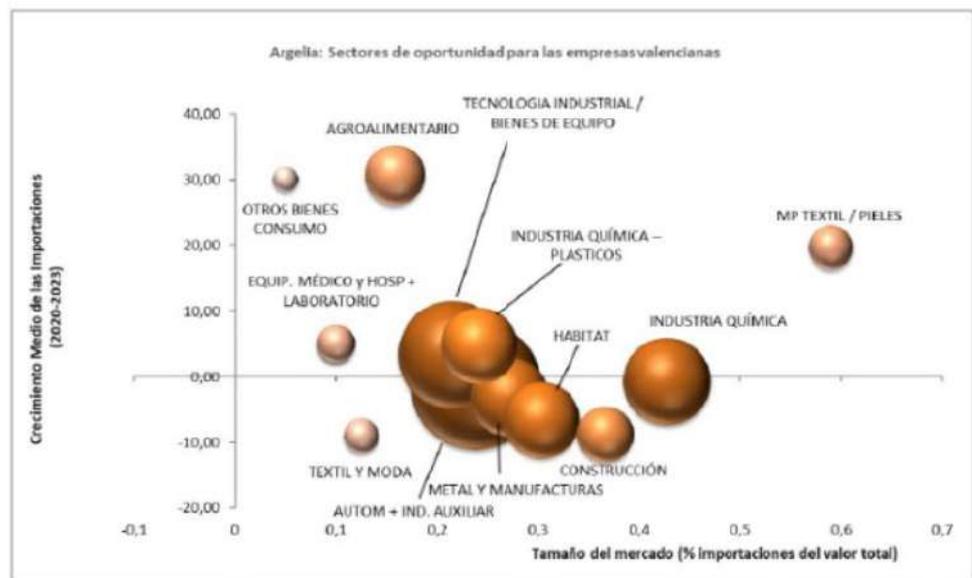
EXPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Carne y despojos comestibles	36.555	–
Vehículos automóviles	11.937	152,7
Aparatos y material eléctrico	10.931	-10,4
Aceites esenciales, perfumería	5.248	-59,6
Barcos y embarcaciones	2.770	–
Máquinas y aparatos mecánicos	2.033	-7,74
Azúcares; artículos de confitería	1.984	-12,8
Cacao y sus preparaciones	981	-46,4
Calzado	915	-38,5
Artículos de textil-hogar	695	-31,1
Muebles, sillas, lámparas	579	-73,4
Prendas de vestir de punto	545	-71,3
Prendas de vestir no de punto	422	-73,0
Total exportaciones a Argelia	77.465	50,6

IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA	Miles €	% var 24/23
Combustible y aceites minerales	43.409	-13,0
Pescados, crustáceos	9.983	-7,4
Mat. Plásticas y sus manufacturas	3.065	732,1
Vidrio y sus manufacturas	1.713	-65,7
Dátiles	649	-5,9
Aparatos y material eléctrico	594	–
Legumbres, hortalizas	13	–
Total importaciones de Argelia	59.446	-11,0

OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

- TIC:** Artículos de telefonía, micrófonos, altavoces y amplificadores, redes.
- Alimentación:** Frutos de cáscara frescos o secos, arroz, manteca, grasa y aceite de cacao.
- Tecnología industrial y bienes de equipo:** Hornos eléctricos industriales o de laboratorio, motores y generadores eléctricos.
- Industria química:** Abonos y pigmentos, cosmética y belleza, plásticos y ceras.
- Equipamiento médico:** Aparatos de precisión, productos relacionados con la salud.

POSICIONAMIENTO GRÁFICO DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

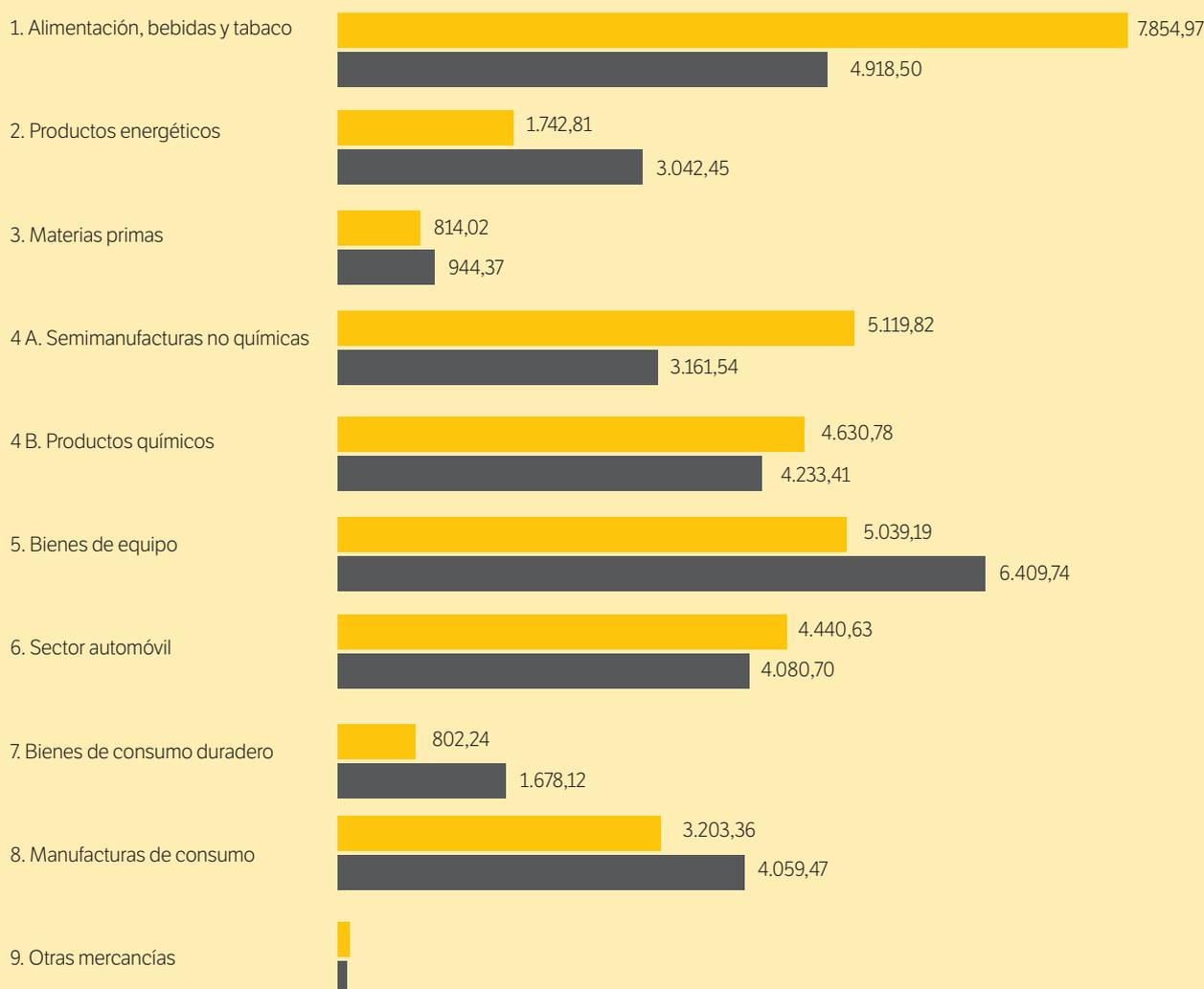


1.3. Principales productos y servicios que se exportan

QUE EXPORTA Y QUE IMPORTA PRINCIPALMENTE LA COMUNIDAD VALENCIANA

(DATOS 2024. FUENTE: I.V.E., INSTITUT VALENCIÀ D'ESTADÍSTICA).

■ EXPORTACIONES (MILLONES €) ■ IMPORTACIONES (MILLONES €)



A continuación, en el siguiente cuadro, se detallan los productos que se exportan desde la Comunidad Valenciana en el año 2024.

PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN: Comercio Exterior por Sectores en la Comunidad Valenciana 2024

(FUENTE: DIRECCIÓN TERRITORIAL DE COMERCIO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA, SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA)

	EXPORTACIONES			IMPORTACIONES			SALDO
	Miliones €	% total	Iva (%)	Miliones €	% total	Iva (%)	
Alimentación, bebidas y tabaco	8.847,8	23,9	7,5	5.383,8	15,2	4,8	3.464,1
Frutas, hortalizas y legumbres	5.958,0	16,1	6,4	1.670,1	4,7	5,3	4.287,9
Citricos	2.509,8	6,8	1,0	79,3	0,2	-27,9	2.431,5
Productos pesqueros	299,3	0,8	-8,6	786,2	2,2	8,7	-486,9
Bebidas	435,5	1,2	-11,7	201,6	0,6	-26,8	233,9
Vinos	234,1	0,6	-2,1	33,1	0,1	84,5	201,0
Productos cármicos	403,3	1,1	7,6	312,5	0,9	17,1	90,8
Otros alimentos	1.751,7	4,7	14,0	2.413,4	6,8	2,9	-661,7
Productos energéticos	1.976,2	5,3	15,1	3.316,9	9,3	8,6	-1.340,7
Petróleo y derivados	1.920,6	5,2	26,8	3.249,8	9,2	8,8	-1.329,2
Gas	48,6	0,1	-75,5	50,2	0,1	-6,7	-1,6
Carbón y electricidad	6,9	0,0	122,7	16,8	0,0	29,4	-9,9
Materias primas	881,1	2,4	-2,7	1.019,9	2,9	15,5	-138,7
Animales y vegetales	430,5	1,2	-13,8	514,7	1,4	5,8	-84,2
Minerales	450,6	1,2	10,9	505,2	1,4	27,3	-54,6
Semimanufacturas no químicas	5.518,2	14,9	-3,3	3.388,3	9,5	-1,9	2.129,9
Metales no ferrosos	422,5	1,1	-9,9	500,8	1,4	6,1	-78,2
Hierro y acero	557,9	1,5	-12,2	1.215,8	3,4	-14,2	-658,0
Papel	315,2	0,9	3,6	627,3	1,8	8,8	-312,1
Prod. cerámicos y similares	3.512,3	9,5	-2,4	199,6	0,6	5,9	3.312,7
Otras semimanufacturas	710,2	1,9	1,9	844,8	2,4	5,8	-134,5
Productos químicos	4.977,2	13,5	-0,3	4.607,1	13,0	6,4	370,2
Productos químicos orgánicos	297,8	0,8	6,0	611,5	1,7	13,5	-313,8
Productos químicos inorgánicos	71,3	0,2	0,0	381,6	1,1	17,7	-310,5
Medicamentos	54,5	0,1	24,4	231,9	0,7	-1,5	-177,4
Plásticos	1.600,7	4,3	3,5	1.929,0	5,4	3,2	-328,4
Abonos	356,5	1,0	11,9	184,1	0,5	-3,2	172,4
Colorantes y cuñentes	1.011,0	2,7	-3,2	231,0	0,7	5,5	780,0
Plas y esmaltes cerámicos	781,2	2,1	-7,3	35,3	0,1	-29,3	745,9
Aceites esenciales y perfumados	754,4	2,0	10,6	343,2	1,0	21,6	411,2
Otros productos químicos	631,1	2,2	-17,1	694,6	2,0	3,5	136,5
Bienes de equipo	5.509,9	14,9	-12,7	7.016,3	19,8	-4,0	-1.506,4
Maquinaria para la industria	1.221,8	3,3	-6,3	1.880,7	5,3	-4,3	-658,9
Eq. oficina y telecomunicaciones	735,7	2,0	0,4	1.284,2	3,6	-14,5	-548,5
Material transporte	945,2	2,6	-39,9	864,6	2,4	6,3	80,6
Carretera	360,5	1,0	-63,4	654,7	1,8	7,0	-294,2
Aeronaves	72,3	0,2	-29,3	110,4	0,3	26,4	-38,1
Otros bienes de equipo	2.607,2	7,1	-3,6	2.986,9	8,4	-1,5	-379,7
Motores	60,7	0,2	103,7	43,2	0,1	-12,2	17,5
Aparatos eléctricos	1.650,6	4,2	-8,1	1.611,0	4,5	-7,0	-60,4
Aparatos de precisión	282,0	0,8	57,6	559,8	1,6	17,7	-267,9
Resto bienes de equipo	713,9	1,9	-8,7	781,8	2,2	0,1	-67,9
Sector automóvil	4.830,6	13,1	-13,5	4.474,0	12,6	-3,7	356,7
Automóviles y motos	3.750,8	10,1	-13,6	3.109,9	8,8	18,6	640,9
Componentes del automóvil	1.079,9	2,9	-13,3	1.364,1	3,8	-32,6	-284,2
Bienes de consumo duradero	869,5	2,4	-1,4	1.831,8	5,2	12,8	-962,3
Electrodomésticos	60,5	0,2	29,8	601,6	1,7	15,2	-541,1
Electrónica de consumo	67,1	0,2	8,7	220,3	0,6	0,1	-153,2
Muebles	695,8	1,9	-4,1	885,9	2,5	13,4	-190,1
Otros bienes de consumo duradero	46,1	0,1	-4,5	124,0	0,3	22,9	-77,9
Manufacturas de consumo	3.446,1	9,3	-3,5	4.394,8	12,4	5,5	-948,7
Textiles	1.046,8	2,8	-3,0	1.562,7	4,4	2,9	-515,8
Confección	241,8	0,7	-5,1	769,4	2,0	0,0	-467,6
Calzado	1.144,1	3,1	-9,8	1.165,7	3,3	10,3	-21,7
Cerámica decorativa	22,4	0,1	-4,0	6,0	0,0	-0,1	16,4
Cuero y manufacturas del cuero	167,4	0,5	1,9	157,3	0,4	-17,0	10,1
Iluminación	174,5	0,5	0,5	181,6	0,5	6,9	-7,1
Juguetes	208,9	0,6	-9,7	303,9	0,9	-1,2	-95,0
Juguete tradicional	120,5	0,3	-18,4	203,1	0,6	-3,3	-82,5
Otras manufacturas de consumo	682,0	1,8	5,7	1.017,6	2,9	10,9	-335,7
Otras mercancías	121,6	0,3	6,4	67,0	0,2	36,5	54,6
TOTAL	36.978,3	100,0	-2,7	35.499,8	100,0	2,4	1.478,5

Valores y tasas con datos provisionales

Fuente: Web Datacomex de la Secretaría de Estado de Comercio con datos del Departamento de Aduanas e II. EE. de la Agencia Tributaria.

1.4. El impacto económico del «Efecto DANA» sobre la exportación en la Comunidad Valenciana 2025-2026

La DANA (Depresión Aislada en Niveles Altos) que asoló la Comunidad Valenciana el 29 de octubre de 2024 supuso un aldabonazo de gran magnitud tanto en la sociedad valenciana como en su economía. Lamentablemente, el extraordinario fenómeno meteorológico conllevó la muerte de 229 personas, numerosas desapariciones y una gran destrucción de infraestructuras, negocios y viviendas sobre todo en la provincia de Valencia. En términos cuantitativos, se estima que el desastre alcanzó una extensión de 530 kilómetros cuadrados, afectó a 190.000 personas, con más de 1.500 kilómetros de carreteras inutilizadas, 99 ferrocarriles destruidos, 76.000 viviendas assoladas y más de 137.000 vehículos afectados.



FUENTE: AEMET

No existe todavía una estimación concreta de la evaluación de daños sobre el stock de capital de la provincia de Valencia, principal involucrada por una gota fría extrema. Según estimaciones de diversos estudios, se evalúa que se han visto afectadas 76.000 viviendas, 137.000 vehículos, 62.000 empresas y

14.000 comercios en 86 municipios, lo que representa una afectación sobre el 32% del PIB y un 36% del empleo¹². Así mismo, el número de fincas registrales afectadas en la provincia de Valencia, según datos de los Registradores de España, es de unas 135.000 fincas. De las 53.087 hectáreas implicadas, el 89,2% son terrenos agrícolas, y de estas, 22.557 hectáreas estaban dedicadas a frutales; los cultivos de arrozales inundados suponen 16.368 hectáreas. Por estos datos, la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA) evalúa que las pérdidas en la producción de cultivos esenciales en Valencia como son las frutas y el arroz, pueden conllevar unas pérdidas que van a superar los 100 millones de euros, sin contar con los costes adicionales para rehabilitar los terrenos y los sistemas de riego dañados por el efecto de las inundaciones.

Como repercusión más inmediata de los destrozos y la devastación provocadas por la DANA, se espera una desaceleración del PIB valenciano en 2025, con un crecimiento no superior al 2%, lesionando así una racha anual alcista, aunque, eso sí, moderada. La industria sufrirá especialmente sus efectos, estimándose desde la Cámara de Comercio de Valencia que el número de empresas impactadas habría sido de 48.722 empresas. Se valora, así mismo, que pueden haberse destruido al menos el 20% de los 85.900 millones de euros en activos privados y públicos localizados en los municipios afectados. En este escenario y según el Informe publicado por el IvieLab, la magnitud de las pérdidas superaría fácilmente los 17.000 millones de euros, una cifra muy superior a las estimadas en términos de reducción del PIB de 2024¹³. Sobre el capital de las empresas el impacto directo sería de unos 13.300 millones de euros.

A pesar de la destrucción sembrada por un fenómeno meteorológico tan nefasto como la DANA, las perspectivas de crecimiento para el 2025, en el entorno del 2,3% son similares a las de los años 2023 (2,5%) y el 2024 (2,9%), habiendo sido el año 2022 un año excepcional, con un crecimiento del 5,9%. De este modo, cinco son los factores que apoyarían la recuperación de tan extraordinaria situación,

¹² Vid., Situación Comunidad Valenciana. Primer semestre de 2025. 29 de enero de 2025. [Situacion_CValenciana_1S25](#)

¹³ AA.VV. «Alcance económico de la DANA del 29 de octubre en la provincia de Valencia», Ivie, Laboratorio de Análisis de Políticas Públicas (IVIELAB), Valencia, 2025. [Alcance_Impacto_Dana_Ivie_IvieLAB_ENERO25-1.pdf](#)

además de, por supuesto, directamente las ayudas previstas para los afectados (que se estiman en una cuantía de unos 16.600 millones de euros por parte del Estado español y de 1.324 millones aportados por la Comunidad Valenciana):

- La mejora de la competitividad, sobre todo gracias al ajuste en los precios de la energía.
- Una caída de la inflación y un ajuste también en los tipos de interés.
- El aumento de los salarios y del conjunto del empleo (cifrado en un incremento del 2%), lo cual animaría el consumo y el gasto privado.
- Una reducción de la tasa de paro, que podría pasar del 12,1% habido en el año 2024 al 11,6% del año 2025. No podemos olvidar la aplicación de los ERTE a muchas de las empresas implicadas en la reorganización obligada debido a la DANA¹⁴.
- Y una mayor capacidad de crecimiento, tanto por la propia dinámica empresarial como por el efecto de las ayudas otorgadas (siempre y cuando estas resulten eficaces en tiempo, cuantía y finalidad)¹⁵.

Estas condiciones positivas, se pueden ver afectadas por una ralentización producida por:

- La incertidumbre arancelaria y un menor crecimiento de la economía de la Unión Europea
- El ya citado aumento de los costes salariales previsto para 2025 y años posteriores.
- La falta de inversión por el daño sufrido en las infraestructuras, prioritariamente en la provincia de Valencia.
- La posible falta de certidumbre en la confianza en la política económica española, muy a expensas del calendario electoral tanto nacional como autonómico.

Y afectando directamente a las exportaciones, las estimaciones son cautelosas. En el caso concreto de la provincia de Valencia, las exportaciones valencianas acentuaron su retroceso en el último trimestre del año 2024, con una caída del 27% de las ventas en noviembre, debido tanto a la paralización parcial de la actividad industrial y comercial como a la

afectación al campo y a la agricultura que supuso el fenómeno atmosférico radical. Así mismo, los datos de los meses de enero y febrero de 2025 mantienen una senda negativa en la provincia, suponiendo retrocesos del -4,4%, mucho más intensa que la media nacional, que es de un -0,4%. La caída de las ventas se ha concentrado en el sector automotriz, metales, maquinaria o madera y muebles, incidiendo aún más en las dificultades por las que atraviesan estos sectores industriales valencianos, muy presentes en la zona asolada por la DANA.

Por el contrario, los productos agroalimentarios, textil, cosmética y aparatos eléctricos, registran un comportamiento al alza.



La corrección al Informe sobre las previsiones de crecimiento para el año 2025, elaborado este por la Universidad de Valencia valora el incremento en un 2%. Para que dicha recuperación se haga efectiva, en el caso de las exportaciones desde la Comunidad Valenciana, estas van a exigir el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Una inversión importante en tecnología, apro-

¹⁴ A fecha del 21 de enero de 2025, el número de trabajadores de la industria manufacturera de la provincia de Valencia en ERTE derivados de la DANA, con resolución estimatoria, ascendía a 12.865 personas, con el 40% del total de trabajadores en ERTE.

¹⁵ En el caso concreto de las ayudas, se considera que, si su aplicación se realiza de manera eficaz y rigurosa, lográndose el 100% de ejecución, ello implicaría una aportación de un 9,3% al PIB regional o incluso mayor.

vechando la necesaria reorganización tecnológica que va a suponer la incorporación de nuevas orientaciones como la realidad virtual o la Inteligencia Artificial.

- Como consecuencia de lo anterior, la digitalización de los procesos, la generación de nuevos productos y servicios, y, sobre todo, la incorporación de los criterios de una Sostenibilidad entendida como una orientación de negocio totalmente inevitable¹⁶. Para las empresas valencianas, la Sostenibilidad no es solo un objetivo ambiental, sino un eje estratégico que impacta en todas las facetas del negocio. Aquellas empresas que lideren esta transformación estarán mejor posicionadas para prosperar en un entorno que prioriza la Sostenibilidad Extensa como base del crecimiento económico y social

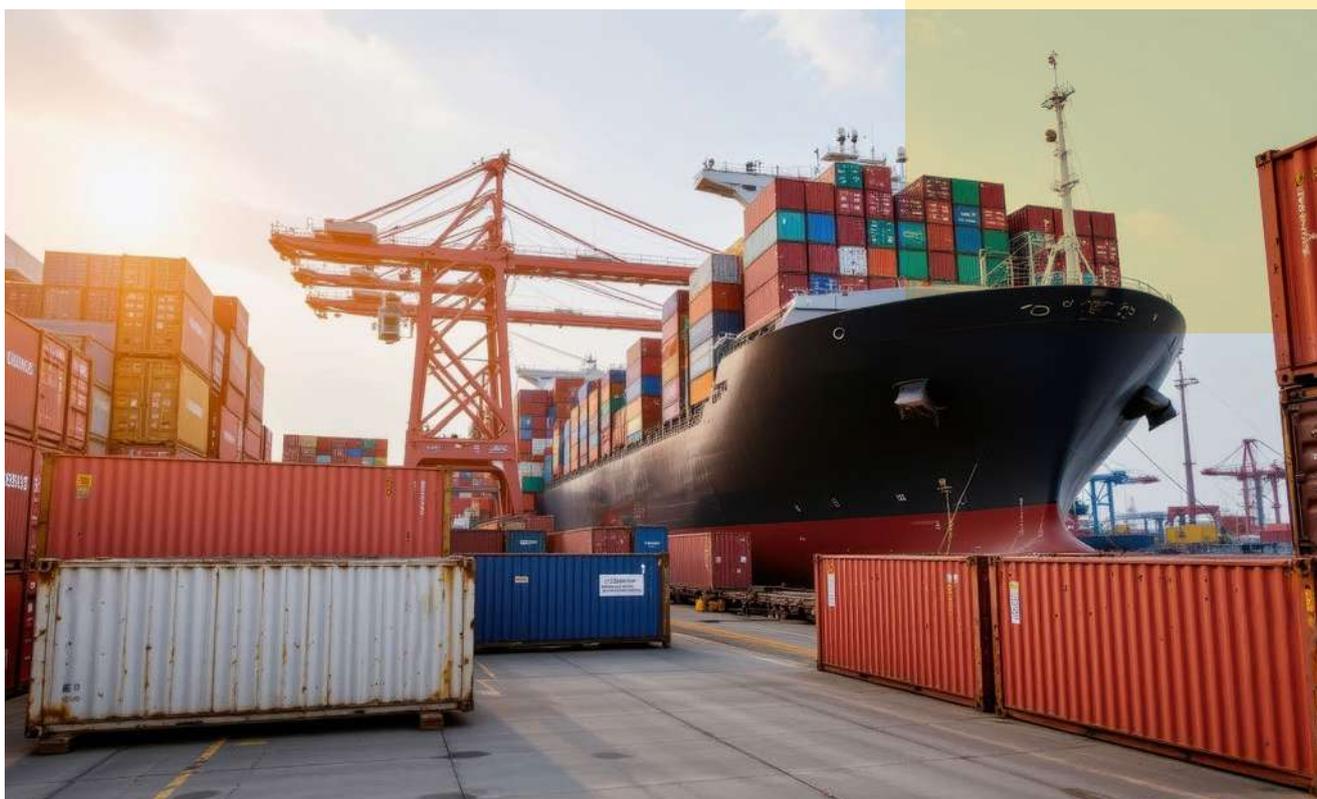
- Aprovechando la necesaria reorganización ante la aparición de nuevos mercados emergentes o la necesidad de asentar los ya asentados, se trata de

generar y fomentar integraciones empresariales, así como clústeres industriales y agrupaciones empresariales para realizar inversiones cuantiosas, por ejemplo, en la producción mecanizada de frutas y verduras.

- El impulso de la colaboración público-privada para construir el conjunto de las infraestructuras necesarias que doten de una mayor fortaleza al proceso exportador.

- Una mejora importante de la formación de la mano de obra, y que esta permita reducir la brecha de competencias entre oferta y demanda, en particular en el sector agroalimentario, necesitado de una mejora de la mecanización de los cultivos.

- Y, sobre todo, en el perímetro de la colaboración público-privada, favorecer y apoyar a las empresas exportadoras que hayan conseguido no solo sobrevivir sino incluso pervivir para que estas sigan haciendo su labor en las mejores condiciones posibles.



¹⁶ «El reto de la sostenibilidad para el comercio exterior valenciano», Cámara de Valencia con la colaboración de CaixaBank, noviembre 2024. La Comunidad Valenciana se encuentra en la zona media en la clasificación de las Comunidades Autónomas según el nivel de Desarrollo Sostenible Relativo, según el Informe de la Sostenibilidad Regional en España (2022), elaborado por el Consejo General de Economistas de España.

1.5. Tres Casos de Éxito en Exportación

CASO DE ÉXITO 1: S2Grupo

	Empresa Española Especializada en Ciberseguridad S2GRUPO
Actividad	Seguridad informática, Ciberseguridad, Defensa e Inteligencia
Año de Fundación	2004
Número de Empleados	700
Año de Internacionalización	2015
Países a los que exporta	35 (20 años de experiencia)
Principales Mercados	Colombia, Portugal, Países Bajos
Porcentaje de la facturación en el exterior	36%

CASO DE ÉXITO 2: MERCADONA

	Mercadona
Actividad	Distribución alimentaria y comercio minorista
Año de Fundación	1977
Número de Empleados	1.603 tiendas en España, 64 en Portugal. 110.000 personas
Año de Internacionalización	Julio 2019 (6 años de experiencia)
Países a los que exporta	1
Principales Mercados	Portugal. 7.000 empleados
Porcentaje de la facturación en el exterior	4,6% 1.778 millones de euros (2024)

CASO DE ÉXITO 3: DAMEL

	Damel
Actividad	Alimentación, productora y distribuidora de confitería y golosinas
Año de Fundación	1860 como DAMEL Group 2011
Número de Empleados	720
Año de Internacionalización	2009 (16 años de experiencia)
Países a los que exporta	68 con 37 marcas
Principales Mercados	Europa, Estados Unidos, Asia y Oriente Medio
Porcentaje de la facturación en el exterior	52% 78 millones de euros (2024).



ANEXO: Principales empresas que exportan de la Comunidad Valenciana¹⁷

ITAPIZA S.L.	METEORITO ESTUDIO
ACEITUNAS CAZORLA S.L.	MIARCO
ADBIOPLASTICS	MINICOOL
ALTRAN SOLUTIONS S.L.	MOBILIARIO AUXILIAR DE DISEÑO S.L.
AVANTIO	MUEBLES ROMERO S.A.
BOIX MAQUINARIA S.L.	NEWMARKETS
CÁRNICAS SERRANO	OFTEX INTERNACIONALIZACIÓN S.L.
CHOCOLATES VALOR	ONOK LUZ TÉCNICA
COLECCIÓN ALEXANDRA	OROBANDS ALTAIR GROUP S.A.U.
COPEN LAMP S.L.	PAMPASPET
DACSA GROUP	PIEL S.A.
DERMOGALENIC EXPERTS	PINTURA ISAVAL S.L.
DISPLAFRUIT	PINTURAS MONTÓ S.A.U.
DON HIERRO	PLASTOMODUL S.L.
EBIR ILUMINACIÓN S.L.	PLASVIDAVI
EDICOM	PLUINCA S.L.
EXPOMIM	POALGI
FALOMIR JUEGOS	PUNT MOBLES
GABOL S.L.	RIMALUZ S.L.
GIL CARRIO S.L.	SEIPASA S.A.
GRAFUSA	SIPCAM INAGRA
GRUPO SANITARIO RIBERA	TEXTILES VISATEX S.L.
HORCHATAS MERCADER	TINTORALBA
IMASD S.L.	TORMES DESIGN S.A.
INCLASS DESIGN	UNECOL ADHESIVE IDEAS S.L.
INDUSTRIAS MASSMI S.L.	VICAL HOME
INVEST GROUP S.L.	VICENTE GANDÍA PLA S.A.
ISECO SERVICIOS TECNOLÓGICOS	VICKY FOODS PRODUCTS S.L.U.
IVI RMA GLOBAL	VIUDA DE RAFAEL GANDÍA S.A.
JASA ALIMENTACIÓN	VIVA CONVERSIÓN
JOSE GISBERT S.L.	WHITE UNICORNIO
JUGUETES CAYRO S.L.	WINE LUTHIER S.L.
JUMEL ALIMENTARIA S.A.	ZEBRA TEXTIL S.L.
KUATRO CARPETS	ZUMEX GROUP S.A.
MANTEROL S.A.	ZUMMO
MANUFACTURAS ALHAMBRA S.L.	
MAPELOR S.L.	
MARILA	

¹⁷ Fuente: «11º Estudio del Observatorio de Marcas Valencianas en el Exterior 2024», publicado por el Club de Marketing Mediterráneo, Comunidad Valenciana.



2. LA INVERSIÓN EXPORTADORA: ¿CUÁNTO CUESTA EXPORTAR?

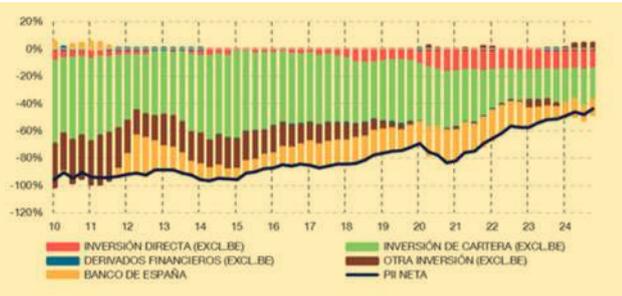
2.1. La actividad económica de la exportación en la Comunidad Valenciana

El sector exterior fue un importante motor de la recuperación económica española tras la crisis sufrida en el año 2009, viéndose beneficiada hasta 2019 por aumentos progresivos, que se frenaron en seco en el malhadado año de 2020, fecha de la pandemia por el COVID19 que tanta desolación produjo, y que, de alguna manera hizo que nuestro mundo cambiase radicalmente.

Por ello, para muchas empresas, apostar por los mercados exteriores se convirtió en una necesidad perentoria dada la debilidad que se produjo en los mercados internos. La búsqueda y diversificación de mercados diana para la exportación se volvió una necesidad ya casi vital para el crecimiento industrial y empresarial en general.

POSICIÓN DE INVERSIÓN INTERNACIONAL NETA

POR CATEGORÍA FUNCIONAL
% DEL PIB. FUENTE: BANCO DE ESPAÑA.



A ello se encomendaron con ahínco y mucho interés las empresas españolas, la cuáles, a partir del año 2012 comenzaron a reducir la posición deudora en relación a la inversión internacional neta de España, año en el que se alcanza una situación claramente positiva. Y así, en el año 2024, España presenta una capacidad de financiación del 4,2% del PIB, su máximo histórico desde 1995, gracias al impulso del saldo comercial y del sector turístico. Pero, en contraposición, la posición de inversión internacional (PII) neta, diferencia entre activos y pasivos exteriores de

un país, continúa la tendencia a la baja como saldo deudor, situándose en el cuarto trimestre de 2024 en el - 44% del PIB¹⁸.

En concreto y con respecto a las importaciones y exportaciones españolas, el sector exterior español da muestras de robustez, a pesar de un contexto internacional complejo y fluctuante¹⁹. Por mercados de destino, las exportaciones dirigidas a la Unión Europea-27 representaron en 2024 el 61,8% del total. Se alcanzaron cifras récord del año en 15 destinos comunitarios, entre ellos y destacados: Italia, Portugal o Polonia. Por su parte, las exportaciones dirigidas a destinos extracomunitarios aglutinaron el 38,2% del total y crecieron un 2,4% respecto al año anterior.

Las empresas españolas apuestan por la diversificación en nuevos mercados: las exportaciones españolas crecen en Oceanía (15,1%), África (6,4%) y Asia (3,5%). Además, se obtuvieron máximos históricos para el año en mercados de relevancia para España como el Reino Unido, Marruecos, Turquía o México.

Por comunidades autónomas, las que muestran crecimientos más destacados en sus exportaciones fueron Castilla y León (16,5%), Canarias (12,1%) e Illes Balears (10,6%). La posición de la Comunidad Valenciana en el año 2024 es la cuarta, por detrás de comunidades como Cataluña, Madrid y Andalucía.

En el año 2024 el número de empresas exportadoras registradas en la Comunidad Valenciana era de 22.803 empresas, y aquellas que lo hacen con regularidad era de 8.361 empresas, datos inferiores a los registrados en el año 2023 en un 3,2%, tal y como refleja el gráfico adjunto²⁰. Ello indica y constata la pérdida de la cuantía de empresas que emprenden y mantienen la senda de la exportación, ya con una proyección que viene desde el año 2022. En contraposición a esta caída de la cuantía de empresas exportadoras está el dato de aquellas que afianzan su vocación de estancia en mercados foráneos, con un aumento progresivo y sostenido desde el año 2015. Si acudimos al detalle sobre los sectores de activi-

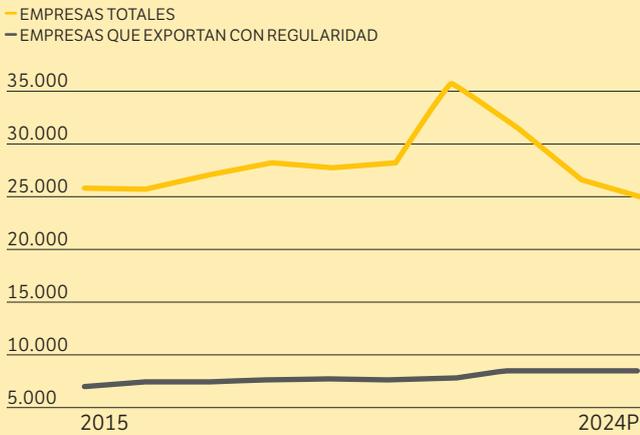
¹⁸ Informe Anual Banco de España 2024, mayo 2025. [Informe Anual 2024](#)

¹⁹ Una panorámica completa de la situación del Sector Exterior de la economía española lo ofrece la publicación del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, ICE Boletín Económico, número 3.171 de junio de 2024, sobre datos de 2023. Vid., en: [El sector exterior](#)

²⁰ Comité Económico i Social CESCV «Memoria 2024 sobre la situación socioeconómica y laboral de la Comunidad Valenciana», 2024. 3 Sector Exterior.

NÚMERO DE EMPRESAS EXPORTADORAS Y DE EMPRESAS QUE EXPORTAN REGULARMENTE COMUNIDAD VALENCIANA 2015-2024P

FUENTE: SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO. MINISTERIO ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA Y D. G. CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA



EXPORTACIONES E IMPORTACIONES COMUNIDAD VALENCIANA 2021-2024P

TASAS DE VARIACIÓN ANUAL

P: DATOS PROVISIONALES. FUENTE: SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO. MINISTERIO ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



dad económica, nos encontramos con que, de los siete sectores de actividad económica propios de la Comunidad Valenciana, los datos relevantes son los siguientes:

- El grupo de bienes de alimentación, que supone el 23,9% de las ventas totales en el exterior, se incrementa en un 6,6% interanual.
- La venta de productos energéticos en el exterior, crece un 13% respecto al año 2023.
- Las materias primas exportadas disminuyen en un 3,3%, con un peso relativo del 2,4%.
- El grupo de semi manufacturas, siendo el sector exportador de cuantía mayor, y que representa el 28,4% de las exportaciones, baja un 2,1% con respecto al año anterior.
- En relación a los bienes de equipo, que suponen el 14,9% del total de los bienes exportados, la disminución es el 19,8%.
- El tradicional sector del automóvil registra una disminución de ventas del 13,6%, teniendo como tiene un peso relativo en al ámbito exportador del 13,1%.
- Y ya finalmente, las ventas de manufacturas de consumo, decrecen un 4%, frente a un aumento de las importaciones del 5%.

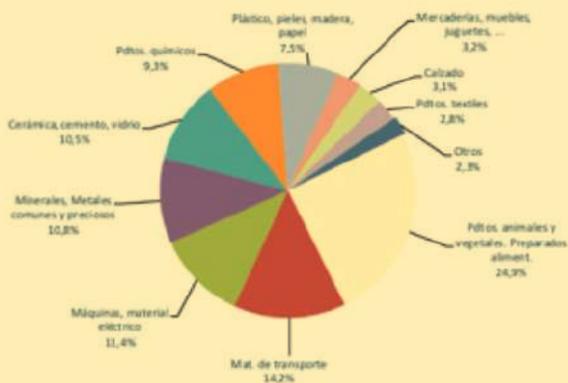
En resumen, la situación de la actividad exportadora en el año 2024 de la Comunidad Valenciana se caracteriza por una moderada ralentización con respecto a los años anteriores, en particular, en relación al 2023; cierto es que hay que enmarcarlo en el ya men-

cionado contexto global con evidentes tensiones y cambios de ritmo. Más en concreto, y coincidiendo con las conclusiones sobre esta cuestión por parte del Comité Económico i Social de la Comunidad Valenciana (CESCV), la situación exportadora valenciana se caracteriza por:

1. Un descenso de las exportaciones y expediciones al exterior, confrontada con un aumento de las importaciones e incorporación de bienes provenientes de fuera; este descenso contrastado, se observa más intenso que en el resto de España. Hay que anotar que, como ya se aludió y reiteramos, el contexto no resulta favorecedor para la expansión de las exportaciones.
2. Aunque en relación al superávit comercial la Comunidad de Valencia presenta el quinto más elevado en el conjunto autonómico español, ello no nos puede hacer ocultar que se produce un descenso del superávit, así como de la tasa de cobertura, producida en la diferencia entre exportaciones e importaciones.
3. Se constata que, a pesar de los datos no muy positivos, las empresas que exportan con regularidad aumentan en número, así como en el peso relativo sobre el volumen total de exportaciones, también lastrado ello con la ralentización del comercio mundial, lo que implica un destacable nivel de «resiliencia exportadora» demostrado por

EXPORTACIONES DE LA COMUNIDAD VALENCIANA POR PRODUCTOS

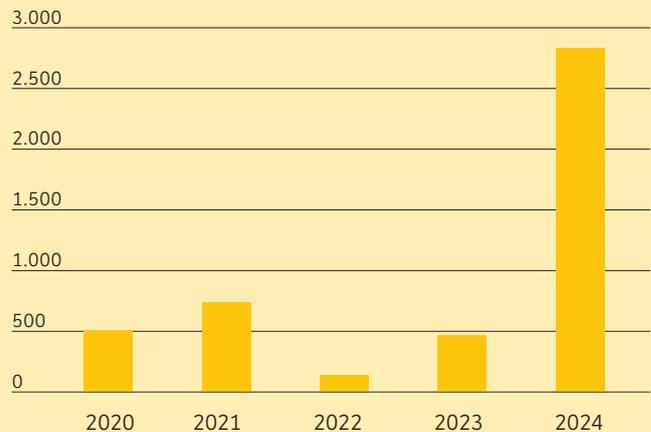
(%SOBRE EL TOTAL) 2024P



IMPORTACIONES DE LA COMUNITAT VALENCIANA POR PRODUCTOS (% sobre el total) 2024p

INVERSIÓN EN EL EXTRANJERO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2020-2024)

EN MILLONES DE EUROS. FUENTE: SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO. MINISTERIO ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



las empresas que exportan desde la Comunidad Valenciana.

4. La inversión extranjera en la Comunidad, por encima de los 1.100 millones de euros, se encuentra, habiendo descendido en el año 2020 por razones lógicas, por debajo de los 500 millones de euros, aumentando en los dos años posteriores, llegando a casi los 3.500 millones en el año 2023, suponiendo la disminución una cuantía de 2.337,83 millones de euros con respecto al año 2014.

A modo de síntesis, la evolución de las exportaciones realizadas desde la Comunidad Valenciana presenta síntomas de cierta preocupación, mostrando un deterioro claro de la balanza comercial y una reducción evidente de la tasa de cobertura. Aunque hay razones externas que favorecen este deterioro, no deja de ser cierto que también existen razones propias, más allá del impacto ya descrito que supuso la DANA de noviembre de 2024 y que nos instan a realizar una serie de recomendaciones para paliar esta situación, y que ofreceremos al final de este Informe.

Acudiendo en concreto a la información que se posee sobre la inversión de la Comunidad Valenciana en el extranjero, esta información con mayor detalle se vuelve de una gran relevancia. En el año 2024 esta inversión debida a actividades fuera de la Comuni-

dad, se cifra en 2.730,46 euros, multiplicándose por cinco con respecto a lo acontecido en el año 2023, con un aumento en términos absolutos de 2.272,13 millones de euros, tal y como se puede apreciar en el gráfico adjunto facilitado por CESCVC.

Este llamativo salto se produce debido a que un 73,6% del total se destina a servicios financieros en México, siendo un total de 2.010,23 millones de euros lo trasladado. Además de ello, Reino Unido ocupa el segundo puesto con una inversión de 309,92 millones de euros, un 11,4% de la inversión, también orientada hacia servicios financieros. De este modo, entre ambos países alcanzan el 85% de la inversión fuera de las fronteras de la Comunidad Valenciana.

En el cuadro adjunto, elaborado por el Comité Económico i Social de la Comunidad Valenciana se detallan las inversiones realizadas desde la Comunidad Valenciana en los principales países extranjeros en el período 2020-2024:

INVERSIÓN DE LA C. VALENCIANA EN LOS PRINCIPALES PAISES DEL EXTRANJERO (2020-2024)

EN MILLONES DE EUROS

	2020	2021	2022	2023	2024	T1	T2
MÉXICO	45,82	0,00	1,95	62,24	2.010,23	73,6	3.129,7
REINO UNIDO	29,36	0,24	2,57	0,00	309,92	11,1	-
PORTUGAL	264,97	436,59	1,20	132,05	235,07	8,6	78,0
ITALIA	3,01	4,52	13,05	0,40	77,17	2,8	19.192,6
INDIA	1,58	0,00	0,00	0,11	39,00	1,4	35.702,8
MALASIA	0,71	0,00	0,25	0,65	15,98	0,6	2.352,7
BRASIL	1,30	0,98	6,28	168,40	14,37	0,5	-91,5
LUXEMBURGO	31,00	119,94	8,24	28,29	12,05	0,4	-57,4
TURQUÍA	6,12	5,00	0,00	5,07	4,50	0,2	-11,3
CHINA	2,45	8,04	3,50	3,35	2,50	0,1	-25,4
RESTOS PAÍSES	114,70	149,58	41,28	57,76	9,69	0,4	-83,2
TOTAL	501,02	724,89	78,31	458,33	2.730,46	100,0	495,7

T1: PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL DE INVERSIÓN BRUTA DIRECTA EN 2024. T2: TASA DE VARIACIÓN INTERANUAL 2024-2023

FUENTE: SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, MINISTERIO ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

Tras el análisis de los datos facilitados por la Secretaría de Estado de Comercio de España, 2024 presenta un descenso de las inversiones directas extranjeras en la Comunidad, dándose, además una concentración en sectores que ya son productivos de por sí. En relación a las inversiones en el extranjero, la subida producida en México se puede considerar circunstancial, siendo, por el contrario, muy notable en Italia e India. Las caídas de la inversión en China y en Turquía son las menores de todas las registradas. Estos datos serán muy útiles en su aplicación a los países que hemos denominado APEXA, es decir, con Alto Potencial Exportador Añadido (Italia, EE. UU., China, India y Turquía). Ponemos un único ejemplo muy revelador en este apartado, y así, en el caso de los Estados Unidos de América, el volumen de ventas desde la Comunidad en 2024 supuso un montante de 2.850 millones, un 7,7% del total exportado, teniendo en cuenta que, en cifras concretas, a Estados Unidos exportan 4.266 empresas, de las cuales con exportación recurrente son 1.447 y de estas, 142 presentan implantación en el país²¹.

2.2. Principales costes a tener en cuenta para afrontar la exportación

Vista la información aportada con anterioridad, si alguna cuestión pudiera quedar meridianamente clara es la de que exportar ni es sencillo ni, por supuesto, se encuentra exento de costes que hay que asumir. Es más, en el inicio de los tiempos de la exportación, los primerizos exportadores tardan tiempo en ver la ventaja manifiesta que supone para su negocio o su actividad empresarial emprender una dinámica exportadora. Son tiempos, por lo tanto, para invertir y ejercitar por ello la paciencia empresarial.

Sin entrar a diferenciar los términos propios de la exportación y del comercio internacional (tales como Incoterms o los tipos de métodos contables utilizados en la compra-venta en el exterior (FIFO, LIFO, etc.) dado que el objeto de este Informe no es el de formar en comercio fuera de las fronteras), podemos clasificar los elementos utilizados para configurar un precio de exportación, compuesto por tres grandes tipologías de costes:

²¹ La base de datos Datalnvex Inversión española en el exterior de la Secretaría de Estado de Comercio, Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, proporciona informes históricos y comparativos de la inversión española en el exterior y extranjera en España. Consulté en: [Datalnvex - Secretaría de Estado de Comercio Exterior](#)

1. Costos de producción directos e indirectos, absolutamente lógicos e independientemente del mercado de destino o los incoterms pactados. Lo componen la materia prima, la mano tanto la directa como la indirecta, los gastos fijos de producción, los gastos financieros, si existe maquinaria, los gastos correspondientes, etc.

2. Costos de adecuación del producto para exportar, que comprende el etiquetado especial (sobre todo si es preciso en el idioma del país de destino), la paquetería y el embalaje utilizados, así como las certificaciones y pruebas de calidad necesarias.

3. Costos aduanales y logísticos, que corresponden al transporte y los seguros, todo lo que hace referencia al envío y recepción de los productos, los impuestos correspondientes, los honorarios en aduanas, contando, así mismo, con los costes en los que se pudiera incurrir por recurrir a despachos de importación o exportación.

En definitiva, determinar bien los costes, así como las inversiones posteriores a realizar resulta vital para asegurar el éxito de las exportaciones. Contar con un apoyo y el acompañamiento técnico especializado se convierte en una necesidad vital que puede solventarse bien con instituciones públicas como privadas, en especial, entidades financieras con departamentos especializados en exportación y presencia en mercados internacionales.

Por poner un ejemplo revelador, el ICEX (Instituto de Crédito a la Exportación), principal entidad pública de apoyo a la exportación, tiene un Simulador de Coste de Establecimiento de formato on line que proporciona casi en tiempo real los costes de implantación de una empresa en cualquier país, estableciendo además una comparativa con otros países. Ofrece información de datos generales del mercado, así como información cuantitativa sobre los gastos necesarios para crear una empresa, como también otras informaciones valiosas para determinar la cuantía de gastos necesarios para establecer la empresa en el mercado elegido²².

No deja de ser este un aspecto técnico muy a tener en cuenta en el momento que denominamos **Pre Fase de Reflexión** ante la posibilidad de exportar, pre fase que estará compuesta por dos sub fases: **A.- Pensar la Exportación** y **B.- Prepararse para la Exportación**, dos momentos estos que pasamos a detallar.

A. Pensar la exportación



Cuatro son los pasos previos a tener en cuenta, de modo genérico, a la hora de afrontar, de un modo razonado y como planteamiento vital empresarial, el hecho de exportar y que todo dirigente empresarial debe proponerse antes de decidirse a exportar: Atracción, Interacción, Evaluación y Compra. El cuadro adjunto detalla los pasos a dar. Se compone, así de cuatro pasos que es necesario transitar a la hora de plantearse exportar, en definitiva, son los cuatro CÓMOS fundamentales y estos son:

- **ATRACCIÓN: Cómo** consigo atraer a importadores o clientes interesados en mis productos o servicio en el lugar de destino. En realidad, supone preguntarse, pero, ¿en realidad, tengo posibilidades de exportar?
- **INTERACCIÓN: Cómo** me relaciono con los posibles clientes foráneos. En un principio, hay tres opciones: bien a través de una relación directa, bien a través de un establecimiento propio, o contando con una colaboración. En definitiva, se trata

²² El Simulador de Costes del ICEX no se encuentra operativo a fecha octubre 2025. Anteriormente se podría acceder a través del enlace: <https://www.icex.es/simuladordecostes>

de saber qué tipo de relación me interesa. A su vez, conlleva una reflexión previa sobre el tipo de relación que me gustaría mantener a partir de mi incursión en el exterior.

- **EVALUACIÓN:** **Cómo** voy a proceder a realizar la operación en un mercado exterior. Puede utilizarse el apoyo en la administración pública, tal como veremos más adelante, o se puede recurrir a la ayuda de empresas especializadas en construir un proceso de exportación, en particular, con entidades financieras con departamento especializado.

- **COMPRA:** **Cómo** compruebo que la venta se pueda realizar debidamente y, así, obtengo el acuerdo del comprador; además, cómo mantengo relaciones fluidas con él, sobre todo en lo referente a temas legales y obligaciones que haya que cumplir en el país de destino.

Realizada la reflexión, y a partir de la clarificación de estos cuatro CÓMOS correspondería la fase de organización de la información y la búsqueda de los apoyos que permitan realizar el proceso con las máximas garantías posibles.

Y, tal y como ya hemos indicado, sabiendo que la exportación es una actividad especializada y que exige una dedicación concreta, es obligado realizar una continuada evaluación y seguimiento de todo lo que suponga la mencionada actividad, sobre todo si estamos en los inicios, o sobre lo que se vaya a realizar en países de destino a partir del inicio de la exportación (por ejemplo, más en concreto en el caso de los servicios).

B. Prepararse para la exportación

Antes de decidirse a exportar ya definitivamente afrontando por ello el reto exportador, se han de considerar un conjunto de actuaciones de adquisición de información fidedigna que, como toda actividad en el interior de una empresa, tiene costes que asumir. De este modo, identificamos en el proceso previo a la decisión de exportar, posterior a lo expuesto en el punto anterior, es decir, la evaluación de los cuatro CÓMOS que todo posible exportador tiene que hacerse como preguntas trascendentes, las siguientes variables a tener en cuenta:

- Variables internas:

- Contar con una «intención exportadora», es de-

cir con una vocación con idea de futuro de entrar en una dinámica de exportación. En definitiva, el paso posterior a haber dicho que sí a los cuatro CÓMOS.

- Considerar de manera realista que se tienen condiciones para la exportación, tales como productos/servicios diferenciales, stock de producto y profesionales para establecer contacto o establecerse en el exterior, etc.

- Posibilidad de dedicar recursos de todo tipo a la actividad de exportación: económicos, organizativos y relacionales.

- Concebir una mínima orientación estratégica para iniciar y sostener una estrategia exportadora. Dicha orientación debería contar con una mínima detección de los riesgos posibles, sobre todo sabiendo que el éxito no suele ser inmediato.

-Variables externas:

- Localizar el país de destino con el que iniciar la actividad exportadora.

- Acceder a información sobre la situación de los competidores que tengan más experiencia en exportación.

- Buscar, si fuese necesario, apoyo en colectivos afines, tales como clústeres o asociaciones empresariales.

- Localizar los apoyos institucionales existentes que dan cobertura para el inicio y desarrollo de una estrategia de exportación, y, como extensión, de internacionalización, sobre todo a las pymes, tipos estos de empresas que precisan un sustento mayor debido a su necesario ajuste en relación a los recursos con los que suelen contar para aplicar a este tipo de iniciativas.

Aprovechando lo expuesto en el último punto de las variables externas, es necesario no acometer la aventura de exportar de una manera individualizada, así como actuando sin contar con apoyos especializados. Por supuesto, recomendamos acudir a las ayudas que ofrecen distintos organismos tanto nacionales como locales. A continuación, y ya en el punto 3 de este Informe, mostramos dichos organismos y el tipo de ayudas que facilitan tanto al empresario o empresas que inician la «aventura de la exportación» como a quienes, ya iniciada, en desarrollo o asentada, precisa una información puntual o un contraste especializado.

2.3. El proceso exportador. Razones para la internacionalización

Después de considerar una mínima reflexión sobre la idoneidad de hacer frente a un modelo propio de exportación, resulta obligado constatar que las relaciones comerciales con el exterior van a ser lo conveniente a la hora de expandir la actividad empresarial.

Según razones y porcentajes que siempre se manejan a la hora de hablar de exportación, se aducen tres tipos de razones para decidirse a considerar entrar en mercados exteriores, y estas son:

1. Diversificación física: La necesaria diversificación de localizaciones de venta e incluso de producción de rango foráneo, debido al crecimiento orgánico de la empresa que demanda la apertura de mercados, con el consiguiente aumento del producto o servicio ofertado, pudiendo estar el local bastante colmado.

2. Incremento de la complejidad organizativa:

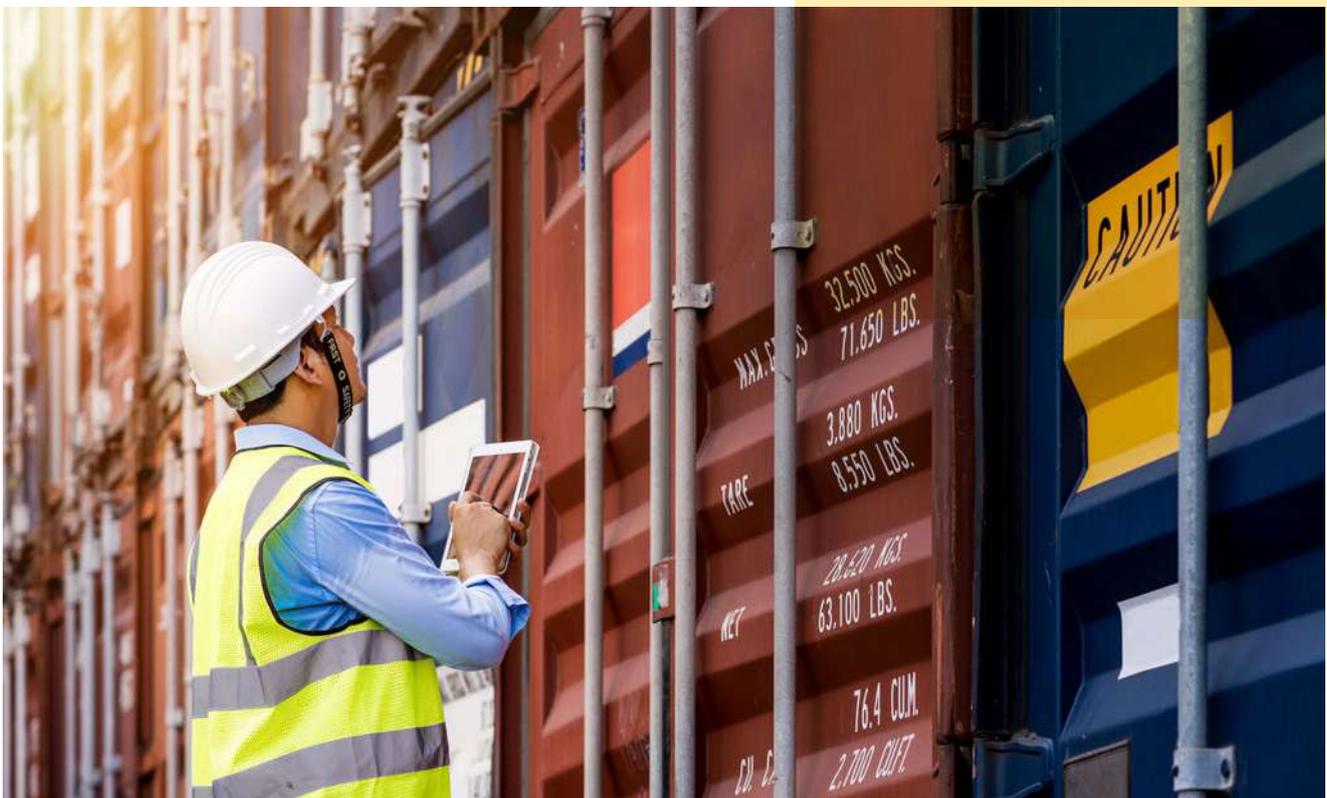
- Se logra una mayor productividad empresarial

(que suele cifrarse en un incremento mayor del 34%), dado que hay que atender a mercados diferentes al autóctono.

- Diversificación de la cartera de clientes, paliando el riesgo comercial del negocio.
- Se logran economías de escala, así como una mejor distribución de los costes.
- Ampliación de la gama de productos y del ciclo de vida de cada uno de ellos, sobre todo cuando los mercados elegidos resultan complementarios.
- Se minimizan las fluctuaciones estacionales, así como se incrementa la oferta por aumento de la demanda.

3. Incremento del valor de la compañía:

- Para hacer frente a nuevos mercados, es necesario desarrollar nuevas líneas de actuación, precisando que la investigación y el desarrollo en diversos campos se afine y afiance. Se suele considerar que el valor de las empresas suele crecer más de un 20% por esta causa.
- Aumentar los mercados de expansión suele resultar motivador, así como un acicate para profesionales con iniciativa y vocación de crecimiento.



- Diversificar los lugares de producción y venta, o incluso la venta, genera más de un 10% de probabilidades de sobrevivir a una recesión, debido a tener diversificadas las ubicaciones.
- Ante un interés sobre una empresa externa al objeto de llegar a acuerdos con ella, generar sinergias o, incluso, proceder a compras y ventas según criterio propio, la internacionalización siempre es un punto que suma, sin duda alguna.

Por todo lo expuesto, se considera más que obvio que exportar resulta ventajoso, siempre que se cumplan las condiciones iniciales a las que ya hemos aludido. Por ello, y para abordarlo con unas mínimas posibilidades de éxito, tendremos que organizar la posibilidad de implantarse en otro país, sea en las condiciones que se establezcan, considerando que sería necesario articular unos pasos coordinados. Si ya planificando, con el máximo rigor que se pueda, no necesariamente se cumplen los deseos, está claro que sin planificar las opciones de acierto son mínimas e, incluso, en cuestiones complejas y que exigen tiempo como es la exportación, prácticamente imposibles.

Analizada gran cantidad de la literatura sobre el proceso exportador, nos decantamos por un planteamiento propio que exponemos a continuación.

Consideramos que las **ocho FASES** del proceso de exportación, de manera sucinta, son las siguientes:

1. PREFASE DE REFLEXIÓN. La cual implica considerar las actuaciones previas de reflexión sobre la idoneidad de afrontar un proceso de exportación y que hemos nominado como **PreFase A, Valoración de idoneidad o Pensar la Exportación y PreFase B, Preparación para la exportación.** Tal y como hemos indicado en el punto anterior, en realidad se trata de responder a la pregunta: ¿Está mi empresa preparada para exportar? Si la respuesta es negativa, el proceso no se afrontaría; si el resultado de la reflexión resulta positivo, en realidad, es cuando dan comienzo las ocho fases.

2. FASE I. CONOCIMIENTO DE LOS ELEMENTOS PROPIOS DE LA EXPORTACIÓN. Estos incluyen, al menos las siguientes informaciones:

- a. Regímenes comerciales de exportación.

- b. Clasificaciones arancelarias. Número de registro e identificación de operadores económicos (número EORI).
- c. Documentos básicos necesarios para una operación de exportación. Documentos en origen y documentos en destino.
- d. Incoterms 2024 (y sucesivos).
- e. Medios de Pago y Cobro en Comercio Internacional. Aseguramiento de la transacción.
- f. Determinación de precios (teniendo en cuenta, además, el destino). Normativa y cuestiones específicas del lugar elegido como destino.

3. FASE II. BÚSQUEDA DE APOYOS EFECTIVOS:

- a. Aseguramiento y contraste de la información obtenida.
- b. Consideración realista de los riesgos que se van a afrontar.
- c. Localización de los apoyos institucionales existentes.
- d. Contraste de la información con proveedores propios.
- e. Contar con personal concreto dedicado a la exportación.

4. FASE III. INICIO DE LAS ACCIONES QUE FAVOREZCAN EL PROCESO DE EXPORTACIÓN.

5. FASE IV. CONTROL DEL PROCESO E INFORMACIÓN CONTINUADA SOBRE EL LUGAR DE DESTINO.

6. FASE V. ASENTAMIENTO DE LA OPCIÓN ELEGIDA Y OBTENCIÓN DE LA FINANCIACIÓN NECESARIA.

7. FASE VI. ESTABLECIMIENTO DE LOS PLAZOS DE COMPROBACIÓN DE LA IDONEIDAD DE LA DECISIÓN TOMADA.

8. FASE VII. SI FUESE NECESARIO, INCORPORAR ACCIONES DE RECTIFICACIÓN Y MEJORA.

Como se puede ver por el contenido de cada punto, los números 2 y 3 suelen resultar lo más laboriosos, de ahí su detalle y extensión, aunque los posteriores también requieren un importante tiempo de dedicación, pero ya en un modo que exigirá una dedicación completa y prácticamente en exclusiva para la perso-



na responsable de llevarlo a cabo.

Pero también es necesario constatar las barreras habituales con las que se encuentran las empresas en su empeño de internacionalizarse. Por ello, consideraremos tres tipos de barreras:

A. Barreras endógenas principales:

- Ausencia de conocimientos de todo tipo sobre destinos posibles: Sobre mercados, ayudas, procesos, documentaciones, etc.
- Necesidad de recursos: Financieros, Humanos, Organizativos.
- De gestión administrativa: Aranceles, comerciales, etc.
- Nivel de desarrollo tecnológico.

- Ajuste de las necesidades de producción o de prestación de servicios.

B. Barreras exógenas más habituales:

- Momento económico para iniciar el proceso de internacionalización.
- Inestabilidad económica y social. Tipo de país/zona dónde enfocarse.
- Riesgo País/Zona.
- Diferencias culturales e idiomáticas.
- Localización de apoyos institucionales en destino.

C. Barreras mixtas de alto impacto:

- Impacto de la corrupción en el país/zona elegidos como destino.
- Solidez y cambios bruscos de la estructura política y social.
- Relaciones a establecer con los proveedores locales.
- Medidas medioambientales y referentes a la sostenibilidad en destino.
- Impacto de las necesidades y dificultades logísticas.
- Situaciones especiales propias de cada país: contratación de mano de obra local.

2.4. Los cinco mejores destinos para financiar la exportación valenciana: Los países APEXA (Alto Potencial Exportador Añadido)

Retomando la ya tratada clasificación de países que hemos considerado y denominado como APEXA, aportamos a continuación la información referente a las necesidades de inversión que precisarían los países con dicha denominación. Algunos de los que se han seleccionado en este Informe coinciden con los denominados, por parte del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, como Países con Actuación Sectorial Estratégica, o países PASE. Los coincidentes son Estados Unidos, China, Turquía e India²³. La coincidencia se ha realizado con posterioridad a la relación de países considerados APEXA a partir de la información aportada por la Cámara de Comercio de Valencia.

²³ La relación de los 12 países denominados PASE, determinados para ser apoyados desde el Plan de Recuperación y Resiliencia en relación a la estrategia de Internacionalización de la Economía Española, se encuentran en: [Portal del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa](#). Anotar que, en estos momentos, Rusia se encuentra excluida. Es necesario apuntar que la información ofrecida se encuentra muy desactualizada, no llegando más allá del año 2020.

ITALIA

Comercio exterior con Italia. Enero - Marzo 2025

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL
ESPAÑA	7.982.076	-1,4	7.398.996	3,1
COMUNIDAD VALENCIANA	783.801	-9,1	618.886	-9,6
VALENCIA	405.172	-19,2	343.014	-24,0

3º PAÍS CLIENTE DE LA C.V.

2º PAÍS PROVEEDOR DE LA C.V. FUENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO



RAZONES PARA LA EXPORTACIÓN

- País históricamente en el que las empresas de la Comunidad Valenciana invierten.
- Relación exportadora consolidada.
- Repercusión limitada de la bajada de las exportaciones.
- País mediterráneo, con mayor facilidad de acceso a la hora de acceder a exportar.
- Tercer país cliente de la Comunidad Valenciana tras Francia y Alemania.

EMPRESAS ASENTADAS EN EL TERRITORIO (2024)

- Número de exportadores a Italia: **2.630 empresas.**
- Empresas implantadas: **172.**
- Inversión en Italia: **77.170.000€**
- Volumen de actividad: **3.239 millones de euros.**

QUÉ EXPORTAR

- Combustibles, aceites y minerales.
- Maquinaria tanto mecánica como eléctrica.
- Perfumería.
- Muebles.
- Productos cerámicos.

Nota: Existe servicio del IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación) para el apoyo a la internacionalización denominado Red Exterior. Aún no teniendo Antena en Italia, puede ser apoyado el posible exportador desde Valencia o desde la Antena de Alemania.

ESTADOS UNIDOS

Comercio exterior con Estados Unidos. Enero - Marzo 2025

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL
ESPAÑA	4.371.840	2,8	8.291.614	21,8
COMUNIDAD VALENCIANA	720.282	-4,6	498.459	-18,0
VALENCIA	413.327	10,7	320.646	2,3

FUENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO



RAZONES PARA LA EXPORTACIÓN

- Primer importador mundial (13,3% de la exportación global).
- Segundo exportador mundial (13% de la importación global).
- Primer mercado proveedor de la Comunidad.
- Socios comerciales comunes: Unión Europea, Canadá, México, China y Japón.
- Baja variación negativa de las exportaciones (-4,6%).
- Máximo importador de la Comunidad Valenciana fuera de la UE.

EMPRESAS ASENTADAS EN EL TERRITORIO (2024)

- Número de exportadores regulares a Estados Unidos: **4.266 empresas.**
- Empresas implantadas: **142.**
- Inversión en Estados Unidos: **114.900.000€**
- Volumen de actividad: **2.850 millones de euros.**

QUÉ EXPORTAR

- Productos agroalimentarios frescos y elaborados.
- Componentes de automóvil.
- Transformados metálicos.
- Derivados de la transformación química.
- Bienes de Consumo.
- Hábitat.
- Textil y Moda.

Nota: Existe servicio del IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación) para el apoyo a la internacionalización en Estados Unidos acudiendo al servicio prestado por la Red Exterior a través de sus Antenas, en concreto las situadas en Nueva York y Miami. Así mismo, el ICEX tiene Centro de Negocio en Chicago y en Miami.

CHINA

Comercio exterior con China. Enero - Diciembre 2025

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL
ESPAÑA	7.467.205	-0,5	45.173.792	2,1
COMUNIDAD VALENCIANA	490.535	2,4	5.966.809	8,1
VALENCIA	370.003	7,5	4.140.500	8,1

13º PAÍS CLIENTE DE LA C.V.

1º PAÍS PROVEEDOR DE LA C.V. FUENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO



RAZONES PARA LA EXPORTACIÓN

- Acuerdo comercial con la Unión Europea desde 2021.
- Primer mercado de interés para la Comunidad Valenciana.
- Socios comerciales similares: Estados Unidos, Corea, Japón, Brasil.
- Mercado inmenso necesitado de producto elaborado.
- Alto potencial de crecimiento.
- Incremento notable de la clase media compradora (35% de la población china).

EMPRESAS ASENTADAS EN EL TERRITORIO (2024)

- Número de exportadores regulares a China: **1.442 empresas.**
- Empresas implantadas: **58.**
- Inversión en China (2023): **2.500.000€**
- Volumen de actividad: **491 millones de euros.**

QUÉ EXPORTAR

- Tecnología para aplicación concreta.
- Industria química de transformación: cosmética, higienes, perfumería.
- Equipos médicos y hospitalarios.
- Bienes de consumo.
- Textil, Calzado. Moda.
- Motocicletas y componentes para motos.
- Productos agroalimentarios transformados.

Nota: Existe servicio del IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación) para el apoyo a la internacionalización en China acudiendo a las oficinas de la Red Exterior a través de las dos Antenas existentes en China, en concreto las situadas en Beijing y Chengdu. Así mismo, el ICEX tiene Centro de Negocio en Beijing.

INDIA

Comercio exterior con India. Enero - Junio 2025

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL
ESPAÑA	1.122.419	14,2	3.088.013	3,6
COMUNIDAD VALENCIANA	108.468	-9,0	314.953	3,5
VALENCIA	47.867	12,9	219.881	1,6

FUENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO



RAZONES PARA LA EXPORTACIÓN

- Economía con un desarrollo actual y futuro de gran magnitud.
- Quinta economía mundial (crecimientos del PIB por encima del 6%).
- Edad media de 28 años y con una población creciente, superando a China.
- Desarrollo muy avanzado de startups.
- País con desarrollo tecnológicos similares a China hace 20 años.
- Apertura comercial dictada desde el gobierno.
- Inflación contenida.
- Mercado grande, mano de obra joven y preparada, con fuertes inversiones en sectores como el digital, el sanitario o todo lo relacionado con las energías renovables.
- Logro de avances sociales que favorecen un consumo asentado y creciente.

EMPRESAS ASENTADAS EN EL TERRITORIO (2024)

- Número de exportadores regulares a India: **804 empresas, 309 con regularidad.**
- Empresas implantadas: **37.**
- Inversión en India: **39.000€**
- Volumen de actividad: **229,2 millones de euros.**

QUÉ EXPORTAR

- Componentes eléctricos.
- Materiales para el desarrollo de la energía eólica.
- Productos derivados de la transformación química.
- Maquinaria textil.
- Desarrollo de las infraestructuras necesarias para el desarrollo del país.
- Bienes de equipo.
- Bienes de consumo.

Nota: Existe un servicio del IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación) para el apoyo a la internacionalización en India acudiendo a las oficinas de la Red Exterior a través de la propia Antena situada en India.

Así mismo, el ICEX tiene Centro de Negocio en Nueva Delhi.

TURQUÍA

Comercio exterior con Turquía. Enero - Noviembre 2024

	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES	
	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL	MILES DE EUROS	%VAR. ANUAL
ESPAÑA	8.259.619	1,3	8.731.372	3,7
COMUNIDAD VALENCIANA	814.285	0,4	1.586.047	9,1
VALENCIA	546.596	-3,6	1.287.658	6,8

9º PAÍS CLIENTE DE LA C.V.

6º PAÍS PROVEEDOR DE LA C.V. FUENTE: SECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO



RAZONES PARA LA EXPORTACIÓN:

- El país inició conversaciones para su integración en la Unión Europea.
- La estructura de su PIB tiene un 57% de servicios. Es una gran potencia turística eclosionando.
- Es el sexto destino turístico del mundo.
- Todavía cuenta con una gran cantidad de economía informal.
- Moderado crecimiento de su economía, con incrementos superiores al 3%.
- En el año 2021 alcanzó los dos dígitos con respecto a su crecimiento económico.
- Estancamiento del mercado laboral.

EMPRESAS ASENTADAS EN EL TERRITORIO (2024):

- Número de exportadores a Turquía: **1.271**.
- Empresas implantadas: **33**.
- Inversión en Turquía (2023): **5.071.000€**
- Volumen de actividad: **887 millones de euros**.

QUÉ EXPORTAR:

- Habitat: Mobiliario y textil del hogar.
- Alimentación fresca y envasada.
- Aplicaciones de la industria química.
- Productos de cuidado y salud.
- Laminados y fundiciones de hierro y acero.
- Manufacturas de aluminio.
- Artículos de joyería.

Nota: Existe servicio del IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad e Innovación) para el apoyo a la internacionalización denominado Red Exterior que no tiene Antena en Turquía, pero puede ser atendido desde Valencia e incluso desde la Antena de Argelia.

Así mismo, el ICEX tiene Centro de Negocio en Estambul.

2.5. Casos de éxito

Las empresas de la Comunidad Valenciana han demostrado una gran diversidad en sus estrategias para establecerse en mercados exteriores. La exportación directa es, a menudo, el primer paso; pero, para consolidar su presencia y aumentar su cuota de mercado, las empresas han recurrido a otras estrategias

de exportación e internacionalización tales como la implantación física, las alianzas estratégicas o las adquisiciones directas. En línea con lo expresado, presentamos seis casos concretos de éxito más allá del mero relato de su situación exportadora, haciendo referencia a la inversión realizada en el proceso de afianzamiento de su experiencia internacional.

CASOS DE INVERSIÓN DIRECTA EN EL EXTRANJERO (IDEX1)

	https://www.royogroup.com/
Actividad	Habitat. Fabricación de muebles
Año de Fundación	1975
Número de Empleados	1.000
Año de Internacionalización	1992 (33 años de experiencia)
Países a los que exporta	100. 15.000 puntos de venta
Principales Mercados	Francia, Italia, Alemania, Austria, Hispanoamérica
Porcentaje de la facturación en el exterior	51%
Acción realizada en el exterior	Estrategia internacional basada en alianzas estratégicas, como la inversión del Fondo de Capital Riesgo H.I.G Europe en 2016, y en la creación de filiales en países como México, India y Polonia

	https://sanlucar.com/es
Actividad	Alimentación tanto en producción como en distribución y venta.
Año de Fundación	1993
Número de Empleados	4.000
Año de Internacionalización	2001 (24 años de experiencia)
Países a los que exporta	35
Principales Mercados	Túnez, Marruecos, Sudáfrica y Ecuador
Porcentaje de la facturación en el exterior	86%
Acción realizada en el exterior	Sanlucar Fruit compra una participación importante de la francesa Buonanno para expandirse en Francia.



CASOS DE RESILIENCIA EMPRESARIAL A TRAVÉS DE LA EXPORTACIÓN (REEX)

	https://power-electronics.com
Actividad	Tecnología de almacenamiento energético
Año de Fundación	1987
Número de Empleados	3.000
Año de Internacionalización	2001 (24 años de experiencia)
Países a los que exporta	20 filiales
Principales Mercados	Australia, Chile, Estados Unidos, Perú, Reino Unido y Taiwan
Porcentaje de la facturación en el exterior	94%
Acción realizada en el exterior	Inversión superior a los 300 millones de dólares en tres plantas en Arizona, Indiana y Michigan (Estados Unidos) para paliar el impacto de los aranceles y seguir siendo líder en su actividad en Estados Unidos

	https://www.argentaceramica.com
Actividad	Habitat. Productos de cerámica
Año de Fundación	1999
Número de Empleados	731
Año de Internacionalización	2010 (15 años de experiencia)
Países a los que exporta	30
Principales Mercados	Norteamérica, Latinoamérica, Europa
Porcentaje de la facturación en el exterior	33%
Acción realizada en el exterior	Estrategia internacional basada en la inversión en tecnología de vanguardia para la cadena de valor, tales como líneas de embalaje automatizadas, para optimizar el proceso de exportación y resultar así más competitivos

CASOS DE INNOVACIÓN Y DIFERENCIACIÓN EN LA EXPORTACIÓN (IDEX2)

	https://www.aranco.com
Actividad	Embalaje industrial
Año de Fundación	1988
Número de Empleados	50
Año de Internacionalización	2023 (2 años de experiencia)
Países a los que exporta	Empresa familiar con dos filiales en Europa
Principales Mercados	Francia y Alemania
Porcentaje de la facturación en el exterior	10%
Acción realizada en el exterior	Modelo de negocio disruptivo basado en el pago por uso de la maquinaria envolvente gracias a una tecnología digital propia que conecta las máquinas con una unidad central en remoto

	https://anecoop.com
Actividad	Cooperativa agroalimentaria. Integra a 20.222 agricultores
Año de Fundación	1975
Número de Empleados	574
Año de Internacionalización	2010 (15 años de experiencia)
Países a los que exporta	5 oficinas comerciales, 11 filiales y 3 plataformas logísticas
Principales Mercados	Europa y Europa del Este. 74 países con comercialización
Porcentaje de la facturación en el exterior	74%
Acción realizada en el exterior	Estrategia internacional basada en la diferenciación del producto hortofrutícola, así como en la innovación con productos como la sandía sin pepitas o el kaki persimón o el invernadero conectado temáticamente como infraestructura tecnológica muy avanzada



3.
LAS CLAVES DE LA EXPORTACIÓN.
¿CON QUIÉN CONTAR?

Desde una perspectiva económico-financiero, la opción de exportar tiene que estar sólidamente fundada, puesto que exportar implica no solo un proceso de análisis y consideración realista de las opciones posibles, tal y como se indicó en el punto anterior, sino también tener conciencia de que habrá que afrontar el reto exportador con criterios de riesgo, liquidez y rentabilidad ante la aparición de dificultades²⁴.

De este modo, y teniendo en cuenta todo lo expuesto hasta ahora, para una empresa en la Comunidad Valenciana que busque tener presencia en el exterior o afianzar la existente, cinco son los elementos a considerar para elaborar la correspondiente Hoja de Ruta de la exportación, tanto al inicio de la implantación como en lo que corresponde a revisar los hitos que referimos, cada cierto tiempo, y a través de la unidad de exportación que se tenga constituida en la empresa:

1. Diagnóstico de la situación, bien antes de comenzar a exportar, o bien, ya exportando, teniendo un Cuadro de Mando de la exportación elaborado como propio.

2. Asesoramiento y Planificación. Un viejo adagio dice que «si quieres ir deprisa, ve solo; si quieres llegar lejos, ve acompañado». Ir bien acompañado en la exportación garantiza no solo llegar a destino en las mejores condiciones posibles, sino, sobre todo, evitar los riesgos propios de la actividad y los específicos de la falta de experiencia en la materia.

3. Búsqueda de Financiación, aspecto este absolutamente clave, tanto en lo que corresponde al acompañamiento de financiadores acreditados en el ejercicio de la exportación, tanto públicos como privados, como en lo correspondiente a las ayudas que se puedan recabar de los distintos organismos implicados en la financiación de la exportación.

4. Presencia en medios digitales y uso de herra-

mientas tecnológicas. Esta es una faceta relativamente reciente que un proceso de exportación no puede olvidar. No se refiere solo a la posibilidad de aparecer en redes sociales, sino también en lo referente a la mecanización tecnológica que puede sostener el proceso exportador. Y, para ello, la empresa tiene que estar sólidamente preparada. Supone, además, implementar una estrategia de comercio electrónico propia. Un 34% de las empresas valencianas exportadoras ya utilizan este canal, lo que demuestra su importancia. Resulta crucial invertir en la web corporativa, utilizar las redes sociales y contar con la publicidad online para aumentar la visibilidad en los mercados exteriores.

5. Ejecución del Plan de Internacionalización y Asentamiento de la exportación. De este modo, con un plan y la financiación asegurada, la empresa puede proceder a su implantación, ya sea a través de la exportación directa, la búsqueda de socios locales o, si la estrategia lo requiere, la inversión directa en el país de destino.

Y resulta muy claro que estos elementos destacados precisan ser costeados, obligan a inversiones que, en muchas ocasiones, suponen un tiempo importante de recuperación de esas inversiones que se hayan ido realizado. Por ello, encontrar los huecos a cubrir en cada momento del proceso exportador con recursos económicos y financieros se vuelve una obligación imposible de eludir. Y para cada momento, existen acompañantes clave.

3.1. Exportar en tres momentos claves: Implantarse, Financiarse y Asentar asegurando la inversión

Este proceso mencionado, consecencial y consecutivo, apoyado en el sólido ecosistema económico valenciano, así como acompañado por todos los actores tanto públicos como privados que mencionaremos, permite a las empresas valencianas enfrentar la incertidumbre global con un enfoque metódico y

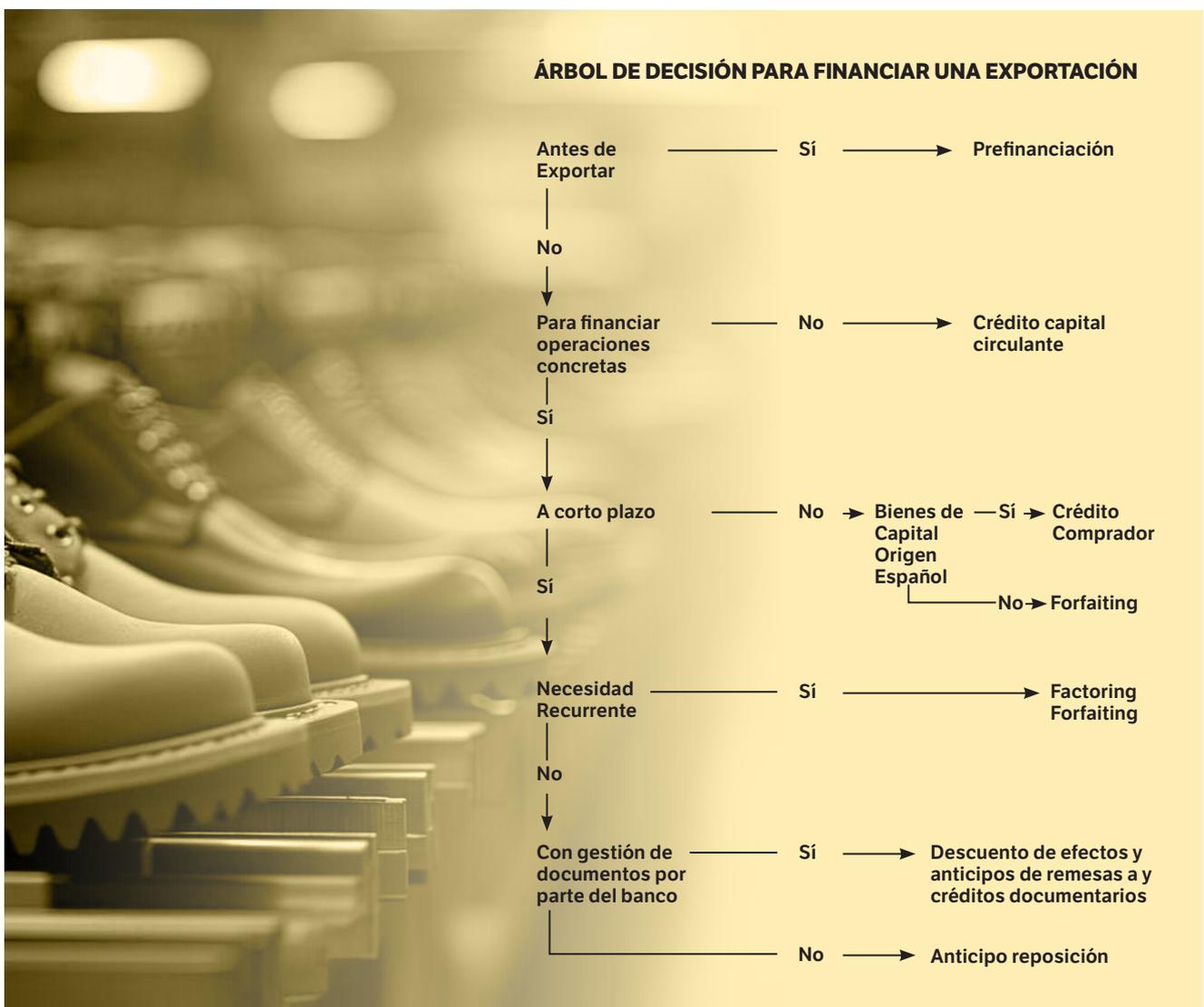
²⁴ Los tres criterios se pueden aglutinar en el concepto de resiliencia empresarial exportadora, es decir, la capacidad de afrontar los desafíos de la exportación con capacidad de sobreponerse a las dificultades que pudieran aparecer, tales como las probabilidades de fracaso o la recuperación de las empresas durante una crisis. En «La resiliencia de la empresa exportadora de la provincia de Valencia ante desafíos globales», Cámara de Valencia, en https://infocamarascv.org/wp-content/uploads/2023/12/InformeCámaraCaixa-bank2023_-_Resiliencia-empresa-exportadora-Valencia.pdf

estratégico, capitalizando las oportunidades y mitigando los riesgos para asegurar un crecimiento sostenido en el futuro. Y, así mismo, le facilita al exportador los instrumentos y herramientas financieras que lubrican debidamente el proceso de exportación.

Para apoyar la ordenación y el conocimiento de estos instrumentos de apoyo a la financiación que, en la actualidad, ofrece el ecosistema económico valenciano ya mencionado, lo estructuraremos en tres

momentos clave para que dicha ordenación consiga ofrecer el panorama de localización de las herramientas más adecuadas en cada momento, de manera lo más sencilla y práctica posible.

Los tres momentos clave que consideramos para determinar las necesidades de capital y de financiación son: **Implantarse, Financiarse y Asentar la exportación**, permitiendo con ello asegurar una inversión exitosa en el exterior²⁵.



²⁵ Recomendamos como referencia general la «Guía práctica de Comercio Exterior. Exportar para crecer en Negocio Internacional», realizada por Banc Sabadell, AENOR, AMEC, AROLA, CESCE, COFIDES, ESADE y GARRIGUES correspondiente al año 2023. En: https://negociointernacional.bancsabadell.com/wp-content/uploads/Guia_Comerc_Exterior_Juny_2020_CAS.pdf

IMPLANTARSE

Dos son los posibles proyectos de externalización que precisarán contar con recursos económicos y financieros directos: Proyectos de mera Exportación y Proyectos de Implantación productiva o comercial. Ambos tipos de iniciativas precisan recursos, pero no en igual medida ni en la misma intensidad. Los Proyectos de mera Exportación exigen costes limitados y los de Implantación ya deberán contar con un Plan Económico-financiero detallado.

Para ambos, las **necesidades financieras a solventar** más importantes son las siguientes:

- Liquidez para afrontar los gastos en los que se pudiera incurrir.
- Solvencia que se pueda demostrar.
- Capacidad de endeudamiento en plazos corto, medio y largo.
- Estructura y composición del activo.
- Aumento de costes.
- Afectación sobre la rentabilidad.
- Tipos de medios de pago y su idoneidad.

Los **acompañantes posibles** son los siguientes (más adelante, aparece cada actor interviniente expuesto con mayor detalle):

- **Entidades institucionales:**
 - Rango Nacional: ICEX (Instituto de Crédito a la Exportación, ICO (Instituto de Crédito Oficial), CDTI (Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial), COFIDES (Compañía Española de Financiación del Desarrollo), CESCE (Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación), ENISA (Empresa Nacional de Innovación), Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM), Agencia Española de Cooperación (AECID)²⁶.
 - Rango Autonómico: Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial (IVACE), Cámaras de Comercio de la Comunidad Valen-



ciana, Generalitat Valenciana (Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo) y CEV (Confederación Empresarial Comunidad Valenciana)²⁷.

- **Otras entidades:** Entidades bancarias y Entidades de Financiación.

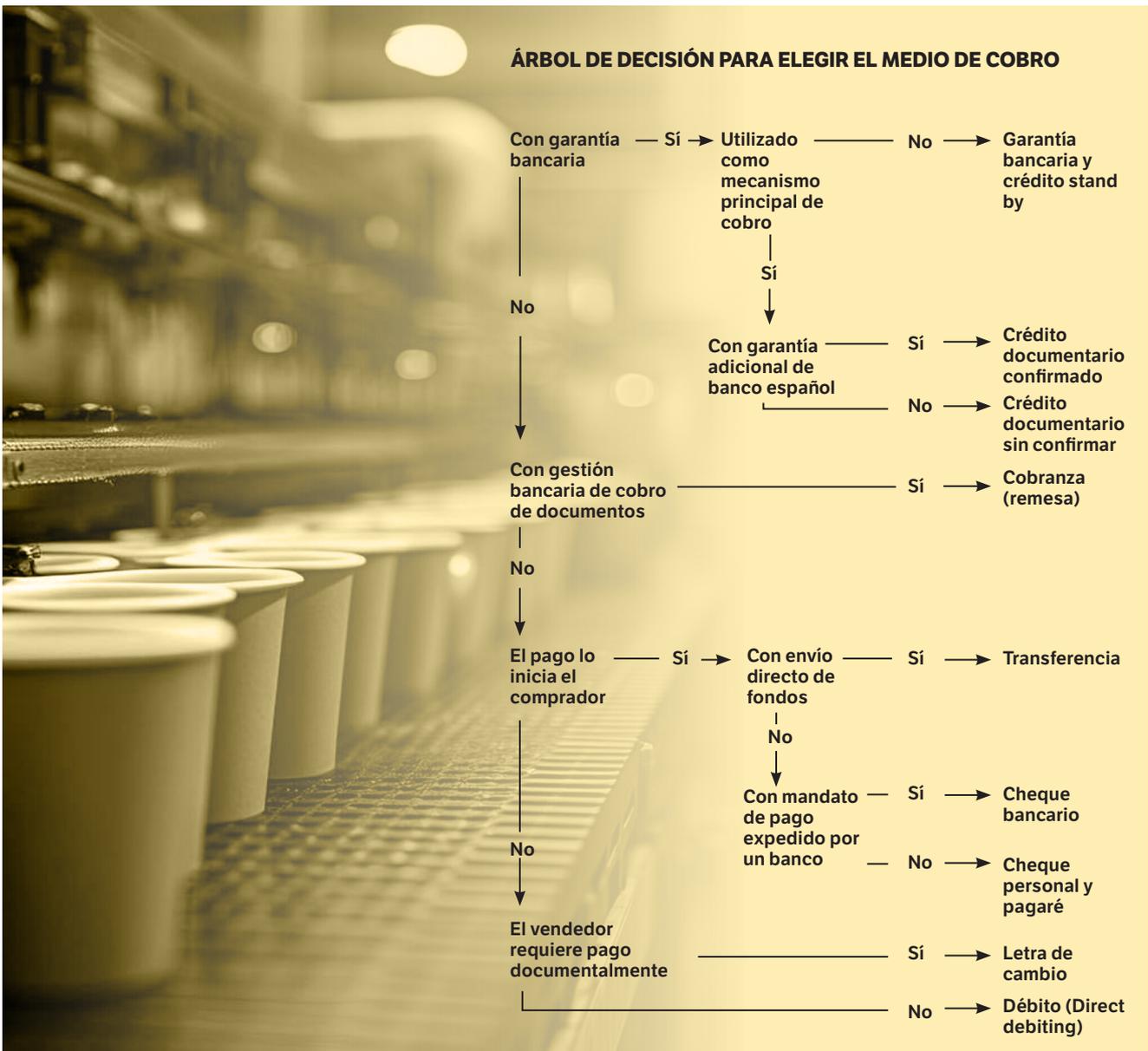
Los **documentos** más importantes que debieran considerarse en esta etapa son los siguientes²⁸:

- **Documentos:** Documentación Económico-Financiera propia, informaciones sobre el lugar de destino, en particular, mercados y hábitos de compra y de consumo, Proyecto de Exportación.

²⁶ Las líneas públicas de financiación a la exportación se encuentran compendiadas en: [Ministerio de Economía, Comercio y Empresa - Página principal de Financiación para la internacionalización](#)

²⁷ El compendio de ayudas que se auspician desde la Generalitat Valenciana a través de la Dirección General de Emprendimiento e Internacionalización dependiente de la Conselleria d'Innovació, Indústria, Comerç i Turisme se puede encontrar en: [Ayudas y subvenciones - Internacionalización - Generalitat Valenciana](#) Se elabora cada año una Guía Convocatoria, en este caso, está elaborada la del año 2025. Con detalle, también puede encontrarse en: [Incentivos-GV-2025.pdf](#)

²⁸ ICEX facilita una Guía de Trámites y Documentos de Exportación, cuya última edición corresponde a septiembre de 2024, y que puede consultarse en: [20240919-tramites-y-documentos-de-exportacion-2024.pdf](#)



FUENTE: GUÍA PRÁCTICA DE COMERCIO EXTERIOR

FINANCIARSE

El aspecto financiero del comercio internacional, resulta, desde la misma lógica del proceso, algo esencial para poder afrontar cualquier operación comercial, sobre todo en el exterior. Y ello se debe a lo más evidente: hay que hacer cobros y pagos, diferentes, aunque no en esencia, a los realizados en suelo nacional. Y, tal y como ya aludimos anteriormente, la exportación se ve sometida a una serie de riesgos, los cuáles, tienen una repercusión económica clara. De

este modo, la financiación se puede dividir en dos grandes tramos: Financiación a Corto y Financiación a Largo, cada una con sus características y dimensiones propias. Ambas precisan para su articulación y desarrollo de un Project Finance propio.

Las **necesidades financieras a solventar** en esta etapa son las siguientes:

- Financiación a corto plazo:

- Medios de pago de uso internacional.

- Garantías.
- Seguros de Crédito para la exportación.
- Acceso a los Mercados de divisas y la consideración sobre el riesgo de cambio.
- Financiación a clientes y/o proveedores

- Financiación a largo plazo:

- Avales y garantías técnicas.
- Seguros de ejecución de garantías.
- Créditos a largo plazo: Comprador, Suministrador, Forfaiting.
- Elementos propios de la Inversión Directa en el Exterior.
- Diseño de un Project Finance.

Los **acompañantes posibles** son los ya referidos. Destacamos aquí al sistema de apoyo prestado por la iniciativa CARI (Cobertura de Riesgo del Tipo de Interés) a las exportaciones españolas, ofrecido desde el ICO bajo instrucciones de la Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, y trasladado a las empresas a través de entidades financieras. Información en: [Ministerio de Economía, Comercio y Em-](#)

presa - CARI: Cobertura del riesgo del tipo de interés
El asesoramiento financiero en exportaciones por parte del ICEX puede consultarse en [Asesoramiento financiero | ICEX](#)

Los principales **documentos** que debieran considerarse en esta etapa son los siguientes:

- Documentos comerciales:

- Facturas comerciales diversas, Documentos de Transportes, Documento de Seguro, Documentos Legales, Certificado de Origen.

- Documentos financieros: Remesas documentarias, Crédito Documentario, Garantías.

- Documentos fiscales y aduaneros según destinos.

- Documentos y certificados específicos según sectores y países.

- Conocer y tener en cuenta los Incoterms (Términos internacionales de Comercio).

- Elementos a considerar en una financiación bancaria para la exportación: Pre financiación y Post Financiación, Tipo de Moneda, Riesgo de Cambio, Cash Management Internacional, Forfaiting, Factoring, Crédito Oficial, Cash Pooling.

DECÁLOGO DEL EXPORTADOR

1. Obtenga información sobre la reputación y la solvencia del comprador y elija el medio de pago adecuado a la confianza obtenida.
2. El contrato comercial debería ser completo, preciso, válido y ejecutable e incluir una cláusula relativa a la resolución de disputas y a la ley aplicable.
3. Evalúe el riesgo país en que se incurra y determine el medio de pago acorde con dicho riesgo.
4. Conozca los posibles controles o restricciones a la importación en el país de destino.
5. Infórmese sobre la existencia de barreras no arancelarias en forma de normas específicas relativas a las marcas, al empaquetado, al etiquetado, a las certificaciones, etc. que puedan requerir adaptaciones en el producto o en su representación.
6. Asigne el código adecuado según el sistema armonizado que clasifica productos a efectos arancelarios. De ello dependerán los impuestos a pagar en la aduana.
7. Elija el Incoterm adecuado de entre los 11 Incoterms 2020 de la CCI.
8. Contrate un seguro de transporte cuando corresponda (en CIF y CIP por cuenta del comprador y en el grupo D por cuenta propia).
9. Asegure la coherencia entre el mecanismo de pago, el medio de transporte, las condiciones de entrega (Incoterms) y el contrato de seguro.
10. Entregue instrucciones claras y precisas al agente de aduanas.

FUENTE: GUÍA PRÁCTICA DE COMERCIO EXTERIOR

ASENTAR LA INVERSIÓN

Una vez asentada la exportación, es necesario controlar y seguir el proceso exportador fundamentalmente a través de la generación de recursos que se intermedian a través de los flujos de caja. En definitiva, el valor neto que arroje las entradas y salidas de caja a que dan lugar las transacciones económicas con el partner y los mercados elegidos, son la base para conocer las Necesidades Operativas de Fondos (NOF). Y, el resultado de todo ello, reflejará el volumen de recursos que la empresa deberá dedicar a la función de exportación, y ver, así, si la opción y la operativa elegidas son las más adecuadas.

Las **cuestiones a tener en cuenta para el desarrollo del proyecto de exportación** serán las medidas de rentabilidad y liquidez al uso. Además de ello y si hay instalación en el país de acogida, cada vez tienen más peso los criterios denominados ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza), incluso alcanzando a los denominados reporting de Sostenibilidad.

Los **acompañantes posibles** son los ya referidos. Es necesario mantener el acceso al capital y la financiación derivado ello de la solvencia y la credibilidad de las operaciones o de la actividad específica en el país de destino.

Los principales **documentos o la documentación** que debieran considerarse en esta etapa son, además de los ya constatados en la etapa anterior, los siguientes: Perfil de riesgo y rentabilidad, y, si fuese posible, recurrir a los préstamos sostenibles.

Para empresas ya implantadas en la función de exportación o teniendo ya establecimiento en el extranjero, recomendamos el conocimiento del antiguo Centro de Asistencia al Inversor, entidad anteriormente dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio y que, ahora, se encuentra asumido por el ICEX, que permite canalizar on line las solicitudes de apoyo institucional para proyectos en el exterior o la solución de conflictos con otros Gobiernos en materia de inversiones. Puede accederse a más infor-

mación sobre posibilidades de encauzar situaciones problemáticas de este tipo en: https://comercio.gob.es/es-es/inversiones_exteriores

3.2. Apoyos institucionales de rango nacional para entrar y asentarse en los mercados exteriores

La Secretaría de Estado de Comercio es el órgano de la Administración General del Estado inserto en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del Gobierno de España, que gestiona todo lo referente al comercio, tanto interior como en el exterior, así como el apoyo a las políticas comerciales y la internacionalización de las empresas españolas.

Las instituciones oficiales españolas más representativas implicadas en la internacionalización y que apoyan de manera decidida la exportación son las siguientes²⁹:



España Exportación e Inversiones (ICEX).

Institución oficial dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa que fomenta la internacionalización desde el inicio hasta su implantación final en el exterior, así como da apoyo a la búsqueda de financiación y el fomento de las inversiones externas en España. Tiene numerosos programas de apoyo dirigidos a aspectos concretos de la internacionalización y la exportación, tales como ICEX Next, ICEX Impact+, Integra o DESAFÍA ICEX.

[ICEX | España Exportación e Inversiones](#)



Instituto de Crédito Oficial (ICO).

Banco público dependiente al Ministerio de Economía, Comercio y Empresa entre cuyas funciones está la de promoción y financiación de actividades económicas que contribuyan al desarrollo económico y social de España, así como, en consecuencia, con-

²⁹ En el año 2024, la Secretaría de Estado de Comercio, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con el apoyo de la Generalitat Valenciana editó una muy completa guía de título «Guía de servicios para la internacionalización. Edición Comunidad Valenciana». La Guía es de utilidad extraordinaria. Puede consultarse y adquirirse en: [icex.es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/guia-de-servicios/2022/valencia.pdf](https://es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/guia-de-servicios/2022/valencia.pdf)

tribuir a la mejor evolución económica del país y al incremento de la distribución de la riqueza nacional entre la población.

[Instituto de Crédito Oficial](#)



Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI).

Entidad pública dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades promotora de la innovación y el desarrollo tecnológico de la empresa española que canaliza proyectos y financiaciones orientadas a proyectos de I+D+i, tanto de rango nacional como supranacional.

[Home | CDTI](#)



Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES).

Entidad pública dependiente del Ministerio de Economía, Comercio y Empresa que proporciona financiación a medio y largo plazo a proyectos de inversión en el exterior, que resulten viables y de índole privada, donde se pueda constatar el retorno para España, y que, a su vez, contribuyan al desarrollo del país de destino.

[Financiación para la Internacionalización y el Desarrollo | COFIDES](#)



Compañía Española de Seguro de Crédito a la Exportación (CESCE).

Entidad pública que ofrece soluciones para la gestión del riesgo con dos orientaciones: Gestiona lo correspondiente al riesgo político por cuenta del estado español, y gestiona, a su vez, el riesgo económico comercial a través de una red de seguros.

[Cesce: Compañía de seguros por cuenta propia y del Estado - Cesce España](#)



Empresa Nacional de Innovación (ENISA).

Entidad de carácter público dependiente del Ministerio de Industria y Turismo que fomenta la crea-

ción, crecimiento y consolidación de las empresas españolas mediante la participación en la financiación de proyectos viables e innovadores, así como dinamiza sus necesidades financieras a través del fomento del capital riesgo.

[Enisa con el emprendimiento innovador.](#)



Fondo para la Internacionalización de la Empresa (FIEM).

Fondo sin personalidad jurídica propia, gestionado por la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo destinado al fomento de la internacionalización con financiación alternativa y complementaria.

[Ministerio de Economía, Comercio y Empresa - FIEM](#)



Agencia Española de Cooperación (AECID).

Institución dependiente del Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación concede ayudas y subvenciones a proyectos internacionales enfocados a la cooperación para el desarrollo, la acción humanitaria y la innovación, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) enunciados por Naciones Unidas (UN).

[Subvenciones - aecid.es](#)

Así mismo, prácticamente todos los ministerios del Estado español tienen programas de apoyo y ayuda a la internacionalización y, en concreto, a la exportación. Además de las instituciones concretas que se presentan en este apartado, dependientes de los ministerios correspondientes, otros ministerios que también ofrecen dichos apoyos son los siguientes:

- El Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico cuenta con el Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDEA), adscrito a la Secretaría de Estado de Energía ([Proyección Internacional | Idae](#)).
- El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación cuenta con el Portal de Comercio Exterior Ganadero (CEXGAN), el Sistema Informático por autonomía de la exportación para la actividad ganadera: [CEXGAN - Comercio Exterior](#).



- El Ministerio de Defensa ofrece colaboración a las empresas españolas del sector de la defensa a través de la Oficina de Apoyo Exterior (OFICAEX): [OFICAEX - Portal de Servicios del Ministerio de Defensa de España](#)

- El Ministerio de Cultura y Deporte a través de la Subdirección General de Cooperación y Promoción Internacional de la Cultura Española (PICE) impulsa actividades de corte cultural a través de Acción Cultural Española: [Programa PICE](#).

ICEX, como máximo exponente nacional del apoyo en la internacionalización a las empresas españolas,

cuenta con una Ventana Global de ayuda al exportador. Un servicio gratuito que proporciona respuesta en un máximo de 24 horas que se puede realizar tanto a través de medio telefónico (+34) 913 497 100 como por medio digital en información@icex.es.

Cuenta así mismo ICEX en colaboración con la CEOE con un Consejo Interterritorial de Internacionalización que fomenta tanto el apoyo a las actividades de exportación como en las referentes a los programas multilaterales con otros países³⁰.

Así mismo, la Cámara de Comercio de España realiza anualmente una convocatoria de su Plan Cameral de Internacionalización, el cual contempla actuaciones de interés general en numerosas áreas y facetas de la internacionalización y la exportación a las que pudieran presentarse las empresas españolas. En concreto, los Programas de Apoyo a la Internacionalización propuestos para el año 2024 estuvieron dotados con 8.907.305 millones de euros³¹. La convocatoria se realiza anualmente.

3.3. Apoyos institucionales de rango autonómico para entrar y asentarse en los mercados exteriores

Las instituciones oficiales radicadas en la Comunidad Valenciana que apoyan de manera decidida la exportación son las siguientes:



Instituto Valenciano de la Competitividad Empresarial (IVACE). IVACE Internacional.

Entidad pública dependiente de la Conselleria d'Innovació, Indústria, Comerç i Turisme, concebido para el refuerzo de la competitividad empresarial a través de actuaciones sobre la eficiencia energética, la innovación, el suelo industrial y la internacionalización. Cuenta con una Red Exterior de apoyo con presencia a través de 29 antenas dando servicio a 35 mercados.

<https://www.ivace.es/> / [Internacionalización](#)

³⁰ Puede consultarse en Consejo Interterritorial de Internacionalización del ICEX | CEOE

³¹ El Plan para el año 2025 adjudica a la Comunidad Valenciana 1.665.448,37 euros, a través de los fondos FEDER. Puede consultarse en: [Sede Electrónica](#)

Cámaras de Comercio de la Comunidad Valenciana.



Cámara Valencia. Servicio Internacional: [Portal de Internacionalización | Cámara Valencia](#)



Cámara de Alicante. Internacionalización: [Internacionalización - Cámara de Alicante](#)



Cámara de Castellón. Internacionalización: <https://www.camaracastellon.com/es/internacionalizacion>



Cámara de Alcoy. Internacional: [Internacional - Cámara de Comercio Alcoy](#)



Cámara de Orihuela. En colaboración con el Consejo de Cámaras.



Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana: Áreas – Consejo de Cámaras Comunitat Valenciana. A destacar el Programa Global de Internacionalización GLOBAL GV en colaboración con IVACE Internacional, [Programa Global de Internacionalización - GLOBAL CV - Consejo de Cámaras Comunitat Valenciana](#)



Consellería de Innovación, Industria, Comercio y Turismo. Internacionalización: [Internacionalización - Internacionalización - Generalitat Valenciana](#)



Confederación Empresarial Comunidad Valenciana. Ayudas a las PYMES: [Ayudas del IVACE a los planes de internacionalización de PYMES | CEV](#)

LOS DIEZ RIESGOS PROPIOS DE LA EXPORTACIÓN MÁS HABITUALES

1. Riesgos propios de la actividad concreta que realiza la empresa.
2. Riesgos de impagos.
3. Riesgos económicos y financieros.
4. Riesgos comerciales.
5. Riesgos reputacionales.
6. Riesgos contractuales.
7. Riesgos políticos.
8. Riesgos sociales.
9. Riesgos ambientales.
10. Riesgos de incumplimientos de todo tipo.

La evaluación de riesgos debe incluir no solo su identificación, sino también un análisis de la probabilidad de recurrencia del riesgo localizado, el impacto que va a suponer en ocasión de ocurrir, así como las medidas para paliar o eliminar los riesgos inherentes a la actividad.

De este modo, las fases de un Plan de Identificación y Resolución de Riesgos son cuatro: Identificación de Riesgos, Listado de Riesgos, Plan de gestión de riesgos y Seguimiento de la resolución y Prevención por Identificación de los elementos que permite evitar el riesgo³².

³² Arteaga Ortiz, Jesús (coordinador), «Manual de Internacionalización», edita ICEX, julio 2023. 6.3.- Evaluación de Riesgos. Plan de Identificación de Riesgos, página 822. Se puede encontrar en: [Manual de Internacionalización 2023 3ª Edición](#)

TIPOS DE AYUDAS QUE SE PUEDEN SOLICITAR

- 1.** Participación en ferias internacionales.
- 2.** Alojamiento y desplazamientos vinculados a misiones o eventos internacionales.
- 3.** Asesoramiento y consultoría de internacionalización y exportación.
- 4.** Aseguramiento financiero de las operaciones en el exterior.
- 5.** Acciones de marketing internacional.
- 6.** Publicidad internacional, campañas SEM, SEO, redes sociales.
- 7.** Material promocional traducido o adaptado.
- 8.** Registro y vigilancia de marca o propiedad industrial fuera de España.
- 9.** Certificaciones, homologaciones y registros internacionales.
- 10.** Contratación de personal cualificado para internacionalización.
- 11.** Otros gastos directamente relacionados con promoción internacional (ferias nacionales).
- 12.** Informe de auditoría.





4.
**EL PRIMER PASO FIRME PARA
EXPORTAR: ASESORARSE**

A estas alturas del texto, no es preciso reiterar que la exportación precisa su propia «ingeniería de procesos» y que dicha ingeniería no solo debe ser debidamente concebida, sino que también exige el apoyo de un diseñador experimentado que sepa transcribir «a planos» las posibilidades reales ante la exportación. Al modo de un arquitecto, el experto en exportación deberá saber trasladar las necesidades reales del asesorado en términos de exportación. Pero también el asesorado deberá tener en consideración y con claridad que esta pueda resultar posible, así como todo aquello que precise para iniciar o llevar a término el proceso de exportación.

Las distintas opciones que se pudieran abordar, tanto con el auxilio de institucionales nacionales o autonómicas, así como el concurso de entidades privadas, aportan un valor de acompañamiento no sólo en absoluto desdeñable, sino también, siendo posible, imprescindible. Pero dicha asistencia debiera estar dirigida por el asistido, por la empresa que pretende asentar su actividad, de algún modo, en el exterior. Por ello, y no siendo habitual en la literatura sobre los procesos de exportación, muy volcada sobre las necesidades operativas de la técnica exportadora, ofrecemos a quienes utilicen este Informe las pautas que afectan al exportador para que este cuente con una correcta orientación a cualquier ayuda que se pueda asumir. Son, en definitiva, las informaciones a contrastar entre el exportador y su acompañante ante los procedimientos de exportación, se den estos al inicio o se encuentren ya en curso. Consideramos que este conocimiento previo faculta al auxiliado para asegurar que el proceso de exportación que se lleve a cabo se adapte específicamente a su situación concreta.

4.1. Validar el proceso adecuado de exportación

Por ello, a continuación, presentamos un modelo de asesoramiento basado en los elementos principales que un exportador ha de considerar para su contraste, a través del asesor elegido, al objeto de orientar su negocio hacia fuera de sus fronteras. Lo dividiremos en cinco partes: Qué quiero exportar; Hacia donde puedo o debo exportar; Qué medios necesito poner en marcha; Con Quién debería contar y Qué resultado espero o puedo obtener. A través de esta estructuración de los datos a considerar, la información

básica que el aspirante a exportador deberá aportar y contrastar con el apoyo que haya localizado sería la siguiente:

1. ¿Qué quiero exportar?, lo que implica el contraste de la siguiente información:

- Elementos diferenciales de mi producto/servicio.
- Cuota de mercado actual y pretensiones futuras.
- Segmentación de la cliente posible del producto/servicio ofrecido.
- Lo que ofrezco, ¿precisa post venta o apoyo al inicio?
- El traslado de lo que ofrezco, ¿presenta dificultades?
- Lo que ofrezco, ¿precisa almacenaje o custodia?
- Determinación del período de disponibilidad del producto o del servicio ante el cliente.
- Consideración sobre variables clave de lo ofrecido: precio, soporte de marketing, presencia en el lugar de destino.

2. ¿Hacia dónde quiero o puedo exportar?, lo que implica el contraste de la siguiente información:

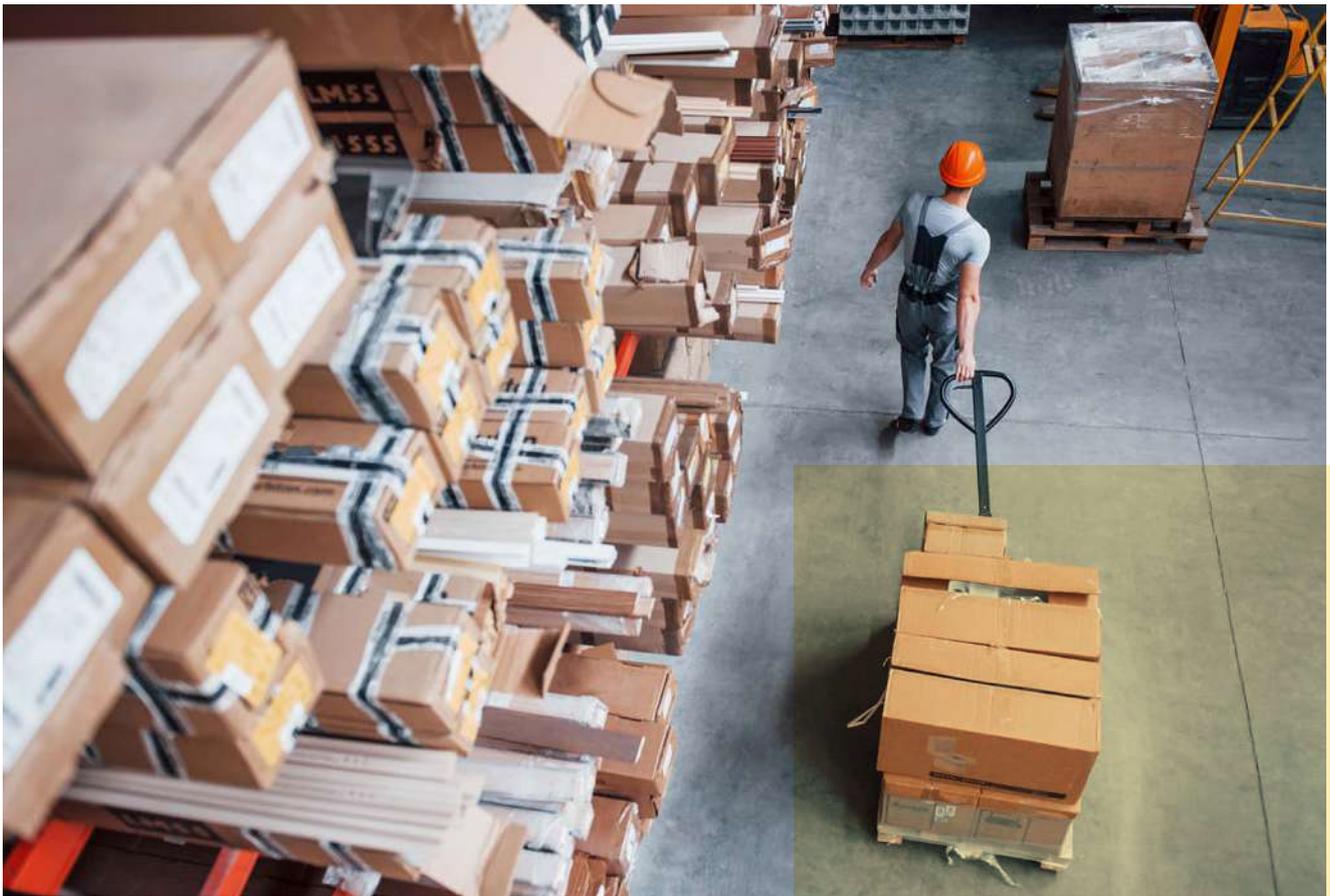
- Grado actual de presencia internacional del sector.
- Evolución de la actividad propia en el país de origen.
- ¿Exporta la competencia?
- Apoyos públicos al sector que se conozcan.
- Exposición de los motivos que llevan a decidirse a exportar.
- Decisión sobre orientarse a un mercado o varios, zonas o países.

3. ¿Qué medios necesito poner en marcha?, lo que implica el contraste de la siguiente información:

- Se cuenta o no con una partida económica para dedicar a la exportación.
- Qué implica el asesoramiento y hasta dónde llegaría.
- Necesidad de elaborar un Plan de Internacionalización.
- Acceso posible a las ayudas y a las subvenciones para la internacionalización.
- Período temporal considerado para completar el proceso.

4. ¿Con quién debería contar?, lo que implica el contraste de la siguiente información:

- Constancia de la necesidad de internacionalizarse dentro de la empresa.



- Nivel de acceso a la información sobre el destino posible.
- Capacidad de flexibilidad y cooperación durante el proceso de gestión de la exportación.
- Implicación en el proceso por parte del equipo directivo.
- Disponibilidad y características del personal asignado para afrontar la internacionalización.

5. ¿Qué resultado espero o puedo obtener?, lo que implica el contraste de la siguiente información:

- Tiempo de dedicación estimado para poner en marcha la exportación.
- Relación costes/beneficios estimados en primera instancia.
- Necesidades financieras para afrontar o consolidar la exportación.
- Posibilidad de financiar la exportación con medios propios.
- Tiempo límite de Resiliencia Exportadora: cuánto tiempo se considera necesario para validar la posibilidad real de exportar.

4.2. Buenas prácticas a considerar en la exportación

En línea con el espíritu de este punto del Informe, derivado de su vocación directamente práctica, ofrecemos una serie de buenas prácticas propuestas desde la experiencia de los actores implicados en la exportación, que completan la información necesaria con la que deberá contar el exportador a la hora de considerar, con realismo, su intención de salir a mercados exteriores, máxime si va a contar con apoyo externo.

Por ello, a continuación, ofrecemos cinco prácticas convenientes para considerar exportar:

1. Ser realista: No hay que dejarse llevar por primeras impresiones, sobre todo a la hora de elegir el mercado de destino. La información y el asesoramiento resultan imprescindibles, dado que hay mercados que presentan aspectos ocultos, solo visibles para una mirada experta.

2. La exportación es una actividad específica: Y especializada. Por ello y como tal, tiene sus propios procesos y formatos de ser llevada a cabo con éxito. De ahí la necesidad de apoyo y asesoramiento por expertos en la materia.

3. Implica a toda la empresa: La exportación, no cabe duda, es un reto empresarial que genera expectativas y que suele recibirse de una manera muy positiva. Por supuesto, hasta que aparezcan las primeras dificultades. Por ello, el manejo inteligente de la ilusión se vuelve un reto tanto organizativo como para la dirección de la empresa.

4. El enfoque es adaptativo: Lo que significa que el mercado o área consideradas como válidas para exportar exigirá adaptación a sus particularidades. Lo que funciona en el mercado local no necesariamente funciona en el mercado de recepción final.

5. Hay que nombrar responsables: El proceso de exportación y la consiguiente internacionalización exigen que se personifique el proceso, pero no solo en una o varias personas implicadas de modo directo, sino que debiera considerarse la constitución de un equipo que apoye todo el proceso de externalización en la organización, además de los directamente implicados. Se recomienda nombrar un Comité de Exportación para ello.

En definitiva, para hacer negocios con éxito y continuidad en países y culturas diferentes hay que tener en cuenta determinados aspectos como lo enunciados y que, a pesar de ser aparentemente formales y que pudieran parecer de mero sentido común, su abordaje debería provocar tanto la confianza como el entendimiento de todo lo referente al proceso exportador.

Desconocer los protocolos, las comunicaciones de negocio, las pautas culturales o la forma de relacionarse propios del lugar de destino de las exportaciones, puede frustrar el mejor negocio. Con las claves propuestas para exportar con éxito mejorará la capacidad de relacionarse en un determinado mercado elegido como referencia.

A continuación, ofrecemos una serie de casos de éxito que afectan a la puesta en marcha de procesos de exportación.

4.3. Casos de éxito en exportación

CASO DE ÉXITO 1: GDES



GDES Corporate - Grupo Dominguis Energy Services

Denominación	GDES Corporate – Grupo Dominguis Energy Services
Actividad	Productos y Servicios para el sector de la energía
Año de Fundación	1932. Inicios como Pinturas J: Dominguis
Número de empleados	Más de 1.000 profesionales
Año de Internacionalización	2000 (25 años de experiencia)
Presencia Internacional	9 países
Principales Mercados	Europa y América del Norte

CASO DE ÉXITO 2: CARMENCITA



Carmencita - 100 años dando sabor y color a tu vida

Denominación	Carmencita. Jesús Navarro SAU.
Actividad	Especias, azafrán, condimentos
Año de Fundación	1923 (102 años)
Número de empleados	415 profesionales
Año de Internacionalización	1940 (85 años de experiencia)
Presencia Internacional	75 países
Principales Mercados	Cinco continentes

CASO DE ÉXITO 3: DACSA Group



Dacsa Group - Dacsa Group

Denominación	DACSA Group
Actividad	Grupo Industrial dedicado al desarrollo de ingredientes alimentarios
Año de Fundación	1968 (57 años). Fundada como Maicerías Españolas S. A.
Número de empleados	Más de 500 profesionales
Año de Internacionalización	1940 (85 años de experiencia)
Presencia Internacional	45 países
Principales Mercados	Cinco continentes

CASO DE ÉXITO 4: NEALIS

	Nealis
Denominación	NEALIS. Grupo Gimeno (40 empresas)
Actividad	Grupo diversificado especializado en distintas actividades relacionadas con la Sostenibilidad
Año de Fundación	1873. Como NEALIS 2024
Número de empleados	8.000 profesionales
Año de Internacionalización	2018 (7 años de experiencia)
Presencia Internacional	4 países
Principales Mercados	Europa y expansión a China y Australia

CASO DE ÉXITO 7: MUÑECAS PAOLA REINA S.L.

	Paolareina.com
Denominación	MUÑECAS PAOLA REINA S. L.
Actividad	Sector Juguetero. Especialidad en muñeca
Año de Fundación	1997
Número de empleados	22 profesionales
Año de Internacionalización	1999 (26 años de experiencia)
Presencia Internacional	40 países
Principales Mercados	Asia, Europa y América Norte y Sur

CASO DE ÉXITO 5: HORCHATAS MERCADER

	Horchatamercader.com
Denominación	HORCHATAS MERCADER S. L.
Actividad	Producción, distribución y venta del producto alimentario horchata
Año de Fundación	1956. Como MERCADER S. L. desde 2004
Número de empleados	17 profesionales
Año de Internacionalización	2013 (12 años de experiencia)
Presencia Internacional	18 países
Principales Mercados	Europa y América

CASO DE ÉXITO 8: SERIFRUIT S. A. T.

	Serifruit.com
Denominación	SERIFRUIT Natural Spanish fruit
Actividad	Producción, distribución y venta de cítricos y melones
Año de Fundación	1997
Número de empleados	547 profesionales
Año de Internacionalización	1997 (28 años de experiencia)
Presencia Internacional	10 países
Principales Mercados	Toda Europa, Este y Oeste

CASO DE ÉXITO 6: WINE LUTHIER S.L.

	Wine Luthier
Denominación	WINE LUTHIER. Picture the Taste
Actividad	Soluciones tecnológicas para el sector vitivinícola
Año de Fundación	2019
Número de empleados	6 profesionales
Año de Internacionalización	2022 (3 años de experiencia)
Presencia Internacional	13 países
Principales Mercados	Europa, África y América



5.
**RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA
LA ACTIVIDAD EXPORTADORA VALENCIANA**

El análisis de la evolución de las exportaciones valencianas en el periodo 2018-2025 revela una narrativa de adaptación y resiliencia ante un escenario de incertidumbre y disrupciones, soportado en un esfuerzo más notable. A lo largo de los años, el volumen de exportaciones se encuentra navegado por un entorno de volatilidad, con picos de crecimiento y periodos de retroceso ligados a eventos globales. En concreto, los años 2023 y 2024 no han sido especialmente vistosos, en relación a la evolución desde el nefasto año 2020, año de pandemia mundial por COVID19.

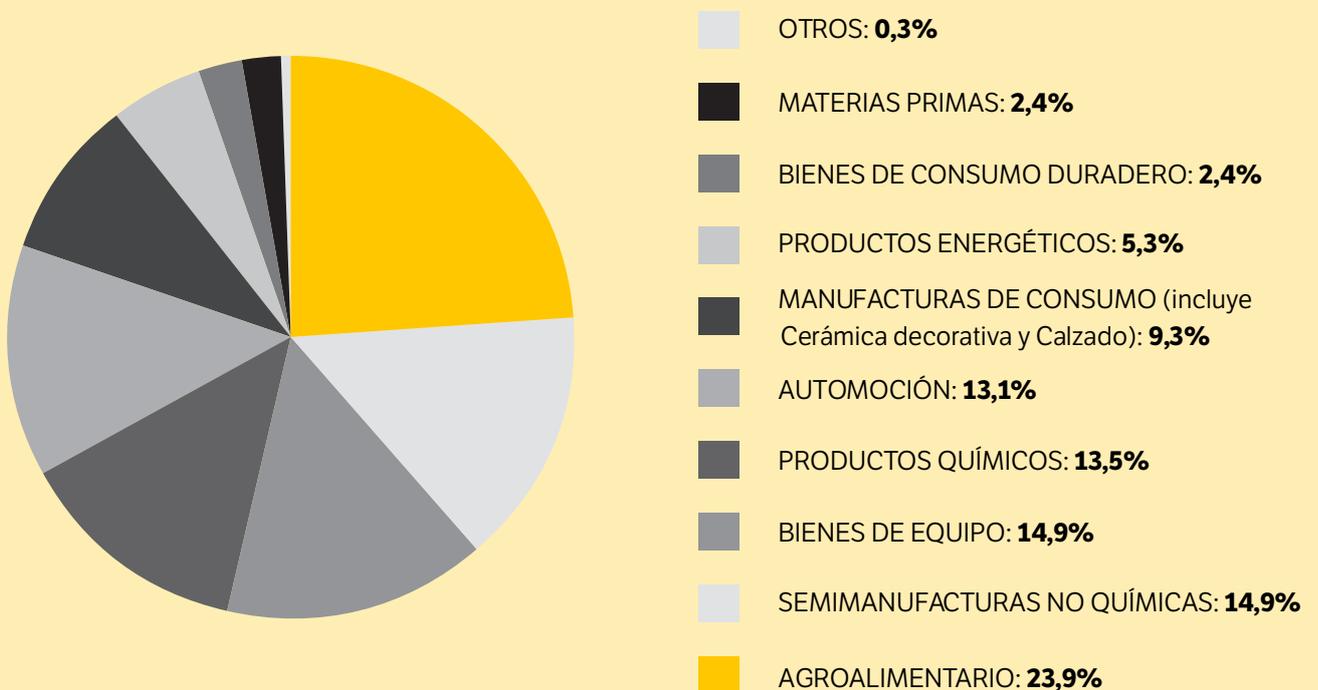
La economía valenciana se sostiene sobre una serie de sectores productivos ya muy consolidados, y que, en estos momentos, enfrentan desafíos de distinta índole en su proceso de exportación. Por ello, hay que tener en cuenta los aspectos peculiares de cada sector a la hora de considerar su situación ante una presencia ya efectiva en mercados foráneos.

Es necesario apuntar que la Comunidad Valenciana posee uno de los ecosistemas exportadores más nutricos y variados de España. Son numerosos los proyectos, los apoyos, las ayudas y los organismos, públicos y privados, que apoyan de manera explícita la exportación.

De este modo, un análisis más detallado por sectores clave y por cuantía, valor autonómico de marca y estrategia exportadora nos ofrece la siguiente información estratégica ante la exportación como fenómeno sectorial³³:

- El Agroalimentario: Un Ancla en la Tormenta: Mientras otros sectores retrocedían, el sector agroalimentario valenciano se comportó como el único gran sector que creció en 2024, con un ascenso del 7,5%, suponiendo un 24% de la exportación total valenciana. Este éxito se basa en una estrategia de valor propia que da sus frutos

SECTORES EXPORTADORES EN LA COMUNIDAD VALENCIANA 2024



³³ Información facilitada por el IVACE en: Información sectorial de la Comunitat Valenciana

de manera muy directa. La exportación valenciana del sector, con un volumen de 9.170 millones de euros en 2024, supuso, con respecto al año anterior, una variación de un aumento del 5%, siendo los destinos más elevados los europeos (Alemania, Francia, Reino Unido e Italia). En tasas de aumento, los productos más exportados son el cacao (sobre todo los transformados), los cereales, la floricultura y la frutas. Casos de éxito como Anecoop y SanLucar Fruit, ya tratados como tales en este documento, demuestran cómo la diferenciación de productos y las adquisiciones estratégicas en el extranjero son cruciales para el crecimiento y la sostenibilidad en un mercado altamente competitivo. En concreto, en la exportación de naranjas, cultivo totalmente tradicional y con un volumen de 1.500 toneladas año, muy por delante de Andalucía y Murcia, los agricultores y exportadores valencianos han logrado adaptarse a las necesidades de un mercado mundial exigente y cambiante, ofreciendo una amplia gama de producto (en particular, en las variedades de Navelina, Valencia Late y Navel Lane Late) y cumpliendo con los exigentes estándares internacionales, sobre todo en cuestiones referentes al cuidado medioambiental y a la sostenibilidad (en los últimos cinco años, se han dado aumentos de exportación con un crecimiento anual medio del 2% y del 5% en el valor total de las exportaciones). Y todo ello, a pesar de los obstáculos tales como el cambio climático, las estrictas regulaciones fitosanitarias y la competencia global. Además de todo lo referido, la eficaz red logística de distribución desde la Comunidad Valenciana permite surtir a toda Europa (75%), e incluso a mercados exteriores fuera de la Unión Europea.

- El segundo sector en cuantía en relación a la exportación los supone, las **Semi manufacturas no químicas**, integradas por los metales no ferrosos, el hierro y el acero, el papel, los productos cerámicos y similares (que se tratarán un poco más adelante), y otras semi manufacturas de orden menor. Suponen el 14,9% de la exportación en 2024, siendo el sector de la producción cerámica el componente de mayor aportación porcentual (un 9,5%). Hay que anotar que en el balance export-import, es decir en la relación entre lo que se importa y lo que se exporta, el sector todavía mantiene una situación positiva, con un saldo a



favor de 2.129,9 millones de euros. Vista esta información, quizás el sector debiera especializarse en el transformado y adaptación de los productos a los mercados más exigentes y sofisticados, gracias a la aportación de valor a la materia prima original.

- Con una cuantía similar en relación al porcentaje que aporta el sector de **Bienes de Equipo** a la exportación, con un 14,9%, estos bienes corresponden a la maquinaria para la industria, equipos para oficinas, material de transporte y otros bienes como aparatos diversos. En concreto, las máquinas, eléctricas y mecánicas, ocupan el cuarto y el quinto puesto entre los productos más exportados en la Comunidad, con un 12% de participación, lo que sitúa a Valencia como región

en la cuarta exportadora en el ranking nacional. Pero, hay que anotar que en 2024 la variación con respecto al 2023 es del -6%. A destacar que la caída del sector es de un -12,7%, y lo que se importa y lo que se exporta es muy similar. Hacemos una consideración similar que la realizada en el tratamiento del sector de Semi manufacturas del sector no químico, necesitando el de bienes de equipo apostar decididamente por la tecnología y el I+D+i, lo que serían las garantías para la aportación de valor añadido a los productos que exporten, y que permita al sector mantenerse e incluso crecer, a pesar de las circunstancias adversas circundantes.

- Con respecto al **Sector de la Automoción**, este sigue siendo un sector clave dado que supone un histórico grupo de productos exportados por parte de la Comunidad Valenciana, representando el 13% del total; por el contrario, también es el primer importador de la Comunidad (con un 13% del



total de importaciones de la región). Sin embargo, ha sido uno de los más afectados por el entorno económico adverso, con un retroceso del 21% en las exportaciones de la Comunidad Valenciana en 2024 (y con una cuantía de exportaciones de 4.653 millones de euros). Por poner un ejemplo representativo, en cuestión de productos, tan solo crece, y un escaso 16%, la exportación de sillones de ruedas. Este sector está estrechamente ligado a la demanda europea, (los principales mercados son el Reino Unido, Bélgica, Alemania e Italia), la cual representa el 62% de la exportación donde el producto más exportado son los automóviles, con un 78%, y el resto son componentes para vehículos. Este retroceso es especialmente intenso en el caso de Alemania, que ha experimentado un estancamiento económico cada vez más intenso. Todo esto subraya la vulnerabilidad de las industrias que dependen de un número limitado de mercados y la urgencia de buscar nuevas geografías o novedosos modelos de negocio. A pesar de lo referido, la Comunidad Valenciana es la séptima región española más exportadora de automóviles y componentes contando con un 8% de la exportación total de España. Así mismo, genera un valor de 6.479 millones de euros, equivalentes al 11% del total de la industria de la Comunidad, contando con un 8% de las empresas del sector en España, agrupando cerca del 14% de las empresas exportadoras españolas de productos relacionados con el automóvil. Todas estas cifras dan una idea clara de la importancia del sector para la economía y la exportación valencianas. Pero, la diversificación de mercados y la apuesta decidida por el I+D+i son pilares a reafirmar en el caso del sector valenciano de la automoción.

- **La Fortaleza de la Cerámica:** El sector cerámico, sobre todo estando ubicado en la provincia de Castellón como líder mundial sectorial, es un claro ejemplo de resiliencia. A pesar de los importantes descensos en 2023, con las exportaciones disminuyendo un 32,3% en volumen, el sector ha mantenido su vigor y ha sabido adaptarse a los nuevos desafíos, así como al impacto de los costes energéticos. Con una propensión exportadora cinco veces superior a la media española, este sector ha buscado activamente la diversificación geográfica, enfocándose a mercados como el israelí, el marroquí o el portugués, sobre todo



ante el declive los mercados tradicionales como son el francés o el alemán. Ante la incertidumbre de los aranceles de EE. UU. (que representan un golpe significativo al concentrar el 70% de las exportaciones de la UE), las empresas cerámicas han reforzado su presencia en mercados alternativos. Un ejemplo de esta estrategia es el puerto de Castellón, que duplicó su tráfico de azulejos a Marruecos en 2025, lo que demuestra la capacidad del sector para compensar los riesgos en un mercado con un mayor crecimiento en otro³⁴.

- **El Calzado: Tradición y Adaptación:** Aún siendo el 9º sector valenciano más exportador (con un total del 3% del volumen exportador de la Comunidad), el sector del calzado valenciano ha enfrentado un escenario complejo, con una caída de sus exportaciones del 9,8% en 2024 con respecto al año anterior. A pesar de ser la primera región exportadora de España en esta actividad, con una facturación que en 2021 se mantenía por encima de los 1.300 millones de euros, el sector lucha por compensar el retroceso del mercado nacional; en el caso de la Comunidad Valenciana, la exportación en 2024 estuvo en los 1.144 millones de euros, muy lejos de las exportaciones que en el radio del año 2.000 llegaron a estar en los 1.500 millones de

euros. En esos años, la importación era mínima, pero en el año 2024 la importación ya supera a la exportación. De este modo, la exportación es vital para las empresas, representando más del 75% de la comercialización para muchas de ellas.⁴⁴ Los mercados habituales y tradicionales como Francia, Alemania, Italia o Estados Unidos representan el 39% de las exportaciones. La respuesta del sector se ha centrado en cuatro grandes retos: El Reto de la digitalización y la adaptación tecnológica, con más del 60% de las empresas adoptando tiendas online, el Reto ambiental, el Reto organizativo y el Reto de la inversión en I+D+i para mantenerse competitivos. Además de todo ello, el sector cuenta con una Estrategia de re industrialización de la Comunidad Valenciana 2024 - 2028 auspiciado por la Generalitat Valenciana a través de la Conselleria d'Innovació, Indústria, Comerç i Turisme³⁵.

- **Otros sectores**, ya de orden menor, a considerar que debieran revisar su situación actual y las acciones a emprender para afrontar con holgura el futuro, serían:

El sector **Pesquero y de la Acuicultura**, cuya caída entre 2023 y 2024 es del -15%, y donde las im-

³⁴ El sector está perfectamente representado por ASCER (Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos cerámicos) ASCER | Asociación Española de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos. En particular, los datos actualizados sobre el sector se encuentran en <https://tierradeceramica.es/>

³⁵ Informe+sectorial+del+cuero+y+calzado 2024-2028

portaciones superan a las exportaciones de una manera brutal, a pesar de ser la quinta región española más exportadora, con un 10% del total español, y contar con puertos pesqueros como el Santa Pola, Alicante, Castellón, Valencia o Vinaròs, aunque no encontrándose estos entre los primeros puestos del ranking nacional.

Por el contrario, el sector de la **Cosmética y la Perfumería** incrementa las exportaciones en el año 2024 en contraste con el año 2023 en un 11%, siendo la tercera región española con respecto a las exportaciones sectoriales propias, lo que supone que dichas ventas se correspondan con un 7% del valor de lo exportada en España. Y esta, es el octavo mayor exportador mundial de productos cosméticos con una cuota del 5% de las exportaciones mundiales de los productos de cuidado personal. Este, por lo tanto, sería un candidato idóneo para recibir el apoyo necesario para seguir incrementando la actividad exportadora desde la Comunidad Valenciana. Cuestión muy similar es lo que ocurre con el sector de los **Productos de Limpieza**, estos más estándar y generales, con menor sofisticación en comparación con los de cuidado personal y que cuenta con un aumento de exportación del 10%, sector en el que, además, las exportaciones son mayores que las importaciones. Para su ejecución, la Comunidad cuenta con el 15% de las empresas activas de fabricantes de jabones, detergentes y otros artículos de limpieza de toda España.

Un sector que ha pasado por crisis importantes y que todavía se encuentra en un proceso de adaptación en lo referente a la actividad exportadora lo supone el sector **Juguetero**. En la diferencia entre la exportación entre los dos años que estamos refiriendo, la variación negativa es del -8,7%, siendo también más elevada la importación que la exportación. Y este es un sector tradicional de Valencia, suponiendo un 33% de las empresas activas españolas fabricantes de juegos y juguetes, lo que da una idea clara de su peso específico sectorial. El juguete tradicional es el más exportado, con un 56% del total, lo que indica una posible revisión tanto del producto ofertado, cada vez más orientado a su tecnologización, así como afecta a los países receptores de los juguetes, siendo necesario buscar destinos con mayor sofisticación

o demandantes de productos originales e incluso exclusivos, con un gran apoyo en la tecnología, dispuestos a pagar más por productos diferenciados.

Es necesario destacar la caída de un -8% del sector de **Servicios**, tanto de transporte como de tipo empresarial, cuando en los años anteriores había experimentado un crecimiento muy notable. La Unión Europea es la principal adquiriente, aunque se están abriendo mercados tan distantes como los de América u Oceanía. Destacan dos tipos de servicios por encima del resto: Transporte con un 41% y Empresariales con un 40%.

Un sector con un crecimiento de gran impacto lo supone el de **Tecnología**, en este caso de tipo medio y medio-alto, con un aumento del 23% de las exportaciones, muy ligadas sus actividades con el resto de sectores industriales mencionados. Sigue una evolución muy positiva desde el año 2020, convirtiendo a Valencia en la cuarta región más exportadora en España de este tipo de tecnologías, con un 8% del valor total. Sector muy apreciado, genera el 10% del empleo, aporta un 6% de la cifra de negocio, encontrándose en Valencia el 3% de las empresas del sector. Este es, por lo tanto, un sector muy a tener en cuenta y que está adaptándose de manera muy inmediata y con resultados palpables a todos los cambios que exigen la actual nueva mirada que hay que mantener sobre la exportación.

• Otros sectores que, teniendo un impacto exportador menor del 5% pero que debieran ser revisados para favorecer su crecimiento en un futuro próximo, sobre todo después de conocer los resultados del año 2024 y la comparativa con el año 2023, serían los de:

- **Mármol y Piedra Natural**, con una variación negativa del -1,3% y un mayor número de importaciones que de exportaciones.
- **Mueble**, con una situación similar, variación negativa del -3%, y más importación que exportación, a pesar de ser la segunda región española más exportadora.
- **Pigmentos y Esmaltes**, con un retroceso del -2,3%, a pesar de ser también la segunda región española más exportadora y contar con un muy alto nivel en cuanto a las exportacio-

nes frente a las importaciones. Por ello, habría que revisar su perfil de competitividad, sobre todo teniendo en cuenta la revolución digital que se está produciendo actualmente en todo el mundo y que afectará de lleno a negocios que precisan tinta y papel.

- **Textil y Confección**, representando tan solo el 3% del total exportado desde la Comunidad, en textil hogar se tiene el 23% del sector exportador de este tipo de productos en España. A pesar de ello, el retroceso se cifra en el -4%, siendo también más altas las importaciones que las exportaciones. A destacar la exportación de alfombras.

- Otro sector necesitado de revisión sería el sector de **Tecnologías de la Información (TIC)**, dada su caída en la comparación anual de un -17%. A pesar de ello, Valencia sigue siendo la cuarta región española en cuanto a la exportación de actividades TIC, destacándo-

se la importación de equipos. La industria de material y equipo eléctrico, electrónico, informático y óptico de la Comunidad Valenciana genera un valor equivalente al 4% del total de la industria.

La disparidad en las estrategias de adaptación de estos sectores revela una verdad fundamental: la resiliencia exportadora no es una cualidad universal que se pueda aplicar a un sector o a una tipología de empresa en particular. Mientras que industrias con una alta capacidad de inversión y un producto diferenciado (agroalimentario, cerámica) han logrado sortear la volatilidad global a través de la diversificación y la inversión directa, otros sectores como el calzado, aunque están implementando la digitalización, se encuentran en una fase más incipiente de búsqueda de un nuevo modelo que les permita recuperar la senda de crecimiento en el exterior.

Seis son las recomendaciones que consideramos clave para apuntalar la necesaria revitalización y el apoyo efectivo del sector exterior de la Comunidad Valenciana; y estos son los siguientes:

- 1. Diversificar Mercados:** Ante el estancamiento de la demanda europea, es crucial continuar la tendencia de crecimiento en mercados de alto potencial como algunos de los países comunitarios y no comunitarios del este de Europa, Estados Unidos, China y el norte de África, capitalizando los recientes repuntes registrados. En definitiva, ante el auge del proteccionismo comercial como fórmula de relación actual, se trata de crear un entorno más adaptado a dicha situación, y más flexible ante acontecimientos inesperados.

- 2. Capitalizar el Apoyo Institucional:** Como ya se ha comentado, el entramado empresarial valenciano, en feliz connivencia con los apoyos que prestan los organismos oficiales ante la exportación, permiten crear un ambiente de «diplomacia comercial» que permite el desarrollo de la actividad exterior de manera mucho más intensa.

- 3. Invertir en Digitalización y Resiliencia Exportadora:** Para mejorar la competitividad y mitigar los riesgos de la cadena de suministro, las empresas deben aumentar la inversión en herramientas digitales, comercio electrónico y talento especializado.



Cuando hablamos de digitalización, se trata también de procesos y sistemática, dado que las modernas técnicas y desarrollos como la Inteligencia Artificial y los nuevos sistemas de conexión permiten no solo estar más y mejor comunicados, sino también tener una visión del comercio exterior menos «material», física, en definitiva, y más tecnologizada.

4. Reevaluar el Modelo de Internacionalización:

Las empresas con una alta exposición a mercados con riesgo geopolítico deben analizar si el modelo de exportación directa es sostenible a largo plazo y considerar la inversión directa en producción o distribución en el exterior para asegurar su presencia, como ha demostrado el sector cerámico y de bienes de equipo. La evidente mejora de los sistemas de información y conocimiento permite actuaciones mucho más inmediatas y rápidas. Los mercados ya no son inamovibles y estancos, sino que se mueven con mucha rapidez e interaccionan cada vez más.

5. Fomento de la colaboración entre exportadores:

Como ya se apuntó, acompañado se llega más lejos. Es indudable la tradición exportadora manifestada por la región valenciana, que tiene un respaldo prácticamente de siglos, tiempo en el que el espíritu em-

prendedor y decidido del empresariado valenciano se ha visto recompensado con una presencia de sus productos y sus servicios prácticamente de alcance mundial. Momento es, por lo tanto, de volver a encauzar los esfuerzos para lograr obtener los resultados exportadores a los que nos tenía acostumbrada la Comunidad Valenciana. Para ello, crear redes de relación comunitaria, así como favorecer las buenas prácticas exportadoras compartidas ayudaría a favorecer unas implantaciones más exitosas en el exterior.

6. Incremento de la competitividad exportadora,

a partir de la incorporación de criterios de incremento de valor añadido a los productos y los servicios. Para medir la competitividad en términos generales en cuanto a la capacidad exportadora, una variable de importancia trascendental lo supone la diferencia sectorial, como saldo, entre las exportaciones y las importaciones, un factor que denominaremos factor saldo export-import. Y este factor, aplicado a los diez sectores exportadores que considera el IVACE en el año 2024 en comparación con los resultados y datos obtenidos el año 2023, resulta negativo en la mitad de los sectores, cinco en concreto. Los próximos años resultaran vitales para revertir esta situación.





VALENCIA EXPORTA

Informe sobre exportación e inversión empresarial
de la Comunidad Valenciana en el exterior