

PlantaDoce.

Entorno

Costes 'in house' y ventas en el exterior: la estructura productiva de Europa

Los países de Europa generan el 56% de sus ventas en mercados internacionales, más allá de los europeos, aunque la mayoría de sus costes de producción se concentran en el Viejo Continente, según un análisis de Morgan Stanley.

B. B.
18 jul 2022 - 04:56



Las incertidumbres geopolíticas, las interrupciones de la cadena de suministro y las recuperaciones escalonadas después de la pandemia han dejado patente la necesidad de conocer más que nunca la exposición de las empresas a los ingresos y los costes.

Morgan Stanley elabora de forma regular la Guía de Exposición Global, que proporciona **información sobre en qué áreas de mercado se generan los ingresos y los costes de las empresas** y, por tanto, son más sensibles a los cambios en el impulso y crecimiento económico regional.

En el caso de las compañías europeas, el 44% de los ingresos proceden de los países de Europa desarrollada, seguido de los mercados emergentes (31%) y, en tercer lugar,

PlantaDoce.

los países de Norteamérica (21%).

Respecto a los costes, Estados Unidos representa el 16% para las empresas europeas, seguido de Asia, que supone el 11%. Obviamente, **la gran mayoría de los costes se producen en países de Europa, no incluyendo Reino Unido (46%)**. Si se incluye el Reino Unido, el porcentaje alcanza el 61%.

Conocer dónde se producen los ingresos y los costes de las empresas ha cobrado importancia en el actual contexto de retroceso de la globalización

“Las empresas europeas, en su conjunto, están más expuestas a los costes de la Europa desarrollada que a los ingresos, lo que tiene sentido dado que Europa es una economía predominantemente exportadora”, señala Morgan Stanley en su informe.

Entre los principales países europeos, los que generan mayores ingresos en la Europa desarrollada son Irlanda e Italia, con el 61,7% y el 61,5%, respectivamente. En el caso de Alemania, este porcentaje es del 48,9%, muy similar a España (47,2%) y Francia (48,2%).

A escala sectorial, el inmobiliario, la venta minorista de alimentos y los servicios públicos son los sectores con mayor presencia doméstica en Europa. La mayor parte de la elevada exposición de Europa a los mercados emergentes proviene de los sectores de materias primas, semiproductos y bienes de consumo duradero. **El sector de salud (farmacia y tecnología médica) tiene una exposición desproporcionadamente grande hacia Estados Unidos, con un peso del 40%.**

El informe también analiza la presencia internacional de las empresas del Reino Unido, que en líneas generales presentan también una buena diversificación. Así, el primer área por ingresos para las empresas del Reino Unido son los países emergentes, con un peso del 35%, seguido del propio Reino Unido (26%), los países de Norteamérica (21%) y los mercados de Europa desarrollada (14%).