

## **CaixaBank y Cámara Valencia presentan un estudio sobre mercados y productos de oportunidad para el comercio exterior valenciano en 2022**

- *El informe analiza cómo afectan los retos y tensiones del escenario internacional a las empresas valencianas y las posibilidades de apertura a nuevos mercados.*
- *El documento de trabajo ha sido presentado por el director territorial de CaixaBank en la Comunitat Valenciana, Xicu Costa, y el presidente de Cámara Valencia, José Vicente Morata.*

**Valencia, 15/12/2021.-** El director territorial de CaixaBank en la Comunitat Valenciana, **Xicu Costa**, y el presidente de Cámara Valencia, **José Vicente Morata**, han presentado este miércoles el informe 'El comercio exterior valenciano ante un nuevo escenario internacional en 2022: Mercados y Productos de Oportunidad', un estudio fruto del convenio entre ambas entidades.

El director territorial de CaixaBank en la Comunitat Valenciana ha asegurado que "con este trabajo, Cámara y CaixaBank queremos seguir apostando por la apertura de nuestras empresas a nuevos mercados, porque estamos convencidos de que las empresas que exportan son más competitivas e innovadoras, invierten más en investigación y desarrollo de producto, en digitalización y en sostenibilidad, valores que las sitúan como empresas atractivas a la vez que incrementan el nivel de desarrollo de la economía valenciana".

"Queremos que, cada vez más, las empresas incorporen el comercio exterior como uno de los activos de crecimiento y el informe que presentamos, el sexto que publicamos sobre mercados exteriores, una muestra de cómo la colaboración puede ayudar al tejido empresarial valenciano, aportando la información necesaria para trazar su estrategia de exportación", ha destacado el presidente de Cámara Valencia.

El estudio pone de manifiesto los retos y tensiones del escenario internacional provocados por los desajustes entre la oferta y demanda de bienes y la rotura de la cadena de suministros y escasez de materias primas y otras semimanufacturas, lo que se ha traducido en un intenso aumento de los precios, tanto en los fletes marítimos con Asia, como en el aumento acelerado de los precios energéticos, por encima de los niveles previos a la pandemia.

Todos estos cambios están incidiendo en las empresas exportadoras, no sólo valencianas, sino de la mayor parte de los países y afectan, sobre todo, a las cadenas de suministro, a la estructura de costes de producción y a las prioridades de los mercados proveedores y de destino.

Las empresas se enfrentan a un escenario que cambia rápidamente, lo que las obliga a adoptar políticas flexibles que les permitan adaptarse a los nuevos condicionantes y tendencias que marcan los intercambios comerciales internacionales. Pero también se abre ante ellas la posibilidad de aprovechar los nuevos nichos de mercado y oportunidades que surgen con estos cambios.

Entre las principales conclusiones del estudio destacan las siguientes:

- Las cadenas de suministro internacionales y las estructuras de costes de las empresas se están viendo afectadas notablemente, lo que se está traduciendo en una mayor propensión al acortamiento de las cadenas de suministro, desviación de comercio, cambios en las políticas de stock (aumentar los stocks frente al just in time) y diversificación de proveedores en mercados más cercanos. Esta situación supone un aumento de las oportunidades en el mercado europeo, destacando los que son ya nuestros principales mercados: Francia, Alemania, Portugal, Bélgica y Países Bajos. Destaca también Turquía que se está posicionando en el comercio internacional como alternativa a los mercados asiáticos.
- Los cambios en los hábitos de consumo - mayor gasto en hábitat, el uso del ecommerce, la digitalización y mayor preocupación por la sostenibilidad- ofrecen buenas oportunidades en mercados de alto poder adquisitivo: países del norte de Europa, Estados Unidos, Canadá y Oriente Medio.
- La cercanía de los mercados del norte de África (Túnez, Marruecos o Egipto) y de África Occidental supone una ventaja de costes para las empresas valencianas, tanto como mercados de destino como proveedores de insumos.
- Los elevados costes de los fletes con Asia y la incertidumbre en el suministro de los pedidos (ya sea de compra como de venta) van a incidir negativamente en los intercambios comerciales a los mercados asiáticos. No obstante, China e India seguirán siendo mercados con elevado potencial de crecimiento para productos de valor añadido medio-alto.

## **Mercados de oportunidad para las empresas valencianas**

La rápida recuperación de la demanda, a partir de la segunda mitad de 2020, se ha traducido en una recuperación de la mayor parte de los productos exportados por las empresas valencianas.

- Los productos agroalimentarios mantendrán la senda ascendente, sobre todo en el mercado europeo y norteamericano, al aumentar su peso en la cesta de la compra.
- La pandemia ha cambiado los hábitos de consumo en los países desarrollados, lo que implica una mayor demanda de bienes y servicios relacionados con el hábitat, el confort, el deporte y la salud, pero también una mayor demanda de productos electrónicos, tanto para el ocio como para el trabajo.
- Frente a un sector del automóvil en retroceso temporal (tanto por la demanda como por la imposibilidad de producir ante la falta de chips) se amplía el mercado para elementos de transporte eléctricos y una mayor movilidad urbana.
- Cabe destacar también la oportunidad para las semimanufacturas del metal, las destinadas al sector de la construcción, del sector químico, como proveedores alternativos a los procedentes de los países asiáticos. Su creciente competitividad se basa, no en el precio, sino, sobre todo, en la disponibilidad, cercanía geográfica y menos incertidumbre en el suministro.
- Por último, el notable aumento de los costes de producción que están sufriendo las empresas a nivel mundial -por materias primas, energía y transporte- podrían afectar negativamente a los planes de inversión a medio plazo, y, por ende, a las exportaciones de bienes de equipo.