

La alta cotización del euro vista por el mundo empresarial

Las empresas reaccionan mejorando las calidad y el servicio prestado

El 58% de las empresas españolas afirma que la apreciación del euro no repercute directamente en su negocio y sólo una de cada cuatro considera que la revalorización está generando dificultades en su actividad. Así se pone de relieve en el informe "Efectos de la apreciación del euro en las empresas españolas", elaborado por las Cámaras de Comercio, a partir de una encuesta a más de 4.700 empresas españolas de todos los tamaños y sectores.

Un 36% sostiene que se está reduciendo su margen comercial y más de la mitad de las empresas considera que su estrategia ante la apreciación del euro se centra en la mejora de la calidad y servicio. Mientras, el 89% de las compañías afirma que la revalorización no proporciona nuevas oportunidades de negocio para la empresa y el 85% considera que tampoco supone una ocasión para invertir.

Una apreciación del 83%

Desde el año 2002 el tipo de cambio \$/€ ha experimentado una apreciación superior al 83% hasta situarse por encima de los 1,55 dólares por euro. Esta apreciación tiene consecuencias directas en la actividad económica y empresarial. La evolución del euro respecto al dólar se puede explicar por los tipos de interés que existen en la zona euro y Estados Unidos, así como por el diferencial de inflación, de crecimiento y por la movilidad de capitales. Las consecuencias de la evolución del tipo de cambio para España son analizadas en un contexto de globalización y pertenencia a la zona euro.

Con objeto de analizar la situación y los efectos que esta apreciación ha tenido en las empresas españolas, las Cáma-

ras de Comercio han llevado a cabo la segunda encuesta sobre los efectos de la apreciación del euro en las empresas españolas. En ella se analizan las consecuencias de la revalorización de la moneda en los últimos meses, y permite comparar la situación actual con la de 2003, cuando la moneda europea alcanzó 1,15 dólares/euros, superior a los 0,85 dólares/euros que se pagaban en 2001.



Efectos en la cifra de negocio

Las empresas consideran que la apreciación del euro está teniendo efectos negativos en su cifra de negocio y en las ventas fuera de la zona euro. No obstante, estos efectos son menores que los registrados en 2003, año en que las Cámaras realizaron la primera encuesta sobre la revalorización de la moneda europea. Asimismo, comparando los datos actuales con 2003, también se pone de relieve que se reduce significativamente el porcentaje de empresas que señala que la competencia ha aumentado con la apreciación del euro.

Sectores

Las compañías del sector industrial, más

abierto al exterior, constatan un efecto negativo de la apreciación del euro en su cifra de negocio y en sus exportaciones fuera de la zona euro. Una de cada tres empresas industriales considera que la apreciación del euro genera dificultades adicionales en el negocio. Además una de cada cuatro señala que trae como consecuencia cambios en su estrategia de negocio.

Las compañías del sector industrial y turístico son las que en mayor medida están viéndose obligadas a reducir sus márgenes ante la apreciación de la moneda única. Hostelería y turismo es el más perjudicado por esta apreciación en lo que a cifra de negocio se refiere.

Las grandes, las más afectadas

Atendiendo al tamaño de las empresas, son las de más de 250 empleados las que se han visto más afectadas por la apreciación de la moneda europea. Las compras fuera de la zona euro están tomando especial relevancia entre este tipo de empresas. Las medianas (10-249 empleados), por su parte, señalan aumentos en la competencia, a la que deben de hacer frente en sus mercados tras la revalorización.

En cuanto a las medidas que están tomando para contrarrestar los efectos, las compañías grandes y medianas son las que, en mayor medida, están centrando su estrategia en la mejora de la calidad y el servicio. Además, casi una de cada cuatro empresas de más de 250 empleados considera que la apreciación del euro supone una oportunidad para invertir en el exterior.

Fuente: Consejo Superior de Cámaras