

EFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- La mayor parte de las empresas considera limitados los efectos de la apreciación del euro porque sólo el 20% realizan compras o ventas fuera de la zona euro.
- Las empresas afectadas se ven obligadas a reducir márgenes.
- Las más perjudicadas por la apreciación del euro son las empresas de mayor dimensión y del sector industrial. Las compañías de hostelería y turismo también se encuentran entre las más afectadas.
- Las empresas están reaccionando tratando de mejorar la calidad y el servicio prestado.

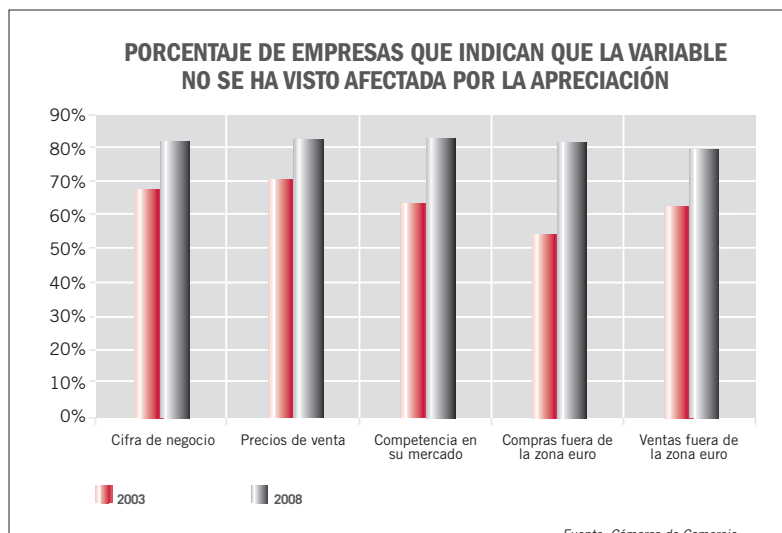
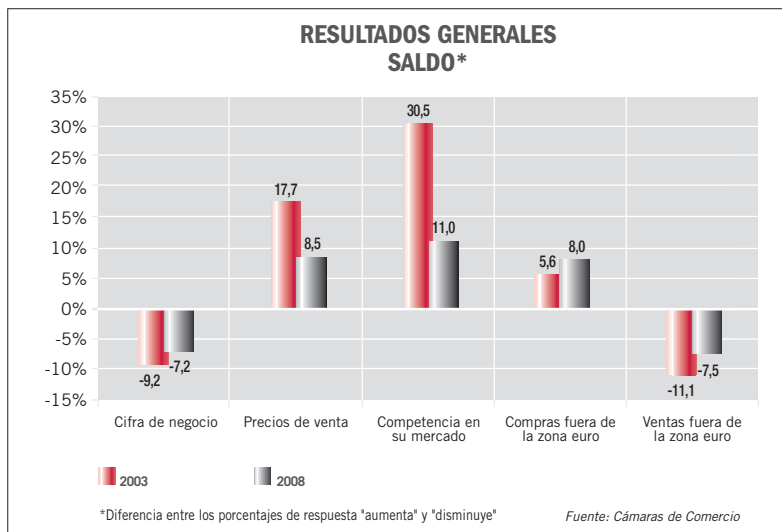


RESULTADOS GENERALES



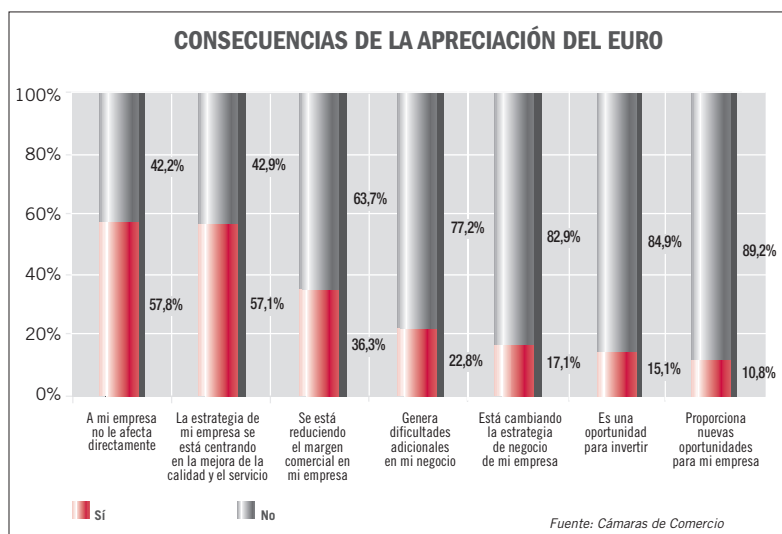
EFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- El efecto en las empresas de la apreciación que ha experimentado el euro en los últimos meses es limitado.
- La apreciación del euro tiene efectos negativos en la cifra de negocio de las empresas y en las ventas fuera de la zona euro. Estos efectos son de menor cuantía que los registrados en 2003.
- Se reduce significativamente respecto a 2003 el porcentaje de empresas que señala que la competencia ha aumentado con la apreciación del euro.
- Las compras fuera de la zona euro se incrementan con la apreciación del euro en mayor medida que en 2003.
- Aumenta, respecto a 2003, el porcentaje de compañías que señalan que las variables analizadas no han registrado cambios a pesar de la apreciación de la moneda única.



CONSECUENCIAS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- La mayoría de las empresas indica que la apreciación del euro no les afecta directamente. Cerca de 1 de cada 4 empresas considera que la revalorización de la moneda única genera dificultades en su negocio.
- 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 el servicio.
- En general, las empresas no aprecian que la revalorización del euro proporcione nuevas oportunidades de negocio o de inversión.





RESULTADOS POR SECTORES



EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- 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.
- El sector de *hostelería y turismo* es el más perjudicado en lo que a cifra de negocio se refiere por la apreciación del euro.

SALDOS*

| | Industria | Construcción | Comercio | Hostelería | Otros servicios |
|-------------------------------|-----------|--------------|----------|------------|-----------------|
| CIFRA DE NEGOCIO | -10,7 | -7,6 | -10,1 | -12,1 | -1,9 |
| PRECIOS DE VENTA | 8,4 | -3,0 | 17,4 | 6,0 | 6,0 |
| COMPETENCIA EN SU MERCADO | 16,5 | 3,7 | 14,7 | 10,7 | 8,9 |
| COMPRAS FUERA DE LA ZONA EURO | 5,0 | 7,7 | 15,6 | 7,5 | 3,0 |
| VENTAS FUERA DE LA ZONA EURO | -24,6 | -9,4 | -2,6 | -5,2 | -1,9 |

*Diferencia entre los porcentajes de respuesta "aumenta" y "disminuye"

Fuente: Cámaras de Comercio



CONSECUENCIAS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- En el sector *industrial* 1 de cada 3 empresas considera que la apreciación del euro genera dificultades adicionales en el negocio. Además, 1 de cada 4 señala que la apreciación del euro 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.

| % de respuestas afirmativas | Industria | Construcción | Comercio | Hostelería | Otros Servicios |
|--|-----------|--------------|----------|------------|-----------------|
| A MI EMPRESA NO LE AFECTA DIRECTAMENTE | 60,0% | 64,9% | 52,5% | 52,8% | 60,2% |
| LA ESTRATEGIA DE MI EMPRESA SE ESTÁ CENTRANDO EN LA MEJORA DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO | 63,1% | 60,0% | 63,0% | 75,0% | 44,4% |
| SE ESTÁ REDUCIENDO EL MARGEN COMERCIAL EN MI EMPRESA | 46,6% | 34,3% | 41,5% | 49,1% | 26,0% |
| GENERA DIFICULTADES ADICIONALES EN MI EMPRESA | 32,0% | 19,2% | 25,3% | 28,6% | 17,9% |
| ESTÁ CAMBIANDO LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE MI EMPRESA | 24,2% | 18,7% | 19,0% | 22,1% | 11,5% |
| ES UNA OPORTUNIDAD PARA INVERTIR | 14,0% | 17,1% | 16,8% | 18,8% | 12,2% |
| PROPORCIONA NUEVAS OPORTUNIDADES PARA MI EMPRESA | 8,1% | 11,7% | 13,5% | 14,3% | 8,0% |

Fuente: Cámaras de Comercio



RESULTADOS POR TAMAÑOS



EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- En general, las empresas de más de 250 empleados, más abiertas al exterior, son las que se han visto afectadas en mayor medida por la apreciación del euro.
- Las medianas empresas de 10 a 249 empleados señalan principalmente aumentos en la competencia a la que deben hacer frente en sus mercados, tras la apreciación del euro.
- Las compras fuera de la zona euro toman especial relevancia, con la apreciación de la moneda única, entre las empresas de mayor dimensión.



CONSECUENCIAS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

- Las compañías de 10 a 49 empleados y las de 250 y más trabajadores son las que en mayor medida están centrando su estrategia en la mejora de la calidad y el servicio.
- Casi 1 de cada 4 empresas de 250 y más empleados considera que la apreciación del euro supone una oportunidad para invertir en el exterior.
- En todos los segmentos de tamaño, más del 30% de las empresas considera que se está reduciendo su margen comercial. Esta situación es más importante en las empresas pequeñas y en las compañías de 250 y más empleados.

SALDOS*

| | 1 a 9 emp. | 10 a 49 emp. | 50 a 249 emp. | 250 y más |
|-------------------------------|------------|--------------|---------------|-----------|
| CIFRA DE NEGOCIO | -7,0 | -7,2 | -10,8 | -14,0 |
| PRECIOS DE VENTA | 8,7 | 7,4 | 4,1 | -6,3 |
| COMPETENCIA EN SU MERCADO | 10,2 | 15,6 | 18,8 | 10,3 |
| COMPRAS FUERA DE LA ZONA EURO | 6,6 | 17,5 | 16,3 | 22,6 |
| VENTAS FUERA DE LA ZONA EURO | -7,5 | -9,5 | -12,4 | -28,9 |

*Diferencia entre los porcentajes de respuesta "aumenta" y "disminuye"

Fuente: Cámaras de Comercio

% de respuestas afirmativas

| | 1 a 9 emp. | 10 a 49 emp. | 50 a 249 emp. | 250 y más |
|--|------------|--------------|---------------|-----------|
| A MI EMPRESA NO LE AFECTA DIRECTAMENTE | 57,9% | 57,1% | 57,8% | 55,3% |
| LA ESTRATEGIA DE MI EMPRESA SE ESTÁ CENTRANDO EN LA MEJORA DE LA CALIDAD Y EL SERVICIO | 56,3% | 62,7% | 62,4% | 68,6% |
| SE ESTÁ REDUCIENDO EL MARGEN COMERCIAL EN MI EMPRESA | 36,7% | 34,6% | 31,4% | 36,4% |
| GENERA DIFICULTADES ADICIONALES EN MI EMPRESA | 22,3% | 25,5% | 32,4% | 35,0% |
| ESTÁ CAMBIANDO LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO DE MI EMPRESA | 17,1% | 16,7% | 20,7% | 28,9% |
| ES UNA OPORTUNIDAD PARA INVERTIR | 14,9% | 15,3% | 21,2% | 22,9% |
| PROPORCIONA NUEVAS OPORTUNIDADES PARA MI EMPRESA | 10,6% | 11,0% | 17,7% | 14,8% |

Fuente: Cámaras de Comercio

RESULTADOS GENERALES

P.1. En los últimos meses el euro ha experimentado una importante apreciación respecto al dólar, ¿cómo afecta a su empresa esta revalorización en lo referente a las siguientes variables? (se incluyen resultados encuesta 2003):

| | Aumenta | | Sigue igual | | Disminuye | | No realiza | |
|-------------------------------|---------|-------|-------------|-------|-----------|-------|------------|-------|
| | 2003 | 2008 | 2003 | 2008 | 2003 | 2008 | 2003 | 2008 |
| Cifra de negocio | 11,7% | 5,5% | 67,4% | 81,8% | 20,9% | 12,7% | | |
| Precios de venta | 23,5% | 13,0% | 70,7% | 82,5% | 5,8% | 4,5% | | |
| Competencia en su mercado | 33,6% | 14,0% | 63,4% | 83,0% | 3,1% | 3,0% | | |
| Compras fuera de la zona euro | 25,8% | 13,1% | 54,0% | 81,8% | 20,2% | 5,1% | 83,7% | 79,2% |
| Ventas fuera de la zona euro | 13,1% | 6,3% | 62,7% | 79,9% | 24,2% | 13,8% | 84,7% | 80,8% |

P.2. Valore las siguientes afirmaciones sobre las consecuencias de la apreciación del euro:

| | Sí | No |
|--|-------|-------|
| A mi empresa no le afecta directamente | 57,8% | 42,2% |
| Proporciona nuevas oportunidades para mi empresa | 10,8% | 89,2% |
| Genera dificultades adicionales en mi negocio | 22,8% | 77,2% |
| Está cambiando la estrategia de negocio de mi empresa | 17,1% | 82,9% |
| La estrategia de mi empresa se está centrando en la mejora de la calidad y el servicio | 57,1% | 42,9% |
| Es una oportunidad para invertir | 15,1% | 84,9% |
| Se está reduciendo el margen comercial de mi empresa | 36,3% | 63,7% |

FICHA TÉCNICA

Analizadas 4.770 empresas con al menos un trabajador, distribuidas por todo el territorio nacional. El margen de error máximo para un nivel de confianza del 95% es de +/-1,42%. La encuesta se llevó a cabo durante el mes de enero de 2008.

DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Pregunta 1

- 1. Cifra de negocio.** Volumen de ventas, facturación.
- 2. Precios de venta.** Precio al que la empresa vende sus productos o servicios en el mercado.
- 3. Competencia en su mercado.** Competencia a la que debe hacer frente la empresa en su mercado de acción: España, Unión Europea, ...
- 4. Compras fuera de la zona euro.** Importaciones de material, maquinaria o servicios procedentes de países no pertenecientes a la zona euro.
- 5. Ventas fuera de la zona euro.** Exportaciones hacia países no pertenecientes a la zona euro. En el sector de hostelería y turismo, se refiere a la venta de plazas a turistas procedentes de países no pertenecientes a la zona euro.

Pregunta 2

- 1. A mi empresa no le afecta directamente.** La empresa no se ha visto afectada de forma directa por la reciente apreciación del euro.
- 2. Proporciona nuevas oportunidades para mi empresa.** En general, la apreciación del euro permite que la empresa se beneficie, de algún modo, de la situación (suministros más baratos, menores costes, apertura de nuevos mercados, ...).
- 3. Genera dificultades adicionales en mi negocio.** La apreciación del euro dificulta la marcha de la empresa (menores márgenes de beneficio, mayor competencia en mi mercado por empresas procedentes de terceros países, menores exportaciones, ...).
- 4. Está cambiando la estrategia de negocio de mi empresa.** Ante la pérdida de competitividad precio en el mercado (nacional o internacional), la empresa intenta mejorar la competitividad por otras vías: reduciendo costes, comprando suministros o materias primas en el área dólar, deslocalizando producción, centrándose en la competitividad vía calidad y servicio, dirigiéndose hacia nuevos mercados, ...

- 5. La estrategia de la empresa se está centrando en la mejora de la calidad y el servicio.** Ante la dificultad de competir vía precio, dada la apreciación del euro, con empresas procedentes de terceros países, la compañía se centra en la competencia vía calidad y servicio, para intentar no perder cuota de mercado.
- 6. Es una oportunidad para invertir.** Aprovechando la ventaja de un euro fuerte, la empresa puede invertir en la adquisición de nueva maquinaria a un menor coste en los países en los que se deprecia la moneda, o puede destinar partidas para la compra de activos en los países en los que la moneda pierde valor, Estados Unidos, por ejemplo.
- 7. Se está reduciendo el margen comercial en mi empresa.** El beneficio de la empresa se reduce debido a la apreciación del euro, ya que la empresa se ve obligada a reducir sus precios de venta con el objetivo de no perder competitividad ni cuota de mercado, nacional o internacional (si exporta).



©ámaras ©ambres ©anberak

**Cámaras de Comercio
Servicios de Estudios
camaras.org
902 100 096**