

EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

La mayoría de empresas consideran que la apreciación del euro no ha tenido efecto directo en su actividad. Entre las que sí afirman haberse visto afectadas cabe destacar lo siguiente:



RESULTADOS Generales

- La mayor competitividad precio de productos procedentes de países no pertenecientes a la zona euro incrementa la competencia a la que se enfrentan las empresas.
- En el medio y largo plazo, el mantenimiento de la fortaleza del euro podría afectar positivamente a la cifra de negocio y el empleo.
- El incremento de las importaciones y la reducción de las exportaciones derivadas de la apreciación del euro, se manifiesta de manera más intensa en el medio y largo plazo.
- El incremento de precios señalado por las empresas podría deberse a un mayor interés de éstas por competir vía calidad y servicio más que vía precios.



RESULTADOS Por sectores

- Las empresas de la industria han incrementado en mayor medida las compras de productos o servicios procedentes de países situados fuera de la zona euro, aprovechando la mejor competitividad precio de éstos.
- Un mantenimiento de la situación de euro fuerte no tendría efectos negativos en la cifra de negocio de las empresas, aunque sí en las exportaciones a países situados fuera de la zona euro, sobre todo en el sector servicios. Este sector, además, se beneficia en menor medida de la reducción de precios de las importaciones.



RESULTADOS Por tamaños

- La apreciación del euro afecta negativamente a la cifra de negocio de todos los segmentos de tamaño, sobre todo en las empresas de mayor dimensión, aunque en el medio y largo plazo la recuperación es generalizada y en el tramo de tamaño más pequeño el saldo pasa a ser positivo.
- La apreciación ocasiona un crecimiento de los precios en las empresas de menor dimensión, más preocupadas por mantener la cifra de negocio. Las empresas más grandes recortan los precios de venta, intentando, de esta manera, contrarrestar el efecto negativo que tiene un euro fuerte en la competitividad de sus exportaciones. Aún así, las exportaciones fuera de la zona euro se redujeron de forma considerable.
- La apreciación del euro en el medio y largo plazo tendrá efectos más negativos en las empresas grandes, las cuales seguirán reduciendo sus exportaciones a países "no euro" y su cifra de negocio disminuirá, aunque esta situación no repercutirá en el empleo.
- La menor exposición al exterior de las empresas pequeñas y su elevada presencia en la economía española, limita los efectos directos que pueda tener el mantenimiento en el tiempo de un euro fuerte.

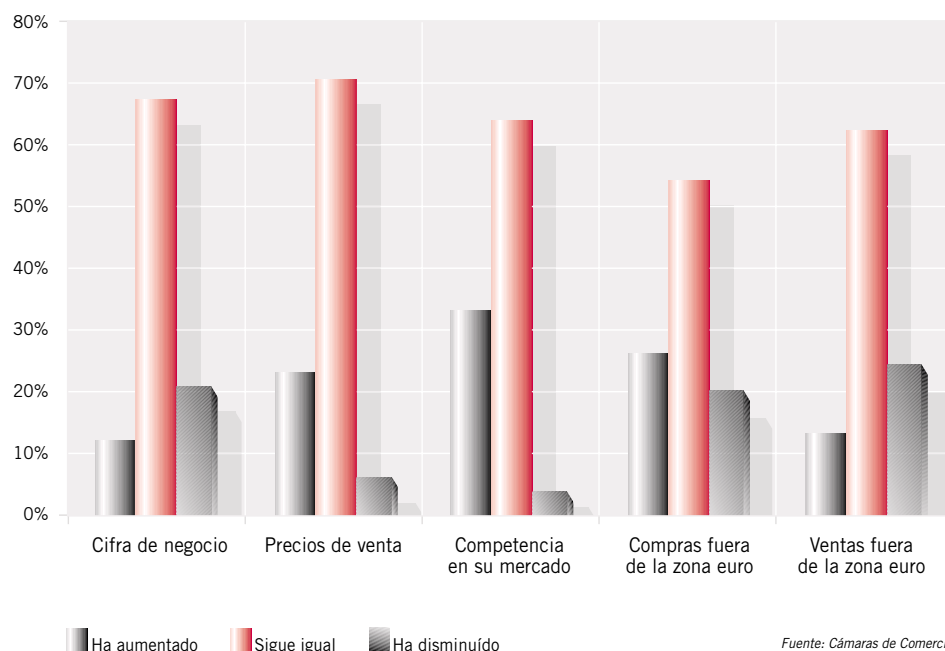
¿cómo se ven afectadas?

RESULTADOS GENERALES



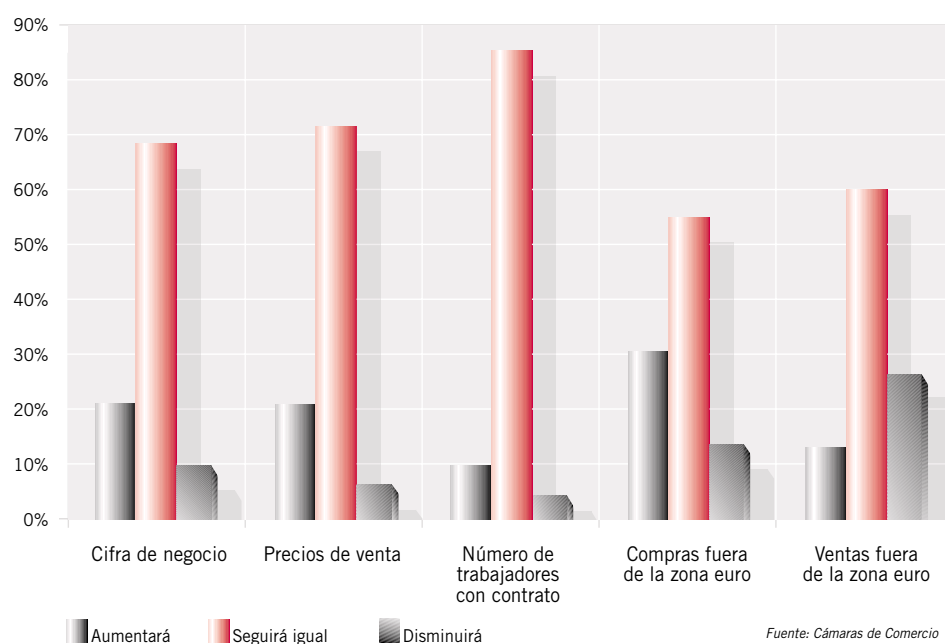
EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

En primer lugar hay que destacar lo limitado del efecto directo que la apreciación del euro tiene en la economía española. La mayoría de las empresas considera que la apreciación del euro no ha tenido efecto en las variables analizadas. No obstante, cabe destacar que una de cada cinco empresas afirma que su cifra de negocio se ha visto afectada negativamente. La competencia en los mercados a los que llegan productos españoles (incluido el nacional) se ha incrementado a causa de la mayor competitividad precio de los productos procedentes de países "no euro". La revalorización de la moneda ha originado también un incremento de las compras que las empresas hacen de países "no euro" y un recorte de las ventas dirigidas a estos países. Además, se ha producido un aumento en los precios de venta, probablemente derivado de un intento por mantener la cifra de negocio ante la caída de las ventas, mediante una estrategia de competitividad enfocada, cada vez más, en la mejora de la calidad y el servicio y menos en el precio.



EFFECTOS A MEDIO Y LARGO PLAZO DE UN EURO FUERTE

La mayoría de las empresas considera que el mantenimiento de un euro fuerte en el medio y largo plazo no tendrá efectos directos sobre su cifra de negocio, precios de venta o número de trabajadores contratados. En estos tres casos, además, el porcentaje de empresas que esperan aumentos de la variable es superior al de las compañías que indican una reducción. Las compras y las ventas fuera de la zona euro se ven afectadas en mayor medida. Las primeras podrían aumentar en el 31% de las empresas, y las segundas experimentarían un recorte en el 27% de las empresas. Por tanto, un euro fuerte en el medio y largo plazo tendría un efecto directo limitado y, en todo caso, ligeramente positivo sobre la actividad, principalmente en su vertiente interna, puesto que se incrementan las importaciones y se reducen las exportaciones.

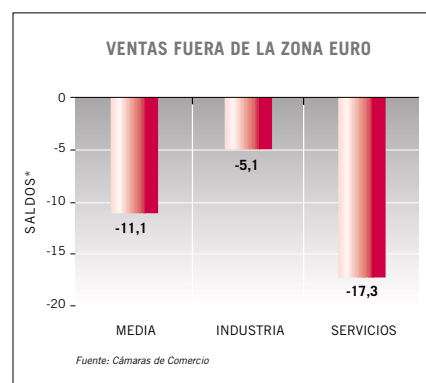
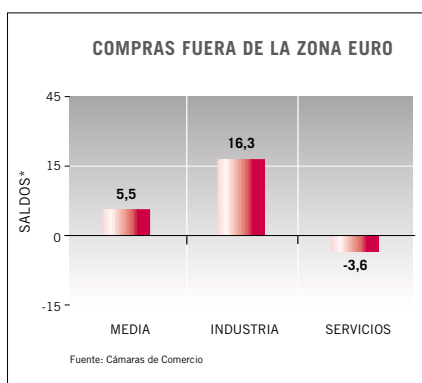
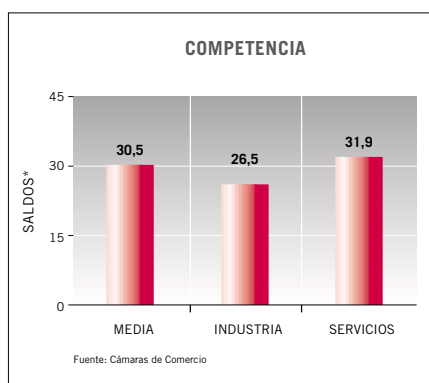
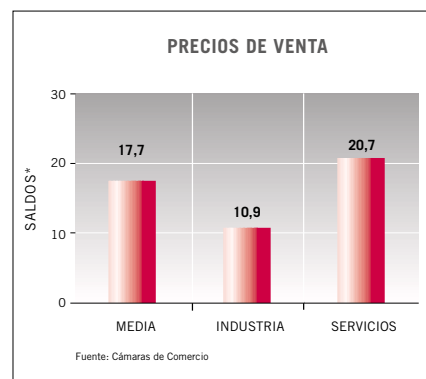
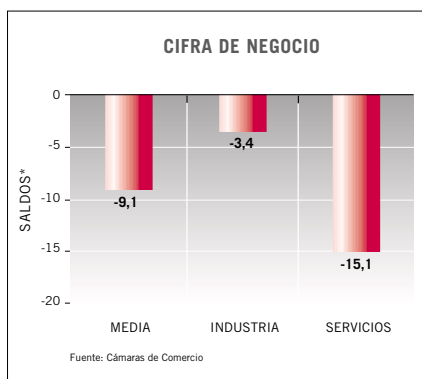


RESULTADOS POR SECTORES



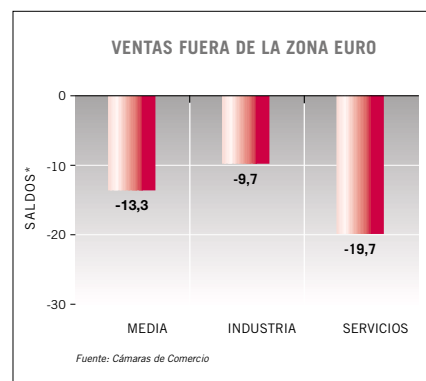
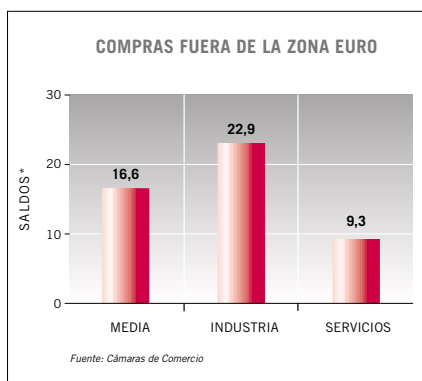
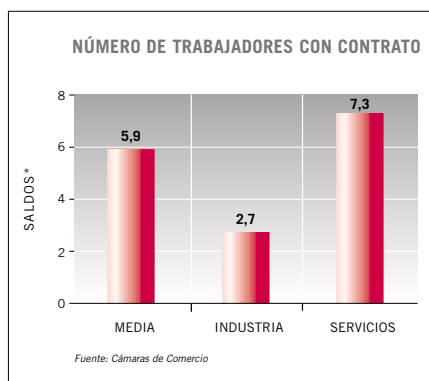
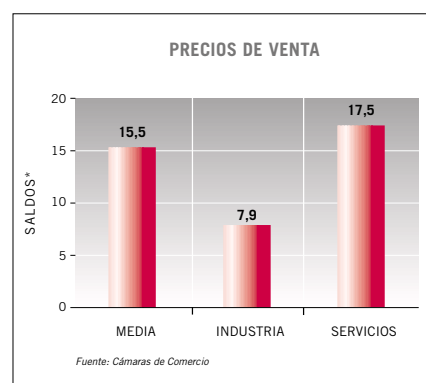
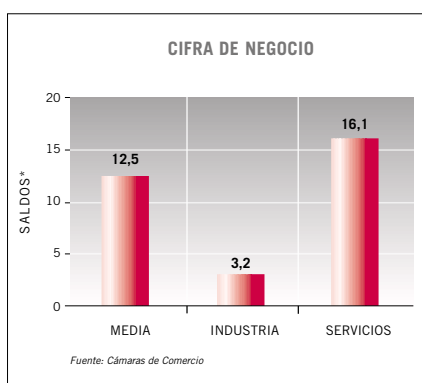
EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

La evolución de la cifra de negocio se ha visto perjudicada por la apreciación del euro, sobre todo en las empresas pertenecientes al sector servicios, cuyo saldo alcanzó 15 puntos negativos. También hay que destacar el aumento generalizado de la competencia al que se enfrentan las empresas de todos los sectores debido a la mejor competitividad precio de los productos y servicios procedentes de países situados fuera de la zona euro. El sector industrial ha aprovechado este menor precio para incrementar sus importaciones. Por su parte, el sector servicios ha sido el más perjudicado por el aumento de sus precios en el exterior y sus exportaciones se han resentido, alcanzando un saldo negativo de más de 17 puntos.



EFFECTOS A MEDIO Y LARGO PLAZO DE UN EURO FUERTE

En general, en ningún sector se considera preocupante el mantenimiento de un euro fuerte en el medio y largo plazo. La cifra de negocio se incrementará en ambos sectores analizados, aunque con mayor intensidad en los servicios, efecto que se manifiesta, igualmente, en un aumento de los trabajadores con contrato y los precios. En la industria será más intenso el efecto sobre sus compras fuera de la zona euro, mientras que las exportaciones dirigidas a países "no euro", experimentarán un deterioro de menor intensidad que en los servicios. Los precios de venta subirán tanto en la industria como en los servicios debido al intento de mantener márgenes introduciendo mejoras en la calidad y en los servicios prestados, y dejando en un segundo plano la competitividad vía precios.



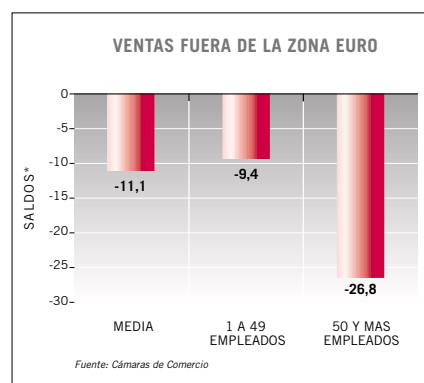
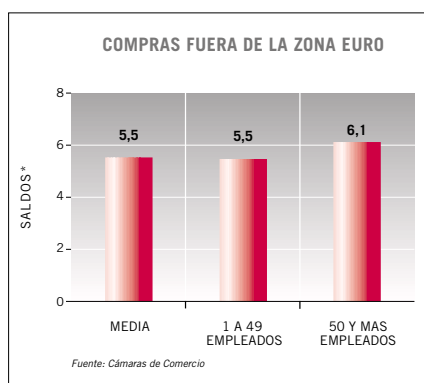
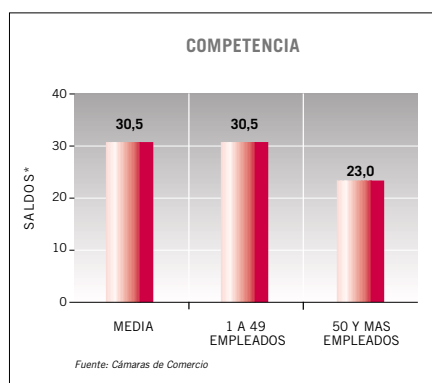
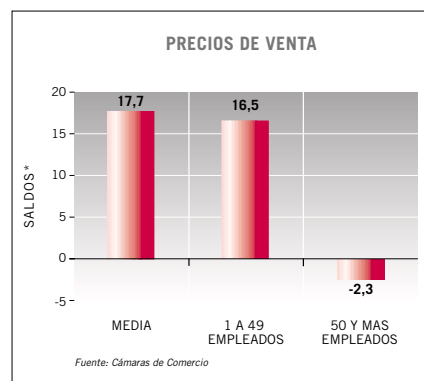
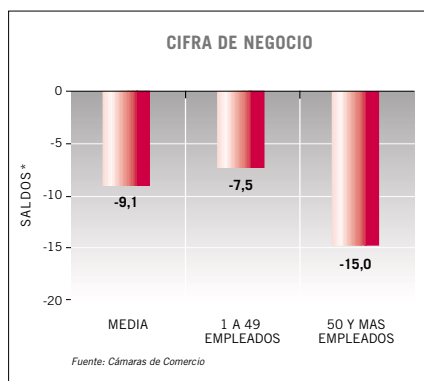
(*) Saldos: diferencia entre las respuestas "aumenta" y "disminuye".

RESULTADOS POR TAMAÑOS



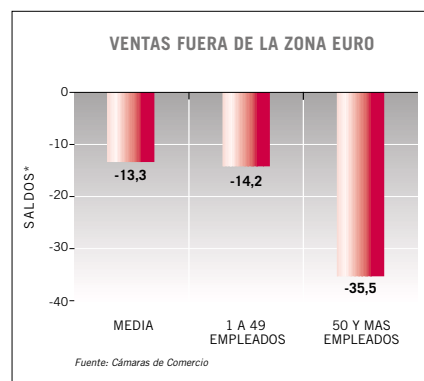
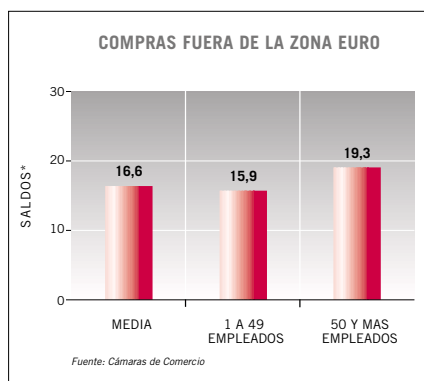
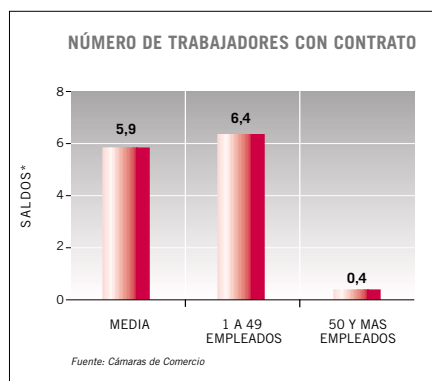
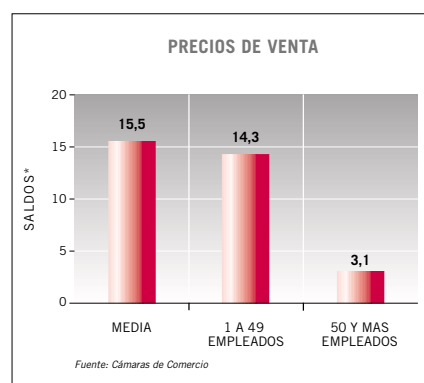
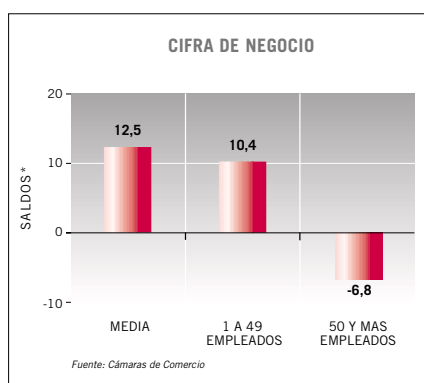
EFFECTOS DE LA APRECIACIÓN DEL EURO

La apreciación del euro ha tenido consecuencias en las ventas dirigidas a terceros países, sobre todo las realizadas por las empresas de mayor dimensión, las cuales han visto recortar sus exportaciones a países "no euro" más que las pequeñas empresas. Destacar el incremento en los precios de venta de los productos y servicios de las empresas más pequeñas y el recorte de éstos en las empresas más grandes. Estas últimas, más expuestas al exterior, se ven obligadas a contrarrestar el efecto de un euro fuerte para no perder competitividad en sus exportaciones. Las empresas pequeñas, por el contrario, centradas en el mercado interno, modifican sus estrategias para que no sufra tanto, en el corto plazo, su cifra de negocio.



EFFECTOS A MEDIO Y LARGO PLAZO DE UN EURO FUERTE

En el medio y largo plazo, las empresas de mayor tamaño serán las que se vean más perjudicadas en lo que se refiere a las ventas dirigidas a países situados fuera de la zona euro y a la cifra de negocio. Por su parte, las empresas de menor dimensión, dada su poca exposición al exterior, serán las que menos se vean influidas por el mantenimiento de una situación con un euro fuerte, tanto en sus ventas y compras a terceros países, como en su cifra de negocio (la cual esperan aumentar). El empleo será la variable que menos se vea influida de forma directa por una variación en el tipo de cambio. Los precios relativos tenderán a aumentar en todos los segmentos de tamaño, aunque de una manera más moderada en las empresas grandes, las cuales vigilarán más de cerca la competitividad vía precio.



(*) Saldos: diferencia entre las respuestas "aumenta" y "disminuye".

ANEXO

Resultados generales

P.1. En la actualidad, ¿cómo cree que está afectando a su empresa la revalorización del euro en lo referente a las siguientes variables?

	Aumentado	Sigue igual	Disminuido	No realiza
1.1 Cifra de negocio	11,7%	67,4%	20,9%	
1.2 Precios de venta	23,5%	70,7%	5,8%	
1.3 Competencia en su mercado	33,6%	63,4%	3,1%	
1.4 Compras fuera de la zona euro	25,8%	54,0%	20,2%	83,7%
1.5 Ventas fuera de la zona euro	13,1%	62,7%	24,2%	84,7%

P.2. En el medio y largo plazo, ¿cómo afectaría a su empresa el mantenimiento de un euro fuerte en lo referente a las siguientes variables?

	Aumentará	Seguirá igual	Disminuirá	No realiza
2.1 Cifra de negocio	21,6%	69,3%	9,1%	
2.2 Precios de venta	21,7%	72,0%	6,3%	
2.3 Nº de trabajadores con contrato	10,0%	85,9%	4,1%	
2.4 Compras fuera de la zona euro	30,7%	55,2%	14,1%	83,6%
2.5 Ventas fuera de la zona euro	13,3%	60,1%	26,6%	85,7%

INDUSTRIA: comprende los sectores de industria y construcción.

SERVICIOS: comercio, hostelería, turismo y resto de servicios.

Ficha técnica

Participación de 2.707 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 +/-1,92%.

cambrés
Cámaras
canberak

Cámaras de Comercio,
Industria y Navegación de España

Servicios de Estudios
902 100 096
www.camaras.org
estudios@cscamaras.es