

# Apenas una de cada 10 empresas ve oportunidades en la fortaleza del euro

La mayoría de las compañías consideran que todo sigue igual que en 2003

Actualizado sábado 03/05/2008 10:44

ELMUNDO.ES

MADRID.- Sólo un 10,8% de las empresas españolas cree que la fortaleza del euro ofrece alguna oportunidad para mejorar su negocio, mientras que **un 84,9% considera que no es una motivación para invertir**. Estos datos se desprenden de un estudio realizado entre 4.700 compañías españolas por las Cámaras de Comercio, cuyo análisis refleja que la influencia del euro en la competencia se ha diluido con el tiempo.

Aunque un 57,8% de las empresas afirma que el valor alcista del euro no les afecta, una de cada cuatro reconoce sufrir dificultades y más de la mitad considera necesario cambiar su estrategia comercial a través de la calidad y el servicio.

Para la mayoría de las empresas, **con el euro todo sigue igual que siempre**. La cifra de negocio (81,8%), los precios de venta (82,5%), la competencia en sus negocios (83,%) y las compras (81,8%) y ventas (79,9%) fuera de la zona euro.

Además, cada vez son menos las empresas que consideran que con el euro aumenta la competencia. Este porcentaje se ha reducido este año al 14% frente al 33,6% de 2003.

La divisa europea no parece resultar atractiva para potenciar el crecimiento empresarial. **Apenas un 18,8% de las compañías del sector turístico encuentran motivos para invertir**, la cifra más alta seguida por la construcción (17,1%), el comercio (16,8%) y la industria (14%).

## La hostelería reduce márgenes de negocio

Las compañías del sector industrial y turístico son las que sienten mayor presión en sus **márgenes comerciales** a causa de la apreciación de la moneda única. El 49,1% de las empresas dedicadas a la hostelería reconoce que sus márgenes se han reducido frente al 46,6% de la industria y otros negocios como el comercio (41,5%) y la construcción (34,3%).

No obstante, los mayores problemas los sufre la industria, pues una de cada tres empresas (32%) cree que el valor de la moneda única les ha traído quebraderos de

cabeza adicionales frente al 28,6% de las compañías dedicadas al turismo y el 19,2% de la construcción.

Por otra parte, un 52,8% de las empresas dedicadas a la hostelería considera que la apreciación del euro no les afecta. Un porcentaje que comparado con otros sectores económicos resulta bajo: un 64,9% de la construcción dice no haber experimentado un impacto directo del valor del euro, como en la construcción (60%) y comercio (52,5%).