

gestión

Revista de Economía

53

SEP 11 - DIC 11

- 
- 5** El Emprendedor Social: concepto y fines
 - 11** Integrated Reporting: Una mejora sustancial en la Información Empresarial
 - 15** Impacto de la crisis financiera sobre los plazos de pago en las empresas españolas



Servicio de Estudios

Colegio de Economistas Región de Murcia

CONSEJO ASESOR



Luis Braille, 1 Entlo. 30005 Murcia
Telf.: 968 900 400. Fax: 968 900 401
www.economistasmurcia.com
e-mail: colegiomurcia@economistas.org

EDITA:

Ilustre Colegio de Economistas
de la Región de Murcia

DIRECTOR:

Mercedes Palacios Manzano

COLABORADORES REDACCIÓN:

Carmen Corchón Martínez
Isabel Teruel Iniesta

CONSEJO EDITORIAL:

- * Decanato del Ilustre Colegio de Economistas de la Región de Murcia
- * Decanato de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia
- * Director del Servicio de Estudios de Cajamurcia
- * Director de la Revista
- * Ex-director Fundador de la Revista Gestión

IMPRIME: Pictografía

DEPÓSITO LEGAL: MU-520-1997

ISSN: 1137-6317

GESTIÓN –REVISTA DE ECONOMÍA–, no se identifica necesariamente con las opiniones expuestas por los autores de artículos o trabajos firmados.

sumario

53

Sep. 11 / Dic. 11

4 Editorial

5 Colaboraciones:

El Emprendedor Social: concepto y fines
Catalina Nicolás Martínez y Alicia Rubio Bañón

11

Integrated Reporting: Una mejora sustancial
en la Información Empresarial
Manuel Rejón

15

Impacto de la crisis financiera sobre los plazos
de pago en las empresas españolas
Alicia Ramírez Orellana y Emilia Aragón Bueno

20 Nuestro Colegio:

- I Conferencia Mediterránea de los Economistas Españoles-
Federación de Expertos Contables FCM
- Cena Anual de Colegiados - 30 Aniversario del Colegio
1981/2011
 - Nombramiento Miembro de Honor 2011 a D. Clemente García,
Secretario General de CROEM
- Servicio de Estudios del Colegio
 - Presentación del 10º Barómetro del Colegio de Economistas
- El Colegio en las Facultades de la Región
 - Olimpiadas UMU-UPCT
 - Acto de Graduación UPCT- Nombramiento Becario de Honor a
D. Ramón Madrid
 - Jornada de Derecho Concursal - Mesa Redonda UCAM
 - Jornadas de Bienvenida Curso 2011/2012 UMU-UPCT-UCAM
 - Clausura XIX Master en Auditoría de Cuentas UMU/ENAE.
Conferencia de José Antonio Gonzalo Angulo, Presidente del ICAC
- El Colegio presente en la Sociedad
 - Audiencia Juan Carlos I, Rey de España Delegación CGCEE
 - Reunión del Consejo Directivo del REA en Murcia
 - Día del Auditor en Valladolid
 - Reunión con el Consejero de Universidades, Empresa e
Investigación y con el Director del INFO
 - Foro de los Economistas-Madrid
 - Día del Emprendedor INFO 2011-Lorca

24 Información Actual:

- Bruselas reforzará el control de los países para frenar la crisis
de deuda
- Hacienda se lanza sobre miles de negocios sumergidos por la crisis
- El reglamento europeo de auditoría desata la polémica en el sector
- Los retos económicos de la Región a debate

25 Internet y los Economistas:

- Direcciones

26 Reseña Literaria



Editorial

Este número lo iniciamos con un trabajo realizado por dos compañeras de la Universidad de Murcia, *Catalina Nicolás y Alicia Rubio*, en el que se profundiza sobre el fenómeno del emprendedor social. El artículo comienza realizando una revisión de la literatura existente, para avanzar sobre el tipo de empresas, los objetivos y fines que mueven a las personas que los inician, y realiza una aproximación a sus formas de gestión y condicionamientos externos e internos.

El modelo de *reporting* empresarial que actualmente tienen las empresas se caracteriza por ser compartimentos estancos (información financiera separada de información no financiera). En el segundo trabajo, *Manuel Rejón*, Auditor de Cuentas y Miembro de la ponencia del documento de investigación de AECA sobre Información Integrada, nos explica por qué, ahora más que nunca, es necesaria una reflexión y una nueva visión, que es lo que nos propone el *International Integrated Reporting Council* (IIRC), con la creación del nuevo modelo de Informe Integrado o *Integrated Reporting*. España no ha sido ajena a este movimiento y la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), de forma pionera, ha creado una ponencia y un grupo de trabajo sobre la Información Integrada, puesto en marcha en el año 2011.

Por último, el tercer trabajo realizado por las profesoras *Alicia Ramírez y Emilia Aragón* de la Universidad de Almería, presenta el impacto que la crisis financiera tiene sobre las ratios de morosidad de las empresas españolas. La situación de la economía en crisis influye en la gestión del crédito comercial y la morosidad que sufren los proveedores. A través del estudio de las ratios de morosidad empresarial en España se demuestra la existencia de diferencias significativas entre grandes y pequeñas empresas en relación a la política de gestión del crédito comercial y al comportamiento de los días utilizados para el pago a proveedores. Los hallazgos sugieren que las pequeñas empresas se ven afectadas en la gestión de su crédito comercial por la política de pagos aplicada por las grandes empresas, acudiendo a la financiación alternativa de los proveedores en menor medida que las grandes.

Por lo que respecta a nuestro colegio, destacamos el éxito de la I Conferencia Mediterránea de los Economistas Españoles, organizada por el Colegio de Economistas de la Región de Murcia, el Consejo General de Colegios de Economistas de España y la Federación de Expertos en Economía y Contabilidad del Mediterráneo – FCM. También hemos abordado la presentación del 10º Barómetro del Colegio, la celebración de la Cena Anual con la entrega de los ecónomos de plata y bronce, así como la presencia del Colegio en la Universidad y en la Sociedad. La información de interés para el Economista y lector en general, reseña de dos libros para el economista y las direcciones de Internet concluyen la edición del número 53.

No podemos finalizar el número sin agradecer a todos, en especial a los autores de los artículos, por su valiosa y excelente actividad con la Revista Gestión, y desde el Colegio de Economistas os deseamos una Feliz Navidad.

Mercedes Palacios

Directora "Gestión-Revista de Economía"

EL EMPRENDEDOR SOCIAL: CONCEPTO Y FINES

Catalina Nicolás Martínez
Alicia Rubio Bañón
Universidad de Murcia

1. INTRODUCCIÓN

La creación de nuevas empresas se considera uno de los factores determinantes que pueden contribuir a la salida de la profunda crisis en la que se encuentran sumidas la mayoría de las economías. Las nuevas iniciativas empresariales generan puestos de trabajo, intensifican la competencia en los mercados e impulsan la innovación.

En el ámbito económico, político y social se ha comprobado que la sensibilidad provocada por el emprendedor ha traído como consecuencia la puesta en marcha y el desarrollo de una gran diversidad de políticas públicas, ofrecidas por distintas administraciones municipales, autonómicas o nacionales, todas ellas dirigidas a favorecer las actividades emprendedoras. En el caso español también se ha comprobado este hecho. En concreto, desde los años ochenta, se han ido desarrollando diferentes programas de apoyo al emprendimiento por parte de la administración pública nacional, regional y local.

Observando el ámbito científico, son numerosas las investigaciones basadas en el fenómeno emprendedor desde el punto de vista económico (Shapero y Sokol, 1982; Krueger y Brazeal, 1994; Veciana, 2005), desde la perspectiva psicológica (Brockhaus, 1981; Delmar y Davidsson, 2000; Contin et al., 2007) y desde el ámbito institucional (Shane, 2003; Levie y Autio, 2008).

Detrás de cada una de las iniciativas de negocio se encuentran personas que, distribuyendo los recursos económicos, consiguen crear valor al descubrir nuevos mercados, al crear formas alternativas de hacer las cosas, al buscar el cambio y las oportunidades que ofrece el mercado (Dees, 2001). La creación de

nuevas empresas depende, en última instancia, de las acciones llevadas a cabo por estas personas que se denominan emprendedores.

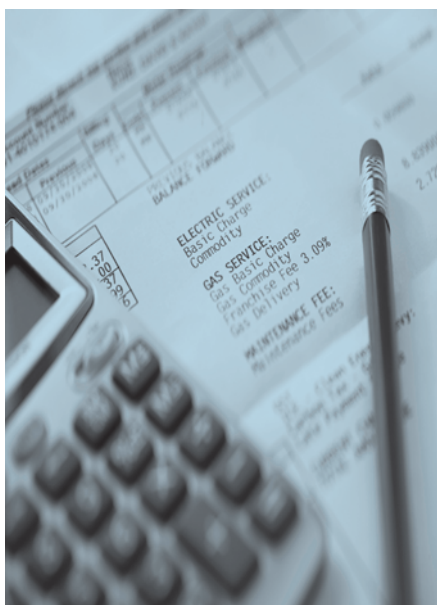
Los emprendedores, además de generar riqueza para ellos mismos, colaboran con la sociedad en la que inician sus empresas, al contribuir a la creación de empleo y riqueza. Esto hace que, en cierta manera, cualquier emprendedor pudiera ser considerado como emprendedor social. No obstante, es necesario que se establezca una línea divisoria entre aquellos que convierten la creación del valor social en su verdadera razón de ser y aquellos cuyo fin es meramente económico. Los primeros son los que la prensa, la literatura científica y la práctica social reconoce como emprendedores sociales.

A pesar de que el mundo en el que vivimos actualmente está guiado básicamente por intereses económicos, el número de personas que deciden iniciar una actividad con el fin último de generar valor para la sociedad está creciendo rápidamente. La historia de organizaciones de emprendedores sociales como Ashoka avalan dicha afirmación. En concreto, esta organización, que trabaja actualmente en cinco continentes, realizó su primera selección del emprendedor social en la India, en el año 1981. Sin embargo, en el caso español, hay que esperar hasta 2006 para encontrar emprendedores sociales.

Pero, cabe preguntarse si se está ante un fenómeno económico nuevo, una figura organizativa diferente o, por el contrario, si se trata de un viejo concepto con una denominación nueva. Hay algo de cierto en todas estas interpretaciones. Desde el momento en que se reconoce que la concepción de emprendimiento



En el emprendimiento social la oportunidad percibida está siempre relacionada con un problema social. Este tipo de emprendedores son personas que deciden poner en marcha sus ideas innovadoras con el objetivo de dar solución a los problemas más acuciantes de la sociedad, consiguiendo con ello crear valor social a través de la mejora de la calidad de vida de muchas personas



social está ligada al desarrollo económico y al modo de producción e innovación de cada momento histórico, se ha de aceptar que el contenido del emprendimiento social no constituye, en sí mismo, ninguna novedad. Desde siempre, ha habido personas que han aplicado soluciones prácticas a problemas sociales, combinando la innovación, la captación de fondos y la oportunidad. Sin embargo, sólo recientemente, en la literatura se ha comenzado a investigar en mayor medida la creación de empresas cuyo fin último es el de lograr el progreso social.

Entre las investigaciones realizadas en esta materia durante las últimas décadas, se encuentran estudios que han centrado su análisis en el concepto de emprendedor social (Seelos y Mair, 2007), en las características de las empresas sociales (Peredo y Chrisman, 2006), en los aspectos éticos del emprendedor social (Zahra et al., 2009), en la búsqueda de marcos teóricos (Meyskens et al., 2010; Nicholls, 2010), en las formas jurídicas de la empresa social (Kistruct y Beamish, 2010) y en las diferencias existentes entre el emprendedor social y el emprendedor comercial (Austin et al., 2006; Urban, 2008).

Pese a que, esta escasez de estudios puede implicar una mayor dificultad de análisis, el emprendimiento social, como ámbito de estudio, es también una fuente de oportunidades para los investigadores. El incremento de investigaciones en esta materia no sólo ayudará a facilitar el conocimiento y fortalecimiento de la figura del emprendedor social y su campo de estudio, sino que, además fomentará el crecimiento del número de empresas dedicadas a las tan necesarias actividades sociales.

Bajo esta perspectiva, el objetivo de esta investigación es profundizar en el conocimiento del fenómeno del emprendedor social. Para ello, se identificará el fenómeno y se describirán sus características claves. Concretamente, se va a realizar un análisis de la naturaleza general del emprendedor social, centrando el concepto, evaluando sus fines y realizando una aproximación a sus formas de gestión y condicionamientos externos e internos.

2. CONCEPTO

El concepto de emprendedor social está aún vagamente delimitado. Este tiene diferentes significados y matices, a lo que se le suma que, además, sus fronteras con otros ámbitos de estudio son difusas (Dess, 2001; Mair y Martí, 2006; Kistruck y Beamish, 2010).

Lógicamente, para ser emprendedor social primero hay que ser emprendedor. Un emprendedor es aquella persona que, tras identificar una oportunidad en el mercado, decide crear una empresa con el objetivo de apropiarse de las rentas que ésta genera de forma creativa o novedosa (Shumpeter, 1934; Kirzner, 1973; Shane y Venkataraman, 2000).

Para ser calificado de emprendedor social el primer paso es el de observar el por qué de la empresa, o lo que es lo mismo, analizar el tipo de oportunidad que generó la idea de negocio. En el emprendimiento social la oportunidad percibida está siempre relacionada con un problema social. Este tipo de emprendedores son, por tanto, personas que deciden poner en marcha sus ideas innovadoras con el objetivo de dar solución a los problemas más acuciantes de la sociedad, consiguiendo con ello crear valor social a través de la mejora de la calidad de vida de muchas personas (Murphy y Coombes, 2009). Suelen dedicar sus esfuerzos a atender necesidades muy básicas para la supervivencia de la gente, a asegurar la redistribución justa de recursos escasos entre los necesitados, a desarrollar actividades sostenibles y respetuosas con el medio ambiente o a adaptar tecnologías a las necesidades e infraestructuras locales. Su objeto social, por tanto, se relaciona con actividades como la reducción del analfabetismo financiero, la atención a los ancianos, la preservación del medio ambiente, el fomento de prácticas éticas en los mercados, la oferta de oportunidades de empleo a minorías desfavorecidas, el desarrollo de sociales marginados o la mejora de la calidad de los servicios sociales, entre otras cuestiones (Murphy y Coombes, 2009). En definitiva, sus ideas suelen cambiar el futuro

haciendo del mundo actual un lugar mejor para todos. De ahí que autores como Murphy y Coombes (2009) afirmen que, a diferencia de los emprendedores tradicionales, los sociales comienzan con el descubrimiento de nuevos medios para lograr un cambio social constructivo.

Casi siempre, cubren nichos inatendidos por gobiernos e instituciones públicas. De esta forma, no parece extraño que cada vez, en mayor medida, las instituciones públicas utilicen sus políticas en este sector, no sólo para hacer crecer la empresa social, sino también para apoyar el establecimiento de un paradigma consistente en el empresariado social (Nicholls, 2010).

Entre las definiciones encontradas en el ámbito científico cabe destacar la adoptada por Dees (2001) y Johnson et al. (2006). Estos autores definen al emprendedor social como el individuo cuya misión se centra en crear y sostener valor social, explorando y explotando de forma innovadora oportunidades que permitan responder a necesidades sociales.

Siguiendo esta línea, es necesario resaltar otra de las definiciones, una de las más completas, como es la propuesta por Zahra et al. (2009). Para ellos, una empresa social es aquella que "abarca las actividades y procesos desarrollados para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades, con el fin de aumentar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de organizaciones existentes de manera innovadora".

Por último, algunos investigadores entienden que el emprendimiento social no sólo da respuestas a problemas sociales, sino que incluso, en muchas ocasiones, es el catalizador de la transformación de la sociedad.

Como se observa, la consideración de emprendimiento social no deriva, necesariamente, del objeto de la empresa que se acomete, sino de la repercusión que ésta tiene en el contexto del crecimiento y el desarrollo social y económico de la región.

3. FINES DEL EMPRENDEDOR SOCIAL

El éxito del emprendedor, tradicionalmente, se asocia al beneficio generado por el negocio creado. La investigación en emprendimiento suele medir este beneficio a través de medidas económicas o financieras.

Pero, de las definiciones aportadas en el apartado anterior se puede desprender que, para el emprendedor social, deben existir otras formas de medición. De hecho, la medición del éxito de una iniciativa social tiene diferentes aproximaciones. Estas van desde aquellas que no conciben que la empresa social dedique esfuerzos a la obtención de rentabilidades o beneficios económicos, hasta las que entienden que no tienen porque renunciar a ofrecer retornos económicos que garanticen su viabilidad y premien a sus inversores, pese a que la creación de valor social es el principal objetivo de las empresas sociales (Dess, 2001). Entre ambas posturas están los que sostienen que las empresas sociales pueden buscar la pura creación de valor económico, la creación de valor social o una combinación de ambos valores (Meyskens et al., 2010).

No obstante, el ánimo de lucro en el emprendedor social es un tema controvertido y ampliamente debatido y discutido. Que una empresa social tenga fin de lucro implica un conjunto de dilemas morales sobre quién se debe apropiarse y beneficiar de su funcionamiento. Pero, lo que la evidencia pone de manifiesto es que esto supone un problema a resolver, pues algunas empresas sociales no son ideológicamente hostiles a los beneficios o excedentes.

Esto lleva a considerar la empresa social como un modelo híbrido, poniendo de manifiesto que los resultados cuantitativos no sólo no hacen perder la identidad de empresa social, sino que, incluso, pueden ayudar a cubrir las necesidades de grupos socialmente excluidos (Ridley-Duff, 2008), a aumentar el bienestar social (Murphy y Coombes, 2009) e, incluso, a ganar legitimidad ante los posibles donantes (Sud et al., 2009).

Además, la función social no sustituye la importancia de los recursos financieros.



a diferencia de los emprendedores tradicionales, los sociales comienzan con el descubrimiento de nuevos medios para lograr un cambio social constructivo

la función social no sustituye la importancia de los recursos financieros



los objetivos sociales y financieros pueden convivir y, de hecho, deben de estar equilibrados

Las empresas sociales deben plantear su actividad bajo las mismas premisas y condiciones que cualquier tipo de organización. Por ello, entre otras cuestiones, necesitan una correcta y minuciosa planificación financiera a corto, medio y largo plazo, que evite uno de sus problemas más frecuentes: la falta de liquidez y solvencia financiera. Para aumentar las posibilidades de acometer las inversiones necesarias para el desarrollo de la organización y crear una base financiera más sólida, es vital constituir reservas o fondos, que permitan una disminución de costes financieros y realizar una adecuada gestión financiera. Por tanto, desde esta perspectiva se entiende que los objetivos sociales y financieros pueden convivir y, de hecho, deben de estar equilibrados (Kistruck y Beamish, 2010).

Esto permite dar un paso natural hacia el ánimo de lucro de la empresa social, pues muchas veces, incluso su propia supervivencia hace necesario dar un paso hacia el ánimo de lucro y permitir que la empresa social complemente las aportaciones de sus donantes tradicionales con actividades comerciales, que permitan la financiación de otras actividades sociales (Kistruck y Beamish, 2010).

Las empresas sociales que no adopten esta perspectiva pueden enfrentarse a grandes restricciones. Algunas de estas pueden ser el limitado acceso a los mejores talentos, peor acceso a los recursos financieros, restricciones en el acceso a recursos y, además, una baja legitimación en el mercado. Estos factores obstaculizan la capacidad de movilizar y desplegar recursos y, por tanto, aleja a la empresa social de los, normalmente, ambiciosos objetivos planteados (Austin et al., 2006).

Es necesario entender que los beneficios económicos facilitan el acceso a los mercados comerciales de capital, reducen la dependencia con los donantes y permiten atraer y retener el talento en la organización empresarial, al permitir ofrecer una retribución acorde con el mercado.

Desde un punto de vista más teórico, este debate se ha analizado principalmente a través de una lente económica.

En concreto, se ha estudiado la base de la asimetría de la información, los incentivos y las restricciones. Los resultados obtenidos confirman lo anteriormente indicado, ya que las formas de organización, con o sin fin de lucro, son consideradas estructuras alternativas de gobierno para las transacciones de la empresa social (Kistruck y Beamish, 2010).

Asimismo, existe una línea de investigación que se centra en analizar los posibles inconvenientes de esta orientación hacia los beneficios. Por un lado, este modelo híbrido puede conducir a la descalificación prematura de un campo de actividad prometedor, al entender que el beneficio económico pone en peligro los pilares esenciales sobre los cuales se concibe y crea la empresa social, así como al desdibujarse los factores que han distinguido tradicionalmente los principios de este tipo de empresas, tales como metas, valores, motivaciones y los tipos de clientela. Además, se afirma que este modelo puede ocasionar los inconvenientes de ambas formas de organización (Sud et al., 2009).

4. CONCLUSIONES

En este artículo se ha realizado una revisión detallada de la literatura existente hasta la fecha sobre el fenómeno del emprendimiento social. Demasiadas son las preguntas pendientes respecto a este fenómeno, debido a su escasa literatura y al reciente descubrimiento por parte de los investigadores.

Sin embargo, se puede decir que un emprendedor social es aquella persona que inicia una actividad empresarial con el principal objetivo de conseguir la creación de beneficio social.

Asimismo, este fenómeno empresarial no tiene porque ser contrario a los beneficios económicos, ya que con los mismos puede suplir las deficiencias que ostenta la forma de organización sin fin de lucro. De ahí que se pueda afirmar que la diferencia más relevante entre un emprendedor convencional y un emprendedor social es el fin en sí mismo. Aunque el emprendedor tradicional busca siempre la retribución económica, el emprende-

dor social busca producir cambios en la sociedad satisfaciendo necesidades sociales. Este objetivo puede ser compatible con la obtención de beneficios económicos que, como en la actividad comercial, pueden redundar en una mejor gestión y coordinación de los recursos disponibles, o bien, en nuevas acciones que reviertan en la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- Austin, J., Stevenson, H. y Wei-Skillern, J. (2006): "Social and Comercial entrepreneurship: same, different, or Both?", *Entrepreneurship Theory and Practice*, pp. 1-22.
- Brockhaus, R.H. (1981): "Risk taking propensity of entrepreneurs", *Academy of Management Journal*, Vol.23, pp. 509-520.
- Contín, I., Larraza, M. y Mas, I. (2007): "Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra", *Revista de Empresa*, N° 20, Abril-Junio, pp. 10-19.
- Dees, J. G. (2001): "The Meaning of social entrepreneurship", [Online], Available at: http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/dees_SE.pdf.
- Delmar, F. y Davidsson, P. (2000): "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol.12, pp. 1-23.
- Kirzner, I. (1973): *Competition and entrepreneurship*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Krueger, N.F. y Brazeal, D.V. (1994): "Entrepreneurial potencial and potencial entrepreneurs", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol.18, pp. 91-104.
- Levie, J. y Autio, E. (2008): "A theoretical grounding and test of GEM model", *Small Business Economics*, Vol.31, pp. 235-263.
- Mair, J. y Martí, I. (2006): "Social entrepreneurship research: a source of explanation, prediction, and delight", *Journal of World Business*, N° 41, pp. 36-44.
- Meyskens, M., Robb-Post, C., Stamp, J.A., Carsrud, A.L. y Reynolds, P.D. (2010): "Social ventures from a resource-based perspective: an exploratory study assessing global Ashoka fellows", *Entrepreneurship theory and practice*, pp. 661-680.
- Murphy, P.J. y Coombes, S.M. (2009): "A Model of social entrepreneurial Discovery", *Journal of Business Ethics*, N° 85, pp. 325-336.
- Nicholls, A. (2010): "The legitimacy of social entrepreneurship: reflexive isomorphism in a pre-paradigmatic field", *Entrepreneurship theory and practice*, pp. 611-633.
- Peredo, A.M. y Chrisman, J.J. (2006): "Toward a Theory of Community-Based Enterprise", *Academy of Management Review*, 31(2), pp. 309-328.
- Riddley-Duff, R. (2008): "Social enterprise as a socially rational business", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 14, N° 5, pp. 291-312.
- Schumpeter, J. (1934): *Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Seelos, C. y Mair, J. (2007): "Profitable Business Models and Market Creation in the Context of Deep Poverty: A Strategic View", *Academy of Management Perspectives*, 21(4), pp. 49-63.
- Shane, S. (2003): *A general theory of entrepreneurship*. The individual-opportunity nexus, Cheltenham: Edward Elgar.
- Shapiro, A. y Sokol, L. (1982): "The social dimension entrepreneurship", In Kent, C. A.; Sexton, D. L. y Vesper, E. (eds.): *Encyclopaedia of entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N. J., pp. 72-90.
- Sud, M., Vansandt, C.V. y Baugous, A.M. (2009): "Social entrepreneurship: the role of institutions", *Journal of Business Ethics*, pp. 201-216.
- Urban, B. (2008): "Social entrepreneurship in South Africa delineating the construct with associated skills", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 14, N° 5, pp. 346-364.
- Veciana, J.M. (2005): *La creación de empresas. Un enfoque gerencial*. Servicio de Estudios. Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, Barcelona.
- Zahra, S.A., Gedajlovic, E., Neubaum, D.O. y Shulman, J.M. (2009): "A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges", *Journal of Business Venturing*, N° 24, pp. 519-532.



la diferencia más relevante entre un emprendedor convencional y un emprendedor social es el fin en sí mismo. Aunque el emprendedor tradicional busca siempre la retribución económica, el emprendedor social busca producir cambios en la sociedad satisfaciendo necesidades sociales

SEIMED

La red europea
para la **innovación** e
internacionalización
empresarial

Información sobre países y oportunidades

Búsqueda de proveedores y clientes

Soluciones tecnológicas

Proyectos europeos I+D

INTEGRATED REPORTING: UNA MEJORA SUSTANCIAL EN LA INFORMACIÓN EMPRESARIAL

Manuel Rejón

Auditor de Cuentas

Miembro de la ponencia del documento de investigación de AECA sobre Información Integrada

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la información empresarial emitida por las empresas, tal como la financiera (a través de las cuentas anuales), o la referida al ámbito de la responsabilidad social corporativa (medioambiente, gobierno corporativo y sostenibilidad económica) no sólo ha crecido de una manera importante, sino que además raya en los límites de la complejidad. Como claros ejemplos tenemos los estados financieros consolidados de las entidades que cotizan en bolsa, cuyas memorias interminables están elaboradas bajo criterios NIIF adoptadas por la Unión Europea. Como ejemplo de la información de responsabilidad social corporativa (RSC) tenemos también las memorias elaboradas bajo los parámetros del Global Reporting Initiative (GRI).

En ambos casos, una nueva corriente de profesionales e investigadores han puesto el énfasis en varias cuestiones importantes. La primera: el que la información que emita una empresa circule por caminos separados y no se emita como un cuerpo único puede darnos una imagen distorsionada de la compañía en función de la información que analicemos. En efecto, si analizamos la información financiera de una empresa petrolera y su resultado refleja una alta rentabilidad, en principio podría parecernos una magnífica oportunidad para invertir. Pero si a su vez examinamos su memoria de RSC y

encontramos algunos indicios de que la empresa puede tener problemas legales en el futuro debido a los vertidos o a la emisión de gases contaminantes, quizá en este caso las acciones de dicha empresa ya no nos resulten tan atractivas.

Por tanto, la idea fundamental estaría en que la información financiera y no financiera formen un cuerpo único que nos dé una imagen completa de la compañía. Pero la cuestión va más allá del mero solapamiento de la información financiera con otros tipos de información. En efecto, si no somos capaces de interrelacionar dichos marcos informativos, seguiremos obteniendo dos o tres fotografías consecutivas, pero quizá no lleguemos a comprender la realidad de la creación de valor dentro de una empresa. Ya estaríamos hablando de Información Integrada, por tanto.

Una tercera cuestión sería que todas las empresas elaboraran la información bajo un marco normativo único que establezca las reglas básicas para la confección de dicha información, lo que vendríamos a denominar como Marco Conceptual Internacional de Información Integrada.

Finalmente, el Informe Integrado que emita la entidad necesitará de una verificación externa o auditoría, que le otorgue credibilidad a la información emitida.

la idea fundamental estaría en que la información financiera y no financiera formen un cuerpo único que nos dé una imagen completa de la compañía

Una tercera cuestión sería que todas las empresas elaboraran la información bajo un marco normativo único

Figura 1. Logotipo del Integrated Reporting

(Fuente: <http://www.theiirc.org>)



la constitución del IIRC parece un serio y firme intento de consolidación de un movimiento internacional a favor de la información integrada

la Información Integrada como la forma de reportar la información relevante acerca de la estrategia de una organización, la gestión, los resultados y las perspectivas de una manera que refleje el contexto social, comercial y medioambiental en el que opera

2. THE INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL (IIRC)

Los intentos reales por hacer una información financiera “mejorada” no son nuevos en el tiempo, como por ejemplo el *The Jenkins Report* o el *Enhanced Business Reporting* del *American Institute of Certified Public Accountants* (AECA, 2011, p. 2).

Pero la constitución del IIRC parece un serio y firme intento de consolidación de un movimiento internacional a favor de la información integrada. El IIRC está conformado por algunos de los líderes de empresas, auditoras, financieros y reguladores más importantes, además de representantes de la sociedad civil. El IIRC se apoya en un grupo de trabajo de 25 componentes, además de expertos y asesores externos, que se subdivide en tres áreas:

- El **desarrollo de contenido** para llevar adelante el trabajo en el desarrollo del Marco Conceptual y la preparación del caso.
- **Participación y comunicación** para crear conciencia sobre la necesidad de la Información Integrada.
- **Gobierno**, para desarrollar propuestas para la estructura de gobierno actual y futura del IIRC y la Información Integrada.

El trabajo del IIRC ha comenzado por la emisión en septiembre de 2011 de un *Discussion Paper* (documento para debate), para ir configurando el Marco Conceptual. Además, se va a poner en marcha un programa piloto de dos años donde un determinado número de empresas trabajarán con el nuevo marco, asistidas por un Comité Técnico.

3. UN PRIMER DOCUMENTO EMITIDO POR EL IIRC: EL DISCUSSION PAPER

El DP o documento para debate que emitió el IIRC en septiembre de 2011, denominado *Towards Integrated*

Reporting – Communicating Value in the 21st Century tiene como finalidad explicar de forma inicial en qué consiste la Información Integrada y muestra una serie de alternativas iniciales acerca del desarrollo de Marco Conceptual Internacional de la Información Integrada y marca los próximos pasos para su creación y adopción. El propósito del DP es abrir un proceso de debate y aportaciones de todos aquellos interesados en la mejora de la información, proceso abierto hasta el 14 de diciembre de 2011.

Al ser el primer documento emitido por una entidad de nueva creación (IIRC), resultan especialmente relevantes lo fresco de las ideas y en cierta forma, la apertura del enfoque. Si bien deberíamos destacar varios apartados que resultan de gran importancia y que a continuación se comentan.

Definición de Información Integrada

En el DP se define la Información Integrada como la forma de reportar la información relevante acerca de la estrategia de una organización, la gestión, los resultados y las perspectivas de una manera que refleje el contexto social, comercial y medioambiental en el que opera. La Información Integrada debe proporcionar una representación clara y concisa de cómo una organización evidencia su administración y cómo se crea y sostiene el valor. Finalmente, y de cara a terceros, el informe integrado deberá representar el principal vehículo de emisión de información de una organización.

La necesidad de la Información Integrada

El DP nos dice que los actuales modelos de información empresarial están desfasados, pues se han producido importantes cambios en la forma de hacer negocios, en el modo de crear valor y el contexto. Dichos cambios son interdependientes y reflejan tendencias, tales como: la globalización; el crecimiento de la actividad política

en todo el mundo en respuesta a la crisis financiera, de gobierno y otras crisis; las expectativas de una mayor transparencia de las empresas y la rendición de cuentas; la actual y futura escasez de recursos; el crecimiento de la población; y los problemas medio-ambientales.

Por tanto, según el IIRC se necesitaría una información más amplia para analizar pasado, presente y futuro de las organizaciones. Y aunque la información haya aumentado, las lagunas –deliberadas o no– siguen existiendo.

Pero desde el punto de vista del IIRC, no parece que sea deseable un aumento de la información, más que nada porque figura inconexa y las interdependencias críticas entre la estrategia, la gestión, las operaciones y los resultados financieros y no financieros no llegan a mostrarse. Es por tanto que se necesita un Marco Conceptual Internacional de Información Integrada que pueda reunir a las diversas pero actualmente desconectadas fuentes de información en un todo coherente, integrado, y demostrar la capacidad de una organización para crear valor ahora y en el futuro.

Los beneficios de la Información Integrada

Tal y como se expone en el DP, la Información Integrada deriva en una explicación más amplia del resultado que los informes tradicionales, pues en relación con una organización, hace visible el uso y dependencia de los diferentes recursos y relaciones o “capitales” (financiero, producción, humano, intelectual, natural y social), y el acceso de la organización a ellos y su impacto en ellos.

¿En qué estriba la importancia de informar sobre los recursos y relaciones? En una evaluación significativa de la viabilidad a largo plazo del modelo de negocio de la organización y la estrategia; satisfacer las necesidades de información de los inversores y otras partes interesadas, y finalmente, la asignación efectiva de recursos escasos.

Principios Rectores

Los principios rectores que deben sustentar la preparación de un informe integrado son:

- El enfoque estratégico,
- Conectividad de la información,
- Orientación futura,
- Capacidad de respuesta e inclusión de los grupos de interés, y
- Concisión, fiabilidad y materialidad

Elementos de contenido del informe integrado

Los principios rectores deben ser aplicados en determinar el contenido de un informe integrado, que se basará en los siguientes elementos fundamentales. La presentación de los elementos deben mostrar las interconexiones entre ellos:

- Resumen de la organización y el modelo de negocio
- Contexto operativo, incluidos los riesgos y oportunidades
- Objetivos estratégicos y estrategias para lograr los objetivos
- Gobierno y remuneración
- Rendimiento
- Perspectivas de futuro

4. CONCLUSIONES

Tal y como se muestra en la segunda parte del DP (“El mundo ha cambiado - La información también debe hacerlo”), en la que se hace mención a un estudio de la consultora Ocean Tomo sobre el valor de mercado de activos intangibles, la necesidad de un conjunto de información más amplia queda demostrada por el pequeño porcentaje del valor de mercado explicado por activos físicos y financieros - 19% en 2009 frente a 83% en 1975- mientras que el resto corresponde a factores intangibles, quizá no convenientemente explicados.

Por otro lado, ¿qué importancia tiene la sostenibilidad en el resultado financiero empresarial? En las últimas fechas, un estudio empírico parece

se necesita un Marco Conceptual Internacional de Información Integrada que pueda reunir a las diversas pero actualmente desconectadas fuentes de información en un todo coherente, integrado, y demostrar la capacidad de una organización para crear valor ahora y en el futuro



el reporting empresarial debe adoptar un nuevo rumbo en la integración en un todo único que permita la explicación de la creación de valor y de los resultados en interacción con las áreas de sostenibilidad, medioambiente y gobierno corporativo

haber encontrado evidencia de que las empresas con un mayor nivel de sostenibilidad tienen un mejor resultado financiero que aquellas categorizadas en baja sostenibilidad (Eccles, Loannou y Serafeim, 2011, p. 31-33).

Los ejemplos mostrados en los dos párrafos anteriores no muestran más que la evidencia de que las cuentas anuales por sí solas no representan mucho por separado. Parece que el *reporting* empresarial debe adoptar un nuevo rumbo, esperemos que definitivo pero nada sencillo, en la integración en un todo único que permita la explicación de la creación de valor y de los resultados en interacción con las áreas de sostenibilidad, medioambiente y gobierno corporativo. Lo realmente importante es que el movimiento capitaneado por el IIRC cuenta con el apoyo de algunos de los grupos de interés y organizaciones más importantes a nivel mundial.

BIBLIOGRAFÍA

- AECA (2011): Proyecto de documento de investigación "Información Integrada (*Integrated Reporting*): el futuro en la presentación de la información empresarial". Disponible en <http://www.aeca.es>
- Eccles, R.G. y Krzus, M.P. (2010): *One Report: Integrated Reporting for a Sustainable Strategy*, New Jersey (EE.UU.): Wiley.
- Eccles, R.G., Ioannou, I. y Serafeim, G. (2011): *The Impact of a Corporate Culture of Sustainability on Corporate Behavior and Performance*, Harvard Business School. Disponible en <http://hbswk.hbs.edu/item/6865.html>
- The IIRC (2011): *Towards Integrated Reporting. Communicating Value in the 21st Century*. Disponible en <http://www.theiirc.org>
- UN Global Compact-Accenture (2010): *A New Era of Sustainability, UN Global Compact-Accenture CEO Study 2010*



exige futuro, exige ENAE

Miembros de: AACSB



> CALIDAD E INNOVACIÓN FORMATIVA

Executive M.B.A.
International M.B.A.
Máster en Dirección de Empresas M.B.A.
Máster en Dirección Comercial y Marketing
Máster en Dirección y Gestión de Comercio Internacional
Máster en Dirección de Personal y Recursos Humanos
Máster en Dirección Financiera
Máster en Auditoría de Cuentas
Máster en Asesoría Fiscal
Máster en Hacienda Autonómica y Local
Máster en Economía Bancaria
Máster SAP ERP Financiera
Máster en Calidad y Medio Ambiente
Máster en Tecnologías de la Información y la Comunicación
Máster en Dirección de Proyectos

ABIERTO PLAZO DE INSCRIPCIÓN Enero 2012

Todos los cursos son bonificables
por la Fundación Tripartita

Consulta financiación y becas



Descuentos especiales para
colegiados economistas.



Lee este código a
través de la aplicación
de tu smartphone
y accede a toda la
información.



Entidades patrocinadoras:



www.enaes.es

+34 968 899 899

IMPACTO DE LA CRISIS FINANCIERA SOBRE LOS PLAZOS DE PAGO EN LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

Alicia Ramírez Orellana
Emilia Aragón Bueno
Universidad de Almería

1. INTRODUCCIÓN

La situación de la economía en fase recesiva está influyendo en la gestión del crédito a clientes y la morosidad que sufren los proveedores. Con la crisis, las empresas acuden cada vez en mayor medida a financiarse a través de sus proveedores mediante el alargamiento de los días de pago. Esto unido al descenso del consumo, la restricción del crédito bancario para circulante y el aumento de plazos de pago por parte de la Administración Pública, provoca un efecto negativo en las empresas cuya insolvencia y riesgo de quiebra aumentan.

En este sentido, las pequeñas empresas utilizan en mayor medida que las grandes la concesión de crédito a sus clientes como un medio para lograr aumentar sus ventas y apoyar su crecimiento. Sin embargo, en una situación de crisis caracterizada por la restricción en el acceso a la financiación bancaria, las pequeñas empresas al conceder crédito a clientes podrían quedar debilitadas en su situación financiera al reducirse su obtención de flujos de efectivo, lo que deteriora su liquidez y aumenta su probabilidad de insolvencia.

En respuesta al contexto económico descrito, se aprueba en España normativa específica para luchar contra las consecuencias negativas que la crisis financiera provoca sobre la morosidad y la liquidez del tejido empresarial, como por ejemplo la Ley de medidas de lucha contra la morosidad.

Nuestros resultados demuestran que la crisis financiera ha afectado negativamente los ratios de morosidad, sobre

todo de las pequeñas empresas. Durante la crisis el promedio de días que se tarda en cobrar de los clientes empeora. Como respuesta, las empresas incrementan el promedio de días que utilizan para pagar a sus proveedores.

2. ESTUDIO LOS INDICADORES DE MOROSIDAD EMPRESARIAL EN ESPAÑA

En este apartado presentamos datos estadísticos sobre indicadores de morosidad empresarial en España. Hemos manejado como fuente de datos fundamental el documento que la Central de Balances del Banco de España (CBBE) publica anualmente bajo el título "Resultados anuales de las empresas no financieras". A fecha de este trabajo teníamos acceso a la edición del año 2009.

En concreto, hemos estudiado los ratios de períodos medios de cobro a clientes y de pago a proveedores, y su incidencia en la gestión del crédito comercial de pequeñas y grandes empresas.

2.1. Períodos medios de cobro y de pago

La muestra de empresas de la CBBE se presenta segmentada, mostrando información relativa tanto a grandes empresas, medianas empresas y pequeñas empresas. En este estudio comparamos sólo los datos entre grandes y pequeñas empresas, con el fin de investigar la existencia de comportamientos dispares entre estas dos categorías de empresas. El horizonte tem-



las pequeñas empresas están concediendo 25 días más de crédito comercial a sus clientes que el concedido por las grandes



poral escogido va desde 1999 a 2009. Las tablas con los datos de la CBBE se presentan en el Anexo de este trabajo.

Según el gráfico representativo de los períodos medio de cobro a clientes por tamaños de empresa, puede observarse que:

a) El período medio de cobro de las empresas grandes experimenta un descenso de aproximadamente 10 días desde el año 1999 hasta el año 2006, rompiéndose esta tendencia a la disminución en el año 2007 de inicio de la crisis donde se confirma un patrón alcista en los días usados para cobrar a clientes. Por lo tanto, con la crisis aumentan los días que las grandes empresas utilizan para cobrar de sus clientes, llegando a alcanzar su punto máximo en el año 2009 donde crece hasta los 60 días, cercano a los antiguos niveles de finales de los años 90.

b) Los días de cobro utilizados por las empresas pequeñas experimentan durante el período 1999-2006 un descenso. Pero dicho descenso es mucho menos pronunciado que el de la gran empresa, ya que consigue reducir el cobro a clientes en tan sólo 2 días desde los 83 días del año 1999 hasta los 81 días del año 2006. Sin embargo, a diferencia de lo que sucede con las grandes empresas, en el año 2007 de inicio de la crisis las pequeñas empresas continúan con la tendencia a la reducción de los días de cobro, llegando en 2008 a los 78 días. Es en el año 2009 cuando las pequeñas empresas sufren un aumento de los días de cobro a clientes situando-

se en 85 días, valor incluso por encima del de la ratio de 1999.

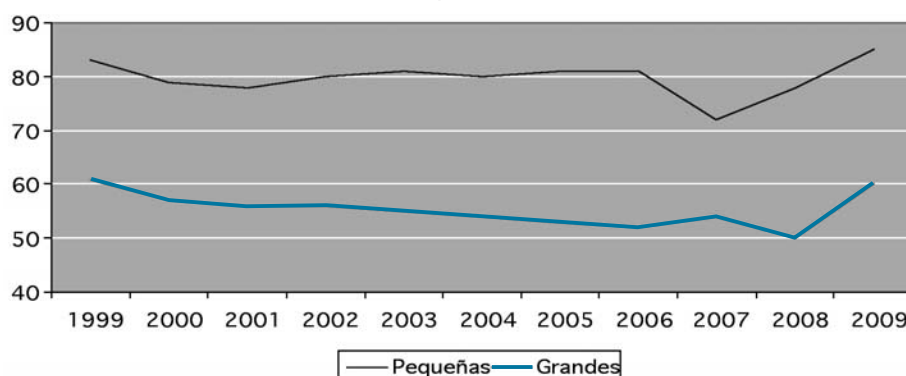
c) Comparativamente, el período medio de cobro de las empresas grandes es más favorable que aquel del que disfrutaban las empresas pequeñas. En efecto, las grandes empresas tardan en cobrar aproximadamente unos 60 días de sus clientes frente a las pequeñas que lo hacen a los 85 días –25 días más tarde– según los valores de 2009. Es decir, que las pequeñas empresas están concediendo 25 días más de crédito comercial a sus clientes que el concedido por las grandes.

Por otra parte, observando el gráfico relativo al período medio de pago a proveedores por tamaños de empresa, puede observarse que:

a) El período medio de pago a proveedores de las grandes empresas ha experimentado durante el período 1999-2006 anterior a la crisis una disminución neta desde los 84 días hasta los 75 días. Sin embargo, a partir del año de inicio de la crisis se produce un punto de inflexión en la tendencia del indicador, pasando de la reducción neta observada a un aumento de 19 días más de pago a proveedores. Por lo tanto, se verifica que las empresas grandes están retrasando sus plazos de pago, llegando en el año 2009 a alcanzar la cifra más alta de todo el horizonte estudiado (94 días, algo más de 3 meses). Es decir, las grandes empresas están acudiendo cada vez en mayor medida a financiarse a través de sus proveedores mediante el alargamiento de los días de pago.

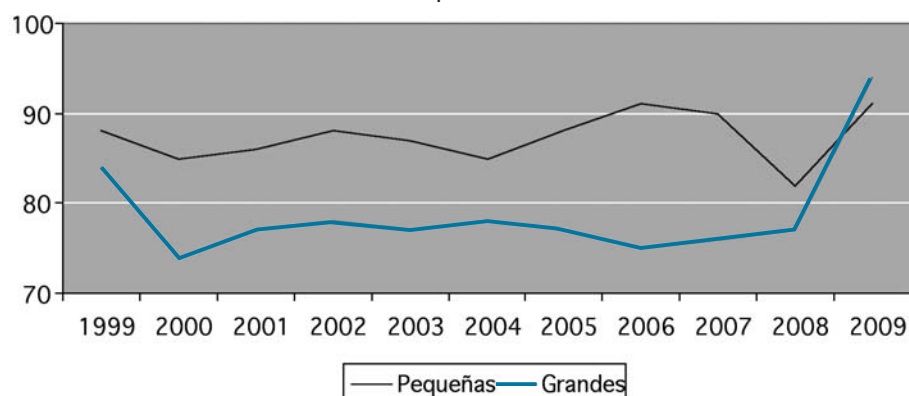
Período medio de cobro a clientes

Detalle por tamaño



Período medio de pago a proveedores

Detalle por tamaño



b) Para la muestra de empresas pequeñas el comportamiento de los días de pago es diferente al de la gran empresa. Así, durante el horizonte 1999-2005 anterior a la crisis la ratio fluctúa en valores en torno a los 85-88 días. Sin embargo, la pequeña empresa comienza a alargar los días de pago a proveedores a partir de 2006 donde sube a los 91 días. Manteniendo este valor durante los años de la crisis, salvo 2008. Por lo tanto, las pequeñas empresas también retrasan sus plazos de pago a proveedores pero lo hacen solamente en 3 días, es decir, en mucha menor medida que el aumento de 19 días practicado por las grandes empresas.

c) El período medio de pago de ambos tipos de empresas es muy similar, difiriendo en aproximadamente 3 días mayor en las grandes empresas durante 2009. Exceptuando el año 2009, en todo el resto del horizonte

temporal estudiado las empresas pequeñas han contado con un período de pago superior al de las grandes empresas, siendo atípico en tal sentido el año 2009 cuando se cambia esta circunstancia (véase figura de período de pago a proveedores).

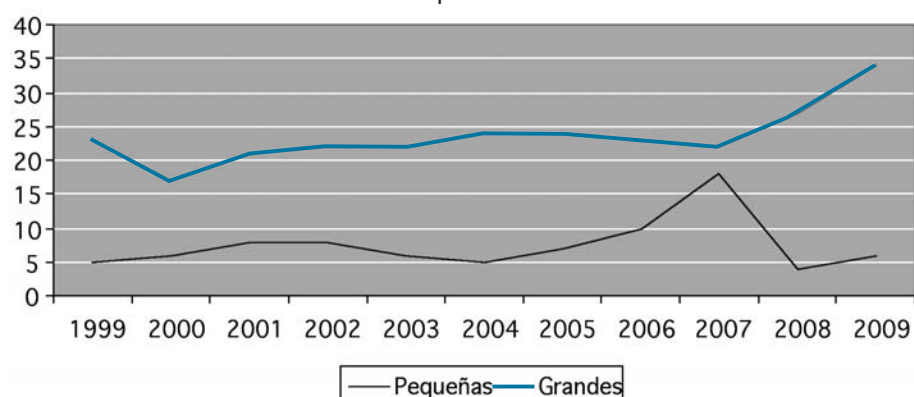
Sólo poniendo en relación las dos ratios estudiadas de períodos medios de cobro y de pago, podremos extraer conclusiones sobre la gestión de las necesidades financieras del ciclo comercial que llevan a cabo ambas categorías de empresas.

Para ello hemos calculado el diferencial existente entre período de pago y período de cobro ($PMPPr - PMCCI$, véase tabla 3 del Anexo). Este indicador se interpreta como el número de días con que cuenta la empresa de margen de financiación de su ciclo comercial concedido por sus proveedores.

las pequeñas empresas también retrasan sus plazos de pago a proveedores pero lo hacen solamente en 3 días, es decir, en mucha menor medida que el aumento de 19 días practicado por las grandes empresas

PMPProv - PMCCI

Detalle por tamaño



las empresas grandes cuentan con 23 días de margen entre lo que tardan en pagar a sus proveedores y el tiempo que necesitan para cobrar de sus clientes, mientras que dicho tiempo es mucho más reducido en el caso de las pequeñas empresas que sólo alcanzan unos 7 días de margen favorable promedio.



Los resultados medios muestran que las empresas grandes cuentan con 23 días de margen entre lo que tardan en pagar a sus proveedores y el tiempo que necesitan para cobrar de sus clientes, mientras que dicho tiempo es mucho más reducido en el caso de las pequeñas empresas que sólo alcanzan unos 7 días de margen favorable promedio.

En síntesis, las grandes empresas no financieras en España cuentan con un mayor margen de financiación espontánea de su ciclo comercial frente al que poseen las empresas pequeñas. Lo que, traducido, trae como consecuencia que las pequeñas empresas tengan mayores necesidades de financiación de su ciclo corriente.

Además el comportamiento del diferencial entre periodos durante la crisis financiera ha sido distinto para las empresas grandes y pequeñas. Así, podemos observar en la figura adjunta cómo las empresas grandes han logrado una mejora del diferencial en los años de la crisis, mientras que las pequeñas empresas han sufrido una caída significativa de la distancia entre ambos periodos de pago y cobro.

Es decir, las grandes empresas obtienen un mayor margen de financiación de su ciclo corto porque combinan un mayor retraso en el pago a proveedores con menos días de crédito concedido a clientes. O lo que es lo mismo, las grandes empresas no aplican una cultura de pago rápido en sus relaciones comerciales frente a las pequeñas empresas. Así, un estudio de junio de 2009 de Informa D&B revela que sólo un 13% de grandes empresas atienden con puntualidad sus pagos con respecto al plazo acordado frente a un 52% de empresas pequeñas que cumplen con puntualidad y un 61% de microempresas.

No cabe duda que la competitividad comercial en España, en particular en relación a las Pymes, mejoraría con la reducción de la morosidad y con un acortamiento de los plazos de pago excesivamente largos, especialmente en el caso de las Administraciones públicas y grandes empresas.

3. CONCLUSIONES

Las pequeñas empresas utilizan en mayor medida que las grandes la concesión de crédito a sus clientes como un medio para lograr aumentar sus ventas y apoyar su crecimiento. Sin embargo, en una situación de crisis caracterizada por la restricción en el acceso a la financiación bancaria, las pequeñas empresas al conceder crédito a clientes podrían quedar debilitadas en su situación financiera al reducirse su obtención de flujos de efectivo, lo que deteriora su liquidez y aumenta su probabilidad de insolvencia.

En España se ha emitido normativa específica para luchar contra las consecuencias negativas que la crisis financiera provoca sobre la morosidad y la liquidez del tejido empresarial. A pesar de darse esfuerzos legislativos para el control de los retrasos en los pagos, sin embargo, no parece que hasta ahora hayan logrado una reducción efectiva de los días utilizados para pagar a los proveedores.

Los datos de periodos de cobro a clientes y de pago a proveedores de grandes y pequeñas empresas, muestran la existencia de comportamientos dispares entre estas dos categorías de empresas durante el periodo de crisis financiera. Así, las pequeñas empresas están concediendo 25 días más de crédito comercial a sus clientes que el concedido por las grandes.

Se verifica que las empresas grandes están retrasando sus plazos de pago, llegando en el año 2009 a alcanzar la cifra de 94 días (algo más de 3 meses). Es decir, las grandes empresas están acudiendo cada vez en mayor medida a financiarse a través de sus proveedores mediante el alargamiento de los días de pago. Las pequeñas empresas también retrasan sus plazos de pago a proveedores pero lo hacen solamente en 3 días, es decir, en mucha menor medida que el aumento de 19 días practicado por las grandes empresas.

En cuanto al diferencial entre periodo de pago y periodo de cobro, es decir,

en cuanto al indicador relativo al número de días con que cuenta la empresa de margen de financiación de su ciclo comercial concedido por sus proveedores, también se observa una desventaja de las pequeñas empresas frente a las grandes. En términos medios, las empresas grandes cuentan con 23 días de margen frente a las pequeñas empresas que solamente disfrutan de unos 7 días de margen favorable promedio. Es decir, las grandes empresas obtienen un mayor margen de financiación de su ciclo corto porque combinan un mayor retraso en el

pago a proveedores con menos días de crédito concedido a clientes.

Los resultados sugieren la existencia de un efecto cascada durante la crisis. Así, cuando la empresa grande dilata el periodo de pagos, la empresa pequeña se ve afectada con un aumento de su periodo de cobro por adaptación a los requerimientos de los clientes grandes. Mientras, los flujos de préstamo o crédito bancario continúan cerrados lo que conduce a deteriorar aún más la liquidez y posición financiera de la pequeña empresa.



ANEXO

Tabla 1. Período medio de cobro a clientes

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TAMAÑOS											
Pequeñas	83	79	78	80	81	80	81	81	72	78	85
Medianas	88	87	86	87	87	84	87	89	83	79	82
Grandes	61	57	56	56	55	54	53	52	54	50	60

Fuente: Resultados anuales de las empresas no financieras. CBBE.

Tabla 2. Período medio de pago a proveedores

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TAMAÑOS											
Pequeñas	88	85	86	88	87	85	88	91	90	82	91
Medianas	90	85	84	87	85	85	88	90	91	80	85
Grandes	84	74	77	78	77	78	77	75	76	77	94

Fuente: Resultados anuales de las empresas no financieras. CBBE.

Tabla 3. PMCPProv - PMCCI

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Media
TAMAÑOS												
Pequeñas	5	6	8	8	6	5	7	10	18	4	6	7,55
Medianas	2	-2	-2	0	-2	1	1	1	8	1	3	1,00
Grandes	23	17	21	22	22	24	24	23	22	27	34	23,55

Fuente: Elaboración propia a partir de Resultados anuales de las empresas no financieras. CBBE.

nuestro colegio

I CONFERENCIA MEDITERRANEA DE LOS ECONOMISTAS ESPAÑOLES



Esta conferencia se desarrolló en el marco de la Reunión Extraordinaria que la Fédération des Experts Economiques et Comptables de la Méditerranée FCM celebró en Murcia el pasado 30 de junio de 2011 con la presencia de los Presidentes y representantes de los países miembros de la misma (Italia, Francia, España, Portugal, Rumanía, Turquía, Egipto, Chipre, Israel, Bulgaria, Albania, Malta, Marruecos, Tunes, Palestina, Serbia, Kosovo, Grecia y la ACCA de Gran Bretaña).

Presentada por el Presidente del Comité de Honor, Ramón Luís Valcarcel Siso, estuvo organizada por el Colegio de Economistas de la Región de Murcia, el Consejo General de Colegios de Economistas de España y la Federación de Expertos en Economía y Contabilidad del Mediterráneo - FCM se celebró el 1 de julio contando para ello con importantes profesionales que, a través de sus ponencias, trataron de buscar las posiciones comunes en materia económica y financiera llevadas a cabo por las organizaciones internacionales profesionales y se analizaron las políticas económicas que tienen lugar en Europa, así como el papel que juega la Unión por el Mediterráneo en todos estos aspectos, dando cuenta de las nuevas perspectivas que se abren ante el impulso y compromiso cada vez mayor de la Unión Europea en el desarrollo de la zona.



Inauguración de la Conferencia Internacional.

Ramón Madrid, Decano; Angel Martínez, Presidente CAM; Salvador Marín, Consejero de Economía y Hacienda; Valentín Pich, Presidente del Consejo General de Economistas de España, Lorenzo Lara, Presidente del Consejo de Titulados Mercantiles y Ninos Hadjirosous, Presidente de la FCM.



Recepción de asistentes en el Salón de Actos de la Caja de Ahorros del Mediterráneo



Ponencia de Carles Gasoliba moderada por el Decano del Colegio de Málaga, Juan Carlos Robles

CENA ANUAL DE COLEGIADOS

30 ANIVERSARIO DEL COLEGIO 1981-2011

El 3 de junio, en el Restaurante Torre de Zoco de Murcia, se celebró esta Velada de Economistas que esta ocasión tuvo un carácter conmemorativo con motivo del 30 Aniversario del Colegio.



Entrega MENCIÓN 2011 a Clemente García

Como es habitual en esta cita anual de los compañeros que formamos este Colectivo se entregaron los Ecónomos de Plata y Bronce a los compañeros que han cumplido, respectivamente, 25 y 15 años de permanencia en el Colegio.

Además y por acuerdo unánime de la Junta de Gobierno, se nombró MIEMBRO DE HONOR 2011 a D. Clemente García García, Secretario General de la Confederación Regional de Organizaciones Empresariales –CROEM, por su importante y dilatada labor profesional desarrollada a favor de la empresa en la Región de Murcia.

Ramón Madrid, Decano hizo una mención a la Ciudad de Lorca y le concedió el Ecónomo del Colegio como muestra de nuestra solidaridad por el terremoto sufrido el pasado mes de mayo.



Ecónomo del Colegio a la Ciudad de Lorca



Ecónomos de Plata 2011



Ecónomos de Bronce 2011



Mesa Protocolo



SERVICIO DE ESTUDIOS DEL COLEGIO

Publicados los resultados del 10º Barómetro del Colegio

El 10º Barómetro del Colegio fue presentado el 28 de julio de 2011 en una Rueda de Prensa que, como viene siendo habitual, fue multitudinaria y que refleja la importante fuente de información que este Informe de Coyuntura Semestral tiene para los agentes económicos de la Región.

nc

EL COLEGIO EN LAS FACULTADES DE LA REGION



Acto entrega Premios VIII Olimpiadas de Ciencias de la Empresa de Cartagena – UPCT



Acto Graduación Facultad de Ciencias de la Empresa –UPCT
Nombramiento Becario de Honor a Ramón Madrid, Decano



Jornada de Derecho Concursal UCAM
Mesa Redonda. "Reformas necesarias para la Ley Concursal"



Jornadas de Bienvenida de la Facultad de Economía y Empresa de la UMU.
Ponencia Ramón Madrid, Decano
"La profesión de economista"



Clausura XIX Master en Auditoría de Cuentas UMU/ENAE.
Conferencia de José Antonio Gonzalo Angulo, Presidente del ICAC

EL COLEGIO PRESENTE EN LA SOCIEDAD



Consejo Directivo del REA en Murcia



Audiencia Juan Carlos I, Rey de España
Delegación Consejo General con motivo de su 40 Aniversario



Día del Auditor de Castilla León



Reunión con José Ballesta, Consejero de Universidades, Empresa e Investigación
y Juan Hernández, Director del INFO



Día del Emprendedor INFO 2011 - Lorca



¿Le gustaría encontrar
la solución sin perderse
entre miles de
respuestas?

Nautis Fiscal
es la solución



Información con alto valor añadido

La única base jurídica del mercado **motorizada por los Mementos**.

Conectada con su base jurídica

Vincula las soluciones propuestas por los Mementos con la **legislación, jurisprudencia y doctrina administrativa** más reciente.

Ahorro de tiempo, comodidad y fiabilidad

Encontrará la solución en un **tiempo récord**.

Si aún no lo conoce, solicite unas claves gratuitas de prueba en **www.quierounapruebagratis.com**

mejores
soluciones

EDICIONES FRANCIS
LEFEBVRE 

Información Actual

Bruselas reforzará el control de los países para frenar la crisis de deuda

DEBATE DEL PARLAMENTO EUROPEO. Van Rompuy, Barroso y Juncker se conjuran para que se pueda interferir en los presupuestos nacionales. Planean que haya derechos políticos que se puedan perder.

Bruselas (Europa). El Consejo Europeo, presidido por Herman Van Rompuy, se reúne en Bruselas para reforzar el control de los países para frenar la crisis de deuda. Los líderes europeos se reúnen para discutir sobre la crisis de deuda y cómo manejarla. El Consejo Europeo, presidido por Herman Van Rompuy, se reúne en Bruselas para reforzar el control de los países para frenar la crisis de deuda. Los líderes europeos se reúnen para discutir sobre la crisis de deuda y cómo manejarla.

Papadimos logra el apoyo del Parlamento griego para su reto "titánico"

El gobierno de la unidad nacional de Grecia logra el apoyo del Parlamento griego para su reto "titánico".

Atenas (Grecia). El gobierno de la unidad nacional de Grecia logra el apoyo del Parlamento griego para su reto "titánico". El gobierno de la unidad nacional de Grecia logra el apoyo del Parlamento griego para su reto "titánico".

Monti asume el Ministerio de Economía y presenta un gabinete sin ningún político

El nuevo gobierno de Italia cuenta con doce miembros con carrera y cinco sin ella.

Roma (Italia). El nuevo gobierno de Italia cuenta con doce miembros con carrera y cinco sin ella. El nuevo gobierno de Italia cuenta con doce miembros con carrera y cinco sin ella.

El INE confirma el estancamiento de la economía española en el tercer trimestre

El INE confirma el estancamiento de la economía española en el tercer trimestre.

Madrid (España). El INE confirma el estancamiento de la economía española en el tercer trimestre. El INE confirma el estancamiento de la economía española en el tercer trimestre.

Seguros de la UE

Seguros de la UE.

Seguros de la UE.

El juez que investiga el caso de 2010 que...

El juez que investiga el caso de 2010 que...

El juez que investiga el caso de 2010 que...

El reglamento europeo de auditoría desata la polémica en el sector

El reglamento europeo de auditoría desata la polémica en el sector.

El reglamento europeo de auditoría desata la polémica en el sector.

La nueva legislación

La nueva legislación.

La nueva legislación.

Tras el 20-N

Tras el 20-N.

Tras el 20-N.

INTERNET Y LOS ECONOMISTAS: DIRECCIONES

Las seleccionadas en este número son las siguientes:

The Global Compact

<http://www.unglobalcompact.org/>

Confederación Española de Directivos Ejecutivos

<http://www.directivoscede.com/>

30 años aportando soluciones
a despachos profesionales

**FISCAL
LABORAL
CONTABILIDAD DIRECTOR
ASESORIAWEB
NCS SCAN**

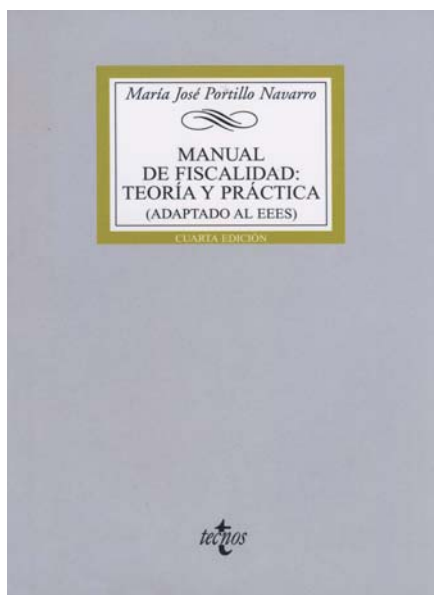


*Descuento para nuevos clientes durante el primer año

50% de descuento
para celebrar
nuestro aniversario*



Reseña Literaria



Manual de fiscalidad: teoría y práctica (Adaptado al EEES)

Cuarta edición

Autor: **María José Portillo Navarro**

El presente *Manual de Fiscalidad: Teoría y práctica*, se ocupa del conocimiento de la fiscalidad española, recogiendo aquellos aspectos fundamentales de la misma, incorporando el rigor y la claridad necesarios para su análisis, con la introducción de las últimas novedades fiscales en el ámbito tributario.

Este manual va dirigido a los estudiosos del tema fiscal, en cualquiera de los ámbitos en los que es necesario el conocimiento y la actualización de la normativa tributaria. Así, los estudiantes podrán contar con un libro que pueden llevar de manera habitual a clase y les ahorrará la necesidad de tomar apuntes, lo que supone una mejora de la calidad docente, tanto para el profesor como para los alumnos.

Por otro lado, el profesional, así como todas aquellas personas interesadas en el estudio de los conceptos vertidos en esta obra, podrán obtener, de manera sencilla, una perspectiva global de la fiscalidad española y el desarrollo más puntual de aquellos conceptos más específicos.

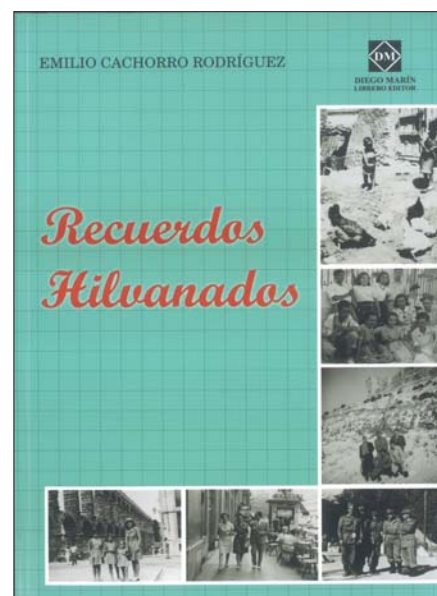
Para conseguir una mayor claridad en la exposición de la materia, cada uno de los temas se inicia con un mapa conceptual de lo expuesto en el capítulo, además de los

esquemas que simplifican la comprensión de cada impuesto. Asimismo, los capítulos incorporan preguntas para la reflexión acerca de cuestiones de gran actualidad o que tradicionalmente han resultado objeto de investigación, con el fin de aportar ideas a debatir en los seminarios que pudieran realizar los alumnos. Los casos prácticos, ubicados al final de la exposición teórica, están resueltos para aquellas cuestiones con mayor complejidad teórica, y se adicionan casos propuestos para profundizar en la materia. Por último, las preguntas cortas y tipo test planteadas (estas últimas con la solución de las mismas al final del libro) ayudan a la autoevaluación de los conocimientos adquiridos.

Recuerdos Hilvanados

Autor: **Emilio Cachorro Rodríguez**

Recuerdos hilvanados es una exposición de la vida a través de una tercera persona, con sus incidencias y sus avatares, desde el final de la Segunda República hasta la aprobación de la Constitución de 1978. La vida es como un río con sus meandros y esto es lo que el autor trata de exponer a través de este libro. La obra tiene un contenido fundamental, que es la línea conductora de una vida, mirando a derecha y a izquierda, al cielo y a la tierra. Recoge los sucesos propios y los del entorno.





Soluciones Cajamurcia para



profesionales economistas

Inversión | Planes de ahorro | Tarjetas | Seguros | Intelvía | Financiación

En Cajamurcia sabemos que cada profesional es único y requiere una atención específica. En nuestro Servicio de Profesionales Colegiados encontrará una amplia gama de productos para poder responder a cualquiera de sus necesidades, desde financiación hasta seguros.

Acérquese a su oficina Cajamurcia, estamos preparados para construir planes a su medida. Además, a través del convenio existente entre el Colegio y Cajamurcia encontrará multitud de ventajas adicionales.





economistas

Colegio Región de Murcia

economista es el licenciado en Ciencias Económicas (rama general y de empresa), en Ciencias Empresariales, en Economía, en Administración y Dirección de Empresas, en Ciencias Actuariales y Financieras y en Investigación y Técnicas de Mercado, colegiado en alguno de los Colegios de Economistas existentes, únicos Colegios a los que legalmente deben pertenecer.

Estatuto Profesional del Economista. Decreto 871/77 - BOE 28 de abril de 1977



Servicio de Estudios
Colegio de Economistas Región de Murcia
CUADERNOS DE INVESTIGACIÓN

gestión
Revista de Economía

Luis Braille, 1 Entlo - 30005 MURCIA

Tel.: 968 900 400 - Fax: 968 900 401

www.economistasmurcia.com - colegiomurcia@economistas.org