

gestión

Revista de Economía

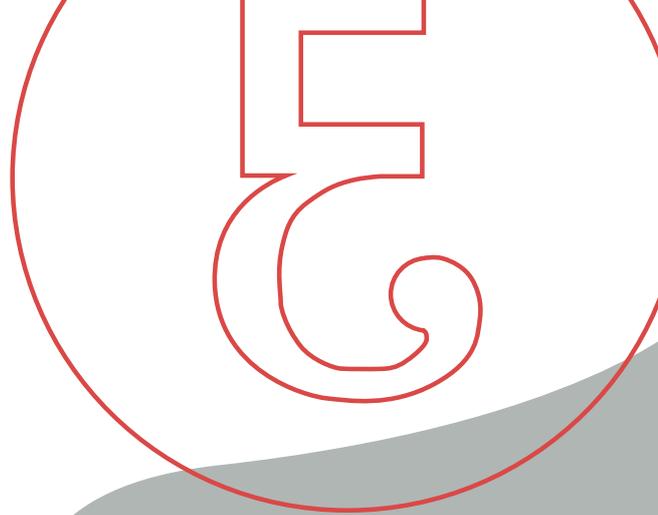
60

ENERO - JULIO 2015

- 5** Modelos de negocio y competitividad de la empresa familiar
- 12** Características y Evolución del Mercado de Auditoría en la Región de Murcia en el periodo 2002-2011
- 25** Análisis Territorial de los Concursos de Acreedores de la Región de Murcia: 2009, 2011 y 2013

MEMORIA DE ACTIVIDADES

dos mil catorce



2014



Nuevo formato Pendrive



Disponible en la Web del Colegio
www.economistasmurcia.com





EDITA:

Colegio Oficial de Economistas de la Región de Murcia

DIRECTORA:

Mercedes Palacios Manzano

COLABORADORES

REDACCIÓN:

Carmen Corchón Martínez

Isabel Teruel Iniesta

CONSEJO EDITORIAL:

- Decanato del Colegio Oficial 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
- Directora de la Revista
- Ex-director Fundador de la Revista Gestión

MAQUETA:

Publicidad líquida

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

04 Editorial

05 Colaboraciones

Modelos de negocio y competitividad de la empresa familiar

Angel Luis Meroño Cerdán y Juan Jesús Andrés Carpena

12

Características y Evolución del Mercado de Auditoría en la Región de Murcia en el periodo 2002-2011

Estefanía Sanmartín Pérez, Antonio Duréndez Gómez-Guillamón y Ramón Gijón Martínez

25

Análisis territorial de los concursos de acreedores de la Región de Murcia: 2009, 2011 y 2013

José Horacio García Marí y María del Pilar García González

32 Nuestro Colegio

- Presentada la Memoria de Actividades del Colegio 2014
- Escuela de Economía- Nuevo Portal de Formación
- I Ciclo "Economía y Cine"
- Premio Economía y Empresa del Colegio de Economistas
- Ciclo "Desayunos de Trabajo Economía Financiera y Negocio"
- Jornadas sobre el Nuevo Escenario Financiero
- Servicio de Estudios
 - 17º Barómetro del Colegio
 - Ciclo de Economía y Sociedad. Mesa Redonda "Economía y Medio Ambiente"
- Convenios de Colaboración
 - Caja Rural Regional
 - Colegio de Abogados de Cartagena - Corte de Arbitraje
 - Green House Consultores
 - Consejería de Fomento, Obras Públicas y Ordenación del Territorio de la CARM
 - Consejería de Educación, Cultura y Universidades de la CAM
 - Banco Mare Nostrum
 - Cajamar
- El Colegio presente en la Sociedad

41 Información Actual

- Presentación del Estudio: "Creación de Empresas en la Región de Murcia"
- "Bruselas desentierra el Impuesto sobre Sociedades armonizado"
- "El impulso de la digitalización cambia la forma de gestionar las empresas"
- "Cómo afectará a las empresas la nueva jurisdicción voluntaria"
- "El gobierno saca adelante la Ley de Auditoría sin aceptar enmiendas"
- "El administrador responderá con su patrimonio por las deudas"

45 Internet y los Economistas

- Direcciones

46 Reseña Literaria



Editorial

Este número lo iniciamos con un trabajo realizado por dos profesores de la Universidad de Murcia, Angel L. Meroño y Juan Jesús Andrés, en el que se analiza la relación entre empresa familiar y modelo de negocio. Durante los últimos años, tanto en el mundo de la investigación como en el de la consultoría, ha ido adquiriendo mucho interés el concepto de “modelo de negocio”. Como resultado, se está generando un incipiente número de publicaciones tanto científicas como de divulgación que intentan acotar y explicar dicho término, así como metodologías de trabajo para su aplicación en el mundo empresarial. El ámbito de la empresa familiar se puede beneficiar especialmente de la aplicación de este enfoque, pero a la vez también puede servir como objeto de estudio ya que su especial idiosincrasia permitirá profundizar en el análisis de modelos de negocio de éxito.

En el segundo trabajo, nuestros compañeros Estefanía Sanmartín, Antonio Duréndez y Ramón Gijón de la Universidad de Cartagena nos presentan un estudio exhaustivo del mercado de auditoría en la Región de Murcia durante el periodo 2002-2011. El trabajo analiza a través de una muestra representativa de empresas auditadas determinadas características demográficas, como el tamaño, la antigüedad, la forma jurídica, la localización y el sector de actividad. A continuación se comprueba la evolución del número de empresas auditadas, el tipo de opinión predominante, el tipo de auditor, etc. Por último, se analizan magnitudes económico-financieras clasificando a las empresas con base al tipo de opinión recibida del auditor.

La grave crisis por la que está atravesando la economía mundial ha afectado así mismo a la economía de la Región de Murcia, elevando los índices de fra-

caso empresarial y, por consiguiente, del número de concurso de acreedores declarados desde 2009. En este contexto, el tercer estudio realizado por José Horacio García y María del Pilar García, analiza la ocurrencia de dicho fenómeno desde una perspectiva geográfica para los años 2009, 2011 y 2013 con el objetivo de analizar su incidencia en los diferentes municipios de la Región, así como la existencia o no de contagio espacial entre los mismos. Para llevar a cabo dicho análisis se utilizan las técnicas del Análisis Exploratorio de Datos Espaciales (AEDE) a través de la herramienta econométrica GeoDa. Los resultados muestran una concentración de los concursos de acreedores en municipios como Murcia, Cartagena, Lorca y Torre Pacheco, así como la inexistencia de contagio espacial.

Por lo que respecta a nuestro colegio hemos destacado la presentación de la Memoria de Actividades del Colegio 2014, así como el nuevo Portal de Formación de la Escuela de Economía del Colegio, adaptado a las nuevas tecnologías y necesidades de nuestro colectivo. El Servicio de Estudios ha presentado los resultados del 17^º Barómetro del Colegio de Economistas. Además la presencia en diversos foros destaca la calidad y el compromiso del Economista con 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 60.

Mercedes Palacios
Directora "Gestión-Revista de Economía"

Modelos de Negocio y Competitividad de la Empresa Familiar

Ángel L Meroño Cerdán
Juan Jesús Andrés Carpena

Universidad de Murcia



1. INTRODUCCIÓN

De cuando en cuando surgen empresas que desafían los modos habituales de hacer las cosas. Normalmente en un primer momento pasan inadvertidas por los principales actores del sector, a la larga son las empresas más asentadas las que para sobrevivir acaban imitando a las primeras. Como ejemplo podemos citar Easy Jet, Inditex, Ikea, empresas que han establecido las nuevas bases competitivas cada una en sus sectores correspondientes.

¿Cómo se explica esta situación? La globalización ha cambiado el equilibrio tradicional entre cliente y proveedor. El desarrollo tecnológico proporciona más posibilidades a los clientes. Más que nunca las empresas necesitan estar centradas en sus clientes y reevaluar sus propuestas de valor. Para tener éxito ya no es suficiente lanzar nuevos productos o adoptar nuevos procesos, las empresas que triunfan irrumpen en sus sectores con nuevos modelos de negocios. Sin un adecuado modelo de negocio los innovadores fracasarán en su intento de distribuir o captar valor de sus innovaciones (Teece, 2010).

Hasta ahora, los modelos de negocio utilizados por todos los competidores dentro de un sector eran muy similares. El grueso de las acciones estratégicas ha tenido como objetivo tratar de conseguir una posición predominante en el sector respecto a la competencia a través de precios más bajos o productos diferenciados. Kim y Mauborgne (2004) emplean el término “océanos rojos” para definir esta situación. En contraposición a este escenario proponen las estrategias de “océano azul” donde las empresas atienden mercados desatendidos donde la competencia es irrelevante debido fundamentalmente a la alteración de los límites de los

Para tener éxito ya no es suficiente lanzar nuevos productos o adoptar nuevos procesos, las empresas que triunfan irrumpen en sus sectores con nuevos modelos de negocios



sectores tradicionales. La innovación en modelos de negocios redefine la competencia creando espacios diferenciados donde la competencia es menor.

En mercados maduros la competencia es mayor, especialmente en situaciones de estancamiento o de rápido cambio tecnológico. La innovación y la adaptación al entorno son condiciones imprescindibles para la supervivencia. Las empresas con éxito durante cierto tiempo corren el riesgo de fracasar si continúan haciendo lo que solía estar bien sin adaptar su modelo de negocio a los cambios de la situación competitiva (Doz & Kosonen, 2010). Autores como Hamel y Valikangas (2003) argumentan que la velocidad del deterioro de las estrategias se está acelerando en todas partes. Para remediar la situación y no negar las señales del deterioro, los autores recomiendan una revisión honesta y

El modelo de negocio sirve como herramienta para analizar y comunicar las elecciones estratégicas, articula cómo crea valor la empresa, las fuentes internas de la ventaja de la empresa y cómo la empresa captura valor

frecuente de la estrategia. La creación de valor reside en la remodelación, adaptación y renovación con éxito del modelo de negocio de la compañía sobre una base continua que recoja la lógica de cómo la organización crea, distribuye y captura valor (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Este trabajo analiza la relación entre empresa familiar y modelo de negocio. La empresa familiar es el tipo de organización más extendido en nuestra economía. Por sus características: visión a largo plazo, limitaciones al crecimiento, presencia en sectores tradicionales (Meroño Cerdan & Carrasco Hernández, 2013) hace que la gestión de su modelo de negocio resulte esencial para la continuidad de su proyecto empresarial. Esta investigación presenta la siguiente estructura. En primer lugar revisamos la investigación sobre Modelos de Negocio para conocer el estado del arte. Seguidamente analizamos los componentes del Modelo de Negocio. A continuación revisamos los planteamientos conducentes a Modelos de Negocio de éxito. Finalmente reflexionamos sobre la aplicabilidad del enfoque de Modelos de Negocios al área de la Empresa Familiar.

2. INVESTIGACIÓN EN MODELOS DE NEGOCIO

A pesar del aumento general en la literatura sobre modelos de negocio, los eruditos no están de acuerdo en el concepto de modelo de negocio (Zott, Amit, & Massa, 2011). Boons & Lüdeke-Freund (2013) revisan la literatura encontrando tres corrientes. La primera centrada en la tecnología y aparece con motivo del boom de Internet. La segunda, organizativa, que considera los modelos de negocio como una herramienta de dirección estratégica para mejorar la cadena de valor de la empresa desarrollando sistemas y arquitecturas que mejoren la eficacia organizativa. La tercera orientada a la estrategia añadiendo el elemento de mercado al enfoque organizativo. Poco se ha escrito hasta la fecha sobre la generación de valor a través de la innovación en el modelo de negocio y no hay una teoría ampliamente aceptada por la comunidad científica y empresarial (López Pérez, 2012).

¿Qué son los modelos de negocio y como se usan en la realidad? Para George and Bock (2011) los modelos de negocio combinan diseño organizativo con una perspectiva estratégica con la vista puesta en las implicaciones para el emprendimiento. El modelo de negocio sirve como herramienta para analizar y comunicar las elecciones estratégicas, articula cómo crea valor la empresa, las fuentes internas de la ventaja de la empresa y cómo la empresa captura valor (Lambert & Davidson, 2013). Los modelos de negocio son historias que explican cómo funciona la empresa. Un buen modelo de negocio debe responder a las clásicas preguntas de Peter Drucker: ¿Quién es el cliente? ¿Que valora

el cliente? ¿Cómo se hace dinero con este negocio? y ¿Cuál es la lógica que subyace en el negocio que explica cómo se entrega valor a un coste apropiado? (Margretta, 2002). El modelo de negocio identifica cuáles son los principales consumidores, cuál es la propuesta de valor de la organización, cuáles son las capacidades que la organización necesita dominar para producir ese valor, bien sea internamente o a través de alianzas con otros actores. La innovación en el modelo de negocio se refiere entonces a la introducción de nuevas, o significativamente mejoradas formas de operar y obtener beneficios (Bierwirth Hoofs, 2013).

A pesar de convivir diferentes perspectivas sobre modelos de negocio existen ciertos elementos comunes. Uno de los principales puntos de encuentro es que se trata de un análisis interno de la organización, en el que, entre otros aspectos, se analizan sus actividades, competencias, recursos y capacidades. En este sentido, la teoría de recursos y capacidades puede ser una base académica teórica sólida en la investigación sobre modelos de negocio. Bajo este enfoque las organizaciones son diferentes entre sí en función de la dotación y características de los recursos y capacidades que poseen. La generación de ventajas competitivas sostenibles es producto de la existencia de recursos y capacidades valiosos, raros, insustituibles y de una organización que sea capaz de extraer y proteger el valor que generan (Barney, 1994). El análisis basado en modelos de negocio bus-

ca encontrar esas características distintivas dentro de las empresas que le hacen aportar valor a sus clientes, y la manera de poder defenderlas y adaptarlas en el tiempo.

3. COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO

Además de estas diferencias de planteamientos y criterios a la hora de definir el modelo de negocio por parte de la literatura, también es un concepto que ha sido utilizado y desarrollado por consultores en todo el mundo definiendo sus propios modelos y metodologías. Claramente destacar la propuesta de Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, descrita en su libro "Generación de modelos de negocio". Los autores proponen una metodología muy práctica para el análisis de los modelos actuales de la empresa, replanteamiento de su idoneidad y la provocación del proceso de cambio a nuevos planteamientos del modelo, que en resumen los autores llaman generación de modelos de negocios.

Para la descripción de un modelo de negocios, plantean nueve módulos básicos (Figura 1) que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar ingresos. Estos nueve módulos contemplan las cuatro áreas básicas de una empresa: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Figura 1. Lienzo del modelo de negocio (Osterwalder y Pigneur, 2010)



1. *Segmentos de clientes.* Se definen los diferentes grupos de personas o entidades a los que se dirige una empresa atendiendo a sus necesidades, canales de distribución, tipo de relación y rentabilidad.
2. *Propuestas de valor.* Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado, y que por lo tanto, crean valor para dicho segmento de mercado.
3. *Canales de distribución.* Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes. Son puntos de contacto con el cliente que desempeñan un papel primordial en su experiencia.
4. *Relaciones con clientes.* Las empresas deben definir el tipo de relación que desean establecer con cada segmento de mercado.
5. *Fuentes de ingresos.* Las empresas deben preguntarse por el valor que está dispuesto a pagar cada segmento de mercado y por la modalidad de ingreso más pertinente.
6. *Recursos clave.* Todos los modelos de negocio requieren recursos clave que permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Los recursos clave pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.
7. *Actividades clave.* Estas actividades son las acciones más importantes que debe emprender una empresa para tener éxito en base a los recursos que dispone para ofrecer una propuesta de valor.
8. *Asociaciones clave.* Red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Las empresas crean alianzas para optimizar sus modelos de negocio, reducir riesgos o adquirir recursos.
9. *Estructura de costes.* Gestión de los costes para hacer funcionar el modelo de negocio.

El gran interés actual por la innovación en los modelos de negocio se puede explicar por el ritmo de cambio del mundo actual, la competencia dentro de la industria y la oferta de mejores experiencias para los consumidores

4. ÉXITO EN LOS MODELOS DE NEGOCIO

Una de las principales líneas de investigación dentro del campo de modelos de negocio es la innovación en modelos de negocio. La supervivencia de una empresa depende de su capacidad de adaptación (Giesen et al., 2010; Morris, 2009). Muchas organizaciones no tienen en cuenta que los modelos de negocio son perecederos (Govindarajan y Trimble, 2011) de manera que en el entorno actual, complejo y sujeto a gran cantidad de cambios, la innovación en modelos de negocio para adaptar la organización a su entorno se convierte en un factor crítico para el éxito. El gran interés actual por la innovación en los modelos de negocio se puede explicar por el ritmo de cambio del mundo actual, la competencia dentro de la industria y la oferta de mejores experiencias para los consumidores (McGrath, 2011).

Diversos autores como Zott y Amit (2010) plantean una serie de preguntas a los directivos para enfocar la innovación de sus modelos de negocio. También existen investigaciones que tratan de recoger lo que podríamos denominar elementos de los modelos de negocios de éxito. En la Figura 2 mostramos resumidas las propuestas de Markides y Sosa (2013) y López et al. (2013).

Figura 2. Características de modelos de negocio de éxito

(Markides & Sosa, 2013)	(López Pérez, Bueno Campos, & Salmador Sánchez, 2013)
<ul style="list-style-type: none"> • Se dirigen al consumidor medio • Soportan bajos precios resultado de reducir costes. • Reducen el riesgo del cliente a través de la marca y la comunicación. • Construyen la distribución que pueda servir al mercado masivo. • Crean alianzas con los proveedores y productores de bienes complementarios clave. • Protegen el mercado explotando las ventajas del primer adoptante 	<ul style="list-style-type: none"> • Una proposición de valor innovadora para el cliente • Variaciones en su cadena de valor respecto a la mayoría de empresas del sector • Cambios en forma relación con grupos de interés • Utilización de procesos innovadores • Uso de recursos de una forma innovadora • Existencia de una fuerte cultura organizativa de innovación.



5. MODELOS DE NEGOCIO Y COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA FAMILIAR

A nivel de consultoría el enfoque de modelos de negocio está teniendo un gran impacto, razón por lo que las empresas aprecian su utilidad. Desde una perspectiva científica todavía está en sus estadios iniciales. Desde nuestra experiencia en el área de empresa familiar creemos que se pueden producir interesantes contribuciones tanto por el lado de la aplicación en las empresas familiares, como por el lado del desarrollo de la investigación sobre modelos de negocio aprovechando el conocimiento acumulado en empresa familiar.

Sirmon y Hitt (2003) argumentan que las empresas familiares evalúan, seleccionan, eliminan y revitalizan sus recursos de diferente manera a las no familiares. La implicación de la familia en la empresa es lo que diferencia la empresa familiar de otras formas de empresas (Chrisman, Chua y Sharma, 2003). Esta idiosincrasia de la empresa familiar ha sido etiquetada como familiness que sería el conjunto de recursos y capacidades derivados de las interacciones entre familia y empre-

sa (Habbershon & Williams, 1999; Habbershon et al., 2003). Como tal, el familiness es uno de los factores intangibles que diferencia a las empresas familiares y puede constituirse como un elemento que contribuya a su ventaja competitiva.

Si por algo se caracterizan las empresas familiares es por visión a largo plazo y por la necesaria adaptación al entorno. Valores todavía más relevantes conside-

Esta idiosincrasia de la empresa familiar ha sido etiquetada como familiness que sería el conjunto de recursos y capacidades derivados de las interacciones entre familia y empresa

rando que suelen competir en sectores más tradicionales donde teóricamente la competencia es mayor. La interacción familia y empresa convierte a las empresas familiares en formas especialmente flexibles e innovadoras. La alineación de intereses entre propiedad y dirección proporciona una importante serie de beneficios. Entre los desarrollos en el área de modelos de negocio creemos que algunos tópicos sobre empresa familiar pueden resultar especialmente interesantes, concretamente referidos a la influencia de los órganos de gobierno en el planteamiento de modelo de negocio. No tenemos constancia de que hasta ahora se haya cubierto. Sin duda, la estructura de propiedad tiene influencia en cada uno de los componentes del modelo de negocio. Por el lado del cliente, las empresas familiares muestran una vinculación especial con sus clientes, cuestiones como reputación, imagen y prestigio son esenciales. Por el lado de la infraestructura también se encuentran particularidades. La implicación familiar o familiness proporciona una serie de recursos y capacidades especiales capaces de proporcionar ventajas competitivas. En este punto es donde la estructura de propiedad tiene importancia, el capital paciente, el capital familiar y todos los intangibles propios de la empresa familiar son especiales. Visto de otra manera, creemos interesante analizar el éxito de las empresas familiares más longevas a partir del enfoque del modelo de negocio para ver la medida en que puede ser explicado y, posiblemente, los aspectos que debieran ser considerados para mejorar dicho enfoque.

REFERENCIAS

- Bierwirth Hoofs, A. (2013). *El papel de la cultura y de la innovación en el diseño y desarrollo de los nuevos modelos de negocio*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Boons, F., & Lüdeke-Freund, F. (2013). Business models for sustainable innovation: state-of-the-art and steps towards a research agenda. *Journal of Cleaner Production*, 45, 9-19.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Sharma, P. (2003) *Current trends and future directions in family business management studies: Toward a theory of the family firm*. Coleman White Paper Series, C. Foundation.
- Doz, Y. L., & Kosonen, M. (2010). Embedding Strategic Agility: A Leadership Agenda for Accelerating Business Model Renewal. *Long Range Planning*, 43(2-3), 370-382.
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999) A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1-25.
- Habbershon, T. G., Williams, M. L., & MacMillan, I. C. (2003) A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.
- Hamel, G., & Valikangas, L. (2003). The quest for resilience. *Harvard Business Review*, 81(9), 52-65.
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2004). Blue ocean strategy. *Harvard Business Review*, 82(10), 76-84.
- Lambert, S. C., & Davidson, R. A. (2013). Applications of the business model in studies of enterprise success, innovation and classification: An analysis of empirical research from 1996 to 2010. *European Management Journal*, 31(6), 668-681.
- López Pérez, R. (2012). *Innovación del modelo de negocio: propuesta de un modelo holístico*. Universidad Autónoma de Madrid.
- López Pérez, R., Bueno Campos, E., & Salmador Sánchez, M. P. (2013). Dinamizar la PYME mediante la innovación del modelo de negocio. *Economía industrial*, (388), 95-102.
- Magretta, J. (2002). Why business models matter. *Harvard Business Review*, 80(5), 86-93.
- Markides, C., & Sosa, L. (2013). Pioneering and First Mover Advantages: The Importance of Business Models. *Long Range Planning*, 46(4-5), 325-334.
- Meroño Cerdan, A. L., & Carrasco Hernández, A. J. (2013). Size and performance in family managed firms: surviving first generation. *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 11(1), 13-34.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (1 edition.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sirmon, D. G. y Hitt, M. A. (2003). "Managing resources: Linking unique resources, management and wealth creation in family firms". *Entrepreneurship Theory and Practice*, (27)4, 339-358.
- Teece, D. J. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. *Long Range Planning*, 43(2-3), 172-194.
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019-1042.

grupohuertas
AUTOMOCIÓN

VIAJAMOS EN LA MEJOR COMPAÑÍA

www.grupohuertas.com



Mercedes-Benz



Audi



INFINITI.



Das Auto.



SEAT



TOYOTA



Jeep



HYUNDAI
NEW THINKING.
NEW POSSIBILITIES.



Wir leben Autos.



IVECO



Características y Evolución del Mercado de Auditoría en la Región de Murcia en el periodo 2002-2011

Estefanía Sanmartín Pérez

Antonio Duréndez Gómez-Guillamón

Ramón Gijón Martínez

Universidad Politécnica de Cartagena

1. INTRODUCCIÓN

La función de la auditoría está sufriendo desde hace años una crisis marcada, sobre todo, por la desconfianza de la sociedad hacia su labor (Cañibano y Castriello; 2002). Por ello, se llevan produciendo continuos cambios en la legislación y en el proceso de regulación por parte de los diferentes organismos tanto nacionales como europeos, con la intención de que se presente información financiera más fiable y transparente, que dé respuesta a las críticas sobre el cumplimiento y eficacia con que se lleva a cabo la función de la auditoría de cuentas (Fernández et al.; 2013). Esta situación justifica que se profundice en estudios que nos permitan un mejor conocimiento de la situación y características del mercado de auditoría.

En este sentido, al estudiar el mercado de auditoría en España o a nivel regional, es importante evaluar la situación de concentración en la que se encuentra en la actualidad. El nivel de concentración que presenta un mercado es una de las dimensiones más importantes de la estructura del mismo. En concreto, hallamos que las grandes empresas multinacionales son las que ganan paulatinamente un mayor protagonismo. Esto provoca cierto desequilibrio en el mercado a favor de las grandes firmas, que implica que las pequeñas y medianas empresa de auditoría o los auditores individuales vayan perdiendo protagonismo (Crespo; 2012).

2. EL MERCADO DE AUDITORÍA EN LA REGIÓN DE MURCIA: 2002-2011

Para la realización de la parte aplicada de este estudio, se ha utilizado la información económico-financiera suministrada a través de la base de datos SABI de Informa S.A., comprendiendo un periodo de estudio entre 2002-2011.

En total contamos con una muestra de 1.513 empresas, sobre las que se han estudiado diferentes variables con el fin de analizar la evolución en el tiempo del Mercado de Auditoría de la Región de Murcia, y comprobar cuáles son las características que presentan las empresas auditadas.

2.1. Características Demográficas

Tamaño

Respecto del tamaño de las distintas empresas, debemos tener en cuenta el número de empleados que formaban parte de las mismas en el periodo analizado. Así, en la Tabla 2 observamos como las empresas que más se auditan son las que entran en la clasificación de Pyme, ya que en todo el periodo analizado suponen más del 50% de las empresas que conforman la muestra. Las empresas que son consideradas grandes tienen una menor relevancia.

Tabla 2. Tamaño Empresas Analizadas

Grupo Estudio	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Pequeña	608	677	709	628	635	666	643	653	623
Mediana	277	330	345	367	390	379	364	312	309
Grande	50	71	69	75	66	70	65	57	49

Fuente: Elaboración Propia

Localización

El foco de concentración de las empresas que se ven obligadas a auditar se encuentra en Murcia con 483 empresas del total, Cartagena es sede de 160 empresas y Lorca de 108. El resto de empresas se encuentran repartidas entre distintos municipios de la Región de Murcia, como pueden ser Mazarrón, Alcantarilla, Molina de Segura, etc.

Tabla 4. Localización Empresas

Grupo de Estudio	Frecuencia	Porcentaje
Murcia	483	31,7%
Cartagena	160	10,6%
Lorca	108	7,5%
Resto	762	50,2%
Total	1.513	100,0%

Fuente: Elaboración Propia

En términos porcentuales, se aprecia que prácticamente el 50% de las empresas se encuentran en los princi-

pales municipios de la Región. En este sentido, el 31,7% de las auditorías proceden de Murcia, que junto al 10,6% de Cartagena y al 7,5% de Lorca conforman el núcleo geográfico de empresas auditadas. Las localizaciones que no han sido estudiadas por separado se han considerado dentro de un porcentaje común.

Sector

Atendiendo a la tabla 5, las secciones que más importancia tienen a la hora de clasificar las actividades que realizan las empresas auditadas en la Región de Murcia son las de Industria Manufacturera (C) con 364 empresas dentro de la muestra, Construcción (F) con 267 y los Servicios con 741 empresas; esta última clasificación incluye todas las actividades que se realizan dentro de lo que conocemos como el Sector Servicios propiamente dicho. El resto de secciones se han agrupado en un total de 141 empresas.

En términos porcentuales se observa como los tres sectores de actividad identificados en la Región de Murcia suponen el 73,8% de las empresas que se ha prestado a un servicio de auditoría en el periodo analizado.

Tabla 5. Sector de Actividad de las Empresas

Grupo de Estudio	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado
Industria	364	24,1%	24,1
Construcción	267	17,6%	41,7
Servicios	741	49,0%	90,7
Resto	141	9,3%	100
Total	1.513	100%	

Fuente: Elaboración Propia

2.2. Características del Mercado de Auditoría

Auditorías por tipo de opinión

Para comenzar con el estudio de las características que tiene el mercado de Auditoría en la Región de Murcia, debemos tener en cuenta el número de auditorías que se han realizado en el periodo analizado según la muestra seleccionada.

Al analizar los resultados en términos porcentuales se

observa, en la tabla 6, que más del 70% de los informes de auditoría realizados obtienen una opinión “Favorable”, mientras que los informes con “Salvedades” en ninguno de los casos llega a superar el 30% de las opiniones emitidas. Se observa que la variación porcentual en el tipo de opinión de los informes de auditoría en el periodo analizado es muy desigual, ya que hay importantes fluctuaciones en todo el periodo, siendo el valor máximo en informes limpios el año 2010 con un 74,1% del total, mientras que el valor mínimo se alcanzó el año 2006 con un 69,5% de los informes favorables.

Tabla 6. Número de Auditorías por tipo de opinión

Tipo de opinión	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002
Aprobado	71,5%	74,1%	70,5%	71,0%	71,7%	69,5%	70,2%	72,4%	70,6%	73,7%
Denegado	1,2%	1,6%	1,4%	2,2%	2,1%	1,6%	2,4%	1,9%	1,0%	1,3%
Salvedades	27,3%	24,4%	28,1%	26,7%	26,2%	28,8%	27,5%	25,7%	28,4%	25,0%

Fuente: Elaboración Propia

Tipo de Auditor

A continuación, se ha segmentado la muestra de empresas auditadas en la Región de Murcia en función del auditor responsable de firmar el informe de auditoría, ya sean auditores individuales, pequeñas y medianas sociedades auditoras (pymfa), o multinacionales (Tabla 7).

En la tabla 7 se comprueba cómo el número de auditorías sigue una tendencia creciente hasta llegar al año 2006, cuando se realizan 869 trabajos de auditoría de cuentas. A partir de este momento, coincidiendo con el estallido de la crisis económica y con el comienzo de la recesión, el número de auditorías realizadas en la Región de Murcia disminuye hasta llegar a 2011 con un

total de 651 empresas auditadas, siendo el valor más bajo de la serie detrás de 2002. Del mismo modo, se debe considerar el efecto del aumento de los límites para la auditoría legal que se aprueban en 2007 con la Ley 16/2007 de reforma y adaptación de la legislación mercantil en materia contable para su armonización internacional.

En relación con los auditores individuales, aquellos que prestan servicios y ejercen su profesión individualmente, se observa que su peso específico en términos de número de informes emitidos ha disminuido de manera progresiva, hasta alcanzar el punto más bajo en 2011 con solo 91 auditorías realizadas, frente al máximo que se aprecia en el ejercicio 2003, con 164 trabajos de auditoría.

Tabla 7. Tipo de Auditor

Grupos Estudio	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Individual	142	164	145	156	150	140	128	115	101	91
Pymfa	383	423	456	542	620	605	575	580	515	458
Multinacional	73	76	87	78	99	85	101	107	106	102
Total	598	663	688	776	869	830	804	802	722	651

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto a las Pymfas de auditoría, al comienzo del periodo analizado 2002, solo 383 auditorías fueron realizadas por pequeñas y medianas firmas de Auditoría. Siguiendo una tendencia creciente hasta alcanzar el valor máximo en el 2006, con 620 trabajos, momento en el que se produce un cambio de tendencia con una disminución progresiva hasta alcanzar un valor de 458 auditorías realizadas por pequeños y medianos despachos de auditoría en 2011. Por el contrario, si hablamos de las grandes firmas de auditores, se ha producido un crecimiento continuo en el periodo de análisis 2002-2011, llegando a su valor máximo en 2009 con 107 trabajos. Todo ello, refleja la paulatina concentración que sufre el mercado regional de auditoría a favor de las firmas medianas y de las grandes multinacionales del sector.

Por el contrario, si hablamos de las grandes firmas de auditores, se ha producido un crecimiento continuo en el periodo de análisis 2002-2011, llegando a su valor máximo en 2009. Todo ello, refleja la paulatina concentración que sufre el mercado regional de auditoría a favor de las firmas medianas y de las grandes multinacionales del sector.

Tabla 8. Tipo de auditor y tipo de opinión

Tipo de Auditor	Tipo Opinión									
	2011 (***)		2010 (ns)		2009 (***)		2008 (ns)		2007 (ns)	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Individual	67,90%	32,10%	76,80%	23,20%	79,50%	20,50%	70,30%	29,70%	70,60%	29,40%
Multinacional	56,80%	43,20%	64,00%	36,00%	58,30%	41,70%	70,80%	29,20%	69,20%	30,80%
Pymfa	74,80%	25,20%	75,80%	24,20%	71,20%	28,80%	71,70%	28,30%	72,40%	27,60%

Tipo Opinión									
2006 (ns)		2005 (ns)		2004 (***)		2003 (***)		2002 (ns)	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
69,60%	30,40%	71,80%	28,20%	81,30%	18,70%	73,80%	26,20%	71,70%	28,30%
68,50%	31,50%	64,80%	35,20%	60,80%	39,20%	52,80%	47,20%	72,50%	27,50%
69,70%	30,30%	70,90%	29,10%	72,00%	28,00%	73,00%	27,00%	74,70%	25,30%

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; ns = no significativo

Tipo de Opinión según tipo de Auditor

La tabla 8 refleja relaciones significativas entre la opinión y el tipo de auditor en distintos años del periodo de análisis. En primer lugar observamos esta asociación en el periodo 2003-2004, posteriormente en 2009 y, por último, en 2011. Para dichos años, se comprueba que conforme va aumentando el tamaño de la firma auditora va disminuyendo el número de informes con opinión favorable. En concreto en el periodo 2003-2004, se observa como los auditores individuales son los que realizan

un número mayor de informes limpios, con un 73,8% y 81,3% respectivamente, seguidos de las firmas pequeñas y medianas de auditoría con un 73% y 72%, mientras las multinacionales emiten informes favorables en el 52,8% y 60,80% de los casos en 2003 y 2004 respectivamente.

Por lo tanto, tal y como podemos observar para los años con diferencias estadísticamente significativas, existe una relación directa entre la dimensión de la empresa que realiza la auditoría y el tipo de opinión que se incluye en el informe.

2.3 ANÁLISIS DE DISTINTAS MAGNITUDES ECONÓMICO-FINANCIERAS SEGÚN EL TIPO DE OPINIÓN

Magnitudes Generales

En primer lugar, se ha tenido en cuenta el importe neto de la cifra de negocios que tienen las distintas empresas que componen la muestra durante el periodo estudiado 2002-2011 (tabla 9).

En términos generales, se observa que la cifra de ventas

es superior en las empresas que reciben informes de auditoría limpios que en las que tienen salvedades. Los años en los que se obtienen diferencias significativas recogen el periodo 2002-2007 y el ejercicio 2011. Con respecto al valor del activo, las diferencias significativas se producen sólo en los ejercicios 2002 y 2006, manteniéndose el mismo comportamiento que con la cifra de ventas. Esto supone que las empresas que cuentan con una mayor dimensión, es decir, las que tienen mayor cifra de ventas y mayor valor de activos, tienen más posibilidades de recibir un informe de auditoría sin salvedades por parte del auditor.

Tabla 9. Dimensiones Económico-Financieras Generales

Variables (Medianas miles €)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Ingresos Explotación	12.223,05 €	10.388,00 €	12.302,00 €	10.944,60 €	11.064,18 €	9.398,48 €	12.269,41 €	10.889,69 €	11.839,76 €	9.475,26 €
Signific. Ingresos Expl.	(**)		(ns)		(ns)		(ns)		(***)	
Activo Total	9.824,14 €	8.981,47 €	10.812,52 €	9.684,25 €	9.751,71 €	10.202,48 €	10.242,12 €	10.649,09 €	9.527,85 €	8.483,59 €
Signific. Activo Total	(ns)		(ns)		(ns)		(ns)		(ns)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
11.231,42 €	9.264,18 €	11.403,25 €	9.508,07 €	10.972,87 €	9.175,69 €	11.345,24 €	9.351,25 €	10.790,48 €	8.588,29 €
(***)		(***)		(**)		(***)		(***)	
9.664,98 €	8.243,25 €	8.800,18 €	7.938,15 €	7.639,30 €	7.726,87 €	7.515,89 €	7.137,18 €	7.388,62 €	6.320,94 €
(***)		(ns)		(ns)		(ns)		(**)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; ns = no significativo



Análisis de la Liquidez y Solvencia

Para comenzar, analizaremos los ratios de solvencia, que miden la capacidad con la que cuenta la empresa para hacer frente a sus obligaciones en el corto y en el

largo plazo. Los ratios que hemos utilizado para medir la solvencia han sido los de liquidez, tanto a medio plazo como a corto, el de equilibrio financiero y el del capital circulante sobre las ventas de la empresa, según se recoge en la tabla 10.

Tabla 10. Ratios de Liquidez y Solvencia Financiera

Variables (Mediana)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Liquidez Medio Plazo	1,341	1,223	1,314	1,181	1,340	1,161	1,268	1,123	1,200	1,153
Signific. Liquidez M/P	(***)		(***)		(***)		(***)		(***)	
Liquidez Corto Plazo	1,002	0,824	1,013	0,803	0,997	0,754	0,926	0,769	0,911	0,761
Signific. Liquidez C/P	(***)		(***)		(***)		(***)		(***)	
Equilibrio Financiero	0,156	0,105	0,144	0,083	0,150	0,081	0,128	0,065	0,104	0,086
Signific. Equil. Financiero	(***)		(***)		(***)		(***)		(**)	
Capital Circulante	0,115	0,071	0,115	0,072	0,120	0,071	0,092	0,058	0,075	0,053
Signific. Capital Circul.	(***)		(***)		(***)		(**)		(**)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
1,180	1,180	1,184	1,125	1,184	1,069	1,161	1,080	1,162	1,056
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(**)	
0,880	0,823	0,912	0,780	0,884	0,831	0,911	0,827	0,883	0,756
(ns)		(**)		(ns)		(**)		(**)	
0,997	0,109	0,097	0,079	0,099	0,046	0,097	0,050	0,092	0,033
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(***)	
0,068	0,075	0,062	0,061	0,059	0,028	0,053	0,030	0,050	0,023
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(**)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; ns = no significativo

Según se aprecia en la tabla 10, en el periodo analizado las empresas que obtienen un informe limpio por parte de los auditores presentan un valor de liquidez a medio plazo (mediana) superior a las que obtienen alguna salvedad. De manera que las empresas que obtienen un informe de auditoría sin salvedades manifiestan mejor liquidez a medio plazo que las empresas que han recibido una opinión de auditoría con algún tipo de salvedad. Las diferencias estadísticamente significativas se mantienen durante todo el periodo salvo los años 2005 y 2006.

Por otro lado, con el ratio de liquidez a corto plazo medimos la relación entre los activos corrientes disponibles, y aquellos que precisan únicamente la fase de cobro para transformarse en tesorería, con las deudas a corto plazo. Los valores de las medianas vuelven a ser mayores, para todo el periodo del estudio 2002-2011 salvo los años 2004 y 2006, en el caso de las empresas con informe limpio. De forma que las empresas con mejor opinión del auditor son las que poseen una mayor liquidez a corto plazo.

Según se recoge en la tabla 10, el ratio de equilibrio financiero, en tanto por uno, es también superior para las

empresas con informe limpio respecto a las que tienen informe con salvedades, siendo las diferencias significativas en todo el periodo, con la excepción de los ejercicios 2005 y 2006. De tal forma, que las empresas con informe limpio presentan un mayor grado de equilibrio financiero que las que tienen alguna deficiencia detectada por el auditor en sus cuentas, y puesta de manifiesto en su informe. Por último, y al igual que en los casos anteriores el ratio capital circulante sobre ingresos de explotación presenta una diferencia significativa en todo el periodo, salvo 2005 y 2006, y un mayor valor para las empresas con informe limpio que para las que obtienen salvedades. Estos resultados confirman la mejor posición de solvencia para las empresas auditadas con informe favorable.

Al mostrar los ratios de liquidez a medio plazo, equilibrio financiero y capital circulante sobre ventas diferencias significativas, podemos deducir que las empresas de la Región de Murcia que obtienen informes de auditoría favorables son aquellas que tienen más probabilidades de presentar una mejor liquidez a medio plazo, un mayor grado de equilibrio financiero - capital circulante sobre activo total - y un mejor resultado en la relación capital circulante sobre ventas.

Análisis de la Cobertura

A continuación, en la tabla 11, se analizan los ratios relativos a la cobertura de la empresa. En concreto, se estudian la carga financiera, la capacidad de generación de recursos y la capacidad de devolución de deudas.

Tabla 11. Ratios de Cobertura

Variables (Mediana)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Carga Financiera	0,008	0,015	0,008	0,014	0,009	0,021	0,012	0,022	0,012	0,015
Signific. Carga Fin.	(***)		(***)		(***)		(***)		(**)	
Generación Recursos	0,034	0,020	0,041	0,023	0,043	0,023	0,043	0,029	0,045	0,039
Signific. Generación Rec.	(***)		(***)		(***)		(***)		(ns)	
Capacidad Dev. Deudas	0,082	0,034	0,084	0,040	0,089	0,040	0,086	0,045	0,088	0,073
Signific. Cap. Dev. Deudas	(***)		(***)		(***)		(***)		(***)	

		Tipo Opinión							
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
0,009	0,012	0,008	0,010	0,008	0,009	0,008	0,010	0,009	0,011
(***)		(**)		(ns)		(***)		(ns)	
0,044	0,046	0,046	0,044	0,045	0,045	0,045	0,035	0,042	0,038
(ns)		(ns)		(ns)		(**)		(ns)	
0,084	0,070	0,094	0,072	0,096	0,080	0,016	0,077	0,101	0,074
(ns)		(**)		(**)		(***)		(***)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; ns = no significativo

El ratio que mide la carga financiera, en términos del coste de la financiación que soporta la empresa, indica que las empresas con informe de auditoría limpio presentan una menor carga por intereses de deudas que las empresas con informe de auditoría no limpio, durante todo el periodo 2002-2011, salvo los ejercicios 2002 y 2004 que no presentan diferencias estadísticamente significativas. Así, esta mayor carga financiera implícitamente nos conduce a pensar que presentan un mayor grado de endeudamiento, como se comprueba más adelante, y que, por tanto, son susceptibles de tener mayores problemas financieros y menor capacidad de endeudamiento.

De igual forma, las empresas que obtuvieron una opinión favorable por parte de su auditor, durante el periodo de estudio, ofrecen una mayor capacidad en la

generación de recursos, por ejemplo, de 0,034 frente a 0,020 en 2011 y 0,041 frente a 0,023 en 2010, sobre las que muestran un informe de auditoría con algún tipo de salvedad, opinión denegada o desfavorable. Esta mayor capacidad generadora de recursos debe redundar en una mayor autonomía financiera al depender menos de recursos ajenos.

El ratio de capacidad de devolución de deuda refleja la relación que existe entre los recursos que genera la empresa, beneficios más amortizaciones, durante el ejercicio económico, y el total de deuda a corto y largo plazo. Como se observa en la tabla 11, las empresas que obtienen un informe favorable presentan una mayor capacidad de devolución de las deudas externas durante todo el periodo 2002-2011, con la excepción del año 2006, en el que las diferencias no son significativas.

Análisis de la Independencia y garantía financiera

En la tabla 12 se comparan los ratios de independencia y garantía financiera. En particular, tendremos en cuenta tres magnitudes como son la garantía a largo plazo, la autonomía financiera y los recursos permanentes.

Tabla 12. Ratios de Independencia y Garantía

Variables (Mediana)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Garantía Largo Plazo	1,663	1,417	1,624	1,406	1,633	1,358	1,575	1,335	1,409	1,337
Signific. Garantía L/P	(***)		(***)		(***)		(***)		(***)	
Autonomía Financiera	0,399	0,294	0,384	0,289	0,388	0,264	0,365	0,251	0,290	0,252
Signific. Auton. Fin.	(***)		(***)		(***)		(***)		(***)	
Recursos Permanentes	0,564	0,555	0,557	0,508	0,569	0,513	0,521	0,504	0,486	0,412
Signific. Recursos Perm.	(ns)		(**)		(***)		(***)		(**)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
1,403	1,336	1,430	1,307	1,450	1,371	1,458	1,347	1,434	1,310
(**)		(***)		(***)		(***)		(***)	
0,287	0,252	0,301	0,235	0,310	0,271	0,314	0,257	0,302	0,236
(**)		(***)		(***)		(***)		(***)	
0,456	0,442	0,446	0,394	0,441	0,407	0,448	0,379	0,442	0,375
(ns)		(***)		(**)		(**)		(ns)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; ns = no significativo

El ratio de garantía a largo plazo relaciona el activo con el pasivo de la empresa, de forma que sirve para comprobar la capacidad que tiene la empresa de cumplir con sus obligaciones de pago. En el caso de las empresas que reciben un informe de auditoría con opinión favorable se comprueba que presentan una mayor garantía de pago que las que obtienen informes con salvedades durante todo el periodo de análisis. Además se observa cómo ha aumentado progresivamente la garantía a largo plazo en las empresas con información contable de más calidad.

Por su parte, el ratio de autonomía financiera mide la relación entre el neto patrimonial de la empresa y el total de pasivo, representa el porcentaje de recursos propios sobre el total de la estructura financiera, es decir la capacidad de la empresa para realizar inversiones que necesiten fondos financieros sin que la empresa se vea obliga-

da a acceder a financiación ajena. En las empresas con informe favorable la mediana de este ratio es de 0,399 para 2011, 0,384 para 2010 y 0,388 para 2009, cuando en las empresas con salvedades se obtiene unos valores de 0,294 en 2011, 0,289 en 2010 y 0,264 en 2009. Esto supone que, de nuevo, las empresas con mejor calidad de su información económico-financiera mantengan una mejor autonomía financiera o estén más capitalizadas.

Por último, al analizar el ratio de recursos permanentes se observa que las empresas con informes de auditoría favorables muestran también un mayor porcentaje de recursos permanentes en su estructura financiera, es decir de fuentes de financiación a largo plazo, tanto propias como ajenas, que las empresas que obtienen una opinión con salvedades. Tanto para las empresas con informe limpio como con salvedades, los recursos permanentes aumentan en el periodo 2002-2011.

Análisis de la Rentabilidad

Para medir la rentabilidad se analizan los ratios de rentabilidad económica, de rentabilidad financiera antes y después de impuestos y el margen de explotación sobre ventas (tabla 13).

La rentabilidad económica mide el beneficio que se obtiene de las inversiones de la empresa sin tener en

cuenta cómo se configura la estructura financiera de la empresa. Por tanto, es un buen indicador del rendimiento de la empresa. Tomando los valores en porcentaje, hallamos que las empresas sin salvedades presentan una rentabilidad económica del 3,6% frente al 2,4% que obtienen las que manifiestan una opinión con salvedades en 2011. Las diferencias estadísticamente significativas se mantienen durante todo el periodo 2002-2011, salvo el intervalo entre 2005-2007.

Tabla 13. Ratios de Rentabilidad

Variables (Mediana)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Rent. Económica	0,036	0,024	0,037	0,028	0,038	0,025	0,045	0,038	0,054	0,046
Signif. Rent. Económica	(***)		(***)		(***)		(**)		(ns)	
Rent. Financiera AI	0,021	0,007	0,021	0,009	0,020	0,008	0,025	0,014	0,037	0,026
Signif. Rent. Finan. AI	(***)		(***)		(***)		(***)		(**)	
Rent. Financiera DI	0,016	0,006	0,016	0,006	0,015	0,005	0,019	0,011	0,026	0,020
Signif. Rent. Finan. DI	(***)		(***)		(***)		(***)		(**)	
Margen Explotación	0,024	0,014	0,028	0,019	0,029	0,017	0,033	0,027	0,037	0,035
Signif. Margen Explot.	(***)		(***)		(***)		(ns)		(ns)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
0,048	0,051	0,046	0,049	0,055	0,040	0,059	0,046	0,061	0,052
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(***)	
0,037	0,034	0,037	0,030	0,044	0,026	0,044	0,029	0,043	0,030
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(***)	
0,026	0,025	0,025	0,020	0,031	0,018	0,029	0,020	0,029	0,019
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(***)	
0,035	0,038	0,032	0,037	0,035	0,028	0,036	0,028	0,037	0,032
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(**)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; ns = no significativo

Durante el periodo de estudio la rentabilidad económica tanto de las empresas con informes de auditoría limpios como de las que presentan salvedades, va disminuyendo paulatinamente. Aun así, la rentabilidad económica en estas empresas sigue siendo mayor que en las que obtienen un informe con salvedades.

Por su parte, la rentabilidad financiera de la empresa mide el porcentaje de rendimiento obtenido en la empresa sobre sus recursos propios, lo que nos permite saber los beneficios que alcanzarán los propietarios en función del riesgo que haya asumido cada uno. En cuanto al ratio de rentabilidad financiera de los recursos totales después de impuestos, los valores de las me-

dianas también son superiores para las empresas que presentan informes limpios con respecto a las que no lo consiguen en todo el periodo de estudio, siendo las diferencias significativas salvo para 2005 y 2006. El margen de explotación presenta el mismo comportamiento que el resto de ratios de rentabilidad, y confirma que las empresas con informes favorables poseen un mayor margen en su cuenta de resultados de la explotación.

De estos resultados podemos inferir que las empresas con informes de auditoría favorables tienen una mayor probabilidad de ser empresas más rentables que en el caso de que hayan presentado algún tipo de inconveniente en el informe de auditoría.

Análisis del Endeudamiento

En la tabla 14 se incluyen los ratios de endeudamiento de la empresa, tanto a corto como a largo plazo.

En el caso del endeudamiento a largo plazo, para el año 2011 se observa que las empresas con informe limpio están menos endeudadas que las que presentan algún tipo de salvedad. Concretamente las empresas con informe favorable obtienen un valor en porcentaje del 15,4% frente al 25% de las empresas con opinión con salvedades,

desfavorable o denegada. Al evaluar el endeudamiento a corto plazo nos encontramos con la situación contraria durante todo el periodo 2008-2011 que muestra diferencias significativas, ya que en la estructura financiera de las empresas con informe favorable tienen un mayor peso el endeudamiento a corto plazo que las que obtienen un informe con salvedades. Así, el peso de las deudas a corto plazo sobre la estructura financiera en el ejercicio 2011 es del 84,6%, del total del endeudamiento ajeno, en el caso de las empresas con opinión limpia, y del 75% cuando la opinión tiene alguna salvedad.

Tabla 14. Ratios de Endeudamiento

Variables (Medianas miles €)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
Endeudamiento LP	0,154	0,250	0,173	0,222	0,180	0,259	0,150	0,212	0,122	0,165
Signif. Endeudam. LP	(***)		(**)		(***)		(***)		(ns)	
Endeudamiento CP	0,846	0,750	0,827	0,778	0,820	0,741	0,851	0,788	0,878	0,838
Signif. Endeudam. CP	(***)		(**)		(***)		(***)		(ns)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
0,109	0,143	0,113	0,113	0,115	0,117	0,096	0,095	0,082	0,107
(ns)		(ns)		(ns)		(ns)		(ns)	
0,891	0,857	0,888	0,888	0,885	0,883	0,904	0,905	0,918	0,894
(ns)		(ns)		(ns)		(ns)		(ns)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; ns = no significativo



Análisis de la Generación de valor

Para terminar el análisis, realizaremos el estudio de los ratios que corresponden a la generación de valor

por parte de la empresa, según se reflejan en la Tabla 15. En sentido, se incluye el valor añadido bruto sobre las ventas, sobre los gastos de personal y sobre el empleo.

Tabla 15. Ratios de Generación de Valor

Variables (Mediana)	Tipo Opinión									
	2011		2010		2009		2008		2007	
	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
VAB/Ventas	0,184	0,160	0,202	0,200	0,219	0,206	0,198	0,185	0,193	0,206
Signific. VAB/Ventas	(ns)		(ns)		(ns)		(ns)		(ns)	
VAB/Gastos Personal	1,490	1,360	1,484	1,347	1,535	1,324	1,532	1,501	1,648	1,620
Signific. VAB/Gastos Person.	(***)		(***)		(***)		(ns)		(ns)	
VAB/Empleo	46160	39370	45922	39054	46712	39016	48236	42517	46018	45000
Signific. VAB/Empleo	(***)		(***)		(***)		(***)		(ns)	

Tipo Opinión									
2006		2005		2004		2003		2002	
Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio	Limpio	No Limpio
0,192	0,207	0,192	0,191	0,194	0,195	0,188	0,189	0,187	0,177
(ns)		(ns)		(ns)		(ns)		(ns)	
1,596	1,609	1,634	1,564	1,633	1,494	1,652	1,509	1,645	1,533
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(ns)	
44539	42052	42818	38699	42589	34001	38627	33346	37097	30801
(ns)		(ns)		(***)		(***)		(**)	

Fuente: Elaboración Propia

(*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; ns = no significativo

No se obtienen diferencias estadísticamente significativas para el ratio que mide el cociente entre el valor añadido bruto que genera la empresa y el importe neto de la cifra de negocio.

Respecto al valor añadido bruto sobre los gastos en personal, para 2011 se comprueba que las empresas con informe limpio son capaces de generar un mayor valor añadido sobre los gastos de personal. Así, por cada euro de remuneración del personal se crea un valor añadido de 1,49 euros en el caso de las empresas con informes de auditoría favorables, y de 1,36 euros cuando la empresa presenta alguna salvedad. Esta misma situación se repite al analizar el ratio de valor añadido bruto sobre el número medio de empleados para los ejercicios 2002-2004 y el periodo 2008-2011.

En resumen, cabe esperar que las empresas con una mayor capacidad de generación de valor añadido bruto presenten informes de auditoría limpios, que en el caso de que las empresas no tengan esta capacidad y presenten su información contable con deficiencias detectadas por el auditor de cuentas.

3. CONCLUSIONES

De los resultados del estudio se desprende que la mayoría de las empresas auditadas en la Región de Murcia en el periodo 2002-2011 son pymes bajo la forma jurídica de Sociedad Limitada. La antigüedad media de estas empresas supera los 20 años, ya que son consideradas maduras, y están localizadas principalmente en los municipios de Murcia, Cartagena y Lorca, encontrándose en menor medida en Mazarrón, Alcantarilla y otros municipios. De igual manera, la mayor parte de las empresas auditadas en la Región desarrollan su actividad en los sectores industrial, construcción y servicios.

Las pequeñas y medianas empresas de auditoría obtienen la mayor cuota de mercado en cuanto a la realización de auditorías, ya que suponen un 70,3% del total, frente a las grandes empresas de auditoría que realizan un 15,7% de los trabajos, y los auditores individuales mantienen un 14% del mercado regional.

En relación con el tipo de auditor, son las multinacionales de auditoría las que ofrecen un menor porcenta-

je de informes favorables en comparación con las pequeñas y medianas firmas de auditoría y los auditores individuales.

Las empresas con informe de auditoría limpio son aquellas que ofrecen un mayor volumen de ventas en el período 2002-2011, al mismo tiempo que presentan una mayor cifra de activo. Del análisis de la solvencia, podemos destacar que las empresas de la Región de Murcia que obtienen informes de auditoría favorables son aquellas que presentan una mejor liquidez a medio plazo, un mayor grado de equilibrio financiero y un mejor resultado en la relación capital circulante sobre ventas.

En lo que respecta a la cobertura y garantía de la empresa, tanto la capacidad de devolución de deudas como de generación de recursos son significativamente superiores para las empresas con informe de auditoría limpio, al tiempo que soportan una menor carga financiera. A su vez, poseen una mayor autonomía financiera, garantía a largo plazo y un mayor porcentaje de recursos permanentes en su estructura financiera.

Otra característica de las empresas de la Región la encontramos en relación con los ratios de rentabilidad, ya que las empresas con informes de auditoría favorable presentan una mayor rentabilidad económica, una ma-

yor rentabilidad financiera (tanto antes como después de impuestos), al igual que un mayor margen de explotación que las empresas con informe no limpio.

En lo relativo a la estructura financiera de la empresa, el análisis de los ratios determinó que las empresas con informe de auditoría limpio presentan un menor grado de endeudamiento en el largo plazo que las empresas que reciben informes cualificados.

BIBLIOGRAFÍA

- Castrillo, L. y Cañibano, L. (2002): "La independencia de los auditores en la UE", *Noticias de la Unión Europea*, No. 206, pp. 33-50.
- Crespo Sánchez-Cañamares, C. (2012): "Estudio de la concentración del mercado de la auditoría en España y su evolución". Universidad Politécnica de Valencia.
- Fernández Rodríguez, M.T.; Mareque Álvarez Santullano, M.; Gómez Conde, J.; Villanueva Villar, M. (2013): "Percepciones sobre la rotación del auditor y su incidencia en la calidad de la auditoría". V Taller de Investigación en Contabilidad ASEPUC, Sevilla, 6-7.

— ¿QUIERES AHORRAR TIEMPO CONTABILIZANDO? —

NORMA 43 Y NCS SCAN

Integración con cualquier contabilidad



WWW.NORMA43.COM



Sabadell
Professional



Una cosa es decir que trabajamos en PRO de su negocio.
Otra es hacerlo:

Cuenta Expansión Negocios PRO.

Una cuenta que pone a su alcance
financiación a la medida de su negocio.

10%

Te abonamos el 10% de tu cuota de colegiado*.

+

0

comisiones de administración y mantenimiento**.

+

Gratis

Una tarjeta de crédito y una de débito por titular y autorizado.

+

TPV

Terminal punto de venta en condiciones preferentes.

Y muchas más ventajas. La **Cuenta Expansión Negocios PRO** es la cuenta pensada para que despachos profesionales, autónomos, comercios y pequeñas empresas se hagan grandes.

Llámanos al **902 383 666**, identifícate como miembro de tu colectivo, organicemos una reunión y empecemos a trabajar.

Estas condiciones se mantendrán mientras se cumplan los requisitos establecidos en el contrato. Actualmente, como mínimo se debe cumplir uno de los siguientes requisitos: un cargo en concepto de emisión de nómina, un cargo en concepto de seguros sociales, un cargo en concepto de impuestos o dos cargos en concepto de recibos. Estos requisitos son de cumplimiento mensual: si al tercer mes no se cumplen estas condiciones, automáticamente la Cuenta Expansión Negocios PRO pasará a ser una cuenta relación.

*Hasta un máximo de 100 euros anuales por cuenta, con la cuota domiciliada. El abono se realizará durante el mes de enero del año siguiente.

** Rentabilidad 0% TAE.

Oferta extensiva a los familiares de primer grado.

sabadellprofessional.com



Captura el código QR y
conoce nuestra news
'Professional Informa'

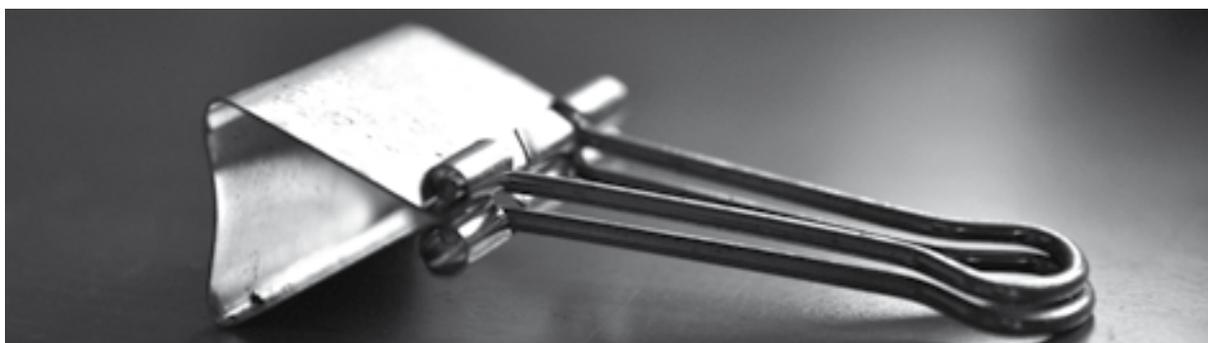
El banco de las mejores empresas. Y el tuyo.

Análisis Territorial de los Concursos de Acreedores de la Región de Murcia: 2009, 2011 y 2013

José Horacio García Marí

María del Pilar García González

Universidad Politécnica de Cartagena



1. LOS CONCURSOS DE ACREEDORES EN LA REGIÓN DE MURCIA (2009-2013)

Como consecuencia de la grave crisis económica mundial, la economía de la Región de Murcia se ha sometido a un incremento de las tensiones financieras, una reducción de la demanda y la necesidad de un importante proceso de consolidación fiscal en un contexto de elevados desequilibrios internos como son la mayor tasa de paro, un apalancamiento más

elevado que en el resto de Comunidades Autónomas, una sobreoferta inmobiliaria por encima de la media española y un capital humano menos formado y menos productivo (BBVA, 2013). Todos estos factores continúan marcando diferencias en la capacidad de recuperación de la economía que se pone de manifiesto en una contracción del PIB tanto en términos per cápita como a precios de mercado, así como una destrucción de su tejido empresarial desde 2008 (ver tabla 1).

Tabla 1. Evolución PIB Región de Murcia periodo 2009 -2013 (miles de euros)

	PIB PER CÁPITA		PIB A PRECIOS DE MERCADO/ PRECIOS CORRIENTES		NÚMERO EMPRESAS	
	Valor	TAI	Valor	TAI	Valor	TAI
2009	19.035	-6,4%	27.641.012	-5,0%	95.636	-4,44%
2010	18.952	-0,4%	27.779.314	0,5%	92.196	-3,60%
2011	18.470	-2,5%	27.177.279	-2,2%	90.856	-1,45%
2012	18.032	-2,4%	26.642.949	-2,0%	88.606	-2,48%
2013	17.901	-0,7%	26.349.753	-1,1%	87.146	-1,65%

TAI: Tasa Variación Interanual

Fuente: www.ine.es

En este período gran parte del proceso de desaparición de empresas ha ido ligado a los procedimientos de gestión de insolvencias resultantes de las dificultades económicas por las que están atravesando las empresas a causa de la grave crisis económica y que ha devenido en un elevado incremento de los concursos de acreedores. Así, en 2013 el número de concursos supone más del doble respecto a 2008, incidiendo especialmente sobre las sociedades de responsabilidad limitada con unas cifras en torno al 60% del total de los concursos declarados. Así mismo, destaca el hecho de que la gran mayoría responde a procedimientos abreviados y voluntarios, lo que podría interpretarse como que hay un importante grado de responsabilidad de los gestores ante su imposibilidad de superar la crisis (ver tabla 2).

En 2013 el número de concursos supone más del doble respecto a 2008, incidiendo especialmente sobre las sociedades de responsabilidad limitada con unas cifras en torno al 60% del total de los concursos declarados.

Tabla 2. Evolución del número de procesos concursales en la Región de Murcia del 2009 al 2013

	TOTAL			TIPOLOGÍA CON MAYOR INCIDENCIA (%)		
	Nº	TAI	Índice Base 2008	Empresas S.R.L.	Abreviado	Voluntario
2009	226	140%	140%	64,07%	81,39%	92,64%
2010	197	-13%	110%	54,13%	91,28%	88,53%
2011	233	18%	148%	58,00%	90,80%	91,20%
2012	281	21%	199%	64,48%	91,03%	92,41%
2013	303	8%	222%	65,38%	97,76%	92,63%

Fuente. www.ine.es

En este contexto, resulta de interés conocer el nivel de incidencia de dichos concursos sobre los diferentes municipios de la Región, siendo el objeto de la presente investigación.

2. ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS ESPACIALES (AEDE)

Para el análisis de la distribución de los concursos de acreedores entre los municipios de la Región de Murcia se van a aplicar las técnicas de análisis exploratorio de datos espaciales (AEDE). Se trata de una disciplina del análisis exploratorio de datos diseñada para el tratamiento específico de los datos espaciales o geográficos que relaciona el análisis estadístico con el gráfico, haciendo posible el estudio de las distribuciones espaciales y sus valores atípicos, agrupamientos espaciales y puntos calientes/fríos de negocio (hot spot).

Entendemos con ello que un buen método gráfico de AEDE es aquél capaz de analizar y representar dos características fundamentales en toda distribución espacial, tendencia y puntos atípicos, lo que se llevará

a cabo a través del análisis exploratorio y el análisis de la autocorrelación espacial. Para la aplicación de dichas técnicas se va a utilizar el programa estadístico GeoDa.

Para la obtención de los datos se acudió a la web www.webconcural.es y la base de datos SABI. Dado que esta última sólo dispone de los datos depositados en el Registro Mercantil, la muestra objeto de estudio no alcanzó al total de la población, si bien los errores muestrales son asumibles (ver tabla 3).

Tabla 3. Información sobre la significatividad de la muestra del estudio

	2009	2011	2013
Concursos de Acreedores Declarados en la Región de Murcia	226	233	303
Concursos de Acreedores Analizados	160	135	209
Erros Muestral*	4,2%	5,6%	3,8%

*Para p=q=50%, intervalo de confianza al 95%

Para un correcto análisis de la importancia de la incidencia de los concursos de acreedores en los diferentes municipios, resulta más apropiado analizar el impacto de los mismos en términos relativos sobre el total de empresas concursadas en la Región.

2.1. Análisis Exploratorio

Dada la naturaleza de la variable de estudio, el análisis exploratorio se centra en el mapa temático que consiste en la representación cartográfica de una variable geográfica. Esta representación puede realizarse mediante símbolos y colores que pongan de manifiesto el valor de una variable en cada una de las unidades geográficas consideradas. Puede utilizarse un símbolo/valor diferente para cada valor o para cada intervalo de valores de la variable. El mapa temático más importante para la representación de la tendencia espacial de una variable es el mapa de cuartiles.



Figura 1. Mapa de Cuartiles Empresas Concursadas Región de Murcia 2009

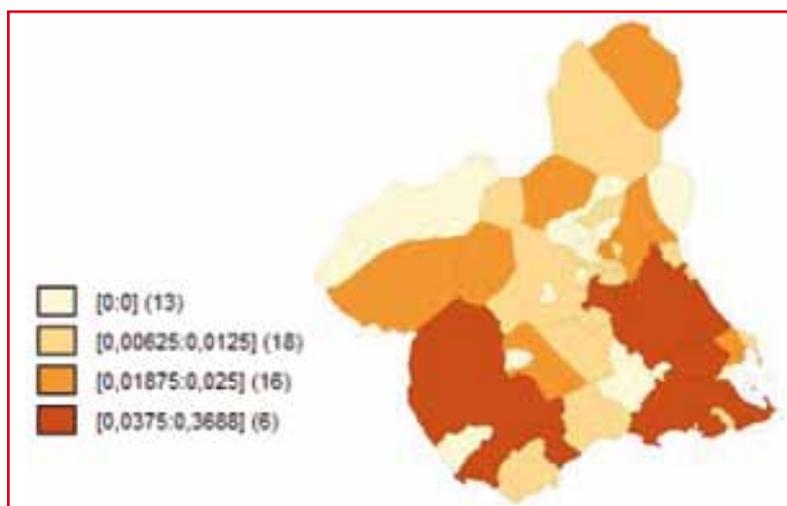


Figura 2. Mapa de Cuartiles Empresas Concursadas Región de Murcia 2011

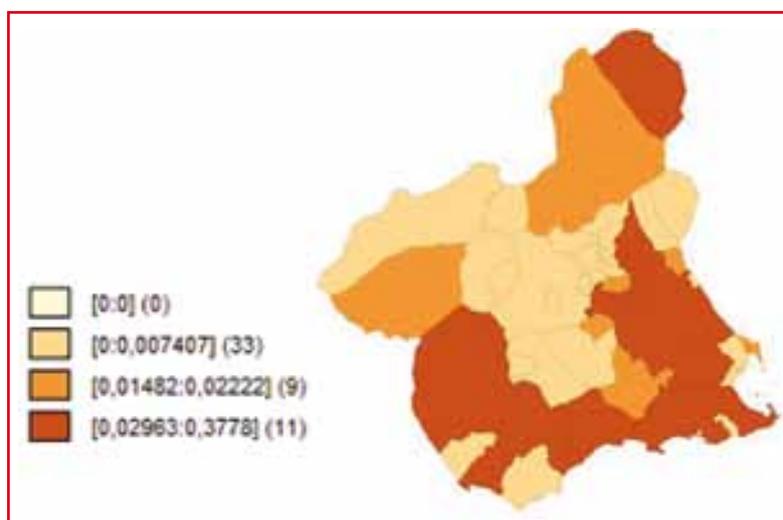
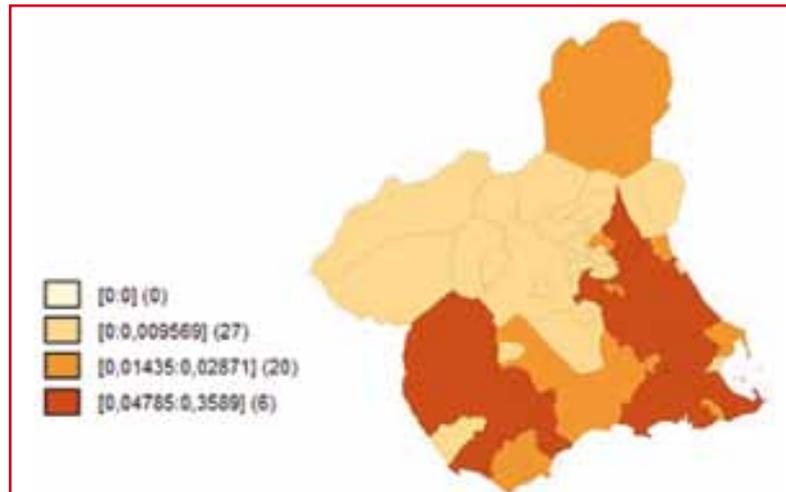


Figura 3. Mapa de Cuartiles Empresas Concursadas Región de Murcia 2013



El análisis del comportamiento de los concursos de acreedores en la Región de Murcia durante los años de estudio (2009, 2011 y 2013) muestra que existe una mayor concentración de concursos en los municipios más poblados y con más establecimientos como son Murcia, Cartagena y Lorca, y algunos de sus municipios adyacentes como Torre Pacheco (representado con el color más oscuro). El análisis de cada año muestra pequeñas variaciones, esto es, no siempre los municipios permanecen en el mismo cuartil si bien se verifica el hecho de que municipios como Murcia, Cartagena, Lorca y Torre Pacheco se encuentren en el cuarto cuartil durante todo el período. En el otro extremo, esto es, en el primer cuartil (representado con el color más claro) tan sólo encontramos, en el año 2009, a Moratalla, Abarán, Ricote, Ulea, Ojós, Villanueva del Río Segura, Albudeite, Aledo, Fuente Álamo y Los Alcázares. Si nos centramos en la evolución, destaca la entrada en el cuarto cuartil en 2011 de Mazarrón, Yecla, Molina de Segura y Lorquí. Este resultado, como cabría esperar, indica que los municipios que son centros neurálgicos de la economía de la Región son los más afectados por los procesos concursales (ver figuras 1 a 3).

2.2. Análisis de Dependencia o Autocorrelación Espacial

En el presente estudio la autocorrelación espacial determina si la ocurrencia de concursos de acreedores en un determinado municipio de la Región está relacionada con los concursos de acreedores acontecidos en otros municipios.

La autocorrelación espacial es la concentración o dispersión de los valores de una variable en un mapa. Refleja el grado en que la variable objeto de estudio de una unidad geográfica es similar a la de otras unidades geográficas próximas (Sánchez, 2008). Si valores relativamente altos (bajos) de la magnitud elegida en una

determinada localización vienen acompañados de valores relativamente altos (bajos) de la misma magnitud en las localizaciones vecinas, puede hablarse de la existencia de autocorrelación positiva. Si, por el contrario, valores relativamente altos (bajos) van alternándose geográficamente con valores relativamente bajos (altos) de la misma magnitud en localizaciones adyacentes, la autocorrelación será negativa (Torral, 2001).

Para verificar la existencia o ausencia de autocorrelación espacial, se pueden utilizar diferentes índices, siendo el I de Moran el más conocido y utilizado en la práctica [Sánchez, 2008]. Varía entre los valores -1 y +1, cuanto más cercano a 1 sea el indicador, mayor será el nivel de autocorrelación espacial (Sánchez, 2008).

Tras una revisión de publicaciones en las que se aplica el I de Moran al estudio de la autocorrelación espacial en España se observa un uso mayoritario de la vecindad de primer orden tipo reina, que considera vecino a cualquier municipio que comparta borde o vértice con otro (Sánchez, 2004; Sánchez, 2008; Buendía et al., 2012), por lo que será la que se aplique en el presente estudio.

Como observamos en la tabla 4, el I de Moran obtenido en los años de estudio no presenta índices significativos lo que implica aceptar la hipótesis nula de que no existe relación directa entre valores similares del número de concursos de acreedores en un municipio y los cercanos entre sí.

Tabla 4. Autocorrelación Espacial de la ocurrencia de concursos de acreedores en los municipios de la Región de Murcia.

	2009	2011	2013
Índice de Moran	-0,0320	-0,0225	0,0080

*p<0,10; **p<0,05; ***p<0,01

Otro aspecto importante es conocer las áreas que contribuyen en mayor medida a la autocorrelación espacial global, o si hay concentraciones locales, o incluso en qué medida la evolución global de la autocorrelación espacial enmascara localizaciones atípicas (Torral, 2001). Para visualizar de forma clara y directa la presencia (o ausencia, según el caso) de autocorrelación espacial local, el AEDE dispone de diversas herramientas, siendo la más utilizada la denominada mapa LISA (*Local Indicator of Spatial Association*). El mapa LISA es un mapa en el que se representan las localizaciones con valores significativos en determinados indicadores estadísticos de asociación espacial local. La principal utilidad de este gráfico es que permite detectar la presencia de bolsas significativas de no-estacionalidad (zonas calientes/frías) que se desvían de la tendencia general de una variable. Para ello, localizan geográficamente los agrupamientos espaciales que se producen cuando una unidad espacial que registra un valor alto (bajo) de la variable se encuentra rodeada de unidades espaciales que también registran un valor alto (bajo) de dicha variable, esto es, alto-alto o bajo-bajo) y los atípicos espaciales (que son aquellos que surgen

cuando una unidad espacial con un elevado valor de la variable se encuentran rodeada de unidades espaciales en las que la variable registra valores pequeños, o viceversa, es decir, alto-bajo o bajo-alto) (Sánchez, 2008; Naciones Unidas, 2012).

Las figuras 4 a 6 muestran los mapas LISA para los años 2009, 2011 y 2013, respectivamente. Es importante destacar que el municipio de Torre Pacheco se sitúa durante los tres años de estudio como conglomerado caliente (hot spot), esto es, se trata de un municipio con alta concentración de concursos de acreedores, rodeado de municipios que también la tienen. Sin embargo, tenemos otro caso como es Fuente Álamo que durante los tres años forma parte del conglomerado Bajo-Alto, al ser un municipio con baja frecuencia del fenómeno concursal pero rodeado de municipios vecinos que presentan alta frecuencia del mismo. Otro municipio que mantiene comportamiento durante los tres años es Ojós que se presenta como conglomerado frío (cold spot) debido a su baja frecuencia en concursos de acreedores al igual que sus municipios vecinos.

Figura 4. Mapa LISA Empresas Concursadas Región de Murcia 2009

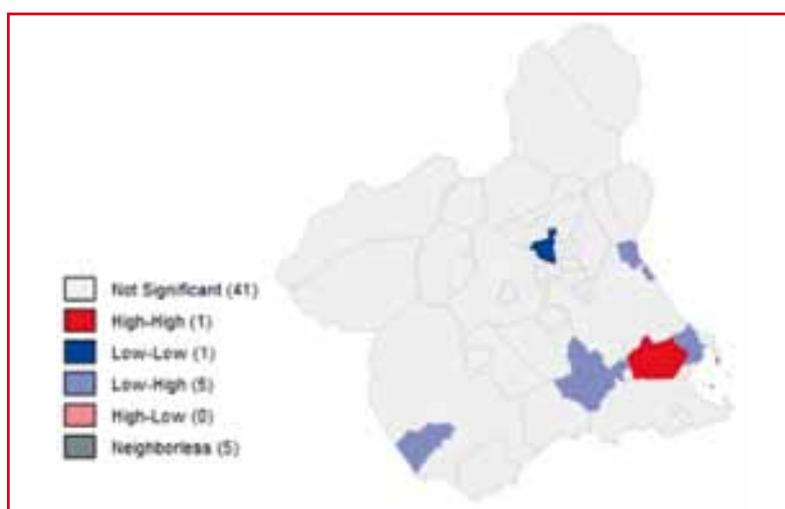


Figura 5. Mapa LISA Empresas Concursadas Región de Murcia 2011

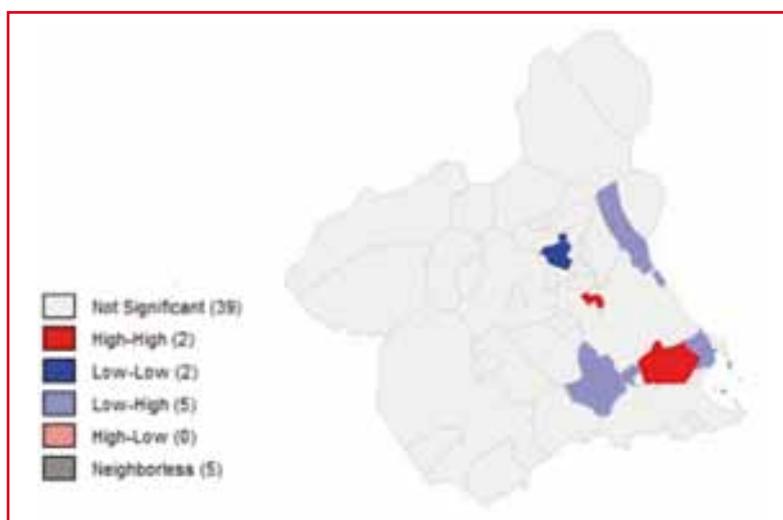
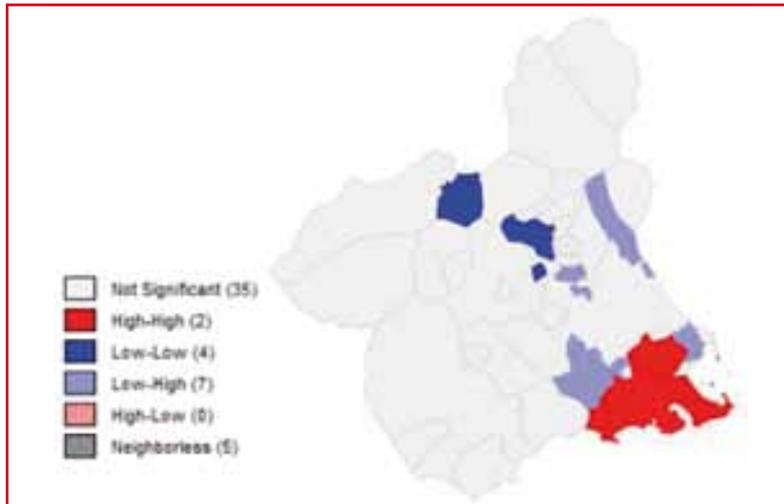


Figura 9. Mapa LISA Empresas Concursadas Región de Murcia 2013



3. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos han puesto de manifiesto que la mayor concentración de concursos, para todos los años, se encuentra en los municipios de mayor tamaño en términos poblacionales y de concentración de establecimientos empresariales. Además, no podemos afirmar que se produzca contagio del fenómeno concurso de acreedores entre municipios vecinos. El hecho de no darse contagio a nivel global en el periodo analizado puede ser explicado por el diferente comportamiento de las variables según el entorno económico. Parece revelarse que en situaciones de crisis cobran mayor relevancia las causas macroeconómicas que inciden en el fenómeno y éstas, al afectar a todo el territorio, hacen que la incidencia o no de concursos de acreedores en los municipios cercanos no influya significativamente en las declaraciones de concursos en los municipios vecinos, no pudiendo determinarse la existencia de contagio.

REFERENCIAS

- BBVA (2013): Situación Murcia, Análisis Económico.
- Buendía, J.D.; Esteban, M. y Sánchez, J.C. (2012): "Estimación de la Renta Bruta Disponible Municipal Mediante Técnicas de Econometría Espacial. Un Ejercicio de Aplicación", *Revista de Estudios Regionales*, nº 43, pp. 119-142.
- Naciones Unidas (2012): *Guía para estimar la pobreza infantil*.
- Sánchez, S. (2004): "El Estudio Econométrico de la Concentración Espacial de la Industria: Ejemplo de Aplicación en Madrid, Toledo y Guadalajara", *Anales de Geografía*, nº 24, pp. 207-227.
- Sánchez, M. (2008): "Análisis Espacial de Datos y Turismo: Nuevas Técnicas para el Análisis Turístico. Una Aplicación al Caso Extremeño", *Revista de Estudios Empresariales*, Vol. 2, pp. 48-66.
- Toral, M.A. (2001): *El Factor Espacial en la Convergencia de las Regiones de la U.E: 1980-1996*.
www.ine.es. Consultado el 1 de junio de 2014.



FINANCIACIÓN
EMPRESA

**El movimiento
se demuestra
...dando.**



Y eso es lo que hacemos.

EN 2014 MÁS DE
20.000
NUEVAS LÍNEAS DE FINANCIACIÓN
PARA EMPRESAS

Es nuestra forma de pensar.
Hacemos una banca que da crédito
al esfuerzo de la gente de Murcia.



Liderando la banca cooperativa del futuro.

nuestro colegio

PRESENTADA LA MEMORIA DE ACTIVIDADES DEL COLEGIO 2014



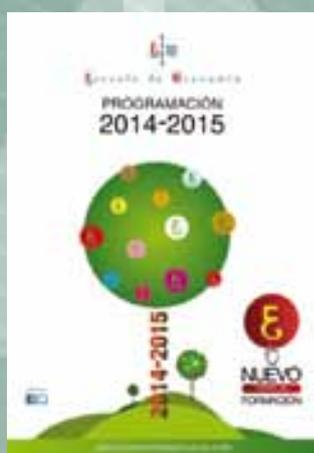
Ramón Madrid, Decano, presentó esta publicación en el transcurso de la Junta General del Colegio, celebrada el 25 de marzo de 2015, indicando que el año 2014 ha sido muy fructífero, en él se ha culminado la unificación de los dos Colegios (economistas y titulados mercantiles) y se ha marcado una senda a seguir por el resto de las instituciones colegiales de España.

Con respecto a su contenido, resalta el fomento de la competitividad profesional, velando siempre por los intereses de la sociedad y de lo que pueden aportar a la misma 1800 expertos en Economía y Administración y Dirección de Empresas.



José Antonio Alarcón, Vice tesorero; Ramón Madrid, Decano; José M. Martínez, Secretario General. Junta General 25 de marzo de 2015.

ESCUELA DE ECONOMÍA "NUEVO PORTAL DE FORMACIÓN"



La Escuela de Economía del Colegio pone en marcha este Nuevo **PORTAL DE FORMACIÓN** adaptado a las nuevas tecnologías y necesidades que desde los ámbitos de la formación continua nos vienen requiriendo en materia de auditoria, concursal u otras materias.

Con este **NUEVO PORTAL**, ponemos a disposición de los colegiados y alumnos en general, una mayor agilidad en la gestión de las actividades de la Escuela de Economía y que puedan disponer, en su zona privada, de toda la información relativa a la formación realizada, certificados, facturas, etc.



Ramón Madrid, Decano; Alberto Aguirre, Director del Diario La Verdad; Mercedes Bernabé, Directora de la Escuela de Economía. Acto de Apertura del Curso Académico 2014/2015, celebrado en noviembre de 2014.

I CICLO ECONOMÍA Y CINE

El Colegio y la Asociación de Antiguos Alumnos de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Murcia ponen en marcha este Ciclo para abordar la economía desde la perspectiva del Cine, haciendo llegar al público en general el manejo de expresiones económicas y creando debate sobre temas actuales.



Salvador Marín, Presidente de COFIDES como Moderador; Gloria Soto, Profesora de Sistema Financiero de la UM; Javier Soto, Subdirector del Diario La Opinión. Componentes de la Mesa Redonda de la Proyección "Margin Call, Estados Unidos 2011", marzo 2015.



Raquel Sanz, Profesora de Recursos Humanos de la Universidad de Murcia, como moderadora; Raúl Fernández, Director de Recursos Humanos de Premiun Components; Javier S. Soto, ImproVivencia, Pedagogo y Actor. Componentes de la Mesa Redonda de la Proyección "El Método. España, Argentina e Italia, 2005", mayo 2015.

PREMIO ECONOMÍA Y EMPRESA DEL COLEGIO OFICIAL DE ECONOMISTAS DE LA REGIÓN DE MURCIA. Edición 2014

El pasado mes de marzo tuvo lugar el Acto de Entrega de los Premios "Economía y Empresa" que el Colegio concede a los alumnos más brillantes de su Promoción, en sus respectivas Facultades de la Región.

Acto presidido por Ramón Madrid, Decano y que contó con las intervenciones del Rector de la UPCT, Antonio Franco; el Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa de Cartagena, Antonio Duréndez; el Secretario Académico de la Universidad Católica San Antonio, José Palao; Mari Carmen Puigcerver, Vicedecana de Innovación Educativa de la Facultad de Economía y Empresa, así como Juan García, Diputado 2º de la Junta de Gobierno del Colegio de Abogados de Murcia. Todos ellos animaron a los galardonados a comprender que el mundo al que se van a enfrentar en su vida personal y profesional es un mundo globalizado y en constante cambio al que hay que saber adaptarse constantemente.

Como en ediciones anteriores, el Colegio de Economista beca a los Premiados con un Bono Formativo de la Escuela de Economía, además de la inscripción de alta en el Colegio.



Premiados Edición 2014 y representantes de las Facultades de la Región.

DESAYUNOS DE TRABAJO "ECONOMÍA FINANCIERA Y NEGOCIO"

En el marco de este **Ciclo "Desayunos de trabajo"**, desde las entidades organizadoras, Colegio de Economistas, COFIDES, Escuela de Negocios y Diario La Verdad, pretendemos ofrecer información de la máxima actualidad e interés para empresarios, directivos, economistas, universitarios y sociedad civil en general a través de la selección de ponentes de reconocido prestigio y capacidad de decisión actual en el ámbito de la economía financiera, la innovación, internacionalización, financiación vía capital y desarrollo económico en general. Todo ello en un formato ágil, interactivo, muy accesible, de rápida respuesta a las necesidades e inquietudes que se planteen y en un horario compatible con la actividad profesional.

El pasado mes de mayo se inició este Ciclo bajo el Lema **"Desarrollo Empresarial, Innovación y su Financiación"**, a cargo de **Bruno Fernández Scrimieri, Consejero Delegado de ENISA**, Empresa Nacional de Innovación adscrita al Ministerio de Industria, Energía y Consumo. En ella se trató

la importancia de la innovación en las empresas como instrumento principal para incrementar la productividad y la competitividad, todo ello asociado a la investigación.



Presentado por Salvador Marín, Presidente de COFIDES; Moderado por Enrique Egea, Director de ENAE, conclusiones a cargo de Ramón Madrid, Decano y Julián Mollejo, Jefe de área del Diario La Verdad.

JORNADAS SOBRE EL NUEVO ESCENARIO FINANCIERO

Después de siete años de ajuste y cambio globalizado, empresas, particulares, entidades financieras y gobiernos encaran un nuevo escenario económico y financiero que en nada se parece al inmediatamente anterior. Este nuevo Sistema Financiero Europeo nos obliga a enfrentarnos a nuevas pautas que marcarán sin duda el desarrollo de la empresa principalmente.

Por este motivo, el Colegio en los meses de enero y abril de 2015 organizó dos Jornadas sobre este tema, por un lado con la colaboración del Instituto de Fomento de la Región de Murcia -INFO y por otro con la Confederación de Empresarios de la Región de Murcia-CROEM, en ambas convocatorias participaron representantes de las principales Entidades Financieras.



Jornada "El nuevo escenario financiero". Jesús Hidalgo, Jefe del Departamento de Financiación del Instituto de Fomento de la Región de Murcia, Ramón Madrid, Decano del Colegio, Francisco J. Fuentes, Economista, celebrada en enero de 2015.



Jornada "La Empresa y el nuevo escenario financiero". José M. Albarracín, Presidente de CROEM junto a representantes de Bankia, Banco Santander, Banco Mare Nostrum, Caja Rural Central, Banco de Murcia, BBVA, Cajamar, SabadellCAM y Caja Rural Regional, que tuvo lugar en abril de 2015.

SERVICIO DE ESTUDIOS

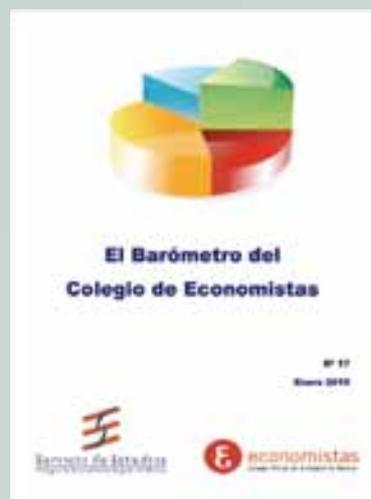
17º BAROMETRO DEL COLEGIO

Presentado en Rueda de Prensa el 18 de febrero de 2015, este informe de coyuntura semestral tuvo, como es habitual, una gran repercusión en los medios de comunicación de la Región, ya que sin duda, contribuye a que los agentes económicos, sociales y políticos de la Comunidad Autónoma, dispongan de un instrumento útil para su toma de decisiones.

Cabe destacar, con respecto al anterior número del barómetro, que los economistas perciben mejoría en la situación económica, tanto a escala regional como nacional, situando ésta última por encima de la regional. Apostando además por el fomento de medidas de estímulo por vía de la deducción de impuestos.



Fco. Javier Pardo, Director del Servicio de Estudios; Ramón Madrid, Decano; José Ignacio Gras, miembro de la Junta de Gobierno en la Rueda de Prensa.



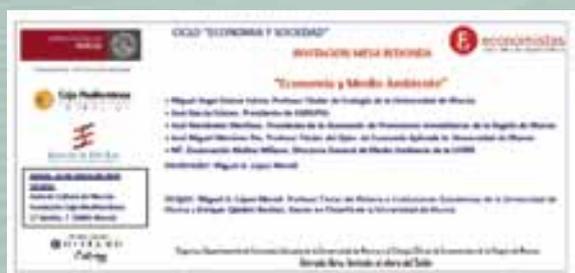
MESA REDONDA "ECONOMÍA Y MEDIO AMBIENTE"

Mesa Redonda, incluida en el Ciclo "Economía y Sociedad", que el Colegio organiza en colaboración con el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Murcia.

Los participantes de esta Mesa debatieron en torno a la polémica permanente sobre el progreso económico y los límites que puede poner la protección medioambiental, así como el posible conflicto entre ambos desarrollos.



Encarnación Molina, Directora General de Medio Ambiente de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, Miguel Ángel Esteve, Titular de Ecología de la Universidad de Murcia, José García, Presidente de la Agrupación de Conserveros de la Región de Murcia, José Hernández, Presidente de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de la Región de Murcia y José Miguel Martínez, Profesor del Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Murcia, componentes de la Mesa celebrada en marzo de 2015



CONVENIOS DE COLABORACIÓN

CAJA RURAL REGIONAL

Firmado el 11 de febrero de 2015 por Juan Andrés Jiménez, Presidente de Caja Rural Regional a través del cual se ofrece a los colegiados productos y servicios en condiciones especiales.



COLEGIO DE ABOGADOS DE CARTAGENA - CORTE DE ARBITRAJE

Con este Convenio el Colegio de Economistas se incorpora a la Corte Internacional de Arbitraje, constituida por el Colegio de Abogados de Cartagena, a fin de ofrecer a empresas, ciudadanos y profesionales una herramienta eficaz para la resolución de conflictos, desarrollando modelos eficaces de **arbitraje sectorial para las Pymes**. Firmado por José Muelas, Decano del Colegio de Abogados en febrero de 2015



GREEN HOUSE CONSULTORES - PREVENCIÓN BLANQUEO DE CAPITALES

En el ánimo de fomentar la implantación de la Prevención del Blanqueo de Capitales y la Financiación del Terrorismo, así como la Ley Orgánica de Protección de Datos para colegiados, de forma que les permita adecuar su gestión diaria a las crecientes demandas de calidad que requiere la legislación actual y la sociedad en general, el 10 de marzo de 2015 se firmó este Convenio con M^a Monserrat, Administradora de Green House Consultores.



CONVENIO CONSEJERÍA DE FOMENTO, OBRAS PÚBLICAS Y ORDENACIÓN DEL TERRITORIO - SERVICIO DE ORIENTACIÓN E INTERMEDIACIÓN HIPOTECARIA

Firmado en marzo de 2015 junto los Colegios de Abogados de Murcia, Cartagena y Lorca; Colegios de Procuradores de Murcia, Cartagena, Lorca y Yecla, Colegio de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria de Murcia y la Consejería de Fomento para realizar actuaciones de mediación, entre otras, en el Servicio de Orientación y Mediación Hipotecaria y de la Vivienda.



CONVENIO CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, CULTURA Y UNIVERSIDADES DE LA CARM Y EL BANCO MARE NOSTRUM - FOMENTO Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA FINANCIERA

A través de este Convenio, firmado en marzo de 2015 por Pedro Antonio Sánchez, Consejero de Educación, Cultura y Universidades de la CARM y Carlos Egea, Presidente del Banco Mare Nostrum, se establecen unas pautas de actuación conjuntas que proyecten el fomento y la mejora de la educación y la cultura financiera entre los jóvenes y adultos, entre otras, la realización de talleres en centros escolares para alumnos y profesores, así como la elaboración de diferentes materiales didácticos sobre economía y finanzas. A esta cita también asistió Luis Martínez de Salas, Consejero de Economía y Hacienda de la CARM y Juan Antonio Campillo del BMN.



CONVENIO BANCO MARE NOSTRUM - CAJAMURCIA

Firmado el 24 de marzo de 2015 por Carlos Egea, Presidente del Banco Mare Nostrum-CajaMurcia a través del cual se pretende dar respuesta a las necesidades específicas de nuestro colectivo, ofreciendo productos y servicios en condiciones especiales.



CONVENIO CAJAMAR - Caja Rural

Convenio firmado el pasado mes de mayo de 2015 con Jesús López, Director Territorial de CAJAMAR - Caja Rural a través del cual en cualquier sucursal se ofrecerá a los colegiados un amplio catálogo de productos y servicios financieros con un trato personalizado. Para esta firma también estuvieron presentes Bartolomé Viudez, Subdirector General y Pedro Escudero, Director de Negocio de Murcia.



EL COLEGIO PRESENTE EN LA SOCIEDAD



Visita al Colegio de Francisco Bernabé, Consejero de Fomento de la CARM. Enero '15.



Presentación de la Unidad de Aceleración de Inversiones UNAI, creada con la finalidad de agilizar los trámites administrativos a realizar por las empresas. Febrero '15.



Visita de la Comisión Fiscal del Colegio a la Delegada de la AEAT en Cartagena. Febrero '15.



Conferencia de la Presidenta del Instituto Oficial de Crédito ICO, Irene Garrido sobre "El ICO y la financiación a la empresa española". Febrero '15.



Ceremonia de la Entrega de los "Premios Internacionales CI-COP" (Centro Internacional para la Conservación del Patrimonio), en la Universidad Politécnica de Cartagena. Marzo '15.



Escuela de Economía. Seminario sobre Combinaciones de Negocio a cargo del Subdirector General de Normalización y Técnica Contable del ICAC. Marzo '15.



Jornada organizada por el Colegio, en colaboración con el Registro Mercantil de Murcia sobre "Legalización de Libros y Cuentas Anuales". Marzo '15.



Jornada Profesional, organizada por el Colegio en colaboración con el RASI/CGE sobre "Protección de Datos y Prevención del blanqueo de capitales y financiación del terrorismo". Marzo '15.



Acto de entrega de la VII Edición de los Premios de Innovación Empresarial de la Región de Murcia, en la que el Colegio de Economistas es miembro del jurado. Marzo '15.



Presentación de la Memoria de Actividades 2014 del Consejo Jurídico de la Región de Murcia, Marzo '15.



Reunión con el Secretario de Estado de Administraciones Públicas, Antonio Beteta. Marzo '15.



Jornada organizada por el Colegio sobre "Ayudas a la Innovación" contando con Ángel Pérez, Jefe de Servicio de la Subdirección General de Fomento de la Innovación Empresarial del Ministerio de Economía, entre otros. Abril '15.



Conferencia de Ramón Madrid, Decano, para los alumnos del Master en Contabilidad COFIC de la Facultad de Ciencias de la Empresa de Cartagena. Abril '15.



Visita al Delegado Especial de la AEAT en Murcia para presentar la Comisión Fiscal del Colegio..



Presentación del libro "Guía Práctica de Estadística Aplicada a la Empresa y al Marketing". Mayo '15.



Escuela de Economía. Curso sobre Incidencias en la Revisión de Calidad 2014, ponentes, Federico Díaz, Director del Departamento Técnico y de Control de Calidad del REA-REGA y José Luis Pérez-Suso, Supervisor de Calidad del ICJE. Junio '15.



Visita del Consejero de Presidencia y Empleo de la CARM, José Gabriel Ruiz, acompañado de Alejandro Zamora, Responsable del SEF, para exponer a la Junta de Gobierno el programa "Estrategia para la creación de empleo en la Región de Murcia 2014-2016; difusión de los incentivos regionales a la contratación". Junio '15.



Presentación del libro para Bachillerato "Economía", de la Editorial Bruño. Junio '15.



Entrega de Premios VI Olimpiada de Economía y Empresa. Universidad de Murcia. Junio '15.



información actual

Presentación del Estudio: "Creación de Empresas en la Región de Murcia"

Informe GEM-Murcia 2014 / 6-07-2015

El pasado lunes, 6 de julio de 2015, con la presencia del Director del Instituto de Fomento de la Región de Murcia, D. Francisco Martínez, de D. Aurelio Herrero responsable de Banca de Empresas de BMN-Cajamurcia, de Doña Ana Fernández Laviada, directora ejecutiva del Informe GEM a nivel de España y de la Vicerrectora de Transferencia, Emprendimiento y Empleo de la Universidad de Murcia, Doña Francisca Tomás, los directores del Informe GEM - Región de Murcia, D. Antonio Aragón y Dña. Alicia Rubio, profesores del departamento de Organización de Empresas y Finanzas de la Universidad de Murcia han presentado dicho informe, del que se indican, a continuación, algunos de los resultados más destacados.

En primer lugar hay que indicar que, entendiendo que una iniciativa emprendedora es toda actividad empresarial, incluyendo el autoempleo, que se pone en marcha en cualquier sector por personas entre 18 y 64 años, con menos de 42 meses de vida, **la tasa de actividad emprendedora (TEA) registrada por GEM en la Región de Murcia en año 2014, es del 6,67%, lo que indica un ascenso de 1,37 puntos con respecto a los datos de 2013 (aumento del 25,8%)**, estabilizándose en un valor superior a la TEA de España, que ha sido en 2014 de 5,47%.

Dado que la TEA es la suma de las iniciativas nacientes (0 a 3 meses) y de las iniciativas nuevas (3 a 42 meses), el ascenso que se observa en la TEA en 2014 es consecuencia de que **las iniciativas nacientes han pasado del 2,8% en 2013, al 4,32% en 2014** -han ascendido 1,52 puntos porcentuales-, lo que indica que en 2014 en la Región de Murcia ha aumentado de forma muy importante el número de iniciativas que se están poniendo en marcha, pero no las nuevas, que se



mantienen en valores similares: 2,35% (frente al 2,5% en 2013).

Por lo que respecta a los emprendedores consolidados en la Región de Murcia en 2014 son el 7,5%, empeorando el dato de 2013 (10,5%) y los de toda la serie desde 2006, no obstante, superan en un 7% a la media española, lo que confirma menores dificultades para la consolidación de las iniciativas emprendedoras en la Región de Murcia que en el resto de España, pese al descenso de las mismas en 2014.

En esta novena edición del informe GEM-Región de Murcia, **predominan las empresas creadas para aprovechar oportunidades (58,3%), al tiempo que se reducen hasta el 36,3% las iniciativas creadas por razones de necesidad**, evolución que supone un cambio de tendencia con respecto a lo sucedido en los últimos años y que puede estar anticipando una ligera mejora en la situación económica general.

La tasa de cierres efectivos en 2014 es del 1,5% (inferior a la de los últimos 4 años). Entre las causas por las que las personas abandonan una actividad empresarial, la más mencionada fue que "no era rentable" (40,6%), seguida de "problemas financieros" (21,1%).

CARACTERÍSTICAS SOCIO ECONÓMICAS DEL EMPRENDEDOR

Respecto del perfil del emprendedor de la Región de Murcia del año 2014, su edad media es de 38,9 años, algo más maduro que en años anteriores (en 2013 la edad media fue de 36,8 años). El tramo de edad de 25 a 34 años ha sido, con excepción de 2011 y 2014, el más emprendedor desde 2006.

En 2014, **el 50,7% de los emprendedores en fase inicial (nacientes y nuevos) son mujeres**, por encima de la media de España donde las mujeres emprendedoras han sido el 41,5%. Para el caso de emprendedores potenciales y consolidados los porcentajes de mujeres en la Región de Murcia en 2014 han sido del 51,2% y del 56,1% respectivamente, lo que evidencia un mayor impulso del emprendimiento de la mujer en 2014, datos que confirman el cambio de tendencia que se observó en 2013.

Crece la proporción de emprendedores con estudios universitarios que en 2014 es del 34,2%, reduciéndose la de los emprendedores con educación secundaria hasta el 30,1% al tiempo que se incrementa el porcentaje de emprendedores con estudios primarios.

En 2014, el nivel de actividad emprendedora de la población del tercio superior de renta ha sido superior (TEA 8,3%) a la población que se encuentra en los dos tercios inferiores, medio (TEA 4,7%) y bajo (TEA 5,8%). Si se observa el conjunto de datos y su evolución (2006-2014), los emprendedores con rentas altas han estado por debajo de los de rentas media y baja. Este hecho cabe relacionarlo con el emprendimiento por necesidad.

VALORES, PERCEPCIONES Y APTITUDES EMPRENDEDORAS

El 22,3% de la población encuestada en 2014 considera que existen buenas oportunidades de negocio para emprender en la Región de Murcia, confirmando el aumento que se observa desde 2012.

El 49,5% de las personas encuestadas considera que cuenta con los conocimientos y habilidades necesarias para emprender y casi el 87% de la población involucrada en procesos de emprendimiento.

Crece hasta el 51,1% el porcentaje de la población que percibe que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender, aspecto que cabe valorar como negativo, dado que tradicionalmente es un factor que limita dar el paso a emprender.

Se mantiene alrededor del 55% (en 2013 era el 53,6%), el porcentaje de personas que opinan que emprender es una buena opción profesional en la Región de Mur-

cia. En esta línea se observa cómo la opinión de la población encuestada, que muestra su acuerdo con que "emprender brinda estatus social y económico" ha pasado del 69,5% en 2012 al 55% en 2014.

FINANCIACIÓN

En general el aumento del TEA de la Región de Murcia **durante 2014** ha llevado aparejada una **mejora de la financiación de las iniciativas emprendedoras, con necesidades de capital semilla superiores y con un aumento del apoyo de inversores privados ajenos.**

Las iniciativas puestas en marcha necesitaron un capital semilla medio de 69.461 €. Teniendo en cuenta que en años anteriores este dato se situaba en torno a los 52.860 €, el incremento es significativo. El dato de 2014 se sitúa, además, por encima de la cifra reportada para el conjunto de España, con un capital semilla medio de 55.542 €.

La mediana indica que el capital semilla medio del emprendedor naciente de la Región de Murcia es de 34.165 €, cifra que dobla a la del año anterior (15.000 €), situándose en los niveles de 2011 y 2012. Si se tiene en cuenta que la mediana en España se sitúa en los 20.000 €, cabe reafirmar el importante aumento de la inversión en las iniciativas nacientes en la Región de Murcia.

Los emprendedores de la Región han aportado a su propio proyecto en 2014 una media de 23.336 € de sus propios recursos, inversión que, en media, representa un 69,8% del capital semilla.

En 2014, el 4,6% de la población de la Región de Murcia ha actuado como inversor privado en negocios de otros, cifra sensiblemente superior a la de 2013 (un 2,2%) e incluso mejora la de años anteriores. Esta tendencia se corrobora cuando comparamos esta cifra con los datos de España, en donde hay un 3,7% de inversores privados en 2014.

CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES RESULTANTES DEL EMPRENDIMIENTO

La mayor parte de las iniciativas emprendedoras registradas en 2014, continúan ubicándose en el sector orientado al **consumo (47,2%)**, pero por primera vez desde 2009 se sitúan por debajo del 50%. Le sigue el sector **servicios con el 27,0%** de las iniciativas, que se mantienen en una evolución estable. Crece de forma relevante con respecto a 2013 el porcentaje de iniciativas emprendedoras en el **sector transformador que llegan al 22,6%** del total.

El grado de innovación en producto o servicio muestra una progresión leve y positiva. El año 2014 comienza a crecer de nuevo la proporción de iniciativas completamente innovadoras, por lo que podría estar iniciándose la senda de la recuperación en este apartado.

INTERNET Y LOS ECONOMISTAS

Las seleccionadas en este número son las siguientes:



SPE / SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

<https://www.sepe.es/>

El Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Empleo y Seguridad Social. El SEPE, junto con los Servicios Públicos de Empleo de las Comunidades Autónomas, forman el Sistema Nacional de Empleo. Este sistema asume las funciones del extinto Instituto Nacional de Empleo (INEM) desde 2003. Desde esta estructura estatal se promueven, diseñan y desarrollan medidas y acciones para el empleo, cuya ejecución es descentralizada, ajustadas a las diferentes realidades territoriales.

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS

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



La CEDE-Confederación Española de Directivos y Ejecutivos, fundada por la Asociación Española de Directivos (AED) y la Asociación Española de Ejecutivos y Financieros (AEEF), tiene como objetivo principal agrupar a distintas asociaciones de directivos al objeto de dotarlas de una representación en consonancia con la relevante función que desempeñan en el ámbito socioeconómico, así como estimular sus actividades y coordinar acciones en beneficio de las entidades confederadas y de todos sus socios individuales.

ENAE

BUSINESS SCHOOL

LA DIRECCIÓN DEL FUTURO

- **MASTERS ESPECIALIZADOS** PARA UNA SOLUCIÓN A TU MEDIDA
- POSIBILIDAD DE **PRÁCTICAS PROFESIONALES** EN EMPRESA
- **25 AÑOS** DE EXPERIENCIA
- **BECAS Y FINANCIACIÓN**

Solicita tu sesión de **ORIENTACIÓN GRATUITA**

MBA's | Marketing | Finanzas
RRHH | Comercio Internacional
Agronegocios | Fiscal | ...

INFÓRMATE YA
968 899 899 ☎

www.enaes.es

/enaebusiness @ENAEbusiness

ABIERTO PLAZO DE ADMISIÓN





Reseña Literaria



Guía práctica de estadística aplicada a la empresa y al marketing

Pedro Juan Martín Castejón, Matilde Lafuente Lechuga y Úrsula Faura Martínez

Editorial: Paraninfo

Este libro recién publicado por la **Editorial Paraninfo** se centra principalmente en el estudio de los distintos métodos de análisis multivariante que tienen interés práctico en el ámbito empresarial del Marketing. Está concebido como una guía práctica de Estadística Aplicada ya que el énfasis no está tanto en el aparato estadístico que justifica cada método, sino en la interpretación de resultados. Por ello, la explicación de cada técnica se hace desde la perspectiva del usuario, es decir, orientada a que no sólo se sepa "qué hacer", sino "cómo hacerlo". Todo ello hace que esta obra esté

especialmente indicada tanto para los investigadores noveles, que estén realizando sus trabajos fin de grado (TFG) o fin de máster (TFM), como para aquellos más expertos que estén realizando sus estudios de doctorado dentro del área de Ciencias de la Empresa. También es una excelente guía para los profesionales del marketing, ya que, a través de las distintas técnicas estadísticas multivariantes y de una forma aplicada y práctica, muestra el camino para la obtención de una información fundamental para la gestión y la toma de decisiones.



Manual de análisis de empresas cotizadas

Editores: **Oriol Amat y Victoria Nombela**

Autores: **A. Alonso, F. E. Artesani, M. Casanovas, J. C. Costa, O. Elvira, M. J. García, P. Lloret, A. Muñoz, C. Puig de Travy y P. Santandreu**

Esta obra constituye un instrumento de gran utilidad para aumentar el conocimiento y facilitar la actuación eficaz de los profesionales en esta materia.

El análisis del estado de las empresas, sus cuentas, ratios, auditorías y el entorno en el que se desenvuelven es una actividad desarrollada de forma mayoritaria por los economistas. Por otra parte, en este manual se emplean diferentes herramientas de análisis en función de la coyuntura económica, el sector de actividad, las cuen-

tas anuales..., lo que permite tener una visión global para poder llevar a cabo la valoración de una empresa o de cualquier proyecto de inversión. Esto hace que esta obra tenga un marcado carácter didáctico, pudiendo ser utilizado tanto por profesionales en ejercicio como por estudiantes del ámbito financiero. Además, los casos prácticos que se incluyen resultan de gran ayuda a la hora de encarar un análisis completo de la entidad objeto de estudio, y, por otro lado, la bibliografía reseñada permite ampliar los conocimientos en las diferentes áreas.

Nuevo carnet profesional



economistas
Colegio Oficial de la Región de Murcia

C/ Luis Braille, 1. Entlo. 30005 Murcia
Tel. 968.900.400 Fax. 968.900.401



Escuela de Economía



PORTAL DE
FORMACIÓN

síguenos en



www.economistasmurcia.com



PROGRAMACIÓN
DOS
MIL
15
16

ACCEDE
a tu formación