

## INVESTIGACIÓN

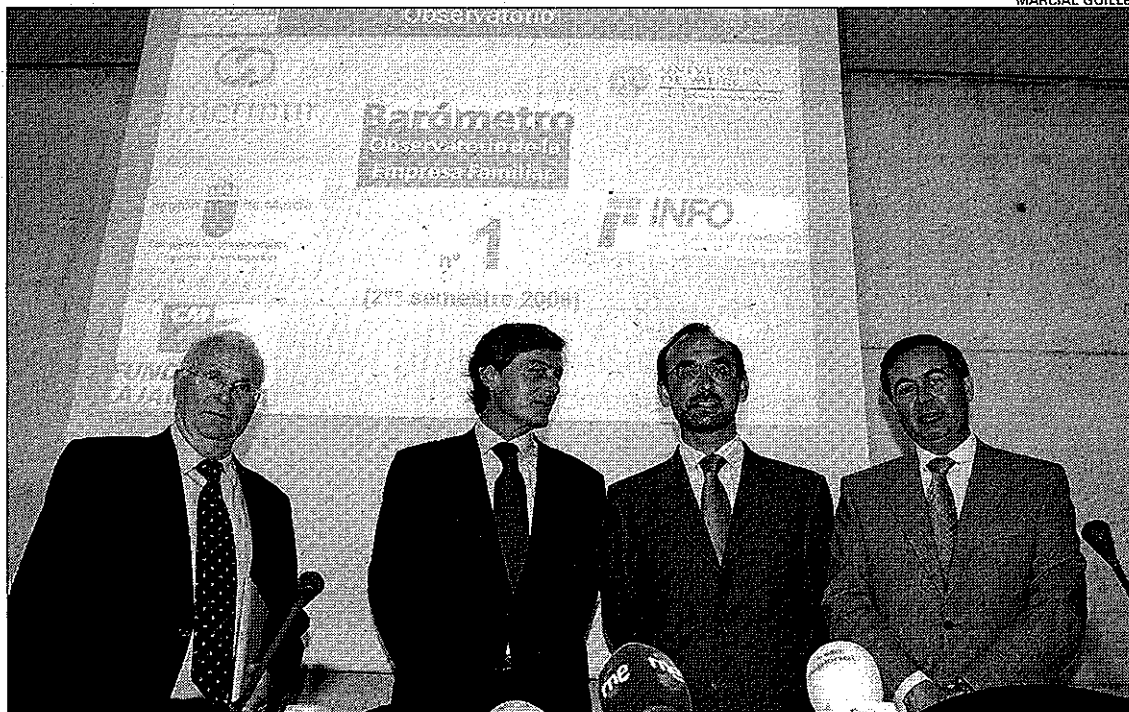
# Las ventas de las pymes caen hasta un 50% debido a la crisis

El primer barómetro de la empresa familiar revela que la baja demanda y la necesidad de financiación frenan la actividad del sector

I. LARA

La situación de coyuntura económica que atraviesa España desde hace meses ha hecho mella en las pequeñas y medianas empresas de la Región, que desde el inicio de la crisis han visto reducidas sus ventas hasta en un 50%. Así lo aseguró ayer el presidente de Amefimur, José María Tortosa, durante la presentación del primer barómetro sobre la empresa familiar de la Región de Murcia, un acto al que también asistieron Salvador Marín, consejero de Universidades, Empresa e Investigación; Juan Monreal, director de la Cátedra de Empresa Familiar, y Juan Luis Iranzo, director del Instituto de Estudios Económicos.

El barómetro pone de manifiesto que los empresarios creen que factores como la baja demanda, la competencia y la necesidad de financiación son los que más limitan la actividad de las pymes, que de un tiempo a esta parte se ven condicionadas por la incertidumbre económica. No obstante, este



MARCIAL GUILLÉN

## PROPUESTA

**"La única salida es aumentar la exportación"**

■ Juan Luis Iranzo, director del Instituto de Estudios Económicos, afirmó ayer que "la única salida para solventar la crisis que atraviesa la economía española es que las empresas aumenten la exportación". Para Iranzo, el problema radica, asimismo, en "el exceso de endeudamiento de los agentes económicos, especialmente las familias". El directivo, que ayer también impartió la conferencia 'Quehacer empresarial en la situación económica actual' en la Facultad de Economía y Empresa, subrayó que "no se sale de la crisis incrementando el consumo" y aseveró que "sería una pena que llegaran a desaparecer empresas viables por problemas de financiación".

## Modificar el Impuesto de Sociedades

El barómetro presentado ayer sugiere la necesidad de modificar el Impuesto de Sociedades y el Impuesto sobre la Renta, tal y como indicó el consejero Salvador Marín, que estuvo acompañado, de izquierda

a derecha, por Juan Monreal, director de la Cátedra de Empresa Familiar; José María Tortosa, presidente de Amefimur, y Juan Luis Iranzo, director del Instituto de Estudios Económicos.

estudio concluye que las empresas continúan "invirtiendo para superar la crisis" y que "las perspectivas regionales no son tan pesimistas como a nivel general", tal y como afirmó Salvador Marín.

Sin embargo, las 70 firmas participantes en la investigación perciben que se ha incrementado el precio de compra de las materias primas, lo que ha llevado a la reducción de sus índices de rentabilidad, el número de trabajadores contratados y el volumen de exportaciones. Asimismo, el barómetro expone que las empresas familia-

**El estudio concluye que los empresarios siguen invirtiendo para superar el bache económico**

res señalan como factores clave para el éxito empresarial, por encima de 6,7 en una escala de diez y por este orden, el servicio al cliente, la calidad del producto, precio final y control de los costes de la empresa. Otro de los aspectos más

destacados es el relacionado con la fiscalidad, donde las empresas familiares de la Región perciben que soportan una mayor presión fiscal que en otras comunidades, aunque el estudio deja de manifiesto que "se observa un desconocimiento tanto de la forma de tramitación patrimonial más aconsejable, como de las deducciones que pueden aplicarse".

En cuanto a las perspectivas de futuro, la principal inquietud de las pymes es la financiación, seguida del descenso de la demanda. A este respecto, el consejero ani-

mó a las empresas a que "sean optimistas y hagan una apuesta por una mayor profesionalización en la gestión y por la innovación aprovechando las ayudas de Info Financiación 2009 o las destinadas a pymes industriales, ya que lograrán mejorar su competitividad y consolidar su situación creando riqueza y empleo de calidad".

Este estudio es clave para determinar la evolución de las pymes regionales, detectar sus potencialidades y puntos débiles e impulsar su competitividad.