

**Barómetro de la Empresa
Familiar de la Región de Murcia**

**Tecnologías de la Información y
Comunicación en la empresa familiar**

11

Primer semestre 2014

Barómetro Observatorio de la Empresa Familiar

Tecnologías de la Información y Comunicación en la Empresa Familiar



CÁTEDRA MARE NOSTRUM
empresa familiar

www.um.es/cef

EQUIPO

Angel L. Meroño Cerdán (Coordinador)

José Carlos Sánchez de la Vega

Antonio Duréndez Gómez-Guillamón

Juan Monreal Martínez

Angel Olaz Capitán

Edita

Cátedra Empresa Familiar Mare Nostrum UM_UPCT

ISSN 2254-6286

ÍNDICE

1	PRESENTACIÓN DEL BARÓMETRO DE LA EMPRESA FAMILIAR	4
2	CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO	5
2.1	Economía Mundial	5
2.2	Economía española	6
2.3	Economía de la Región de Murcia	8
3	METODOLOGÍA DEL BARÓMETRO DE LA EMPRESA FAMILIAR	10
4	PARTE GENERAL DEL BARÓMETRO.....	12
4.1	Situación económica de la empresa familiar.....	12
4.2	Evolución de la actividad empresarial de la empresa familiar	15
4.3	Indicador de confianza empresarial de la empresa familiar	17
4.4	Factores que dificultan la actividad empresarial de la empresa familiar.....	19
4.5	Factores determinantes de la competitividad de la empresa familiar	20
4.6	Objetivos en las empresas familiares	20
4.7	Contribución de la familia a la empresa	21
4.8	Perspectivas futuras	23
5	PARTE MONOGRÁFICA: IMPORTANCIA DE LAS TIC EN LA EMPRESA FAMILIAR	25
5.1	Equipamiento y uso TIC	25
5.2	Opiniones sobre el uso de las TIC	26
5.3	Uso de Internet y medios sociales	26
6	CONCLUSIONES DEL BARÓMETRO	29
7	LA OPINIÓN DE LA EMPRESA:	33
8	EMPRESAS PARTICIPANTES.....	35
9	CUESTIONARIO.....	37

I PRESENTACIÓN DEL BARÓMETRO DE LA EMPRESA FAMILIAR

Este semestre llegamos al undécimo número del Barómetro. Las empresas familiares siguen confiando en esta iniciativa que surge en 2008 como una de las primeras actividades de la Cátedra de Empresa Familiar. El Barómetro pretende ser una herramienta que mida la temperatura de nuestro sistema económico y empresarial a dos niveles. El primero a través de un riguroso análisis económico manejando las estadísticas y perspectivas de las principales instituciones. El segundo nivel consiste en dar la voz directamente a las empresas familiares para identificar sus percepciones, problemas y necesidades a través de sus opiniones; en este semestre la parte monográfica está centrada en el análisis del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. El barómetro se completa con la entrevista a un personaje relevante en el ámbito de la empresa familiar. En este número pulsamos la opinión de D. José A. Planes, presidente del Grupo Inforges.

De manera expresa queremos reconocer la crucial colaboración de Amefmur en la elaboración de los Barómetros, alentando a participar a las empresas familiares y amplificando la divulgación de resultados. También queremos resaltar el apoyo que Cajamurcia BMN sigue prestando a la Cátedra permitiendo la continuidad de este proyecto. Finalmente, como siempre, agradecemos a todas las personas y empresas que han participado en el Barómetro, especialmente a aquellas que se han incorporado a nuestro panel en este número.

Angel Meroño, Director de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum UM-UPCT

2 CONTEXTO SOCIO-ECONÓMICO

2.1 Economía Mundial

A tenor de las previsiones publicadas en los últimos meses, por fin parece poder decirse que la recuperación es una realidad. Según la Comisión Europea (*Previsiones de primavera* de la Comisión Europea, mayo de 2014), las previsiones “*apuntan a una recuperación continuada*”, mientras que para el Fondo Monetario Internacional (*Perspectivas de la economía mundial* del Fondo Monetario Internacional, abril de 2014) “*La recuperación económica (...) está adquiriendo un alcance más amplio*”.

A pesar de las dudas y condicionantes que persisten en el diagnóstico de instituciones como la OCDE (*Perspectivas económicas* de la OCDE, abril de 2014) o el Banco Mundial (*Perspectivas Económicas Mundiales*, junio 2014), los principales riesgos recaen sobre las economías en desarrollo, confiándose en que las más avanzadas consoliden y aceleren su crecimiento en los próximos años.

De forma sintética, entre los elementos que favorecen esta evolución se encuentran la mayor confianza de los inversores en la deuda soberana, la recobrada fortaleza de los sistemas bancarios, la corrección de los desequilibrios públicos que está permitiendo suavizar las medidas de consolidación fiscal, mientras los mercados bursátiles muestran síntomas de recuperación.

En el extremo opuesto, un contexto financiero más riguroso y restrictivo, las reformas estructurales pendientes para mejorar la productividad, el insuficiente dinamismo de la actividad y el crédito en los mercados emergentes, unidos a las crisis de Ucrania e Iraq, amenazan el crecimiento mundial (el Banco Mundial lo ha rebajado 4 décimas respecto a Enero) y, en particular, el de las economías menos desarrolladas y emergentes (5 décimas inferior).

Tabla 1. Proyecciones de crecimiento de las principales economías (TAV %)

	2014	2015
Economías avanzadas	2,2	3,0
EE.UU.	2,8	3,0
Japón	1,4	1,0
Unión Europea 27	1,6	1,8
Zona euro	1,2	1,5
Economías de mercado emergentes y en desarrollo	4,9	5,3
China	7,5	7,3
Mundo	3,6	3,9

Fuente: FMI, Perspectivas de la economía mundial (abril de 2014).

En cifras concretas, para 2014 el Banco Mundial prevé un crecimiento del PIB mundial del 2,8%, la OCDE un 3,4% y el FMI un 3,6% (tabla 1). De cara al próximo ejercicio, todas las instituciones apuestan por una aceleración en el crecimiento mundial de entre 3 y 6 décimas, hasta situarse en promedio por encima del 3,5%.

En **EE.UU.** la recuperación presenta sólidas bases. A pesar de las malas condiciones climatológicas, el incremento de las exportaciones, la moderación de la consolidación fiscal, la mejora de las condiciones crediticias y la recuperación del sector inmobiliario, justifican los buenos resultados tanto para este ejercicio como, sobre todo, para 2015.

En el caso de **Japón**, la denominada *Abeconomía* aún no ha dado todos sus frutos, sin embargo, tanto la inversión como las exportaciones, por efecto de la depreciación del Yen, comienzan a recuperarse. Una política fiscal menos restrictiva unida al dinamismo de sus socios comerciales, contribuirán a fortalecer su crecimiento.

En cuanto a la **Unión Europea**, se espera que el consumo y la inversión productiva reemplacen al sector exterior como “vector fundamental del crecimiento”. La mejora en la renta real (baja inflación), la creación de empleo o la recuperación de la construcción permitirán alcanzar tasas superiores al 1,5% en 2014 y en torno al 2,0% en 2015 (según la Comisión Europea, 1,2% y 1,7% respectivamente, en el caso de la Zona euro).

Este proceso de recuperación, similar al experimentado en ocasiones precedentes, viene acompañado por una reducción de los desequilibrios externos, merced a las mejoras de la competitividad-precios, y de los déficits de las AA.PP., fruto de las medidas de consolidación fiscal adoptadas por los Estados miembro.

No obstante, asentar este crecimiento exige mantener la disciplina fiscal y retomar las reformas estructurales, sin perder de vista los riesgos derivados de la baja inflación y de las todavía elevadas tasas de desempleo. En este contexto, el FMI ha pedido recientemente que el Banco Central Europeo inicie un ambicioso programa de compra que permita mejoras en la confianza y promueva y estimule el crédito bancario.

Finalmente, aunque las **Economías de mercado emergentes** serán responsables de 2/3 del crecimiento mundial, presentan ciertos síntomas de “agotamiento” y se enfrentan a condiciones financieras sustancialmente menos favorables para su inversión productiva que puede derivar en estrangulamientos por la insuficiente dotación en infraestructuras, debiendo igualmente afrontar importantes reformas estructurales.

2.2 Economía española

Tras cerrar finalmente el ejercicio 2013 con una caída de la actividad del -1,2%, se prevé que en el año en curso el PIB real español crezca a una tasa claramente superior al 1,0%. Así lo indican tanto instituciones internacionales (Comisión Europea, la OCDE o el Banco Mundial), como nacionales (Banco de España, FUNCAS o CEPREDE).

En cualquier caso, y sin entrar en el valor concreto que presentan las diferentes previsiones, lo más destacado de la situación actual es la casi constante revisión al alza

de las expectativas, así como la mejora en la confianza de nuestra economía (subidas en la nota de las agencias de calificación), que avalan la salida de la recesión.

En concordancia con lo esperado en la UE, también para la economía española se prevé que la demanda nacional incremente progresivamente su aportación al crecimiento, en detrimento de la aportación de la demanda externa (aunque siga siendo positiva y responsable de más del 60% del crecimiento en 2014).

Este comportamiento comienza a manifestarse con los datos disponibles del primer trimestre de 2014 (tabla 2). Así, los datos del INE (Contabilidad Nacional Trimestral) muestran un aumento real del **PIB** de un 0,5% en términos anuales en el primer cuarto del año, tras 9 trimestres consecutivos de caída.

Con estos datos, la contribución de la demanda nacional se estima en 0,7 puntos porcentuales, mientras el saldo exterior de bienes y servicios volverá a contribuir negativamente (-0,2 p.p.). La mejora de la demanda interna se justifica casi exclusivamente por la recuperación del consumo privado (1,6%), mientras el importante dinamismo de las importaciones (9,3%), superior al de las exportaciones (8,1%), provoca el cambio de signo en la aportación de la demanda exterior.

Tabla 2. Evolución del PIB por la vía de la demanda y la oferta (var. interanual %).

	IT-2013	IIT-2013	IIIT-2013	IVT-2013	IT-2014
Gasto en consumo final	-3,7	-3,1	-1,2	-0,3	1,1
Formación bruta de capital fijo	-7,2	-5,8	-5,3	-1,7	-1,1
Exportaciones de bienes y servicios	2,9	9,5	3,5	3,7	8,1
Importaciones de bienes y servicios	-4,9	3,2	0,6	2,7	9,3
Agricultura, ganad., silvic. y pesca	-4,1	3,9	0,9	4,1	6,8
Industria	-2,5	-2,1	-0,8	0,3	0,7
Construcción	-7,0	-8,3	-7,8	-7,7	-8,4
Servicios	-1,1	-0,9	-0,6	0,5	0,8
Producto interior bruto	-1,9	-1,6	-1,1	-0,2	0,5

Fuente: INE, Contabilidad Trimestral de España (base 2008). Datos corregidos de efectos estacionales y de calendario.

Por su parte, la vía de la oferta permite confirmar la recuperación de la Industria y de los Servicios, siendo estos últimos los principales responsables del crecimiento en el primer cuarto de 2014. Igualmente, el sector primario contribuye positivamente al crecimiento, si bien su dependencia de factores aleatorios hace imprevisible su aportación en los próximos trimestres. Por último, la Construcción sigue sin mostrar síntomas de reactivación.

En la misma dirección, el **mercado de trabajo** comienza a mostrar un comportamiento favorable. Así, los datos de la EPA del primer trimestre del año (-5,5%) confirman el descenso interanual del paro iniciado en el último cuarto de 2013 (-1,4%), acelerando

su caída. Con ello se encadenan 4 trimestres consecutivos de caída en términos trimestrales.

En el primer trimestre de 2014, el paro estimado descendió en términos anuales en todas las ramas de actividad y de forma significativa (tasas superiores a los dos dígitos). No obstante, el colectivo más numeroso (*Parados que buscan primer empleo o han dejado su último empleo hace más de 1 año*) siguió aumentando (2,4%), a pesar de mostrar un leve descenso intertrimestral.

También el paro registrado muestra una positiva evolución. Desde febrero de 2014 no ha cesado de caer de manera cada vez más intensa, de tal forma que en mayo de este año el número de desempleados se había reducido en más de 318.000 personas respecto al mismo mes de 2013.

En cuanto al resultado de la actuación de las **AA.PP.**, hasta finales del mes de abril la necesidad de financiación se situó en el 1,16% del PIB, lo que supone una disminución del 17,7% con respecto al mismo período del año anterior, y de 0,27 puntos porcentuales en términos del PIB. Estos datos reflejan el avance en el proceso de **consolidación fiscal**, lo cual permitirá reducir la presión sobre los hogares, con positivos efectos sobre el consumo, y posibilitará la recuperación del gasto en consumo final de las AA.PP.

En definitiva, hay indicios más que sobrados para afirmar que la economía española ha salido de la recesión y comienza a recuperar la senda de crecimiento sobre la base del dinamismo de la demanda interna, el saneamiento de las cuentas públicas y la consiguiente confianza de los mercados, el favorable entorno internacional y la mejora del mercado laboral.

Sin embargo, a los riesgos potenciales de la economía mundial ya señalados, habría que añadir los derivados del bajo crecimiento de los precios, por los temidos efectos de la deflación, el lento crecimiento del empleo, a pesar de la mencionada reducción del paro, o la insuficiente transmisión de las condiciones crediticias a hogares y empresas.

2.3 Economía de la Región de Murcia

Tal como se indicaba en el anterior Barómetro, en marzo de 2014 se publicó la primera estimación del año 2013 de la *Contabilidad Regional de España*. Según estos datos, la Región de Murcia se situó entre las 6 Comunidades Autónomas con mayor caída, superando en 5 décimas el descenso del agregado nacional.

De cara al presente ejercicio, las previsiones disponibles varían entre el 0,5% del Servicio de Estudios del BBVA, el 0,7% del Proyecto *Hispalink*, y el 1,0% de la Consejería de Economía y Hacienda de la CARM. En cualquier caso, aunque la Región de Murcia

participará de la recuperación económica general, parece igualmente probable que su dinamismo en 2014 se sitúe varias décimas por debajo del valor nacional (según *Hispalink*, 11 CC.AA. crecerán por encima de Murcia).

Los indicadores de **demanda** disponibles muestran señales de recuperación. Así, la matriculación de turismos aumentó hasta mayo un 28,3%, frente al descenso del 9,9% en el mismo periodo de 2013. El índice de ventas deflactado creció un 1,6% en los cinco primeros meses del año (3,4% en mayo), en contraste con el descenso del 10,4% en 2013.

A pesar de la caída de las exportaciones (-1,9%), este dato puede interpretarse como un indicio del cambio de fase del ciclo hacia una recuperación en la que el sector exterior reduce su aportación al crecimiento; si bien las importaciones seguirán contribuyendo positivamente al crecimiento merced a una caída del -4,8%.

El patrón por áreas geográficas muestra que las exportaciones descienden fundamentalmente por las menores ventas a la UE, ya que crecen las ventas al resto de la OCDE y a los países no UE. En el caso de las importaciones, ocurre lo contrario: crecen las procedentes de la UE y caen las del resto del mundo.

El análisis por la vía de la **oferta** también ofrece cifras alentadoras. Así, el Índice de Producción Industrial (IPI) aumentó un 1,0% hasta abril (2,1% en España) frente a la caída del 6,4% del mismo periodo de 2013. Todos los grupos mostraron un comportamiento positivo a excepción de los *bienes intermedios* (-2,0%). Esta evolución, unida a las caídas en la ocupación industrial derivaría en ganancias de productividad.

La matriculación de vehículos industriales también se incrementó más de un 50% hasta mayo. Igualmente, las exportaciones de *bienes de consumo* crecieron un 5,9% (Enero-Abril), si bien cayeron las del resto de destinos (*intermedios* -7,2% y *equipo* -10,5%). Respecto a la Construcción, indicadores como el consumo de energía eléctrica, la ocupación y la afiliación siguen siendo negativos, lo cual no permite ser optimistas de cara a su futuro más próximo.

En el ámbito de las actividades de Servicios, los indicios son igualmente positivos. En este sentido, tanto el índice de cifra de negocio (3,7%) como de personal ocupado (1,2%) en estas actividades aumentan entre Enero y Abril (3,7% y 1,2%, respectivamente), frente a las caídas en el mismo periodo de 2013 (-2,3% y -0,7%).

También presentan una favorable evolución el tráfico de mercancías en el Puerto de Cartagena, que creció un 3,8% hasta Abril (-8,3% en 2013), el número de viajeros (7,1%), las pernoctaciones (2,2%) y, como se ha señalado, el índice de ventas del comercio al por menor (1,6%).

En cuanto a la evolución de las cuentas y actividad de la AAPP regional, la Región de Murcia incumplió claramente el objetivo de déficit que tenía asignado en 2013 (3,17% frente al 1,59%) y no parece avanzar en la senda de la corrección a tenor de los últimos datos publicados por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Con datos hasta el mes de Abril, Murcia es una de las cuatro CC.AA. con mayor déficit en porcentaje del PIB (-0,63%).

Estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de continuar con la política de ajuste y contención del gasto de la Administración regional (el límite para todo el ejercicio es del 1,0%), lo cual supondrá un lastre para el crecimiento regional en 2014.

Respecto al **mercado de trabajo**, los datos de la EPA (primer trimestre de 2014) ponen de manifiesto la recuperación del empleo (3,6%) ya iniciada en el cuarto trimestre del ejercicio anterior. Dentro de las actividades no agrarias, este crecimiento es debido exclusivamente al comportamiento de la ocupación en Servicios, ya que tanto en Construcción como en Industria cae (-29,8% y -1,4%, respectivamente). Igualmente, la afiliación en alta a la Seguridad Social creció en Mayo por cuarto mes consecutivo y además a un ritmo cada vez mayor (4,1%).

Estos resultados dan lugar a un descenso casi generalizado del desempleo, que alcanza el -6,9% (-46,0% en Construcción y -12,6% en Servicios). A pesar de que el desempleo creció en la Industria a lo largo del primer trimestre del año, los datos más actualizados del paro registrado (hasta Mayo) muestran una caída del 8,1%. Si bien es preciso tener en cuenta que no son fuentes directamente comparables, lo cierto es que en Mayo de 2014 había inscritas 14.409 personas menos en el SEFCARM respecto al mismo mes de 2013, lo que representa un descenso del 9,4%.

Finalmente, y a modo de resumen, aunque se espera que la Región de Murcia recupere las tasas de crecimiento positivas en 2014, también es bastante previsible que su dinamismo sea menor que el del resto de CCAA y, por ende, del agregado nacional. El ajuste de las cuentas públicas aún no concluido, el desplome de las actividades de construcción, el escaso crecimiento de la industria manufacturera y los efectos derivados de los últimos fenómenos meteorológicos sobre Agricultura, limitarán el crecimiento regional en el actual ejercicio.

3 METODOLOGÍA DEL BARÓMETRO DE LA EMPRESA FAMILIAR

El Observatorio pretende ayudar a la Empresa Familiar murciana a analizar las problemáticas específicas que las caracterizan. Las Empresas Familiares se definen por la participación de una o varias familias en la propiedad y gestión, no obstante su principal rasgo es su vocación de permanencia por lo que resultan esenciales en la generación de riqueza y empleo.

El Barómetro del Observatorio de la *Empresa Familiar* realiza un estudio con periodicidad semestral sobre una muestra de empresas de la Región de Murcia. Se compone de dos partes:

- *Parte general del Barómetro.* En ella se estudian aspectos relacionados con la situación económica, la competitividad o la estrategia de *la Empresa Familiar*. Asimismo, se incluyen medidas para conocer la confianza en el negocio y la contribución de la familia en su gestión u otros aspectos que especialmente preocupan a las familias para los próximos meses.
- *Parte monográfica del Barómetro:* se centra en cuestiones específicas de aspectos relevantes para la Empresa Familiar, normalmente con un fuerte componente coyuntural. Este undécimo Barómetro analiza las TIC en la empresa familiar. La Tabla 3 recoge los Barómetros publicados hasta la fecha.

Tabla 3. Serie de Barómetros

Número	Parte Monográfica
1 (segundo semestre 2008)	Fiscal
2 (segundo semestre 2009)	Financiación
3 (primer semestre 2010)	Demanda
4 (segundo semestre 2010)	Mercado Laboral
5 (primer semestre 2011)	Confianza Empresarial
6 (segundo semestre 2011)	Medidas salida crisis
7 (primer semestre 2012)	Carácter familiar
8 (segundo semestre 2012)	Innovación
9 (primer semestre 2013)	Formación
10 (segundo semestre 2013)	Estrategia
11 (primer semestre 2014)	TICs

La redacción de algunas preguntas en los dos primeros números presenta pequeñas diferencias, por esta razón se ha decidido eliminar estos valores para así conseguir series más homogéneas. Así, desde el número 7 del Barómetro se adoptó la decisión de considerar las series desde el número 3 (primer semestre 2010).

Los resultados del undécimo Barómetro provienen de la opinión de 97 *Empresas Familiares* representativas del tejido económico regional y de las que una buena parte de ellas están asociadas a AMEFMUR.

La recogida de información se ha llevado a cabo a través de una encuesta electrónica, durante los meses de mayo y junio de 2014, situada en la página web de la *Cátedra Empresa Familiar Mare Nostrum UM_UPCT* (<http://www.um.es/cef>).

El cuestionario utilizado, incluido al final del documento, reúne preguntas de elaboración propia, así como otras procedentes de las Cámaras de Comercio que permitan realizar comparaciones con el resto de empresas nacionales.

Las escalas utilizadas son de diferentes tipos. El primer tipo se corresponde con escalas de tres niveles (cuestiones 1 a 4 y 8), generalmente mostrando una situación de empeoramiento, de mantenimiento o de mejora. A partir de estas variables se calculan los saldos netos, como porcentaje de empresas que responden a una mejora menos el porcentaje de empresas que señala una situación de empeoramiento. De esta forma, los saldos netos varían entre -100 y +100. Los valores positivos indican avances, mientras que datos negativos señalan retroceso de actividad.

El segundo tipo de preguntas recoge la selección o no de una determinada medida por parte de la empresa (cuestiones 5, 6, 11 a 13 y 15). A partir de ellas se ha calculado el porcentaje de empresas que señalan esa opción.

El tercer tipo introduce escalas midiendo cinco niveles de intensidad (cuestión7), transformándose en una escala de 0 a 10 para una mejor comprensión. Las preguntas 10 y 16 responden a escalas de 4 posiciones de intensidad.

Además, se han incluido preguntas abiertas (cuestiones 9, 14 y 17) con el objeto de conocer los principales aspectos que preocupan a los empresarios, y que posteriormente han sido tratados para recoger la importancia de los temas seleccionados.

Con el objetivo de realizar comparaciones se ha calculado el Indicador de Confianza Empresarial (ICE). El ICE se ha obtenido de la misma forma que en las Cámaras de Comercio, pero sin desestacionalizar con el objetivo que sea comparable con nuestros resultados. De forma concreta, este indicador se calcula como la media de dos variables: el indicador basado en resultados (seis meses anteriores al momento de realizar la encuesta) y el indicador basado en expectativas (seis meses posteriores). Cada uno de los indicadores a su vez se ha calculado como la media de los saldos netos de la cifra de negocio, el número de trabajadores y la inversión. En este caso, los valores positivos señalan que las empresas tienen una confianza de mejora de la situación actual, mientras que valores negativos sugieren la situación contraria.

4 PARTE GENERAL DEL BARÓMETRO

4.1 Situación económica de la empresa familiar

Los resultados que se deducen de las respuestas del 11º Barómetro ratifican la **confianza de las Empresas Familiares murcianas en la recuperación** en sintonía con lo expuesto en el apartado anterior. Las empresas encuestadas **vuelven a mejorar su valoración** de la situación en todos los ámbitos.

Esta percepción cada vez más optimista se debe fundamentalmente al notable descenso de las respuestas que señalan un empeoramiento de la situación, las cuales disminuyen en promedio más de 16 puntos porcentuales.

Como ocurre desde el segundo semestre de 2013, la valoración de la situación de la **economía española** es la más favorable. Más de 1/3 de los encuestados consideran que ha mejorado, lo que supone un aumento de casi 10 puntos respecto al anterior *Barómetro*, y sólo un 13% que ha empeorado (disminuye el porcentaje en 12,4 puntos). Estos resultados permiten alcanzar por primera vez un saldo positivo (22,3%) y el mejor de todos los entornos objeto de la encuesta (tabla 4).

Los resultados de la **economía regional** también mejoran de forma notable. Concretamente, es el ámbito en el que se produce la mayor caída en el porcentaje de respuestas que consideran que la situación ha empeorado (más de 24 puntos) y es también aquél en el que se produce el mayor aumento en el porcentaje que apuesta por una mejora de la situación (12 puntos porcentuales). Todo ello lleva a obtener por primera vez, igual que en la economía nacional, un saldo neto positivo (11,8%), entre otros motivos porque casi una cuarta parte de las encuestas consideran que la situación ha mejorado (segundo porcentaje más elevado).

A diferencia de lo ocurrido en los primeros semestres de la serie (Ilustración 1), son el propio **sector** y la **empresa** los ámbitos peor valorados, a pesar de mejorar sus saldos netos respecto al 10º *Barómetro*.

Tabla 4. Situación económica

	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado	Saldos Netos
Economía Española	12,8%	52,1%	35,1%	22,3%
Economía Murcia	12,9%	62,4%	24,7%	11,8%
Economía Sector	25,5%	53,2%	21,3%	-4,3%
Economía Empresa	21,5%	58,1%	20,4%	-1,1%

Nota: Saldos netos, como diferencia entre los porcentajes de respuestas de aumento (+100) y disminución (-100).

En concreto, los resultados del propio **sector** mejoran hasta alcanzar un saldo casi neutro (-4,3%) puesto que las respuestas que apuestan por un empeoramiento de la situación (25,5%) son muy similares a las que se decantan por una mejoraría (1 de cada 5 encuestas).

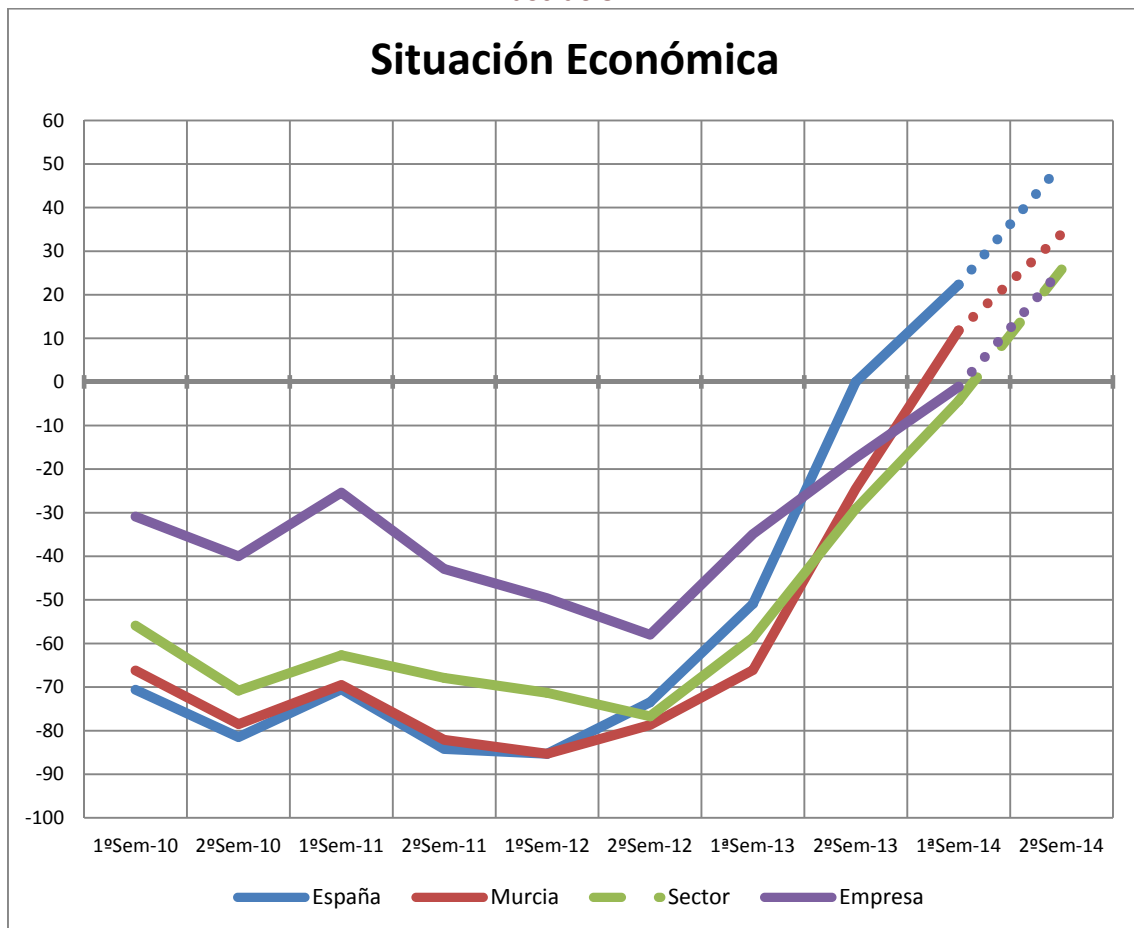
También mejora el saldo neto de la **Economía de la empresa**, pero es el ámbito donde dicho avance es menos acusado (16,3 puntos). Es, además, el entorno en el que se produce el menor incremento del porcentaje de respuestas que consideran que la situación ha mejorado (sólo 3,9 puntos).

Con la experiencia acumulada a lo largo de los 11 Barómetros se detecta un peculiar comportamiento en las respuestas, ya que tanto la crisis como la recuperación parecen percibirse con más retraso en los ámbitos más próximos, que puede deberse a que, efectivamente, el impacto de las perturbaciones macroeconómicas tarda en apreciarse en el entorno microeconómico.

Las **previsiones** para los próximos seis meses (Ilustración 1) confirman la percepción apuntada en los anteriores párrafos. En todos los entornos se consolida la tendencia, manteniéndose las economías nacional y regional en la mejor situación e igualándose la de la empresa y el sector.

De confirmarse las expectativas, en la segunda mitad de 2014 los cuatro ámbitos obtendrían saldos netos positivos por primera vez en los últimos cuatro años, evidenciándose una apuesta mayoritaria por la mejoría de la situación económica.

Ilustración 1

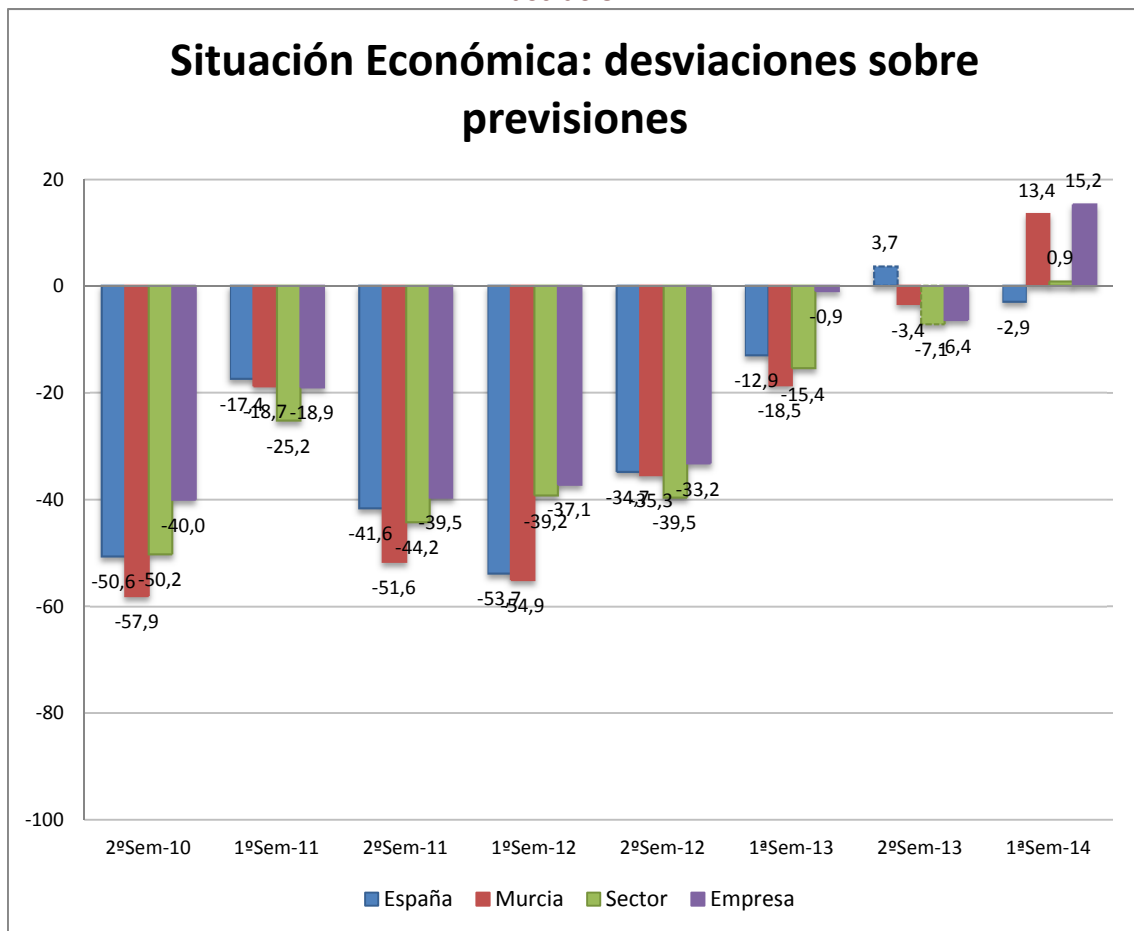


Saldos netos son la diferencia entre porcentajes de respuestas de aumento (+100) y disminución (-100).

Por último, las **desviaciones** sobre las previsiones (Ilustración 2) muestran una valoración muy similar a la percepción real en el caso de la economía nacional y la del sector. No obstante, en el caso de la economía regional y la de la propia empresa se observa una minusvaloración relativamente importante.

A pesar de que los datos del actual *Barómetro* muestran un repunte en el desfase medio entre la previsión y la valoración real, éste no es generalizado, por lo que no puede hablarse de una ruptura de la tendencia. En todo caso puede deberse a la incertidumbre propia de periodos en los que se producen puntos de giro en los ciclos económicos.

Ilustración 2



4.2 Evolución de la actividad empresarial de la empresa familiar

Para este primer semestre de 2014, todas las variables han mejorado por encima de los valores del anterior Barómetro, consolidando el cambio de tendencia que ya habíamos identificado. La exportación sigue siendo la que presenta mejor comportamiento, ya que el 87,3% de las empresas manifiestan que se ha mantenido o mejorado la actividad empresarial. Adicionalmente, observamos que la variable que presenta el valor más alto “Ha mejorado”, sigue siendo la cifra de negocios. Un 34% de

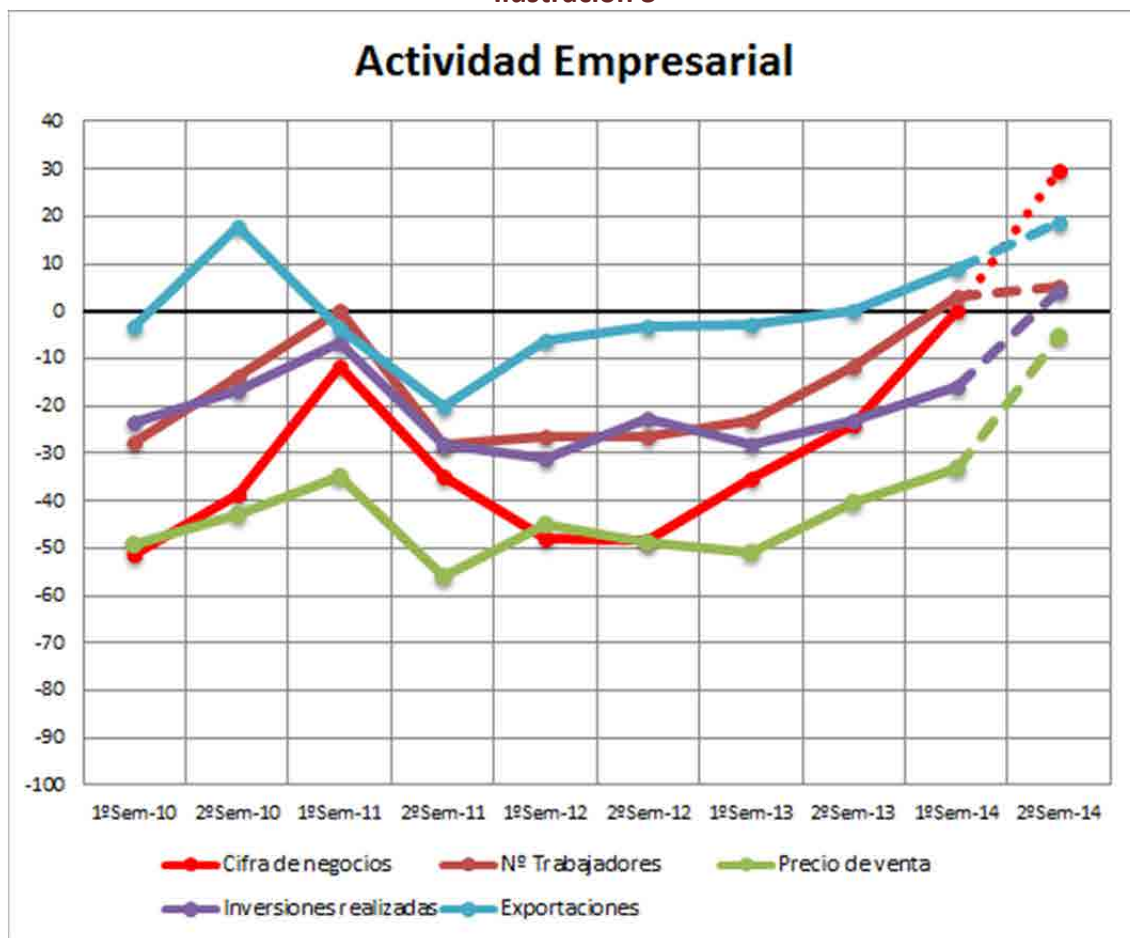
las empresas manifiestan que han mejorado sus ventas. Asimismo, también se prevé para esta variable el incremento más acusado para los próximos meses. Respecto del número de trabajadores, el 80,7% de las empresas indica que se mantiene o incluso mejora. La cifra de inversiones realizadas ha mejorado para el 15,1% y se ha mantenido para el 53,8% de las empresas. En cuanto a los precios de venta, se observa un repunte y una expectativa de crecimiento respecto a los semestres pasados. La Ilustración 3 recoge la evolución y estimaciones para el próximo semestre.

Tabla 5. Evolución de la actividad empresarial

	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado	Saldos Netos
Cifra de negocios	34,0%	31,9%	34,0%	0,0%
Nº Trabajadores	19,4%	58,1%	22,6%	3,2%
Precio de venta	39,8%	53,8%	6,5%	-33,3%
Inversiones realizadas	31,2%	53,8%	15,1%	-16,1%
Exportaciones	12,7%	65,8%	21,5%	8,9%

Nota: Saldos netos, como diferencia entre los porcentajes de respuestas de aumento (+100) y disminución (-100).

Ilustración 3



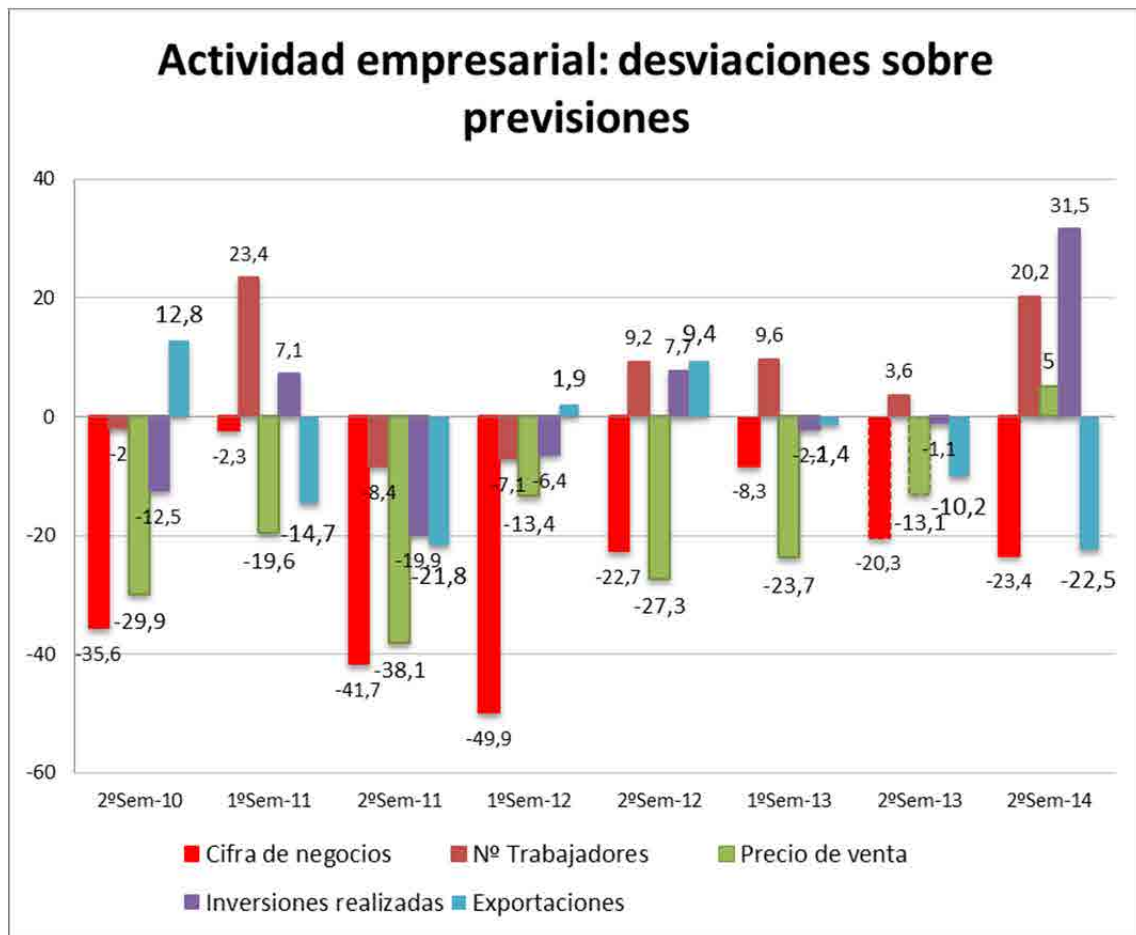
Nota: Saldos netos, como diferencia entre los porcentajes de respuestas de aumento (+100) y disminución (-100).

En la ilustración 4 se analizan las diferencias entre expectativas y realizaciones. En este primer semestre de 2014 se produce un cambio de tendencia entre expectativas y realizaciones, puesto que la situación real ha superado las previsiones en el número de trabajadores (con 20,2 puntos por encima de lo previsto); en los precios de venta (con 5 puntos por encima de lo previsto) y en las inversiones realizadas (con 31,5 puntos por encima de lo previsto).

Por el contrario, las diferencias a la baja entre expectativas y realizaciones se producen en la cifra de negocio (-23,4) y las exportaciones (-22,5).

La variable que presenta valores más ajustados entre lo previsto y lo realmente acontecido es el comportamiento de los precios sobre lo vendido.

Ilustración 4

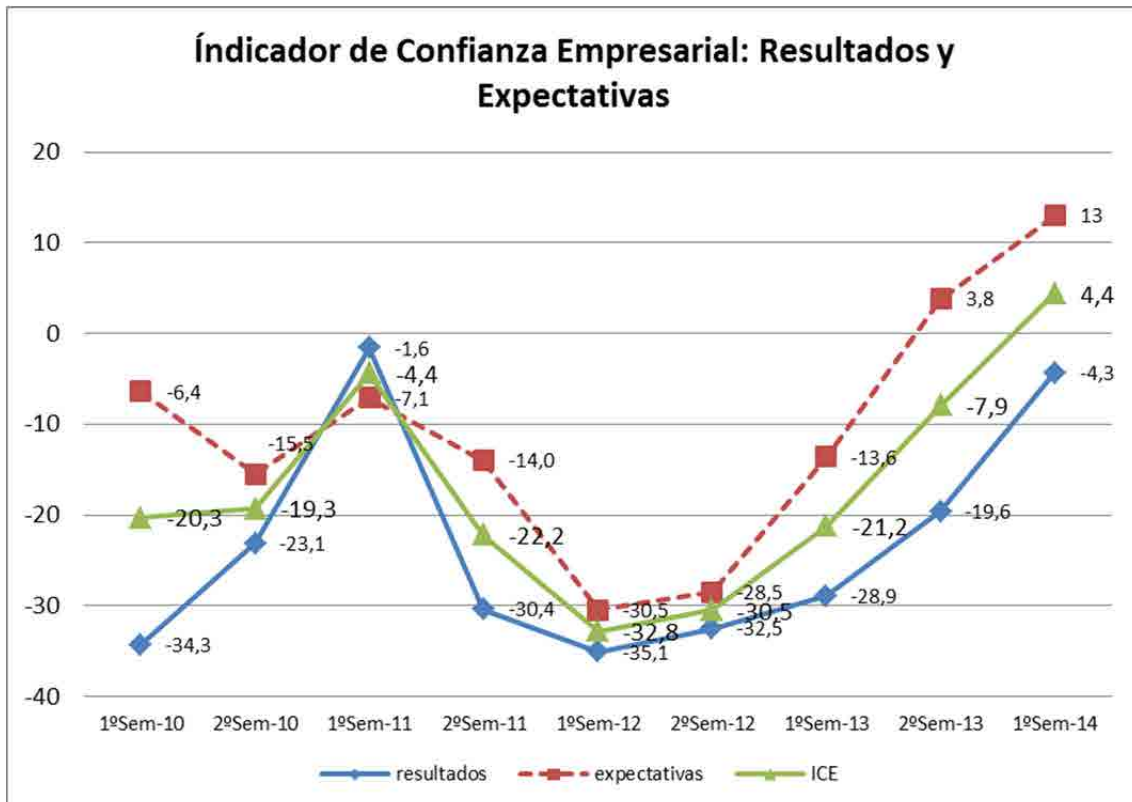


4.3 Indicador de confianza empresarial de la empresa familiar

El Indicador de Confianza Empresarial mide de forma regular el pulso de la actividad económica a través de los valores reales y las expectativas previstas en la cifra de negocios, número de trabajadores e inversiones realizadas. Este indicador varía entre

±100 puntos. De forma que valores positivos indican avances en la actividad de la empresa, mientras que datos negativos señalan un retroceso en la misma. En este primer semestre de 2014 el valor del indicador de confianza empresarial es de +4,4 rompiendo la tendencia de valores negativos que presentaba desde el primer semestre de 2010. La ilustración 5 muestra que el ICE refleja una clara tendencia al alza, y por primera vez un valor positivo, lo que denota síntomas evidentes de que se comienza a recuperar la confianza del lado empresarial.

Ilustración 5



Nota: Saldos netos, como diferencia entre los porcentajes de respuestas de aumento (+100) y disminución (-100).

Los datos de la Tabla 6 reflejan una comparación del índice de confianza empresarial (ICE), que elabora el Instituto Nacional de Estadística, por Comunidad Autónoma, entre el tercer trimestre de 2013 y primer trimestre del año 2014. Los valores sitúan en una mejor posición la confianza de las empresas murcianas (-14) frente a la media española (-20,6). De hecho, para el primer trimestre de 2014 la Región de Murcia es la cuarta Comunidad con mejor índice de confianza, sólo superada por Baleares (-13,5), Cataluña (-7,7) y Navarra (-11,4).

Tabla 6 Índice Confianza Empresarial INE

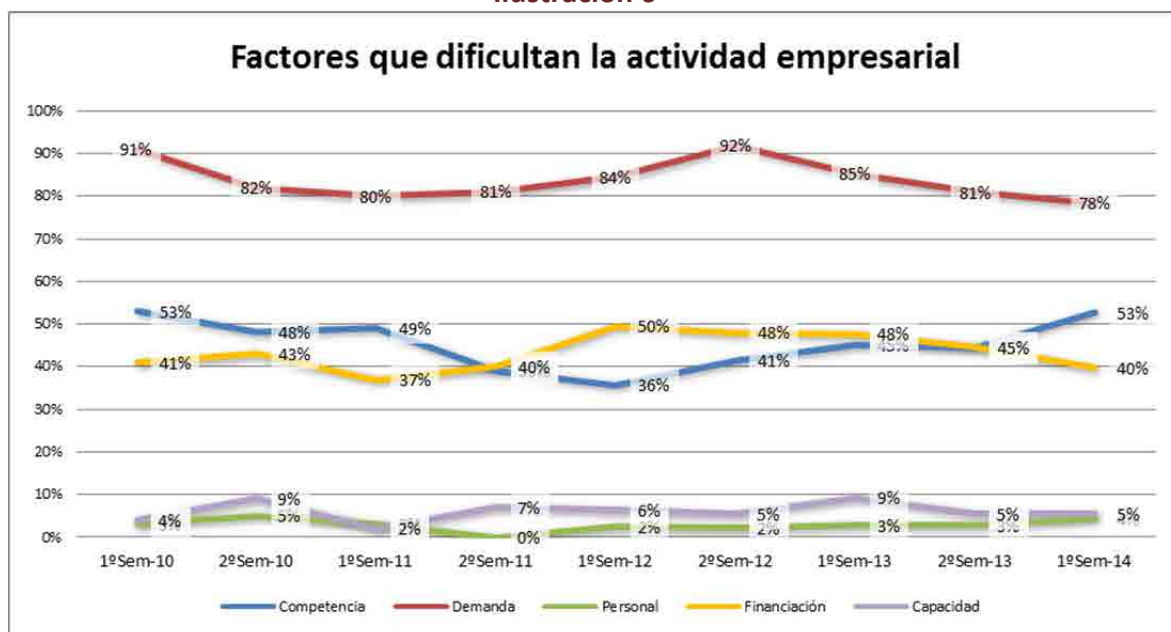
	oct-13	abr-14	Diferencia
Total Nacional	-28,7	-20,6	8,1
Andalucía	-27,1	-21,8	5,3
Aragón	-33,4	-22,7	10,7
Asturias, Principado de	-30,4	-26,5	3,9

Balears, Illes	-24,4	-13,5	10,9
Canarias	-21,1	-14,4	6,8
Cantabria	-41,5	-31,4	10,2
Castilla y León	-33,6	-27,1	6,5
Castilla - La Mancha	-41,8	-36,8	5,0
Cataluña	-23,1	-7,7	15,4
Comunitat Valenciana	-26,2	-21,0	5,2
Extremadura	-40,8	-30,1	10,7
Galicia	-23,3	-23,7	-0,4
Madrid, Comunidad de	-24,6	-17,3	7,4
Murcia, Región de	-24,3	-14,0	10,3
Navarra	-29,9	-11,4	18,6
País Vasco	-28,9	-26,2	2,7
Rioja, La	-26,0	-21,7	4,4

4.4 Factores que dificultan la actividad empresarial de la empresa familiar

Según se recoge en la ilustración 6, la debilidad de la demanda sigue siendo la principal barrera para el desarrollo de la actividad empresarial (78%). No obstante, durante el primer semestre de 2014 se ha producido una mejora en su evolución, lo que confirma la recuperación de la confianza anteriormente señalada. En un segundo nivel se sitúan, con una tendencia al alza el aumento de presión competitiva (53%) y con una tendencia decreciente, los problemas de financiación (40%). Ni la capacidad ni el personal suponen factores que limiten la actividad empresarial de forma significativa.

Ilustración 6

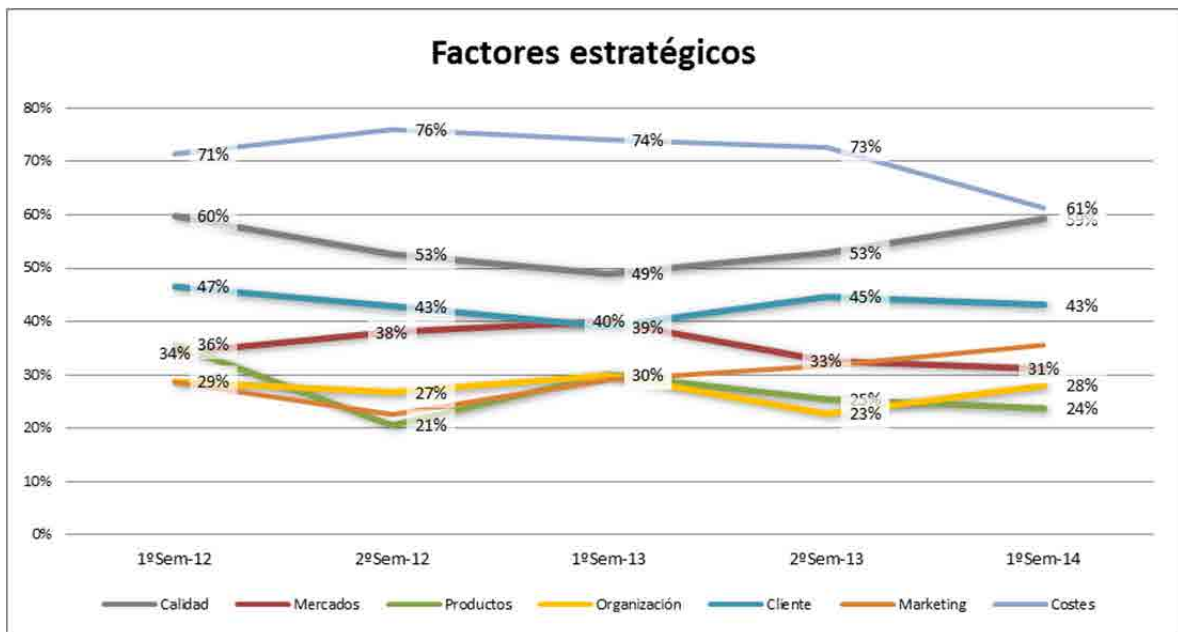


Nota: Porcentaje de empresas que señalan un factor que limita su actividad

4.5 Factores determinantes de la competitividad de la empresa familiar

Los factores estratégicos que las empresas familiares consideran determinantes para su competitividad se pueden observar en la ilustración 7. En concreto, los tres aspectos más importantes siguen siendo el control de costes (61%), la calidad (59%) y la atención a clientes (43%). Con una menor relevancia se encuentran las acciones de marketing (36%) y el acceso a nuevos mercados (31%), que experimentan un retroceso respecto del semestre anterior. El resto de variables tienen en común representar formas de innovación: en producto (24%) y organización (28%). Mientras que las actividades de calidad, marketing y organización ganan en importancia, las relativas a costes, clientes, mercados y productos descienden respecto del semestre anterior.

Ilustración 7



4.6 Objetivos en las empresas familiares

La Tabla 7 muestra las respuestas a la importancia que para las empresas familiares tienen una serie de objetivos. A través de un análisis estadístico se agruparon los objetivos con una mayor relación entre sí, identificando tres grupos:

- **Objetivos empresariales.** Agrupa el interés por el crecimiento/supervivencia, la independencia financiera y la rentabilidad.
- **Objetivos familiares.** Engloba el interés por la transmisión de la empresa a la próxima generación, la incorporación de directivos familiares y el aumento de patrimonio.
- **Objetivos sociales.** Abarca la preocupación por la reputación de la empresa y la implicación de la familia propietaria.

Los resultados señalan que los denominados objetivos sociales continúan siendo los más importantes para los encuestados, con una nota media de 7,4 (prácticamente se mantiene respecto al segundo semestre de 2013). Le siguen en importancia los objetivos empresariales con un valor medio de 6,8 (que se mantiene respecto al semestre anterior); y, en tercer lugar, los familiares con una valoración de 4,7 (que se incrementa respecto del último semestre). Los resultados ponen de manifiesto que la reputación es la principal preocupación de las empresas familiares, junto con el crecimiento/supervivencia de la empresa. En tercer lugar, se mantiene la importancia de la implicación de la familia propietaria. Los objetivos menos relevantes para las empresas familiares son el aumento del patrimonio (3,8) y la incorporación de directivos familiares (4,6).

Estos resultados confirman los comportamientos identificados en anteriores Barómetros: las empresas familiares anteponen los objetivos sociales, como reputación e implicación de la propiedad, a los objetivos puramente familiares. De hecho en este semestre desciende significativamente el objetivo de aumentar el patrimonio (-3,9%), mientras se incrementan los de transmitir la empresa a la siguiente generación (11,3%) y la incorporación de directivos familiares (7,2%).

Tabla 7. Objetivos

	2012/1S	2012/2S	2013/1S	2013/2S	2014/1S	Dif.
Crec/Supervivencia	7,4	7,3	7,3	7,3	7,2	-2,1%
Independencia financiera	7,0	7,0	6,8	6,7	6,9	3,7%
Rentabilidad	6,3	6,0	6,2	6,5	6,4	-2,6%
EMPRESARIALES	6,9	6,8	6,8	6,8	6,8	-0,4%
Transmisión generación	5,4	5,0	5,5	5,1	5,7	11,3%
Incorporación directivos familiares	4,3	4,1	4,5	4,3	4,6	7,2%
Aumentar patrimonio	4,2	3,7	4,0	4,0	3,8	-3,9%
FAMILIARES	4,7	4,3	4,7	4,5	4,7	5,5%
Reputación empresarial	8,1	7,8	8,0	8,0	7,9	-1,0%
Implicación familia propietaria	7,1	6,8	7,0	7,0	7,0	0,3%
SOCIALES	7,6	7,3	7,5	7,5	7,4	-0,4%

4.7 Contribución de la familia a la empresa

Los miembros de la familia se sienten parte de una estructura, de una red, con la que se relacionan y comunican debido a la existencia de un interés común que les lleva a compartir sus conocimientos. La contribución que en sentido amplio realiza la familia a la empresa se denomina capital familiar y se concreta en tres tipos de recursos interrelacionados: *Capital Humano*, formado por conocimiento, experiencias, habilidades y energía; *Capital Financiero*, en momentos puntuales los miembros de la familia pueden apoyar financieramente a la empresa; y *Capital Social*, que

fundamentalmente se refiere a las relaciones que mantienen los familiares entre sí y con terceros.

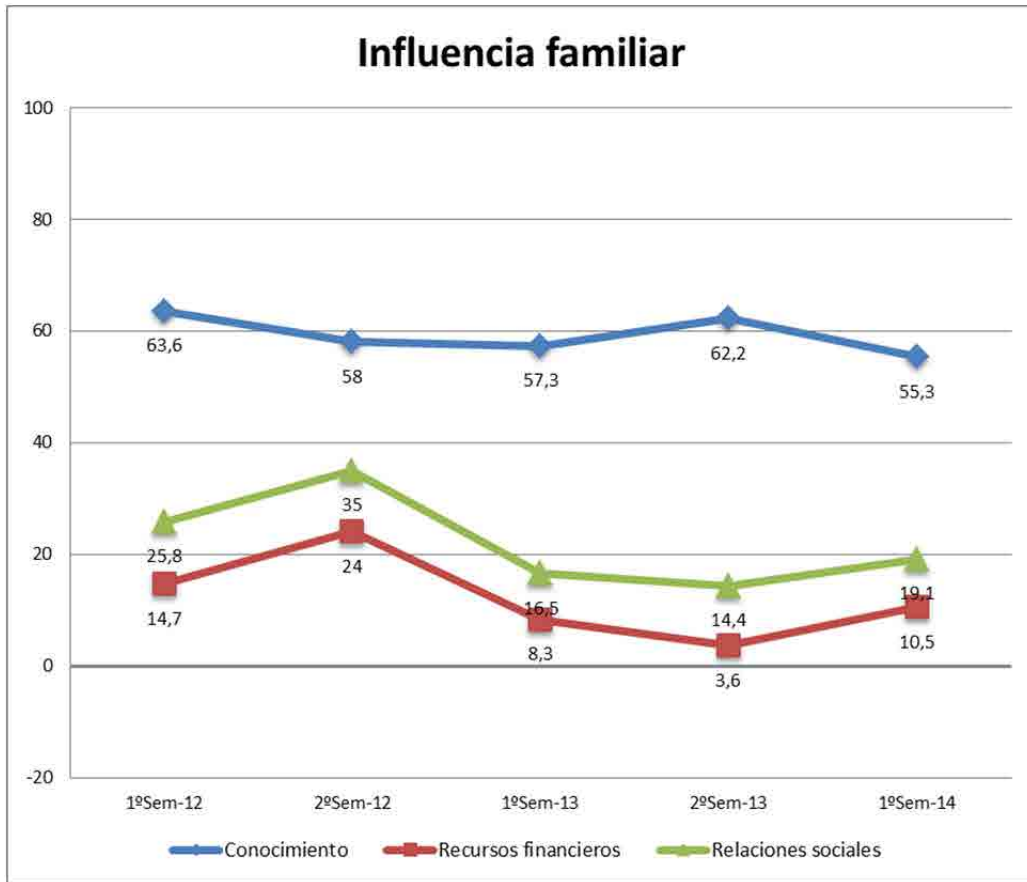
La Tabla 8 recoge las respuestas ofrecidas destacando saldos positivos en las tres variables. La aportación del capital familiar humano continúa siendo la más valorada con un saldo neto del 55,3%, experimentando un ligero descenso respecto al semestre anterior. La contribución que hace la familia a la empresa en términos de recursos financieros y relaciones sociales muestra un incremento respecto del semestre previo. En concreto, el 43,2% de las empresas familiares considera que la contribución financiera que hace la familia es alta, mientras que el 32,6% la considera baja. Por su parte, el 38,3% concede una alta valoración a las contribuciones relativas a relaciones sociales, cuando para el 19,1% es de menor importancia.

En la ilustración 8, se puede observar una leve tendencia a la baja en cuanto a la importancia de las contribuciones familiares relativas al conocimiento, mientras que se aprecia una tendencia creciente en las contribuciones relacionadas con los recursos financieros y las relaciones sociales.

Tabla 8. Contribución de la familia a la empresa

	Baja	Media	Alta	Saldos Netos
Conocimiento	11,7%	21,3%	67,0%	55,3%
Recursos financieros	32,6%	24,2%	43,2%	10,5%
Relaciones sociales	19,1%	42,6%	38,3%	19,1%

Ilustración 8



4.8 Perspectivas futuras

La información sobre las perspectivas futuras se recoge solicitando al encuestado que señale las cuestiones claves que, en su opinión, marcarán la evolución de su empresa para los próximos seis meses. Puesto que son preguntas abiertas, primero se realiza un análisis de contenidos donde se asignan las respuestas a un sistema de códigos que reflejan los conceptos principales. Para mostrar los resultados adoptamos la metodología de la “nube de palabras” como representación visual donde el tamaño es mayor para las palabras que aparecen con más frecuencia.

La Tabla 9 muestra los resultados distinguiendo las referencias a variables externas (entorno) o internas (modelo de negocio) a la empresa. En la Ilustración 9 muestra la nube de palabras resultante.

A nivel externo, los problemas de financiación bajan un poco su importancia creciendo la del comportamiento de la demanda, recuperación, reactivación del consumo y las ventas. Otras variables importantes en Barómetros anteriores no lo son en éste: confianza, seguridad, morosidad, marco legal, entre otros. A nivel interno lo que más preocupa es el acceso a nuevos mercados (incluyendo la exportación), la calidad, la profesionalización de la gestión, la estructura organizativa y la innovación en producto;

en cambio, desciende la importancia de otras variables como costes, valores, cliente, estrategia, competitividad.

Tabla 9. Perspectivas futuras

ENTORNO		MODELO DE NEGOCIO
demanda	18,2%	
financiación	14,1%	
recuperación	10,1%	
	7,1%	mercados
consumo	4,0%	
	4,0%	calidad
	4,0%	profesionalización
ventas	3,0%	
empleo	3,0%	
financiación consumo	3,0%	
	3,0%	estructura
	3,0%	productos
	3,0%	sector
ayudas	2,0%	
competencia	2,0%	
confianza	2,0%	
	2,0%	cliente
	2,0%	productividad
seguridad	1,0%	
deflación	1,0%	
impuestos	1,0%	
marco_legal	1,0%	
morosidad	1,0%	
	1,0%	autofinanciación
	1,0%	competitividad
	1,0%	costes
	1,0%	tecnología
	1,0%	valores

Ilustración 9. Perspectivas futuras

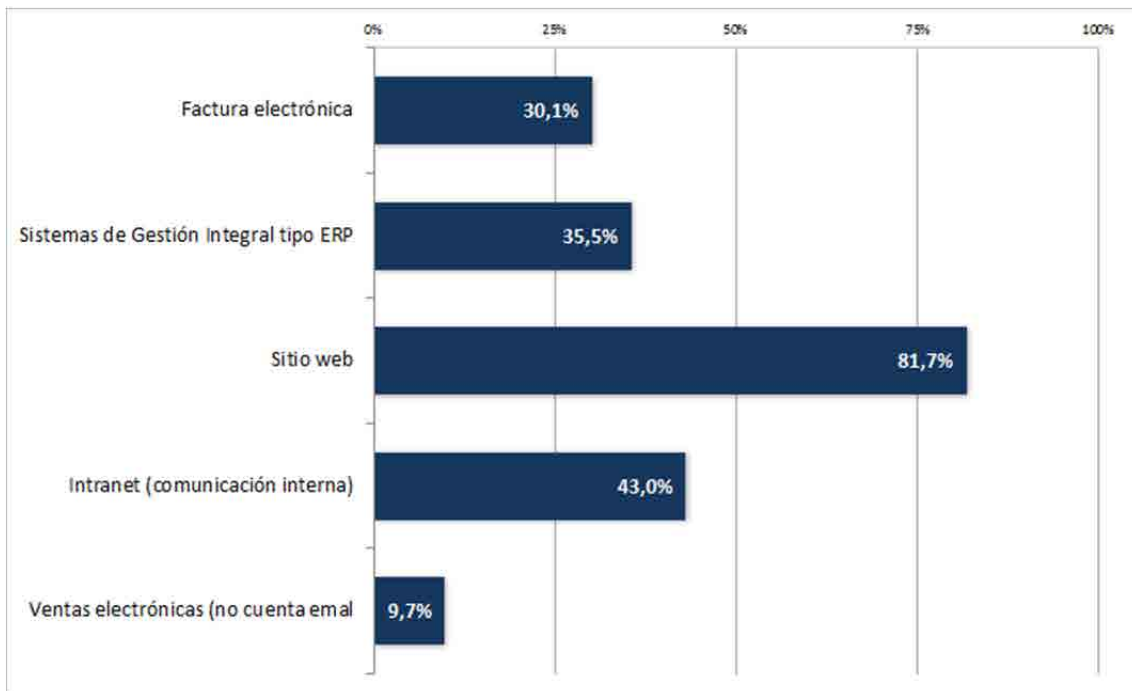


5 PARTE MONOGRÁFICA: IMPORTANCIA DE LAS TIC EN LA EMPRESA FAMILIAR

5.1 Equipamiento y uso TIC

En este undécimo Barómetro la parte monográfica aborda el uso que las empresas familiares hacen de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). En concreto, y tal y como se recoge en la Ilustración 10, la herramienta más extendida con diferencia en las empresas familiares de la Región es el uso del sitio web (81,7%). En segundo lugar, el 43% de las empresas familiares señala que tiene también su propia intranet de comunicación interna. En tercer lugar, el 35,5% de las empresas posee un Sistema de Gestión Integral tipo ERP. Por su parte, la facturación electrónica la emplea el 30,1% de las empresas, mientras las ventas electrónicas tienen una repercusión todavía muy reducida, al emplearse solo en el 9,7% de los casos.

Ilustración 10. Equipamiento TIC



En la Tabla 10 se analiza la importancia que las empresas familiares conceden al uso de las TIC. Así, las empresas familiares indican para todos los factores analizados las TIC tienen una importancia media y alta relevante. En concreto, tienen una importancia alta sobre todo para mejorar la comunicación (53,9%), mejorar la coordinación (52,5%) y simplificar la gestión (51,6%). Además, las TIC tienen una importancia media para mejorar la relación con los clientes/proveedores (46,2%), reducir costes (45,1%), para la gestión del conocimiento (42,2%), para diferenciar los productos/servicios (41,1%) o ampliar mercados (35,5%)

Tabla 10. Importancia uso de las TIC

	Ninguno	Baja	Media	Alta
Simplificación de la gestión	3,3%	7,7%	37,4%	51,6%
Reducir costes	3,3%	11,0%	45,1%	40,7%
Mejorar la coordinación	4,4%	6,7%	36,7%	52,2%
Gestión del conocimiento	4,4%	11,1%	42,2%	42,2%
Ampliar mercados	6,6%	23,1%	35,2%	35,2%
Diferenciar nuestros productos/servicios	4,4%	23,3%	41,1%	31,1%
Mejorar relación con clientes/proveedores	3,3%	9,9%	46,2%	40,7%
Mejorar la comunicación	2,2%	7,9%	36,0%	53,9%

5.2 Opiniones sobre el uso de las TIC

En la Tabla 11, se recogen los comentarios y sugerencias que han dado los responsables de las empresas familiares sobre otros usos e importancia de las TIC desde su punto de vista personal y mediante preguntas abiertas. En este sentido, hay una amplia mayoría (41,7%) que expresa que las TIC son algo imprescindible para ser competitivo y tiene intención de seguir extendiendo su uso en los próximos años. Es de destacar que un 20,8% de las empresas que responden mediante preguntas abiertas reconoce que su uso es todavía muy limitado. Otros responsables destacan su importancia para simplificar las operaciones de venta y cobro, como canal de comunicación interno y externo, así como reconociendo la necesidad de actualización de parte de sus directivos.

Tabla 11. Otros usos e importancia de las TIC

	Número Casos	Porcentaje
Imprescindible para ser competitivo, intención incrementar su uso	10	41,7%
No utilizamos o no sabemos lo que son las TIC	5	20,8%
Simplifica las operaciones de venta y cobro	2	8,3%
Imprescindible canal de comunicación interno y externo	2	8,3%
Necesidad de actualización en TIC por parte de directivos	2	8,3%
Simplifica la contabilidad	1	4,2%
Simplifica las operaciones de compra y pago	1	4,2%
Fundamental en las relaciones con clientes y proveedores extranjero	1	4,2%

5.3 Uso de Internet y medios sociales

En la Tabla 12 se analiza el grado de uso de servicios prestados a través de internet. En concreto se produce un uso alto de servicios relacionados con búsqueda de información (54,7%) y servicios bancarios y financieros (52,6%). De otro lado, el uso es

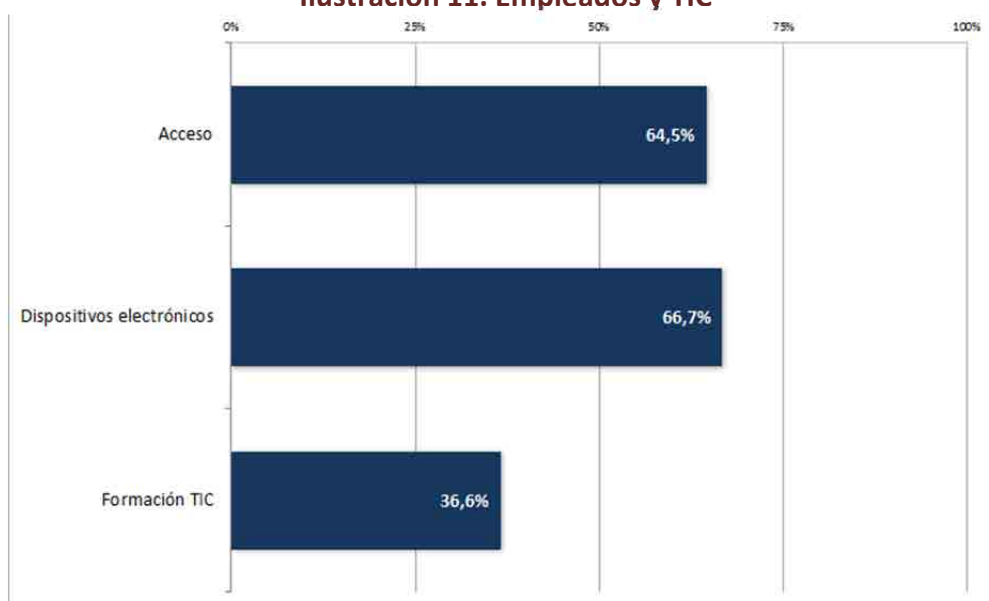
de grado medio para observar el comportamiento del mercado (47,9%), para formación (46,8%), publicidad propia (45,3%), interacción con la Administración (45,3%), comunicación interna (41,5%), atención al cliente (37,9%) y compras electrónicas (35,8).

Tabla 12. Nivel de uso de servicios de Internet

	Ninguno	Bajo	Medio	Alto
Búsqueda de información	0,0%	6,3%	38,9%	54,7%
Servicios bancarios y financieros	3,2%	9,5%	34,7%	52,6%
Formación	7,4%	30,9%	46,8%	14,9%
Comunicación interna	7,4%	17,0%	41,5%	34,0%
Observar comportamiento del mercado	7,4%	20,2%	47,9%	24,5%
Publicidad propia	5,3%	30,5%	45,3%	18,9%
Atención al cliente	4,2%	22,1%	37,9%	35,8%
Interacción con Administración Pública	3,2%	24,2%	45,3%	27,4%
Compras electrónicas	21,1%	32,6%	35,8%	10,5%

En la ilustración 11, se observa el grado con el que las empresas familiares proporcionan a sus trabajadores acceso a herramientas relacionadas con las TIC. En particular, el 66,7% de las empresas familiares señalan que sus empleados cuentan con dispositivos electrónicos que permiten una conexión móvil para uso empresarial como son los portátiles, los móviles o las tabletas. El 64,5% de las empresas permiten el acceso remoto a correo electrónico, documentos o aplicaciones de la sociedad. Estos porcentajes bajan notablemente cuando se pregunta sobre las acciones de formación para desarrollar o mejorar conocimientos sobre las TIC, ya que sólo el 36,6% las llevan a cabo.

Ilustración 11. Empleados y TIC



Tanto en la ilustración 12 como en la 13, se analiza la presencia de las empresas familiares de la Región en las redes sociales. Se observa que el 61% afirma tener algún tipo de presencia en las redes sociales, mientras el restante 39% no la tiene. Entrando al detalle de la presencia en los diferentes medios, se comprueba que el uso más extendido es Facebook, con presencia en el 50,5% de las empresas, seguido, en menor medida, de otros medios como google + (29%), twitter (25,8%) o linkedin (11,8%).

Ilustración 12. Presencia de la empresa en medio sociales

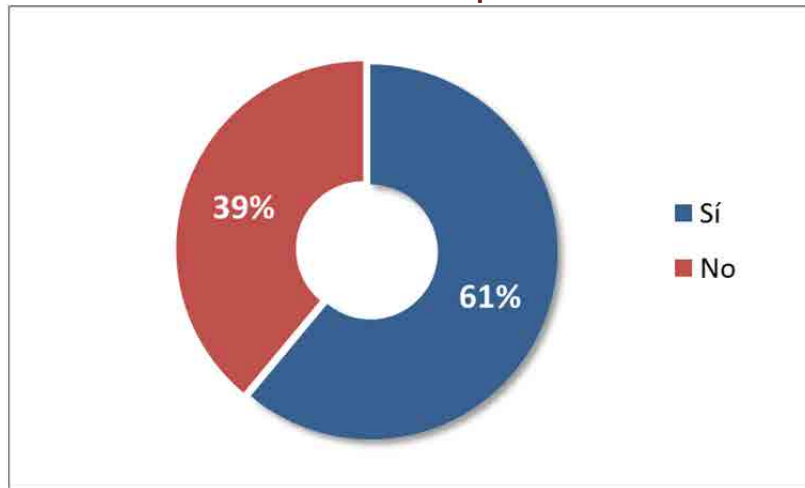
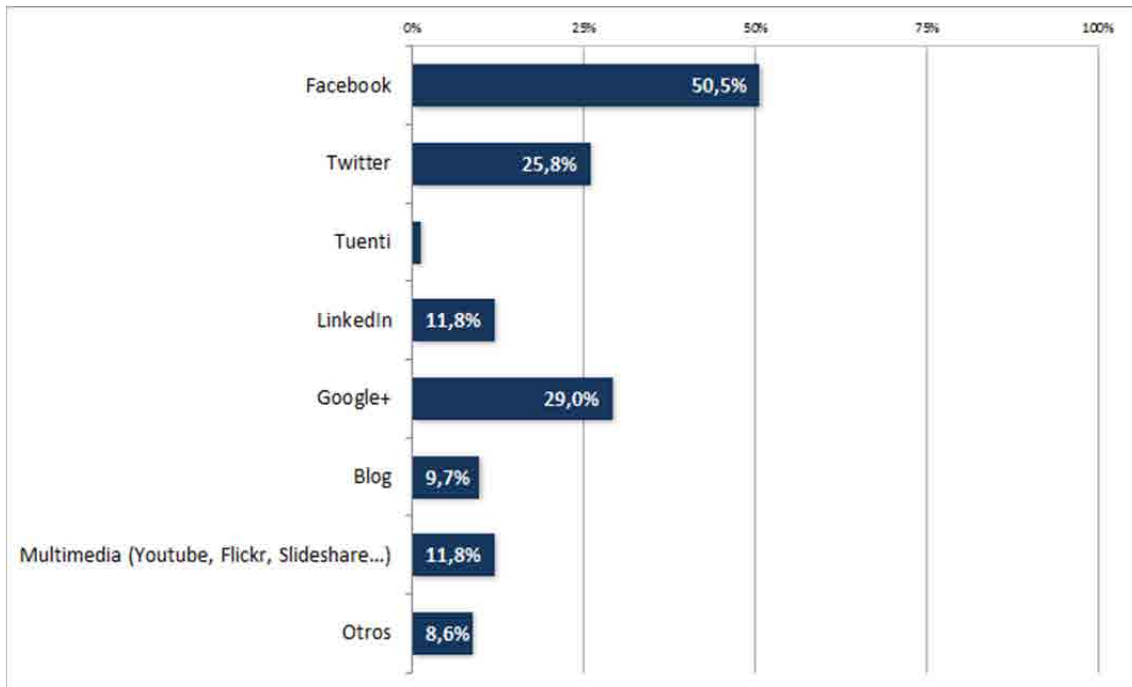


Ilustración 13. Presencia en diferentes medios sociales



En la Tabla 13, a través de una pregunta abierta, se mide la utilidad y el grado de participación en las diferentes redes y medios sociales. En concreto, las empresas familiares señalan que la presencia en las redes sociales sirve sobre todo para dar a

conocer la imagen social de la empresa (30%) y como estrategia comercial (24,3%) para captar o fidelizar clientes. Sin embargo, un 24,3% afirma que o bien no se ha planteado su uso o bien habiéndose evaluado la participación no se le acaba de ver la utilidad. El 12,9% de las empresas indica que no tiene ni recursos ni personal para emplear las redes sociales.

Tabla 13. Utilidad y grado de participación en las redes sociales

	Número Casos	Porcentaje
Sirve para dar a conocer la imagen social de la empresa	21	30,0%
No se ha planteado la necesidad ni se ve la utilidad	17	24,3%
Sirve como estrategia comercial	17	24,3%
No hay personal ni recursos disponibles	9	12,9%
No somos capaces de adaptarnos a los nuevos usos	5	7,1%
No se hace por seguridad	1	1,4%

6 CONCLUSIONES DEL BARÓMETRO

Contexto socioeconómico

- Mundial
 - La recuperación es ya una realidad previéndose un crecimiento 3,6% economía mundial en 2014. Factores: recuperación confianza inversores, protagonismo sistema bancario y corrección desequilibrios públicos.
 - Se confirma la desaceleración y “agotamiento” de las economías emergentes.
 - Previsión crecimiento para la Unión Europea 1,5% en 2014 y 2% en 2015.
 - Consumo e inversión productiva reemplazan al sector exterior como vector de crecimiento. Destaca la mejora de la renta real y empleo.
- España
 - Tras nueve trimestres de caída, el PIB creció 0,5% en el primer trimestre de 2014; excepto Construcción, los demás sectores mejoran. Se recupera el consumo privado, aumentan las exportaciones aunque también las importaciones. Para 2014 se prevé un crecimiento del 1%.
 - Crece la creación de empleo ya por cuarto trimestre consecutivo. En mayo, el paro registrado bajó en 318.000 personas en un año.
- Región de Murcia

- El PIB regional disminuye en 2013 alrededor del 1,4%, cifra similar al conjunto de la economía española. Para 2014 se prevé valores positivos entre el 0,5% y el 1%.
- Descienden las exportaciones por las menores ventas a UE, aunque crecen el resto. Ocurre, al contrario, en las importaciones, crecen las de la UE y descienden las del resto.
- Frente a las caídas de 2013, hasta Abril de 2014 crece la industria (aumento del Índice de Producción Industrial del 1%) y los servicios (cifra de negocios 3,7%, y personal ocupado 1,2%).
- Crece el empleo durante primer trimestre de 2014, fundamentalmente por el sector servicios.

Situación económica

- Las empresas familiares murcianas mejoran su opinión sobre la situación económica confirmando las tendencias de semestres anteriores.
- La situación de la economía española es la que tiene la mejor percepción con un saldo positivo de 22,3%; no obstante, la mejoría más acusada se produce en la opinión sobre la economía murciana, mejorando 24,5 puntos para colocarse por primera vez en un saldo positivo de 11,8%. Con un saldo de -1,1% se sitúa la opinión sobre la propia empresa, donde casi el 80% de las empresas creen que su situación sigue igual o ha mejorado.
- Los resultados para las variables economía murciana y de la propia empresa son claramente superiores a las expectativas sobre estas variables proyectadas hace 6 meses.
- En términos de expectativas para los próximos 6 meses todas las variables se sitúan en la zona positiva. Casi el 40% de las empresas esperan que mejore la situación de la economía murciana y un 37% la suya propia.

Actividad empresarial

- Evolución
 - Todas las variables experimentan una evolución positiva, exportaciones, número de trabajadores y cifra de negocios entran en zona de saldos positivos.
 - Las exportaciones, tras cinco semestres consecutivos de evolución positiva, se sitúa con un saldo 8,9%.
 - La cifra de negocios y el número de trabajadores son las variables que presentan un crecimiento más significativo respecto al semestre anterior. El

34% de las empresas han mejorado sus cifras de venta en el último semestre, superando el 42% las que esperan hacerlo el próximo semestre. En el caso de las cifras de empleo, por primera vez las empresas que crean empleo superan a aquellas donde ha disminuido.

- Aunque evolucionan positivamente todavía el precio de venta y las inversiones realizadas se mantienen en saldos negativos.
- El Índice de Confianza Empresarial de las Empresas Familiares de la Región de Murcia sube por cuarto semestre consecutivo 12 puntos hasta situarse por primera vez en un saldo positivo de 4,4. A nivel nacional, de nuevo la Región de Murcia es la cuarta Comunidad con mejor índice, también subiendo 10 puntos respecto al semestre anterior.
- Dificultades
 - El 78% de las empresas señalan la debilidad de la demanda como factor limitador de la actividad empresarial. No obstante, son ya tres semestres donde disminuye su importancia bajando 14 puntos.
 - El aumento de la presión competitiva (53%) supera a las dificultades de financiación (40%), aquél con una tendencia alcista y éste con una decreciente.
- Competitividad
 - El aumento de la preocupación por la calidad en 6 puntos y el descenso en 12 puntos por los costes hace que, por primera vez en dos años, ambos factores sean los que más centran los esfuerzos de las empresas: costes (61%) y calidad (59%).
 - Del resto de factores destaca el crecimiento de las innovaciones organizativas y de marketing y el descenso de las innovaciones en mercado y producto.
- Carácter familiar
 - A nivel individual los principales objetivos que persiguen las empresas familiares es mejorar su reputación y asegurar el crecimiento o supervivencia de la empresa.
 - Estos resultados confirman los comportamientos identificados en anteriores Barómetros. Las empresas familiares anteponen los objetivos sociales, como reputación e implicación de la propiedad, a los objetivos puramente familiares. No obstante, en este semestre aumentos éstos fundamentalmente por el interés de transmitir la empresa a la siguiente generación y la incorporación de directivos familiares.

- El capital humano sigue siendo el recurso aportado por la familia más valorado, aunque decrece su importancia este semestre. De otro lado, aumenta la importancia de las relaciones sociales y los recursos financieros aportados por la familia.

Perspectivas

- A nivel externo, los problemas de financiación bajan un poco su importancia y crecen la del comportamiento de la demanda, recuperación, reactivación del consumo y las ventas.
- A nivel interno lo que más preocupa es el acceso a nuevos mercados (incluyendo la exportación), la calidad, la profesionalización de la gestión, la estructura organizativa y la innovación en producto. Desciende, en cambio, la importancia de otras variables como costes, valores, cliente.

TIC

- Los principales motivos para el uso de las TIC son la mejora de la comunicación y la coordinación, además de simplificar la gestión.
- Como equipamiento TIC destaca el sitio web (81,7%), la intranet (43%) y los sistemas ERP (35,5%).
- En cuanto a la opinión, las dos respuestas principales representan posturas contrarias; por un lado, son “imprescindibles para ser competitivos” y, por otro lado, “poco uso por desconocimiento”.
- El principal uso de Internet es la búsqueda de información y el acceso a servicios bancarios y financieros.
- 2 de cada 3 empresas ofrecen dispositivos electrónicos que permiten el acceso remoto a sus sistemas informáticos.
- El 61% de las empresas tiene presencia en los medios sociales. Destaca Facebook (50,5%) y un creciente uso de Twitter (25,8%). Son muy pocas las que gestionan un blog (9,7%).
- La presencia en medios sociales principalmente es para dar a conocer la imagen de la empresa y como estrategia comercial. Aquellas que no tienen presencia no le ven utilidad o piensan que no disponen de recursos suficientes.

7 LA OPINIÓN DE LA EMPRESA:

Entrevista a D. José Antonio Planes



En esta ocasión entrevistamos a D. José Antonio Planes Valero, presidente del Grupo INFORGES. El grupo cuenta con más de 30 años de experiencia y sobrepasa la cifra de 150 profesionales que orientan su actividad hacia la consultoría especializada en el diseño, desarrollo e implantación de soluciones tecnológicas, organizativas y de formación multimedia. Su amplia y dilatada experiencia desarrollada en centenares de proyectos, a través de diferentes sectores de actividad y ámbitos geográficos, convierten al grupo en una referencia clave en la comprensión y papel que juegan las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el desarrollo del tejido económico y, de un modo particular, en el ámbito de la empresa familiar.

¿Qué valoración general podría realizarse de la actual situación económica por la que está atravesando el país?

Aplaudir al Gobierno por las medidas adoptadas pero los deberes hay que terminarlos. La Unión Europea nos está pidiendo insistentemente la reforma laboral y la disminución del gasto público. Dado el déficit, me parece electoralista la reforma fiscal ya que hemos de sanear la economía, sin embargo, todo aquello que contribuya a redistribuir la carga fiscal con criterios de eficiencia económica y justicia distributiva me parece muy correcto. El Gobierno debe afrontar con pasión una catarata de reformas para liberalizar la economía y mejorar la competitividad de la empresa y la eficiencia del sector público. Y parece que nos hemos atascado. Me preocupan mucho los extremismos que están apareciendo como factores disgregadores; lo que nos faltaba. Ponen de manifiesto la falta de liderazgo de los dos partidos nacionales. Hay que salir a la calle y hablar con la gente, a menudo los diálogos son demoledores y se reflejan después en los resultados electorales. Las empresas ya adelgazaron al máximo sus estructuras y el Gobierno debe aplicarlo al gasto público que no añade valor. Es evidente que ahora necesitamos gestores eficientes y éticos porque no podemos pagar la estructura actual de gastos y hay que barrer la corrupción.

Desde su punto de vista ¿Qué aspectos clave permitirían dinamizar e impulsar la actividad económica de la Región de Murcia en su conjunto?

Murcia es un subconjunto de la economía nacional y todo lo que pasa en España pasa en Murcia. Nos hemos quedado a la cola y tenemos que insistir en partir de aquellos recursos que nos hacen ser competitivos como medidas de choque. Muy bien el sector agroalimentario y también debería ser lo mismo con el turístico. Sin embargo, hay que potenciar mucho más la profesionalización de las empresas para potenciar el tejido

industrial y el desarrollo de empresas capacitadas para competir en la economía global.

¿Cuáles son los elementos clave que a su modo de ver permiten comprender la esencia de la Empresa Familiar?

La estadística está ahí y muestra que a la tercera generación llega algo más del 10%. No hay más remedio que plantear un Management profesionalizado que permita crear equipos de dirección capacitados para hacer crecer a la empresa y permitir el relevo generacional; que la economía global ha venido para quedarse. Es una falacia el que la sucesión son los últimos años del fundador, es una tarea permanente que permite crear una cultura compartida apta para el desarrollo. Drucker decía que en la empresa todos gerentes y, en muchas ocasiones, nos empeñamos en dirigir por órdenes directas. De este modo el automatismo en la sucesión garantizaría la capacidad de convertir una crisis en oportunidad.

¿Qué posibilidades ofrecen las TIC a las empresas familiares?

El sistema de información en su conjunto afecta a toda la cadena de valor y permite aumentos drásticos en la productividad de las operaciones. Lo que no se mide es imposible de controlar. Un buen sistema de información tiene una enorme potencialidad para convertir la información en conocimiento y ser la base del sistema decisorio. A menudo, hay que empezar por discutir con los directivos si tienen clara la información que necesitan para gobernar bien.

¿Qué nivel de equipamiento y uso de TIC presentan las empresas familiares?

La parte más básica de la gestión está en general bien cubierta. Sin embargo, los costes ocultos de sistemas obsoletos son muy altos y además afectan a un desempeño muy mejorable de los profesionales. Hay que decidirse en aplicar la tecnología a toda la cadena de valor y después concentrarse en obtener el mejor sistema de información posible. Finalmente, la información con un alto grado de elaboración es conocimiento. En este último punto está casi todo por hacer. La cuestión es que los negocios más globales están basados en el conocimiento, no es posible de otro modo. Y esta brecha hay que salvarla.

¿Desea realizar alguna reflexión final sobre algún otro tema que considere oportuno?

El paro es una enorme lacra social que debería afrontarse con políticas sociales mucho más ambiciosas, y además una indignidad. El colegio y la universidad deberían incorporar Management. Esto lo dijo también Drucker con escaso éxito. Tenemos que ayudar a mucha gente a centrar de modo realista su plan de carrera, que a menudo no lo hacen, de ahí la tasa tan alta de paro juvenil. Cuando un profesional sabe autogestionarse está mucho más cerca del mercado laboral. Y esto no lo enseña nadie. Desde unas instituciones formativas más conectadas a la realidad del mercado

deberían aplicarse políticas masivas de formación en Management. Un fontanero que sabe Management y lo aplica nunca le faltará el trabajo. Es cierto que solo habrá hueco para los mejores pero se trata precisamente de eso, que la oferta laboral en su conjunto sea eficiente y así la mentalidad de competente y competitivo son lo mismo y se consigue dignidad humana y eficiencia económica.

8 EMPRESAS PARTICIPANTES

- AGROQUIJANO COMPONENTES S.L.
- AGROQUÍMICOS LUCAS S.L.
- ALC RECLAMISTAS S.L.
- ALPARGATAS LA CAMPERA S.L.
- ANTONIO GONZALEZ BERENGUER S.A.
- APARCAMIENTOS LA FUENSANTA S.A.
- ASESORES & CONSULTORES MAR MENOR S.L.
- AUTOCARES DE MOLINA S.L.
- BAJOLALINEA S.A.
- BELLON ALFAREROS S.L.L.
- BRAVO PIQUERAS HERMANOS S.L.
- CAMELOS CERDAN S.L.
- COMERCIAL PQ SALMERON S.L.
- CONESA FERNANDEZ S.L.
- CONSTRUCCIONES HERMANOS PALOMARES S.A.
- COTECNA MOBILIARIO DE OFICINA SL
- CRISTALERIA Y ALUMINIOS FELIPE JIMENEZ DIAZ S.L.
- CROMADOS LUIS S.L.
- DESGUACES Y RECUPERACIONES LOS PANEROS S.L.
- DREAM FIELDS S.L.
- DRINK AND EAT NAVARRO SDAD COMPANY S.L.
- EASYDOC GESTION DE DOCUMENTOS S.L.
- ELECTRIMUR LINEAS REDES E INSTALACIONES ELECTRICAS
- ESPALLARDO S.A.
- ESTACION DE SERVICIO HERMANOS BLAZQUEZ S.L.
- EXPLOTACIONES HOTELERAS EL CHURRA S.A.
- FLOGAR C.B.
- FONDEAL S.L.
- FORMULACIONES QUIMICAS S.A.
- FRANCISCO PEREZ NIETO S.L.
- FRUTAS MOLINA CANO S.L.
- FV. PINTURA S.L.
- GALLARDO ARCHENA E.S. S.L.
- GALLEGRAF S.L.
- GARRESOLER CORREDURIA DE SEGUROS S.A.
- GLORISANTO S.L.
- GN ACTIVE S.L.
- GRAFICAS BARCELONA C.B.
- GRUPO DISFRIMUR S.L.
- GRUPO EMPRESARIAL DE OCIO Y DIVERSION S.L.
- GRUPO HORTOFRUTICOLA MURCIANA DE VEGETALES S.L.
- GRUPO INFORGES S.L.
- GRUPO SURESTE S.L.
- HERMANOS NAVARRO MUNOZ S.L.
- HIDRAULICAS CARTHAGO S.L.
- HISPANO LUSA DE MAQUINARIA S.L.
- IMPRENTA RIOS S.L.L.
- INFUTISA S.L.
- INMUEBLES EN ARRENDAMIENTO JOSEFINA GARCIA S.L.
- INSTALACIONES BALSAS SANCHEZ S.L.
- INSTALACIONES ELECTRICAS TORTOSA S.L.
- JUAN ZURANO S.L.
- JUMON S.A.
- LUIS SANCHEZ GARCIA E HIJAS S.L.
- MANEX PUBLICIDAD S.L.
- MANUALIDADES MIMAHER S.L.
- MANUEL MINARRO MARTINEZ S.L.
- MAQHERSAN S.L.

- MAQUINARIA ESCAYOLA Y DERIVADOS DEL YESO S.L.
- MAQUINARIA MARCOS MARIN S.A.
- MAQUINARIA Y RECAMBIOS DE LEVANTE S.L.
- MARTINEZ AYALA S.A.
- MARTINEZ NIETO S.A.
- MECANICAS BOLEA S.A.
- MENFRUTS S.L.
- MICROBUSES NUNEZ S.L.
- MONTEGO JOYEROS S.L.
- MUEBLES LINO S.L.
- MUEBLES SAN JOSE S.L.
- MUEBLES YUGAR S.L.
- NILO MOBILIARIO INTEGRAL DE OFICINA S.L.
- NUTRICION Y SERVICIOS GANADEROS S.L.
- PAREDES Y BELMONTE S.A.
- PEDRO PEREZ E HIJOS S.L.
- PEDRO VIDAL E HIJOS S.L.
- PLACIDO RUIZ E HIJOS S.L.
- POLIURETANO MOLDEADO S.L.
- PROMOCIONES TESH S.A.
- PUERTAS FERNANDEZ ROS S.L.
- REPUESTOS MURCIA S.L.
- REVESTIMIENTOS TODOPLAS S.L.
- RIEGOS AGRICOLAS S.L.
- RINCON HUERTANO DE MURCIA S.L.
- ROBERT POCKLIGTON S.L.
- SALAZONES GARRE S.L.
- SIMEMORA S.L.
- SOCIEDAD GENERAL DE RESIDUOS S.A.
- SUMINISTROS OTON S.A.
- TALLERES DEGAYPE S.L.
- TEMFRYCA S.L.
- TERRAZOS GONZALEZ NAVARRO S.L.
- TRANSPORTES ATANASIO MOLINA TOMAS S.L.
- TRANSPORTES GREGORIO E HIJOS S.L.
- ULTRACONGELADOS AZARBE S.A.
- ZAPPING MOBEL S.L.
- ZAVI SIX S.L.
- ZEN SISTEMAS DE ESCAPE S.L.

9 CUESTIONARIO

Parte GENERAL: PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL

P1. En su opinión, la situación EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES de...

	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado
La economía española	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La economía de la Región de Murcia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La situación económica de su sector	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La situación económica de su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P2. La situación EN LOS PRÓXIMOS MESES de...

	Empeorará	Seguirá igual	Mejorará
La economía española	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La economía de la Región de Murcia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La situación económica de su sector	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
La situación económica de su empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P3. En los ÚLTIMOS 6 MESES, ¿cuál ha sido la evolución en su empresa de las siguientes variables...?:

	Ha disminuido	Sigue igual	Ha aumentado
Cifra de negocios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Número de trabajadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio de venta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inversiones realizadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exportaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P4. En los PRÓXIMOS 6 MESES, ¿cuál será la evolución en su empresa de las siguientes variables...?:

	Disminuirá	Seguirá igual	Aumentará
Cifra de negocios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Número de trabajadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio de venta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Inversiones realizadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Exportaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P5. ¿Qué factores han limitado el nivel de actividad de su empresa en los ÚLTIMOS 6 MESES? (marque las opciones que estime convenientes)

<input type="radio"/> El aumento de la presión competitiva	<input type="radio"/> Las dificultades de financiación
<input type="radio"/> La debilidad de la demanda	<input type="radio"/> La dimensión inadecuada de mi capacidad productiva
<input type="radio"/> La escasez de personal cualificado	<input type="radio"/> Otro

P6. En los ÚLTIMOS SEIS MESES ¿qué factores han sido fundamentales en el diseño de la estrategia de la empresa? (marque las opciones que estime convenientes)

<input type="radio"/> La calidad	<input type="radio"/> Atención al cliente
<input type="radio"/> Acceso a nuevos mercados	<input type="radio"/> Actividades de marketing
<input type="radio"/> Lanzamiento nuevos productos	<input type="radio"/> Control de costes
<input type="radio"/> Cambios organizativos	<input type="radio"/> Otros

P7. Valore la importancia de los siguientes objetivos en su empresa

	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy alta
Independencia financiera	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rentabilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Crecimiento o supervivencia de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transmitir empresa a siguiente generación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reputación de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aumentar patrimonio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Implicación de la familia propietaria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Incorporación de directivos familiares	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P8. En los ÚLTIMOS SEIS MESES ¿Qué importancia han tenido en la empresa los siguientes recursos aportados por la familia?

	Baja	Media	Alta
Conocimiento, experiencia, habilidades y energía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Relaciones sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P9. En los próximos seis meses ¿qué cuestiones claves de cualquier ámbito cree que serán determinantes en la evolución de su negocio familiar? _____

Parte MONOGRÁFICA: TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

P10. ¿Qué nivel de uso de servicios de Internet tiene su empresa en los siguientes aspectos?:

	Ninguno	Bajo	Medio	Alto
Búsqueda de información	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios bancarios y financieros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Formación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Observar comportamiento del mercado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Publicidad propia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interacción con Administración Pública	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Compras electrónicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P11. ¿Proporciona su empresa a sus empleados...? (marque las opciones que crea conveniente)

- acceso remoto a correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa?
- dispositivos electrónicos (portátiles, móviles, tablets) que permitan conexión móvil para uso empresarial?
- formación para desarrollar o mejorar conocimientos sobre TIC?

P12. ¿Dispone su empresa de presencia en los medios sociales?

- Sí
- No

P13. Señale los medios en los que está presente

- Facebook
- Twitter
- Tuenti
- LinkedIn
- Google +
- Blog
- Multimedia (Youtube, Flickr, Slideshare...)
- Otros

P14. ¿Cuáles son los motivos para la ausencia o presencia de su empresa en los medios sociales? _____

P15. Señale los usos o equipamientos de su empresa

- Factura electrónica
- Sistemas de Gestión Integral tipo ERP
- Sitio web
- Intranet (comunicación interna)
- Ventas electrónicas (no cuenta email)
- Otros

P16. Valore la importancia del uso de las TIC en su empresa:

	Ninguno	Baja	Media	Alta
Simplificación de la gestión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reducir costes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejorar la coordinación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión del conocimiento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ampliar mercados	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Diferenciar nuestros productos/servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejorar relación con clientes/proveedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mejorar la comunicación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P17. Comentarios y opiniones sobre el uso de las TIC en su empresa familiar _____

Observatorio de la Empresa Familiar



CÁTEDRA MARE NOSTRUM
empresa familiar



CAMPUS MARE NOSTRUM

UNIVERSIDAD DE
MURCIA



Universidad
Politécnica
de Cartagena



amefmur
asociación murciana de la empresa familiar



**FUNDACIÓN
CAJAMURCIA**



Red de Cátedras de
Empresa Familiar



INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR