

Todos los sectores registran caídas

Las ventas de las grandes empresas se hunden en el peor mes de junio desde 2001

La facturación de las grandes empresas, cuyo volumen de operaciones anuales excede los 6 millones de euros, cayó un 8,7% en junio respecto al mismo mes del año anterior, porcentaje que se eleva al 10,2% si se recogen sólo las ventas en el mercado interior.

B. D. Madrid

La crisis económica está comenzando a afectar la cuenta de resultados de las grandes empresas. Así lo atestiguan los últimos datos que maneja la Agencia Tributaria, referidos a las retenciones, pago del IVA, impuestos especiales y primas de seguro de las 34.899 empresas que facturaron más de seis millones. El Instituto Nacional de Estadística (INE) ya había dado información sobre la evolución del comercio en el mes de junio,

con una caída del 7,7%. Ahora, los datos de Hacienda extienden la caída de ingresos a todos los sectores (construcción, servicios, industria y transportes). En total, junio se ha saldado con un descenso global del 8,7% en el volumen de ventas (85.819 millones, corregidos los efectos del calendario) de las grandes empresas. Con este dato, el peor junio desde 2001, el segundo trimestre de este año se cierra con una caída del 4,89%, y la primera mitad del año, con un descenso del 3,4%.

La disminución de la facturación se aprecia especialmente en las ventas interiores aunque con el paso de los meses también las exportaciones se han ido debilitando, según reconoce la propia Agencia Tributaria. En junio "éstas últimas mostraron prácticamente un estancamiento por el adverso comportamiento de las ventas a la Unión Europea".

Por lo que se refiere a las

ventas interiores, el descenso del mes es del 10,2% (73.543 millones de euros). En la construcción, muy afectada por el ajuste que vive el sector, la caída es del 12,3%, al igual que en comercio y hostelería. En el conjunto de los servicios, es del 10%.

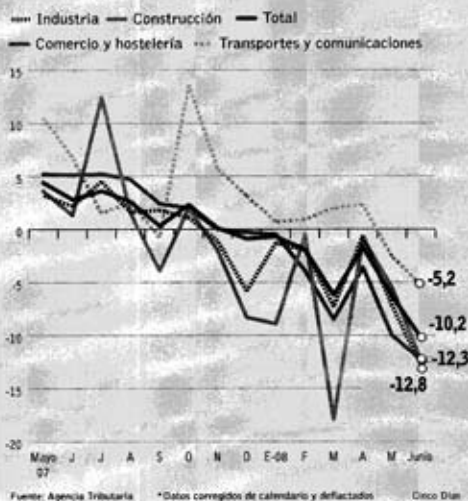
Los salarios suben el 6%

Frente a estas caídas generalizadas en las ventas en junio de las grandes empresas destaca el aumento del salario medio bruto de sus trabajadores, un 6% respecto al mismo mes del año anterior, hasta los 2.474 euros mensuales, por encima de la subida de la inflación.

Las grandes empresas consideradas así por Hacienda representan sólo el 1% de los declarantes por IVA pero su volumen de ingresos supone el 63,4% del total, por lo que su evolución es representativa de lo que está ocurriendo en la economía española. En la Unión Europea, tam-

Ventas interiores por sectores

Tasas de variación anual en %*



Descensos de dos dígitos en construcción, servicios e industria

bién se registran caídas de ventas pero en menor medida. De hecho sólo Letonia supera en la UE la caída del 7,7% en las ventas del comercio minorista de España registrada en junio.

Mientras esto ocurre, la Agencia Tributaria acelera

las devoluciones tributarias de la última campaña de renta, algo que servirá para estimular algo el consumo. A 31 de julio se había abonado el 80% de lo previsto, por un total de 8.676 millones de euros, a 11,7 millones de declarantes del IRPF. Durante el conjunto de la campaña se presentaron 18,1 millones de declaraciones del IRPF, un 6,6% superior a las del año anterior. Del total, 5,6 millones se hizo a través de internet, un 25% más.

Ferias virtuales para vender más y ahorrar costes

El fin de la etapa de bonanza económica está provocando que las empresas afinen los sentidos para ahorrar costes en todas las partidas. Uno de ellos es el recurso a "ferias virtuales" con el fin de optimizar los recursos y sin intermediarios. Las ferias online ofrecen la posibilidad de "multiplicar las oportunidades de negocio" sin necesidad de realizar costosas inversiones en tecnología. Así lo asegura Tradky Software, firma española especializada en la animación en 3D para empresas.

Mediante un programa informático personalizado permite representar en tres dimensiones cualquier ambiente o espacio y visualizarlo a través de un simple navegador web. Ya se ha utilizado en proyectos como la Ciudad del Saber (Panamá), Expomecánica o la Feria del Agua y Energías Renovables.

"Esta nueva fórmula de marketing evita inversiones en tecnología y los costes derivados de dietas y desplazamientos y da la posibilidad de captar publicidad vía internet", recalcan las mismas fuentes.