

ESTUDIOS

E

JUNIO 2020

IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19 SOBRE LA EMPRESA

economistas
Consejo General



COGITI
Consejo General de Colegios Oficiales
de Graduados e Ingenieros Técnicos
Industriales de España

IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19 SOBRE LA EMPRESA

JUNIO 2020

DIRECCIÓN

Domingo García Pérez de Lema. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Salvador Marín Hernández. EUROPEAN FEDERATION OF ACCOUNTANTS AND AUDITORS FOR SMEs

Francisco Javier Martínez García. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Antonio Calvo-Flores Segura. UNIVERSIDAD DE MURCIA

Domingo García Pérez de Lema. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

José Manuel López Fernández. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Antonia Madrid Guijarro. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Salvador Marín Hernández. EUROPEAN FEDERATION OF ACCOUNTANTS AND AUDITORS FOR SMEs

Francisco Javier Martínez García. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA

Carlos Martínez-Abarca Pastor. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE CARTAGENA

Esther Ortiz Martínez. UNIVERSIDAD DE MURCIA

Francisco Somohano Rodríguez. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA



economistas
Consejo General



PRÓLOGO

Apreciado lector,

Me dirijo a ustedes con el objeto de presentar y escribir unas breves palabras sobre este estudio titulado *Impacto económico de la COVID-19 sobre la empresa*, elaborado conjuntamente por el Consejo General de Economistas de España (CGE) y el Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España (COGITI), con la inestimable colaboración de la fundación FAEDPYME, formada por un gran equipo de docentes e investigadores universitarios.

Como saben, desafortunadamente, el mundo en su conjunto está siendo duramente golpeado por una catástrofe sanitaria, social y económica sin precedentes. Si bien, en el seno de los distintos agentes sociales —como el Consejo General de Economistas de España— se están llevando a cabo numerosos estudios a este respecto, lo cierto es que todavía es difícil de cuantificar, con exactitud, el daño definitivo que la COVID-19 causará en nuestras empresas y en la economía en general. Muchos de estos informes que en los últimos días están viendo la luz se nutren de la opinión de expertos, como no podía ser de otra forma, que ponen sus conocimientos al servicio de la sociedad mediante la realización de una serie de propuestas sobre la futura reconstrucción económica sustentadas sobre los cimientos de la teoría y del *know how* acumulado en relación a anteriores situaciones de crisis. Siendo ello loable, desde el CGE y el COGITI, hemos considerado oportuno abordar un estudio basado en la experiencia directa de las empresas, mediante la elaboración de una encuesta que nos permita conocer de primera mano el impacto de esta pandemia en los negocios y los cambios que esta situación ha provocado en su quehacer diario y en sus estrategias de futuro. Todo ello, con el objeto de poder definir una serie de propuestas que contemplen las necesidades reales del tejido empresarial, y que, a la vez, sea de utilidad a los poderes públicos a la hora de implementar medidas paliativas con conocimiento de causa.

Además de que su utilización pueda servir para ayudar a establecer políticas públicas adecuadas, entendemos que sus conclusiones también serán una fuente de conocimiento que los empresarios podrán tener en cuenta a la hora de trazar sus estrategias de negocio para los próximos años, pues el análisis del entorno, hoy más que nunca, resulta prioritario.

Esperemos que este estudio cumpla con los propósitos citados y pase a convertirse en una herramienta útil para la sociedad a la que, tanto el Consejo General de Economistas de España como el Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España, nos debemos.

Valentín Pich

PRESIDENTE

Consejo General de Economistas de España

PRÓLOGO

Es un verdadero placer para mí presentar el informe *Impacto económico de la COVID-19 sobre la empresa*, junto al Consejo General de Economistas de España, con el que se pretende conocer cómo está impactando la crisis generada por la pandemia en el tejido empresarial de nuestro país. Por ello, quiero manifestar mi agradecimiento a todos aquellos profesionales que han dedicado unos minutos de su tiempo a realizar la encuesta que ha hecho posible el estudio que presentamos.

Sabemos que la pandemia ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico en todo el mundo, y que muchas empresas se han visto afectadas por esta situación, en mayor o menor medida, dependiendo también del sector al que nos referimos.

La información y el análisis que aporta este informe será un excelente instrumento para estudiar y diseñar planes estratégicos, tanto en el ámbito de la gestión empresarial como en el de la aplicación de políticas públicas, con el fin de ayudar e impulsar la economía para mitigar los efectos de esta crisis. Para ello vamos a encontrar no solo la información aportada por las propias empresas, divididas por sectores, sino que también se analizan los datos de agentes estratégicos globales de la economía, por su contacto diario con las empresas, como son los despachos de economistas, y en su caso también, las oficinas de ingeniería que nos darán una visión importante sobre la evolución de los proyectos e inversiones previstas.

El análisis recoge, por un lado, tanto el impacto económico y organizativo que ha causado la pandemia, como las medidas más importantes para salir de la crisis, divididas entre las de estímulo de los mercados, competitivas, financieras y normativas, y se podrá ver que, aunque con pequeñas diferencias, la visión es muy similar.

Sin entrar a valorar en profundidad este estudio, sí que vemos muy preocupantes todos los datos en relación al empleo y a la maltrecha situación económica de las empresas, que no cabe duda que están necesitadas de estímulos y políticas fiscales y laborales, acordes a la situación excepcional que estamos viviendo.

Esta circunstancia hace peligrar la competitividad e incluso la supervivencia de muchas compañías, incluso en sectores tan importantes para un país como es el de la industria, donde la crisis también se ha dejado sentir.

Nosotros somos unos defensores del sector industrial por cuanto representa para una economía. Es un sector que genera empleo y de calidad, y arrastra de la innovación y la tecnología, que es lo que necesita un país; y, sobre todo, es un sector que genera la paz social y el crecimiento que toda sociedad requiere.

Por ello, y a tenor de los resultados, ahora más que nunca es imprescindible establecer medidas para reactivar e impulsar el sector industrial, con la aplicación de tres programas que creemos fundamentales. En primer lugar, un Plan de emprendimiento industrial de alta innovación tecnológica, que esté basado en sectores estratégicos, acompañado, en segundo lugar, de un Plan de transformación industrial, que elimine todas las cargas burocráticas que hay hoy en día para

poder realizar cualquier proceso transformador, y que sea lo más fácil posible para que las industrias puedan realmente transformar su producción hacia otro tipo de productos.

En tercer lugar, y más importante si cabe, un Plan de innovación y modernización de las pymes industriales, que pasaría de forma inexorable por facilitar la incorporación de ingenieros en las pequeñas y medianas industrias. España es un ejemplo de competitividad en la gran empresa, pero el 99,5% de las empresas industriales son pymes, y tenemos una falta de competitividad en este aspecto. La pequeña empresa tiene muy difícil el acceso a la innovación y tecnología que les hace falta para crecer. Por ello, lo que siempre estamos reivindicando es que esos perfiles de ingenieros —que ya llevan incorporados en su ADN la tecnología, la innovación, el desarrollo, el producto...— se incorporen a esa pequeña y mediana industria de nuestro país.

En relación con los despachos de Ingeniería, inherentes a nuestra organización colegial, observamos con preocupación el enorme impacto que ha tenido sobre los mismos, aunque también se visualiza mayor optimismo por una pronta recuperación. No en vano, este análisis nos va a servir de gran ayuda para implementar o reforzar las actuaciones que estamos llevando a cabo en nuestro Consejo General, con especial énfasis en la formación, la digitalización, simplificación y otras herramientas competitivas (Acreditación DPC Ingenieros) que estén a nuestro alcance.

Y no me gustaría terminar sin lanzar un mensaje de optimismo y esperanza, en el convencimiento de que todos juntos saldremos de esta complicada situación. No es momento de quedarse con los brazos cruzados, sino de actuar y arrimar el hombro. Tenemos un gran reto por delante y hemos de ser capaces de sacar lo mejor de nosotros mismos; confiar los unos en los otros, e intentar hacer todos bien nuestro trabajo para salir cuanto antes del arduo contexto en el que nos encontramos.

Ha sido un placer trabajar una vez más junto al Consejo General de Economistas de España, y deseamos que el análisis y las conclusiones que se ofrecen, puedan servir de ayuda a quienes han de adoptar decisiones, con los que siempre estamos dispuestos a colaborar.

José Antonio Galdón Ruiz

PRESIDENTE

Consejo General de la Ingeniería Técnica Industrial de España (COGITI)

INTRODUCCIÓN	11
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	13
Estructura de la muestra	13
Selección de variables y diseño del cuestionario	16
Análisis estadístico de los datos	16
DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS	17
TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA	18
IMPACTO ECONÓMICO	22
Empleo	22
Ventas	26
Indicadores económicos y financieros	29
Internacionalización	32
IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	35
Actividades financieras	35
Actividades estratégicas	37
MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS	40
Medidas para el estímulo de los mercados	40
Medidas de competitividad	42
Medidas financieras	44
Medidas normativas	45
CONCLUSIONES	49
REFERENCIAS UTILIZADAS	55
ANEXO 1	
IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE ECONOMISTAS	57
ANEXO 2	
IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES	65

INTRODUCCIÓN

La COVID-19 ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico en el mundo. Muchas empresas se han visto golpeadas por la crisis sanitaria y han surgido fuertes tensiones que pueden limitar su competitividad y su supervivencia. Como consecuencia de esta inesperada crisis, se ha producido un shock en la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda provocado por un menor consumo, que ha hecho disminuir los ingresos en las empresas. Todo esto ha propiciado una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo.

En la actualidad muchas instituciones están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con el ánimo de mitigar los impactos que, a corto y largo plazo, generará la crisis ocasionada por la COVID-19. Para gestionar esta crisis será necesario establecer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a medio y largo plazo que marquen el camino hacia una recuperación fuerte y sostenible (Banco Mundial, 2020). En este sentido, resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos de la COVID-19. Esto permitirá conocer las necesidades y los desequilibrios que puedan producirse y gestionar así, eficientemente, los recursos para ayudar a impulsar la economía. Además, esta información debe ser ágil y constante en el tiempo mientras dure la incertidumbre, habida cuenta que no se conoce con total certeza cuánto durará esta crisis sanitaria. Estamos ante un momento en el que se deben tomar decisiones rápidamente, lo que se decida tendrá importantes consecuencias en el futuro (BBVA Research, 2020).

Resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos de la COVID-19.

El objetivo general de este informe es aportar información sobre cómo está impactando la crisis generada por la COVID-19 en el tejido empresarial de España. Adicionalmente, en anexos se ofrece información sobre el impacto del COVID-19 en las firmas y despachos profesionales de Economistas y de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales. Este informe pretende ser de utilidad a las empresas, a los colegios profesionales y a los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. Esta información será una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa, como de cara al establecimiento de políticas públicas que puedan dirigir convenientemente sus programas de actuación. Lo que puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.

Los objetivos específicos del informe son:



Estimar el impacto de la crisis económica generada por la COVID-19 en el empleo, así como en las ventas y en los diferentes indicadores económicos y financieros con el objeto de conocer las principales dificultades que atraviesan las empresas.



Determinar el impacto de la crisis económica generada por la COVID-19 en la organización de la empresa, distinguiendo entre aspectos financieros y estratégicos.



Establecer medidas para favorecer la salida de la crisis, distinguiendo entre medidas para el estímulo de los mercados, para la competitividad de las empresas, financieras y normativas/legales.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 1.225 empresas españolas, a 670 firmas y despachos profesionales de Economistas y 492 de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales, lo que arroja un total de prácticamente 2.400 respuestas válidas.

El trabajo de campo se organizó conjuntamente con el Consejo General de Economistas de España y el Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España. El cuestionario fue dirigido a los colegiados de ambas instituciones, distinguiendo profesionales que trabajan en empresas y profesionales que trabajan en despachos; asimismo, estos últimos reenviaron el cuestionario a empresas y autónomos clientes. La técnica de recogida de información fue a través de una encuesta online consistente en un cuestionario autoadministrado. El trabajo de campo se realizó desde el 11 de mayo hasta el 4 de junio de 2020. Se debe señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la muestra y del cuestionario han sido realizados con las suficientes garantías, las cuales aseguran obtener una información estadísticamente válida para extraer conclusiones sobre los diversos aspectos que aborda este trabajo. En esta sección se expone la metodología del trabajo empírico realizado: estructura de la muestra, proceso de selección de las variables del cuestionario, técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de resumen y análisis de la información obtenida.

Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar.

En este trabajo se fijaron los siguientes estratos:

- Sector (Industria, Construcción, Comercio y Servicios).
- Tamaños (microempresas, pequeñas, medianas y grandes empresas).
- Comunidades Autónomas.

Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se organizó a través del Consejo General de Economistas de España y el Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España. Se enviaron diferentes recordatorios para intentar ajustarse lo máximo posible a la estratificación diseñada.

Dado que el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población, será necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados. Esto asegura un procedimiento objetivo y comparable para determinar la adecuación de la muestra a los objetivos de la investigación. No obstante, es importante resaltar que las distintas pruebas y contratos estadísticos que serán realizados en las posteriores fases del análisis contarán con su nivel de significación o grado de precisión determinado a partir de los datos realmente obtenidos en la encuesta y de acuerdo con las técnicas estadísticas utilizadas así como el nivel de agregación establecido en cada caso.

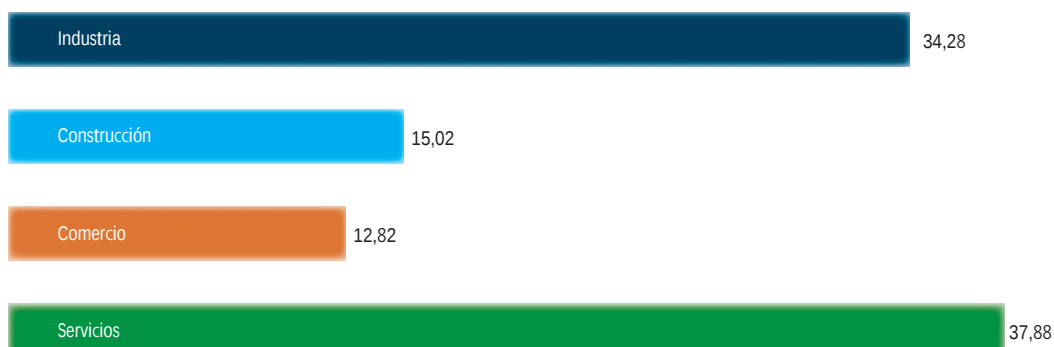
La muestra finalmente obtenida fue de 1.225 empresas españolas (en el cuadro 2.1 de la página siguiente puede verse la distribución por Actividad Económica y en el cuadro 2.2 por Comunidad Autónoma), determinando un error muestral de 4,2 puntos con un nivel de confianza del 95%.

La estructura de la muestra de firmas y despachos profesionales de Economistas (670) y de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales (492), se presentan en los anexos 1 y 2, respectivamente. En el cuadro 2.3 se puede observar el error muestral para los distintos estratos por sectores analizados en este informe.

Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtienen del Directorio Central de Empresas editado por el Instituto Nacional de Estadística (DIRCE 2020).

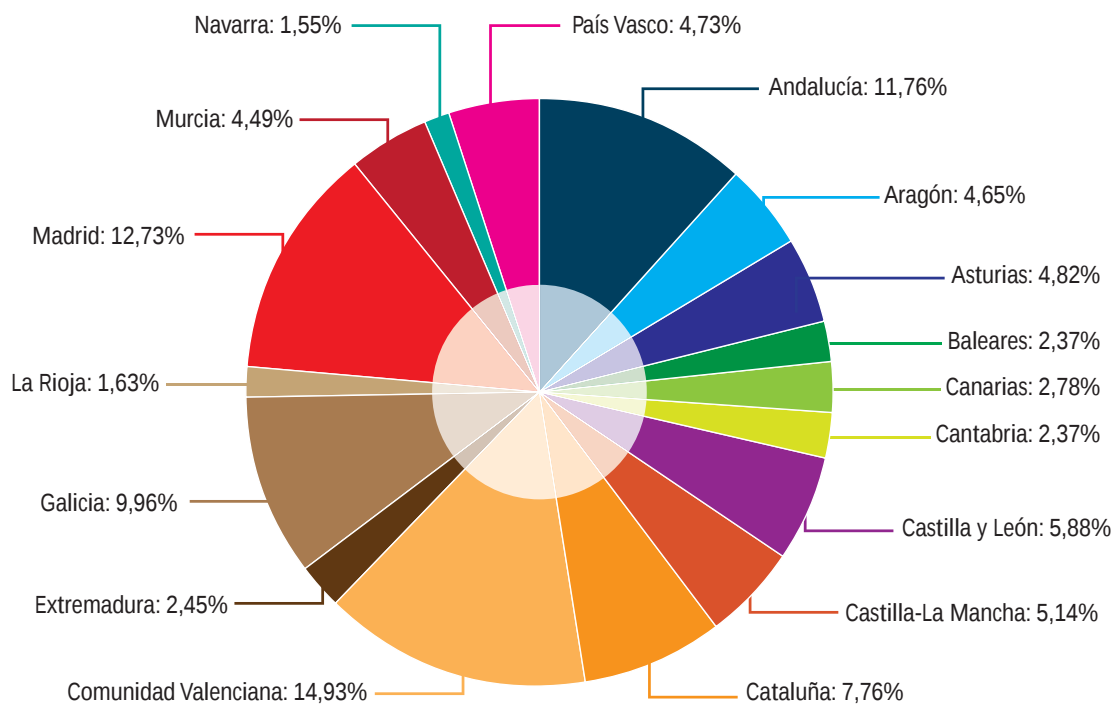
CUADRO 2.1 · ACTIVIDADES ECONÓMICAS INCLUIDAS EN CADA SECTOR

	Nº DE EMPRESAS	%
INDUSTRIA	420	34,28
Productos alimenticios y bebidas	62	
Industria textil de la confección, peletería y cuero	16	
Industria de madera y corcho	12	
Industria del papel, edición, artes gráficas	14	
Industria química	37	
Fabricación de productos de caucho y materias plásticas	17	
Fabricación de otros productos minerales no metálicos	20	
Metalurgia, fabricación de productos metálicos	80	
Fabricación productos informáticos, electrónicos, eléctricos	30	
Industria de la construcción de maquinaria	69	
Fabricación de vehículos de motor	34	
Fabricación de muebles	29	
CONSTRUCCIÓN	184	15,02
Construcción	184	
COMERCIO	157	12,82
Comercio al por mayor	74	
Comercio al por menor	83	
SERVICIOS	464	37,88
Turismo, hostelería y restaurantes	42	
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	31	
Telecomunicaciones	22	
Actividades informáticas	24	
Actividades jurídicas y de contabilidad	87	
Servicios técnicos de ingeniería	83	
Investigación y desarrollo	17	
Otras actividades profesionales, científicas y técnicas	66	
Actividades administrativas de oficina y auxiliares	51	
Otros servicios	41	
TOTAL	1.225	100,00



CUADRO 2.2 · NÚMERO DE EMPRESAS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA

Nº DE EMPRESAS		Nº DE EMPRESAS	
Andalucía	144	Comunidad Valenciana	183
Aragón	57	Extremadura	30
Asturias	59	Galicia	122
Baleares	29	La Rioja	20
Canarias	34	Madrid	156
Cantabria	29	Murcia	55
Castilla y León	72	Navarra	19
Castilla-La Mancha	63	País Vasco	58
Cataluña	95	TOTAL	1.225



CUADRO 2.3 · ERRORES DE ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA

P=50%	
SECTOR (NIVEL CONFIANZA 95%)	
Industria	4,8
Construcción	7,2
Comercio	7,8
Servicios	4,5
Total (nivel confianza 95%)	4,2

Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y nos permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la empresa ante la crisis generada por la COVID-19. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a los colegiados del Consejo General de Economistas de España y el Consejo General de Colegios Oficiales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España. Con esta herramienta se ha buscado recoger, de forma clara y concisa, la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha prestado especial atención al orden y estructura de los bloques de preguntas, con la extensión más breve posible que permitiese una redacción clara y adecuada con el objetivo de reducir al máximo los posibles problemas de interpretación y obtención de datos en el proceso de cumplimentación del cuestionario.

La técnica de captación de información fue una encuesta online, utilizando como soporte un cuestionario cerrado. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas, lo que sustenta y justifica que las variables incorporadas son relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en 2 bloques:

- En el primero, se pregunta a los encuestados sobre rasgos generales de sus empresas, como: sector de actividad, ubicación geográfica, número de empleados antes y después de la crisis, género del gerente, control familiar de la empresa, expectativas de crecimiento de empleo y ventas, grado de internacionalización, si ha realizado o no teletrabajo, entre otras variables de caracterización.
- En el segundo bloque se recoge información sobre: cómo ha impactado la actual crisis generada por la COVID-19 en determinados indicadores de su empresa, cómo ha afectado la crisis a la actividad de gestión de la empresa, y sobre el nivel de importancia de acciones o medidas para favorecer la salida de la crisis consecuencia de la COVID-19.

Análisis estadístico de los datos

Las variables de clasificación utilizadas para contrastar si existen diferencias significativas en el perfil de respuestas han sido: tamaño, antigüedad, control familiar o no de la empresa, nivel de estudios del gerente y sector de actividad de la empresa.

Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación introducido, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

- Cuando analicemos diferencias porcentuales se utilizará el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la χ^2 de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizarán tablas 2 x 2, con lo que los resultados son más contundentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la χ^2 de Pearson.
- En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación se ha utilizado el contraste de “análisis de la varianza (ANOVA)”.

DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Las empresas entrevistadas y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 1.225, tratándose de una muestra representativa del conjunto de empresas españolas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos, teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa y las cuales nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- El 42,8% son microempresas, el 35,3% son pequeñas, el 17,2% son medianas y el 4,7% son grandes empresas. *(Cuadro 3.1)*
- La edad media de las empresas es de 29 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 62,3% de las empresas están regidas en el entorno familiar. *(Gráfico 3.1)*
- El 12,6% de las empresas están gestionadas por mujeres. *(Gráfico 3.2)*
- El 36,5% de las empresas de la muestra se han acogido a un ERTe y de éstas se han visto afectadas, en promedio, el 72,7% de su plantilla. *(Gráfico 3.3)*
- El 28,4% de las empresas disponen de un departamento específico de marketing. *(Gráfico 3.4)*

CUADRO 3.1 · TAMAÑO DE LA EMPRESA (%)

MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES
42,8	35,3	17,2	4,7

GRÁFICO 3.1 ¿CONSIDERA QUE LA EMPRESA ES UNA EMPRESA FAMILIAR?

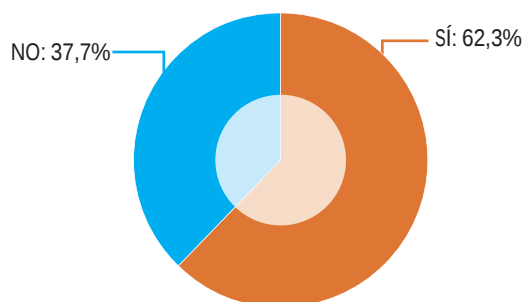


GRÁFICO 3.2 ¿CUÁL ES EL GÉNERO DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE?

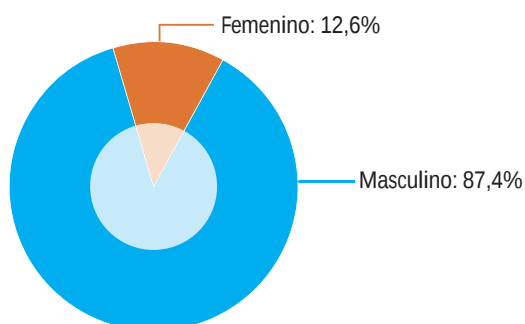


GRÁFICO 3.3 ¿HA TENIDO QUE ACOGERSE SU EMPRESA A UN ERTe? ... ¿% DE LA PLANTILLA?

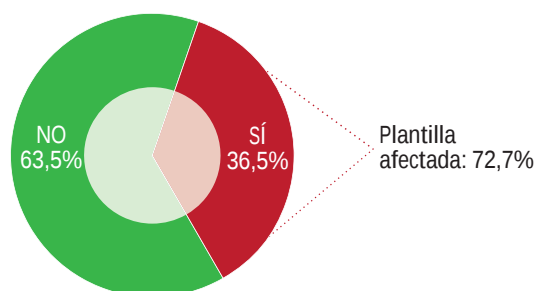
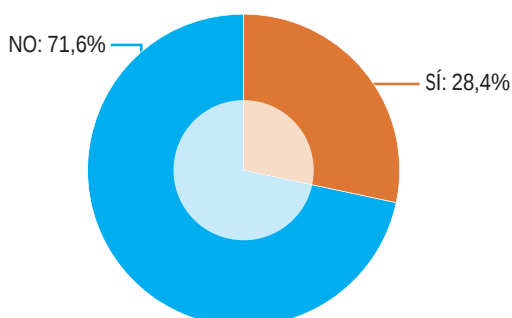


GRÁFICO 3.4 ¿TIENE SU EMPRESA DEPARTAMENTO ESPECÍFICO DE MARKETING?





TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Una característica importante de esta crisis sanitaria ha sido la necesidad de acudir al teletrabajo para desarrollar las actividades de las empresas. El 73,5% de las empresas encuestadas llevaron a cabo prácticas de teletrabajo en sus organizaciones. Y de las empresas que lo implantaron afectó al 34,7% de la plantilla (*gráfico 4.1*). Además, se les preguntó sobre la posibilidad de realizar teletrabajo cuando finalice la situación generada por la COVID-19 (*gráfico 4.2*) y el 41,5% de las empresas confirmaron que sí lo preveían.

GRÁFICO 4.1 · ¿QUÉ % DE SUS TRABAJADORES ESTÁN REALIZANDO TELETRABAJO COMO CONSECUENCIA DEL COVID-19?

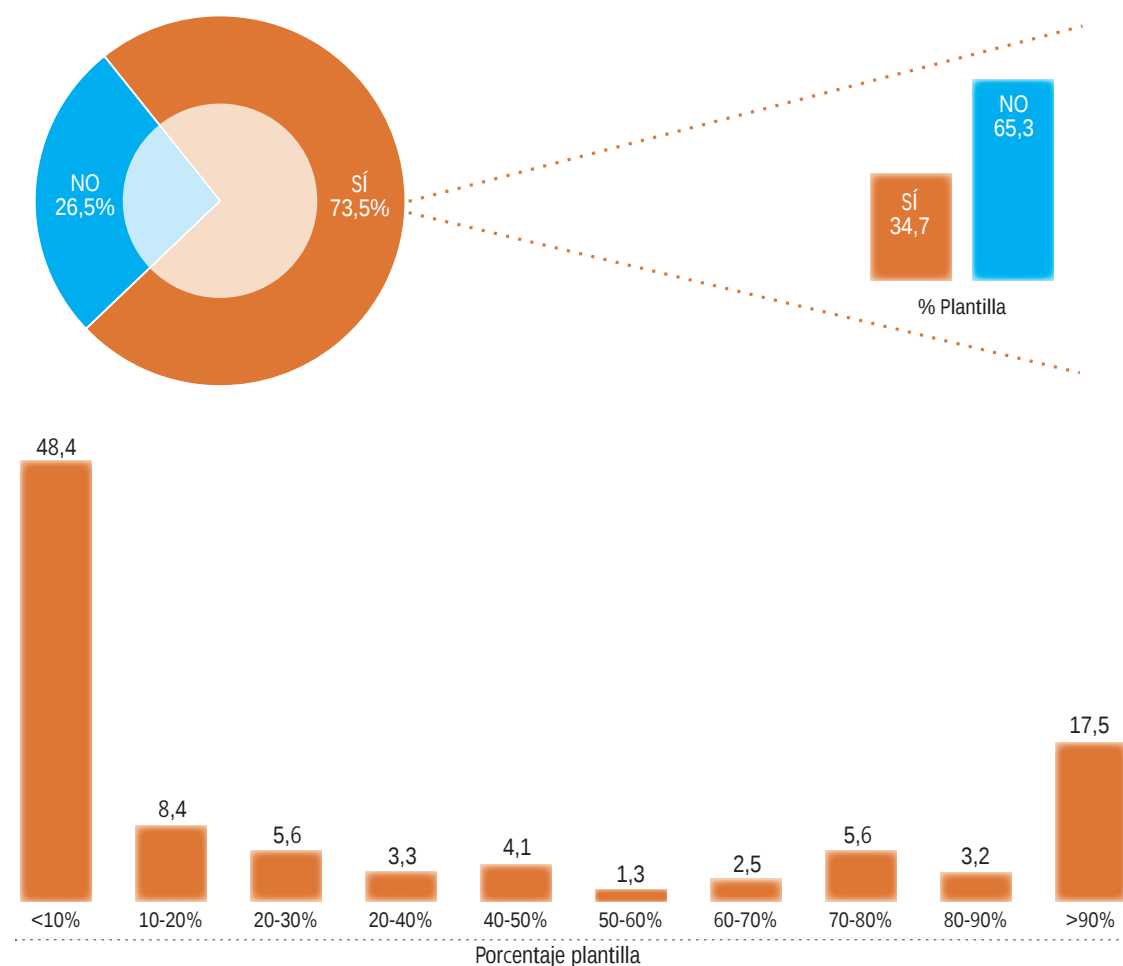
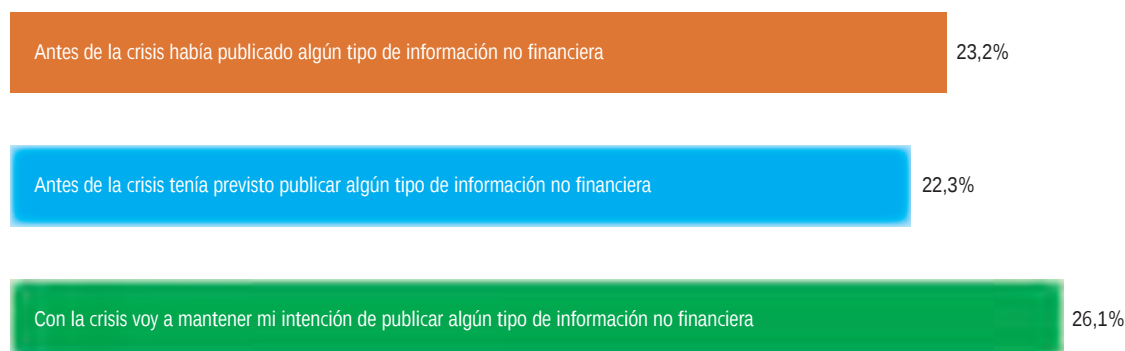


GRÁFICO 4.2 · ¿PREVEN SEGUIR EN SU ORGANIZACIÓN CON LA POSIBILIDAD DE REALIZAR TELETRABAJO CUANDO FINALICE COVID-19?



Otro aspecto incluido en el cuestionario ha sido cómo ha podido impactar la crisis originada por la COVID-19 en la publicación de información no financiera (gráfico 4.3). Los datos muestran que el 23,2% de las empresas encuestadas publicaban algún tipo de información no financiera o habían previsto hacerlo (22,3%). Mientras que el porcentaje de empresas que a pesar de la crisis tienen la intención de seguir publicando algún tipo de información no financiera es ligeramente más elevado, alcanzando el 26,1%.

GRÁFICO 4.3 · INDIQUE ¿CÓMO HA IMPACTADO LA ACTUAL CRISIS COVID-19 EN SU PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA?



Si analizamos el factor tamaño de la empresa (*cuadro 4.1*) podemos ver un importante efecto significativo en cuanto al teletrabajo y publicación de información no financiera. Las microempresas es el segmento de tamaño en el que menos empresas han realizado teletrabajo (65,3%) frente al 90,9% de las medianas o 85,7% de las grandes. Sin embargo, el mayor porcentaje de la plantilla que realizó teletrabajo se localizaba en las microempresas. El 61,8% de la plantilla de las microempresas que realizaron teletrabajo se vio afectada. Este porcentaje es del 37,7% en las grandes empresas o del 36,7% en las pequeñas. Ante la pregunta de si en el futuro seguirán utilizando el teletrabajo fueron las empresas grandes las que respondieron en mayor proporción (41,5%), frente al 35,6% de las pequeñas empresas y del 36,9% de las microempresas.

En cuanto a la publicación de información no financiera existe una relación directa y significativa con el tamaño de la empresa (*cuadro 4.1*). Así, los datos muestran que cuando aumenta el tamaño de la empresa también aumenta la publicación de algún tipo de información no financiera. Se aprecia, por ejemplo, que el 30,2% de las empresas grandes encuestadas publican información no financiera, mientras que tan sólo afirma que lo hace el 10,0% de las microempresas o el 18,1% de las empresas pequeñas.

CUADRO 4.1 · TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
TELETRABAJO					
% empresas que han realizado teletrabajo	65,3	71,5	90,9	85,7	***
Promedio plantilla teletrabajo (si han realizado)	61,8	36,7	37,4	37,7	***
% empresas prevén seguir con teletrabajo después de la crisis	36,9	35,6	41,2	41,5	***
INFORMACIÓN NO FINANCIERA					
% empresas que han publicado antes crisis	10,0	18,1	25,6	30,2	***
% empresas tenían previsto publicar antes crisis	11,6	17,4	25,0	23,3	***
% empresas con la crisis intención de mantener publicar información no financiera	15,2	21,2	24,4	30,2	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Estar acogida a un ERTE también provoca diferencias estadísticamente significativas en teletrabajo y publicación de información no financiera (*cuadro 4.2*). El promedio de plantilla en teletrabajo es mayor en las empresas no acogidas a un ERTE (54,2% frente a 35,9%), al igual que las no acogidas a un ERTE prevén seguir con teletrabajo (45,4%) más que las acogidas a un ERTE (36,6%). Contrariamente y con relación a la publicación de información no financiera surge una diferencia significativa a favor de las empresas acogidas a un ERTE. Dado que en un mayor porcentaje de casos publican información no financiera o tienen la intención de hacerlo después de la crisis.

CUADRO 4.2 · TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
TELETRABAJO			
% empresas que han realizado teletrabajo	74,1	71,2	-
Promedio plantilla teletrabajo (si han realizado)	35,9	54,2	***
% empresas prevén seguir con teletrabajo después de la crisis	36,6	45,4	**
INFORMACIÓN NO FINANCIERA			
% empresas que han publicado antes crisis	30,5	20,0	***
% empresas tenían previsto publicar antes crisis	28,3	20,0	***
% empresas con la crisis intención de mantener publicar información no financiera	31,8	24,0	**

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El control familiar también es significativo (*cuadro 4.3*). En general se puede ver cómo las empresas familiares han utilizado menos el teletrabajo. Tanto en porcentaje de empresas como en el promedio de plantilla implicada. El 85,4% de las no familiares han utilizado teletrabajo con una media de la plantilla del 48,2%, y en el caso de las familiares 66,3% y 46,0%, respectivamente. Además, las no familiares son las que prevén utilizar el teletrabajo de cara al futuro.

En cuanto a la publicación de información no financiera surge el mismo comportamiento. Las no familiares son las que en mayor porcentaje publican algún tipo de información no financiera o tienen la intención de hacerlo en el futuro (*cuadro 4.3*).

CUADRO 4.3 · TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
TELETRABAJO			
% empresas que han realizado teletrabajo	66,3	85,4	***
Promedio plantilla teletrabajo (si han realizado)	46,0	48,2	-
% empresas prevén seguir con teletrabajo después de la crisis	38,5	45,7	**
INFORMACIÓN NO FINANCIERA			
% empresas que han publicado antes crisis	15,1	27,0	***
% empresas tenían previsto publicar antes crisis	14,7	26,0	***
% empresas con la crisis intención de mantener publicar información no financiera	18,6	27,5	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El 75,4% de las empresas maduras han realizado teletrabajo a través del 44,4% de su plantilla (*cuadro 4.4*). Sin embargo, esto varía significativamente en las empresas más jóvenes. El 67,0% realizó teletrabajo y se implicó al 56,6% de su plantilla por término medio. En cuanto a la publicación de información no financiera no surgieron diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 4.4 · TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
TELETRABAJO			
% empresas que han realizado teletrabajo	67,0	75,0	**
Promedio plantilla teletrabajo (si han realizado)	56,6	44,4	***
% empresas prevén seguir con teletrabajo después de la crisis	43,1	40,8	-
INFORMACIÓN NO FINANCIERA			
% empresas que han publicado antes crisis	19,4	19,7	-
% empresas tenían previsto publicar antes crisis	19,9	19,8	-
% empresas con la crisis intención de mantener publicar información no financiera	22,3	22,0	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El sector ha influido de forma muy significativa en la realización de teletrabajo y de publicación de información no financiera (*cuadro 4.5*). Las empresas del sector de servicios son las que más han utilizado el teletrabajo en sus organizaciones (79,4%) y las empresas en las que ha estado implicado más porcentaje de su plantilla (61,9%). Y también son las empresas del sector servicios las que piensan utilizar más el teletrabajo en el futuro (56,5%).

Respecto a la publicación de información no financiera son las industriales las que más han publicado antes de la crisis (21,8%). Sin embargo, después de la crisis son las de servicios las que más intención tienen de publicar información no financiera (24,0%). En cualquier caso, las empresas constructoras son las que menos utilización realizan de la publicación de información no financiera (*cuadro 4.5*).

CUADRO 4.5 · TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
TELETRABAJO					
% empresas que han realizado teletrabajo	70,3	69,7	63,0	79,4	***
Promedio plantilla teletrabajo (si han realizado)	30,5	42,4	45,5	61,9	***
% empresas prevén seguir con teletrabajo después de la crisis	29,3	34,1	31,5	56,5	***
INFORMACIÓN NO FINANCIERA					
% empresas que han publicado antes crisis	21,8	15,2	18,5	18,7	***
% empresas tenían previsto publicar antes crisis	19,7	13,6	16,7	19,6	***
% empresas con la crisis intención de mantener publicar información no financiera	22,1	14,7	22,2	24,0	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



IMPACTO ECONÓMICO

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha supuesto un hecho sin precedentes en el contexto nacional e internacional. La crisis ha generado un gran impacto en el crecimiento de las empresas, al paralizarse sus actividades cotidianas de forma repentina. Ciertamente será difícil evaluar sus impactos o efectos más estructurales hasta que no haya transcurrido tiempo, y dependerá del grado de intensidad de la crisis. En este apartado tratamos de evaluar, en una primera aproximación, el impacto económico en magnitudes como el empleo, las ventas, indicadores económicos y financieros y en la internacionalización de las empresas.

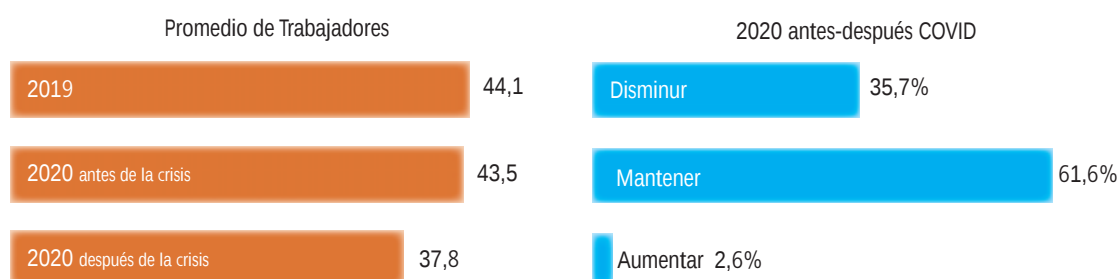


Empleo

Para conocer el impacto en el empleo preguntamos a los encuestados sobre el empleo que tenían sus empresas en 2019 y el empleo en 2020 antes y después de la crisis (en el momento de realizar la encuesta), así como la tendencia para el empleo en 2021 y si la empresa se ha acogido a un ERTE.

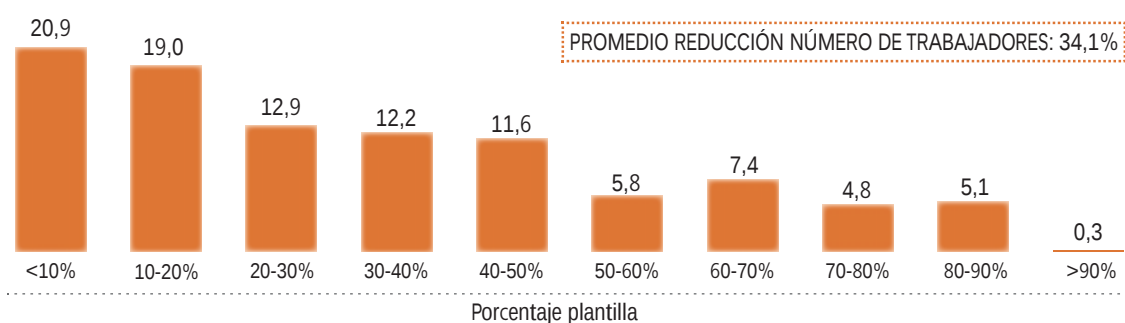
Al considerar la muestra completa vemos que el número medio de empleados antes de la crisis era de 43,5 trabajadores, disminuyendo a 37,8 trabajadores después de la crisis (*gráfico 5.1*). Si analizamos la distribución de empresas según hayan aumentado, mantenido o disminuido el número de trabajadores, se observa que el 35,7% de las empresas de la muestra disminuyeron el número de trabajadores, el 61,6% lo mantuvo y tan solo el 2,6% lo aumentó.

GRÁFICO 5.1 · A: PROMEDIO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA EN LOS AÑOS 2019 Y 2020 (ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS) · B: % VARIACIÓN EMPRESAS DURANTE 2020 ANTES-DESPUÉS DE LA CRISIS



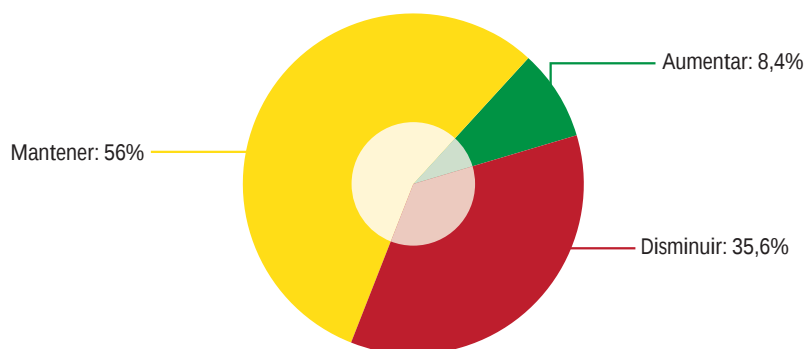
También hemos calculado la tasa de variación de la diferencia entre el número de trabajadores antes y después de la crisis (*gráfico 5.2*) y los datos muestran que el promedio de reducción del número de trabajadores representó el 34,1%.

GRÁFICO 5.2 · DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES (TASA DE VARIACIÓN %), PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE DISMINUYEN SUS TRABAJADORES DURANTE EL AÑO 2020



Las expectativas para el 2021 en generación de empleo no son favorables. El 35,6% de las empresas encuestadas consideran que disminuirá el empleo, el 56,0% lo mantendrá y el 8,4% lo aumentará.

GRÁFICO 5.3 · ¿CREE QUE LA TENDENCIA PARA 2021 ES AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR EL NÚMERO DE EMPLEADOS?



Para analizar con más detalle el impacto de la crisis sobre el empleo vamos a considerar los estratos de tamaño, si la empresa se ha acogido a un ERTE, el control familiar, la edad y el sector de la empresa. En cuanto al tamaño se aprecian caídas del empleo después de la crisis (en el momento de realizar la encuesta) en todos los estratos analizados (cuadro 5.1). Si vemos la diferencia entre el promedio de empleo antes de la crisis y después de la crisis los datos muestran que el empleo ha caído un 15,39% en las empresas más grandes y un 14,69% en las medianas, mientras que esta reducción ha sido del 10,29% en las microempresas y del 12,43% en las pequeñas. En cuanto a las expectativas del 2021 respecto a la generación de empleo vemos un comportamiento dispar. Las diferencias entre las empresas que opinan que disminuirán el empleo y las que lo aumentarán, ponen de manifiesto que las empresas pequeñas y medianas (saldo negativo de 30 y 26,9, respectivamente) son las que presentan peores expectativas para el 2021. Sin embargo, las micro (saldo -21,9) y las grandes (-21,4) son las que menos empleo destruirán.

En cuanto al tamaño se aprecian caídas del empleo después de la crisis (en el momento de realizar la encuesta) en todos los estratos analizados (cuadro 5.1).

CUADRO 5.1 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE EL EMPLEO (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Promedio de trabajadores en 2019	3,53	22,78	117,40	284,00	***
Promedio en 2020 (antes crisis)	3,50	22,52	117,47	293,40	***
Promedio en 2020 (después de la crisis)	3,14	19,72	100,21	248,26	***
DIFERENCIA 2020 (ANTES Y DESPUÉS CRISIS) % VARIACIÓN	-10,29	-12,43	-14,69	-15,39	
Disminución de empleo (% empresas)	21,5	42,4	53,5	43,6	***
Estabilidad de empleo (% empresas)	77,9	54,5	40,6	51,3	
Aumento de empleo (% empresas)	0,6	3,2	5,8	5,1	
TENDENCIA EMPLEO 2021 (% DE EMPRESAS)					
Disminución (%)	28,0	39,2	36,8	38,1	
Estabilidad (%)	66,0	51,6	53,3	45,2	***
Aumento (%)	6,1	9,2	9,9	16,7	
SALDO EXPECTATIVAS	-21,9	-30,0	-26,9	-21,4	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Las empresas que se han acogido a un ERTE son las que presentan un mayor impacto negativo en el empleo y en sus expectativas para el 2021 (*cuadro 5.2*). La diferencia entre el promedio de empleo antes de la crisis y después de la crisis en las empresas acogidas a un ERTE es de -19,29% mientras que en las no acogidas es de un -9,47%. En cuanto a las expectativas del 2021 de empleo, observamos que el 58,5% de las empresas que se han acogido a un ERTE opinan que tendrán una tendencia a disminuir el empleo, contrariamente entre las empresas que no se han acogido a un ERTE este porcentaje es del 23,1%.

CUADRO 5.2 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE EL EMPLEO (EMPRESAS ACOGIDAS A ERTE)

	SÍ	NO	SIG.
Promedio de trabajadores en 2019	52,58	30,12	***
Promedio en 2020 (antes crisis)	52,45	30,30	***
Promedio en 2020 (después de la crisis)	42,33	27,43	***
DIFERENCIA 2020 (ANTES Y DESPUÉS CRISIS) % VARIACIÓN	-19,29	-9,47	
Disminución de empleo (% empresas)	58,5	23,1	***
Estabilidad de empleo (% empresas)	40,3	73,2	
Aumento de empleo (% empresas)	1,2	3,6	
TENDENCIA EMPLEO 2021 (% DE EMPRESAS)			
Disminución (%)	58,5	23,1	***
Estabilidad (%)	40,3	73,2	
Aumento (%)	1,2	3,6	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-57,3	-19,5	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El control familiar de la empresa incide en el impacto de la crisis en el empleo (*cuadro 5.3*). Las empresas no familiares son las que presentan un mayor impacto negativo en el empleo después de la crisis. Así, la variación de la caída en el empleo antes y después de la crisis representa un -16,40% en las empresas no familiares, mientras que esta caída fue del -8,95% en las empresas familiares. Sin embargo, las empresas familiares presentan una situación más desfavorable en las expectativas de empleo para el 2021. Así, el saldo de expectativas para las empresas no familiares es de -25,6 y el de las familiares de -28,2 (*cuadro 5.3*).

CUADRO 5.3 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE EL EMPLEO (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ	NO	SIG.
Promedio de trabajadores en 2019	31,24	65,67	***
Promedio en 2020 (antes crisis)	30,85	64,69	***
Promedio en 2020 (después de la crisis)	28,09	54,08	***
DIFERENCIA 2020 (ANTES Y DESPUÉS CRISIS) % VARIACIÓN	-8,95	-16,40	
Disminución de empleo (% empresas)	36,1	34,7	-
Estabilidad de empleo (% empresas)	61,4	62,3	
Aumento de empleo (% empresas)	2,5	3,0	
TENDENCIA EMPLEO 2021 (% DE EMPRESAS)			
Disminución (%)	35,3	36,2	-
Estabilidad (%)	57,6	53,2	
Aumento (%)	7,1	10,6	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-28,2	-25,6	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Al considerar la antigüedad (*cuadro 5.4*) y el sector de actividad de la empresa (*cuadro 5.5*) también surgen importantes diferencias estadísticamente significativas. Las empresas más jóvenes son las que presentan una mayor variación en la diferencia antes y después de la crisis en el empleo (-26,91%) frente al -12,43% de las maduras. Sin embargo, las empresas más jóvenes tienen un saldo de expectativas en el 2021 algo más favorable (-20,3 por -28,6 de las maduras).

Con respecto al sector, han sido las empresas industriales las que muestran una diferencia más desfavorable en el empleo antes y después de la crisis en 2020, así como en las expectativas para 2021. Así, la diferencia en el 2020 ha sido de un -16,46% en las empresas industriales y un -13,71% en las empresas de comercio, frente a una caída del -9,39% en construcción y un -11,31% en servicios. Y en las expectativas para el empleo en 2021 el saldo -32,3% de las empresas industriales y del -29,4% en las empresas de la construcción, las posiciona con las mayores caídas de expectativas.

CUADRO 5.4 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE EL EMPLEO (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Promedio de trabajadores en 2019	18,92	50,01	***
Promedio en 2020 (antes crisis)	16,98	49,86	***
Promedio en 2020 (después de la crisis)	12,41	43,66	***
DIFERENCIA 2020 (ANTES Y DESPUÉS CRISIS) % VARIACION	-26,91	-12,43	
Disminución de empleo (% empresas)	27,1	37,7	**
Estabilidad de empleo (% empresas)	70,0	59,7	
Aumento de empleo (% empresas)	2,9	2,6	
TENDENCIA EMPLEO 2021 (% DE EMPRESAS)			
Disminución (%)	33,7	35,9	**
Estabilidad (%)	53,0	56,8	
Aumento (%)	13,4	7,3	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-20,3	-28,6	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativo

CUADRO 5.5 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE EL EMPLEO (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Promedio de trabajadores en 2019	73,32	35,92	39,10	24,23	***
Promedio en 2020 (antes crisis)	71,94	37,37	39,45	22,91	***
Promedio en 2020 (después de la crisis)	60,10	33,86	34,04	20,32	***
DIFERENCIA 2020 (ANTES Y DESPUÉS CRISIS) % VARIACIÓN	-16,46	-9,39	-13,71	-11,31	
Disminución de empleo (% empresas)	46,9%	40,9%	31,4%	24,9%	***
Estabilidad de empleo (% empresas)	49,8%	55,7%	66,7%	73,4%	
Aumento de empleo (% empresas)	3,3%	3,4%	2,0%	1,7%	
TENDENCIA EMPLEO 2021 (% DE EMPRESAS)					
Disminución (%)	41,1%	37,9%	29,6%	31,2%	
Estabilidad (%)	50,1%	53,7%	66,7%	60,0%	**
Aumento (%)	8,8%	8,4%	3,7%	8,8%	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-32,3	-29,4	-25,9	-22,4	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativo



Ventas

La crisis originada por la COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas en España. El 88,3% de las empresas encuestadas estima que ha visto reducidas sus ventas (hasta la fecha de la realización de la encuesta) como consecuencia de la crisis (gráfico 5.5).

De las empresas que han visto reducir sus ventas, el promedio de reducción se sitúa en un -43,4% (gráfico 5.6). Una caída considerable que pone de manifiesto el negativo impacto de la crisis sanitaria en las empresas.

GRÁFICO 5.5 · % DE EMPRESAS QUE ESTIMAN REDUCIR VENTAS O NO EN 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS

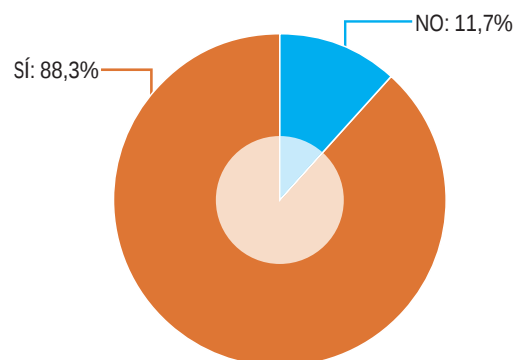
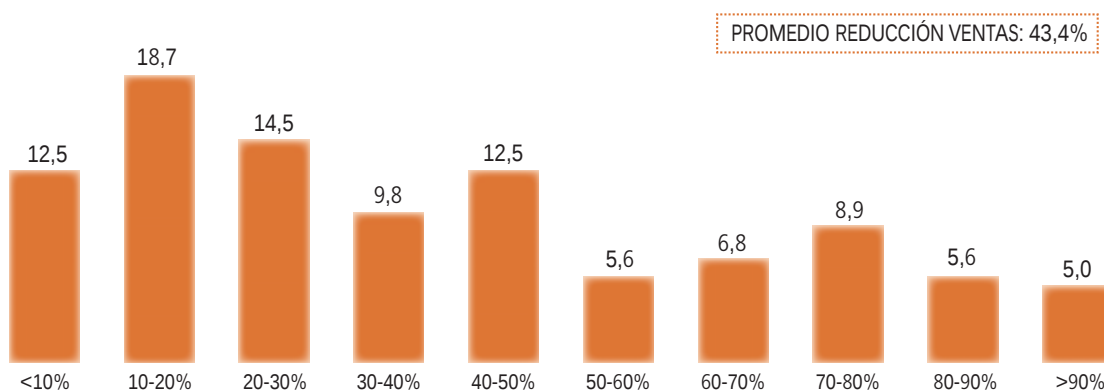
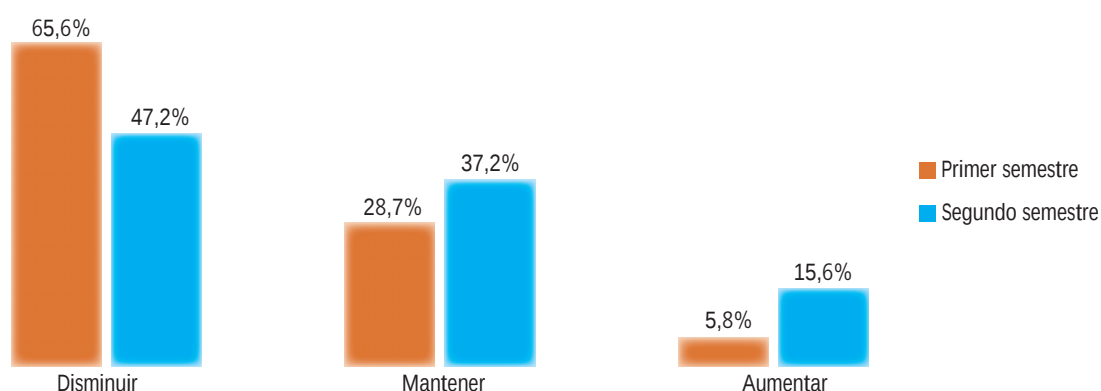


GRÁFICO 5.6 · ¿QUÉ % ESTIMA QUE SE REDUCIRÁN SUS VENTAS EN EL 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS?



En este contexto se preguntó a los encuestados sobre las expectativas de ventas para el primer semestre y segundo semestre de 2020. Se aprecia que las expectativas del segundo semestre, aunque desfavorables, mejoran claramente las del primer semestre. Así, en el primer semestre (gráfico 5.7), el 65,6% de las empresas consideran que sus ventas disminuirán (47,2% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas aumentarán un 5,8% de las empresas en el primer semestre (15,6% en segundo semestre).

GRÁFICO 5.7 · ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE VENTAS DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2020 (PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE)?



Al analizar el tamaño de las empresas encontramos algunas diferencias significativas que resulta importante resaltarlas (cuadro 5.6). El mayor impacto, en la caída de las ventas, se ha experimentado en las microempresas (con una caída del 48,2%). Sin embargo, la reducción en las empresas grandes fue por término medio del 37,3%. En cuanto a las expectativas de ventas para el primer semestre y viendo el saldo de expectativas (diferencia entre empresas que aumentan con empresas que disminuyen), podemos comprobar que el saldo de expectativas es más desfavorable en las microempresas (-64,5) por -42,8 en las grandes empresas. Estos saldos de expectativas mejoran con claridad en todos los tamaños analizados para el segundo semestre, aunque las diferencias surgidas no resultan estadísticamente significativas.

CUADRO 5.6 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
% Reducción de sus ventas en 2020	48,2	39,5	39,9	37,3	***
EXPECTATIVAS DE VENTAS PRIMER SEMESTRE 2020					
Disminución (%)	68,7	62,0	64,5	57,1	
Mantenimiento (%)	27,1	32,1	29,6	28,6	*
Aumento (% empresas)	4,2	5,8	5,9	14,3	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-64,5	-56,2	-58,6	-42,8	
EXPECTATIVAS DE VENTAS SEGUNDO SEMESTRE 2020					
Disminución (%)	51,5	45,1	42,8	40,5	
Mantenimiento (%)	34,8	37,3	40,8	40,5	-
Aumento (%)	13,7	17,6	16,4	19,0	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-37,8	-27,5	-26,4	-21,5	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En el cuadro 5.7 se muestran los resultados analizando si la empresa se ha acogido a un ERTE o no. Se puede ver cómo las empresas acogidas a un ERTE estiman que reducirán sus ventas en un 50,52% mientras que las no acogidas a un ERTE lo estiman en un 38,5%. Las expectativas para el primer y segundo semestre resultan más desfavorables para las empresas acogidas a un ERTE (saldo de expectativas -78,6 en primer semestre y -44,4 en segundo semestre) que las que no se han acogido a esta figura.

CUADRO 5.7 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (EMPRESAS ACOGIDAS A ERTE)

	SÍ	NO	SIG.
% Reducción de sus ventas en 2020	50,52	38,5	***
EXPECTATIVAS DE VENTAS PRIMER SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	80,9	59,1	***
Mantenimiento (%)	16,8	34,2	
Aumento (% empresas)	2,3	6,7	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-78,6	-52,4	
EXPECTATIVAS DE VENTAS SEGUNDO SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	58,3	42,6	
Mantenimiento (%)	27,8	40,7	***
Aumento (%)	13,9	16,6	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-44,4	-26,0	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En cuanto al control familiar de la empresa (*cuadro 5.8*) los datos muestran que las empresas familiares estiman una reducción de sus ventas mayor como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19. La reducción promedio de las ventas en las empresas familiares son del 45,45% frente a una caída del 40,16% en las empresas no familiares. Asimismo, para el primer semestre se esperan unas expectativas peores para las empresas familiares. El saldo de expectativa según los encuestados es de -64,0 mientras que en las no familiares se sitúa en -53,2. En el segundo semestre no surgen diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 5.8 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ	NO	SIG.
% Reducción de sus ventas en 2020	45,45	40,16	***
EXPECTATIVAS DE VENTAS PRIMER SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	69,1	60,1	
Mantenimiento (%)	25,8	33,0	
Aumento (% empresas)	5,1	6,9	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-64,0	-53,2	
EXPECTATIVAS DE VENTAS SEGUNDO SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	49,1	43,7	
Mantenimiento (%)	36,8	38,1	
Aumento (%)	14,2	18,2	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-34,9	-25,5	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Las empresas jóvenes se han visto más afectas por la crisis en la reducción de sus ventas, al estimar una caída de un 47,80% de promedio, frente al 42,9% de las empresas maduras (*cuadro 5.9*). Sin embargo, en las expectativas para el segundo semestre las empresas más jóvenes presentan un saldo más favorable (-20,7) que las empresas maduras (-34,6). En el primer semestre no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

CUADRO 5.9 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
% Reducción de sus ventas en 2020	47,80	42,49	**
EXPECTATIVAS DE VENTAS PRIMER SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	65,2	66,1	
Mantenimiento (%)	26,9	28,9	-
Aumento (% empresas)	8,0	5,0	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-57,2	-61,1	
EXPECTATIVAS DE VENTAS SEGUNDO SEMESTRE 2020			
Disminución (%)	45,5	47,9	
Mantenimiento (%)	29,7	38,8	***
Aumento (%)	24,8	13,3	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-20,7	-34,6	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En lo que se refiere al sector, los datos no muestran diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.10).

CUADRO 5.10 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
% Reducción de sus ventas en 2020	42,73	43,50	42,31	41,87	-
EXPECTATIVAS DE VENTAS PRIMER SEMESTRE 2020					
Disminución (%)	66,2	66,7	79,6	63,7	
Mantenimiento (%)	26,6	29,4	18,5	30,3	-
Aumento (% empresas)	7,2	4,0	1,9	5,9	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-59,0	-62,7	-77,7	-57,8	
EXPECTATIVAS DE VENTAS SEGUNDO SEMESTRE 2020					
Disminución (%)	50,3	50,9	47,2	44,2	
Mantenimiento (%)	33,4	36,6	39,6	40,0	-
Aumento (%)	16,3	12,6	13,2	15,8	
SALDO DE EXPECTATIVAS	-34,0	-38,3	-34,0	-28,4	

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



Indicadores económicos y financieros

En este apartado pretendemos tener una primera aproximación sobre cómo ha impactado la crisis generada por la COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros. En el gráfico 5.8 se aprecian los resultados globales sobre los que opinan los encuestados. En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores se han visto afectados. En especial en el nivel de facturación donde el 91,4% se vio afectado, con un grado de importancia de 3,77 (en una escala de 1 a 5), y donde el 35,4% de las empresas consideran que el impacto es muy elevado. Seguido del indicador de rentabilidad, viéndose afectadas el 90,7% de las empresas, con un grado de importancia de 3,62. El efecto sobre los indicadores de nivel de deuda y de liquidez ha sido menor, ya que se han visto afectadas el 80,5% y el 86,5% de las empresas, pero con un grado de impacto menor (3,25 y 3,39, respectivamente). Además, el porcentaje de empresas que identifican un alto impacto en términos de endeudamiento y liquidez es menor, 23,1% y 27,4%, respectivamente. Otro indicador relevante sobre el que se aprecia un fuerte impacto ha sido la realización de inversiones. En este caso un 87,1% de las empresas opinan que la crisis impactó en este indicador, y además con mayor intensidad (3,94) y además con un mayor porcentaje de empresas que consideran que sufrieron un muy alto impacto.

GRÁFICO 5.8 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

INDICADORES DE EMPRESA	% No impactó	% Sí impactó	Grado de importancia del impacto	% muy alto impacto
Su nivel de facturación	8,6	91,4	3,77	35,4
Su rentabilidad	9,3	90,7	3,62	29,1
Su productividad	10,7	89,3	3,42	27,1
La realización de inversiones	12,9	87,1	3,94	45,4
Su nivel de deuda	19,5	80,5	3,25	23,1
Su nivel de liquidez	13,5	86,5	3,39	27,4

1 2 3 4 5
muy poco impacto muy alto impacto

En el cuadro 5.11 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas. Se pueden ver las siguientes diferencias significativas: (1) la crisis impactó más a la hora de realizar inversiones en las grandes empresas y con un grado de impacto mayor (3,51) que en las empresas más pequeñas; y (2) la crisis impactó más en el nivel de deuda en las grandes empresas y también con un grado de importancia mayor (2,73) que en las empresas más pequeñas.

CUADRO 5.11 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE INDICADORES ECONÓMICO-FINANCIEROS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
SI IMPACTÓ EN SU FACTURACIÓN (%)	91,5%	89,5%	83,2%	88,3%	-
Grado de importancia (promedio)	3,35	3,27	3,33	3,43	-
SI IMPACTÓ EN SU RENTABILIDAD (%)	91,2%	89,9%	90,7%	81,1%	-
Grado de importancia (promedio)	3,32	3,16	3,12	3,26	-
SI IMPACTÓ EN SU PRODUCTIVIDAD (%)	86,4%	90,2%	89,8%	87,1%	-
Grado de importancia (promedio)	3,09	2,98	2,78	3,05	-
SI IMPACTÓ REALIZACIÓN INVERSIONES (%)	82,5%	87,3%	89,8%	91,4%	**
Grado de importancia (promedio)	3,24	3,40	3,44	3,51	*
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE DEUDA (%)	65,8%	81,1%	79,6%	87,1%	***
Grado de importancia (promedio)	2,20	2,66	2,34	2,73	***
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE LIQUIDEZ (%)	83,3%	87,9%	86,3%	86,0%	-
Grado de importancia (promedio)	2,95	2,88	2,71	2,92	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En el cuadro 5.12 se recogen las diferencias entre empresas que se han acogido a un ERTE y las que no. Los datos muestran claramente que las empresas con ERTE se han visto más afectadas negativamente que las que no en todos los indicadores utilizados. En especial en su nivel de facturación y en su nivel de rentabilidad.

CUADRO 5.12 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (EMPRESAS ACOGIDAS A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
SI IMPACTÓ EN SU FACTURACIÓN (%)	100,0%	85,3%	***
Grado de importancia (promedio)	4,18	2,83	-
SI IMPACTÓ EN SU RENTABILIDAD (%)	100,0%	86,1%	***
Grado de importancia (promedio)	3,95	2,83	-
SI IMPACTÓ EN SU PRODUCTIVIDAD (%)	95,2%	84,3%	***
Grado de importancia (promedio)	3,63	2,65	-
SI IMPACTÓ REALIZACIÓN INVERSIONES (%)	94,9%	80,8%	***
Grado de importancia (promedio)	4,02	2,94	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE DEUDA (%)	89,1%	66,8%	***
Grado de importancia (promedio)	3,16	2,01	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE LIQUIDEZ (%)	95,8%	79,2%	***
Grado de importancia (promedio)	3,54	2,51	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El control familiar ha conllevado algunas diferencias significativas en los indicadores económicos y financieros (cuadro 5.13). El grado de importancia de cómo ha impactado la crisis en la rentabilidad ha sido mayor en la empresa familiar (3,32) frente a 3,10 en la no familiar. Situación similar con el indicador de productividad. Igualmente, en el nivel de deuda se vieron ligeramente más afectadas las empresas familiares (2,45) que las no familiares (2,38). Y, finalmente, el grado de importancia en el impacto de la crisis sobre el nivel de liquidez fue mayor en las empresas familiares (3,00) que en las no familiares (2,68).

CUADRO 5.13 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
SI IMPACTÓ EN SU FACTURACIÓN (%)	91,7%	91,3%	-
Grado de importancia (promedio)	3,39	3,23	-
SI IMPACTÓ EN SU RENTABILIDAD (%)	91,9%	89,6%	-
Grado de importancia (promedio)	3,32	3,10	*
SI IMPACTÓ EN SU PRODUCTIVIDAD (%)	89,3%	89,9%	-
Grado de importancia (promedio)	3,12	2,82	**
SI IMPACTÓ REALIZACIÓN INVERSIONES (%)	86,5%	85,8%	-
Grado de importancia (promedio)	3,43	3,21	*
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE DEUDA (%)	73,3%	77,5%	*
Grado de importancia (promedio)	2,45	2,38	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE LIQUIDEZ (%)	86,3%	84,0%	-
Grado de importancia (promedio)	3,00	2,68	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Respecto a la antigüedad, los datos del cuadro 5.14 muestran que la crisis ha impactado más en el indicador de productividad de las empresas más jóvenes (3,62) que en de las empresas maduras (3,36). Y al igual sucede con el indicador del nivel de liquidez, en el que las empresas jóvenes consideran que la crisis les ha afectado más.

CUADRO 5.14 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
SI IMPACTÓ EN SU FACTURACIÓN (%)	91,3	90,5	-
Grado de importancia (promedio)	3,82	3,64	-
SI IMPACTÓ EN SU RENTABILIDAD (%)	91,3	90,3	-
Grado de importancia (promedio)	3,71	3,55	-
SI IMPACTÓ EN SU PRODUCTIVIDAD (%)	89,5	88,3	-
Grado de importancia (promedio)	3,62	3,36	**
SI IMPACTÓ REALIZACIÓN INVERSIONES (%)	84,9	86,6	-
Grado de importancia (promedio)	3,93	3,87	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE DEUDA (%)	70,9	75,5	-
Grado de importancia (promedio)	3,30	3,24	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE LIQUIDEZ (%)	83,7	86,0	-
Grado de importancia (promedio)	3,54	3,34	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En el factor sector de actividad también se encuentran algunas diferencias estadísticamente significativas. Las empresas industriales son las que opinan que, en mayor medida, les ha impactado la crisis en su nivel de facturación. Las del sector construcción señalan que les ha afectado más su nivel de rentabilidad y en su nivel de realización de inversiones. Y las empresas que consideran que su nivel de deuda ha sido menos afectado han sido las empresas de servicios.

CUADRO 5.15 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LAS VENTAS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
SI IMPACTÓ EN SU FACTURACIÓN (%)	89,1	94,9	97,7	89,6	*
Grado de importancia (promedio)	3,87	3,84	3,88	3,47	***
SI IMPACTÓ EN SU RENTABILIDAD (%)	87,7	92,7	100,0	90,6	**
Grado de importancia (promedio)	3,68	3,70	3,65	3,46	*
SI IMPACTÓ EN SU PRODUCTIVIDAD (%)	86,6	93,4	93,2	87,3	-
Grado de importancia (promedio)	3,41	3,55	3,53	3,33	-
SI IMPACTÓ REALIZACIÓN INVERSIONES (%)	86,3	89,9	93,2	84,4	-
Grado de importancia (promedio)	3,95	4,09	3,80	3,77	*
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE DEUDA (%)	78,1	84,7	83,7	67,7	***
Grado de importancia (promedio)	3,29	3,43	3,19	3,13	-
SI IMPACTÓ EN SU NIVEL DE LIQUIDEZ (%)	84,5	91,2	90,7	84,3	-
Grado de importancia (promedio)	3,38	3,48	3,35	3,33	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*) $p < 0,1$; (**) $p < 0,05$; (***) $p < 0,01$; (-) no significativo



Internacionalización

La crisis generada por la COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado analizaremos cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas españolas. El 39,7% de las empresas encuestadas han realizado, a lo largo de 2019, ventas a mercados internacionales (gráfico 5.9). La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 36,7% (gráfico 5.10, página siguiente).

GRÁFICO 5.9 · PORCENTAJE DE EMPRESAS EXPORTADORAS

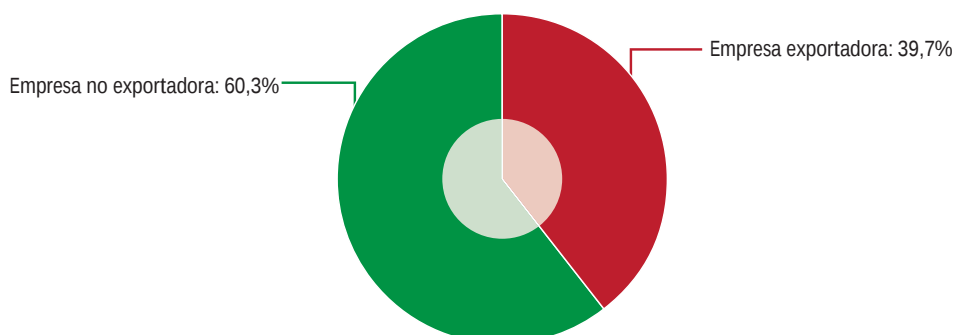
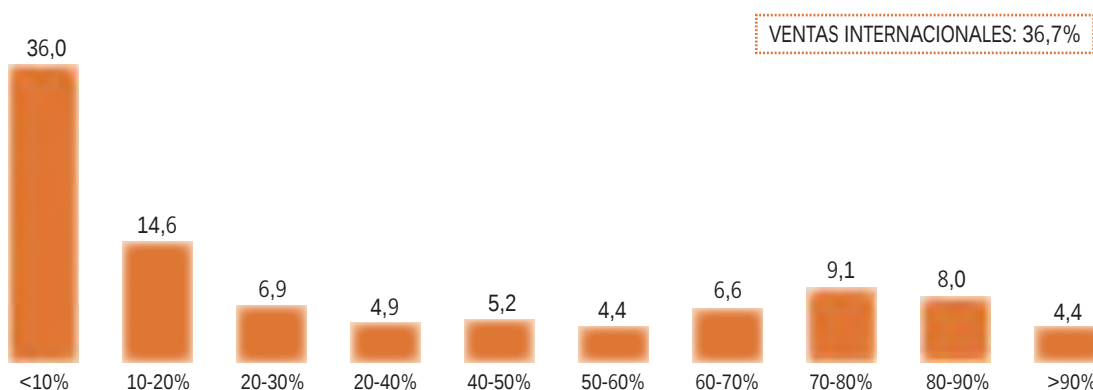
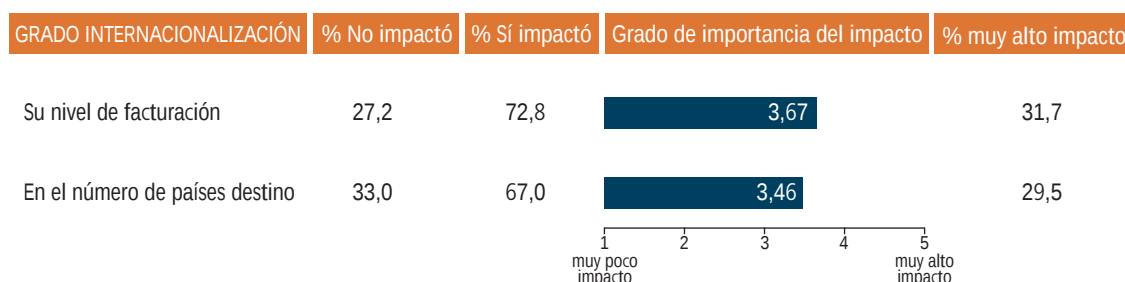


GRÁFICO 5.10 · PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE EXPORTAN: DEL TOTAL DE SUS VENTAS EN 2019, ¿QUÉ PORCENTAJE HA DESTINADO A MERCADOS INTERNACIONALES?



Si analizamos el impacto de la crisis, los datos muestran que sí impactó en el nivel de facturación en el 72,8% de las empresas internacionalizadas (gráfico 5.11). Y el grado de importancia del impacto fue de 3,67 (en una escala de 1 a 5). Las empresas que señalaron un muy alto impacto fueron el 31,7% de la muestra. También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 67,0% considera que se vio afectado por la crisis, con un grado de importancia de 3,46. El porcentaje de empresas que consideraron que el impacto fue muy alto se situó en el 29,5%.

GRÁFICO 5.11 · IMPACTO DE LA CRISIS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN



Un análisis con mayor detalle de los datos de internacionalización y el impacto de la crisis generada por la COVID-19, teniendo además en cuenta la clasificación de las empresas por tamaño (cuadro 5.16), nos muestra que existe una relación directa entre el tamaño de las empresas y su grado de internacionalización. Así, el 82,8% de las empresas grandes están internacionalizadas, y por término medio el 51,0% de sus ventas van a mercados internacionales. Estos porcentajes disminuyen según se reduce el tamaño de la empresa. Al estudiar el impacto de la crisis según el tamaño no se aprecian diferencias estadísticamente significativas ni en el nivel de facturación ni en el impacto en el número de países destino.

CUADRO 5.16 · INTERNACIONALIZACIÓN E IMPACTO DE LA CRISIS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Empresas exportadoras (%)	22,3	41,6	73,0	82,8	***
Intensidad exportadora (%)	25,6	27,6	40,3	51,0	***
Impacto en su nivel de facturación al exterior	3,7	3,6	3,5	3,9	-
Impacto en el número de países destino	3,5	3,5	3,2	3,0	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Sí aparecen en el caso de que la empresa esté acogida o no un ERTE. El cuadro 5.17 muestra cómo las acogidas a un ERTE tienen una mayor intensidad exportadora que las no acogidas a un ERTE. Y han visto cómo la crisis ha impactado más desfavorablemente en sus empresas, tanto en el nivel de facturación como en el número de países de destino.

CUADRO 5.17 · INTERNACIONALIZACIÓN E IMPACTO DE LA CRISIS (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Empresas exportadoras (%)	54,8	32,7	***
Intensidad exportadora (%)	41,8	31,8	***
Impacto en su nivel de facturación al exterior	3,9	3,3	***
Impacto en el número de países destino	3,6	3,0	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El control familiar de la empresa (*cuadro 5.18*) y el sector de actividad (*cuadro 5.20*) no han sido relevantes en cuanto al impacto de la crisis en su nivel de facturación al exterior ni en el número de países de destino. Sin embargo, sí es significativa la antigüedad de la empresa. Las empresas maduras se han visto más afectadas que las jóvenes en su nivel de facturación al exterior (*cuadro 5.19*).

CUADRO 5.18 · INTERNACIONALIZACIÓN E IMPACTO DE LA CRISIS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Empresas exportadoras (%)	36,3	50,9	***
Intensidad exportadora (%)	35,7	38,6	-
Impacto en su nivel de facturación al exterior	3,6	3,6	-
Impacto en el número de países destino	3,4	3,5	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 5.19 · INTERNACIONALIZACIÓN E IMPACTO DE LA CRISIS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Empresas exportadoras (%)	29,1	44,1	***
Intensidad exportadora (%)	29,2	38,1	*
Impacto en su nivel de facturación al exterior	3,1	3,7	***
Impacto en el número de países destino	3,1	3,5	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 5.20 · INTERNACIONALIZACIÓN E IMPACTO DE LA CRISIS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Empresas exportadoras (%)	61,6	29,1	43,2	30,7	***
Intensidad exportadora (%)	45,5	26,6	27,5	28,8	***
Impacto en su nivel de facturación al exterior	3,7	3,5	3,4	3,5	-
Impacto en el número de países destino	3,4	3,4	3,7	3,4	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La crisis sanitaria no solo ha impactado en el crecimiento económico y en el empleo de las empresas, sino que también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. En este sentido, se preguntó a los encuestados sobre qué impacto habían sufrido diferentes actividades de gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos. Las actividades se han clasificado en: actividades financieras y actividades estratégicas.

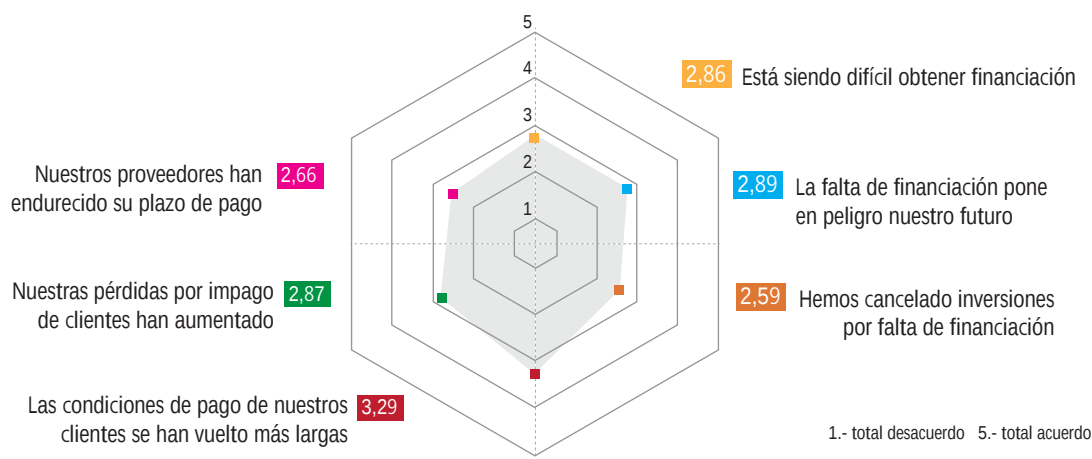


Actividades financieras

La crisis ocasionada por la COVID-19 tuvo un mayor impacto en las condiciones de cobro de los clientes, alargando los plazos (3,29 en una escala de 1 a 5) (gráfica 6.1). El resto de las variables quedan por debajo del valor de 3. Esto, en cierta medida, parece indicar que esta crisis no ha afectado, al menos todavía, a la corriente de cobros y pagos, de forma que haya efectos sobre la gestión de tesorería y el capital corriente. Así, se otorgan valores de 2,86 a variables que pueden poner en peligro el futuro de la empresa, como la falta de financiación, o el valor de 2,87 que implica un aumento en los impagos de los clientes.

Para un mayor detalle a continuación veremos el comportamiento de este tipo de riesgos en función de una serie de factores. En el tamaño de la empresa (Cuadro 6.1) encontramos que son las microempresas las que tienen más dificultad para obtener financiación (lo valoran con 3,01), mientras que las grandes empresas dan un valor inferior (2,56).

GRÁFICO 6.1 · ACTIVIDADES FINANCIERAS



CUADRO 6.1 · ACTIVIDADES FINANCIERAS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Está siendo difícil obtener financiación	3,01	2,64	2,81	2,56	***
La falta de financiación pone en peligro nuestro futuro	2,99	2,77	2,75	2,85	-
Hemos cancelado inversiones por falta de financiación	2,52	2,57	2,56	2,85	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,45	3,24	3,27	3,22	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,92	2,88	2,92	2,70	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,63	2,68	2,73	2,67	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Estar acogida a un ERTE es un factor relevante que explica diferencias de comportamiento en las actividades financieras (*Cuadro 6.2*). Así, las empresas acogidas a un ERTE consideran que ha habido más efectos sobre sus actividades de tipo financiero, que las que no se han acogido a un ERTE. La diferencia más importante surge en que se ha alargado el período de cobro a sus clientes (3,52 de las empresas que sí se han acogido a un ERTE frente a 3,15 de las que no han hecho uso de esta figura). La siguiente diferencia más importante entre ambos tipos de empresas surge al respecto de su opinión sobre si la falta de financiación pone en peligro el futuro de la empresa (3,19 frente a 2,70).

CUADRO 6.2 · ACTIVIDADES FINANCIERAS (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Está siendo difícil obtener financiación	3,08	2,72	***
La falta de financiación pone en peligro nuestro futuro	3,19	2,70	***
Hemos cancelado inversiones por falta de financiación	3,00	2,34	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,52	3,15	***
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3,11	2,70	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,88	2,51	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Si analizamos el control familiar de la empresa (*cuadro 6.3*) se aprecia cómo las empresas familiares señalan que las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas (3,42) que en el caso de las empresas no familiares (3,06). En cuanto a la edad de la empresa (*cuadro 6.4*) surgen algunas diferencias estadísticamente significativas. Así, las empresas maduras consideran que han cancelado inversiones por falta de financiación (2,63) en mayor medida que las empresas jóvenes (2,42), y que las pérdidas por impago de clientes han aumentado más en las maduras (2,92) que en las jóvenes (2,66).

CUADRO 6.3 · ACTIVIDADES FINANCIERAS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Está siendo difícil obtener financiación	2,90	2,80	-
La falta de financiación pone en peligro nuestro futuro	2,93	2,78	-
Hemos cancelado inversiones por falta de financiación	2,56	2,65	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,42	3,06	***
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,92	2,77	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,70	2,56	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 6.4 · ACTIVIDADES FINANCIERAS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JOVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Está siendo difícil obtener financiación	2,89	2,85	-
La falta de financiación pone en peligro nuestro futuro	2,89	2,88	-
Hemos cancelado inversiones por falta de financiación	2,42	2,63	*
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,20	3,32	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,66	2,92	**
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,59	2,68	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En el factor sector (*cuadro 6.5*) se puede apreciar que las empresas constructoras y de comercio son las que opinan que la falta de financiación pone más en peligro su futuro (3,19 y 3,00, respectivamente). Así como, que las empresas industriales y de la construcción son las que consideran que la crisis ocasionada por la COVID-19 ha motivado más cancelaciones de inversiones por falta de financiación (2,72 y 2,79, respectivamente).

CUADRO 6.5 · ACTIVIDADES FINANCIERAS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Está siendo difícil obtener financiación	2,80	3,01	2,71	2,89	-
La falta de financiación pone en peligro nuestro futuro	2,82	3,19	3,00	2,82	*
Hemos cancelado inversiones por falta de financiación	2,72	2,79	2,12	2,48	**
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,20	3,37	3,19	3,35	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,82	2,67	2,95	2,97	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,66	2,82	2,62	2,61	-

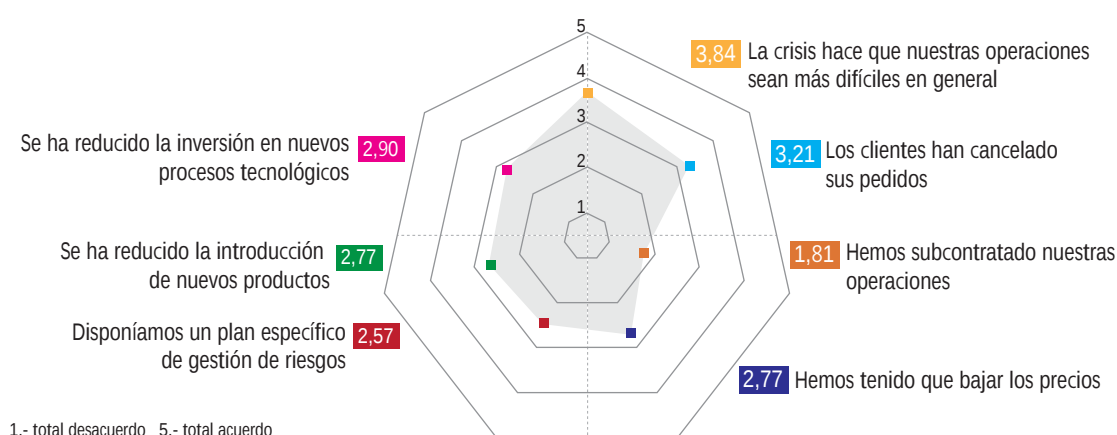
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***) : $p < 0,01$; (-) no significativo



Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis generada por la COVID-19 a las actividades estratégicas de las empresas? En general, la opinión de los encuestados es que esta crisis ha generado más dificultades para que las empresas realicen sus operaciones. Los encuestados dan una valoración de 3,84 en una escala de 1 a 5 (*gráfico 6.2*). Seguido de que los clientes han cancelado pedidos con una valoración de 3,21. Contrariamente, la crisis parece que ha impactado menos en otras actividades estratégicas como la innovación tecnológica. Así, los ítems impacto en la introducción de nuevos productos (2,77) y reducciones en nuevos procesos tecnológicos (2,90) han tenido valoraciones inferiores a 3. No obstante, estos datos debemos tomarlos con cautela y su impacto podrá ser mayor según sea la persistencia de esta crisis. Otro aspecto importante a señalar es que las empresas no disponían de planes específicos de gestión de riesgos (valoración de 2,57 en una escala de 1 a 5). Esto es importante, dado que se pueden tener preparados planes de contingencias para afrontar futuros riesgos que puedan tener impacto en las empresas.

GRÁFICO 6.2 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS



Al analizar el tamaño de la empresa encontramos varias diferencias significativas. Las microempresas son las que opinan que la crisis ha hecho que sus operaciones sean más difíciles en general (3,98) y que han tenido que bajar los precios (3,05). Y, por otra parte, las empresas medianas y grandes han sido las que han dispuesto en mayor grado de planes de gestión de riesgos (3,10 y 2,96, respectivamente).

Estar acogido a un ERTE es un factor relevante que explica diferencias de comportamiento (*cuadro 6.7*). Las empresas acogidas a un ERTE son las que se han visto más afectadas en sus actividades estratégicas, en especial en que sus operaciones se han vuelto más difíciles (4,09), los clientes han cancelado pedidos (3,69), y se ha reducido la introducción de nuevos productos (3,06), así como las inversiones en procesos tecnológicos (3,27). Asimismo, las empresas acogidas a un ERTE eran las empresas que menos implantado tenían un plan de gestión de riesgos.

CUADRO 6.6 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
La crisis hace que nuestras operaciones sean más difíciles en general	3,98	3,71	3,79	3,63	**
Los clientes han cancelado sus pedidos	3,27	3,12	3,34	3,33	-
Hemos subcontratado nuestras operaciones	1,80	1,79	1,92	1,52	-
Hemos tenido que bajar los precios	3,05	2,63	2,69	2,67	***
Disponíamos un plan específico de gestión de riesgos	2,25	2,66	3,10	2,96	***
Se ha reducido la introducción de nuevos productos	2,66	2,75	2,93	3,11	-
Se ha reducido la inversión en nuevos procesos tecnológicos	2,83	2,80	3,06	3,33	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 6.7 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
La crisis hace que nuestras operaciones sean más difíciles en general	4,09	3,68	***
Los clientes han cancelado sus pedidos	3,69	2,92	***
Hemos subcontratado nuestras operaciones	1,86	1,76	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,82	2,72	-
Disponíamos un plan específico de gestión de riesgos	2,39	2,85	***
Se ha reducido la introducción de nuevos productos	3,06	2,60	***
Se ha reducido la inversión en nuevos procesos tecnológicos	3,27	2,67	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

El control familiar de la empresa también presenta diferencias estadísticamente significativas (*cuadro 6.8, página siguiente*), siendo las empresas familiares las que más han visto afectadas sus actividades estratégicas. Así, las empresas familiares señalan que sus clientes han cancelado sus pedidos, que han tenido que bajar los precios y que han reducido inversiones en nuevos procesos tecnológicos, en mayor grado que las empresas no familiares. Además, en menor medida tienen implantados planes de gestión de riesgos.

Si consideramos la edad de la empresa (*cuadro 6.9, página siguiente*), los datos muestran que las empresas maduras han sido las que más han reducido sus inversiones en procesos tecnológicos (2,94) y que las empresas jóvenes son las que menos tienen implantados planes de gestión de riesgos (2,37).

CUADRO 6.8 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
La crisis hace que nuestras operaciones sean más difíciles en general	3,86	3,81	-
Los clientes han cancelado sus pedidos	3,29	3,03	**
Hemos subcontratado nuestras operaciones	1,79	1,84	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,89	2,52	***
Disponíamos un plan específico de gestión de riesgos	2,49	2,70	**
Se ha reducido la introducción de nuevos productos	2,83	2,68	-
Se ha reducido la inversión en nuevos procesos tecnológicos	2,96	2,78	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 6.9 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
La crisis hace que nuestras operaciones sean más difíciles en general	3,75	3,86	-
Los clientes han cancelado sus pedidos	3,23	3,20	-
Hemos subcontratado nuestras operaciones	1,70	1,84	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,72	2,78	-
Disponíamos un plan específico de gestión de riesgos	2,37	2,61	*
Se ha reducido la introducción de nuevos productos	2,67	2,80	-
Se ha reducido la inversión en nuevos procesos tecnológicos	2,73	2,94	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Finalmente, al ver los datos por sector (*cuadro 6.10*) apreciamos cómo las empresas del sector servicios y construcción son las que más han tenido que bajar los precios (2,92 y 2,97, respectivamente), que las empresas industriales son las que más redujeron sus inversiones en procesos tecnológicos (3,06) y que las empresas de servicios eran las que tenían menos desarrollados sus planes de gestión de riesgos (2,39).

CUADRO 6.10 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
La crisis hace que nuestras operaciones sean más difíciles en general	3,82	3,99	3,91	3,80	-
Los clientes han cancelado sus pedidos	3,35	3,11	3,42	3,14	-
Hemos subcontratado nuestras operaciones	1,75	2,10	1,51	1,80	***
Hemos tenido que bajar los precios	2,56	2,97	2,37	2,92	***
Disponíamos un plan específico de gestión de riesgos	2,73	2,72	2,60	2,39	***
Se ha reducido la introducción de nuevos productos	2,89	2,78	2,77	2,67	-
Se ha reducido la inversión en nuevos procesos tecnológicos	3,06	3,00	2,72	2,77	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

Para establecer estrategias de reactivación económica es necesario evaluar las medidas que puedan favorecer la salida de la crisis. Evidentemente para propiciar medidas acertadas sería necesario adoptarlas en un contexto sectorial, dado que la estructura productiva condiciona la magnitud de los impactos estimados, siendo los sectores más vulnerables los que necesitarán programas de medidas más específicos a su singularidad. En este apartado, tratamos de valorar diferentes medidas de tipo general, considerando el tamaño de la empresa, si la empresa está acogida o no a un ERTE, si es empresa familiar, la edad de la empresa y el sector de actividad. De esta forma se preguntó a los encuestados que indicaran qué nivel de importancia consideraban que pueden tener distintas acciones para favorecer la salida de la crisis consecuencia de la COVID-19, utilizando una escala Likert de 1: medida nada importante a 5: medida muy importante.

Las medidas se clasificaron en:

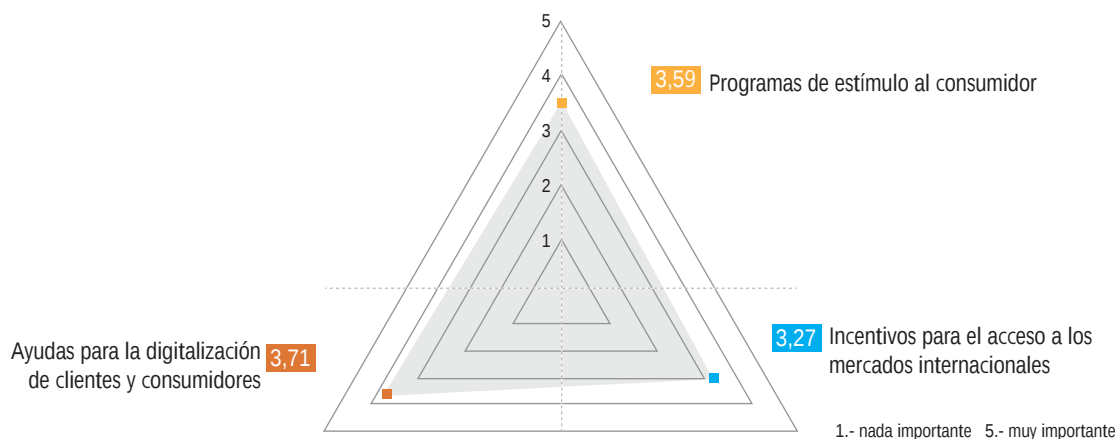
- Medidas para el estímulo de los mercados.
- Medidas de competitividad.
- Medidas financieras.
- Medidas normativas (fiscales, laborales, etc.).



Medidas para el estímulo de los mercados

La medida considerada más relevante por los encuestados es potenciar ayudas para la digitalización de clientes y consumidores con una valoración de 3,71 en una escala de 1 a 5 (*gráfico 7.1*). Sin embargo, cuando vemos los diferentes factores analizados encontramos algunas diferencias significativas que es importante tener en cuenta. Así, los programas de estímulo al consumidor y las ayudas para la digitalización de clientes y consumidores (*cuadro 7.1*) son más valorados por las microempresas (3,75 y 3,94, respectivamente) y menos valorados por las grandes empresas (3,00 y 3,48). Mientras que los incentivos a los mercados internacionales los valoran más las empresas medianas (3,51). Si analizamos las empresas que se han acogido a un ERTE (*cuadro 7.2*) los datos muestran que la medida más valorada por estas empresas son los programas de estímulo al consumidor (3,75).

GRÁFICO 7.1 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS



En el factor control familiar o no de las empresas (*cuadro 7.3*) podemos apreciar que son las empresas familiares las que prefieren en mayor medida los programas de estímulo al consumidor (3,65) frente a las no familiares

(3,48). En cuanto a la edad de la empresa no surgen diferencias significativas, que sí aparecen con respecto al sector de actividad. Así, los datos muestran que las medidas de ayudas para la digitalización de clientes y consumidores son más valoradas por las empresas del sector servicios (3,87) y comercio (3,88) que las empresas industriales (3,47). Mientras que las medidas de incentivos para el acceso a los mercados internacionales son más solicitadas por las empresas industriales (3,44) que las del resto de sectores (*cuadro 7.5*).

CUADRO 7.1 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Programas de estímulo al consumidor	3,75	3,47	3,66	3,00	***
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,01	3,07	3,51	3,16	**
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores	3,94	3,55	3,53	3,48	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.2 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Programas de estímulo al consumidor	3,75	3,49	***
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,31	3,25	-
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores	3,69	3,71	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.3 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Programas de estímulo al consumidor	3,65	3,48	*
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,31	3,22	-
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores	3,75	3,61	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.4 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Programas de estímulo al consumidor	3,51	3,61	-
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,16	3,31	-
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores	3,58	3,74	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.5 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Programas de estímulo al consumidor	3,49	3,64	3,70	3,62	-
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales	3,44	3,17	2,91	3,23	*
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores	3,47	3,65	3,88	3,87	***

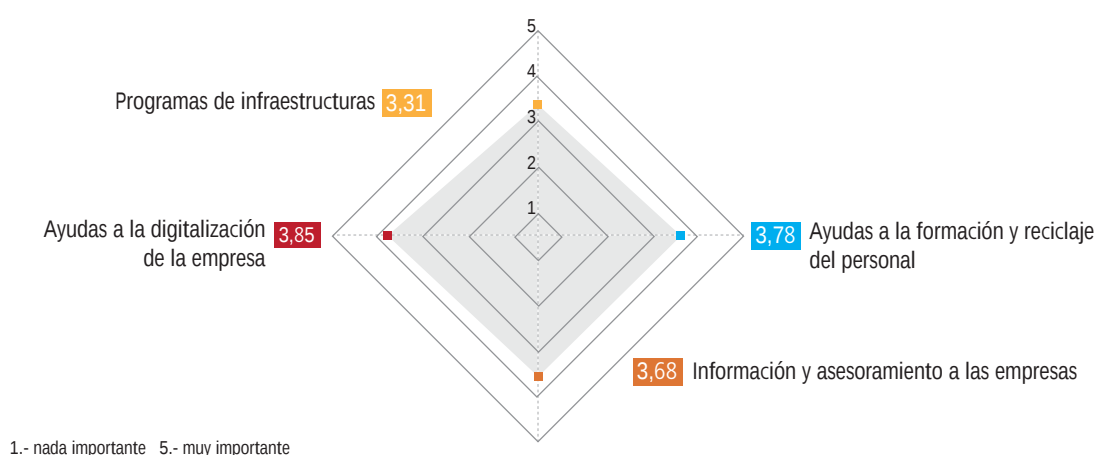
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



Medidas de competitividad

De las medidas de competitividad señaladas, los encuestados valoraron más las medidas relacionadas con las ayudas a la digitalización de las empresas (3,85 en una escala de 1 a 5) (*gráfico 7.2*), seguido de las ayudas para la formación y reciclaje de las empresas (3,78). Mientras que las ayudas relacionadas con los programas de infraestructuras fueron menos valoradas (3,31).

GRÁFICO 7.2 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD



Si analizamos el factor tamaño (*cuadro 7.6*) podemos ver importantes diferencias significativas. Así, las empresas pequeñas son las que les dan más importancia a los programas de infraestructura (3,66), frente a las empresas medianas (3,00). Las empresas grandes son las que más valoran las ayudas a la formación y reciclaje al personal (3,93) y las micro las que menos las valoran (3,56). También es relevante ver cómo las microempresas son las que menos valoran las medidas que facilitan información y asesoramiento (3,49). Mientras que las empresas grandes y medianas son las que más valoran las ayudas a la digitalización de las empresas (4,03 y 4,02, respectivamente).

CUADRO 7.6 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Programas de infraestructuras	3,19	3,66	3,00	3,29	***
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	3,56	3,81	3,63	3,93	***
Información y asesoramiento a las empresas	3,49	3,73	3,74	3,76	**
Ayudas a la digitalización de la empresa	3,56	3,83	4,02	4,03	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

En esta relación de medidas de competitividad haber solicitado un ERTE no arrojó diferencias estadísticamente significativas (*cuadro 7.7, página siguiente*).

Sin embargo, en el control familiar de la empresa (*cuadro 7.8, página siguiente*), los datos muestran que medidas que impliquen información y asesoramiento son más relevantes para las empresas familiares (3,74) que para las no familiares (3,52).

Y las empresas maduras ven más relevantes los programas de infraestructuras (3,36) que las más jóvenes (3,09) (*cuadro 7.9, página siguiente*).

CUADRO 7.7 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Programas de infraestructuras	3,28	3,31	-
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	3,78	3,78	-
Información y asesoramiento a las empresas	3,67	3,68	-
Ayudas a la digitalización de la empresa	3,82	3,85	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.8 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Programas de infraestructuras	3,30	3,31	-
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	3,78	3,75	-
Información y asesoramiento a las empresas	3,74	3,52	**
Ayudas a la digitalización de la empresa	3,88	3,74	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.9 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Programas de infraestructuras	3,09	3,36	**
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	3,74	3,78	-
Información y asesoramiento a las empresas	3,60	3,69	-
Ayudas a la digitalización de la empresa	3,72	3,87	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Finalmente, apreciamos que el sector de actividad sí resulta un factor muy relevante a la hora de valorar las medidas de competitividad. Así, para el sector de la construcción resultan muy valorados los programas de infraestructuras (3,66), el sector servicios es el que más valora las medidas de información y asesoramiento, las ayudas a la digitalización y las ayudas a la formación y reciclaje (*cuadro 7.10*), entre otros aspectos.

CUADRO 7.10 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Programas de infraestructuras	3,19	3,66	3,00	3,29	***
Ayudas a la formación y reciclaje del personal	3,56	3,81	3,63	3,93	***
Información y asesoramiento a las empresas	3,49	3,73	3,74	3,76	**
Ayudas a la digitalización de la empresa	3,56	3,83	4,02	4,03	***

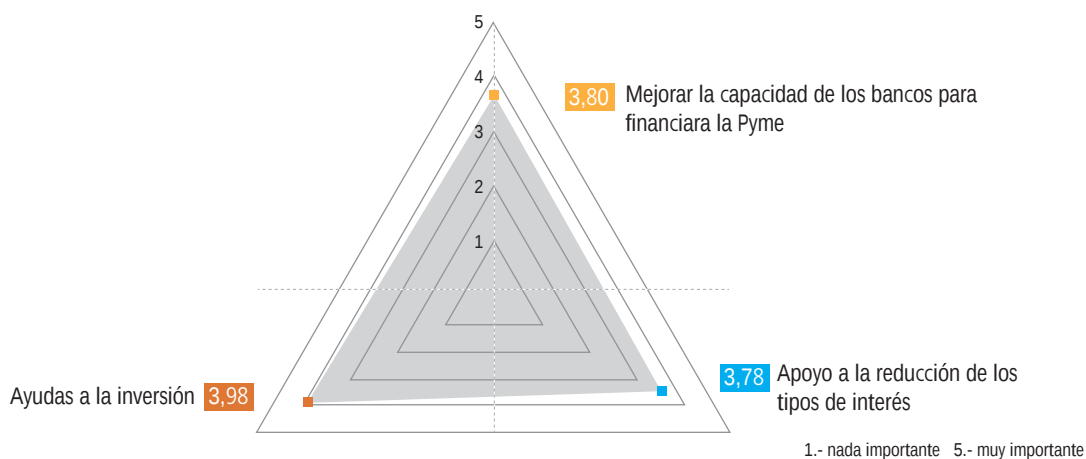
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



Medidas financieras

Las medidas financieras resultan imprescindibles para que no se interrumpan los circuitos de pagos, cobros y de inversión en las empresas. Los encuestados opinan que existe necesidad de estimular el crecimiento con ayudas a la inversión (3,98 en una escala de 1 a 5) (*gráfico 7.3*).

GRÁFICO 7.3 · MEDIDAS FINANCIERAS



Si analizamos el factor tamaño de la empresa los resultados arrojan datos muy relevantes (*cuadro 7.11*). Cuanto menor es el tamaño de la empresa, más demanda medidas financieras. Así, las microempresas otorgan una valoración a las ayudas a la inversión de 4,19 frente a un 3,36 de las empresas grandes. Algo similar sucede con la medida de apoyo a la reducción de los tipos de interés (las microempresas la valoran con 3,94 y las grandes con 3,12) y la medida de mejorar la capacidad de los bancos para financiar a las empresas (3,97 las microempresas y 3,04 las grandes). Las empresas pequeñas y medianas se intercalan entre estas posiciones.

CUADRO 7.11 · MEDIDAS FINANCIERAS (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme	3,97	3,81	3,63	3,04	***
Apoyo a la reducción de los tipos de interés	3,94	3,72	3,67	3,12	***
Ayudas a la inversión	4,19	3,82	3,87	3,36	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Las empresas acogidas a un ERTE consideran muy necesarias las medidas financieras (*cuadro 7.12*). En especial en lo relacionado con la medida de mejorar la capacidad de los bancos para financiar (3,90 frente a 3,73 las empresas no acogidas a ERTE) y el apoyo a la reducción de los tipos de interés (3,92 las acogidas a ERTE frente a 3,70 las no acogidas a ERTE).

CUADRO 7.12 · MEDIDAS FINANCIERAS (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme	3,90	3,73	*
Apoyo a la reducción de los tipos de interés	3,92	3,70	**
Ayudas a la inversión	3,97	3,98	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Algo similar sucede cuando analizamos el control familiar de la empresa (*cuadro 7.13*). Los resultados muestran que las empresas familiares demandan más las medidas financieras de reducción de tipos de interés y de mejorar la capacidad de los bancos para otorgar créditos que las empresas no familiares.

CUADRO 7.13 · MEDIDAS FINANCIERAS (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme	3,91	3,59	***
Apoyo a la reducción de los tipos de interés	3,88	3,60	***
Ayudas a la inversión	4,00	3,89	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Respecto a la edad de la empresa podemos apreciar que las empresas maduras opinan que son más necesarias las ayudas a la inversión que las empresas más jóvenes (4,00 frente a 3,83, respectivamente) (*cuadro 7.14*).

Y si tenemos en cuenta el sector de actividad (*cuadro 7.15*) vemos cómo las empresas del sector de servicios (3,90) y de la construcción (3,89) son las que más solicitan que se adopten medidas para mejorar la capacidad de los bancos para financiar a las empresas. Mientras que las empresas del sector de la construcción (3,96) y de comercio (3,86) demandan más apoyar la reducción de los tipos de interés.

CUADRO 7.14 · MEDIDAS FINANCIERAS (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme	3,70	3,83	-
Apoyo a la reducción de los tipos de interés	3,74	3,79	-
Ayudas a la inversión	3,83	4,00	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.15 · MEDIDAS FINANCIERAS (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme	3,62	3,89	3,77	3,90	**
Apoyo a la reducción de los tipos de interés	3,64	3,96	3,86	3,80	*
Ayudas a la inversión	3,88	3,97	4,00	4,03	-

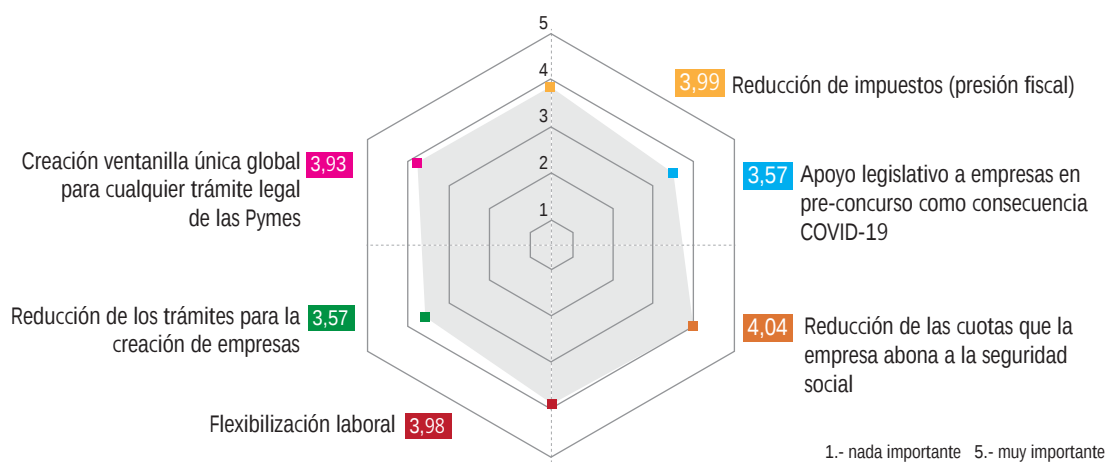
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo



Medidas normativas

Las medidas normativas son las más demandas por los encuestados (*gráfico 7.4, página siguiente*). Ante un escenario de incertidumbre económica y de posible reducción de los ingresos, las empresas solicitan principalmente la reducción de las cuotas que abona la empresa a la seguridad social (4,04), la reducción de los impuestos (3,99) y la flexibilidad laboral (3,98).

GRÁFICO 7.4 · MEDIDAS NORMATIVAS



Esto es todavía más acentuado si consideramos el tamaño de la empresa. Los datos muestran cómo según aumenta el tamaño de las empresas menos demandan estas medidas (*cuadro 7.16*). Así, por ejemplo, vemos cómo las microempresas valoran con 4,26 la reducción de cuotas a la seguridad social frente a 3,62 las grandes empresas. O que las microempresas valoran con 4,25 la reducción de impuestos frente a 3,15 las grandes empresas (surgiendo en esta variable la máxima diferencia). Algo similar ocurre si analizamos las diferencias estadísticamente significativas entre las empresas acogidas a un ERTE o no (*cuadro 7.17*). Son las acogidas a un ERTE las que más solicitan reducciones de la cuota de la seguridad social (4,20) y reducción de impuestos (4,07). También es interesante comprobar que las empresas acogidas a un ERTE demandan más el apoyo legislativo que las empresas en pre-concurso por los efectos de la COVID-19 (3,72).

CUADRO 7.16 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (TAMAÑO DE LA EMPRESA)

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,25	3,92	3,74	3,15	***
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19	3,77	3,48	3,38	2,96	***
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	4,26	4,00	3,85	3,62	***
Flexibilización laboral	4,13	3,96	3,95	3,48	**
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,82	3,42	3,40	3,08	***
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	4,17	3,86	3,66	3,48	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.17 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (EMPRESA ACOGIDA A ERTE)

	SÍ ERTE	NO ERTE	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,07	3,93	*
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19	3,72	3,48	**
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	4,20	3,95	***
Flexibilización laboral	4,00	3,96	-
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,44	3,63	*
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	3,93	3,91	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Con respecto al factor control familiar de la empresa, surgen importantes diferencias estadísticamente significativas (*cuadro 7.18*). Son las empresas familiares las que más solicitan la reducción de cuotas a la seguridad social (4,16) y de impuestos (4,13) frente a las empresas no familiares (3,80 y 3,72, respectivamente).

CUADRO 7.18 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (CONTROL FAMILIAR DE LA EMPRESA)

	SÍ FAMILIAR	NO FAMILIAR	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,13	3,72	***
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19	3,67	3,38	***
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	4,16	3,80	***
Flexibilización laboral	4,05	3,83	**
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,65	3,38	**
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	3,98	3,81	*

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

Otros datos a destacar son:

- Las empresas maduras (4,02) son las que más solicitan la flexibilización laboral (3,82 las jóvenes) (*cuadro 7.19*).
- Las empresas de servicios (*cuadro 7.20*) son las que opinan que las reducciones de las cuotas a la seguridad social, de impuestos y la necesidad de la flexibilización laboral son más necesarias.

CUADRO 7.19 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (ANTIGÜEDAD DE LA EMPRESA)

	JÓVENES (≤ 10 AÑOS)	MADURAS (> 10 AÑOS)	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	4,07	3,97	-
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19	3,39	3,62	*
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	4,10	4,03	-
Flexibilización laboral	3,82	4,02	**
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,62	3,55	-
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	3,96	3,93	-

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CUADRO 7.20 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD (SECTOR DE ACTIVIDAD DE LA EMPRESA)

	INDUSTRIA	CONSTR.	COMERC.	SERV.	SIG.
Reducción de impuestos (presión fiscal)	3,81	4,17	3,88	4,08	**
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19	3,40	3,62	3,65	3,68	*
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	3,86	4,10	4,05	4,16	**
Flexibilización laboral	3,87	3,87	3,81	4,12	**
Reducción de los trámites para la creación de empresas	3,47	3,48	3,49	3,67	-
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	3,74	3,99	3,86	4,05	**

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativo

CONCLUSIONES

En este apartado se presentan, a modo de resumen, las principales conclusiones de este estudio realizado a 1.225 empresas españolas sobre el impacto económico de la crisis provocada por la COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS

- El 42,8% son microempresas, el 35,3% son pequeñas, el 17,2% son medianas y el 4,7% son grandes empresas.
- La edad media de las empresas es de 29 años.
- El 62,3% de las empresas son empresas familiares.
- El 12,6% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 28,4% de las empresas disponen de un departamento específico de marketing.
- El 36,5% de las empresas de la muestra se habían acogido a un ERTe y de éstas se ha visto afectada en promedio el 72,7% de la plantilla.
- El 73,5% de las empresas encuestadas llevaron a cabo prácticas de teletrabajo y afectó al 34,7% de la plantilla. Y el 41,5% de las empresas confirmaron que en el futuro seguirán utilizando el teletrabajo.



IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

EMPLEO

El número medio de empleados antes de la crisis generada por la COVID-19 era de 43,5 trabajadores, disminuyendo a 37,8 trabajadores durante el transcurso de la misma (al momento de realizar la encuesta). El 35,7% de las empresas vieron disminuir el número de sus trabajadores, el 61,6% lo mantuvo y tan solo el 2,6% lo aumentó. Las expectativas para el 2021 en generación de empleo no son favorables. El 35,6% de las empresas encuestadas considera que disminuirá el empleo, el 56,0% lo mantendrá y el 8,4% lo aumentará.

En cuanto al tamaño se aprecia que el empleo ha caído un 15,39% en las empresas más grandes y un 14,69% en las medianas, mientras que esta reducción ha sido del 10,29% en las microempresas y del 12,43% en las pequeñas. Si analizamos las expectativas de empleo para el 2021 vemos que son las empresas pequeñas y medianas las que presentan peores expectativas. Asimismo, las empresas familiares, las empresas jóvenes, y las empresas industriales y de la construcción son las que tienen expectativas más desfavorables para crear empleo en 2021. Las empresas acogidas a un ERTe son las que señalan unas expectativas peores para el 2021. Así, el 58,5% de las empresas acogidas a un ERTe opinan que tendrán una tendencia a disminuir el empleo para el 2021.

VENTAS

La crisis originada por la COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas en España. El 88,3% de las empresas estima que han visto reducidas sus ventas como consecuencia de la crisis, y la reducción se sitúa en un -43,4%. Las expectativas del segundo semestre del 2020, aunque desfavorables, mejoran ligeramente las del primer semestre. Así, en el primer semestre, el 65,6% de las empresas consideran que sus ventas disminuirán (47,2% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas aumentarán un 5,8% de las empresas en el primer semestre (15,6% en segundo semestre). El mayor impacto en la caída de las ventas

se ha experimentado en las microempresas y en las empresas acogidas a un ERTE. Considerando el tamaño de la empresa, son las microempresas las que presentan unas peores expectativas de ventas tanto en el primer como en el segundo semestre. Las expectativas para el primer y segundo semestre resultan también muy desfavorables para las empresas acogidas a un ERTE (saldo de expectativas -78,6 en primer semestre y -44,4 en segundo semestre).

En cuanto al control familiar, se aprecia que las empresas familiares estiman una reducción de sus ventas mayor que las no familiares. La reducción promedio de las ventas en las empresas familiares es del 45,45% frente a una caída del 40,16% en las empresas no familiares. Las empresas jóvenes se han visto más afectadas por la crisis en cuanto a la reducción de sus ventas se refiere, al estimar una caída de un 47,80% de promedio, frente al 42,9% de las empresas maduras.

INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Rentabilidad: el 90,7% de las empresas se vieron afectadas, con un grado de importancia de 3,62 (en una escala de 1 a 5). Las empresas más afectadas han sido las familiares y las del sector de la construcción.

Nivel de deuda: el 80,5% se han visto afectadas, con un grado de importancia de 3,25. El porcentaje de empresas donde el impacto ha sido muy alto es del 23,1%. La crisis impactó más en el nivel de deuda en las grandes empresas.

Nivel de liquidez: el 86,5% de empresas afectadas, con un impacto de 3,39. El porcentaje de empresas con muy alto impacto es de 27,4%. El impacto fue mayor en las empresas familiares y en las empresas jóvenes.

Realización de inversiones: el 87,1% de las empresas se han visto afectadas con un impacto medio de 3,94 y con un porcentaje de empresas con muy alto impacto del 45,4%. El impacto más elevado se ha producido en las empresas grandes y en las del sector de la construcción.

Además, los datos confirman que las empresas acogidas a un ERTE son las que se han visto más negativamente afectadas en todos los indicadores utilizados. En especial en su nivel de facturación y en su nivel de rentabilidad.

INTERNACIONALIZACIÓN

El 39,7% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2019 ventas a mercados internacionales, con una intensidad media de sus ventas al extranjero sobre el total de ventas del 36,7%.

La crisis generada por la COVID-19 ha impactado negativamente en la internacionalización de la empresa española. La crisis impactó en el nivel de facturación del 72,8% de las empresas internacionalizadas. Respecto al grado de importancia del impacto este fue de 3,67 (en una escala de 1 a 5). Las empresas que señalaron un muy alto impacto fueron el 31,7%. La crisis además impactó en la reducción del número de países de destino internacionales. El 67,0% de las empresas considera que se vio afectado por la crisis, con un grado de importancia de 3,46. El porcentaje de empresas que consideraron que el impacto fue muy alto se situó en el 29,5%.

En este contexto de internacionalización se puede resaltar que las empresas maduras se han visto más afectadas que las jóvenes en su nivel de facturación al exterior, y que las empresas acogidas a un ERTE y que están internacionalizadas la crisis les ha impactado más desfavorablemente, tanto en el nivel de facturación como en el número de países de destino.



IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La crisis objeto del análisis de este estudio también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. Las actividades se han clasificado en: actividades financieras y actividades estratégicas.

Actividades financieras

La crisis generada por la COVID-19 impactó en mayor grado en el alargamiento del período de cobro a los clientes (3,29 en una escala de 1 a 5), en especial en las empresas familiares. El resto de variables quedan por debajo del valor de 3. Esto, en cierta medida, parece indicar que esta crisis no ha afectado, al menos en el momento de realizar esta encuesta, a la gestión de la tesorería y el capital corriente. No obstante, sí que hay variables que pueden poner en peligro el futuro de la empresa y que han sido consideradas por los encuestados, como la falta de financiación, con un valor de 2,86; o los impagos de los clientes, que han aumentado, con un valor de 2,87.

Si analizamos con mayor detalle el impacto de la crisis sobre las actividades financieras, los datos muestran que son las microempresas las que tienen más dificultad para obtener financiación. Respecto a las empresas constructoras y de comercio estas opinan que la falta de financiación pone más en peligro su futuro. Otro aspecto importante que debemos mencionar es cómo ha impactado la crisis en la cancelación de inversiones por falta de financiación. Las más afectadas han sido las empresas de mayor antigüedad y las empresas industriales y de la construcción. Finalmente, destacar que las empresas acogidas a un ERTE son las que consideran que se han visto más afectadas en sus actividades de tipo financiero. En particular, opinan que se ha producido un alargamiento en el período de cobro a sus clientes y que la falta de financiación pone en peligro el futuro de la empresa.

Actividades estratégicas

En general, la crisis ha provocado mayores dificultades para realizar las operaciones de las empresas, con una valoración de 3,84, en una escala de 1 a 5. Esto ha sucedido en mayor grado en las microempresas y en las empresas acogidas a un ERTE. En segundo lugar, los encuestados opinan que los clientes han cancelado pedidos con una valoración de 3,21 (sobre todo en las empresas familiares). Contrariamente, la crisis parece que ha impactado menos en otras actividades estratégicas como la innovación tecnológica. Así, los ítems introducción de nuevos productos (2,77) y reducciones en nuevos procesos tecnológicos (2,90) han tenido valoraciones inferiores a 3. Aunque las empresas familiares, las empresas maduras y las del sector industrial son las que más se han visto afectadas en sus actividades de innovación tecnológica. Otro aspecto importante que surge del estudio es que las empresas no disponían de planes específicos de gestión de riesgos (valoración de 2,57). Principalmente esto último se ha podido apreciar en las microempresas, las empresas familiares, las más jóvenes y las del sector servicios.

Las empresas acogidas a un ERTE son las que se han visto más afectadas en sus actividades estratégicas, en especial en que sus operaciones se han vuelto más difíciles, los clientes han cancelado pedidos, se ha reducido la introducción de nuevos productos y las inversiones en procesos tecnológicos. Asimismo, las empresas acogidas a un ERTE tenían implantado en menor medida un plan de gestión de riesgos.



MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

Para establecer estrategias de reactivación económica es necesario evaluar las medidas que puedan favorecer la salida de la crisis. Se preguntó a las empresas sobre el nivel de importancia de las acciones que se podían llevar a cabo para favorecer la salida de la crisis consecuencia de la COVID-19. Las medidas se clasificaron en:

Medidas para el estímulo de los mercados

Las medidas más valoradas fueron potenciar ayudas para la digitalización de clientes y consumidores con una valoración de 3,71 (en una escala de 1 a 5) y los programas de estímulo al consumidor con una valoración de 3,59. Las empresas que consideran más relevante las ayudas para la digitalización de clientes y consumidores son las microempresas y las del sector servicios y comercio. Los programas de estímulo al consumidor fueron más valorados por las microempresas, las empresas familiares y las empresas acogidas a un ERTE. Mientras que los incentivos a los mercados internacionales los valoran más las empresas medianas y del sector industrial.

Medidas de competitividad

Tuvieron una mayor valoración las medidas relacionadas con las ayudas a la digitalización de las empresas (3,85, en una escala de 1 a 5), seguido de las ayudas para la formación y reciclaje de las empresas (3,78). Las empresas grandes y medianas y del sector servicios son las que más valoran las ayudas a la digitalización de las empresas. Las ayudas para la formación y reciclaje de las empresas fueron más valoradas por las empresas grandes. Mientras que las medidas que impliquen información y asesoramiento son más relevantes para las empresas familiares y para las empresas de servicios. Finalmente, los programas de infraestructuras son más valorados por las empresas maduras y por las del sector construcción.

Medidas financieras

La necesidad de estimular el crecimiento a partir de ayudas a la inversión (3,98, en una escala de 1 a 5) fue la medida más valorada. Seguida de las medidas para mejorar la capacidad de los bancos para financiar a las empresas (3,80) y el apoyo a la reducción de los tipos de interés (3,78). Estas medidas financieras resultan imprescindibles para que no se interrumpan en las empresas sus circuitos de pagos y cobros y de inversión. Es relevante destacar que son las pequeñas empresas y las microempresas las que más solicitan medidas de tipo financiero. También reseñar que las empresas acogidas a un ERTE y las empresas familiares son las que más consideran necesario medidas financieras para hacer frente a la crisis generada por la COVID-19. En especial en lo relacionado con mejorar la capacidad de los bancos para financiar y el apoyo a la reducción de los tipos de interés.

Medidas normativas

Las medidas normativas -fiscalidad, legislación laboral y otras- son las más demandadas por los encuestados. Ante un escenario de incertidumbre económica y de posible reducción de los ingresos, las empresas solicitan principalmente la reducción de las cuotas que abonan a la seguridad social, la reducción de los impuestos y la flexibilidad laboral. Esto es todavía más acentuado si consideramos el tamaño de la empresa. Así, son las microempresas y las pequeñas empresas las que más solicitan medidas de tipo fiscal y laboral. De igual forma sucede con las empresas que se han acogido a un ERTE, siendo las que más solicitan reducciones de la cuota de la seguridad social

y reducción de impuestos. También es interesante comprobar que las empresas acogidas a un ERTE demandan más el apoyo legislativo para empresas en pre-concurso por los posibles efectos en este sentido de la COVID-19. Destacar que, aunque en ambos casos estas son una petición de máximos en ambos casos -familiares y no familiares-, son las empresas familiares las que lo hacen en un mayor porcentaje en cuanto a la reducción de cuotas a la seguridad social y de impuestos.

Finalmente es interesante exponer cuales serían las 5 medidas más importantes (ranking) en opinión de los encuestados, distinguiendo el tamaño de la empresa, y si la empresa ésta o no acogida a un ERTE (dos de los factores analizados donde más diferencias estadísticamente significativas han surgido en el estudio).

RANKING 5 MEDIDAS MÁS IMPORTANTES

1^a 2^a 3^a 4^a 5^a

	MICRO	PEQUEÑAS	MEDIANAS	GRANDES	ERTE
Programas de estímulo al consumidor					
Incentivos para el acceso a los mercados internacionales					
Ayudas para la digitalización de clientes y consumidores				5 ^a	
Programas de infraestructuras					
Ayudas a la formación y reciclaje del personal				2 ^a	
Información y asesoramiento a las empresas					
Ayudas a la digitalización de la empresa			5 ^a	3 ^a	
Mejorar la capacidad de los bancos para financiar a la Pyme					
Apoyo a la reducción de los tipos de interés					
Ayudas a la inversión	3 ^a	5 ^a	2 ^a		4 ^a
Reducción de impuestos (presión fiscal)	2 ^a	3 ^a	4 ^a		2 ^a
Apoyo legislativo a empresas en pre-concurso como consecuencia COVID-19					
Reducción de las cuotas que la empresa abona a la seguridad social	1 ^a	1 ^a	3 ^a	1 ^a	1 ^a
Flexibilización laboral	5 ^a	2 ^a	1 ^a	4 ^a	3 ^a
Reducción de los trámites para la creación de empresas					
Creación ventanilla única global para cualquier trámite legal de las Pymes	4 ^a	4 ^a			5 ^a

REFERENCIAS UTILIZADAS

Banco Mundial, 2020. *La economía en los tiempos del COVID-19*.

BBVA Research, 2020. *Impacto del COVID-19 en la economía: la inacción es más peligrosa que la sobre-reacción, tanto para la salud pública como para la economía*.

Boston Consulting Group (2020). *COVID-19 BCG Perspectives. Facts, scenarios, and actions for business leaders*.

CaixaBank Research, 2020. *Crisis COVID-19: un shock sin precedentes*.

Consejo General de Economistas de España (2020). *Documentos, Informes y notas de prensa sobre la COVID-19*. www.economistas.org

Deloitte (2020). *Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución*.

European Federation of Accountants and Auditors for SMEs (2020). *COVID-19; Guidance for SMPs*. www.efaa.com

OECD (2020). *Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses*.

PWC (2020). *Guía para la gestión empresarial de la crisis generada por el COVID-19*.

ANEXO 1. IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE ECONOMISTAS

EL objetivo de este anexo al informe es aportar información sobre cómo está impactando la crisis COVID-19 en las firmas y despachos profesionales de Economistas de España. Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de 670 encuestas realizadas a las firmas y despachos profesionales. El trabajo de campo se organizó con el Consejo General de Economistas de España. La técnica de recogida de información fue una encuesta online a través de un cuestionario autoadministrado. El trabajo de campo se realizó desde el 11 de mayo hasta el 4 de junio de 2020. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

ESTRUCTURA DE LA MUESTRA (MUESTRA POR CC.AA.)

	Nº DE EMPRESAS	%		Nº DE EMPRESAS	%
Andalucía	115	17,2	Comunidad Valenciana	142	21,2
Aragón	46	6,9	Extremadura	16	2,4
Asturias	19	2,8	Galicia	45	6,7
Baleares	17	2,5	La Rioja	1	0,1
Canarias	27	4,0	Madrid	74	11,0
Cantabria	7	1,0	Murcia	22	3,3
Castilla y León	47	7,0	Navarra	2	0,3
Castilla-La Mancha	21	3,1	País Vasco	10	1,5
Cataluña	59	8,8	TOTAL	670	100,00

RESUMEN IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE ECONOMISTAS

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 670 firmas y despachos profesionales de Economistas sobre el impacto económico de la crisis del COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- La edad media de las firmas y despachos profesionales es de 24,4 años.
- El 64,5% son familiares.
- El 19,1% de las firmas y despachos están gestionadas por mujeres.
- El 6,7% disponen de un departamento específico de marketing.
- El 5,8% de las firmas y despachos se habían acogido a un ERTE y de éstos se han visto afectados en promedio el 59,5% de la plantilla.
- El 77,0% de las firmas y despachos llevaron a cabo prácticas de teletrabajo y afectó al 52,7% de la plantilla. Y el 52,2% de las empresas confirmaron que en el futuro seguirán utilizando el teletrabajo.

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

EMPLEO: el impacto sobre el empleo en las firmas y despachos profesionales fue muy reducido. El número medio de empleados antes de la crisis era de 5,6 trabajadores, disminuyendo a 5,5 trabajadores después de la crisis (al momento de realizar la encuesta). El 10,6% de las firmas y despachos vieron disminuir el número de sus trabajadores, el 87,3% lo mantuvo y tan solo el 2,1% lo aumentó. Las expectativas para el 2021 muestran que el 21,7% de las firmas y despachos encuestados consideran que disminuirá el empleo, el 72,8% lo mantendrá y el 5,5% lo aumentará.

FACTURACIÓN: el 76,6% de las firmas y despachos profesionales estiman que han visto reducidas sus ventas como consecuencia de la crisis, y la reducción se sitúa en un -24,8%. Las expectativas del segundo semestre del 2020, aunque sea aún desfavorables, mejoran respecto a las del primer semestre. Así, en el primer semestre, el 47,9% consideran que su facturación disminuirá (42,6% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que aumentarán un 7,2% de las firmas en el primer semestre (12,5% en segundo semestre).

INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

RENTABILIDAD: el 86,2% de las firmas y despachos se han visto afectadas, con un grado de importancia de 2,94 (en una escala de 1 a 5).

NIVEL DE DEUDA: el 57,5% se han visto afectadas, con un grado de importancia de 2,76.

NIVEL DE LIQUIDEZ: el 77,0% de firmas y despachos se consideran afectadas, con un impacto de 2,77.

REALIZACIÓN DE INVERSIONES: el 75,9% de las firmas y despachos se han visto afectadas con un impacto medio de 3,29.

IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN

La crisis sanitaria también ha podido impactar en la gestión de las actividades de las firmas y despachos profesionales. Las actividades se han clasificado en: actividades financieras y actividades estratégicas.

ACTIVIDADES FINANCIERAS

La crisis COVID-19 impactó en mayor grado en que las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas (3,35, en una escala de 1 a 5). El resto de las variables quedan por debajo del valor de 3. Esto, en cierta medida, parece indicar que esta crisis no ha afectado, al menos todavía, a las actividades financieras de las firmas y despachos profesionales. Así, variables como la falta de financiación pone en peligro el futuro de la empresa otorgan un valor de 2,72 o que los impagos de los clientes se hayan aumentado con un valor de 2,97.

ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

En general la crisis ha provocado que las operaciones de las firmas y despachos se han vuelto más difíciles, con una valoración de 3,74, en una escala de 1 a 5. Contrariamente, la crisis parece que ha impactado menos en otras actividades estratégicas como en la actividad innovadora de las firmas y despachos profesionales. Así, los ítems impacto en la introducción de nuevos servicios (2,50) y reducciones en nuevos procesos tecnológicos (2,47) han tenido valoraciones inferiores a 3. Otro aspecto importante es que las firmas no disponían de planes específicos de gestión de riesgos (2,23).

MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS

Las medidas más valoradas fueron potenciar ayudas para la digitalización de clientes y consumidores con una valoración de 4,03 (en una escala de 1 a 5) y los programas de estímulo al consumidor con una valoración de 3,46.

MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD

Tuvieron una mayor valoración las medidas relacionadas con las ayudas a la digitalización de las empresas (4,16), seguido de las ayudas para la formación y reciclaje de las empresas (3,86).

MEDIDAS FINANCIERAS

Las ayudas para mejorar la capacidad de los bancos para financiar a las empresas (4,02) fue la medida más valorada. Seguida de la necesidad de estimular el crecimiento a partir de ayudas a la inversión (3,97).

MEDIDAS NORMATIVAS

Las medidas normativas son las más demandadas por los encuestados. Ante un escenario de incertidumbre económica y de posible reducción de los ingresos, las empresas solicitan principalmente la reducción de las cuotas que abona la empresa a la seguridad social (4,21), la flexibilidad laboral (4,12) y la reducción de los impuestos (4,09).

DATOS GENERALES

GRÁFICO 1 ¿CONSIDERA QUE LA EMPRESA ES UNA EMPRESA FAMILIAR?

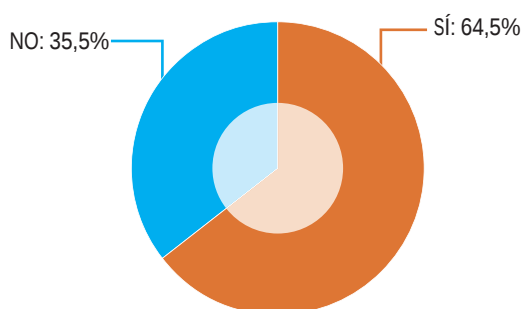


GRÁFICO 2 ¿CUÁL ES EL GÉNERO DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE?

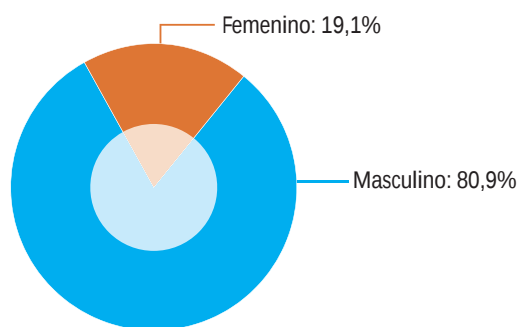


GRÁFICO 3 ¿HA TENIDO QUE ACOGERSE SU EMPRESA A UN ERTE? ... ¿% DE LA PLANTILLA?

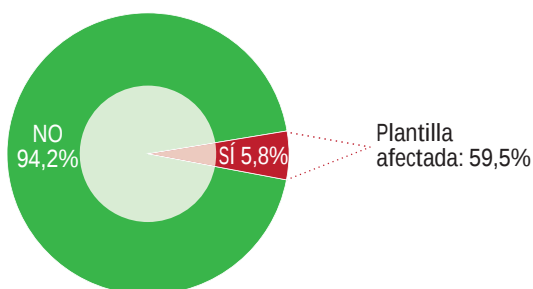
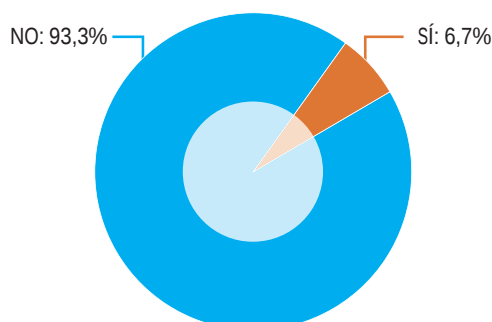


GRÁFICO 4 ¿TIENE SU EMPRESA DEPARTAMENTO ESPECÍFICO DE MARKETING?



TELETRABAJO E INFORMACIÓN NO FINANCIERA

GRÁFICO 5 · ¿QUÉ % DE SUS TRABAJADORES ESTÁN REALIZANDO TELETRABAJO COMO CONSECUENCIA DEL COVID-19?

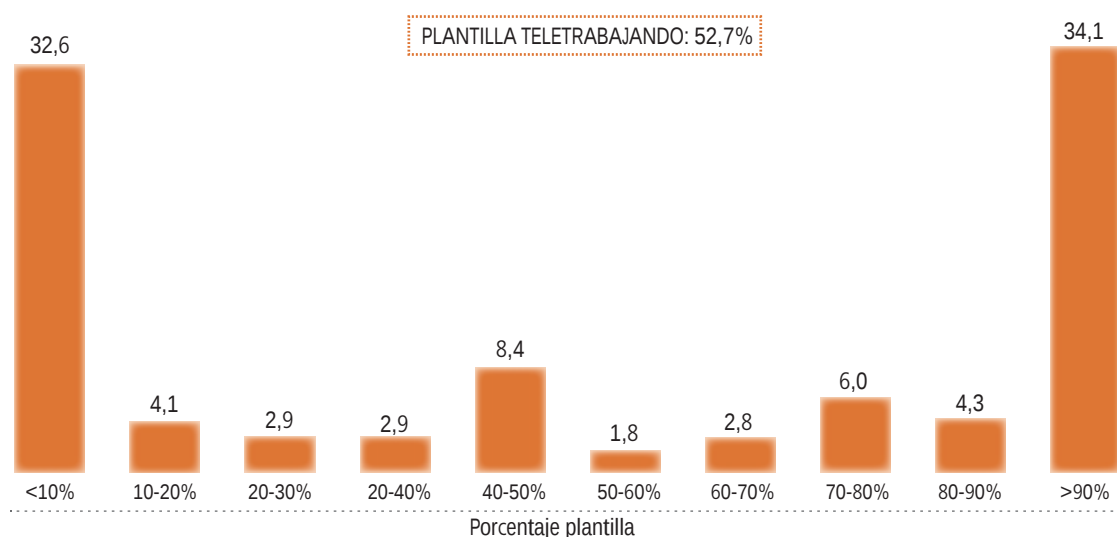
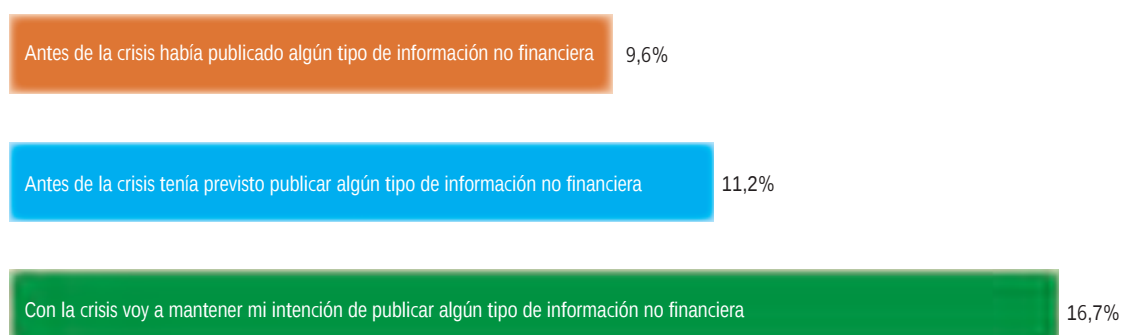


GRÁFICO 6 · ¿PREVEN SEGUIR EN SU ORGANIZACIÓN CON LA POSIBILIDAD DE REALIZAR TELETRABAJO CUANDO FINALICE COVID-19?



GRÁFICO 7 · INDIQUE ¿CÓMO HA IMPACTADO LA ACTUAL CRISIS COVID-19 EN SU PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA?



IMPACTO ECONÓMICO

GRÁFICO 8 · A: PROMEDIO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA EN LOS AÑOS 2019 Y 2020 (ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS) · B: % VARIACIÓN EMPRESAS DURANTE 2020 ANTES-DESPUÉS DE LA CRISIS

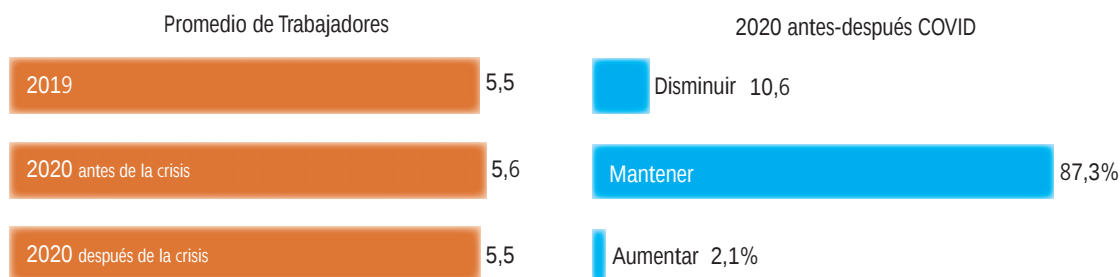


GRÁFICO 9 · DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES (TASA DE VARIACIÓN %), PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE DISMINUYEN SUS TRABAJADORES DURANTE EL AÑO 2020

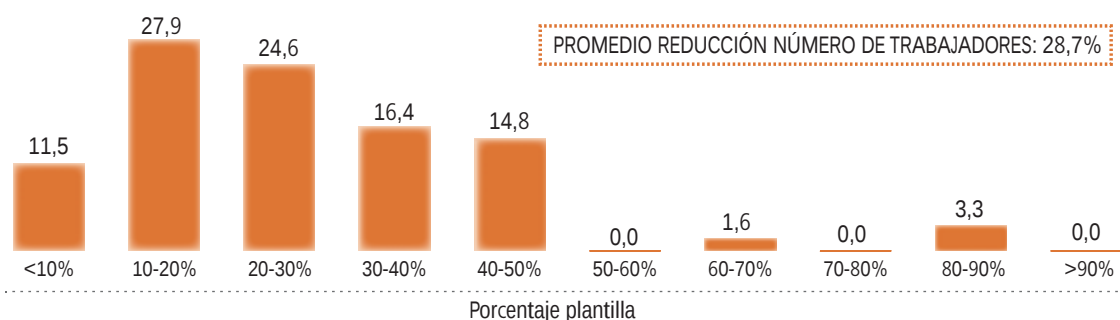


GRÁFICO 10 · ¿CREE QUE LA TENDENCIA PARA 2021 ES AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR EL NÚMERO DE EMPLEADOS?

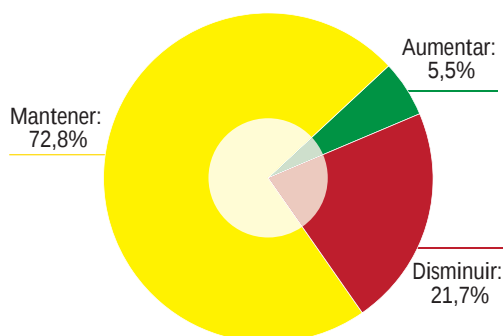


GRÁFICO 11 · % DE EMPRESAS QUE ESTIMAN REDUCIR VENTAS O NO EN 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS

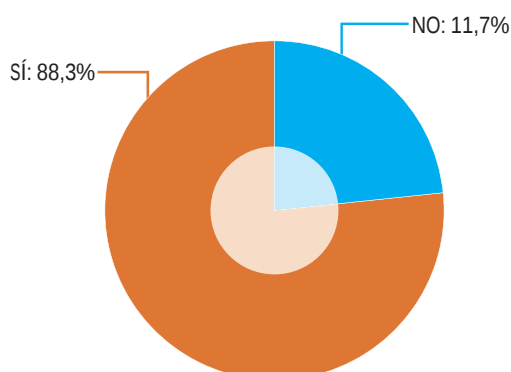


GRÁFICO 12 · ¿QUÉ % ESTIMA QUE SE REDUCIRÁN SUS VENTAS EN EL 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS?

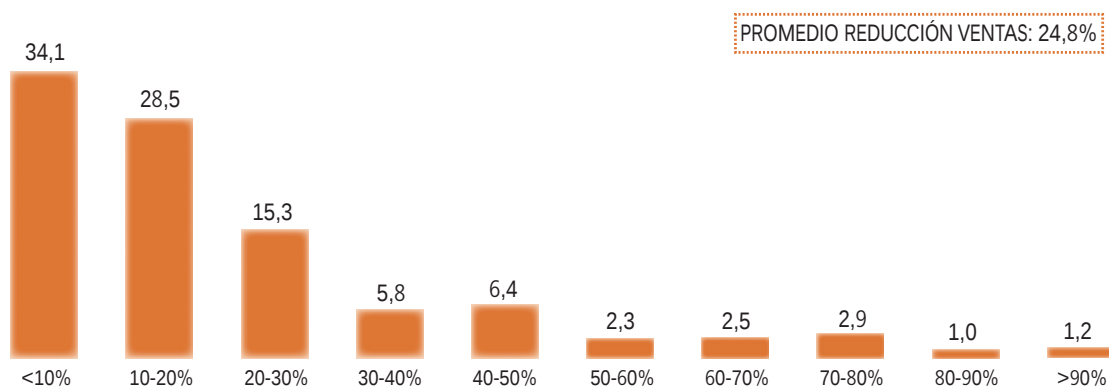


GRÁFICO 13 · ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE VENTAS DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2020 (PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE)?

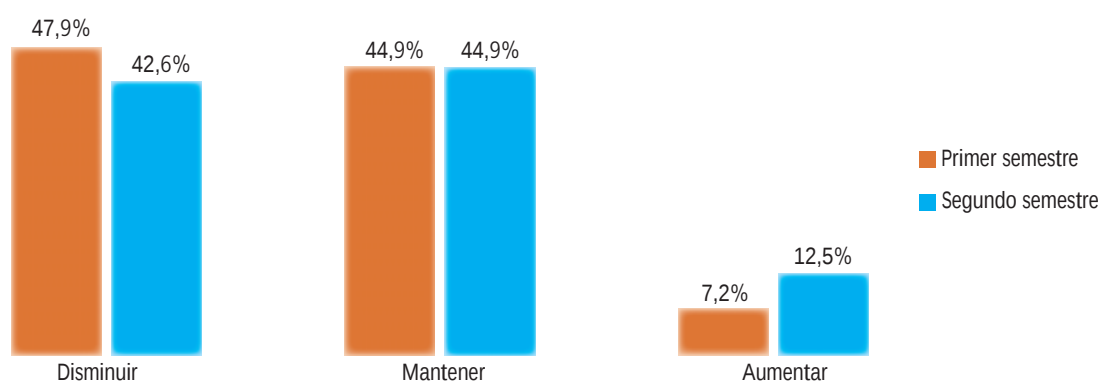
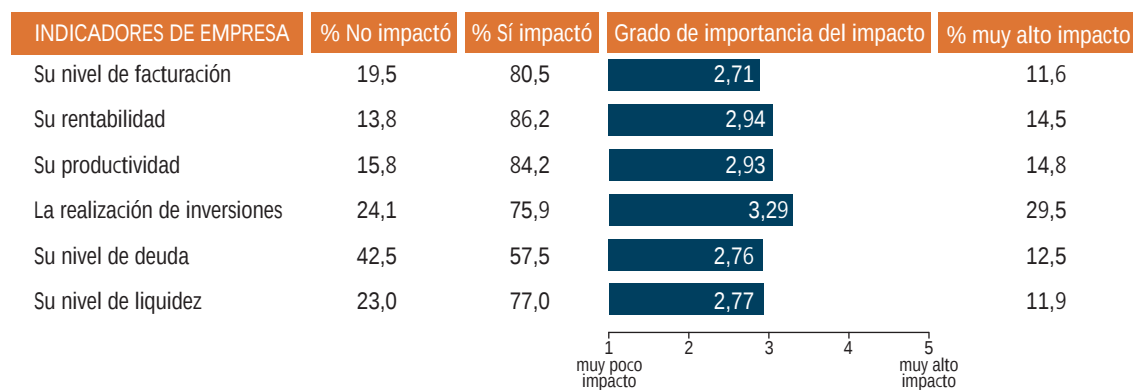


GRÁFICO 14 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS



IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

GRÁFICO 15 · ACTIVIDADES FINANCIERAS

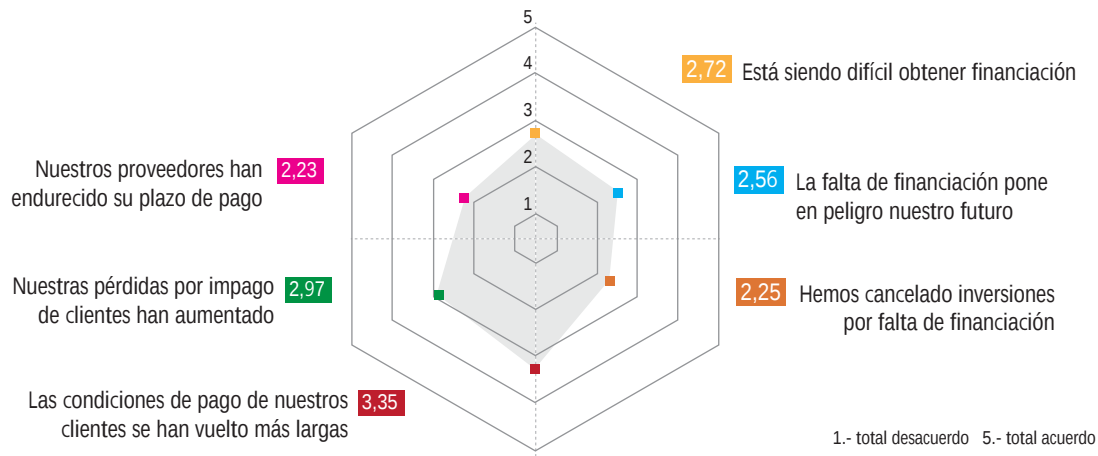
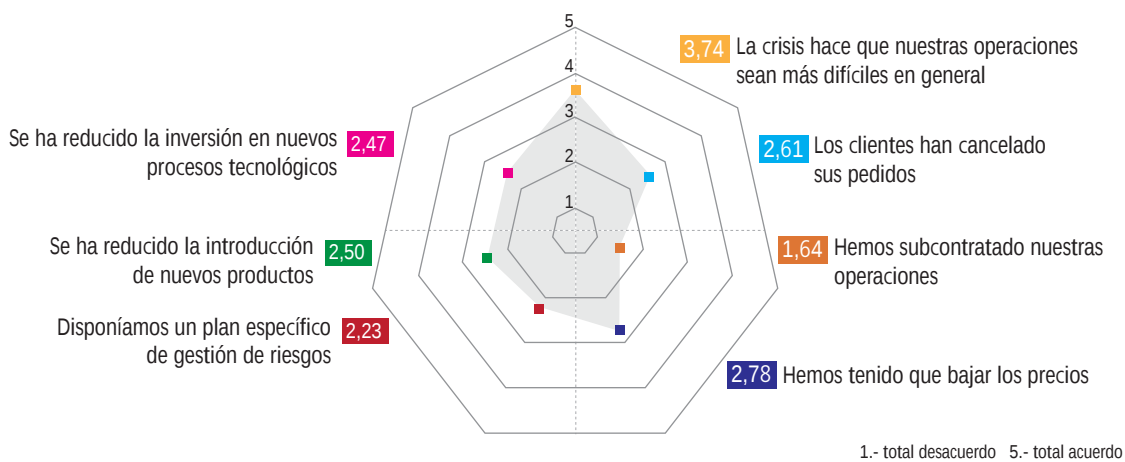


GRÁFICO 16 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS



MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

GRÁFICO 17 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS

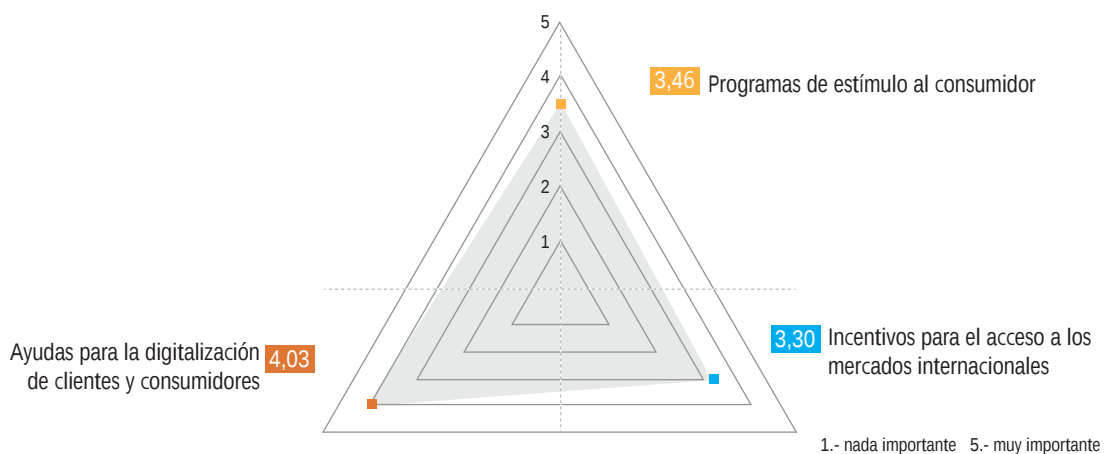


GRÁFICO 18 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD

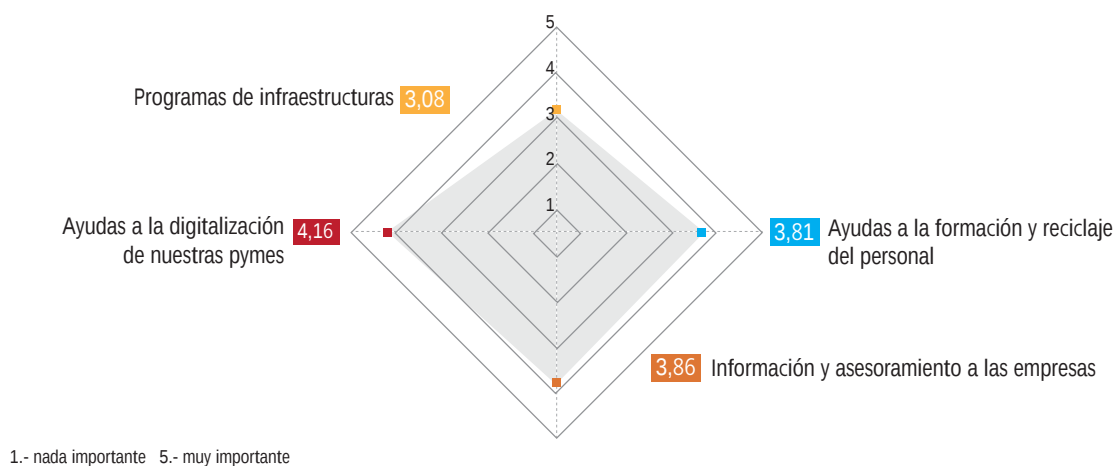


GRÁFICO 19 · MEDIDAS FINANCIERAS

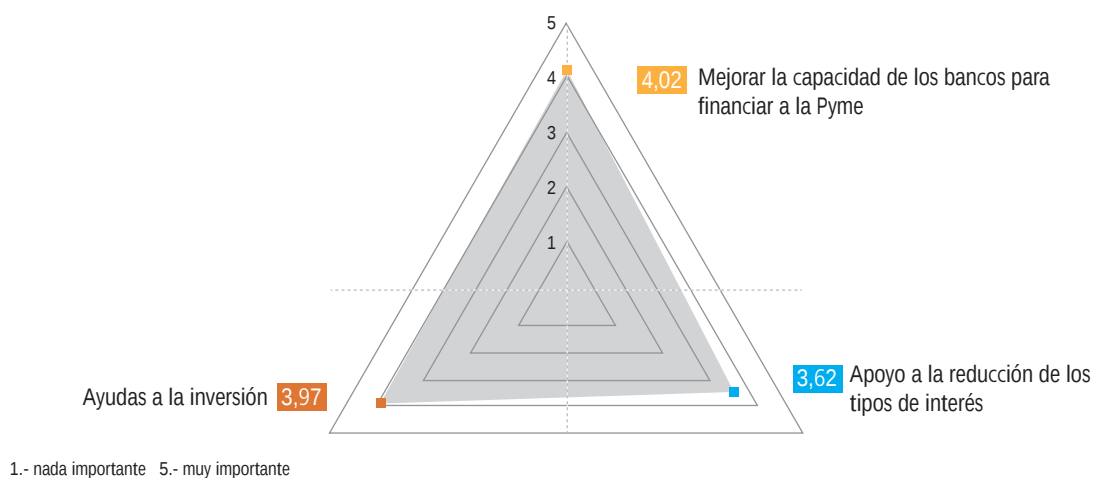
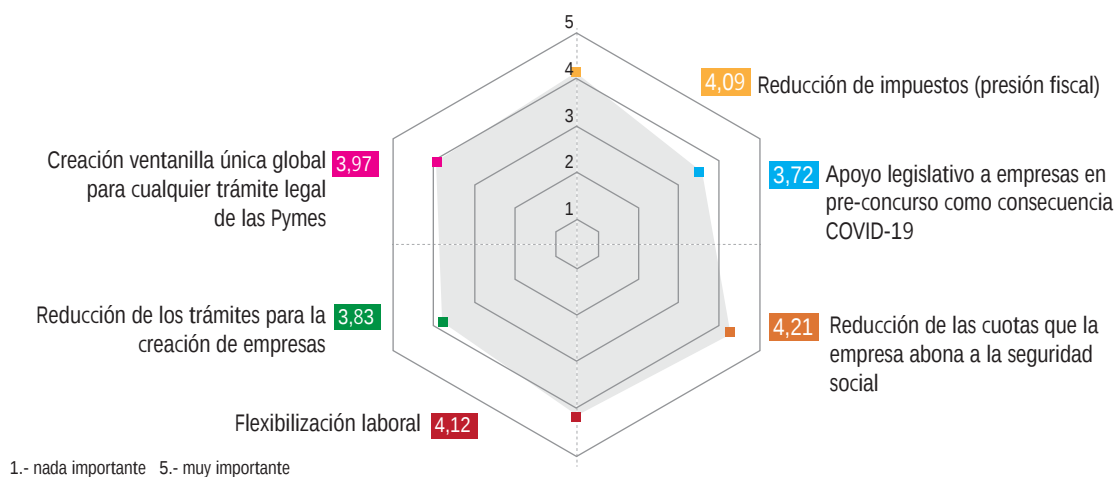


GRÁFICO 20 · MEDIDAS NORMATIVAS



ANEXO 2. IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES

EL objetivo de este anexo al informe es aportar información sobre cómo está impactando la crisis COVID-19 en las firmas y despachos profesionales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España. Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 492 firmas y despachos profesionales de graduados e ingenieros técnicos industriales. El trabajo de campo se organizó con el Consejo General de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales de España. La técnica de recogida de información fue una encuesta online a través de un cuestionario autoadministrado. El trabajo de campo se realizó desde el 11 de mayo hasta el 4 de junio de 2020. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

ESTRUCTURA DE LA MUESTRA (MUESTRA POR CC.AA.)

	Nº DE EMPRESAS	%		Nº DE EMPRESAS	%
Andalucía	71	14,4	Comunidad Valenciana	82	16,7
Aragón	12	2,4	Extremadura	16	3,3
Asturias	24	4,9	Galicia	41	8,3
Baleares	6	1,2	La Rioja	6	1,2
Canarias	10	2,0	Madrid	50	10,2
Cantabria	12	2,4	Murcia	30	6,1
Castilla y León	36	7,3	Navarra	7	1,4
Castilla-La Mancha	46	9,3	País Vasco	5	1,0
Cataluña	38	7,7	TOTAL	492	100,00

RESUMEN IMPACTO SOBRE LAS FIRMAS Y DESPACHOS PROFESIONALES DE GRADUADOS E INGENIEROS TÉCNICOS INDUSTRIALES

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 492 firmas y despachos profesionales de Graduados e Ingenieros Técnicos Industriales sobre el impacto económico de la crisis del COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GENERALES

- La edad media de las firmas y despachos profesionales es de 21,4 años.
- El 61,3% son familiares.
- El 11,2% de las firmas y despachos están gestionadas por mujeres.
- El 15,9% disponen de un departamento específico de marketing.
- El 24,5% de las firmas y despachos se habían acogido a un ERTE y de éstos se han visto afectados en promedio el 72,4% de la plantilla.
- El 79,2% de las firmas y despachos llevaron a cabo prácticas de teletrabajo y afectó al 55,8% de la plantilla. Y el 54,9% de las empresas confirmaron que en el futuro seguirán utilizando el teletrabajo.

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

EMPLEO: El número medio de empleados antes de la crisis era de 14,1 trabajadores, disminuyendo a 11,7 trabajadores después de la crisis (al momento de realizar la encuesta). El 22,6% de las firmas y despachos vieron disminuir el número de sus trabajadores, el 75,5% lo mantuvo y tan solo el 1,9% lo aumentó. Las expectativas para el 2021 muestran que el 24,3% de las firmas y despachos encuestados consideran que disminuirá el empleo, el 67,4% lo mantendrá y el 8,3% lo aumentará.

FACTURACIÓN: el 91,2% de las firmas y despachos profesionales estiman que han visto reducidas sus ventas como consecuencia de la crisis, y la reducción se sitúa en un -50,4%. Las expectativas del segundo semestre del 2020, aunque sean aún desfavorables, mejoran respecto a las del primer semestre. Así, en el primer semestre, el 65,1% consideran que su facturación disminuirá (45,2% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que aumentarán un 6,4% de las firmas en el primer semestre (17,7% en segundo semestre).

INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

RENTABILIDAD: el 93,0% de las firmas y despachos se vieron afectadas, con un grado de importancia de 3,74 (en una escala de 1 a 5).

NIVEL DE DEUDA: el 70,5% se han visto afectadas, con un grado de importancia de 3,23.

NIVEL DE LIQUIDEZ: el 86,3% de firmas y despachos se consideran afectados, con un impacto de 3,56.

REALIZACIÓN DE INVERSIONES: el 86,6% de las empresas se han visto afectadas con un impacto medio de 3,97.

IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN

La crisis sanitaria también ha podido impactar en la gestión de las actividades de las firmas y despachos profesionales. Las actividades se han clasificado en: actividades financieras y actividades estratégicas.

ACTIVIDADES FINANCIERAS

La crisis COVID-19 impactó en mayor grado en que las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas (3,46, en una escala de 1 a 5). Seguida de que a las firmas les está siendo difícil obtener financiación (3,16) y que la falta de financiación puede poner en peligro su futuro (3,09). El resto de las variables quedan por debajo del valor de 3 lo que implica un impacto más reducido.

ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

En general la crisis ha provocado que las operaciones de las firmas y despachos se han vuelto más difíciles, con una valoración de 3,93, en una escala de 1 a 5. La crisis también ha influido en que clientes hayan cancelado operaciones (3,36), que hayan reducido sus innovaciones en procesos (3,04) y que en determinados casos hayan tenido que bajar precios (3,02). Otro aspecto importante es que las firmas no disponían de planes específicos de gestión de riesgos (2,38).

MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS

Las medidas más valoradas fueron potenciar ayudas para la digitalización de clientes y consumidores con una valoración de 3,84 (en una escala de 1 a 5) y los programas de estímulo al consumidor con una valoración de 3,64.

MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD

Tuvieron una mayor valoración las medidas relacionadas con las ayudas para la formación y reciclaje de las empresas (3,98), seguido de las ayudas a la digitalización de las empresas (3,97).

MEDIDAS FINANCIERAS

La necesidad de estimular el crecimiento a partir de ayudas a la inversión (4,06) fue la medida más valorada. Seguida de medidas para apoyar la reducción de los tipos de interés (3,88).

MEDIDAS NORMATIVAS

Las medidas normativas son las más demandadas por los encuestados. Ante un escenario de incertidumbre económica y de posible reducción de los ingresos, las firmas y despachos solicitan principalmente la reducción de las cuotas que abona la empresa a la seguridad social (4,04), la flexibilidad laboral (3,97) y la reducción de los impuestos (3,97). Aunque la medida más valorada fue la creación de una ventanilla única global para realizar cualquier trámite legal que tengan que hacer las pymes (4,07).

DATOS GENERALES

GRÁFICO 1 ¿CONSIDERA QUE LA EMPRESA ES UNA EMPRESA FAMILIAR?

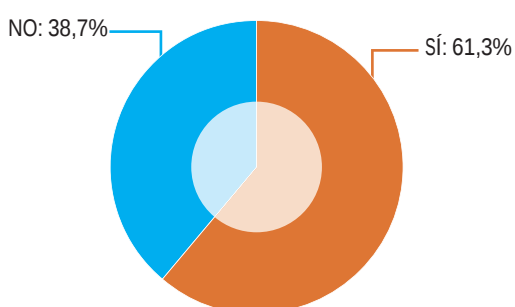


GRÁFICO 2 ¿CUÁL ES EL GÉNERO DEL DIRECTOR GENERAL/GERENTE?

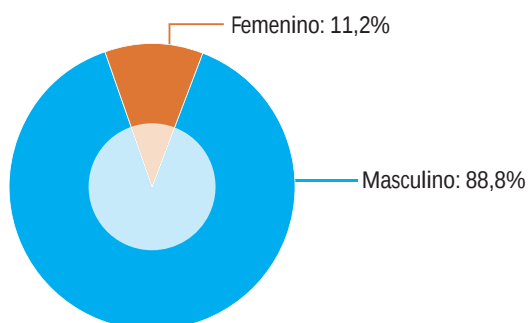


GRÁFICO 3 ¿HA TENIDO QUE ACOGERSE SU EMPRESA A UN ERTE? ... ¿% DE LA PLANTILLA?

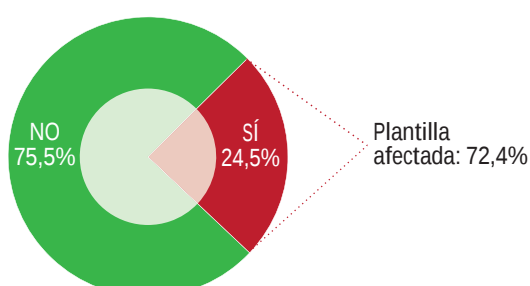
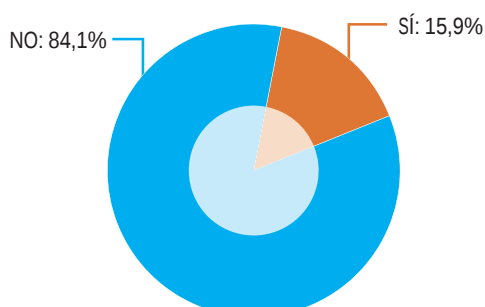


GRÁFICO 4 ¿TIENE SU EMPRESA DEPARTAMENTO ESPECÍFICO DE MARKETING?



TELETRABAJO

GRÁFICO 5 · ¿QUÉ % DE SUS TRABAJADORES ESTÁN REALIZANDO TELETRABAJO COMO CONSECUENCIA DEL COVID-19?

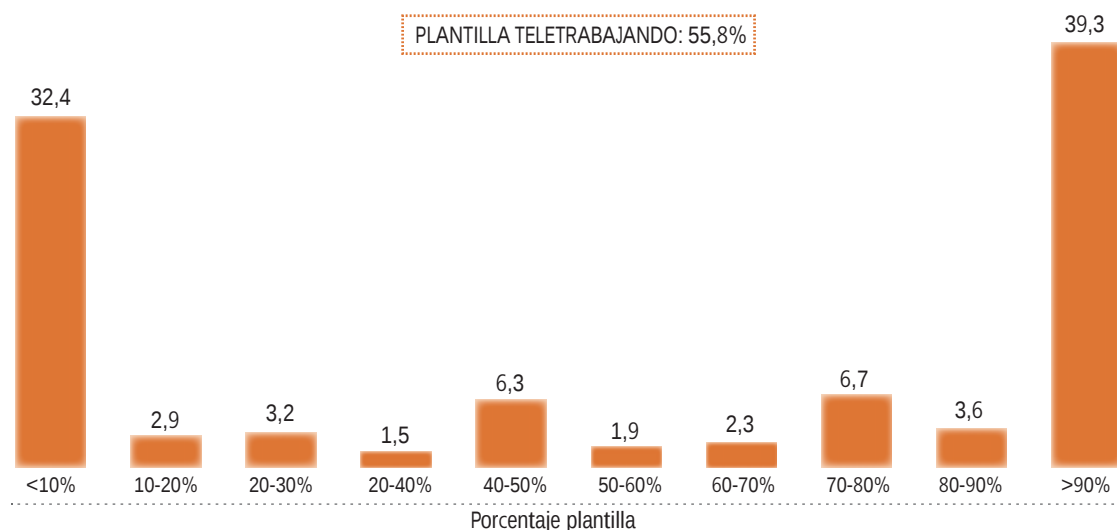


GRÁFICO 6 · ¿PREVEN SEGUIR EN SU ORGANIZACIÓN CON LA POSIBILIDAD DE REALIZAR TELETRABAJO CUANDO FINALICE COVID-19?



IMPACTO ECONÓMICO

GRÁFICO 7 · A: PROMEDIO DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA EN LOS AÑOS 2019 Y 2020 (ANTES Y DESPUÉS DE LA CRISIS) · B: % VARIACIÓN EMPRESAS DURANTE 2020 ANTES-DESPUÉS DE LA CRISIS

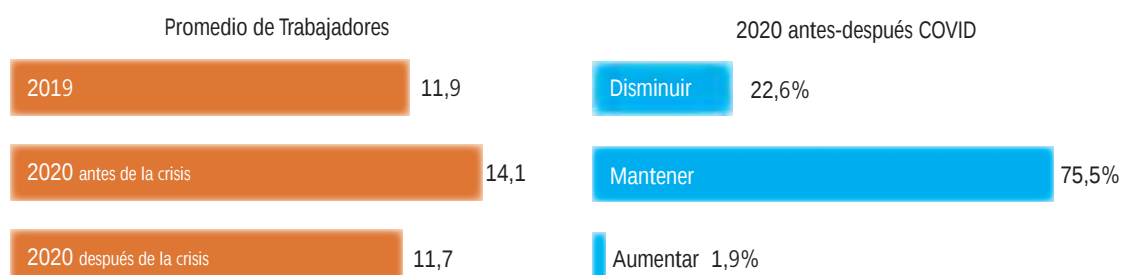


GRÁFICO 8 · DISMINUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES (TASA DE VARIACIÓN %), PARA AQUELLAS EMPRESAS QUE DISMINUYEN SUS TRABAJADORES DURANTE EL AÑO 2020

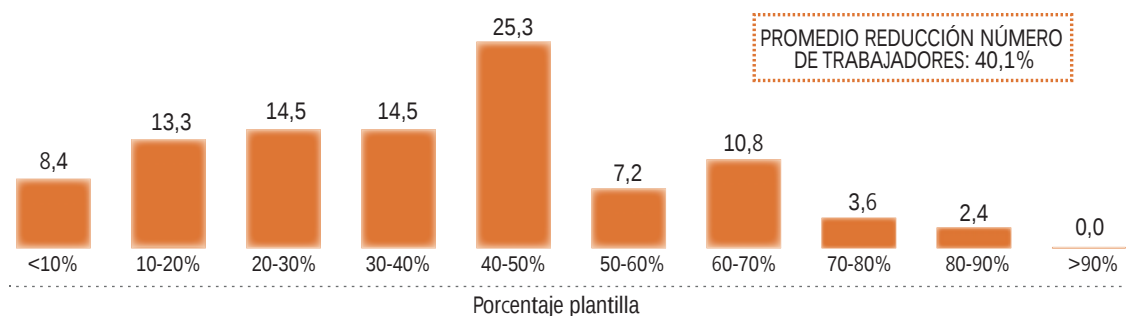


GRÁFICO 9 · ¿CREE QUE LA TENDENCIA PARA 2021 ES AUMENTAR, MANTENER O DISMINUIR EL NÚMERO DE EMPLEADOS?

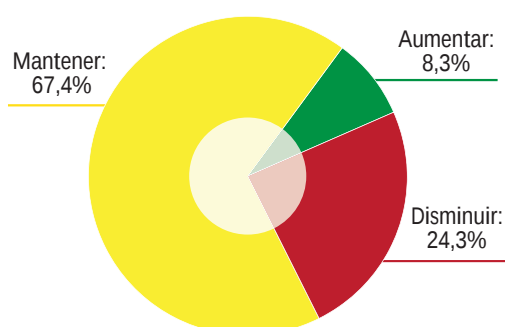


GRÁFICO 10 · % DE EMPRESAS QUE ESTIMAN REDUCIR VENTAS O NO EN 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS

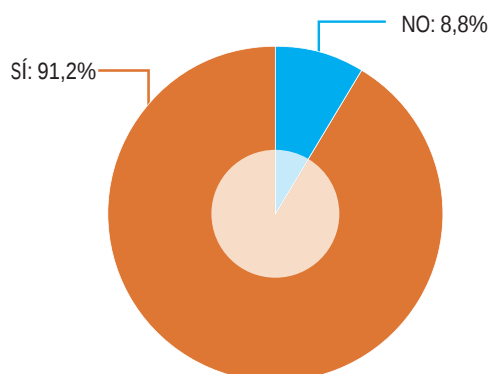


GRÁFICO 11 · ¿QUÉ % ESTIMA QUE SE REDUCIRÁN SUS VENTAS EN EL 2020 COMO CONSECUENCIA DE LA CRISIS?

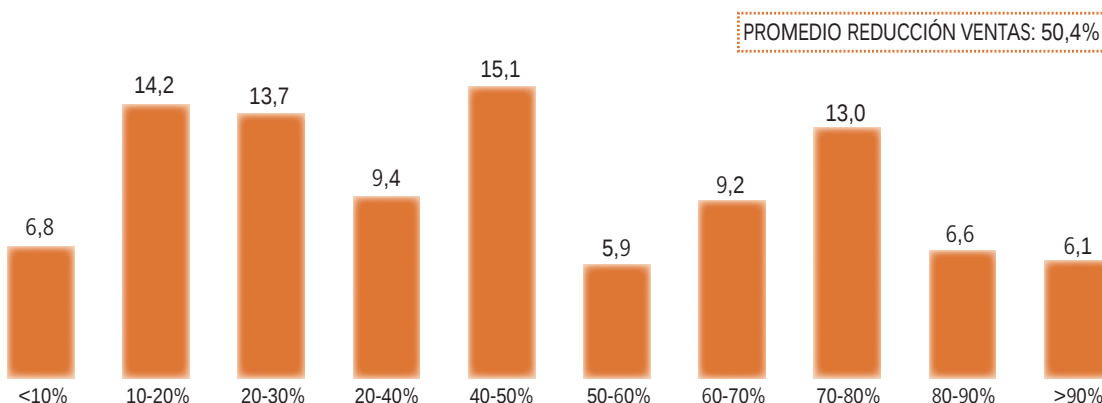


GRÁFICO 12 · ¿CUÁLES SON LAS EXPECTATIVAS DE VENTAS DE SU EMPRESA PARA EL AÑO 2020 (PRIMER Y SEGUNDO SEMESTRE)?

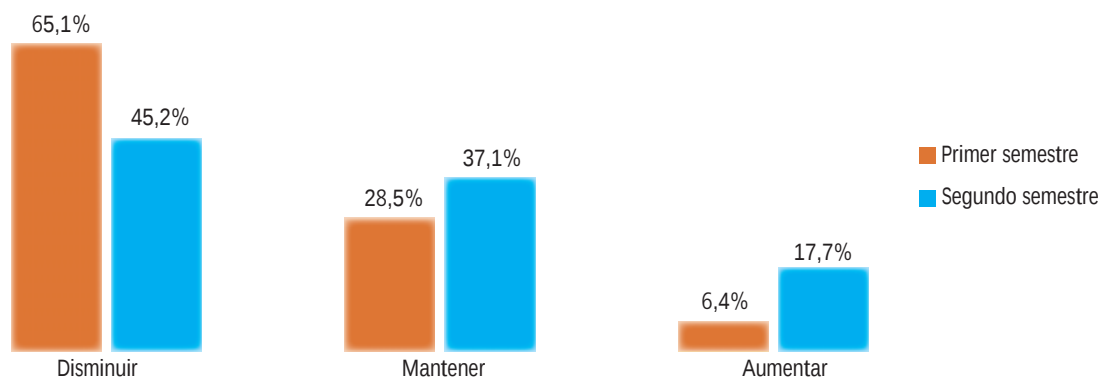
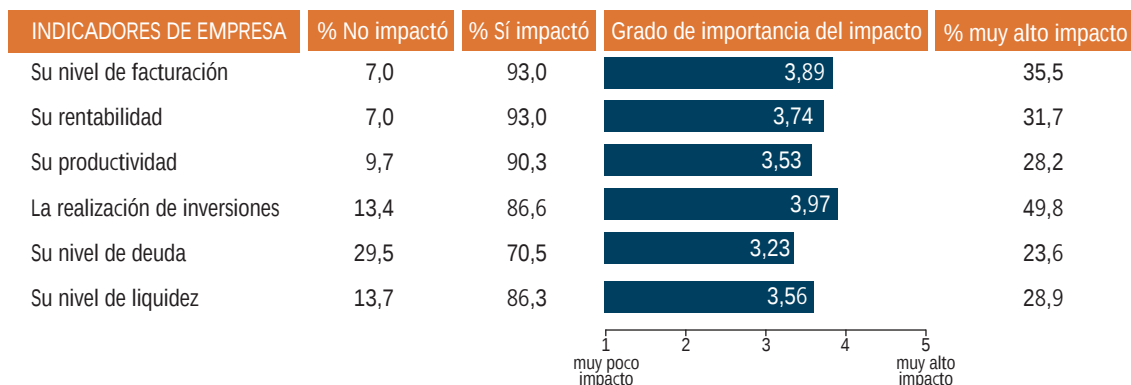


GRÁFICO 13 · IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS



IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

GRÁFICO 14 · ACTIVIDADES FINANCIERAS

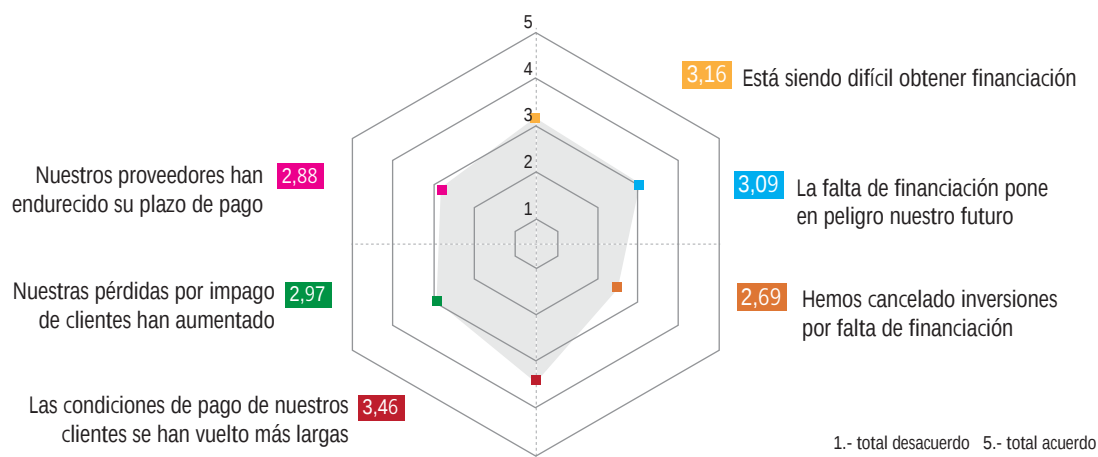
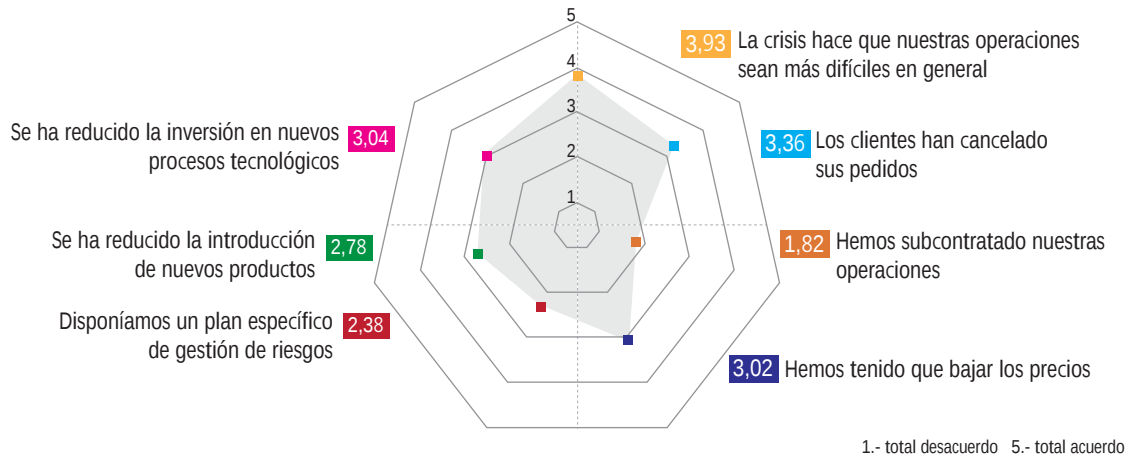


GRÁFICO 15 · ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS



MEDIDAS PARA FAVORECER LA SALIDA DE LA CRISIS

GRÁFICO 16 · MEDIDAS PARA EL ESTÍMULO DE LOS MERCADOS

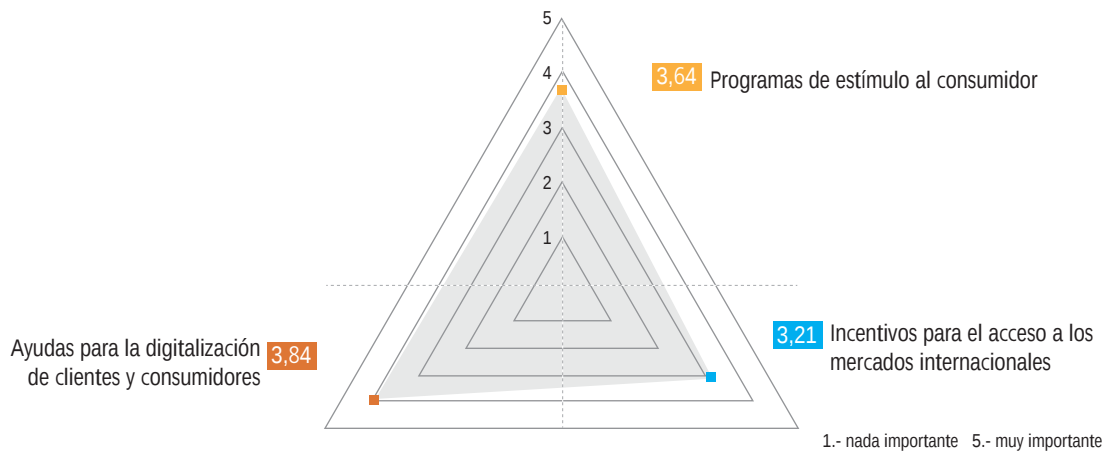


GRÁFICO 17 · MEDIDAS DE COMPETITIVIDAD

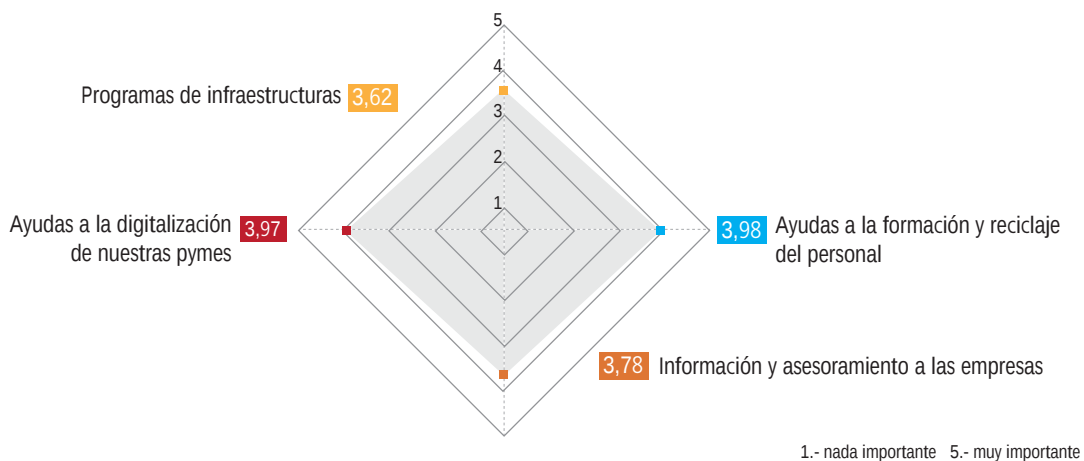


GRÁFICO 18 · MEDIDAS FINANCIERAS

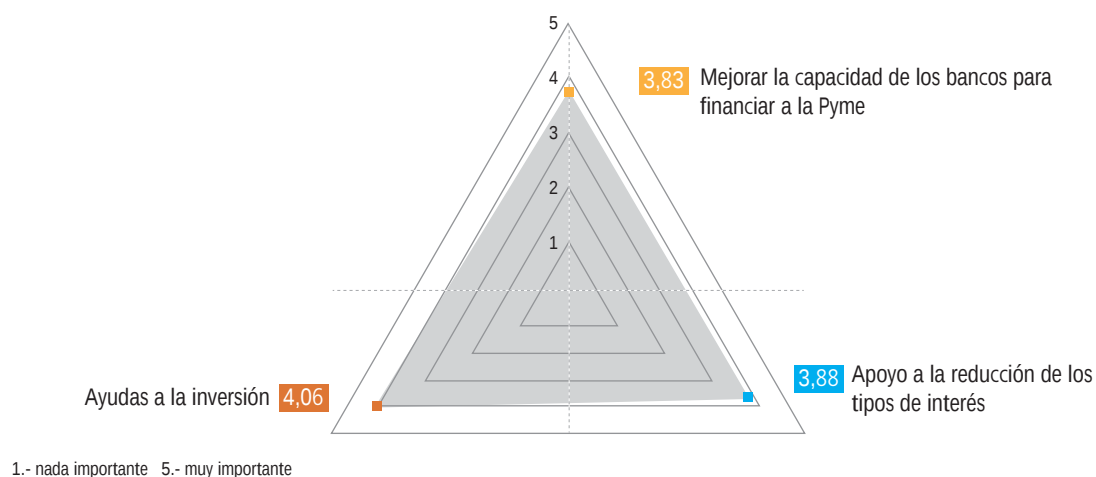
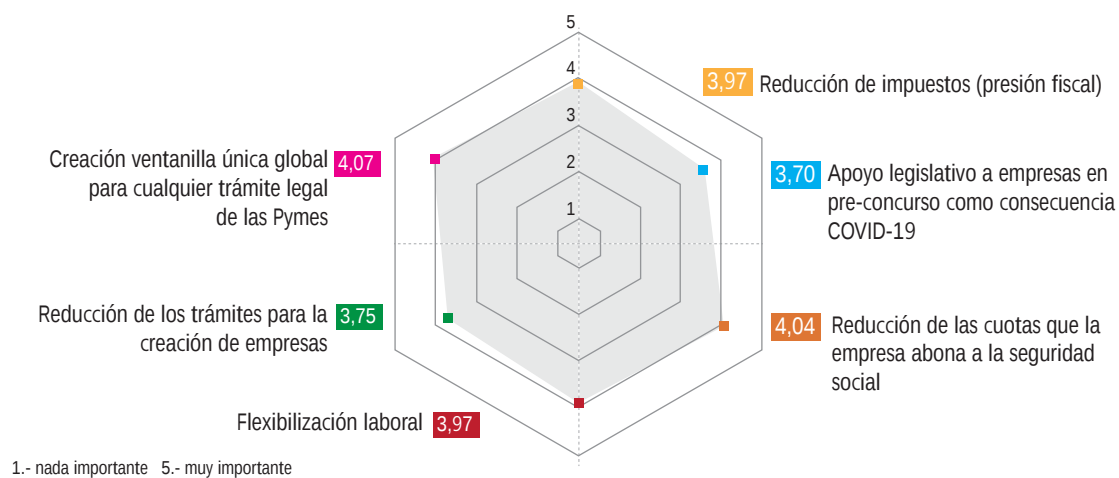


GRÁFICO 19 · MEDIDAS NORMATIVAS



FAEDPYME ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pyme que facilita a los investigadores compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa, aplicados a las pymes. En España la red está compuesta por las universidades de Cantabria, Murcia, Politécnica de Cartagena, Extremadura, Miguel Hernández, Castilla-La Mancha, Sevilla, Granada, Málaga, Salamanca, Complutense de Madrid, y Las Palmas de Gran Canaria. La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, tanto a nivel nacional como internacional, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la Universidad, la empresa y la Administración, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento.

UNIVERSIDAD (Investigadores)

Universidad de Cantabria

Martínez García, Francisco Javier (dir.); Somohano Rodríguez, Francisco Manuel; López Fernández, José Manuel

Universidad de Castilla-La Mancha

Jiménez Moreno, Juan J. (dir.); Sáez Martínez, Francisco José; González Moreno, Ángela; Díaz García, María Cristina; Ruiz Amaya, María Carmen; Avellaneda Rivera, Laura Mercedes

Universidad Complutense de Madrid

Danvila del Valle, Ignacio (dir.); Sastre Castillo, Miguel Ángel (dir.); Ramos González, M^a del Mar; Rubio Andrés, Mercedes; Sánchez González, José Javier

Universidad de Granada

Rodríguez Ariza, Lázaro (dir.); Gómez Miranda, María Elena

Universidad de Extremadura

Hernández Mogollón, Ricardo (dir. general); Fernández Portillo, Antonio (dir. técnico); Díaz Casero, Juan Carlos; Almodóvar González, Manuel; Sánchez Escobedo, Mari Cruz; Rodríguez Preciados, Raúl; Díaz Aunión, Ángel

Universidad de Málaga

Diéguez Soto, Julio (dir.); Becerra Vicario, Rafael; Callejón Gil, Ángela; Cisneros Ruiz, Ana José; Fernández Gámez, Manuel Ángel; Galache Laza, Teresa; González García, Vicente; Ruiz Palomo, Daniel

Universidad Miguel Hernández

Gómez Gras, José María (dir. general); Mira Solves, Ignacio (dir. técnico); Martínez Mateo, Jesús; Estrada De la Cruz, Marina

Universidad de Murcia

Aragón Sánchez, Antonio (dir.); Sánchez Marín, Gregorio; Calvo-Flores Segura, Antonio

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Batista Canino, Rosa M. (dir.); Bolívar Cruz, Alicia; Medina Brito, Pino; Sosa Cabrera, Silvia; Verano Tacoronte, Domingo

Universidad Politécnica de Cartagena

García Pérez de Lema, Domingo (dir.); Duréndez Gómez-Guillamón, Antonio; Hernández Cánovas, Ginés; Madrid Guijarro, Antonia; Martínez-Abarca Pastor, Carlos

Universidad de Salamanca

Muñoz Gallego, Pablo Antonio (dir.); Suárez González, Isabel; González Benito, Oscar; Galende del Canto, Jesús; Lannenongue, Gustavo y Universidad de León: Mariano Nieto Antolín

Universidad de Sevilla

Escobar Pérez, Bernabé (dir.); Miras Rodríguez, María del Mar

EDITA: Consejo General de Economistas de España

ISBN: 978-84-86658-89-2

No está permitida la reproducción total o parcial de este estudio, ni su almacenamiento o transmisión por ningún medio (electrónico, mecánico, grabación, fotocopia, etc.) sin permiso previo del editor.

Diseño y maquetación: desdezero, estudio gráfico



ESTUDIOS

Ε

IMPACTO ECONÓMICO DE LA COVID-19 SOBRE LA EMPRESA

JUNIO 2020

COLABORADORES



economistas
Consejo General

