



INFORME DE LA PYME ANDALUZA 2021

IMPACTO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LA PYME EN ANDALUCÍA





INFORME DE LA PYME ANDALUZA 2021

IMPACTO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LA PYME EN ANDALUCÍA

Equipo de investigación

Diéguez Soto, Julio (Universidad de Málaga)

Escobar Pérez, Bernabé (Universidad de Sevilla)

Gómez Miranda, María Elena (Universidad de Granada)

Miras Rodríguez, María del Mar (Universidad de Sevilla)

Ruiz Palomo, Daniel (Universidad de Málaga)

Foto Portada: Anastasiia Chepinska. **Foto contraportada:** Dose Media.

Fuente: Unsplash.

Relación de equipos de la Red FAEDPYME Andalucía

Universidad	Patrocinadores
<p>Universidad de Granada</p> <p>Gómez Miranda, María Elena (Dir.)</p>	
<p>Universidad de Málaga</p> <p>Diéguez Soto, Julio (Dir.) Callejón Gil, Ángela Cisneros Ruiz, Ana José Fernández Gámez, Manuel Ángel Galache Laza, Teresa González García, Vicente Becerra Vicario, Rafael Ruiz Palomo, Daniel</p>	
<p>Universidad de Sevilla</p> <p>Escobar Pérez, Bernabé (Dir.) Miras Rodríguez, María del Mar</p>	

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción.....	5
2. Características generales de las empresas	7
3. Impacto económico.....	10
3.1. Empleo	10
3.2. Ventas	11
3.3. Indicadores Económicos y Financieros	13
3.4. Internacionalización.....	14
4. Impacto sobre la organización de la empresa.....	16
4.1. Actividades con clientes y proveedores.....	16
4.2. Actividades operativas	16
4.3. Actividades estratégicas.....	17
5. Actividad innovadora.....	18
6. Acceso a la financiación	20
7. Indicadores de rendimiento	22
8. Resumen Ejecutivo	23
9. Referencias.....	26
Anexo. Metodología de Investigación.....	27

1. INTRODUCCIÓN

La crisis global debida a la pandemia COVID-19 está repercutiendo de forma importante en la situación económica de las empresas. Aunque algunas de ellas se han visto beneficiadas, aprovechando condiciones favorables del mercado que han permitido su éxito y crecimiento, la mayoría se han visto fuertemente golpeadas, soportando numerosas circunstancias adversas que han llegado a condicionar su propia supervivencia.

A nivel mundial, la emergencia sanitaria producida por la pandemia ha derivado en la adopción de numerosas medidas restrictivas que, a su vez, han desembocado en un bloqueo de la actividad económica internacional. Aspectos tales como la paralización de la demanda, la reducción de la actividad productiva, el incremento del desempleo o el bloqueo de las cadenas de suministro, han configurado un escenario económico recesivo, en el que las empresas tendrán que dotarse de recursos y capacidades que les permitan adaptarse a las inciertas circunstancias actuales.

En el caso particular de España, la crisis sanitaria se ha transmitido a la economía y a la sociedad a una velocidad inusitada, teniendo la adopción de medidas de confinamiento y la limitación de la actividad económica a la prestación de servicios esenciales, un importante efecto sobre la actividad productiva y el bienestar de los ciudadanos (Real Decreto Ley 8/2020). En este sentido, cabe destacar que la importante paralización de la economía española ha provocado una caída generalizada en la demanda interna y una drástica reducción en la oferta y producción de bienes y servicios no esenciales (Heras, 2020).

Sin embargo, actualmente existe poca evidencia del impacto heterogéneo de la crisis sobre las diferentes empresas dentro de cada sector y región (Fernández et al, 2021). En este escenario, conocer el impacto económico derivado de la crisis COVID-19 sobre las Pymes en Andalucía, puede ayudar a nuestras instituciones a establecer políticas de reactivación económica que vengan a paliar los impactos negativos generados por el COVID-19, así como a los órganos de decisión de las empresas andaluzas a adoptar las políticas más adecuadas que favorezcan el mantenimiento de sus actividades productivas.

Precisamente, el *Informe de la Pyme Andaluza 2021* ofrece información que permite valorar el impacto económico que ha tenido la crisis generada por la COVID-19 sobre las pequeñas y medianas empresas de la Comunidad Autónoma de Andalucía. Como continuación del *Informe de la Pyme Andaluza 2018* (FAEDPYME Andalucía, 2018), su objetivo principal es suministrar información sobre las estrategias y expectativas de las empresas andaluzas, lo que permitirá conocer la problemática de las Pymes en sus múltiples aspectos, siendo de utilidad para la toma de decisiones de las propias empresas y de los distintos agentes económicos y sociales interesados en ellas.

En este informe se aporta información sobre diferentes indicadores económico-financieros y de organización de las Pymes andaluzas, así como una comparativa con las del resto de España, pudiendo resumirse en tres sus objetivos específicos. En primer lugar, estimar el impacto de la crisis económica generada por el COVID-19 sobre el empleo, las ventas y determinados indicadores económico-financieros de las empresas. En segundo lugar, determinar el impacto de la crisis económica generada por el COVID-19 sobre la organización de las empresas. Y, en tercer lugar, estudiar la actividad innovadora de la Pyme y su acceso a la financiación.

El estudio empírico se ha basado en una encuesta realizada en España a 960 Pymes, de las cuales 179 pertenecen a la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta submuestra se amplió hasta considerar 296 Pymes andaluzas en total. Entre ellas no se incluyen empresas de 5 o menos trabajadores. La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica dirigida al gerente de la empresa.

El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a junio de 2021, siendo importante señalar que la intención del informe no es juzgar la situación de un sector en particular, sino ofrecer una visión integral de las Pymes que ponga de manifiesto virtudes o desequilibrios, con el propósito de servir de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar sus virtudes y ajustar los desequilibrios.

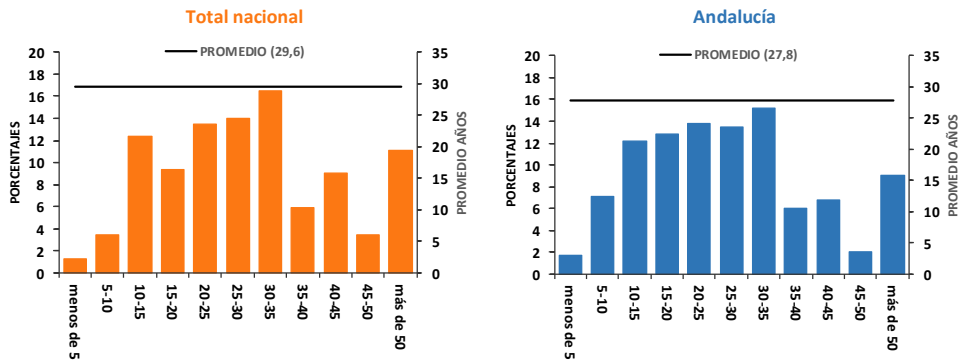
Esperamos que la información presentada en este informe resulte de utilidad al tejido empresarial andaluz, de cuyo éxito y supervivencia depende la creación de empleo y de riqueza en nuestra Comunidad y, en gran medida, la estabilidad económica de Andalucía y de los ciudadanos que habitamos en ella.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Del estudio de las empresas que configuran la muestra, se pueden destacar las siguientes características principales.

La edad media de la Pyme andaluza es de 27,8 años, frente a los 29,6 que se registra a nivel nacional (Gráfico 2.1). Concretamente, atendiendo a su distribución por antigüedad, y en relación a la media nacional, destaca el mayor porcentaje de empresas andaluzas que llevan en funcionamiento menos de 20 años.

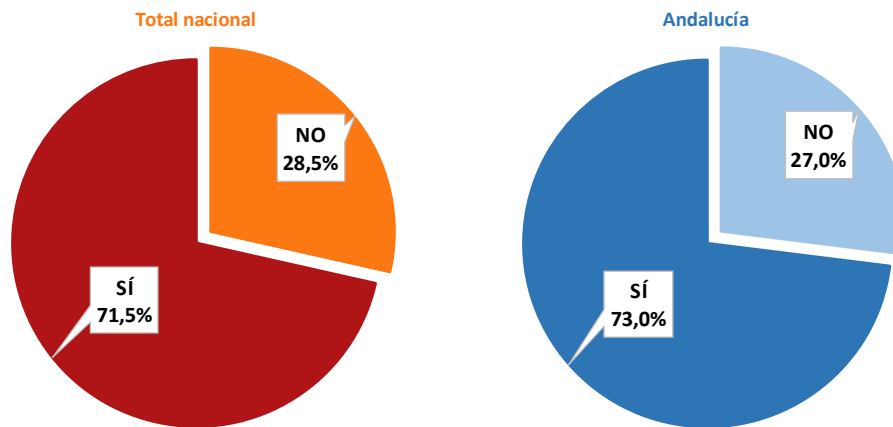
Gráfico 2.1. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?



En Andalucía, el 73% de las Pymes están regidas por algún miembro de la familia propietaria, por lo que el control de la gestión de las Pymes en Andalucía es, en su mayoría, de tipo familiar (Gráfico 2.2). Cabe destacar además que, con respecto a la media nacional (71,5%), en el tejido empresarial andaluz se observa una mayor presencia de empresas de carácter familiar.

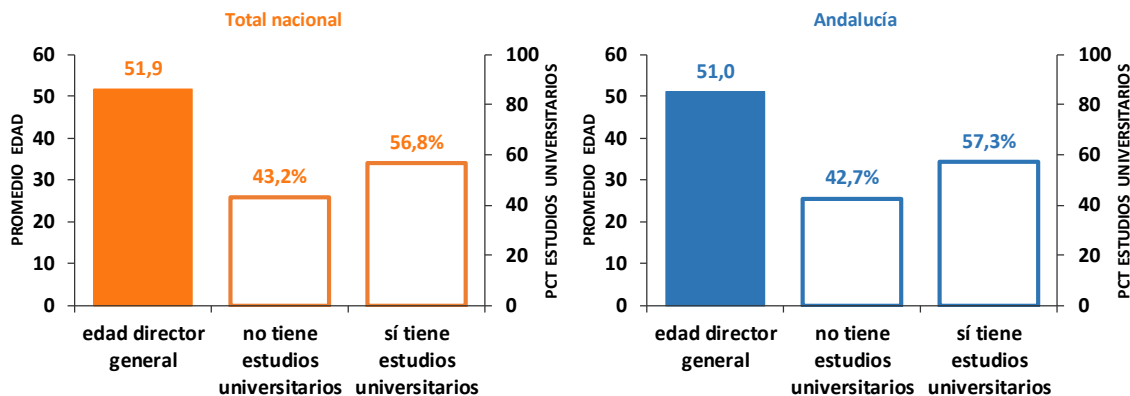
Gráfico 2.2. ¿Considera que la empresa es una empresa familiar?

(es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)



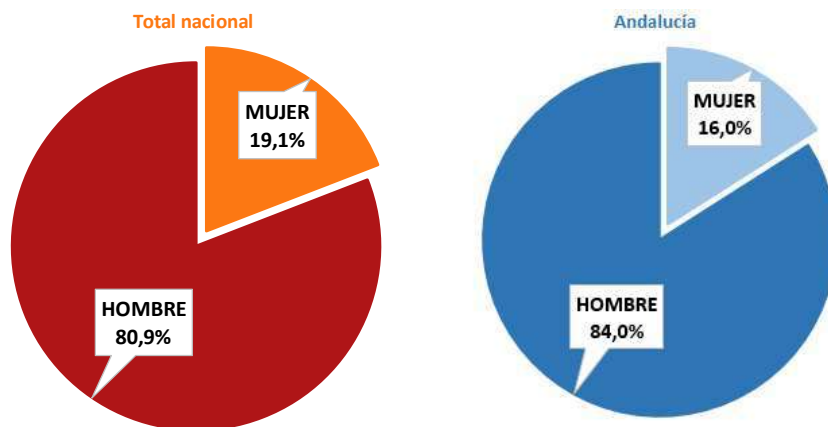
La Pyme andaluza está dirigida por hombres y mujeres cuya edad media se sitúa en 51 años, cifra que está en línea con los datos registrados a nivel nacional (51,9 años). Además, cabe destacar que, por término medio, el nivel de formación de los directores generales andaluces es algo superior, ya que frente al 56,8% registrado a nivel nacional, en Andalucía el 57,3% cuenta con estudios universitarios (Gráfico 2.3).

Gráfico 2.3. Edad del director general y dispone de estudios universitarios.



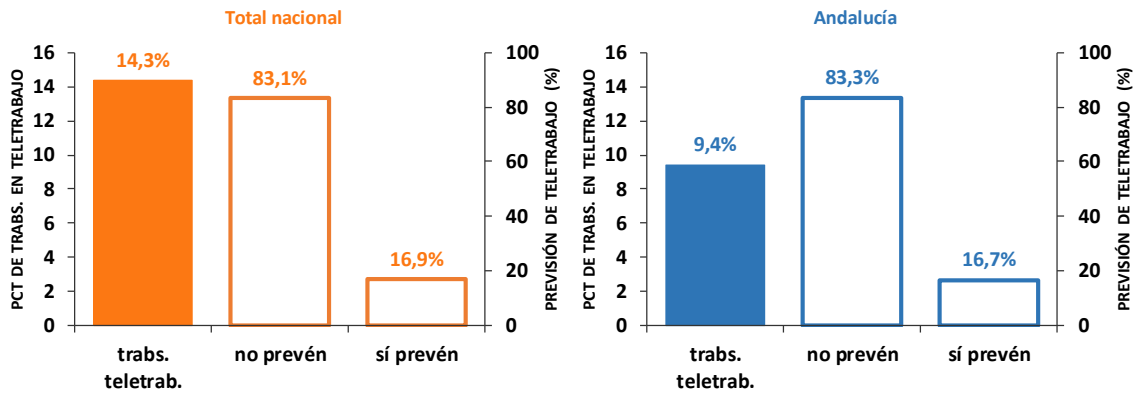
En concreto, el 16% de las Pymes andaluzas están gestionadas por mujeres, lo que representa un porcentaje aún menor que el registrado para la media nacional, donde aproximadamente 1 de cada 5 empresas está dirigida por éstas (Gráfico 2.4).

Gráfico 2.4. ¿Cuál es el género del director general / gerente?



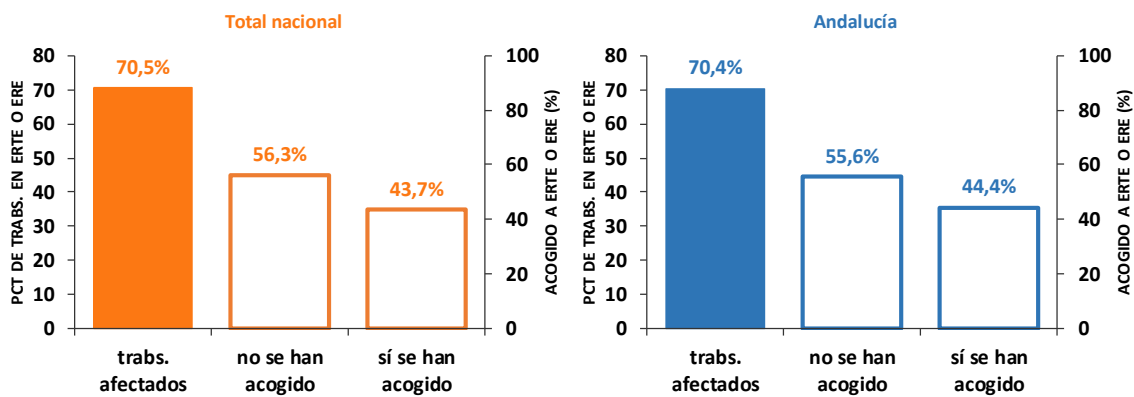
En la fecha de realización de este estudio y probablemente como consecuencia del COVID-19, mientras que el 14,3% de los trabajadores españoles estaban teletrabajando, en nuestra región menos del 10% se encontraban en esta situación. Cabe destacar, no obstante, que, con independencia del ámbito geográfico considerado, las empresas prevén aumentar el teletrabajo cuando finalice el COVID-19, ya que casi el 17% de las Pymes encuestadas manifiestan tener previsto utilizarlo en el futuro (Gráfico 2.5).

Gráfico 2.5. Porcentaje de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19 y previsión a utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.



Asimismo, el 44,4% de las Pymes andaluzas encuestadas afirman que se han acogido a un ERTE o un ERE, habiéndose visto afectados el 70,4% de sus trabajadores, por término medio. Estos porcentajes son similares a los registrados a nivel nacional, donde el 43,7% de las empresas han tenido que realizar suspensiones temporales de los contratos laborales y/o despidos de carácter colectivo, que han afectado al 70,5% de sus plantillas (Gráfico 2.6).

Gráfico 2.6. ¿Ha tenido que acogerse su empresa a un ERTE o un ERE? y porcentaje de plantilla afectada.



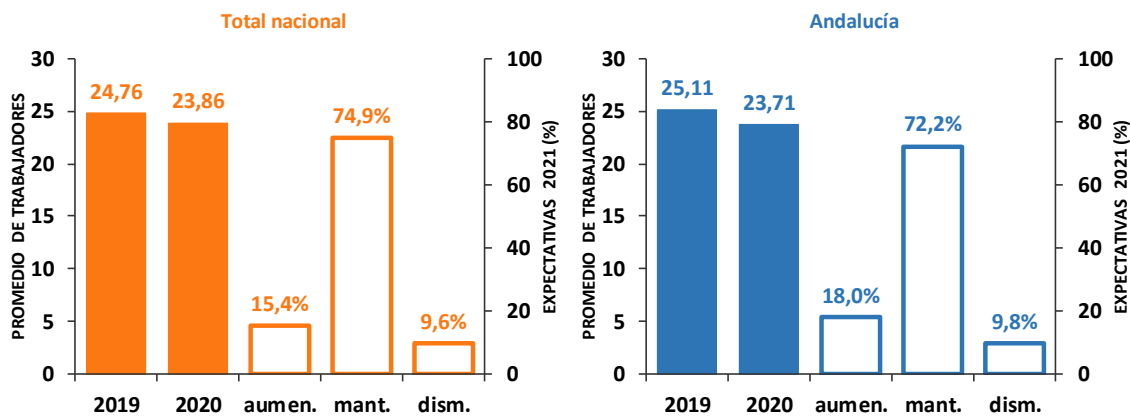
3. IMPACTO ECONÓMICO

Aunque no tenemos referentes similares, cabe prever que la paralización de las actividades económicas provocada por la crisis del COVID-19 tendrá un impacto determinante sobre el tejido empresarial mundial. Si bien sus consecuencias económicas podrán ser evaluadas con fiabilidad con la perspectiva del tiempo transcurrido, una vez que la situación sanitaria, económica y social vuelva a la normalidad, el análisis de la información obtenida para la realización del presente estudio permitirá una aproximación inicial del impacto de la crisis ocasionada por el COVID-19 sobre los niveles de empleo y la facturación de las Pymes andaluzas, así como sobre algunos de sus indicadores económico-financieros y sus expectativas de internacionalización.

3.1. EMPLEO

Conforme a la información sobre la plantilla media que las Pymes declaran haber tenido en 2019 y 2020, la evolución del número de sus empleados durante este periodo y sus expectativas sobre la evolución de la tendencia para el ejercicio 2021 (Gráficos 3.1 y 3.2), se pueden extraer las siguientes consideraciones significativas.

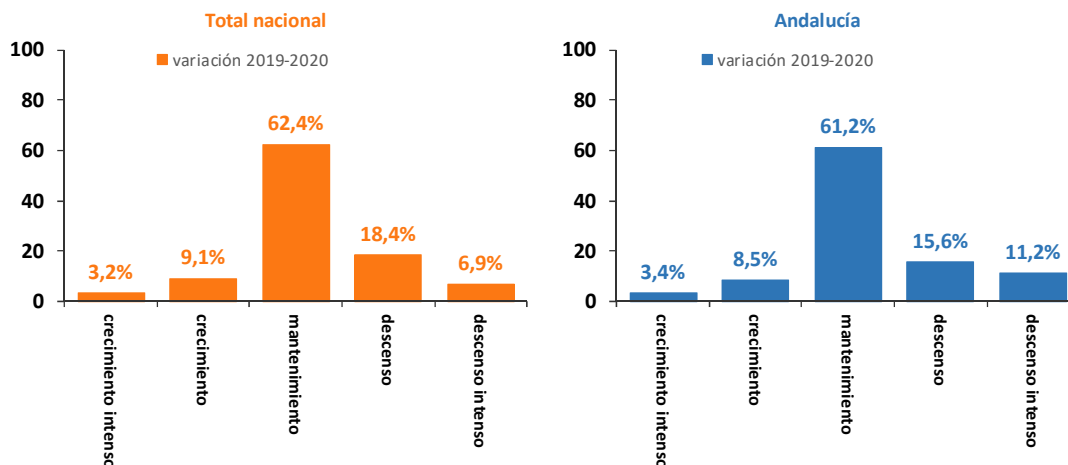
Gráfico 3.1. ¿Cuántos han sido los empleados, en promedio, durante los años 2019 y 2020? ¿Cree que la tendencia para 2021 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?



Las Pymes andaluzas encuestadas presentaban en 2020 un tamaño medio similar al registrado a nivel nacional (23,71 y 23,86 trabajadores, respectivamente). Con respecto a 2019 la plantilla media de las Pymes experimentó una reducción generalizada, si bien ésta fue más importante en el caso de la Comunidad Autónoma Andaluza (5,5%) que a nivel nacional (3,63%). Únicamente el 11,9% de las empresas andaluzas encuestadas consiguió aumentar sus trabajadores en el año 2020 y, de ellas, muy pocas consiguieron un incremento importante en su número de trabajadores.

Si consideramos las expectativas sobre las contrataciones para el año 2021, las Pymes andaluzas se muestran más optimistas que la media nacional, ya que el 18% de las empresas encuestadas esperan que aumente el número de empleados, frente al 15,4% a nivel nacional. En cualquier caso, cabe destacar que con independencia del ámbito geográfico considerado, se observa un gran consenso en cuanto al mantenimiento en el número de empleados, y sólo 1 de cada 10 empresas espera que el número de empleados se reduzca aún más.

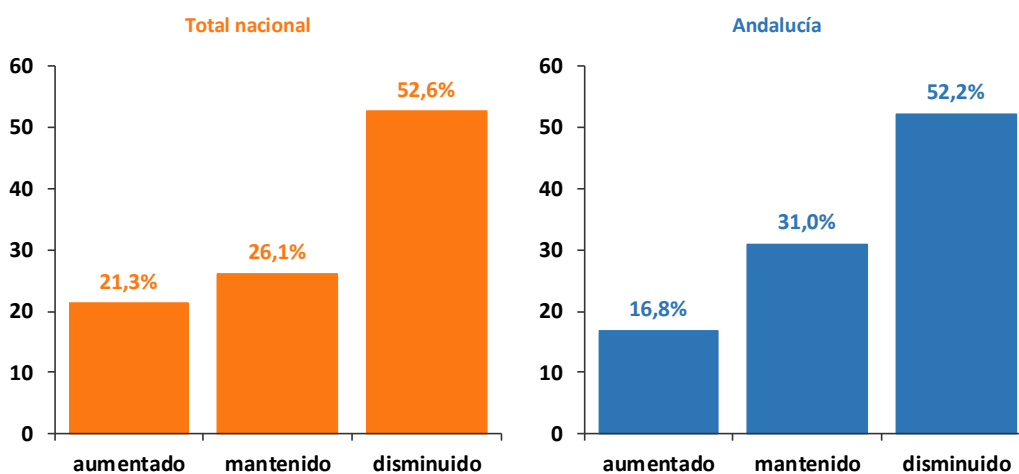
Gráfico 3.2. Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020.



3.2. VENTAS

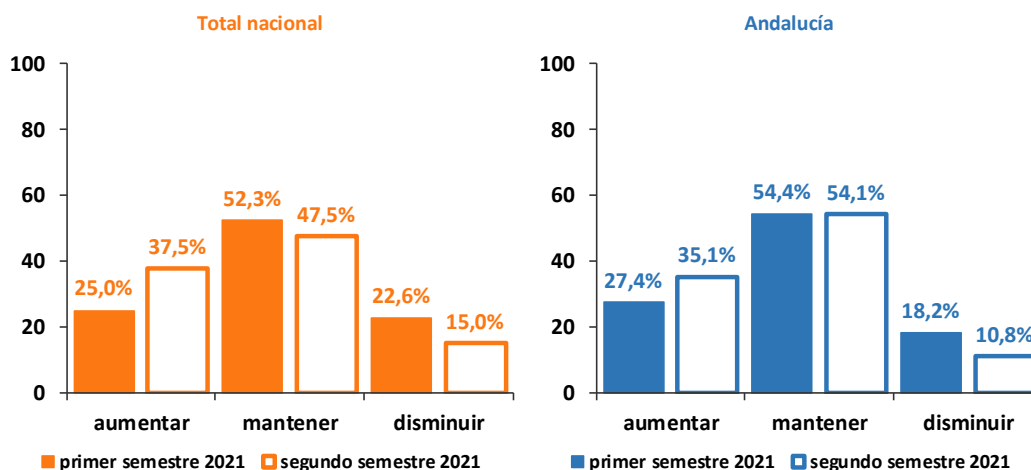
En lo que se refiere a la evaluación de la facturación, los resultados de la encuesta realizada permiten conocer, por un lado, la tendencia de la cifra de ventas en 2020 con respecto a 2019 (Gráfico 3.3) y, por otro, la opinión sobre las expectativas de ingresos para el año 2021 (Gráfico 3.4), estableciéndose tres niveles: pesimista (si se espera que disminuyan), neutral (si se espera su mantenimiento) y optimista (si se espera que aumenten). El signo y magnitud de las diferencias entre el porcentaje de respuestas optimistas y pesimistas, lo que se denomina saldos de expectativas, junto al nivel alcanzado por los neutrales, nos darán una idea del consenso alcanzado entre los encuestados en cuanto a la posible evolución de los ingresos. Finalmente, se dispone del porcentaje de empresas que realizan ventas electrónicas y su evolución esperada en el año 2021 (Gráfico 3.5).

Gráfico 3.3. Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han...



La crisis sanitaria ha tenido un impacto negativo en las cuentas de resultados de numerosas empresas de pequeña y mediana dimensión. Concretamente, en Andalucía más de la mitad de las empresas encuestadas (52,2%) admiten haber sufrido una reducción en sus ventas de 2020 con respecto a las de 2019, mientras que el 31% consiguieron mantenerlas y únicamente el 16,8% las aumentó. Esta situación es algo más desfavorable que la media nacional, donde el 21,3% consiguió mejorar sus niveles de facturación.

Gráfico 3.4. ¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?



Con respecto a las expectativas de ventas de los encuestados para el primer y segundo semestre de 2021, en general, nuevamente el nivel de optimismo de las Pymes andaluzas es mayor. Concretamente, el 18,2% y el 10,8% de los encuestados en nuestra región esperan una reducción de los niveles de facturación en el primer y segundo semestre, respectivamente, mientras que, comparativamente, a nivel nacional estos porcentajes alcanzan el 22,6% y 15%.

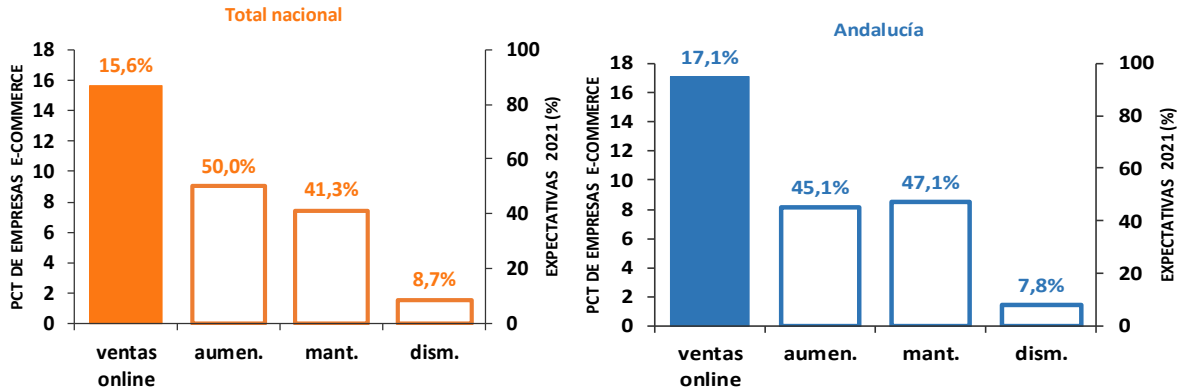
Tanto en España como en Andalucía, las expectativas del segundo semestre mejoran claramente las del primer semestre. Así, a nivel nacional, en el primer semestre se presenta un saldo de expectativas positivo de 2,4 puntos (diferencia entre los porcentajes de empresas que estiman aumentar y disminuir sus ventas), el cual llega a 22,5 puntos en el segundo cuatrimestre. A nivel regional se observa la misma tendencia (9,2 y 24,3 puntos, respectivamente), corroborándose el mayor optimismo de las Pymes andaluzas por cuanto el saldo de expectativas es superior en ambos semestres.

En cualquier caso, cabe destacar que la mayor parte de las empresas encuestadas esperan una estabilidad en sus cifras de negocios, especialmente durante el primer semestre del ejercicio 2021.

Resulta destacable que en 2020, tanto a nivel nacional como regional, las Pymes realizaron un importante esfuerzo por mantener sus plantillas de trabajadores, ya que a pesar de que más de la mitad de las empresas encuestadas sufrieron una reducción en sus niveles de ventas, sólo 1 de cada 4 empresas aproximadamente redujeron sus empleados. La intención para 2021 es seguir realizando el esfuerzo de conservar a los trabajadores, habida cuenta de que a pesar de que únicamente algo más de la mitad de las empresas espera mantener sus ventas, más del 70% afirman que mantendrán el número de sus empleados.

Un aspecto específicamente importante a analizar está relacionado con el nivel de facturación online de las Pymes (Gráfico 3.5). A este respecto, los datos muestran que durante el periodo de crisis COVID-19, el 17,1% de las empresas andaluzas encuestadas realizaron ventas electrónicas. Si se compara este dato con el valor a nivel nacional (15,6%), se observa que en Andalucía un mayor porcentaje de Pymes realizan ventas online. Además, se constatan buenas expectativas para 2021, ya que el 45,1% de las Pymes andaluzas que realizan ventas electrónicas consideran que éstas aumentarán, el 47,1% esperan mantenerlas y únicamente el 7,8% consideran que se reducirán.

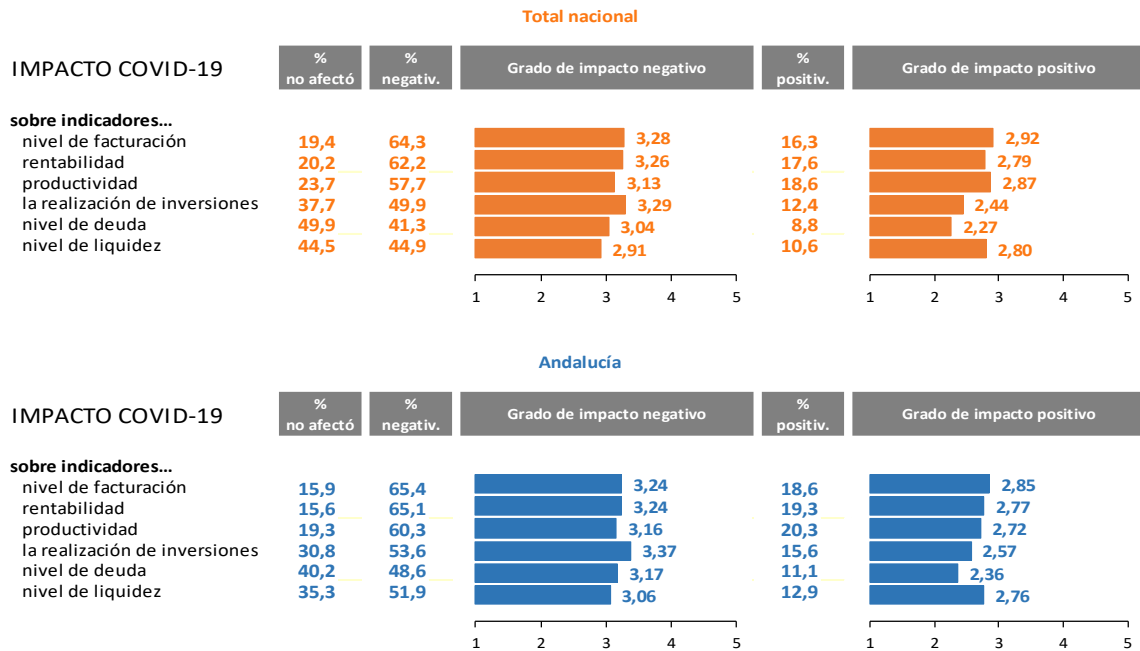
Gráfico 3.5. Porcentaje de empresas que realizan ventas electrónicas y expectativas de ventas electrónicas para el año 2021.



3.3. INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

En el Gráfico 3.6 se refleja la opinión de las Pymes encuestadas en Andalucía y en España sobre la incidencia de la crisis ocasionada por el COVID-19 sobre determinados indicadores económico-financieros. En general, la mayor parte de las empresas opinan que los indicadores se han visto afectados negativamente, siendo esta repercusión aún mayor en el caso de las Pymes andaluzas.

Gráfico 3.6. Indique cómo ha impactado la ACTUAL CRISIS COVID-19 en 2020 para los siguientes indicadores de su empresa.



La facturación es la magnitud que experimentó la evolución más negativa. Concretamente, en Andalucía el 65,4% de las Pymes vieron reducidas sus ventas, a lo que otorgaron un grado de importancia de 3,24 sobre 5. A nivel nacional el 64,3% experimentó una reducción, aunque le asignaron un grado de importancia algo superior (3,28 sobre 5).

La evolución del indicador de rentabilidad también arroja valores claramente negativos, tanto a nivel nacional como regional. Específicamente, el 65,1% de las Pymes andaluzas son menos rentables, con un grado de importancia similar al del nivel de facturación (3,24 sobre 5).

El impacto negativo de la pandemia también fue especialmente significativo en la productividad de las empresas, ya que el 57,7% de las españolas y el 60,3% de las andaluzas sufrieron una reducción en sus índices de productividad, con un grado de importancia de 3,13 y 3,16, respectivamente.

En cuanto al efecto sobre la realización de inversiones, mientras que a nivel nacional la mitad de las empresas encuestadas consideran que la pandemia impactó negativamente sobre sus niveles de inversión, en nuestra región la proporción de Pymes que evalúan un impacto negativo se eleva hasta el 53,6%. Además, en Andalucía este problema se califica con una mayor importancia (3,37 sobre 5), frente a la valoración realizada a nivel nacional (3,29 sobre 5).

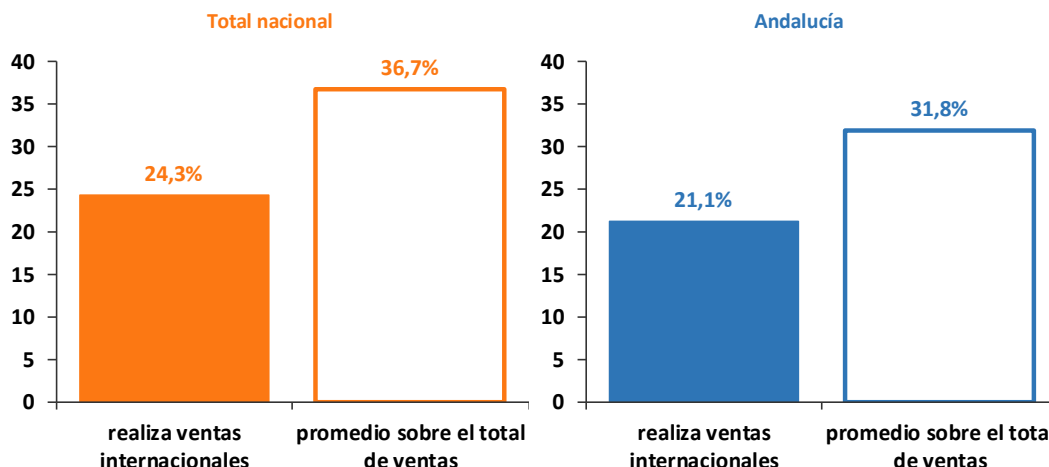
Con respecto a los niveles de deuda y liquidez, el impacto negativo ha sido menor, ya que a nivel nacional, se han visto afectadas negativamente el 41,3% y 44,9%, respectivamente. No obstante, nuevamente en Andalucía la situación es más desfavorable que la de la media nacional, observando que el 48,6% de las empresas han reducido sus niveles de deuda y el 51,9% su indicador de liquidez.

Finalmente, cabe destacar que en contraposición, la situación de pandemia también ha afectado de forma positiva a algunas empresas. Concretamente en Andalucía, el 20,3% de las empresas encuestadas confirman una mejora en su productividad (con un grado de importancia de 2,72), el 19,3% de las empresas refieren que la crisis afectó positivamente a su rentabilidad (con una intensidad de 2,77), y el 18,6% reseñan una mejora en su nivel de facturación (con un grado de importancia de 2,85). Cabe destacar que, nuevamente, estos porcentajes son superiores a los registrados a nivel nacional por lo que, en términos generales, y con independencia de su impacto positivo o negativo, la crisis derivada del COVID-19 ha afectado en mayor medida a la situación económico-financiera de las Pymes andaluzas, en comparación con sus homólogos a nivel nacional.

3.4. INTERNACIONALIZACIÓN

Dado que la crisis generada por el COVID-19 ha afectado a nivel mundial y a todo tipo de empresas, sus consecuencias se pueden apreciar tanto en los mercados nacionales como internacionales. Por ello, resulta interesante analizar su incidencia en el grado de internacionalización de las Pymes andaluzas.

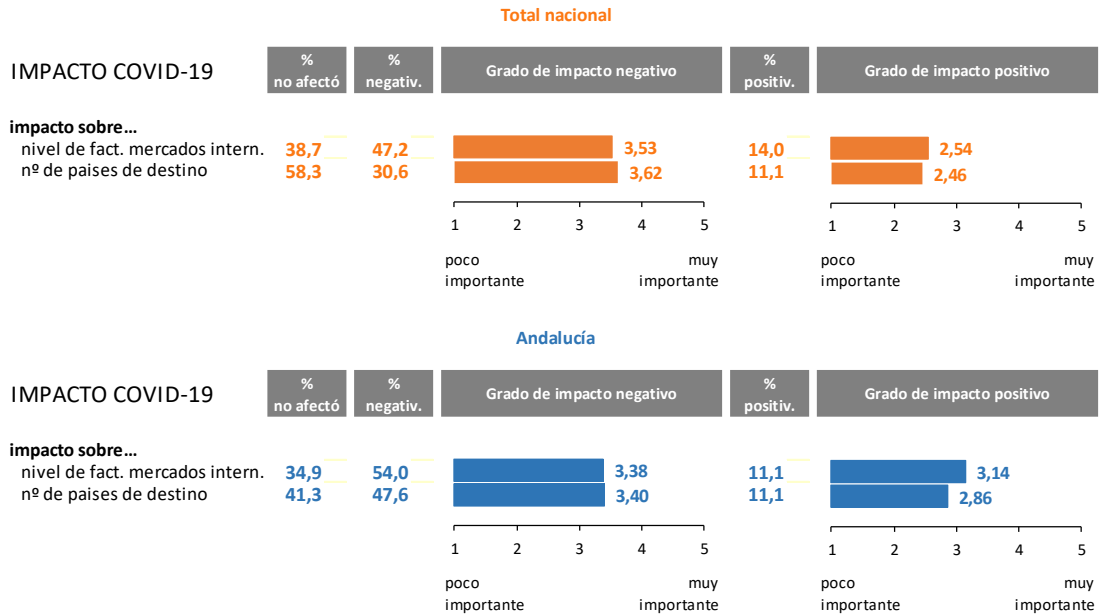
Gráfico 3.7. Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen en el total de ventas para 2020.



Concretamente, el 21,1% de las Pymes encuestadas en Andalucía vendieron en mercados internacionales en 2020, lo que representa un 31,8% sobre el total de su facturación (Gráfico 3.7). En términos comparativos con la media

nacional, Andalucía cuenta con un menor porcentaje de Pymes exportadoras y una menor intensidad media en las ventas que éstas realizan en mercados internacionales.

Gráfico 3.8. Indique cómo ha impactado la ACTUAL CRISIS COVID-19 en 2020 en su grado de internacionalización.



Si se analiza el impacto de la crisis sobre la internacionalización de las Pymes (Gráfico 3.8), los datos muestran que la incidencia fue mayor en Andalucía. Así, mientras que a nivel nacional la crisis afectó negativamente en el nivel de facturación al 47,2% de las Pymes, en nuestra reunión este porcentaje alcanzó al 54%. No obstante, la intensidad de este impacto fue menor en Andalucía, con un grado de importancia de 3,38 (en una escala de 1 a 5), frente al 3,53 de la media nacional.

También se ha visto afectado el número de países de destino de la internacionalización, nuevamente a un porcentaje mayor de empresas en la nuestra región frente a la media nacional (47,6% y 30,6%, respectivamente), aunque con un grado de importancia algo inferior (3,40 en Andalucía, frente a 3,62 a nivel nacional).

Sin embargo, y también por lo que se refiere a los niveles de internacionalización, cabe destacar que determinadas empresas se vieron influidas positivamente por la crisis de la COVID-19. Concretamente, el 11,1% de las empresas andaluzas encuestadas señalaron un aumento en su nivel de facturación en los mercados internacionales, con un grado de intensidad de 3,14 sobre 5. Además, en línea con los datos registrados a nivel nacional, también el 11,1% de las empresas amplió el número de países de destino de sus ventas.

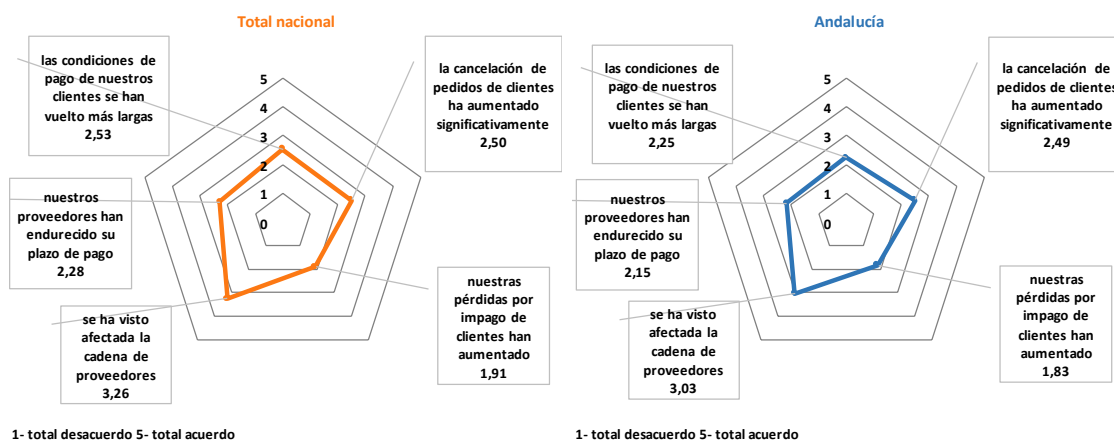
4. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La crisis sanitaria no solo ha repercutido sobre el crecimiento económico y el empleo en las empresas, sino que también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. A este respecto, se preguntó a los encuestados sobre el efecto que habían sufrido diferentes actividades de gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos. Las actividades se han clasificado en actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

4.1. ACTIVIDADES CON CLIENTES Y PROVEEDORES

Al igual para el total de la muestra nacional, uno de los impactos más significativos de la pandemia para las Pymes andaluzas se ha centrado en la cadena de suministro, debido posiblemente a las dificultades logísticas derivadas de la situación de confinamiento vivida (Gráfico 4.1). No obstante, las Pymes andaluzas han percibido en este aspecto un impacto ligeramente inferior al total nacional, con una puntuación media de 3,03 puntos sobre 5 frente a los 3,26 del total. El efecto del COVID-19 sobre el resto de las cuestiones planteadas ha sido percibido de forma muy leve en ambos colectivos, pues en todas ellas han sido valorados por debajo de 3. Especial mención merece el prácticamente inexistente efecto sobre las pérdidas por impagos de clientes, con valores muy próximos al valor mínimo (1).

Gráfico 4.1. Indique cómo ha afectado la actual crisis COVID-19 a las actividades con clientes y proveedores.

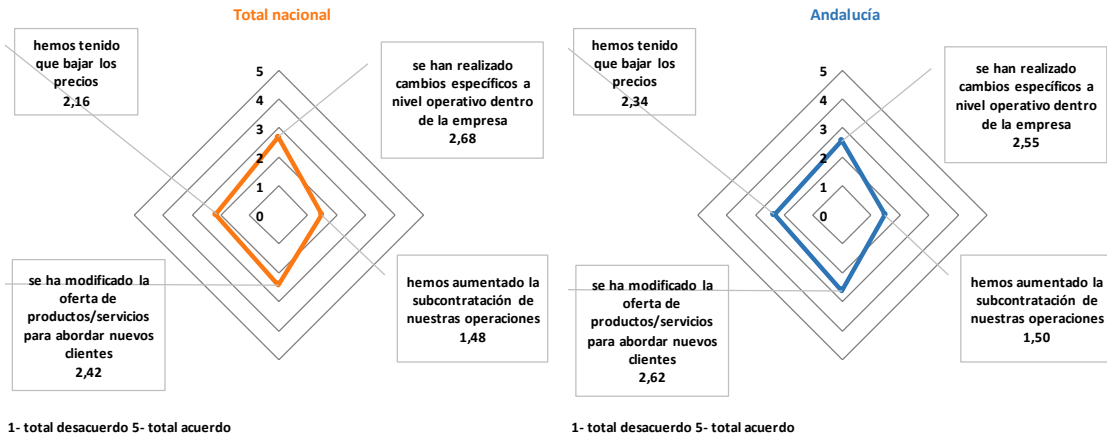


4.2. ACTIVIDADES OPERATIVAS

En cuanto a la repercusión sobre las actividades operativas de las empresas analizadas, se observa en el Gráfico 4.2 una valoración muy baja en todos los aspectos, tanto a nivel nacional como en la muestra andaluza. Todas las puntuaciones tienen valores por debajo de 3 en una escala de 1 a 5.

Las actividades ligeramente más afectadas han sido que las empresas han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (2,62 en Andalucía), seguido de realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (2,55), mientras que el menor impacto ha sido sobre la necesidad de aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,50). Esta pauta es similar a la de España en su conjunto, donde se puede apreciar que los cambios específicos a nivel operativo han tenido una importancia ligeramente superior (2,68), así como la necesidad de modificar la oferta de productos y servicios que también ha sido un poco menor.

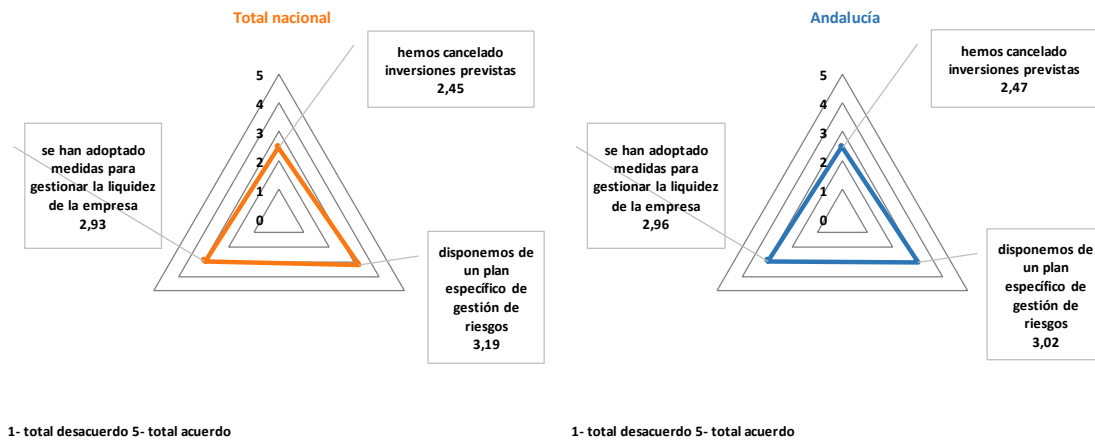
Gráfico 4.2. Indique como ha afectado la actual crisis COVID-19 a las actividades operativas.



4.3. ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

En general, la opinión de los encuestados en Andalucía respecto al efecto de la crisis actual sobre las actividades estratégicas (Gráfico 4.3) refleja valores cercanos a 3 en los tres ítems empleados, siendo el menor de los tres el impacto percibido sobre la realización de inversiones previstas (2,47), y el mayor de ellos sobre la disposición de un plan específico para la gestión de riesgos (3,02), seguido de la adopción de medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,96). Nuevamente, los valores obtenidos son similares a los de la media nacional.

Gráfico 4.3 Indique cómo ha afectado la actual crisis COVID-19 a las actividades económicas y financieras.

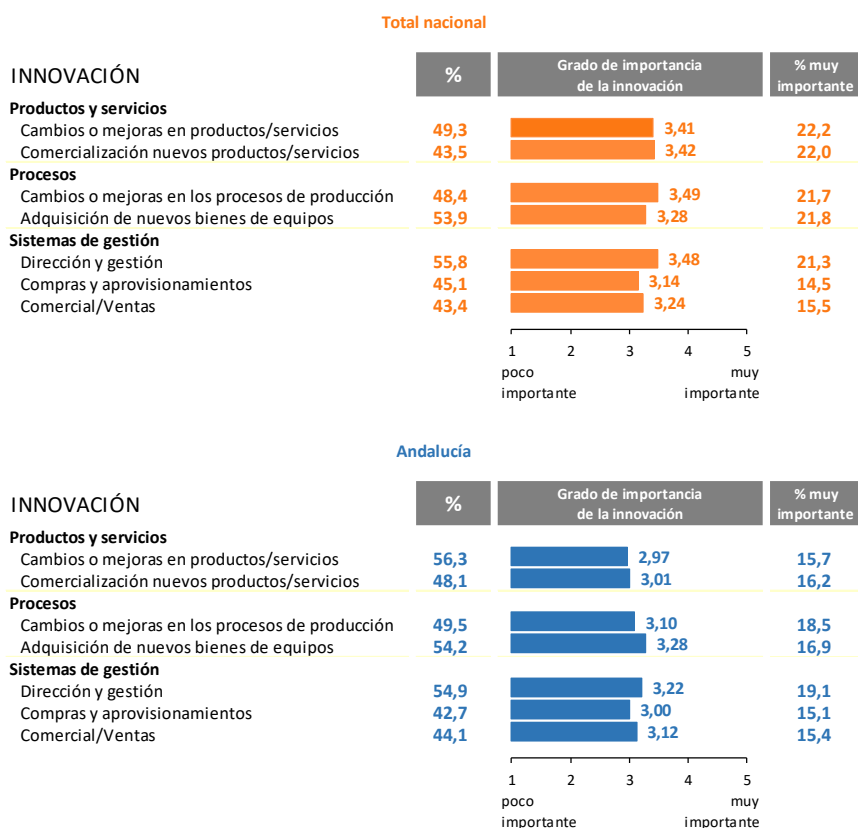


5. ACTIVIDAD INNOVADORA

La innovación es un factor clave para la competitividad de la Pyme. Por ello, hemos analizado si las empresas han realizado innovaciones y cuál ha sido la importancia de esas innovaciones para la empresa a través de una escala de 1 a 5.

Para analizar el comportamiento innovador de la Pyme se considera la innovación de productos, procesos y gestión. Para medir la innovación en productos y en procesos se tienen en cuenta: (1) cambios o mejoras en productos/servicios; (2) comercialización de nuevos productos/servicios; (3) cambios o mejoras en los procesos de producción y (4) adquisición de nuevos bienes de equipo. Por su parte, para la innovación en gestión se consideran: (1) cambios en sistemas de dirección y gestión; (2) compras y aprovisionamientos y (3) comercial/ventas.

Gráfico 5.1. Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia.



La actividad innovadora de la Pyme en España ha disminuido muy notablemente como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, rompiendo la favorable tendencia experimentada en los años anteriores (FAEDPYME, 2019). El Gráfico 5.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones.

En cuanto a la innovación en productos podemos apreciar que el 56,3% de las Pymes andaluzas realizaron cambios o mejoras en productos/servicios con una intensidad de 2,97 (en el año 2018 este dato para Andalucía representó el 75,4%, con una intensidad de 5,44) (FAEDPYME Andalucía, 2018), frente al 49,3% a nivel nacional y una intensidad de 3,41 (en el año 2019 en España el 83,1% de las Pymes realizaron cambios o mejoras en sus productos/servicios, con una intensidad de 3,97). El 48,1% de la Pyme andaluza comercializaron nuevos

productos o servicios (frente al 43,5% en España), y con un grado de importancia de 3,01 en Andalucía y 3,42 en España.

La actividad desarrollada sobre innovación en procesos también ha experimentado un importante retroceso en las Pymes. Principalmente, en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que ha sido realizada en Andalucía en el 49,5% de sus Pymes (frente al 66% en 2018). La situación en España es similar, aunque con un grado de innovación inferior (48,4%). Si analizamos la adquisición de nuevos bienes de equipo, los datos muestran que el 54,2% de las Pymes andaluzas la han realizado (71,8% en 2018). Si atendemos a la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que han realizado la innovación, los datos muestran que las innovaciones instrumentadas a través de adquirir nuevos bienes de equipo (3,28) han sido más importantes que los cambios o mejoras (3,10). En ambos casos estos valores fueron significativamente menores a los de 2018. En España también se observa la misma tendencia desfavorable, aunque nuevamente la intensidad de las innovaciones en procesos es superior a la media andaluza en cambios y mejoras e igual en adquisición de bienes de equipo.

La innovación en gestión está, en general, en niveles similares a los de los índices antes comentados. En Andalucía el 54,9% (55,8% en España) ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 42,7% (45,1% en España) en la sección de compras y el 44,1% (43,4% en España) en el departamento de comercial o ventas. Todos estos porcentajes están claramente por debajo a los obtenidos en 2018. El grado de importancia de las innovaciones en gestión más relevante en Andalucía fue en las innovaciones en la dirección y gestión, con un valor de 3,22 (3,48 en España).

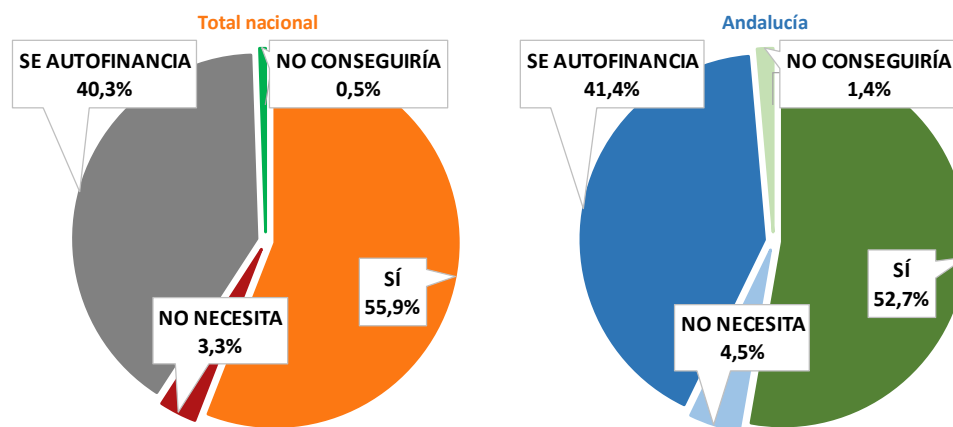
Por otra parte, y también en el Gráfico 5.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que realizaron innovaciones en un grado muy importante (empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Si analizamos estos porcentajes comprobamos que en Andalucía el 15,7% de las Pymes han realizado cambios o mejoras muy relevantes en sus productos o servicios y el 16,2% han comercializado de forma destacable nuevos productos o servicios. Estos últimos porcentajes son inferiores a los valores obtenidos en la muestra nacional (22,2% y el 22,0%, respectivamente). Estas diferencias entre Andalucía y España también se aprecian en las innovaciones en procesos. Así, el 18,5% de las Pymes andaluzas han llevado a cabo cambios o mejoras en sus procesos de producción (21,7% en España) de forma muy significativa y el 16,9% han realizado importantes adquisiciones de nuevos bienes de equipo, frente al 21,8% a escala nacional. Finalmente, las innovaciones más destacables en gestión se realizan en Andalucía en el área de dirección y gestión, donde el 19,1% de las Pymes hace innovaciones muy relevantes (frente al 21,3% en España). De nuevo, en todos los casos estos indicadores se sitúan claramente por debajo de los resultados de 2018.

6. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

En este apartado se analiza la financiación de las Pymes en Andalucía, poniéndola también en relación con las del resto del país. Para ello se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado.

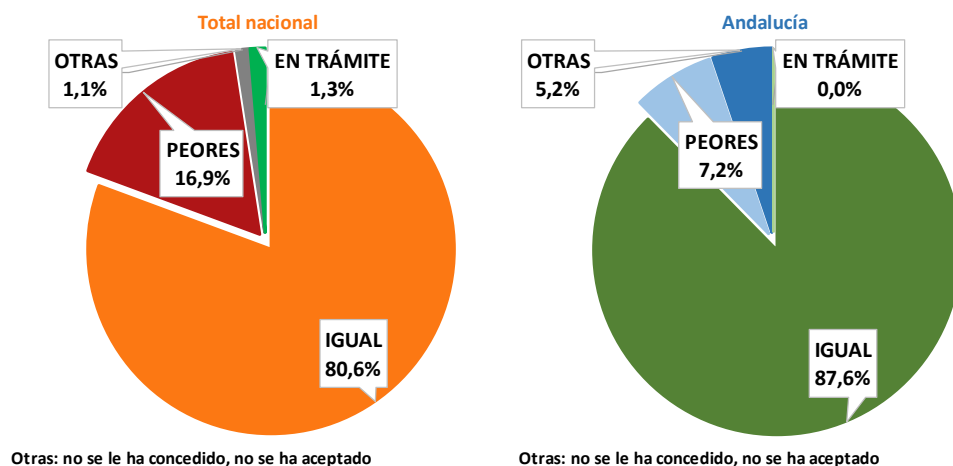
El Gráfico 6.1 muestra que el 52,7% de las Pymes andaluzas han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, mientras que el 4,5% no han realizado la solicitud porque no necesitan financiación y el 41,4% no lo han solicitado porque se autofinancian. Estos datos son similares en España donde el 55,9% de las Pymes si han solicitado líneas de financiación y el 40,3% no solicitan porque se autofinancian. Por otra parte, aunque sean pocas empresas, el 1,4% en Andalucía y el 0,5% en España contestan que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían.

Gráfico 6.1 ¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en la actualidad?



El Gráfico 6.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado contratar líneas de financiación. Se puede apreciar que solo un 5,2% en Andalucía (1,1% en España) de los encuestados declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Entre las empresas andaluzas analizadas no hay ninguna cuya solicitud se encuentre en trámite (1,3% en España). El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (87,6% en Andalucía y 80,6% en España) o en peores condiciones (7,2% en Andalucía y 16,9% en España).

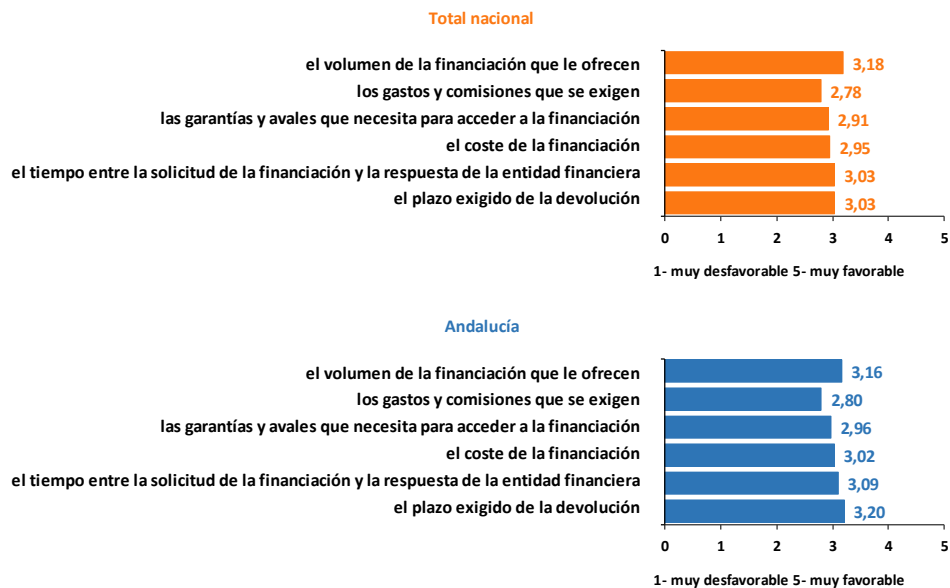
Gráfico 6.2. En caso de haberla solicitado...



El análisis del acceso a la financiación bancaria debe completarse con la discusión sobre las condiciones de dicha financiación. Nos referimos a términos contractuales tales como coste y volumen de la línea de financiación, las comisiones y gastos de la operación, las garantías y avales que deben aportarse y el plazo de devolución de los recursos. Asimismo, consideramos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera.

En este apartado hemos analizado la evolución de estos elementos a lo largo del 2020 periodo de la pandemia (Gráfico 6.3). Medido en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), podemos observar que la mayoría de las condiciones se han mantenido estables o han evolucionado de forma ligeramente desfavorable. Los elementos que mejor han evolucionado a nivel nacional fueron el volumen de financiación que ofrecen las entidades, con una puntuación media de 3,18, situándose a continuación el plazo exigido para la devolución de la financiación (3,03) y el tiempo de respuesta de la entidad financiera (3,03). Los términos con una evolución menos favorable han sido las comisiones (2,78), las garantías exigidas (2,91) y el coste solicitado por la financiación (2,95). Por su parte, en el caso de Andalucía, los elementos que mejor han evolucionado fueron el plazo exigido de devolución (3,20), el volumen de financiación que ofrecen las entidades, con una puntuación media de 3,16, el tiempo entre la solicitud de la financiación y la respuesta de la entidad financiera (3,09) y el coste de la financiación (3,02). Los términos con una evolución menos favorable han sido los gastos y comisiones (2,80) y las garantías exigidas (2,96).

Gráfico 6.3. A lo largo del 2020 ¿cómo cree que han evolucionado las siguientes variables?



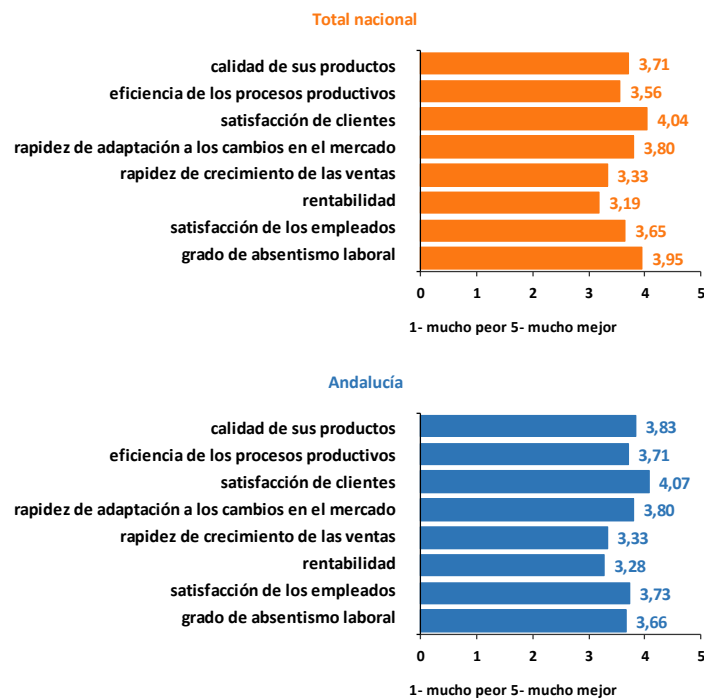
7. INDICADORES DE RENDIMIENTO

Para este Informe se ha medido el rendimiento de la empresa a través de las respuestas que proporcionan los gerentes de las Pymes acerca de sus percepciones sobre la posición competitiva de su empresa en relación a las cuestiones concretas que se recogen en el Gráfico 7.1.

En términos generales podemos resaltar que las puntuaciones que los responsables de las Pymes andaluzas otorgan a la posición competitiva de las empresas que dirigen sobre sus competidores, son en la mayoría de los aspectos considerados, superiores a las medias que se obtienen en la muestra nacional. De hecho, tan sólo en uno de ellos, el grado de absentismo laboral, la puntuación asignada ha sido inferior a la media nacional (3,66 en Andalucía vs. 3,95 en España), mientras que en otros dos, la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado y la rapidez de crecimiento de las ventas, han coincidido las medias las Pymes en las muestras andaluza y española.

Por su parte, tal como se refleja en el Gráfico 7.1, los aspectos que destacan los gerentes de las Pymes andaluzas como más positivos, medidos en una escala de 1 -muy desfavorable- a 5 -muy favorable-, son: el aumento de la satisfacción de sus clientes (4,07 en Andalucía vs. 4,04 en España); la calidad de los productos (3,83 en Andalucía vs. 3,71 en España) y el aumento de la satisfacción de sus empleados (3,73 en Andalucía vs. 3,65 en España). Por el contrario, los aspectos que han sido considerados menos favorable por los gerentes de las Pymes andaluzas han sido: la rentabilidad de la empresa (3,28 en Andalucía vs. 3,19 en España) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,33 en Andalucía vs. 3,33 en España). En este sentido, resalta que mientras que en la región de Murcia la satisfacción de los empleados destaca como uno de los aspectos más favorables (FAEDPYME Murcia, 2021), en el caso tanto de Andalucía como de la muestra nacional (FAEDPYME, 2021) se sitúa en un puesto intermedio en relación a los aspectos considerados.

Gráfico 7.1. Rendimiento de las Pymes frente a sus competidores directos.



8. RESUMEN EJECUTIVO

En este apartado se presentan, a modo de resumen ejecutivo, los principales resultados del estudio realizado sobre el impacto económico de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19, en las Pymes andaluzas (296) y en términos comparativos con los obtenidos a nivel nacional (960 Pymes, de las que 179 son de Andalucía).

El perfil mayoritario de las Pymes que dirigen los encuestados en Andalucía es una empresa que tiene una antigüedad media de 27,8 años, de carácter familiar (73%), cuyo director/gerente es un hombre (80,9%) con estudios universitarios (57,3%), que ha tenido el 9,4% de sus trabajadores teletrabajando y el 70,4% de ellos se ha visto afectado por un ERTE/ERE durante la pandemia. En la muestra nacional es una empresa también familiar (71,5%) de 29,6 años de antigüedad, dirigida por un varón con estudios universitarios (56,8%) y que el 14,3% de los trabajadores han estado en teletrabajo y en su mayoría afectados por un ERTE/ERE (70,5%). Asimismo, cabe señalar que el 44,4% de las pymes andaluzas de la muestra se ha acogido a una de estas dos figuras, porcentaje levemente superior al 43,7% de total nacional.

IMPACTO ECONÓMICO

La crisis ha afectado al **empleo** en las Pymes andaluzas que han experimentado una evolución un poco más desfavorable en la variación del empleo 2020/2019 que la media nacional. Así, el 11,9% de las Pymes andaluzas vio como aumentaba el número de sus empleados, un 61,2% como se mantenía y un 26,8% como se reducía. Mientras tanto, los datos medios en la muestra nacional indican que en un 25,3% de Pymes vio disminuir sus empleados, el 62,4% los mantuvo y el 12,3% los aumentó. Las expectativas de empleo para 2021 son positivas tanto en Andalucía como en España, si bien el saldo de expectativas (diferencia entre las que señalan que aumentarán y las que disminuirán) en Andalucía es de 8,2 puntos positivos y el de España de 5,8 puntos.

Por su parte, la crisis originada por la COVID-19 también ha provocado un descenso en las **ventas** de muchas Pymes. En Andalucía el 52,2% de las Pymes vieron como caían sus ventas en 2020, mientras que en el 31% se mantuvieron y el 16,8% consiguió aumentarlas. Esta situación es un poco peor que la que presentan las Pymes españolas, sobre todo, porque son menos las que las mantuvieron (26,1%) y, en consecuencia, más las que aumentaron sus ventas (21,3%). En cuanto a las expectativas de las ventas para 2021, se puede observar que las del segundo semestre mejoran claramente las del primero, tanto en Andalucía como en España. En el primer semestre Andalucía presenta un saldo de expectativas positivo de 9,2 puntos por 2,4 puntos en España. Sin embargo, en el segundo semestre las Pymes en España tienen una posición más favorable. El saldo positivo de expectativas de las ventas para 2021 en España es de 22,5 puntos frente al saldo positivo de 24,3 puntos en nuestra región.

INDICADORES ECONÓMICOS Y FINANCIEROS

Prácticamente todos los indicadores considerados se han visto afectados negativamente por la pandemia, tendencia que se agudiza claramente en el caso de las Pymes de Andalucía, ya que todos ellos presentan valores peores a los de la media nacional. En términos globales, los indicadores con un peor comportamiento han sido, en primer lugar, el del nivel de facturación ya que el 65,4% de las Pymes andaluzas vieron como disminuía (64,3% en España). En segundo lugar, el 65,1% registró una caída de la rentabilidad (62,2% en España).

Por otro lado, es importante señalar que un porcentaje significativo de Pymes muestran una incidencia positiva derivada de la situación de pandemia. Así, en Andalucía el 18,6% de las Pymes afirman que gracias a la crisis creció su facturación, un 19,3% mejoró su rentabilidad y un 20,3% aumentó su productividad, cifras sustancialmente superiores a los porcentajes obtenidos a nivel nacional (16,3%, 17,6% y 18,6%, respectivamente).

INTERNACIONALIZACIÓN

En cuanto a la **internacionalización**, la crisis generada por la pandemia está afectando más a las Pymes andaluzas que a la media nacional. En concreto, en Andalucía se ha reducido el nivel de facturación en mercados

internacionales en el 54% de las Pymes (47,2% en España). No obstante, los gerentes andaluces aprecian una menor intensidad de este impacto, otorgando un grado de importancia de 3,38 (en una escala de 1 a 5) por 3,53 de la media nacional. En mayor medida aún la crisis afectó al número de países con los que las Pymes andaluzas realizan sus operaciones internacionales, ya que el 47,6% de ellas reconoció una reducción, frente al 30,6% en España y, sin embargo, el grado de importancia que se le otorga es bastante similar, un 3,4% en Andalucía vs. el 3,62% en España.

IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

En concreto, en las **actividades con clientes y proveedores**, el impacto más relevante en las Pymes andaluzas se produjo por la ruptura de su cadena de suministros debido a los retrasos de sus proveedores, cuestión a la que los gerentes otorgan una puntuación de 3,03 (en una escala de 1 a 5), menor que el obtenido para la media nacional que fue de 3,26.

Por su parte, en opinión de los gerentes las **actividades operativas** se vieron poco afectadas, tanto en las Pymes andaluzas como en las españolas. Dentro de las bajas puntuaciones asignadas, destacan como actividades que han generado mayores problemas fueron la necesidad de modificar la oferta de productos/servicios (2,62% en Andalucía vs. el 2,42% en España) y de realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptar la empresa a la situación de la crisis (2,55% en Andalucía vs. el 2,68 en España).

En Andalucía, entre las **actividades estratégicas**, a la que mayor importancia otorgan las Pymes por el impacto que le ha causado la crisis es la cadena de proveedores, asignándole una valoración de 3,03 en una escala de 1 a 5, frente al 3,26 en la media nacional.

ACTIVIDAD INNOVADORA

Probablemente, el efecto más perjudicial de la pandemia sobre las Pymes haya sido la disminución de su **actividad innovadora**, si bien en Andalucía la situación es algo mejor que en el resto de España. Así, mientras que el 56,3% de las Pymes andaluzas realizaron **cambios o mejoras en productos/servicios**, en la muestra nacional este tipo de innovación la realizó el 49,3% de las Pymes. De igual forma sucede con la comercialización de nuevos productos o servicios que en Andalucía fue llevada a cabo por el 48,1% de las Pymes frente al 43,5% en España.

Menos diferencias se aprecian en la **innovación en procesos**. En concreto, las Pymes andaluzas han introducido cambios o mejoras en sus procesos de producción en un 49,5% y han adquirido nuevos bienes de equipos en un 54,2%, mientras que estos valores para la muestra nacional fueron el 48,4% y el 53,9%, respectivamente.

Por último, en el caso de las Pymes andaluzas la **innovación en gestión** es la que se ha visto más afectada por la crisis del COVID-19. Así, el 54,9% de ellas Pymes (55,8% en España) ha realizado cambios en la organización en su dirección y gestión, el 42,7% (45,1% en España) en la sección de compras y el 44,1% (43,4% en España) en el departamento de comercial.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN

El 52,7% de las Pymes de Andalucía han solicitado financiación a entidades de crédito frente al 55,9% en España. El 4,5% no lo ha hecho porque no necesita financiación y el 41,4% porque se autofinancia. Estos resultados son algo superiores a los obtenidos en la muestra nacional, 3,3% y 40,3%, respectivamente.

Por otro lado, se puede apreciar que un 5,2% de las Pymes andaluzas (1,1% en España) declara que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Sin embargo, Andalucía presenta mejores datos en el resto de las solicitudes de financiación que han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones de años anteriores (87,6% en Andalucía vs. 80,6% en España) o en peores condiciones (7,2% en Andalucía vs. 16,9% en España).

INDICADORES DE RENDIMIENTO

En cuanto a los **indicadores de rendimiento**, las puntuaciones de los gerentes de las Pymes andaluzas presentan unos valores más altos que la media nacional en la mayoría de los aspectos analizados, destacando el aumento de la satisfacción de sus clientes (4,07 en Andalucía vs. 4,04 en España) y la calidad de los productos (3,83 en Andalucía vs. 3,71 en España). Por contra, la rentabilidad de la empresa (3,28 en Andalucía vs. 3,19 en España) es el peor considerado.

9. REFERENCIAS

- DIRCE (2020). Estructura y dinamismo del tejido empresarial en España. Accesible en: https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736160707&menu=ultiDatos&idp=1254735576550
- FAEDPYME Andalucía (2018). Digitalización y responsabilidad social en la PYME. Informe de la PYME andaluza.
- FAEDPYME (2019). Informe Pyme España 2019. Análisis estratégico para el desarrollo de la Pyme en España: Riesgos e Incertidumbres. Edita FAEDPYME.
- FAEDPYME (2021). Impacto económico de la COVID-19 sobre la PYME en España. Edita Consejo General de Economistas.
- FAEDPYME Murcia (2021). Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la Pyme en la Región de Murcia.
- Fernández Cerezo, A., González, B., Izquierdo Peinado, M., & Moral Benito, E. (2021). El impacto económico del COVID-19 en las empresas españolas según la Encuesta del Banco de España sobre la Actividad Empresarial (EBAE). Boletín económico/Banco de España [Artículos], n. 1, 2021.
- Heras, R. L. (2020). Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: un análisis de los colectivos vulnerables. Documentos de Trabajo (IAES, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social),(2), 1-29.
- Real Decreto-ley 8/2020, de 17 de marzo, de medidas urgentes extraordinarias para hacer frente al impacto económico y social del COVID-19.

ANEXO. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la muestra y del cuestionario han sido realizados con las suficientes garantías, que 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 y técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de resumen y análisis de la información obtenida.

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) y tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas). Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta telefónica y una plataforma online.

Dado que el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población, fue 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 contrastes 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 y el nivel de agregación establecido en cada caso.

La muestra nacional ha estado compuesta por 960 Pymes, de las cuales 179 pertenecen a la Comunidad Autónoma de Andalucía. Esta submuestra andaluza se amplió posteriormente hasta 296 Pymes en total. La distribución de ambas muestras por sector y tamaño aparece en el Cuadro 1. Adicionalmente, se determina un error muestral global de 3,2 puntos con un nivel de confianza del 95% para la muestra nacional, y un error muestral de 6,7 puntos para la muestra de Andalucía. 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 1. Estructura de la muestra y error muestral.

	nº de empresas ESPAÑA	nº de empresas ANDALUCÍA
Industria	259	61
Construcción	176	72
Comercio	171	53
Servicios	354	109
Microempresa (6 a 9 asalariados)	338	120
Pequeña (10 a 49 asalariados)	527	147
Mediana (50 a 249 asalariados)	96	29
Total muestra	960	296
Error muestral (nivel de confianza 95%)	3,2	6,7

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 gerentes de las Pymes. 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.

Las técnicas de captación de información fueron la encuesta telefónica y electrónica, 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, género del gerente, control familiar de la empresa, expectativas de crecimiento de empleo y ventas, grado de internacionalización, y si han realizado o no teletrabajo. 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 actividad desarrollada por la empresa, su acceso a la financiación y, finalmente, sus indicadores de rendimiento.

El Informe Pyme 2021 se centra en valorar el impacto económico que tendrá la crisis generada por la COVID-19 en las Pymes de Andalucía y su comparativa con el resto de España. Se aporta información sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, así como de diferentes indicadores de la organización de la empresa. Este informe pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. La información que contiene 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. Todo ello puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.



La [Cátedra de Responsabilidad Social de la Universidad de Sevilla](#) es una iniciativa de ésta que cuenta con la colaboración de la Fundación Cajasol y la Fundación la Caixa.

La [Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Granada](#) comenzó sus actividades en el año 2006, y tiene como objetivos la investigación y la docencia de la realidad económica y legal de este tipo de empresas.

La [Cátedra de Viabilidad Empresarial de la Universidad de Málaga](#) nace en junio de 2013 con el objetivo de fomentar la transferencia de conocimiento entre el mundo profesional y el académico en todo lo referente a la sostenibilidad y viabilidad de empresas.