IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LA PYME EN LA COMUNIDAD DE MADRID

INFORME DE LA PYME 2021

En colaboración con

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

Cátedra Universitaria U.C.M. - Cofares

• Promoción de la salud y RSC en la empresa

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LA PYME EN LA COMUNIDAD DE MADRID

INFORME DE LA PYME 2021

COMUNIDAD DE MADRID

Primera edición, 2021

Equipo de trabajo:

Ignacio Danvila Del Valle (Dirección)
Miguel Ángel Sastre Castillo (Dirección)

Mercedes Rubio Andrés
María del Mar Ramos González
Gregorio Sánchez Marín
José Javier Sánchez González

ISBN: 978-84-09-34498-7

En colaboración con

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

Cátedra Universitaria U.C.M. - Cofares

• Promoción de la salud y RSC en la empresa

INBOTS

Inclusive Robotics for a better Society

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement No 780073

<ISDI>

INDICE

1. INTRODUCCIÓN 11

2. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN 15

2.1. Estructura de la muestra 15
2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario 16

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA 21

4. IMPACTO ECONÓMICO 29

4.1. Empleo 29
4.2. Ventas 31
4.3. Indicadores económicos y financieros 33
4.4. Internacionalización 35

5. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA 39

5.1. Actividades con clientes y proveedores 39
5.2. Actividades operativas 39
5.3. Actividades estratégicas 41

6. ACTIVIDAD INNOVADORA 45

7. ACCESO A LA FINANCIACIÓN 51

8. INDICADORES DE RENDIMIENTO 57

9. REFERENCIAS 61

INFORME DE LA PYME 2021

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

La COVID-19 es una pandemia que ha causado caos en todo el mundo. Para controlar la propagación del virus, los países determinaron bloqueos parciales o completos de sus economías. Ante este escenario, las pequeñas y medianas empresas (Pyme) tienen que lidiar con una gran carga económica e incertidumbre que les ha sumido en una crisis empresarial, de las que no todas han salido, debido a una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Adicionalmente, la COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se han extendido la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

En cuanto al tejido empresarial, debemos tener en cuenta que las Pyme tienen un peso muy importante en nuestra economía. En el caso de la Unión Europea, representan el 99% de todas las empresas, y son responsables de la creación de dos tercios de todos los puestos de trabajo en el sector privado, así como de más de la mitad del valor añadido total producido por las empresas (Fact Sheets on the European Union, 2018), generando un importante valor económico directo e indirecto porque las Pyme son también clientes y proveedores de las grandes empresas. Por su parte, la Comisión Económica también ha destacado la importancia de adoptar un enfoque diferente para la gestión de las PYMEs que el utilizado para las grandes empresas (CEC, 2002, 2005, 2006). Según datos del INE (2021) en la crisis derivada de la COVID-19, más de 207.000 compañías fueron objeto de liquidación, el 92%, de ellas eran además microempresas (menos de 10 empleados), por lo que es muy importante garantizar una buena gestión que les permita a las Pymes volver a alcanzar indicadores anteriores a la pandemia.

Así, 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). Para que puedan sobrevivir en el entorno actual, es necesario que reúnan la mayor parte de los conocimientos relativos a la gestión empresarial, la planificación estratégica y la innovación, reforzando sus modelos de negocio en los diferentes mercados (Caballero-Morales, 2021). 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 sobre 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).

El Informe Pyme 2021 se centra en valorar el impacto económico que tendrá la crisis generada por la COVID-19 en la Comunidad de Madrid y su comparativa con España. Se aporta información sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, y 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. 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, las ventas y en diferentes indicadores económicos y financieros para 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.

- Estudiar de forma más profunda la actividad innovadora de la Pyme y su acceso a la financiación.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 960 Pymes españolas y 301 Pymes de la Comunidad de Madrid, dirigida al gerente de la empresa. La muestra está compuesta por microempresas (6 a 9 trabajadores), pequeñas empresas (10 a 49) y medianas empresas (50 a 249). La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica y online. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2021. 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.

Adicionalmente, cabe señalar, por un lado, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de la Pyme, sino más bien la de ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto, virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios.

INFORME DE LA PYME 2021

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2. 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.

2.1. 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) 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 contrates 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 al nivel de agregación establecido en cada caso.

La muestra finalmente obtenida fue de 960 empresas españolas y 301 Pymes madrileñas (en el cuadro 2.1 puede verse la distribución por sector y tamaño). 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 5,6 puntos para la muestra de Madrid. 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
Estructura de la muestra y error muestral

	Nº de empresas ESPAÑA	Nº de empresas MADRID
Industria	259	77
Construcción	176	32
Comercio	171	73
Servicios	354	119
Microempresa (6 a 9 asalariados)	338	61
Pequeña (10 a 49 asalariados)	527	200
Mediana (50 a 249 asalariados)	96	40
Total de la muestra	**960**	**301**
Error muestral (nivel de confianza 95%)	**3,2**	**5,6**

2.2. 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 gerentes de las Pyme. 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.

INFORME DE LA PYME 2021

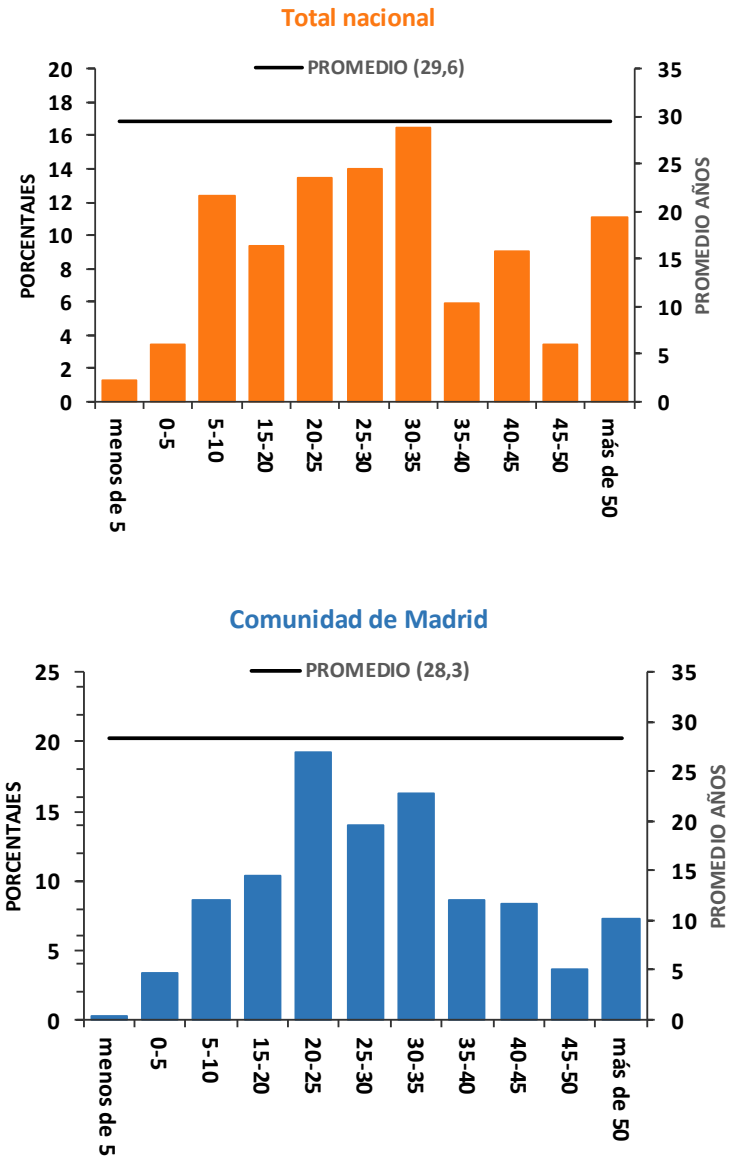
CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

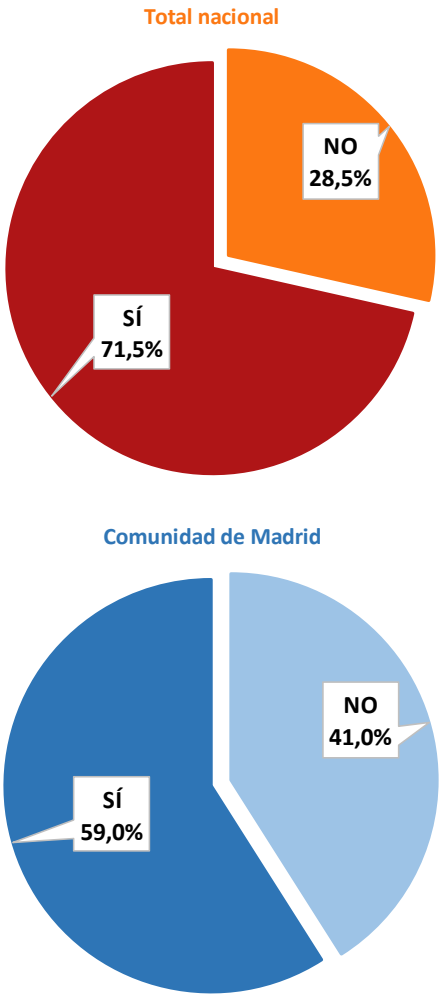
- La antigüedad media de las empresas en Madrid es de 28,3 años frente a 29,6 años a nivel nacional (gráfico 3.1).

Gráfico 3.1
¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?



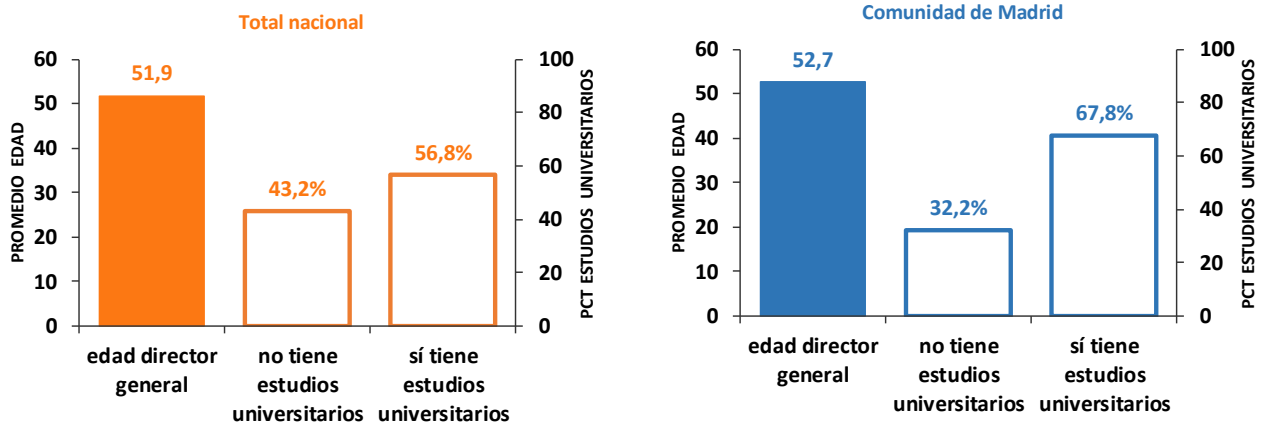
- El control de la gestión de las empresas en Madrid es del 59% de tipo familiar, siendo bastante inferior a la media de España que se sitúa en el 71,5%, por lo que se aprecia una menor presencia de empresas familiares en la Comunidad (71,5% en España) (gráfico 3.2).

Gráfico 3.2
¿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)



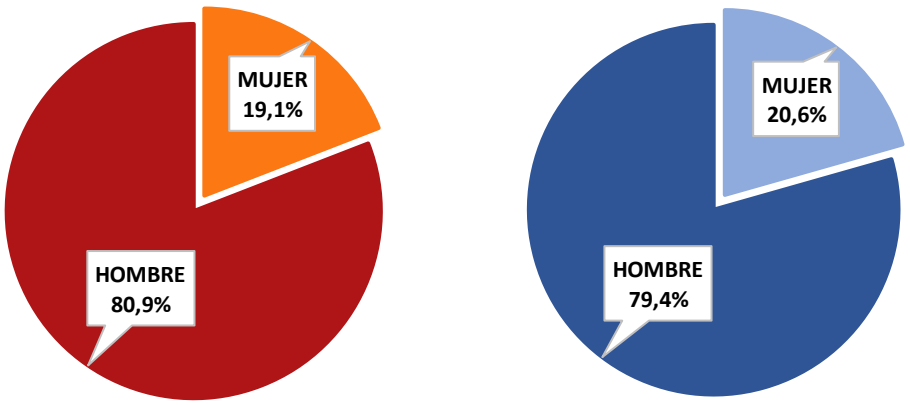
- La edad promedio del director/gerente de la Pyme en Madrid es de 52,7 años, ligeramente por encima de la media en España (51,9). En cuanto a la formación del director/gerente, los datos muestran que el 42,3% dispone de estudios universitarios, frente al 56,8% en la media nacional (gráfico 3.3).

Gráfico 3.3
Edad del director general y dispone de estudios universitarios



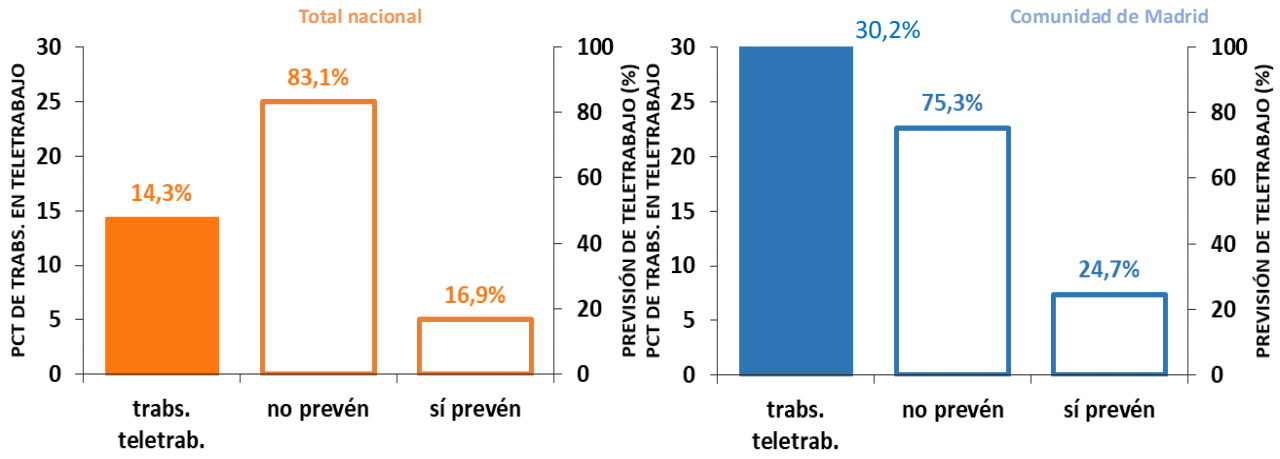
- Tan sólo el 20,6% de las Pymes madrileñas están gestionadas por mujeres. Porcentaje ligeramente superior al de España (19,1%) (gráfico 3.4).

Gráfico 3.4
¿Cuál es el género del director general / gerente?



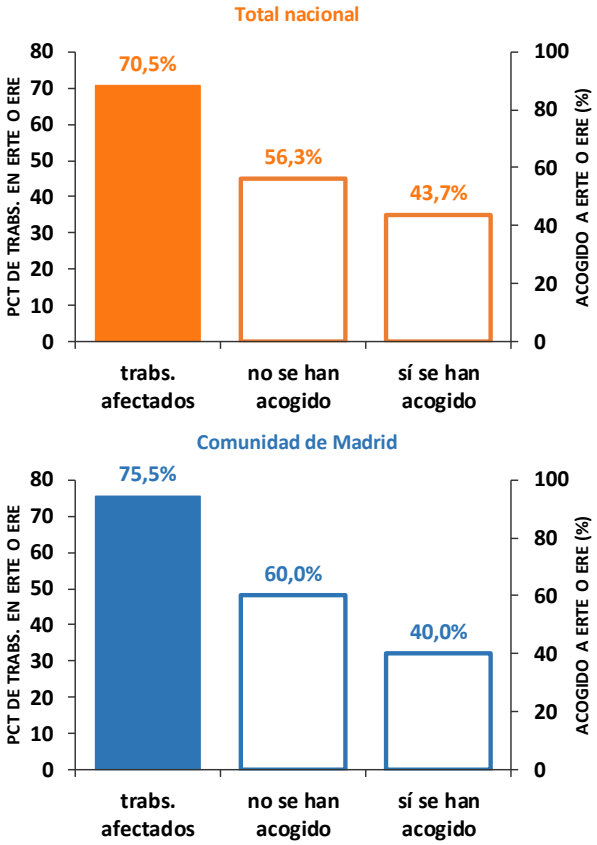
- El 30,2% de los trabajadores en Madrid están en la actualidad teletrabajando, como consecuencia del COVID-19. Este dato es muy superior al 14,3% en España. Asimismo, en Madrid hay una mayor previsión a utilizar en la Pyme el teletrabajo cuando finalice COVID-19. El 24,7% de las Pyme en Madrid prevén utilizarlo en el futuro, frente al 16,9% de la media nacional (gráfico 3.5).

Gráfico 3.5
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



- El 40% de las pymes madrileñas se han acogido a un ERTE/ERE, viéndose afectados el 70,5% de los empleados. En España, el porcentaje es ligeramente superior; el 43,7% de las Pyme encuestadas se han acogido a un ERTE/ERE, afectando a un 70,5% de los empleados (gráfico 3.6).

Gráfico 3.6
¿Ha tenido que acogerse su empresa a un ERTE o un ERE? y porcentaje de plantilla afectada



INFORME DE LA PYME 2021

IMPACTO ECONÓMICO

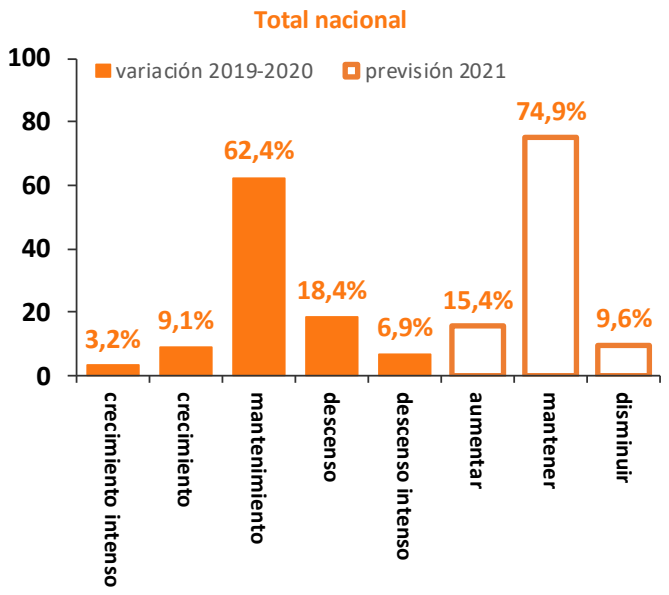
4. IMPACTO ECONÓMICO

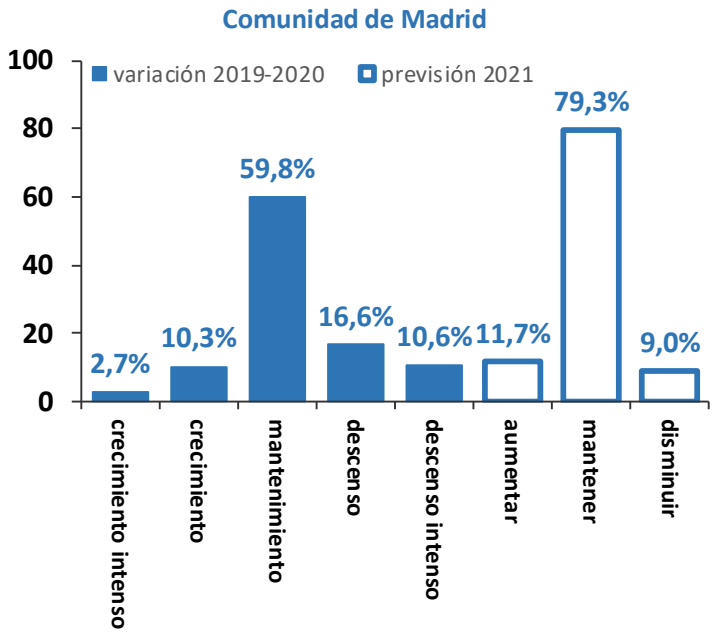
La crisis ocasionada por la COVID-19 ha supuesto un hecho sin precedentes en el contexto nacional e internacional. La crisis ha generado un gran impacto en el crecimiento de las empresas, al paralizarse sus actividades cotidianas de forma repentina. Ciertamente será difícil evaluar sus impactos hasta que no haya transcurrido un tiempo y dependerá del grado de intensidad en el tiempo 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.

4.1. 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. Así como la tendencia para el empleo en 2021 (gráfico 4.1). Al considerar la evolución del 2020 los datos muestran en Madrid un comportamiento similar a España. Así el 27,2% de las Pymes madrileñas disminuyeron su empleo (16,6% un descenso moderado y un 10,6% una disminución intensa), un 59,8% lo mantuvo y un 13% lo incrementó (10,3% de crecimiento moderado y 2,7% de crecimiento intenso). De forma similar en España un 25,3% de Pymes disminuyó su empleo (18,4% de forma moderada y un 6,9% de forma intensa), el 62,4% lo mantuvo y el 12,3% lo aumentó (9,1% de forma moderada y un 3,2% de forma intensa). De cara al 2021 las expectativas resultan favorables. En Madrid el 11,5% de las Pymes esperan que incrementar el número de trabajadores en sus empresas, el 79,3% esperan poderlo mantener y solo el 9% prevé una disminución. Por tanto, el 91% de las Pymes madrileñas prevén mantener o incluso aumentar su plantilla. En España, es de nuevo bastante similar. Así, el 90,4% prevé mantener o incluso aumentar su plantilla en 2021 (en concreto, el 15,4% de las Pyme en España esperan aumentar su empleo y el 74,9% mantenerlo) y sólo el 9,6% disminuirlo.

Gráfico 4.1
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020 ¿Cree que la tendencia para 2021 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?

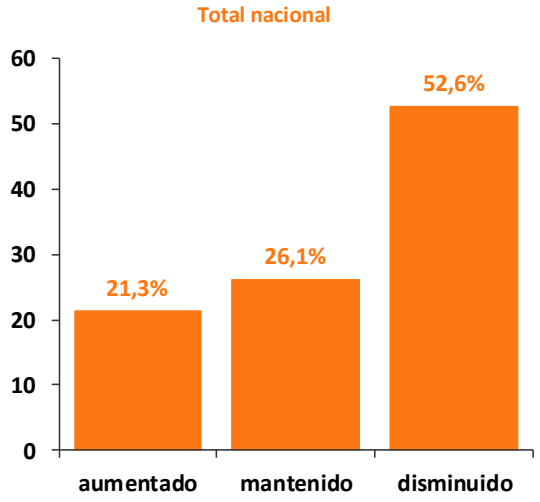


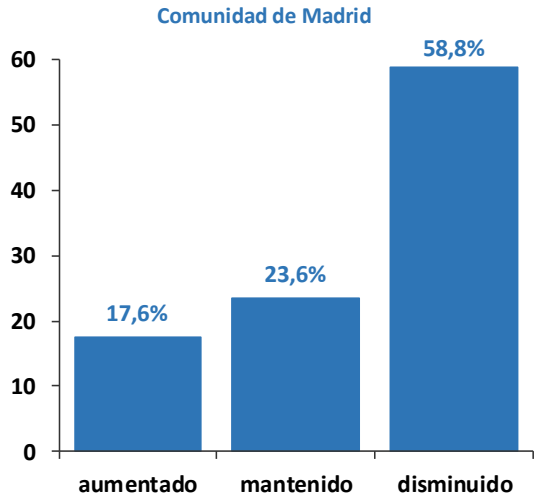


4.2. Ventas

La crisis originada por la COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas Pymes. En Madrid el 58,8% de las empresas encuestadas ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019 como consecuencia de la crisis (grafico 4.2), mientras que el 23,6% consiguió mantenerlas y un 17,6% las aumentó. Esta posición es más ligeramente más desfavorable que en las Pymes españolas, donde el 52,6% vio como descendieron sus ventas. Adicionalmente se preguntó a los encuestados sobre las expectativas de ventas para el primer semestre y segundo semestre de 2021. Se aprecia que las expectativas del segundo semestre mejoran claramente las del primer semestre, tanto en Madrid como en España (gráfico 4.3).

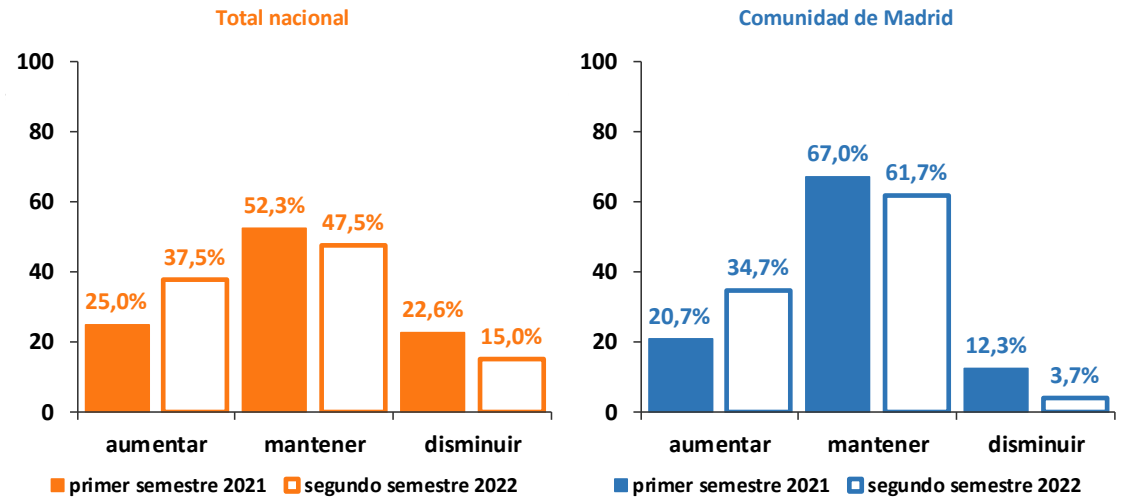
Gráfico 4.2
Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han sido...





En el primer semestre, el 67% Pymes madrileñas consideran que van a poder mantener sus ventas, aumentar un 20,7% y solo un 12,3% prevé que van a disminuir. Todos estos porcentajes mejoran en las previsiones realizadas para el segundo semestre. En concreto, el 34,7% de las Pymes madrileñas prevé un aumento de sus ventas, el 61,7% estima que las va a mantener y tan solo un 3,7% indica que previsiblemente van a disminuir. Si comparamos con la media española, sus expectativas de ventas son mayores (25% en el primer semestre y 37,5% durante el segundo) si bien también aumenta el porcentaje de Pymes que consideran que sus ventas previsiblemente van a disminuir (22,6% en el primer semestre y 15% en el segundo semestre)

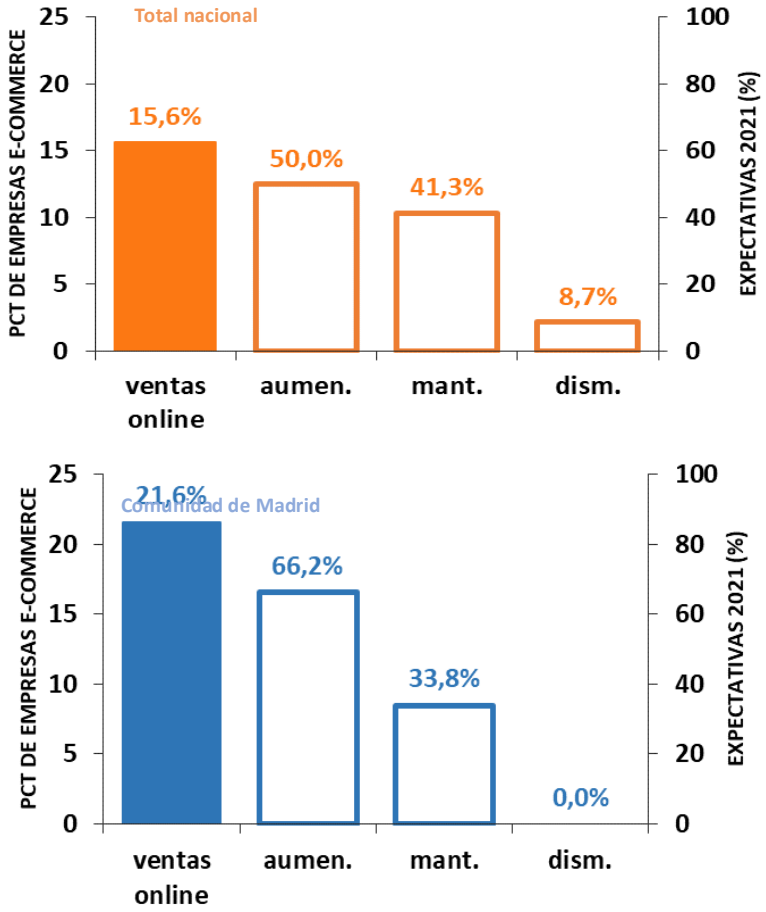
Gráfico 4.3
¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?



Otro aspecto importante es analizar la situación de la Comunidad de Madrid en la facturación online de las Pyme. Los datos muestran que el 21,6% de las empresas realizaron ventas electrónicas, y éstas señalan unas excelentes expectativas para 2021 (gráfico 4.4). El 66,2% de las Pyme que las realizan consideran que aumentarán sus ventas electrónicas para el 2021. Si lo comparamos con la media nacional podemos apreciar algunas diferencias. La media española arroja un menor porcentaje de Pymes que realizan ventas online (15,6%) presentando igualmente unas expectativas positivas de aumento de sus ventas online para 2021 (50%) o mantenimiento (41,3%).

Gráfico 4.4

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



4.3. Indicadores económicos y financieros

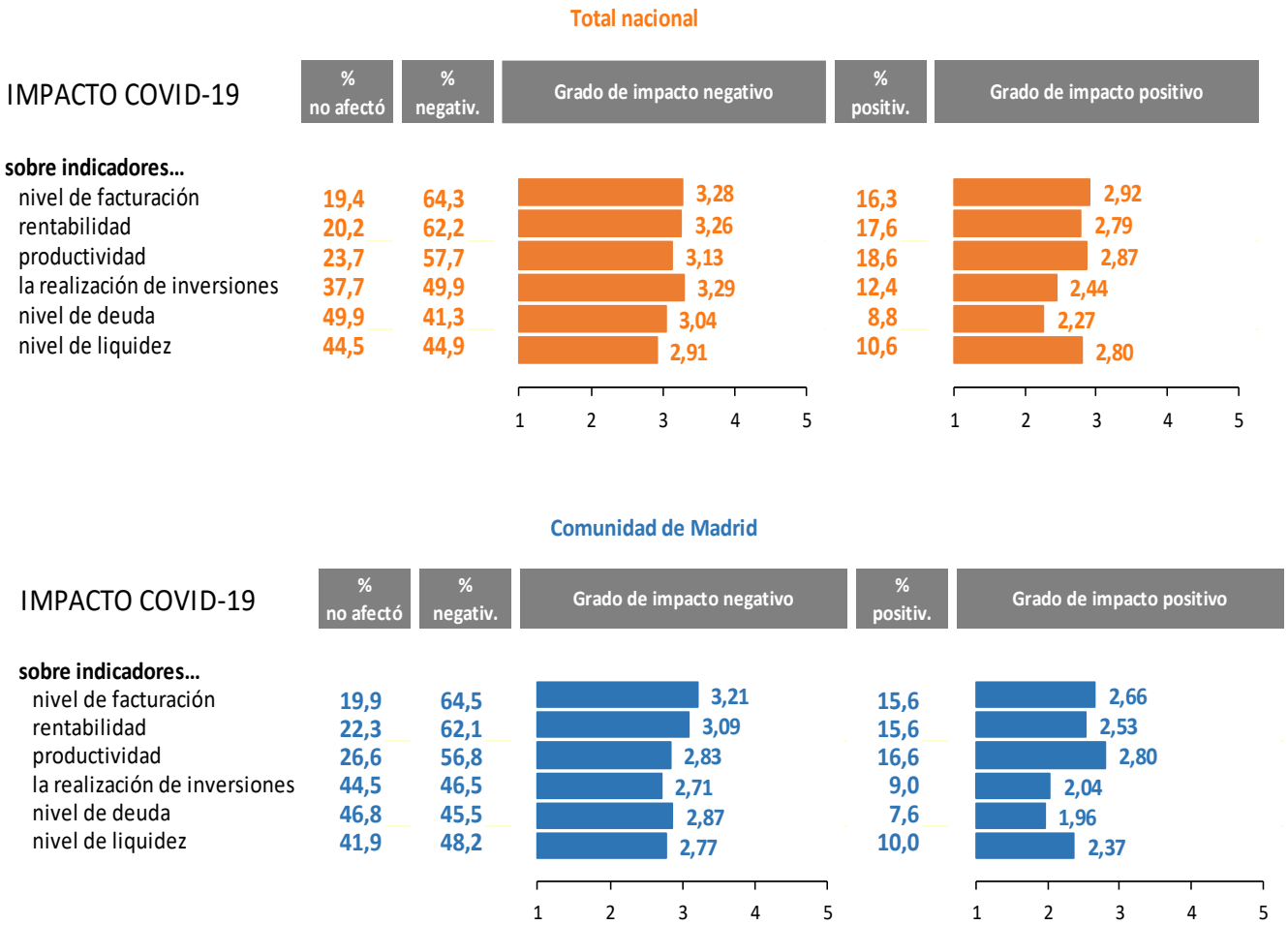
En este apartado pretendemos tener una aproximación sobre cómo ha impactado la crisis generada por la COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa. En el gráfico 4.6 se aprecian los resultados globales sobre lo que opinan los encuestados en Madrid y España. En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores se han visto afectados por la pandemia negativamente, tanto en la Pyme madrileña como a escala nacional.

El indicador más afectado ha sido el nivel de facturación donde el 64,5% de las Pyme en Madrid se vieron afectadas negativamente (muy similar al porcentaje de la media española del 64,3%), con un grado de importancia de 3,21 (en una escala de 1 a 5), similar al grado en España (3,28).

En segundo lugar, y también muy afectado negativamente, se observa el indicador de rentabilidad. En Madrid el 62,1% de las Pyme se vieron afectadas, con un grado de importancia de 3,09 (indicadores muy similares en España).

En tercer lugar, la pandemia afectó negativamente al indicador de productividad. El 56,8% de las Pyme en Madrid señalaron que la pandemia les afectó negativamente en su productividad (57,7% en España), con un grado de importancia de 2,83 (3,13 en España). Respecto al efecto de la pandemia en la realización de inversiones, se obtiene que el 45,5% de las Pyme madrileñas consideran que, efectivamente, la pandemia les afectó negativamente en la realización de nuevas inversiones, frente al 49,9% que se alcanza a escala nacional. En esta ocasión, este problema se califica con un menor grado de importancia en Madrid (2,71 en una escala de 1 a 5) que en España (3,29).

Gráfico 4.5
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros



El impacto sobre los indicadores de nivel de deuda y de liquidez ha sido ligeramente menor en Madrid. Se han visto afectadas negativamente el 46,8% y el 41,9% de las Pyme en Madrid, respectivamente. Datos ligeramente más favorables que la media nacional. Por otra parte, es interesante comprobar que, en el periodo analizado, un porcentaje de Pymes se vieron afectadas positivamente por la pandemia. Hay que destacar que en la Comunidad de Madrid el 15,6% de las Pyme afirman que la crisis les generó un impacto positivo sobre su facturación (grado de importancia de 2,66 en una escala de 1 a 5), el 15,6% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,53) y el 16,6% les afectó positivamente en su nivel de productividad (intensidad de 2,80). La realización de inversiones en tiempos de pandemia afectó positivamente solo a un 9%, con un grado de intensidad de 2,04 (frente al 12,4% de la media española con una intensidad de 2,44), y el nivel de deuda y liquidez solo impactó de manera positiva para un 7,6% y un 10% respectivamente en Madrid (8,8% y 10,6% en la media nacional).

4.4. Internacionalización

La crisis generada por la COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y también ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado analizaremos cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las Pymes en Madrid. El 28,2% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas en mercados internacionales (gráfico 4.6). La intensidad media de las ventas en mercados internacionales sobre el total de las ventas de estas empresas exportadoras fue del 31,3% (gráfico 4.6). En Madrid se aprecia un porcentaje mayor de Pymes exportadoras con relación a España (el 24,3% de Pymes nacionales son exportadoras).

Si analizamos cómo ha afectado la crisis a la internacionalización de las Pyme los datos muestran que el impacto ha sido ligeramente menor en la Comunidad de Madrid. Así, mientras en Madrid la crisis afectó negativamente en el nivel de facturación en el 46,5% de las Pyme, este porcentaje se situó en el 47,2% en escala nacional. La intensidad de este impacto en Madrid coincide el valor alcanzado por la media nacional, con un grado de importancia de 3,53 (en una escala de 1 a 5) (cuadro 4.7). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 25,6% de las Pyme madrileñas (30,6% en España) consideran que se vio reducido por la crisis, con un grado de importancia muy similar de 3,65 (3,62 en España). Por el contrario, la crisis ha influido positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 8,1% de las empresas madrileñas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,00 sobre 5). Y el 4,7% de empresas amplió el número de países de destino en su internacionalización. En España, estos últimos datos son ligeramente más favorables.

Gráfico 4.6
Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen en el total de ventas para 2020

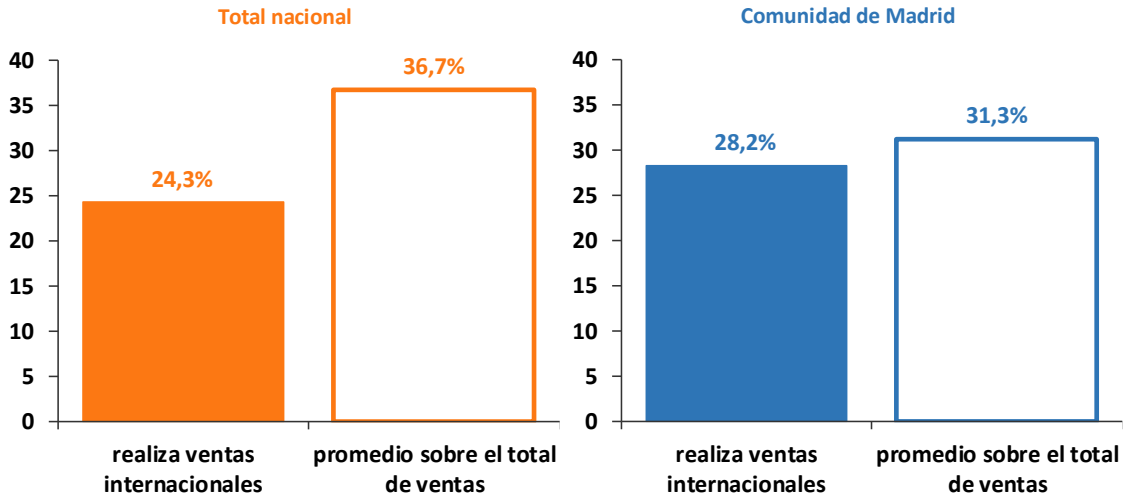
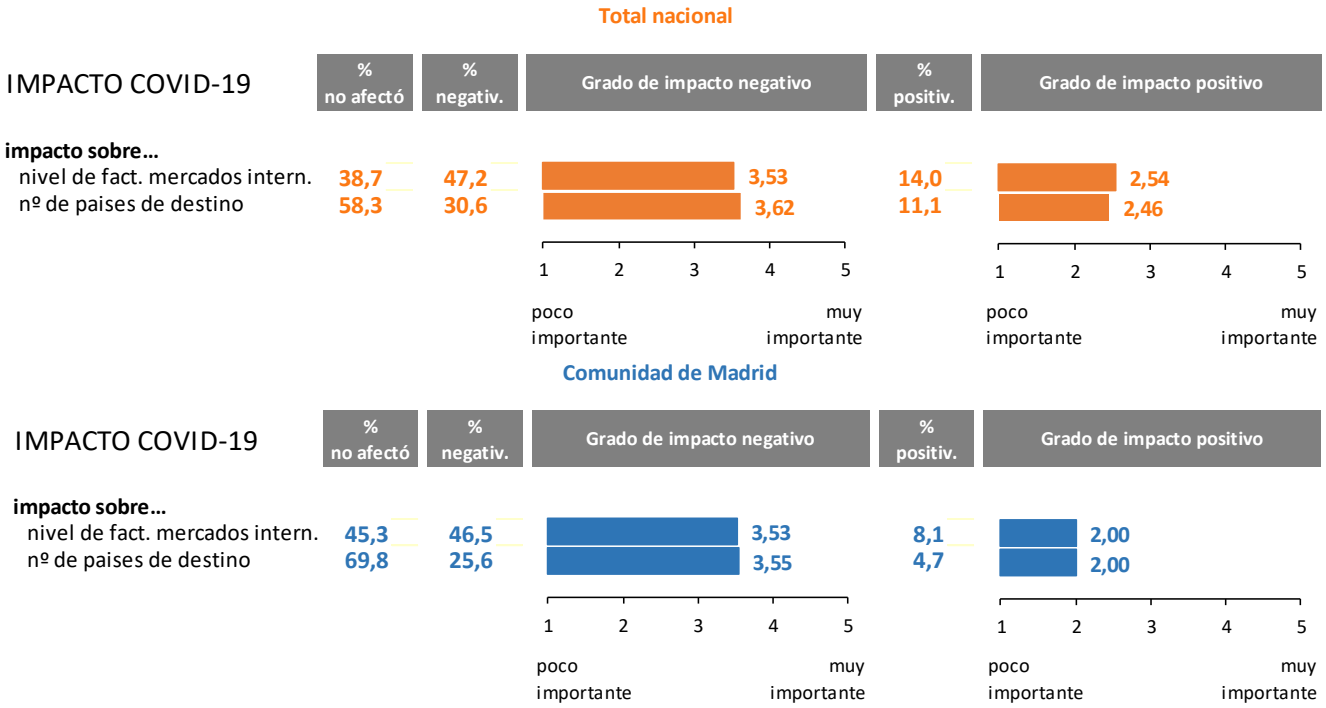


Gráfico 4.7
Para aquellas empresas que exportan: Del total de sus ventas en 2020, ¿qué porcentaje ha destinado a mercados internacionales?



INFORME DE LA PYME 2021

IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

5. 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 apartado, se preguntó a los encuestados sobre el impacto 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.

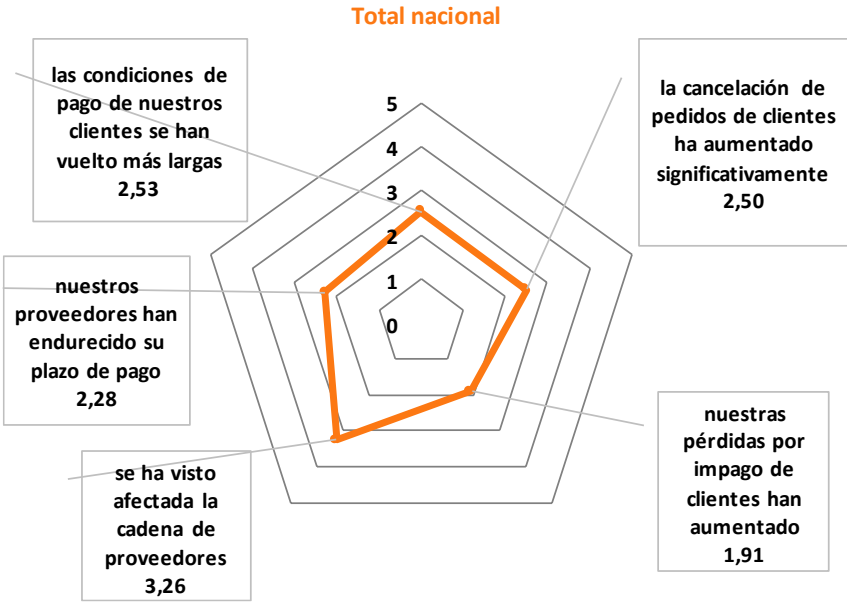
5.1. Actividades con clientes y proveedores

El impacto más significativo en la Pyme madrileña en sus actividades con clientes y proveedores se produce sobre su cadena de suministros, al sufrir retrasos por parte de sus proveedores (3,41 en una escala de 1 a 5) (gráfico 5.1). Siendo este impacto superior al de la media nacional que asciende a 3,26. El resto de las variables quedan claramente por debajo del valor de 3. Esto, en cierta medida, parece indicar que esta crisis no ha afectado de una forma importante a la gestión de sus operaciones con sus clientes y proveedores. Así, las Pyme madrileñas otorgaron valores de 2,33 a que las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas; 2,68 a la cancelación de pedidos por parte de los clientes; 2,19 a que los proveedores han endurecido sus condiciones de pago; y tan solo 1,68 a que las pérdidas por impago de clientes han aumentado. En España los resultados muestran una tendencia similar.

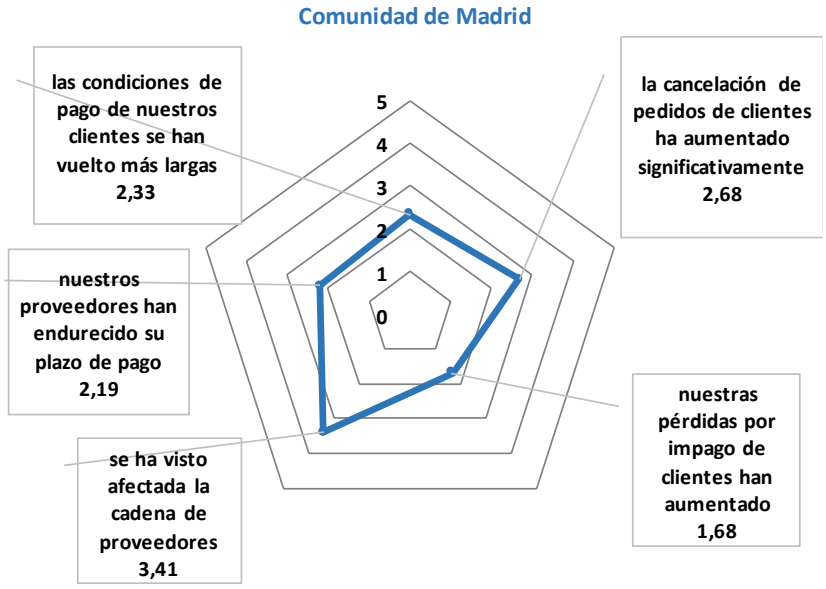
5.2. Actividades operativas

En las actividades operativas de las empresas analizadas se aprecia un menor impacto en las empresas madrileñas, con relación a las actividades con clientes y proveedores. Todas las valoraciones tienen valores por debajo de 3 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.2). Las actividades más afectadas han sido que las empresas han tenido que realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (2,74) y que han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (2,33). Mientras que actividades como bajar precios (2,21) o necesitar aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,32), han tenido un impacto más bajo. En España se puede apreciar una tendencia muy parecida.

Gráfico 5.1
Actividades con clientes y proveedores

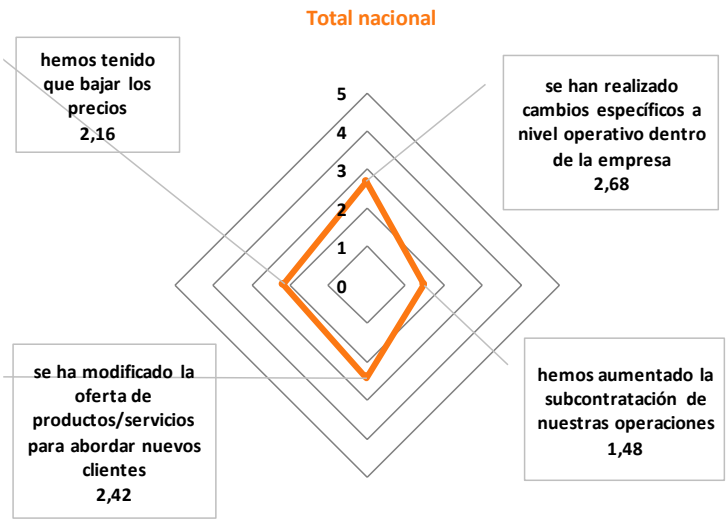


1- total desacuerdo 5- total acuerdo

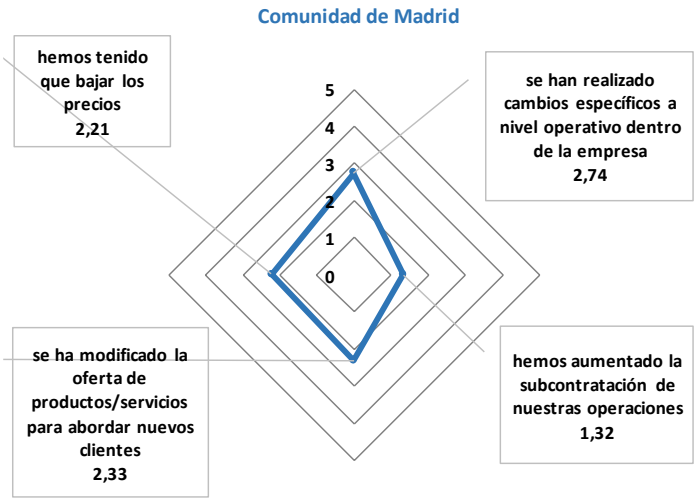


1- total desacuerdo 5- total acuerdo

Gráfico 5.2
Actividades operativas



1- total desacuerdo 5- total acuerdo



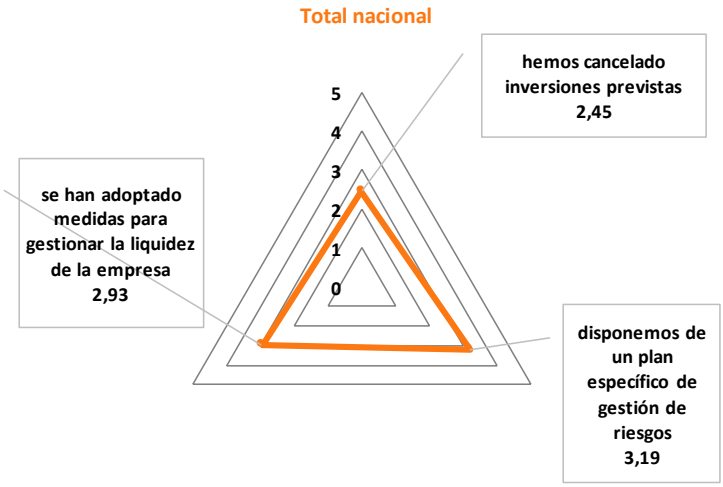
1- total desacuerdo 5- total acuerdo

5.3. Actividades estratégicas

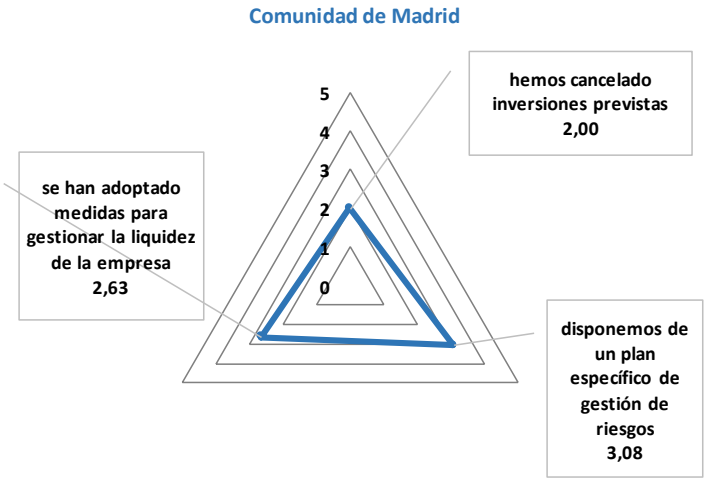
¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las Pymes? En general, la opinión de los encuestados es que esta crisis ha generado la necesidad de hacer planes de gestión de riesgos o de contingencias. Las Pymes madrileñas dan una valoración de 3,08 en una escala de 1 a 5, por 3,19 en la media nacional (gráfico 5.3). Seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,63 en Madrid frente a 2,93 en España) y abandonar inversiones previstas (2,00 en Madrid frente a 2,45

en España). Por tanto, los valores alcanzados al considerar los efectos en las actividades estratégicas son ligeramente inferiores en la Comunidad de Madrid que a nivel nacional.

Gráfico 5.3
Actividades estratégicas



1- total desacuerdo 5- total acuerdo



1- total desacuerdo 5- total acuerdo

INFORME DE LA PYME 2021

ACTIVIDAD INNOVADORA

6. ACTIVIDAD INNOVADORA

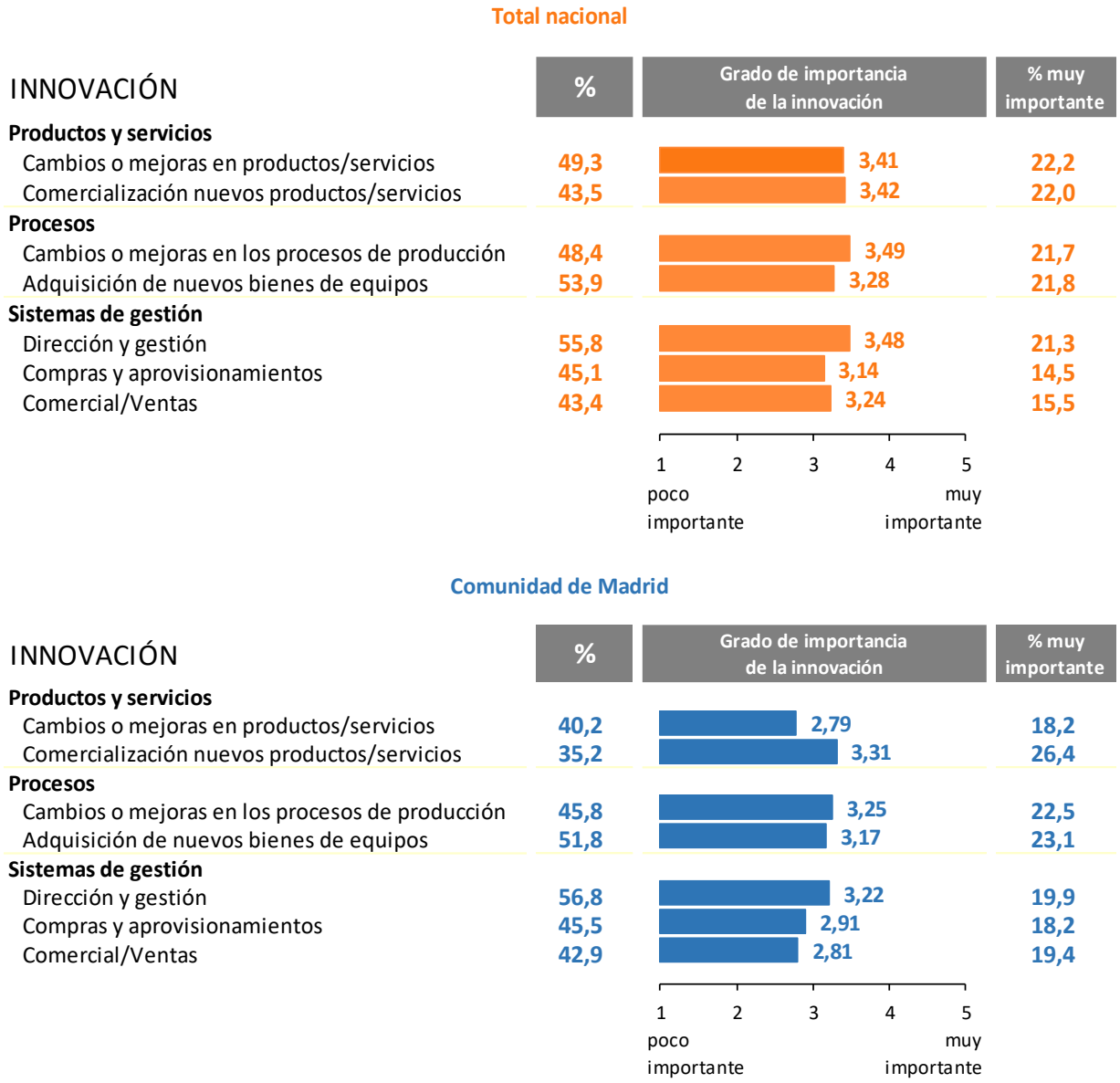
La innovación es un factor clave para la competitividad de la Pyme. Para medir el comportamiento innovador de las Pyme se consideran en este informe: tipos de innovación (productos, procesos y gestión). Para medir la innovación en productos y en procesos se consideran: (1) cambios o mejoras en productos/servicios; (2) comercialización de nuevos productos/servicios; (3) cambios o mejoras en los procesos de producción y (4) adquisición de nuevos bienes de equipos. Para la innovación en gestión se considera, (1) cambios en sistemas de dirección y gestión; (2) compras y aprovisionamientos y (3) comercial/ventas. Se analiza 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.

La actividad innovadora de la Pyme tanto en Madrid como en España ha disminuido de forma muy notable como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, rompiendo la tendencia experimentada en años anteriores (FAEDPYME, 2019). Además, en la Pyme madrileña se aprecia una caída similar a la media nacional para la innovación en sistemas de gestión, si bien, tanto en innovación en productos, servicios como en procesos la caída es más significativa en las Pymes de la Comunidad de Madrid. El gráfico 6.1 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 actualmente, el 40,2% de las Pyme en la Comunidad de Madrid han realizado cambios o mejoras en productos/servicios con una intensidad de 2,79 (en el año 2018 en la Comunidad de Madrid, la innovación en productos y servicios representaba el 76,6%, frente al 75,4% a nivel nacional y una misma intensidad para ambas de 4,18). En el caso de la innovación en procesos, en el 2018 en la Comunidad de Madrid y a nivel nacional se situaba en torno al 70%.

Si analizamos la adquisición de nuevos bienes de equipos, los datos muestran que el 51,8% de las Pyme madrileñas la han realizado (68,6% en 2018). En el caso de la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que han realizado innovación, los datos muestran que las innovaciones instrumentadas a través de la adquisición de nuevos bienes de equipos (3,17) han sido similares a los cambios o mejoras (3,25). En ambos casos estos valores fueron significativamente menores a los de 2018, ya que se aproximaban a un 4,25.

Gráfico 6.1
Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia



La innovación en gestión está, en general, en niveles similares de los índices anteriores. En la Comunidad de Madrid el 56,8% (55,8% en España) ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 45,5% (45,1% en España) en la sección de compras y el 42,9% (43,4% en España) en el departamento de comercial o ventas. Porcentajes todos ellos claramente por debajo a los obtenidos en 2018. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevante en Madrid ha sido en innovaciones para la dirección y gestión, con un valor de 3,22 (3,48 en España).

Por otra parte, y también en el gráfico 6.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que realizaron un grado muy importante en su innovación (empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Si analizamos estos porcentajes comprobamos que en la Comunidad de Madrid el 18,2% de las Pyme han realizado cambios o mejoras muy importantes en sus productos o servicios y el 26,4% han comercializado de forma relevante nuevos productos o servicios. Estos últimos porcentajes a nivel nacional serían 22,2% y 22,0%, respectivamente. En las innovaciones en procesos la tendencia es muy similar entre Madrid y España, si bien ligeramente superiores en el caso de la Comunidad de Madrid. Así, el 22,5% de las Pyme madrileñas han realizado cambios o mejoras en sus procesos de producción (21,7% en España) de forma muy relevante y el 23,1% han realizado importantes adquisiciones de nuevos bienes de equipo, frente al 21,8% a escala nacional. Finalmente, las innovaciones más importantes en gestión se realizan en Madrid en el área de dirección y gestión, donde el 19,9% de las Pyme hace innovaciones muy importantes (frente al 21,3% en España). De nuevo, en todos los casos estos indicadores se sitúan claramente por debajo de los resultados de 2018.

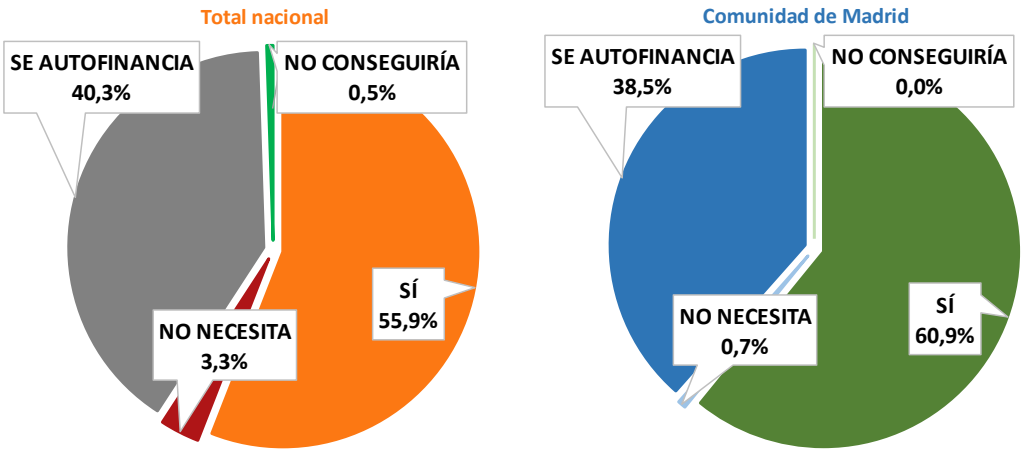
INFORME DE LA PYME 2021

ACCESO A LA FINANCIACIÓN

7. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

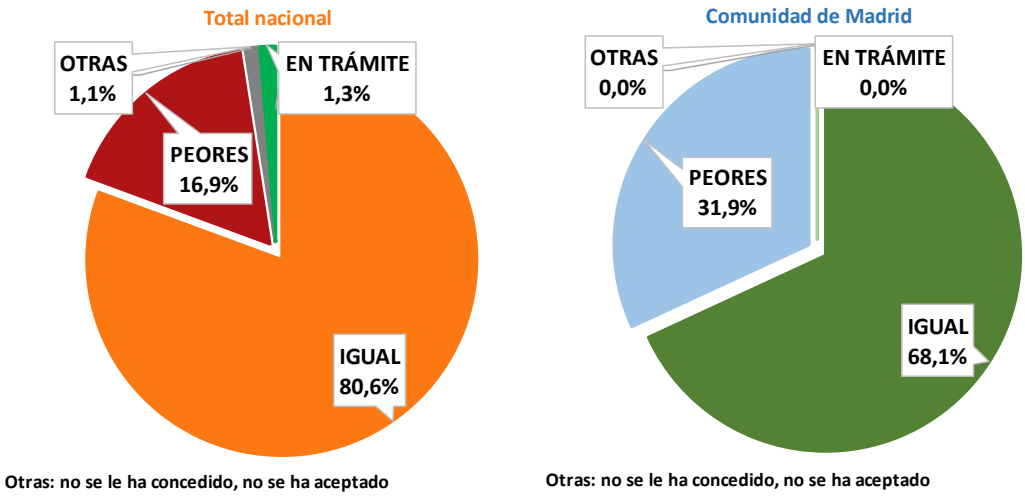
En este apartado se analiza la financiación de las Pyme. Para ello se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado. El gráfico 7.1 muestra que el 60,9% de las Pyme madrileñas han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, destaca que el 0,7% no han realizado la solicitud porque no necesitan financiación y el 38,5% no lo han solicitado porque se autofinancian. Estos datos son similares en España donde el 54,8% de las Pyme si han solicitado líneas de financiación y el 43,0% no solicitan porque se autofinancian. Por otra parte, destaca el porcentaje de empresas que declaran que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, están desanimadas (*borrower discouragement*), siendo un 0,5% en España y un 0% en la Comunidad de Madrid.

Gráfico 7.1.
¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en la actualidad?



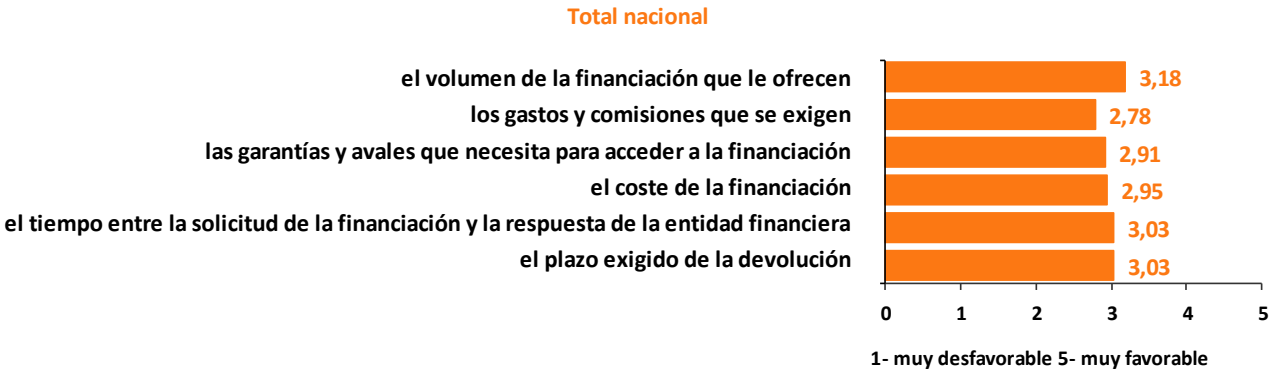
El gráfico 7.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado contratar líneas de financiación. Se puede apreciar que en la Comunidad de Madrid es un 0% (1,1% en España) de los encuestados declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. También para un 0% la solicitud se encuentra 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 (68,1% en Madrid y 80,6% en España) o en peores condiciones (31,9% en Madrid y 16,9% en España).

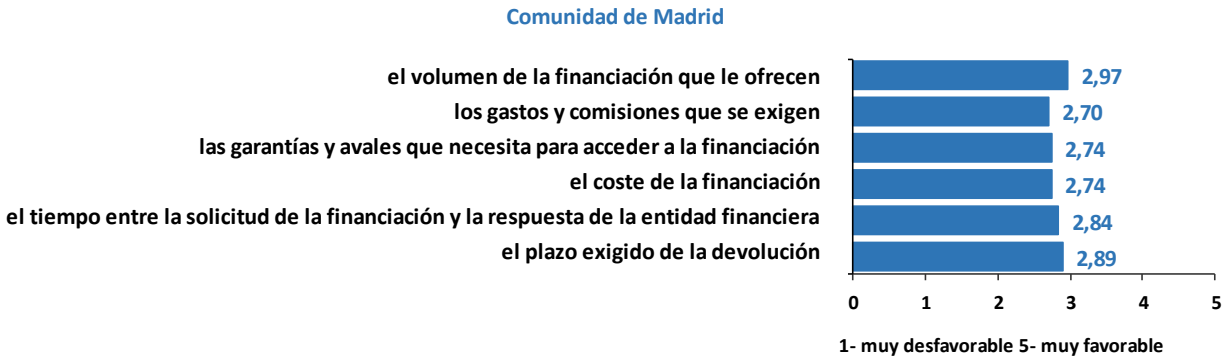
Gráfico 7.2
En caso de haberlo solicitado



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. Así mismo analizamos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera. En este apartado analizamos la evolución de estos elementos a lo largo del 2020 periodo de la pandemia (gráfico 7.3). 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 con una evolución ligeramente desfavorable. En general, en la Comunidad de Madrid los resultados son ligeramente inferiores a España. Los elementos que mejor han evolucionado en la Comunidad de Madrid fueron el volumen de financiación que ofrecen las entidades, con una puntuación media de 2,97, situándose a continuación el plazo exigido para la devolución de la financiación (2,89) y el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2,84). Los términos con una evolución menos favorable han sido las comisiones (2,70), así como las garantías exigidas y el coste solicitado por la financiación que alcanzan el mismo valor (2,74).

Gráfico 7.3.
A lo largo del 2020 ¿cómo cree que han evolucionado las siguientes variables?





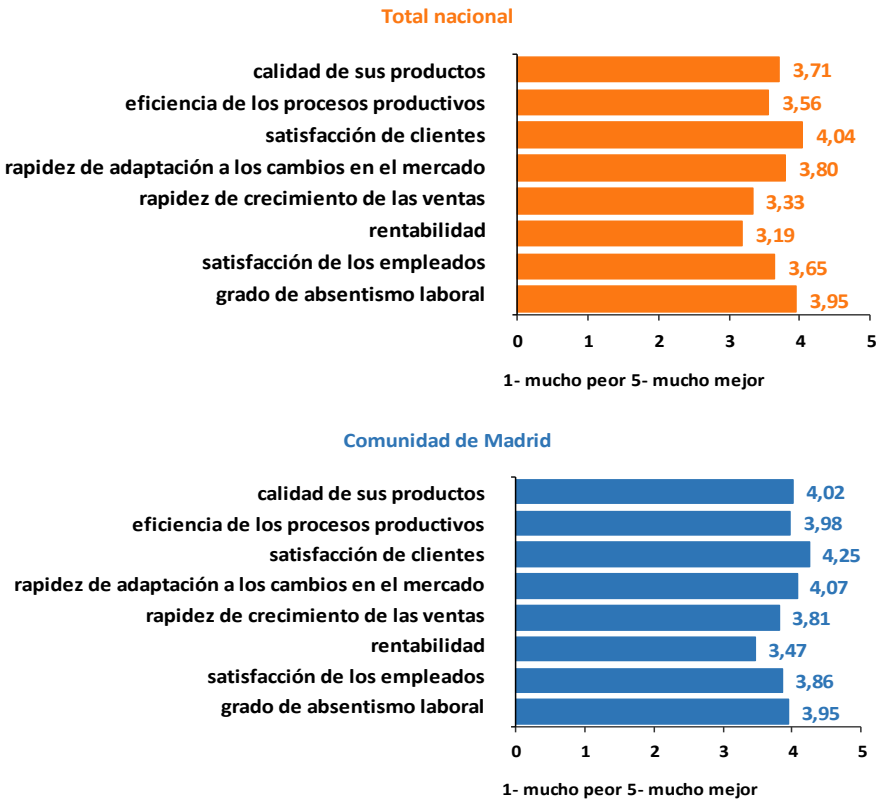
INFORME DE LA PYME 2021

INDICADORES DE RENDIMIENTO

8. INDICADORES DE RENDIMIENTO

Para medir el rendimiento de la empresa hemos utilizado indicadores construidos a partir de la percepción del gerente de la empresa sobre su posición competitiva. ¿Cuáles son los factores en los que las empresas consideran que han evolucionado de una forma más favorable? Los cuatro aspectos que consideran más favorables las empresas madrileñas han sido (medidos en una escala de 1: muy desfavorable a 5 muy favorable):aumento de la satisfacción de sus clientes (4,25 en Madrid vs 4,04 en España); adaptarse con mayor rapidez ante a los cambios en el mercado (4,07 en Madrid y 3,80 en España), la calidad de sus productos (4,02 en Madrid vs 3,71 en España), la eficiencia de los procesos productivos (3,98 en Madrid vs 3,56 en España) y el aumento de la satisfacción de sus empleados (3,86 en Madrid vs 3,65 en España); Los indicadores en los que su evolución ha sido menos favorable son: la rentabilidad de la empresa (3,47 en Madrid vs 3,19 en España), el crecimiento del nivel de facturación (3,81 en Madrid vs 3,33 en España) y el grado de absentismo laboral, que alcanza el mismo peso en la Comunidad de Madrid y en España, (3,95). En general podemos apreciar que las Pyme madrileñas tienen una mejor posición competitiva que la media nacional.

Gráfico 8.1
Rendimiento de las Pymes frente a sus competidores



INFORME DE LA PYME 2021

REFERENCIAS

9. REFERENCIAS

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 sobrerreacción, tanto para la salud pública como para la economía.

Caballero-Morales, S. O. (2021). Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19 pandemic. Research in international business and finance, 57, 101396.

CEC (Commission of the European Communities) (2002). Communication from the commission concerning corporate social responsibility: A business contribution to sustainable development, 347.

CEC (Commission of the European Communities) (2005). Implementing the community Lisbon programme modern SME policy for growth and employment. *Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*, 551.

CEC (Commission of the European Communities) (2006). Implementing the partnership for growth and jobs: Making Europe a pole of excellence of corporate social responsibility. *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council and the European Economic and Social Committee*, 136.

FAEDPYME (2019). Informe Pyme Madrid 2018. Digitalización y Responsabilidad Social en la PYME. ISBN: 978-84-09-11650-8

FAEDPYME (2019). Informe Pyme España 2019. Análisis estratégico para el desarrollo de la Pyme en España: Riesgos e Incertidumbres. Edita FAEDPYME.

INE (2021):
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576550

Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P. J., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective. *Journal of Business Research*, 116, 188–192.