



Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la Pyme en Argentina

Autoridades Universidad Nacional de Villa María

Rector

Abog. Luis Alberto Negretti

Vicerrectora

Dra. Elizabeth Theiler

Secretaría Internacionalización (SI)

Esp. Cra. María Cecilia Conci

EDITOR RESPONSABLE

Secretaría de Internacionalización UNVM
Chile 253, Villa María, Córdoba, Argentina.
Tel.: 353 4648200 Int. 2280/2264/2269
Email: internacionalizacion@unvm.edu.ar
Web: si.unvm.edu.ar

Diseño y maquetación: Silvina Gribaudo

Foto tapa: Pexels

Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la Pyme en Argentina

Compiladores

Nicolás Salvador Beltramino

Liliana Galán

Enrique Carlos Bianchi

Impacto económico de la crisis Covid-19 sobre la Pyme en Argentina / Hipólito Fink... [et al.];
Compilación de Nicolás Salvador Beltramino; Lilitiana C. Galán; Enrique Bianchi. - 1a ed -
Villa María: Universidad Nacional de Villa María. Secretaría de Internacionalización, 2021.
Libro digital, PDF
Archivo Digital: descarga y online
ISBN 978-987-4993-49-6

1. Pequeñas y Medianas Empresas. 2. Aislamiento Social. I. Fink, Hipólito II. Beltramino, Nicolás
Salvador, comp. III. Galán, Lilitiana C., comp. IV. Bianchi, Enrique, comp.
CDD 338

Equipo de Investigación FAEDPYME

Universidad Nacional de Córdoba

Enrique Bianchi (Dir.); Jorge Mota;
Julio Cesar Muñoz

Universidad Nacional de la Plata

Liliana Galán (Dir.); Gabriela Mollo Brisco;
Alfredo Troncoso

Universidad Nacional del Sur

Carolina Tarayre (Dir.)

Universidad Nacional de Mar del Plata

Romina, Barbisan (Dir.); Luciana Barilaro ;
Mariana Foutel

Universidad Nacional de Entre Ríos

Hipólito Fink (Dir.); Juan Carlos Ayala;
Juan Pablo Baldomar; Marcelo Alcain

Universidad Nacional de Nordeste

Cesar Horacio Dellamea (Dir.);
Gabriela Latorre; Silvina Blanque

Universidad Nacional del Comahue

Marina Zanfardini (Dir.); Nadia Giacinti;
Andy Vutay; Andrea Gutauskas

Universidad Nacional de Villa María

Nicolás Beltramino (Dir.);
Juan Marcelo Ingaramo

Equipos Colaboradores

Universidad Nacional de Entre Ríos: Javier Coulieri; Javier Alejandro Gomez; Cintia V. Jaquet; Agustina A. Martinez; María A. Sanchez;

Universidad Nacional del Nordeste: Aracelli Banega; Diego Brillada; Adriana Chavez; César Antonio Dellamea; Jorge Fiol; Marina Medrano; Ana Carla Salom



Índice

Introducción	9
Metodología de investigación	11
Estructura de la muestra	11
Selección de las variables y diseño del cuestionario	13
Análisis estadístico de los datos	13
Datos generales de las empresas	14
Impacto económico	17
Empleo	17
Ventas	22
Indicadores económicos y financieros	27
Internacionalización	32
Impacto sobre la organización de la empresa	36
Actividades con clientes y proveedores	37
Actividades operativas	40
Actividades estratégicas	42
Actividad innovadora	45
Acceso a la financiación	52
Indicadores de rendimiento	59
Resumen Ejecutivo	64
Referencias	70

Nota aclaratoria

El informe “Impacto económico del Covid-19 sobre las Mipymes en Argentina” es el resultado de una iniciativa del Observatorio Iberoamericano de la Micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), cuyo objeto principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas para facilitar y apoyar la toma de decisiones, principalmente en el ámbito económico y estratégico. **En este proyecto todos los informes realizados en los diferentes países siguen los mismos patrones de formato, estructura y metodología, con el objetivo de homogeneizar los resultados y comparabilidad.** El observatorio es una estrategia de la Alianza Interredes para la cooperación académica entre redes universitarias como Red Universitaria de Emprendimiento REUNE de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Fundación para el análisis estratégico y desarrollo de la Pyme -FAEDPYME- y la Red Latinoamericana de innovación y Emprendimiento -RLIE- del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración -CLADEA-.

Introducción

La pandemia del COVID-19 ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico en el mundo. Muchas empresas se han visto golpeadas por la crisis sanitaria y han surgido fuertes tensiones que pueden limitar su competitividad y su supervivencia. Como consecuencia de esta inesperada crisis, se ha producido un shock en la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda provocado por un menor consumo que ha hecho disminuir los ingresos en las empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). Todo esto ha propiciado una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Adicionalmente, el COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se ha extendido la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

En la actualidad muchas instituciones están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con el ánimo de mitigar los impactos que a corto y largo plazo generará la crisis ocasionada por el COVID-19. Para gestionar esta crisis será necesario establecer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a medio y largo plazo que marquen el camino hacia una recuperación fuerte y sostenible (Banco Mundial, 2020). En este sentido, resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos del 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 mientras dure la incertidumbre sobre por cuánto tiempo se extenderá 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 el COVID-19 en Argentina. 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 in-

formación pretende ser 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 el 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 el COVID-19 en la organización de las empresas.
- Estudiar de forma más profunda la actividad innovadora de las Pymes 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 553 Pymes Argentinas dirigida a los responsables de la empresa. La muestra está compuesta por microempresas (1 a 9 trabajadores), pequeña empresa (10 a 49) y medianas empresas (50 a 249). La técnica de recogida de información fue una encuesta online, por medio de la asistencia de la plataforma SurveyMonkey. 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, fortalezas 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.

Metodología de investigación

El diseño de la muestra y del cuestionario han sido realizados con las suficientes garantías que aseguran obtener una información 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.

Estructura de la muestra

Debido a la actual situación y a la escasa disponibilidad de estadísticas sobre la cantidad de empresas existentes en Argentina y su distribución por sectores de actividad y por su tamaño. El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo por conveniencia en el cual las empresas que se consultaron fueron elegidas de acuerdo a la proximidad o disposición para responder el cuestionario, sin considerar si ellos eran representativos de la población. Luego se definieron los criterios para determinar las características de la muestra en función de los objetivos del estudio, de la información disponible y de los recursos para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados 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 criterios. Por ello, el número de criterios debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron los siguientes criterios: sector (Agropecuaria, Industria, Construcción, Comercio y Servicios), tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas). El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta por medio de 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 determi-

nado 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 553 empresas argentinas (en el cuadro 2.1 puede verse la distribución por Actividad Económica y en el cuadro 2.2 por Provincias).

Cuadro 2.1

Cantidad de empresas incluídas en cada Sector

	N° de empresas	%
Agricultura, Ganadería y extractivas	43	7,8
Industria	139	25,1
Construcción	19	3,4
Comercio	134	24,3
Servicios	218	39,4
TOTAL	553	100,00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 2.2

Distribución de empresas por cada provincia

	N° de empresas
Buenos Aires	205
Córdoba	134
Chaco	90
Entre Ríos	77
Neuquén	29
Corrientes	12
Río Negro	2
Santa Fe	2
Catamarca	1
San Juan	1
TOTAL	553

Fuente: Elaboración propia

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 el COVID-19. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a los responsables 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 responsable, 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 el 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.

Análisis estadístico de los datos

Las variables de clasificación utilizadas para contrastar si existen diferencias significativas en el perfil de respuestas han sido: tamaño, antigüedad, y sector de actividad de la empresa. Para evaluar la signi-

ficación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación utilizado, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

Cuando analizamos diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la Chi cuadrado de Pearson (χ^2) con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizan tablas 2 x 2, con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la χ^2 de Pearson.

En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación se ha utilizado el contraste de “análisis de la varianza (ANOVA)”.

Datos generales de las empresas

Las empresas entrevistadas y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 553, tratándose de una muestra representativa del conjunto de empresas argentinas, en las regiones analizadas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa y que nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- El 45,8% son microempresas, el 37,4% son pequeñas y el 16,8% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 21 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 73,8% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 24,4% de las empresas están dirigidas por mujeres.
- El 61,5% de los directores/gerentes de máximo nivel dispone de estudios universitarios.

- El 40% de las empresas de la muestra manifiestan haber recibido algún tipo de subsidio por parte del estado por el COVID19.
- El 38,4% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 27,7% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

Cuadro 3.1
Tamaño de la empresa (%)

	Micro	Pequeñas	Medianas
% empresas	45,8	37,4	16,8

Gráfico 3.1

¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

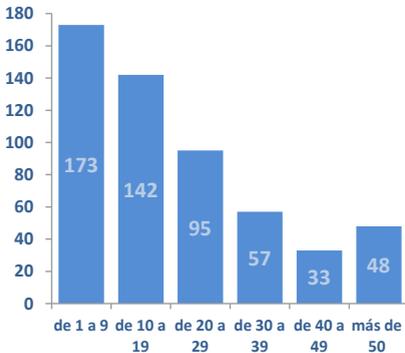
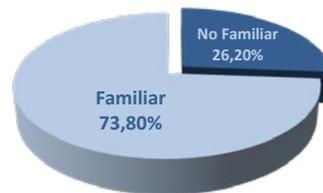


Gráfico 3.2

¿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)



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 3.3

¿Cuál es el género del director general/gerente?

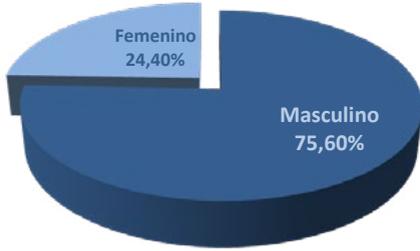
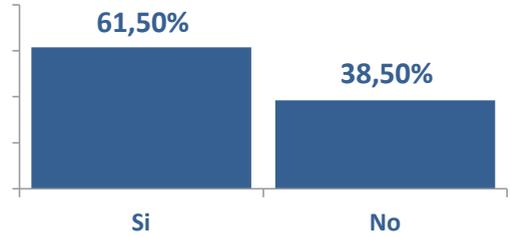


Gráfico 3.4

¿El director general dispone de estudios universitarios?



Fuente: Elaboración Propia

Consultamos también si la empresa frente a la situación generada por el COVID-19, habían tenido la necesidad de solicitar algún tipo de ayuda económica para solventar las pérdidas ocasionadas por la falta de actividad. Donde el 17,8 % contestaron que habían recibido algún tipo de proceso de apoyo a la Pyme, en tanto que el 40% recibieron subsidios o beneficios económicos y el 42,2% no recibió ninguna ayuda.

Gráfico 3.5

¿Ha tenido que acogerse su empresa a un ATP o subsidio ?

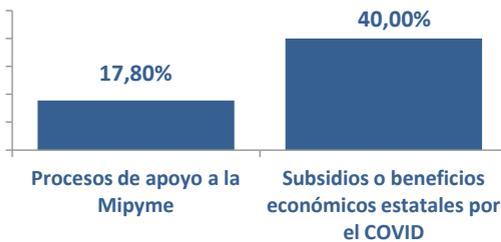
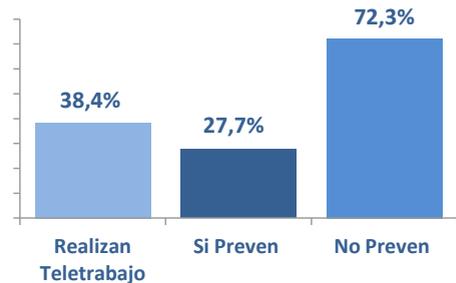


Gráfico 3.6

% 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



Fuente: Elaboración Propia

Impacto económico

La crisis ocasionada por el 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.

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 con relación al 2019 los datos muestran que el 26,2% de las Pyme analizadas disminuyeron su empleo, un 51,9% lo mantuvo y un 21,9% lo aumentaron. De cara al 2021 las expectativas resultan levemente más favorables, ya que el 64,7% de las Pyme mantendrán su plantilla, el 20,0% aumentarán su empleo, solo el 15,0% lo disminuirá.

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?



Fuente: Elaboración Propia

Para analizar con más detalle el impacto de la crisis sobre el empleo vamos a considerar los estratos de tamaño, si la empresa se ha acogido a un ATP o no, la edad y el sector de la empresa. Adicionalmente, determinaremos el “saldo de expectativas”, calculado como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye. En cuanto al tamaño podemos apreciar que la evolución del empleo en el período 2019 y 2020 fue diferente según el estrato considerado (cuadro 4.1), lo que se aprecia porque existen diferencias significativas entre ellos. Mientras que las microempresas y las pequeñas empresas arrojaron un saldo positivo de empleo (9,6% y 1,4%, respectivamente), las empresas medianas presentan un saldo negativo (-4,4%). En cuanto a las expectativas del 2021 en generación de empleo vemos una tendencia favorable, aunque con un comportamiento bastante similar a lo previamente analizado. Las diferencias entre las empresas que opinan que disminuirán el empleo y las que lo aumentarán, ponen de manifiesto un comportamiento prácticamente idéntico entre las pequeñas y medianas (saldo positivo de 5,9 y 5,5, respectivamente) siendo estas las que presentan un incremento de empleo más alto para el 2021. En tanto las microempresas, son las que prevén un aumento levemente inferior (4,1), lo que se evidencia por el nivel de significación que es superior al 5% establecido. En este caso, el 19% de las micro empresas estiman que en el 2021 crearán empleo frente al 14,9% que señala que lo disminuirá.

Si analizamos el estrato de empresas adheridas a los ATP no se aprecian diferencias estadísticamente significativas (cuadro 4.2). Las empresas acogidas a un ATP han sido las empresas donde la evolución del empleo en el periodo 2020 ha sido menor y donde el saldo de las expectativas de empleo para 2021 es bastante superior. Así, el 14,9% de las empresas acogidas al ATP redujo su empleo en 2020 respecto al año anterior, frente al 14,8% de las que no se acogieron. En este caso la diferencia de expectativas fue prácticamente idéntica entre ambas, alcanzando un 5,8% y 5,1%, respectivamente. En cuanto a las expectativas del 2021 de empleo observamos que el 19,4% de las empresas que se han acogido a un ATP opinan que tendrán una tendencia a disminuir el empleo, en tanto, que las empresas que no se han acogido a un ATP este porcentaje sube al 23,0%.

Cuadro 4.1

Impacto de la crisis sobre el empleo

Tamaño de la empresa	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020				
Aumento de empleo (% empresas)	22,0	30,2	27,5	
Estabilidad de empleo (% empresas)	65,6	41,0	40,7	***
Disminución de empleo (% empresas)	12,4	28,8	31,9	
Saldo de expectativas	9,6	1,4	-4,4	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)				
Aumento (%)	19,0	20,0	23,3	
Estabilidad (%)	66,1	65,9	58,9	-
Disminución (%)	14,9	14,1	17,8	
Saldo de expectativas	4,1	5,9	5,5	
En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo				
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

Fuente: Elaboración Propia

Al considerar la antigüedad de la empresa en la evolución del empleo del 2020, se aprecian diferencias estadísticamente significativas (cuadro 4.3). El saldo de expectativas entre las empresas jóvenes o maduras resulta muy diferente, ya que las jóvenes arrojan un valor negativo de -4,9%, en tanto que las maduras muestran un valor positivo de 9,7%. Sin embargo, cuando analizamos la tendencia del empleo para el 2021, vemos que el saldo de expectativas resulta más favorable para las empresas jóvenes (15,2%) frente al -0,6% en el caso de las maduras. El 12,7% de las empresas jóvenes opinan que disminuirán su empleo en el 2021 frente al 16,4% de las empresas maduras.

Cuadro 4.2

Impacto de la crisis sobre el empleo

Empresas acogidas a ATP

	No ATP	Si ATP	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020			
Aumento de empleo (% empresas)	20,6	20,0	
Estabilidad de empleo (% empresas)	65,1	65,1	-
Disminución de empleo (% empresas)	14,8	14,9	
Saldo de expectativas	5,8	5,1	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	23,6	30,0	
Estabilidad (%)	53,4	50,7	-
Disminución (%)	23,0	19,4	
Saldo de expectativas	0,6	10,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.3

Impacto de la crisis sobre el empleo

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020			
Aumento de empleo (% empresas)	21,0	28,9	
Estabilidad de empleo (% empresas)	53,1	51,9	***
Disminución de empleo (% empresas)	25,9	19,2	
Saldo de expectativas	-4,9	9,7	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	27,9	15,8	
Estabilidad (%)	59,3	67,7	***
Disminución (%)	12,7	16,4	
Saldo de expectativas	15,2	-0,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Con respecto al sector, se comprueba que el saldo de evolución de empleo del 2020 han sido las empresas agropecuarias las que muestran una diferencia más desfavorable, seguidas por las industriales, con un -13,5% y un -10,7% respectivamente (cuadro 4.4). Así, la diferencia entre las empresas que aumentan y disminuyen empleo en el 2020 ha sido de un -13,7% en las empresas agropecuarias, frente a un -10,7% en las empresas industriales, una caída del -5,0% en las comerciales y un -1,7% en las de servicio, no observando variación en la construcción. La tendencia de empleo para 2021 mejora sustancialmente y no surgen diferencias estadísticamente significativas. Los sectores que presentan una tendencia más favorable de empleo para 2021 son los sectores de construcción e industrial (saldo de expectativas de 31,9% y 14,9%, respectivamente).

Cuadro 4.4
Impacto de la crisis sobre el empleo
Sector de actividad de la empresa

	Agrop.	Indus.	Const.	Comer	Serv.	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020						
Aumento de empleo (% empresas)	18,8	17,3	31,8	16,5	26,0	
Estabilidad de empleo (% empresas)	48,9	54,7	36,4	62,0	49,7	-
Disminución de empleo (% empresas)	32,3	28,0	31,8	21,5	24,3	
Saldo de expectativas	-13,5	-10,7	0,0	-5,0	-1,7	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)						
Aumento (%)	14,7	25,7	36,4	19,8	19,7	
Estabilidad (%)	71,6	63,5	59,1	66,2	61,9	-
Disminución (%)	13,7	10,8	4,5	14,0	18,4	
Saldo de expectativas	1,0	14,9	31,9	5,8	1,3	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa						

Fuente: Elaboración Propia

Ventas

La crisis originada por el COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas en Argentina. El 51,4% de las empresas encuestadas estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019 como consecuencia de la crisis (gráfico 4.2), mientras que el 19,4% consiguió mantenerlas y un 29,2% las aumentó. El gráfico 4.3 muestra el porcentaje de variación de las ventas en el periodo 2019 a 2020 por tramos de variación (positivos y negativos), siendo el promedio de reducción de las ventas del -8,7%. Una caída importante que pone de manifiesto el negativo impacto de la crisis en las empresas. En este contexto 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 (gráfico 4.4). Así, en el primer semestre el 40,0% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (60,1% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 11,6% de las empresas en el primer semestre (7,2% en segundo semestre).

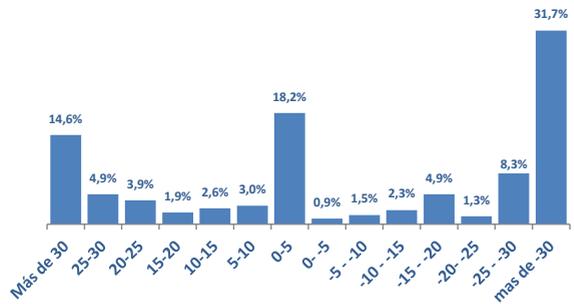
Gráfico 4.2

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



Gráfico 4.3

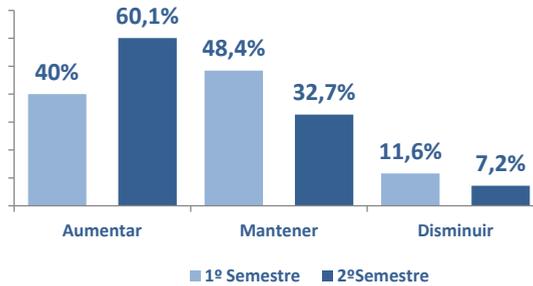
Porcentaje de variación de sus ventas en 2020 con relación a 2019



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4.4

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



Fuente: Elaboración Propia

Al analizar el tamaño de las empresas encontramos diferencias significativas que son importantes resaltar (cuadro 4.5). El mayor impacto en la caída de las ventas en 2020 se ha experimentado en las microempresas, donde el 54,7% de las empresas redujeron sus ventas. Si analizamos el saldo de evolución de las ventas del 2020 (diferencia del porcentaje de empresas que aumentan menos las que disminuyen), las empresas medianas presentaron una evolución más favorable, aunque también con signo negativo, -9,9%. Con respecto a las expectativas de ventas para el primer semestre de 2021 volvemos a ver que la situación más desfavorable, si bien con signo positivo la presentan las microempresas. Así, para el primer semestre el saldo de expectativas fue 22,0% para las microempresas, mientras que en las empresas pequeñas fue de 30,7% y las medianas de 39,6%. Para el segundo semestre la situación mejora sensiblemente en todos los estratos de tamaño analizados, presentando un saldo de expectativas positivo. Aunque nuevamente las microempresas presentan un saldo menor.

En el cuadro 4.6 se muestran los resultados analizando si la empresa se ha acogido a un ATP o no. Los datos muestran que el 70,0% de las empresas acogidas a un ATP han reducido sus ventas en 2020 con relación al 2019, bajando favorablemente este porcentaje al 59,8% para las que no se acogieron a un ATP. Las expectativas para el primer semestre prácticamente no muestran diferencias significativas entre las que no se acogieron y las que sí lo hicieron. En el segundo semestre de 2021 las ventas resultan más desfavorables para las empresas no acogidas a un ATP. Así, en el primer semestre el 11,6% de las empresas aco-

gidas a un ATP estiman que reducirán sus ventas frente al 11,4% para las que no lo hicieron. En ambos casos se aprecia que las expectativas para el segundo semestre son más optimistas. Aunque las expectativas de las empresas no acogidas a un ATP resultan menos favorables. En el segundo semestre el 60,0% de las empresas que no se acogieron a un ATP prevén aumentar sus ventas frente al 59,7% de las empresas que sí lo hicieron.

Cuadro 4.5

Impacto de la crisis sobre las ventas

Tamaño de la empresa	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020				
Aumento (%)	23,5	32,4	38,5	
Mantenimiento (%)	21,8	18,6	13,1	***
Disminución (% empresas)	54,7	49,0	48,4	
Saldo de evolución	-31,2	-16,6	-9,9	
Expectativas de ventas primer semestre 2021				
Aumento (%)	36,1	41,1	47,3	
Mantenimiento (%)	49,8	48,5	45,1	-
Disminución (%)	14,1	10,4	7,7	
Saldo de expectativas	22,0	30,7	39,6	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	55,3	64,0	65,6	
Mantenimiento (%)	35,8	30,0	28,9	-
Disminución (%)	8,9	5,9	5,6	
Saldo de expectativas	46,4	58,1	60,0	

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. - no significativa

Fuente: Elaboración Propia

El factor antigüedad de la empresa no ha mostrado diferencias de comportamiento en la evolución de las ventas en el periodo 2019 y 2020. El porcentaje de empresas que han visto disminuir sus ventas ha sido muy similar entre las empresas jóvenes y las maduras, en torno al 51% (cuadro 4.7).

Sin embargo, la antigüedad si ha ejercido una influencia estadísticamente significativa en las expectativas de ventas para el 2021. Las empresas jóvenes encuestadas consideran que tienen unas expectativas peores para el primer y segundo semestre con relación a las empresas maduras. Así, las empresas jóvenes tienen un saldo de expectativas de 35,5%, frente al 23,7% de las empresas maduras. En tanto en el segundo semestre esta situación se invierte. Aunque en ambos casos presentan unas expectativas más favorables. El saldo de expectativas en las empresas jóvenes para el segundo semestre de 2021 es de 59,1%, mientras que en las empresas maduras es del 49,1%.

Cuadro 4.6

Impacto de la crisis sobre las ventas

Empresas acogidas a ATP

	No ATP	Si ATP	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020			
Aumento (%)	28,5	24,5	
Mantenimiento (%)	11,7	5,5	**
Disminución (% empresas)	59,8	70,0	
Saldo de evolución	-31,3	-45,5	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	40,4	40,0	
Mantenimiento (%)	48,1	48,4	-
Disminución (%)	11,4	11,6	
Saldo de expectativas	29,0	38,4	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	60,0	59,7	
Mantenimiento (%)	31,6	34,7	-
Disminución (%)	8,4	5,6	
Saldo de expectativas	51,6	54,1	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.7

Impacto de la crisis sobre las ventas

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020			
Aumento (%)	30,5	28,4	
Mantenimiento (%)	18,7	19,9	-
Disminución (% empresas)	50,7	51,6	
Saldo de evolución	-20,2	-23,2	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	47,3	35,5	
Mantenimiento (%)	40,9	53,1	***
Disminución (%)	11,8	11,8	
Saldo de expectativas	35,5	23,7	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	67,0	55,9	
Mantenimiento (%)	25,1	37,3	**
Disminución (%)	7,9	6,8	
Saldo de expectativas	59,1	49,1	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al factor sector de actividad encontramos diferencias significativas en la evolución de las ventas entre 2019 y 2020, en tanto en las expectativas de las ventas para el primer semestre y segundo semestre del 2021 no existen diferencias significativas (cuadro 4.8). Los sectores que presentaron una evolución más desfavorable en 2020 fueron los de comercio (saldo de -28,1%) y servicios (-34,9%). En tanto las expectativas de ventas para el primer semestre de 2021, si bien todas fueron favorables, el menos favorecido fue el sector de comercio (23,4%). Las expectativas del segundo semestre son claramente positivas en los cinco sectores y se observa que no hay diferencias significativas entre ellos.

Cuadro 4.8

Impacto de la crisis sobre las ventas

Sector de actividad de la empresa

	Agrop.	Indust.	Const.	Comer.	Serv.	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020						
Aumento (%)	36,5	36,5	45,5	28,9	22,4	
Mantenimiento (%)	24,0	21,6	13,6	14,1	20,3	***
Disminución (% empresas)	39,6	41,9	40,9	57,0	57,3	
Saldo de evolución	-3,1	-5,4	4,6	-28,1	-34,9	
Expectativas de ventas primer semestre 2021						
Aumento (%)	35,0	45,0	45,5	34,2	40,3	
Mantenimiento (%)	60,0	43,4	45,4	55,0	44,8	-
Disminución (%)	35,0	11,6	9,1	10,8	14,9	
Saldo de expectativas	0,0	33,4	36,4	23,4	25,4	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021						
Aumento (%)	53,8	62,8	72,7	56,3	60,0	
Mantenimiento (%)	46,2	29,5	22,7	38,7	29,5	-
Disminución (%)	0,0	7,8	4,5	5,0	10,5	
Saldo de expectativas	53,8	55,0	68,2	51,3	49,5	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa						

Fuente: Elaboración Propia

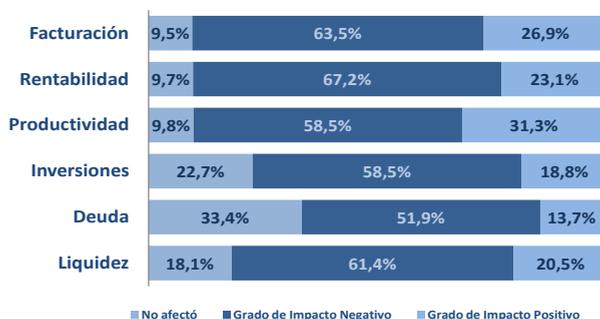
Indicadores económicos y financieros

En este apartado pretendemos tener una aproximación sobre cómo ha impactado la crisis generada por el COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa. En el gráfico 4.5 se aprecian los resultados globales sobre lo que opinan los encuestados. En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores se han visto afectados. En especial en el nivel de rentabilidad donde el 67,2% de las empresas se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,31 (en una escala de 1 a 5). Seguido del indicador de nivel de facturación, viéndose afectadas negativamente el 63,6% de las empresas, con un grado de importancia de 3,23. El impacto sobre los indicadores de nivel de inversiones y nivel de deuda ha sido menor,

ya que se han visto afectadas negativamente el 58,5% y el 51,9% de las empresas respectivamente, con un grado de impacto mayor en caso de las inversiones (3,52) y menor en el nivel de deuda (3,09). Otro indicador relevante sobre el que se aprecia un fuerte impacto ha sido en el nivel de liquidez. En este caso un 61,4% de las empresas señalan que han visto afectada su liquidez con una valoración en su grado de importancia de 3,05 (en una escala de 1 a 5). De forma contraria, es interesante comprobar que, en el periodo analizado, el 26,9% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su nivel de facturación (grado de importancia de 3,23), el 23,1% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 3,31) y el 31,3% les afectó positivamente la crisis en su nivel de productividad (intensidad de 3,08).

Gráfico 4.5

Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros



Fuente: Elaboración Propia

En el cuadro 4.9 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas. El segmento que se ha visto más afectado en los indicadores de rentabilidad y productividad ha sido el de la microempresa. Así, el 69,9% de ellas se vio afectado negativamente en ambos indicadores. En tanto que el segmento de las pequeñas, ha resultado más afectado en los indicadores de nivel de liquidez, realización de inversiones y nivel de deuda, con el 65,0%, 58,2% y 56,0% respectivamente. Por su parte las empresas medianas son las que se han visto más afectadas en su nivel de facturación con un 65,9%. De forma contraria, se aprecian empresas en las que la crisis ha sido una oportunidad, en especial para las pequeñas empresas. El 27,8% de las empresas de este grupo indica que la pandemia tuvo un impacto positivo en su nivel de facturación, y en el 25,7% en su rentabilidad y en su productividad.

En el cuadro 4.9 se analiza el impacto de la crisis sobre los indicadores económicos y financieros considerando el tamaño de la empresa. Se observa

que el tamaño de la empresa no es un factor que genere diferencias significativas en los indicadores analizados. Si bien puede apreciarse un efecto negativo en prácticamente todos los indicadores en torno al 60%.

Cuadro 4.9

Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros

Tamaño de la empresa

	No	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Microempresas	8,4	64,4	27,2	
Pequeñas	10,2	62,0	27,8	-
Medianas	8,8	65,9	25,3	
Rentabilidad				
Microempresas	8,1	69,9	22,0	
Pequeñas	9,9	64,4	25,7	-
Medianas	12,4	66,3	21,3	
Productividad				
Microempresas	8,1	69,9	22,0	
Pequeñas	9,9	64,4	25,7	-
Medianas	12,4	66,3	21,3	
Realización de inversiones				
Microempresas	23,8	56,9	19,3	
Pequeñas	21,9	58,2	19,9	-
Medianas	22,5	57,3	20,2	
Nivel de deuda				
Microempresas	33,2	51,5	15,4	
Pequeñas	31,0	56,0	13,0	-
Medianas	40,4	46,1	13,5	
Nivel de liquidez				
Microempresas	13,3	63,8	22,9	
Pequeñas	17,0	65,0	18,0	**
Medianas	28,1	53,9	18,0	

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

Si analizamos a las empresas que consideran que la crisis les ha podido beneficiar, encontramos que las microempresas resultaron más beneficiadas en todos los indicadores. En el cuadro 4.10 se recogen las diferencias entre empresas que se han acogido a un ATP y las que no.

Los datos muestran claramente que las empresas que se acogieron a los ATP se han visto más afectadas negativamente en todos los indicadores utilizados. En especial en su nivel de rentabilidad y en su nivel de productividad. Así, el 72,1% de las empresas acogidas a un ATP se vieron afectadas negativamente en sus niveles de rentabilidad y en su nivel de productividad. En tanto que las empresas que no se acogieron a los ATP, se vieron beneficiados positivamente los indicadores de niveles de facturación, rentabilidad, productividad e inversiones (28,5%; 25,0%; 25,0% y 22,5%, respectivamente). Por su parte, las que se acogieron tuvieron un mejor desempeño en los indicadores de niveles de deuda y liquidez (15,2% y 21,0%, respectivamente).

Cuadro 4.10

Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros

Empresas acogidas a ATP

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Empresa no ATP	11,7	59,8	28,5	**
Empresa Con ATP	5,5	70,0	24,4	
Rentabilidad				
Empresa no ATP	10,6	64,4	25,0	-
Empresa Con ATP	7,9	72,1	20,0	
Productividad				
Empresa no ATP	10,6	64,4	25,0	-
Empresa Con ATP	7,9	72,1	20,0	
Realización de inversiones				
Empresa no ATP	23,8	53,7	22,5	**
Empresa Con ATP	21,2	63,7	15,1	
Nivel de deuda				
Empresa no ATP	39,1	47,3	13,6	
Empresa Con ATP	24,6	60,2	15,2	***
Nivel de liquidez				
Empresa no ATP	21,4	58,8	19,8	***
Empresa Con ATP	10,5	68,6	21,0	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la antigüedad, los datos del cuadro 4.11 muestran diferencias significativas solamente en el indicador de realización de inversiones. No encontrando evidencia significativa en los indicadores nivel de facturación, rentabilidad, productividad, deudas y liquidez. Así, las empresas más jóvenes se han visto más afectadas negativamente en prácticamente todos los indicadores, excepto en el de facturación, en el que las más afectadas resultaron las empresas maduras con un 63,8%. El 62,5% de las empresas jóvenes han tenido una caída de sus inversiones (frente al 54,8% de las maduras), el 52,8% de las jóvenes se han visto afectadas negativamente en su nivel de deuda y el 64,2% en su nivel de liquidez (frente al 52,1% y 61,6% de las empresas maduras, respectivamente).

Cuadro 4.11
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros

Antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Jóvenes	8,8	63,4	27,8	-
Maduras	9,3	63,8	26,8	
Rentabilidad				
Jóvenes	7,4	68,8	23,8	-
Maduras	10,7	66,3	23,1	
Productividad				
Jóvenes	7,4	68,8	23,8	-
Maduras	10,7	66,3	23,1	
Realización de inversiones				
Jóvenes	14,5	62,5	23,0	***
Maduras	27,7	54,8	17,5	
Nivel de deuda				
Jóvenes	31,2	52,8	16,1	-
Maduras	34,7	52,1	13,2	
Nivel de liquidez				
Jóvenes	15,4	64,2	20,4	-
Maduras	18,1	61,6	20,2	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Fuente: Elaboración Propia

Si consideramos el sector de actividad se encuentran diferencias estadísticamente significativas en todos los indicadores excepto en el de inversiones que muestra diferencias no significativas (cuadro 4.12). Las empresas de servicios son las que se han visto más afectadas negativamente en los indicadores nivel de facturación, rentabilidad, productividad y deudas. Así, el 68,3% de las empresas de servicios y el 68,2% de las empresas de construcción son las que en mayor proporción han sufrido una caída de su facturación (frente al 65,3% de comercio, 61,8% de industria y 37,5% de las agropecuarias). Fuente: Elaboración Propia

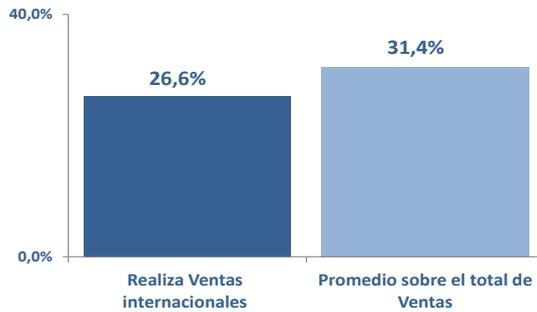
En cuanto a su rentabilidad las que más negativamente han visto afectada su rentabilidad y productividad fueron las de servicio con 71,1% (frente al 68,8% de las industriales, el 68,2% de construcción, 65,5% de comercio y 47,4% de las agropecuarias).

Internacionalización

La crisis generada por el 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 Argentina. El 26,6% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales (gráfico 4.7). La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 31,4% (gráfico 4.7). Si analizamos el impacto de la crisis los datos muestran que sí impactó en el nivel de facturación en el 34,4% de las empresas internacionalizadas (Gráfico 4.8). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización (29%). Por otra parte, la crisis ha influido positivamente en determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 25,0% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó. Y el 22,6% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

Gráfico 4.6

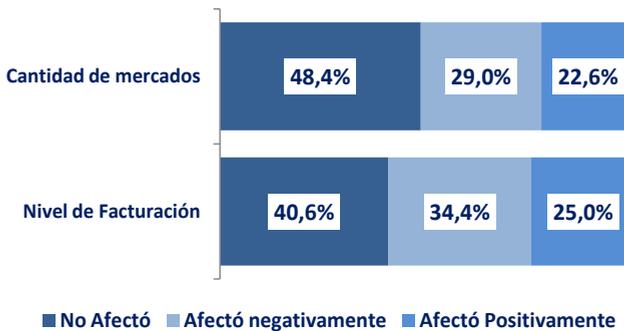
Porcentaje de empresas exportadoras
Para aquellas empresas que exportan: Del total de sus ventas en 2020,
¿qué porcentaje ha destinado a mercados internacionales?



Fuente: Elaboración Propia

Gráfico 4.7

Impacto de la crisis en la internacionalización



Fuente: Elaboración Propia

En el análisis de las empresas por tamaño, comprobamos que no hay diferencias estadísticamente significativas ni en el nivel de facturación ni en el impacto en el número de países destino (cuadro 4.13). Sin embargo, sí hay diferencias en el caso de que la empresa esté acogida o no un ATP. El cuadro 4.14 muestra que las acogidas a un ATP han visto cómo la crisis ha impactado más desfavorablemente tanto en el nivel de facturación como en el número de países de destino. Así, el 57,7% de las empresas internacionalizadas y acogidas a un ATP han visto disminuir sus ventas en el exterior, frente al 18,4% en las que no se han acogido. Del mismo modo, el 42,3% de empresas ATP han visto disminuir el número de países de destino, frente al 19,4% de las no ATP.

Cuadro 4.13

Internacionalización e impacto de la crisis

Tamaño de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Microempresas	33,3	38,1	28,6	
Pequeñas	42,9	38,1	19,0	-
Medianas	47,6	28,6	23,8	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	38,1	33,3	28,6	
Pequeñas	52,4	33,3	14,3	-
Medianas	57,9	21,1	21,1	

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.14

Internacionalización e impacto de la crisis

Empresa acogida a ATP

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Empresa no ATP	47,4	18,4	34,2	***
Empresa ATP	30,8	57,7	11,5	
Impacto en el número de países destino				
Empresa no ATP	50,0	19,4	30,6	*
Empresa ATP	46,2	42,3	11,5	

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

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al factor antigüedad de la empresa, no se aprecian diferencias significativas en el impacto ni en el nivel de ventas en el exterior ni en el número de países (cuadro 4.15). Las empresas maduras son las más perjudicadas en su nivel de ventas al exterior con un 35,1%. (frente al 33,3% de las más jóvenes). Mientras el 30,8% de las empresas jóvenes han disminuido el número de países de destino de sus ventas, este porcentaje se reduce al 27,8% en las empresas maduras. Finalmente, la clasificación por sector de actividad no muestra diferencias estadísticamente significativas en cuanto a las ventas al exterior, pero si lo hacen en cuanto a la cantidad de países de destino (cuadro 4.16).

Cuadro 4.15

Internacionalización e impacto de la crisis

Antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Jóvenes	40,7	33,3	25,9	-
Maduras	40,5	35,1	24,3	
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	38,5	30,8	30,8	-
Maduras	55,6	27,8	16,7	

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 4.16
Internacionalización e impacto de la crisis

Sector de actividad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Agropecuaria	80,0	0,0	20,0	
Industria	20,0	45,0	35,0	-
Construcción	100,0	0,0	0,0	
Comercio	42,9	42,9	14,3	
Servicios	39,1	39,1	21,7	
Impacto en el número de países destino				
Agropecuaria	88,9	0,0	11,1	
Industria	30,0	30,0	40,0	
Construcción	100,0	0,0	0,0	***
Comercio	71,4	14,3	14,3	
Servicios	40,9	45,5	13,6	

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

Fuente: Elaboración Propia

Impacto sobre la organización de la empresa

La crisis sanitaria no sólo 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. En donde el valor 1 está totalmente en desacuerdo y el valor 5 totalmente de acuerdo. Las actividades se han clasificado en: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

Actividades con clientes y proveedores

El impacto más significativo de la crisis ocasionada por el COVID-19 en cuanto a la actividad con clientes y proveedores es que se han visto afectadas al sufrir un endurecimiento de los plazos de pago (3,30 en una escala de 1 a 5), seguido por haber sufrido modificaciones en la cadena de suministros (3,15) y por un alargamiento del plazo de pago de los clientes (3,0). (Gráfico 5.1). El resto de los indicadores referidos a la actividad con clientes y proveedores quedan por debajo del valor de 3. Esto en cierta medida parece indicar que esta crisis no ha afectado, al menos todavía, al aumento significativo de la cancelación de pedidos de los clientes (2,62). Por último el indicador que menor impacto ha generado son las pérdidas por falta de pago de los clientes (2,32). Para un mayor detalle a continuación veremos el comportamiento de este tipo de actividades en función de una serie de factores.

Gráfico 5.1



Fuente: Elaboración Propia

Sin embargo, el que una empresa esté acogida a un ATP sí es un factor muy relevante en los indicadores se ha visto afectada la cadena de aprovisionamiento y el endurecimiento los plazos de pago a los proveedores que explica diferencias de comportamiento en las actividades con clientes y proveedores (cuadro 5.2). Así, las empresas acogidas a un ATP han tenido un impacto negativo mayor en las actividades relacionadas con clientes y proveedores. La diferencia es más importante en cuanto al grado de afectación de la cadena de suministros de sus proveedores (3,35 empresas que sí se han acogido a un ATP frente

a 3,03 de las que no han hecho). La siguiente diferencia más importante entre ambos tipos de empresas surge en que las empresas con ATP han tenido un incremento mayor en el endurecimiento de los plazos de pago de sus proveedores (3,49 frente a 3,18). En el resto de los indicadores no se observan diferencias significativas entre las empresas que se acogieron a un ATP y las que no lo hicieron.

En cuanto a la edad de la empresa no surgen diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.3). Si bien existen algunas diferencias dado que las empresas maduras se han visto más afectadas en el endurecimiento de los plazos de pago por parte de sus proveedores (3,32) que las empresas jóvenes (3,27). Del mismo modo, el indicador que ha generado el menor impacto en las empresas tanto jóvenes como maduras ha sido el relativo a las pérdidas generadas por la falta de pago de sus clientes (2,33 y 2,32, respectivamente). Sin diferencias significativas entre ellas. En cuanto al sector se puede destacar que, si bien no existen diferencias estadísticamente significativas, existen diferentes impactos en los indicadores de acuerdo al sector de actividad. Las empresas del sector construcción resultan ser las más afectadas en cuanto a la cadena de suministros, al endurecimiento de las condiciones de pago por parte de los proveedores y a la cancelación de pedidos de sus clientes (3,57; 3,86 y 3,00, respectivamente) (cuadro 5.4).

Cuadro 5.2
Actividades con clientes y proveedores

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,03	3,35	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,18	3,49	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,02	3,01	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,58	2,69	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,26	2,44	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.3 Actividades con clientes y proveedores

Antigüedad de la empresa	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,05	3,21	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,27	3,32	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,07	2,97	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,60	2,61	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,32	2,33	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.4 Actividades con clientes y proveedores

Sector de actividad de la empresa	Agrop	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,15	3,25	3,57	3,07	3,14	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,38	3,27	3,86	3,26	3,35	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,85	2,92	3,05	3,10	2,99	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,51	2,59	3,00	2,69	2,63	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,28	2,13	2,10	2,38	2,42	-

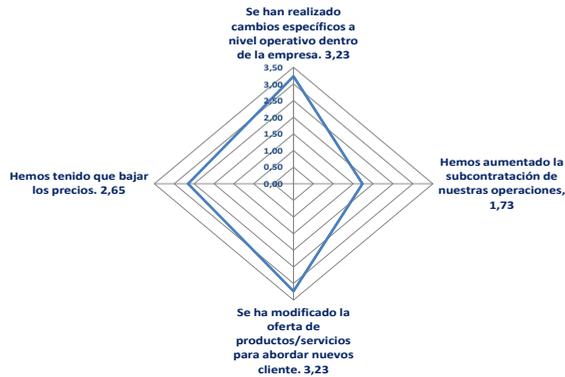
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración Propia

Actividades operativas

En las actividades operativas de las empresas analizadas se aprecia que también han sufrido impacto en los cambios que debieron realizar a nivel operativo, así como la necesidad de modificar la oferta para llegar a nuevos clientes (3,23 para cada una de ellas). Las demás valoraciones tienen valores por debajo de 3 en una escala de 1 a 5 (Gráfico 5.2).

Gráfico 5.2
Actividades operativas



El cuadro 5.5 muestra cómo han afectado las actividades operativas a las empresas según su tamaño. Y se puede apreciar que las empresas medianas son las que más cambios específicos a nivel operativo han realizado para adaptarse a la crisis sanitaria (3,64) y a su vez han tenido que aumentar la subcontratación de operaciones (1,79).

Cuadro 5.5
Actividades operativas

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,00	3,31	3,64	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,67	1,77	1,79	**
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,17	3,20	3,40	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,80	2,66	2,45	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.6 Actividades operativas

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,17	3,35	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,66	1,84	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,17	3,30	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,61	2,82	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Si comparamos a las empresas acogidas a un ATP o no (cuadro 5.6), observamos que no existen diferencias estadísticamente significativas entre los datos de las empresas que han tenido que recurrir a un ATP o no.

Cuadro 5.7 Actividades operativas

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,33	3,17	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,71	1,73	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,20	3,22	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,73	2,69	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Al considerar la antigüedad de la empresa y el sector de actividad observamos que ninguno de estos factores muestran diferencias significativas sobre las actividades operativas de las empresas. Sin embargo las empresas más jóvenes son las que han debido realizar mayor cantidad de cambios a nivel operativo para adaptarse a las nuevas condiciones generadas por la pandemia. Al considerar el sector de actividad

las que más se han visto afectadas a realizar cambios a nivel operativo han sido las empresas del sector construcción.

Cuadro 5.8
Actividades operativas

Sector de actividad de la empresa	Agrop	Indust.	Constr.	Comer.	Serv.	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,40	3,25	3,67	3,23	3,11	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2,13	1,73	1,75	1,75	1,66	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,45	3,06	3,65	3,35	3,20	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,85	2,52	3,15	2,73	2,73	-

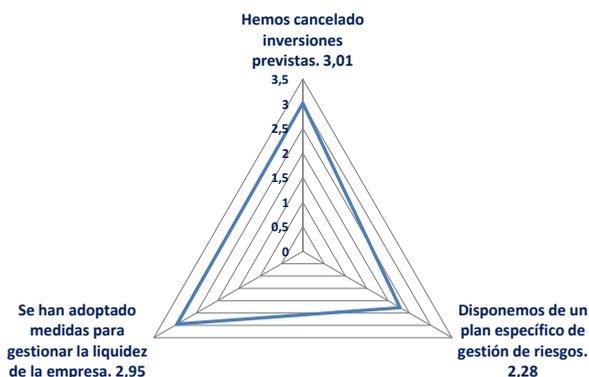
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración Propia

Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las empresas? En general, la opinión de los encuestados es que esta crisis ha generado la necesidad de cancelar inversiones que tenían previstas. Los encuestados dan una valoración de 3,01 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.3). Seguido de la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,95) y disponer de un plan específico para la gestión de riesgos (2,28).

Gráfico 5.3
Actividades estratégicas



Fuente:
Elaboración Propia

Al analizar el tamaño de la empresa (cuadro 5.9) podemos ver cómo las empresas medianas son las que en mayor medida han elaborado planes específicos para gestionar la liquidez (3,29) frente a las pequeñas (3,03) y las microempresas (2,76). Estar acogido a un ATP es un factor relevante que explica diferencias de comportamiento (cuadro 5.10). Las empresas acogidas a un ATP son las que se han visto más afectadas en sus actividades estratégicas, en especial en que han tenido que abandonar inversiones previstas (3,28), adoptar más medidas para gestionar la liquidez en su empresa (3,13) y han tenido que elaborar planes de gestión de riesgos (2,37).

En cuanto a la edad de las empresas, vemos que si bien no existen diferencias estadísticamente significativas, las jóvenes son las que se han visto más afectadas al tener que cancelar inversiones previstas (3,03). Finalmente, al ver los datos por sector (cuadro 5.12) apreciamos cómo las empresas del sector construcción son las que más han tenido que adoptar medidas para gestionar la liquidez en sus empresas (3,52), que más han tenido que reducir sus inversiones previstas (3,33) y han tenido que adoptar medidas para gestionar sus riesgos (3,05).

Cuadro 5.9
Actividades estratégicas

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	2,98	3,05	3,02	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,06	2,29	2,90	***
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,76	3,03	3,29	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.10

Actividades estratégicas

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	2,84	3,28	**
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,22	2,37	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,83	3,13	**

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.11

Actividades estratégicas

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,03	2,99	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,23	2,30	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,87	2,99	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 5.12

Actividades estratégicas

Sector de actividad de la empresa

	Agrop	Indust.	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	2,88	2,78	3,33	3,04	3,10	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,49	1,97	3,05	2,46	2,22	***
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3,15	2,72	3,52	2,97	3,00	-

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

Fuente: Elaboración Propia

Actividad innovadora

La actividad innovadora de la Pyme en Argentina también se ha visto afectada como consecuencia de la crisis originada por el COVID-19. El Gráfico 6.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años distinguiendo entre innovación en productos, procesos y gestión. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones. En innovación de productos apreciamos cómo el 67,5% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 56,6% ha comercializado un nuevo producto o servicio. El grado de importancia en los dos tipos de innovación de producto es muy similar (3,24% y 3,29%, respectivamente), en la escala de 1 a 5.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos en las Pymes Argentinas, muestran que casi el 70% de las empresas analizadas, ha realizado cambios o mejoras en los procesos de producción. En cuanto al grado de importancia o intensidad asignado observamos que en el caso de los cambios o mejoras en procesos es levemente inferior a la adquisición de nuevos equipos (3,11 y 3,21, respectivamente).

La innovación en gestión el 79,0% ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 68,5% en la sección de compras y abastecimiento y el 73,2% en el departamento de comercial o ventas. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevantes ha sido en las innovaciones en la dirección y gestión, con un valor de (3,30), seguida por las realizadas en el área comercial y ventas (3,27).

Gráfico 6.1

Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia de las mismas

	Grado de importancia (Escala de 1 a 5)	% de Realización	% Muy Importante
Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	67,5	15,9	
Comercialización de nuevos productos/servicios	56,6	13,9	
Cambios o mejoras en procesos existentes	67,3	12,8	
Adquisición de nuevos bienes de equipos	54,6	13,9	
Dirección y gestión	79,0	19,3	
Compras y aprovisionamiento	68,5	13,0	
Comercial/Ventas	75,2	15,9	

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, y también en el gráfico 6.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que consideraron como muy importante en innovación (empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Así, vemos que el 15,9% ha realizado innovaciones muy importantes en cuanto a cambios y mejoras de productos o servicios, el 13,9% ha adquirido nuevos bienes de equipo que han supuesto un cambio muy importante y el 19,3% ha realizado innovaciones en el área de dirección y gestión.

Al analizar los distintos tipos de innovación según el tamaño de la empresa, se observan diferencias más significativas en la innovación en procesos, tal como muestra el cuadro 6.1, siempre a favor de las empresas medianas. Así, mientras que el 79,1% de las empresas medianas han llevado a cabo cambios y mejoras en procesos, este porcentaje disminuye al 66,0% de las microempresas y a un 64,9% en las pequeñas empresas. En cuanto a la innovación en productos/servicios no existen diferencias significativas en función del tamaño de la empresa.

Cuadro 6.1 Realización de innovaciones (%)

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	66,0	69,8	69,2	-
Comercialización nuevos productos/servicios	54,8	58,0	60,4	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	66,0	64,9	79,1	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	49,6	58,0	63,7	**
Innovación en gestión				
Organización y gestión	76,8	79,5	87,9	*
Compras y aprovisionamientos	64,8	70,2	78,0	*
Comercial/ventas	70,4	75,1	79,1	-
Chi-Cuadrado de Pearson.				
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

Fuente: Elaboración Propia

En los cambios en organización y gestión se observan diferencias algo significativa a favor de las empresas de mayor tamaño (87,9% frente al 76,8% de las microempresas), cambios en compras y aprovisionamientos (78,0% frente al 64,8% de las microempresas) y cambios en la comercialización/venta (79,1% vs. 70,4%).

6.2 Importancia de las innovaciones

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,27	3,13	3,43	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,37	3,16	3,42	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,06	3,11	3,22	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,10	3,15	3,55	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3,04	3,37	3,82	***
Compras y aprovisionamientos	3,02	3,10	3,27	-
Comercial/ventas	3,19	3,23	3,65	*

En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante

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

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas por la empresa (cuadro 6.2) sólo se confirman diferencias significativas entre los tamaños analizados en el caso de la innovación en organización y gestión a favor de las empresas medianas con 3,82 frente al 3,04 de las microempresas. Esto viene a indicar que en el caso de las empresas que realizaron innovaciones en procesos y en productos, el tamaño no explica que estas innovaciones sean más o menos importantes.

En lo que respecta a si la empresa está acogida a un ATP o no, los datos muestran diferencias significativas solamente en la innovación en procesos (cuadro 6.3). Se puede comprobar que la innovación aumenta en las empresas acogidas a un ATP, salvo en la adquisición de equipos y en la gestión comercial y ventas. Así, en este caso el 71,4% de las empresas que se acogieron al subsidio, han realizado cambios o mejoras en sus procesos de producción, frente al 65,6% de las que no se han acogido. Y el 49,8% de las empresas en ATP han realizado nue-

vas adquisiciones de bienes de equipo, frente al 58,6% para el resto de las empresas. Al analizar el grado de importancia de las innovaciones realizadas, se observa que no surgen diferencias significativas estadísticamente (cuadro 6.4).

Cuadro 6.3 Realización de innovaciones (%)

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	66,6	69,6	-
Comercialización nuevos productos/servicios	55,5	59,4	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	65,6	71,4	*
Adquisición de nuevos bienes de equipo	58,6	49,8	**
Innovación en gestión			
Organización y gestión	78,8	81,6	-
Compras y aprovisionamientos	67,2	72,4	-
Comercial/ventas	73,9	73,3	-
Chi-Cuadrado de Pearson.			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Al considerar la antigüedad resultó ser un factor relevante para analizar el comportamiento innovador, al surgir diferencias significativas en el porcentaje de empresas que realizan innovaciones, principalmente en productos y procesos y en menor medida en las innovaciones en gestión (cuadro 6.5). Al considerar su grado de importancia no se verifican diferencias significativas (cuadro 6.6).

Cuadro 6.4 Importancia de las innovaciones (%)

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,33	3,13	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,20	3,43	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,16	3,05	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,29	3,11	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3,28	3,35	-
Compras y aprovisionamientos	3,17	2,99	-
Comercial/ventas	3,24	3,35	-
En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 6.5 Realización de innovaciones (%)

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	73,7	64,8	**
Comercialización nuevos productos/servicios	64,4	52,8	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	7,2	64,4	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	56,6	54,2	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	82,9	77,8	*
Compras y aprovisionamientos	72,7	67,1	*
Comercial/ventas	76,6	72,3	-
Chi-Cuadrado de Pearson.			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

Cuadro 6.6 Importancia de las innovaciones

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,44	3,11	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,47	3,17	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,27	3,00	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,43	3,07	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3,40	3,24	-
Compras y aprovisionamientos	3,19	3,03	-
Comercial/ventas	3,36	3,22	-
En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración Propia

El análisis de la innovación considerando el sector de actividad muestra que los sectores se han comportado de forma diferente (cuadro 6.7). En innovaciones en productos, los sectores que tienen un mayor porcentaje de empresas que han realizado comercialización de nuevos productos/servicios son el sector industrial (68,7%) y el de comercio (65,3%) y los que menos el sector agropecuario (40,0%) y el de servicios (50,0%). Igualmente, respecto a innovaciones en procesos podemos ver cómo la realización de cambios o mejoras en los procesos también destaca el sector industrial, donde el 82,4% de las empresas han acometido esta innovación. Por el contrario, el sector agropecuario es el que ha realizado menos este tipo de innovación, el 55,0% de las empresas. En cuanto a la importancia de las innovaciones considerando el sector de actividad de la empresa, apreciamos diferencias significativas a favor del sector construcción, en todos los tipos de innovación (cuadro 6.8).

Cuadro 6.7 Realización de innovaciones (%)

Sector de actividad

	Agrop	Indust.	Constr.	Comer.	Serv.	Sig.
Innovación en productos y servicios						
Cambios o mejoras en prod./serv.	52,5	74,0	59,1	74,4	66,8	*
Comercialización nuevos prod./serv.	40,0	68,7	54,5	65,3	50,0	***
Innovación en procesos						
Cambios o mejoras en los procesos de producción	55,0	82,4	77,3	61,2	65,8	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	62,5	51,9	68,2	52,1	56,4	-
Innovación en gestión						
Organización y gestión	65,0	80,9	86,4	83,5	78,7	-
Compras y aprovisionamientos	55,0	72,5	72,7	81,0	63,4	***
Comercial/ventas	55,0	77,9	72,7	83,5	69,3	***
Chi-Cuadrado de Pearson, Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa						

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 6.8 Importancia de las innovaciones

Sector de actividad

	Agrop.	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Innovación en productos y servicios						
Cambios o mejoras en prod./serv.	3,14	3,30	3,38	3,06	3,33	*
Comercialización nuevos prod./serv.	2,88	3,33	3,75	3,29	3,27	**
Innovación en procesos						
Cambios o mejoras en los procesos de producción	2,55	3,10	3,12	2,88	3,38	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,20	3,19	3,60	3,38	3,06	-
Innovación en gestión						
Organización y gestión	2,85	3,26	3,74	3,25	3,39	-
Compras y aprovisionamientos	3,00	3,15	3,56	3,15	3,05	*
Comercial/ventas	3,27	3,36	3,69	3,29	3,24	*
En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa						

Fuente: Elaboración propia

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 32,8% de las Pymes han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, mientras que el 23,8% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 20,6% no lo han solicitado porque se autofinancian. Por otra parte, el 22,8% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autoexcluyen por sentirse desanimadas (*borrower discouragement*).

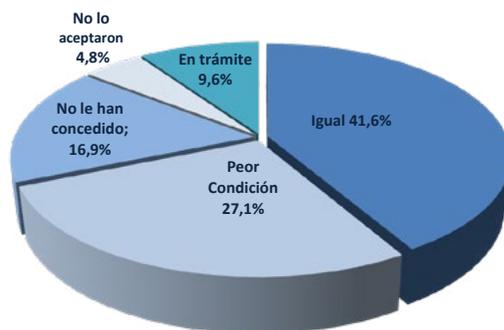
Gráfico 7.1. ¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en la actualidad?



Fuente: Elaboración propia

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 un 16,9% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o en un 4,8% ellos no la han aceptado. Para un 9,6% la solicitud se encuentra en trámite. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (41,6%) o en peores condiciones (27,1%).

Gráfico 7.2 En caso de haberlo solicitado



Fuente: Elaboración propia

Las diferencias en la solicitud y acceso a la financiación se analizan considerando el tamaño, estar acogida o no a un ATP, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa. Por lo que respecta al tamaño (cuadro 7.1), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en cuanto al porcentaje de empresas que han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito. Así, el 45,5% de las empresas medianas solicitaron financiación, frente a sólo el 24,0% de las microempresas. Esta diferencia viene explicada debido a que la microempresa considera que no lo solicita porque no la necesita porque no está invirtiendo (así lo manifiesta el 30,6% de las microempresas), frente al 17,0% de las empresas medianas. Sin embargo, si analizamos el panel B que refleja el resultado de la solicitud de financiación, el factor tamaño no muestra resultados estadísticamente significativos. Los datos muestran que a casi la mitad de las empresas medianas se les ha concedido la financiación en las mismas condiciones que en años anteriores.

Los resultados obtenidos a partir de la segmentación de la muestra según si está acogida a un ATP o no (cuadro 7.2) evidencian diferencias estadísticamente significativas en la solicitud de financiación a las entidades financieras. Los datos muestran que las empresas acogidas a un ATP son las que han solicitado en mayor porcentaje financiación. En el panel A se observa que el 49,3% de las empresas acogidas a un ATP han solicitado financiación, frente a un 21,3% de las empresas que no presentaron ATP. El resultado final de la solicitud de financiación (panel B) También arroja diferencias significativas a favor de las empresas que solicitaron ATP.

Cuadro 7.1
Financiación de la empresa

Tamaño de la empresa	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	24,0	37,9	45,5	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	30,6	18,7	17,0	***
No, porque la empresa se autofinancia y no la necesita (%)	19,0	18,7	29,5	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	26,4	24,7	8,0	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	38,6	40,0	48,7	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	22,8	31,4	25,6	
No han querido concederles la financiación (%)	24,6	12,9	12,8	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	3,5	5,7	5,1	
Está en trámite (%)	10,5	10,0	7,8	
Chi-Cuadrado de Pearson.				
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la antigüedad de la empresa el cuadro 7.3 panel A, muestra que no existen diferencias significativas. Ahora bien se puede observar que las más antiguas solicitan más créditos a las entidades financieras, que las jóvenes. Así, el 36,1% de las maduras solicitaron un crédito frente al 27,3% de las jóvenes.

Cuadro 7.2 Financiación de la empresa

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	21,3	49,3	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	26,1	20,4	***
No, porque la empresa está autofinanciada y no la necesita (%)	26,8	11,8	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	25,8	18,5	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	27,7	49,0	
Se le han concedido aunque las condiciones se han endurecido (%)	24,6	29,6	
No han querido concederles la financiación (%)	23,1	13,3	***
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	9,2	2,0	
Está en trámite (%)	15,4	6,1	
Chi-Cuadrado de Pearson.			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Fuente: Elaboración propia

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 han tenido una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos que menos han evolucionado desfavorablemente fueron el plazo exigido para la devolución y el tiempo de demora entre la presentación de la solicitud y la respuesta de la entidad,

con una puntuación media de 2,18 y 2,17 respectivamente. Ubicándose luego, las garantías y avales requeridos y el volumen de la financiación que ofrecen con 2,08 y 2,07 respectivamente. Siendo las condiciones más desfavorables el coste de la financiación y las comisiones y gastos que se exigen con 1,93 y 1,96 respectivamente.

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



Fuente: Elaboración propia

El tamaño de la empresa influye significativamente en cuanto a las garantías y avales exigidos por las entidades financieras (cuadro 7.5). Siendo las microempresas a las que le solicitan la mayor cantidad de avales y garantías (1,97 puntos en una escala de 1 a 5), frente a las pequeñas (2,19) y medianas empresas (2,15). A su vez, también existe una diferencia significativa media en el plazo del vencimiento de la financiación, donde son las microempresas las más perjudicadas con 2,13, frente a 2,22 de las pequeñas y 2,20 de las medianas. En el resto de las condiciones de financiación no se aprecian diferencias estadísticamente significativas. Estar acogida un ATP o no, parece influir mucho en las condiciones de financiación (cuadro 7.6). Las empresas acogidas a un ATP resultan ser más beneficiadas con todas las condiciones de financiamiento analizadas, frente a las que no optaron por acogerse al subsidio. Mostrando un mayor beneficio en cuanto a los plazos de financiamiento, 2,38 frente a 2,03 de las que no se beneficiaron con el ATP. Por su parte, opinan que los costos de la financiación son menos favorables en el caso de las empresas no acogidas, 1,83 frente a 2,09 de las acogidas.

En cuanto la antigüedad de la empresa tiene también un efecto limitado sobre la evolución de las condiciones de la financiación (cuadro

7.7). No existiendo diferencias significativas al analizar el volumen de financiación ofrecido.

Sin embargo, el sector de actividad si es un factor que explica diferencias de comportamiento en las condiciones de financiación (cuadro 7.8). Las empresas que muestran una evolución menos favorable en todos los indicadores son las empresas agropecuarias. Y las que mejor evolución presentan son las del sector construcción.

Cuadro 7.5

Evolución en las condiciones de la financiación

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,03	2,10	2,13	-
Los gastos y comisiones exigidos	1,96	1,93	2,01	-
Garantías y avales necesarios	1,97	2,19	2,15	***
El coste de la financiación	1,87	1,97	2,02	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,16	2,13	2,31	-
El vencimiento de la financiación	2,13	2,22	2,20	**

1 En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7.6

Evolución las condiciones de la financiación

Empresa acogida a ATP

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,03	2,13	-
Los gastos y comisiones exigidos	1,90	2,05	-
Garantías y avales necesarios	1,92	2,31	***
El coste de la financiación	1,83	2,09	*
El tiempo de resolución de la solicitud	2,00	2,42	***
El vencimiento de la financiación	2,03	2,38	***

1 En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7.7
Evolución las condiciones de la financiación

Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,01	2,10	-
Los gastos y comisiones exigidos	1,93	1,97	-
Garantías y avales necesarios	1,99	2,13	-
El coste de la financiación	1,90	1,95	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,15	2,18	-
El vencimiento de la financiación	2,19	2,17	-

1 En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 7.8
Evolución las condiciones de la financiación

Sector de actividad

	Agrop.	Indust.	Constr.	Comer.	Serv.	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	1,73	1,96	2,52	2,10	2,10	-
Los gastos y comisiones exigidos	1,60	2,02	2,05	1,94	2,03	-
Garantías y avales necesarios	1,69	2,02	2,52	2,12	2,10	-
El coste de la financiación	1,59	2,09	2,24	1,85	1,95	-
El tiempo de resolución de la solicitud	1,69	2,12	2,48	2,34	2,17	**
El vencimiento de la financiación	1,82	2,15	2,67	2,29	2,17	-

1 En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

Fuente: Elaboración propia

Indicadores de rendimiento

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa. Los que utilizan como input informativo los datos provenientes de la contabilidad, o los contruidos a partir de la percepción del gerente de la empresa respecto de su posición competitiva. La utilización de un tipo u otro tiene ventajas e inconvenientes cuya descripción no es objetivo del presente trabajo. Aunque no sean excluyentes, este capítulo está enfocado en el segundo tipo porque en un momento como éste, caracterizado por la rapidez de los acontecimientos, la información suministrada por el sistema contable recoge eventos pasados sin permitir una proyección sencilla hacia el futuro.

De forma específica, se han utilizado ocho variables basadas en el trabajo de Quinn y Rohrbaugh (1983) para medir el rendimiento empresarial. A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (en escala 1 a “total desacuerdo” a 5 “total acuerdo”) con las siguientes afirmaciones en comparación con sus competidores más importantes: ofrece productos de mayor calidad, dispone de procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, se adapta antes a los cambios en el mercado, está creciendo más, es más rentable, tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente, tiene menor ausentismo laboral.

En el gráfico 8.1 se observa que los aspectos más favorables para las Pymes argentinas encuestadas son: la satisfacción de clientes (3,70), la calidad de sus productos (3,55), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,50), la eficiencia de los procesos productivos (3,34) y la satisfacción de los empleados (3,24). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,79) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,0). Aunque en ambos casos con valores igual o inferior a 3 (punto medio de la escala). En un lugar intermedio se sitúa: el menor grado de ausentismo laboral (3,02).

Gráfico 8.1

Rendimiento de las Pymes frente a sus competidores



Fuente: Elaboración propia

Si analizamos el rendimiento según el tamaño de la Pyme (cuadro 8.1), encontramos diferencias significativas a favor de las medianas empresas en los factores relacionados con la adaptación al mercado (3,72), un mayor crecimiento (3,27) y mayor rentabilidad (2,94) que las empresas pequeñas y microempresas. En el resto de los indicadores también se destacan por sobre las micro y pequeñas empresas, pero sin diferencias estadísticamente significativas.

Cuadro 8.1

Rendimiento de las pymes frente a sus competidores

Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,50	3,55	3,73	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,28	3,33	3,55	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,64	3,76	3,74	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,35	3,57	3,72	**
Está creciendo más	2,87	3,07	3,27	**
Es más rentable	2,69	2,85	2,94	***
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,17	3,36	3,22	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,01	2,97	3,20	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración propia

Al analizar si la empresa está o no acogida a un ATP (cuadro 8.2) los datos muestran que las que se acogieron a un ATP muestran clientes más satisfechos (3,81 frente a 3,64 de las que no lo hicieron). A su vez también las acogidas a un ATP consideran que tienen un menor absentismo laboral (3,17 frente a 2,92 de las no acogidas).

En cuanto a la edad de la empresa (cuadro 8.3) se puede apreciar que existen diferencias significativas solamente en cuanto a que las empresas jóvenes consideran estar mejor posicionadas que las maduras en su capacidad para adaptarse antes a los cambios en el mercado (3,51 frente a 3,49 de las maduras), no existiendo diferencias significativas en el resto de los ítems analizados.

	No ATP	Sí ATP	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,53	3,60	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,33	3,36	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,64	3,81	*
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,45	3,51	-
Está creciendo más	3,04	2,94	-
Es más rentable	2,81	2,77	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,25	3,25	*
Tiene un menor absentismo laboral	2,92	3,17	**

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8.3

Rendimiento de las pymes frente a sus competidores

Antigüedad de la empresa

	Jóvenes	Maduras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,60	3,53	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,38	3,31	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,75	3,66	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,51	3,49	**
Está creciendo más	3,03	2,99	-
Es más rentable	2,88	2,73	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,35	3,18	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,01	3,03	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 8.4

Rendimiento de las pymes frente a sus competidores

Sector de actividad

	Agrop	Indus.	Constr.	Comer.	Serv.	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,53	3,68	3,50	3,46	3,55	**
Dispone de procesos internos más eficientes	3,52	3,30	3,23	3,30	3,40	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,58	3,85	3,59	3,74	3,66	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,58	3,47	3,55	3,57	3,50	**
Está creciendo más	3,23	3,12	3,05	2,97	2,90	-
Es más rentable	2,97	2,78	2,86	2,76	2,75	-
Tiene empleados más satisfechos / motivados	3,19	3,25	3,27	3,34	3,19	-
Tiene un menor absentismo laboral	2,83	3,06	3,14	3,01	3,05	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, con relación al sector de actividad los datos mostraron diferencias estadísticamente significativas solamente en dos indicadores (cuadro 8.4). Las empresas industriales poseen productos de mayor calidad (3,68) y las agropecuarias se adaptan antes a los cambios en el mercado (3,58). Las empresas de comercio tienen empleados más satisfechos (3,34) y las de la construcción son las que tienen un menor ausentismo laboral (3,14).

Resumen Ejecutivo

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 553 empresas Argentinas sobre el impacto económico de la crisis provocada por el COVID-19.

Características Generales de las Empresas Encuestadas

- El 45,8% son microempresas, el 37,4% son pequeñas y el 16,8% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 21 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 73,1% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 23,0% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El director general en un 60,6% dispone de estudios universitarios.
- El 40% de las empresas de la muestra se han acogido a un subsidio del gobierno y de éstas se han visto afectadas en promedio el 70% de la plantilla.
- El 38,4% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 27,7% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalicen las restricciones generadas por la pandemia del COVID-19.

• Impacto Económico de la Crisis

Empleo: el 26,2% de las Pymes disminuyeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 51,9% lo mantuvo y un 21,9% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en 2020 fueron las medianas empresas con un saldo de evolución negativo de empleo -4,4% luego le siguen las pequeñas empresas con un saldo positivo de 1,4%. Considerando que el “Saldo de expectativas”, se calcula como la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye.

Al considerar el saldo de expectativas con respecto a la antigüedad de la empresa se observan diferencias significativas en favor de las empresas maduras, con un saldo de expectativas positivo de 9,7% frente al -4,9% de las empresas jóvenes.

Asimismo, con una evolución desfavorable pero sin diferencias estadísticamente significativas, están las empresas acogidas al ATP, donde un 14,9% redujo su empleo en 2020, contra un 14,8% de las que no se acogieron. Ambas presentaron un saldo positivo de 5,1% de las acogidas contra el 5,8% de las que no lo hicieron.

Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables. El 30% de las Pymes subsidiadas, señalaron que aumentará su empleo, el 50,7% que lo mantendrá y 19,4% que lo disminuirá. Las empresas que tienen unas expectativas más favorables son: las empresas medianas (el 23,3% tienen expectativas de crear empleo), las empresas acogidas a un ATP, las empresas jóvenes, y las empresas del sector de construcción.

Ventas: la pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las empresas en Argentina. El 51,4% estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020, el 19,4% consiguió mantenerlas y un 29,2% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un -8,7%. Las empresas donde tuvo un mayor impacto la caída de las ventas fueron las microempresas (54,7% redujo sus ventas), y en las empresas acogidas a un subsidio (59% redujo sus ventas).

Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran claramente las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 40% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (60,1% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 11,6% de las empresas en el primer semestre (7,2% en segundo semestre). Las expectativas de ventas más favorables para el 2021 las presentan las empresas medianas, las empresas jóvenes y las empresas de construcción.

• Indicadores económicos y financieros

Nivel de facturación: el 62,2% se vio afectado negativamente, con un grado de importancia de 3,23 (en una escala de 1 a 5).

Rentabilidad: el 65,6% de las empresas afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,31.

Nivel de deuda: el 50,5% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,09.

Nivel de liquidez: el 60,2% de empresas afectadas, con un impacto de 3,05.

Realización de inversiones: el 55,5% de las empresas han reducido sus inversiones con una importancia media de 3,52.

Si analizamos el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por el COVID-19 ha impactado más negativamente en las empresas acogidas a un subsidio, en las empresas jóvenes y en las empresas de los sectores industrial y de servicios.

De forma contraria, podemos ver cómo la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Así, el 26,9% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su facturación (grado de importancia de 3,3), el 22,8% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 3,31) y el 23,9% les afectó positivamente su nivel de productividad (intensidad de 3,08).

• Internacionalización

El 26,6% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 31,4%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas argentinas. En el 34,4% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 3,31 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 29% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,62.

Contrariamente, la crisis ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 25,0% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque solo con un grado bajo de impacto positivo, 2,38 en una escala de 1 a 5). Y el 22,6% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

• Impacto sobre la Organización de la Empresa

La crisis sanitaria también ha impactado en la gestión de las actividades de las empresas. Las actividades se han clasificado en: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

Actividades con clientes y proveedores

La crisis ocasionada por el COVID-19 ha impactado principalmente en las empresas en cuanto al endurecimiento de los plazos de pago de los proveedores (grado de importancia 3,30 en una escala de 1 a 5). Menos afectados han sido las pérdidas por falta de pago de los clientes (2,32) y la cancelación de pedidos por parte de los clientes (2,62)

Actividades operativas

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 (3,23) y que han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,23). Mientras que actividades como bajar precios (2,69) o necesitar aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,73), han tenido un impacto muy bajo.

Actividades estratégicas

La crisis ha generado la necesidad de abandonar las inversiones previstas (3,01 en una escala de 1 a 5). Seguido de la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,95) y el contar con un plan específico para la gestión de riesgos (2,28).

- **Actividad innovadora**

La actividad innovadora de las Pymes en Argentina se ha visto afectada desfavorablemente como consecuencia de la crisis originada por el COVID-19. En innovación de productos vemos que sólo el 67,5% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios contra el 46,3% de sus pares españolas en igual período, y el 56,6% ha comercializado un nuevo producto o servicio.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también ha experimentado un importante efecto negativo en las Pymes Argentinas. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 67,3%. Mientras que la

adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 54,6% de las empresas.

La innovación en gestión el 79,0% ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 68,5% en la sección de compras y el 73,2% en el departamento comercial o ventas.

• Acceso a la Financiación

El 32,8% de las Pymes han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 23,8% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 20,6% no lo han solicitado porque se autofinancian. Adicionalmente, el 22,8% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autorracionan porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

Al analizar las Pyme que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el 41,6% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores y el 27,1% han sido aceptadas, pero en peores condiciones. Mientras que un 21,7% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no lo han aceptado. Y para un 9,6% la solicitud se encuentra en trámite. Esta información viene a señalar que el acceso a la financiación también ha sido un problema grave para las Pymes durante la pandemia generada por el COVID-19.

Adicionalmente, podemos observar que la mayoría de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las Pymes han manifestado una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos que mejor han evolucionado son el plazo exigido para la devolución y el tiempo de demora entre la presentación de la solicitud y la respuesta de la entidad, ambos con una puntuación media de 2,18 y 2,17 respectivamente. En tanto que, las garantías y avales requeridos y el volumen de la financiación que ofrecen con 2,08 y 2,07 respectivamente. Siendo las condiciones más desfavorables el coste de la financiación y las comisiones y gastos que se exigen con 1,93 y 1,96 respectivamente.

• Indicadores de Rendimiento

Los indicadores de rendimiento más favorables para las Pymes argentinas durante la pandemia en relación con sus competidores más directos son: la satisfacción de clientes (3,70), la calidad de sus productos (3,55), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,50), la eficiencia de los procesos productivos (3,34) y la satisfacción de los empleados (3,24). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,79) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,0). Aunque en ambos casos con valores igual o inferior a 3 (punto medio de la escala). En un lugar intermedio se sitúa: el menor grado de ausentismo laboral (3,02).

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.

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

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

Consejo General Economistas (2020). Impacto económico de el COVID-19 sobre la empresa. Colección Estudios, junio 2020.

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

Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289.

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

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

Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management Science*, 29(3), 363-377.

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(May), 188-192.

• Patrocinadores de la Red Faedpyme Argentina

UNIVERSIDAD	PATROCINADORES
Universidad Nacional de Villa María	Asociación de empresarios del Centro de la República
Universidad Nacional de La Plata	Unión Industrial del Gran La Plata
Universidad Nacional del Sur	Municipio de Bahía Blanca, Unión Industrial de Bahía Blanca, Fundación Bolsa de Comercio de Bahía Blanca
Universidad Nacional de Mar del Plata	CENTRO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES (CIEyS)
Universidad Nacional de Entre Ríos	Centro de Comercio, Industria y Servicios de Concordia Centro de Comercio y actividades económicas de Federación. Centro económico San Salvador Asociación para el desarrollo de Concordia Consejo profesional de Ciencias Económicas de Entre Ríos
Universidad del Nordeste	Cámara de Comercio de Resistencia.

FAEDPYME

ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pymes que facilita a los investigadores compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa, aplicados a las pymes. En Argentina la red está compuesta por las universidades Nacionales de Córdoba, Villa María, La Plata, Entre Ríos, Del Sur, de Mar del Plata, del Nordeste y del Comahue. La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, tanto a nivel nacional como internacional, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la Universidad, la empresa y la Administración, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento.