

Consecuencias económicas de la Pandemia COVID 19 en las Pymes Argentinas.

Beltramino, Nicolás Salvador, Ingaramo, Juan Marcelo, Gazzaniga, Lilia Carina y Beltramino, Natalia Andrea.

Cita:

Beltramino, Nicolás Salvador, Ingaramo, Juan Marcelo, Gazzaniga, Lilia Carina y Beltramino, Natalia Andrea (2021). *Consecuencias económicas de la Pandemia COVID 19 en las Pymes Argentinas*. X Congreso de Administración del Centro de la República. VI Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. VII Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales | Escuela de Ciencias Económicas | Secretaría de Internacionalización UNVM, Villa María.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xcongresodeadministraciondelcentrodelarepublica/47>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/enkY/tE4>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite:
<https://www.aacademica.org>.

Título de la ponencia:

Consecuencias económicas de la Pandemia COVID 19 en las Pymes Argentinas.

Autores

1. 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 presente trabajo, ha sido extraído del Informe Pyme 2021, el que 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.

Los objetivos específicos del trabajo 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. En la que han participado las Universidades nacionales de Córdoba, Villa María, La Plata, Mar del Plata, Del Sur; del Comahue, De Entre Ríos y del Nordeste. 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 Survey Monkey. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2021.

2. Metodología de investigación

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 (Agropecuario, 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 determinado a partir de los datos realmente obtenidos en la encuesta y de acuerdo con las técnicas estadísticas utilizadas y al nivel de agregación establecido en cada caso.

La muestra finalmente obtenida fue de 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 incluidas en cada Sector

	Nº 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.

	Nº 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

3. 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.

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. Dónde 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.

4. 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.

4.1. Empleo

Para conocer el impacto en el empleo preguntamos a los encuestados sobre el empleo que tenían sus empresas en 2019 y el empleo en 2020. Así como la tendencia para el empleo en 2021. 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.

4.2. 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, mientras que el 19,4% consiguió mantenerlas y un 29,2% las aumentó. Si consideramos el porcentaje de variación de las ventas en el periodo 2019 a 2020 por tramos de variación (positivos y negativos), se obtiene un promedio de reducción de las ventas del -8,7%. Una caída importante que pone de manifiesto el impacto negativo 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. 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).

4.3. 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 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).

4.4. 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. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 31,4%. 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. 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.

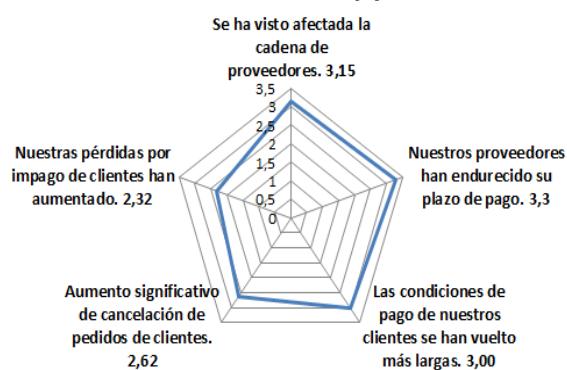
5. Impacto sobre la organización de la empresa

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.

5.1. 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
Actividades con clientes y proveedores

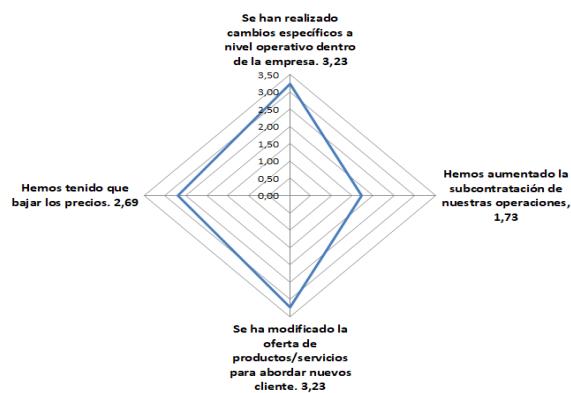


Fuente: Elaboración propia

5.2. 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

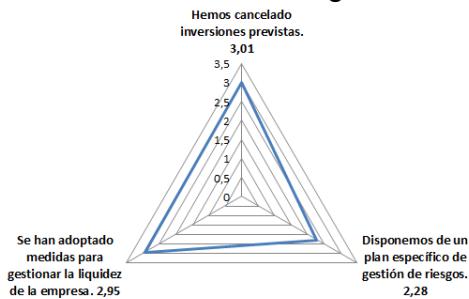


Fuente: Elaboración propia

5.3. 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

7. Acceso a la financiación

En este apartado se analiza la financiación de las Pyme. Para ello se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado. Los datos muestran 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).

En los casos en el que las empresas solicitaron un crédito muestran 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%).

8. 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 construidos 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.

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).

9. Conclusiones:

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.

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%.

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.

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.

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).

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).

10. 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 del 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.