

INFORME SOBRE EL TEJIDO EMPRESARIAL

Gaona, Palacios y Rozados Abogados, S.L.P.
B-92918325
Rioja, 5 41001-Sevilla



ROCA JUNYENT

Gaona, Palacios y Rozados
ABOGADOS

1. PRESENTACIÓN	1
2. RADIOGRAFÍA DE LA PYME EN ESPAÑA Y ANDALUCÍA	3
A) España	3
B) Andalucía	6
3. RECUPERACIÓN TRAS LA CRISIS DE 2008 Y SITUACIÓN ACTUAL TRAS LA CRISIS SANITARIA DERIVADA DEL COVID-19	15
4. ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO DE ANDALUCÍA	188
a) Rentabilidad económica y financiera	188
b) Productividad	199
5. TEJIDO EMPRESARIAL EN MÁLAGA: CLASIFICACIÓN, TIPOS DE EMPRESAS Y ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN	21
6. LA EMPRESA FAMILIAR	25
7. BUEN GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	325
8. CONCLUSIONES	32
9. REFERENCIAS	377



ROCA JUNYENT

Gaona, Palacios y Rozados
ABOGADOS

1. PRESENTACIÓN.

El presente Informe, sobre el Tejido Empresarial, abre una nueva línea de trabajo de la firma, la elaboración de documentos que sirvan para trasladar a la sociedad, a los clientes y a los propios profesionales que la integramos, apuntes para la reflexión sobre el contexto actual, necesarios para una correcta toma de decisiones.

Está pues en la línea del despacho, la de acompañar a los clientes, no solamente en la prestación de servicios y asistencia técnica en temas concretos, sino también participando en el diseño de la estrategia de sus empresas y proyectos, en las reflexiones sobre sus negocios y el contexto en el que se desarrollan, poniendo de manifiesto perspectivas de futuro, la influencia de las circunstancias sociales, jurídicas, económicas, etc.

El trabajo parte de la propia definición de pequeña y mediana empresa, concepto usado hasta el abuso, pero habitualmente con poca precisión. La mera distinción entre empresas medianas, pequeñas y microempresas que con propiedad realiza el informe, ya nos coloca crudamente ante la realidad de una economía, la nuestra, que adolece de falta de tamaño en su tejido empresarial, lo que la perjudica en un mundo que exige dimensión para poder competir.

El trabajo radiografía la PYME en España, pero para trasladar esas referencias a Andalucía; dedica un capítulo particularmente a Málaga, acompañado el análisis con datos de Sevilla.

Entre los datos que se analizan, el tamaño de las plantillas, los sectores económicos (industria, construcción, servicios con distinción particular al comercio), el volumen de ingresos, nos sorprenden las comparativas que se

realizan, pero especialmente llama la atención cuando el análisis acude a las formas jurídicas en las que se organizan nuestras empresas, y muy especialmente la forma de gestionarlas.

Interesante es sin duda el capítulo dedicado al comportamiento de las empresas, según estos indicadores, frente a la crisis de 2008 y la pandemia ocasionada por el COVID-19

Finalmente, el análisis de la empresa familiar y del gobierno corporativo nos dejan, como se pretende, un espacio enorme de reflexión que serán sin duda el comienzo de próximos informes.

No puede concluir esta presentación más que dando las gracias a los compañeros y compañeras que han elaborado estas líneas, desde abogados en prácticas a socios. Este informe me consta ha requerido tiempo y reflexión, a los que lo han elaborado sin género de dudas los ha hecho aún mejores profesionales.

Manuel Camas Jimena

2. RADIOGRAFÍA DE LA PYME EN ESPAÑA Y ANDALUCÍA

A) España

La Definición de PYME está recogida en el *Anexo I del Reglamento (UE) N.º 651/2014 de la Comisión*. Atendiendo a la misma, podemos diferenciar:

Figura 1: Categorías de empresas de acuerdo con el Reglamento N.º 651/2014

Categoría de empresa	Efectivos	Volumen de negocio	Balance general
Mediana	< 250	<= 50 millones EUR	<= 43 millones EUR
Pequeña	< 50	<= 10 millones EUR	<= 10 millones EUR
Micro	< 10	<= 2 millones EUR	<= 2 millones EUR

Fuente: *Elaboración propia a partir de los datos del Anexo I del Reglamento (UE) N.º 651/2014 de la Comisión*

De acuerdo con los datos del INE, en enero de 2020 existían un total de 2.888.317 empresas, de las cuales más de un 99% eran consideradas como PYMES, mientras que solo un 0,17% tenían la consideración de grandes empresas. Dentro de las PYMES, la categoría más significativa eran las microempresas, es decir, aquellas PYMES con entre 1 y 9 personas asalariadas, representando un 39,25% del total de empresas en nuestro país.

Figura 2: Empresas por tamaño en España (enero 2020)

EMPRESAS POR TAMAÑO	Número de empresas	Porcentaje del total	Tasa de variación anual %
PYME (0-249 asalariados)	2.883.431	99,83%	0,05
PYME sin asalariados	156.992	5,44%	0,65
PYME con asalariados	1.313.439	45,47%	-0,67
Microempresas (1-9 asalariados)	1.133.528	39,25%	-0,83
Pequeñas (10-49 asalariados)	154.861	5,36%	0,08

Medianas (50-249 asalariados)	25.050	0,87%	2,21
GRANDES (250 o más asalariados)	4.886	0,17%	3,96
TOTAL EMPRESAS	2.888.317	100,00%	0,05

Fuente: Elaboración propia a partir de Cifras PYME enero 2020

Si nos fijamos en la distribución sectorial de las empresas, de acuerdo con el último informe del Directorio Central de Empresas (DIRCE), el 81,5% de las empresas españolas ejercen su actividad en el sector servicios y, dentro de este porcentaje, en torno a una de cada cinco empresas se corresponden al comercio. En la medida en la que el 99% de las empresas son PYMES, la distribución sectorial coincide prácticamente con la distribución del conjunto de las empresas.

Figura 3: Empresas por tamaño y sector en España (2019)

Empresas por tamaño	Industria	Construcción	Servicios	
			Comercio	Resto servicios
PYME (0-249 asalariados)	5,9%	12,6%	22,1%	59,5%
PYME sin asalariados	3,9%	13,7%	19,5%	62,9%
PYME con asalariados	8,5%	11,1%	25,3%	5,1%
Microempresas (1-9 asalariados)	7,2%	11,0%	26,2%	55,6%
Pequeñas (10-49 asalariados)	20,1%	12,5%	17,3%	50,1%
Medianas (50-249 asalariados)	22,6%	7,0%	15,3%	55,1%
Grandes (250 o más asalariados)	21,7%	2,9%	14,6%	60,7%
TOTAL EMPRESAS	5,9%	12,6%	22,0%	59,5%

Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (2019)

En cuanto a la distribución de las empresas españolas por volumen de negocios, el 97,5% de las empresas contaron con unos ingresos inferiores a dos millones de euros. No obstante, este porcentaje es mayor cuanto más pequeña es la empresa, mientras que disminuye a medida que crece la empresa. Así, casi la mitad de las empresas grandes tuvieron una facturación superior a 50 millones de euros.

Figura 4: Empresas por tamaño y volumen de ingresos

Empresas por tamaño	<2M€	2-10M€	10-50M€	>50M€
PYME (0-249 asalariados)	97,5%	2,0%	0,4%	0,1%
PYME sin asalariados	99,8%	0,1%	0,1%	0,1%
PYME con asalariados	94,5%	4,4%	0,9%	0,1%
Microempresas (1-9 asalariados)	98,2%	1,7%	0,1%	0,1%
Pequeñas (10-49 asalariados)	66,8%	28,3%	4,5%	0,4%
Medianas (50-249 asalariados)	23,4%	38,0%	31,3%	7,3%
Grandes (250 o más asalariados)	8,6%	12,4%	30,4%	48,6%
TOTAL EMPRESAS	97,4%	2,0%	0,5%	0,1%

Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (2019)

En relación con la condición jurídica, en la figura 5 podemos observar que más de la mitad del total de empresas no están constituidas como persona jurídica, sino que actúan como persona física. Tras la persona física, la sociedad limitada es la segunda forma más común entre las empresas españolas, con un 34,3%, seguido de otras formas jurídicas (cooperativas, sociedades agrarias de transformación...) y, en último lugar, las sociedades anónimas que, principalmente, tiene lugar entre las grandes empresas, con casi un 40%.

Figura 5: Empresas por tamaño y por condición jurídica

Empresas por tamaño	Persona física	S.A.	S.L.	Otras
PYME (0-249 asalariados)	55,0%	2,0%	34,3%	8,7%
PYME sin asalariados	67,9%	1,2%	22,5%	8,4%
PYME con asalariados	38,6%	2,9%	49,4%	9,1%
Microempresas (1-9 asalariados)	42,3%	1,8%	47,1%	8,8%
Pequeñas (10-49 asalariados)	5,0%	11,6%	73,1%	10,3%
Medianas (50-249 asalariados)	0,0%	25,6%	56,4%	18,0%
Grandes (250 o más asalariados)	0,0%	39,2%	40,5%	20,2%
TOTAL EMPRESAS	54,9%	2,0%	34,3%	8,7%

Fuente: Elaboración propia a partir de DIRCE (2019)

Finalmente, si nos fijamos en la distribución empresarial por comunidades autónomas, se observa que más del 60% se concentra en cuatro regiones: Cataluña, Madrid, Andalucía y Comunidad Valenciana. En particular, en relación con las PYMES, la distribución es del 18,4%, 16,1%, 15,4% y 10,8%, respectivamente.

B) Andalucía

En el caso de Andalucía podemos señalar que, aunque en términos generales es la tercera con mayor presencia de PYMES, cuando se hace alusión a términos de densidad empresarial¹, se encuentra entre las peor situadas².

Estudiando con mayor profundidad Andalucía, podemos observar que el 99,92% del total de las empresas de esta comunidad son PYME.

Analizando la distribución provincia por provincia del total de empresas, percibimos los siguientes resultados:

Figura 6: Total, densidad y porcentaje de empresas andaluzas

Provincia	Total de empresas	Densidad (Empresas/100 habitantes)	Sobre Andalucía
Almería	42.936	6,05	8,43%
Cádiz	60.680	4,9	11,92%
Córdoba	47.200	6,01	9,27%
Granada	59.101	6,48	11,61%
Huelva	24.666	4,74	4,85%
Jaén	34.036	5,33	6,69%
Málaga	123.067	7,5	24,18%
Sevilla	117.353	6,05	23,05%
TOTAL	509.039		

¹ La densidad empresarial mide el número de empresas por cada 100 habitantes.

² Según "ESTADÍSTICAS PYME. Evolución e indicadores. N.º 17 de marzo de 2019" sólo supera a las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla en términos de densidad empresarial.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17, marzo 2019

En la figura 6 se pueden observar los datos de las provincias andaluzas relativas al número total de empresas, la densidad empresarial y el porcentaje de empresas de cada provincia con respecto al total e Andalucía.

A partir de ellos, podemos observar que la provincia de Málaga ocupa la primera posición, con independencia del indicador que se observe. Sin embargo, en ningún caso ello tiene que implicar empresas con mayor tamaño o más competitivas.

Si tomamos el número total de empresas, Málaga dispone de un total de 122.897 empresas, seguida de Sevilla, que cuenta con 117.224. Los mismos resultados obtenemos si consideramos los porcentajes sobre el total de Andalucía: entre Málaga y Sevilla suman casi la mitad de la totalidad de empresas de toda la comunidad mientras que Cádiz y Granada aportan entre las dos casi un 25% del total. En cuanto a la densidad de empresas, Málaga obtiene un resultado de 7,5 empresas por cada 100 habitantes, seguida de Granada, con 6,48 empresas por cada 100 habitantes.

Si analizamos ahora la distribución, pero centrándonos exclusivamente en las PYME, obtenemos unos resultados muy similares a los anteriores.

Figura 7: Total, densidad y porcentaje sobre el total de PYME andaluzas

Provincia	Total de PYME	Densidad (Empresas/100 habitantes)	Sobre Andalucía
Almería	42.886	6,05	8,43%
Cádiz	60.651	4,9	11,92%
Córdoba	47.160	6,01	9,27%
Granada	59.070	6,48	11,61%
Huelva	24.649	4,74	4,85%
Jaén	34.019	5,33	6,69%
Málaga	122.987	7,49	24,18%

Sevilla	117.224	6,04	23,05%
TOTAL	508.648		

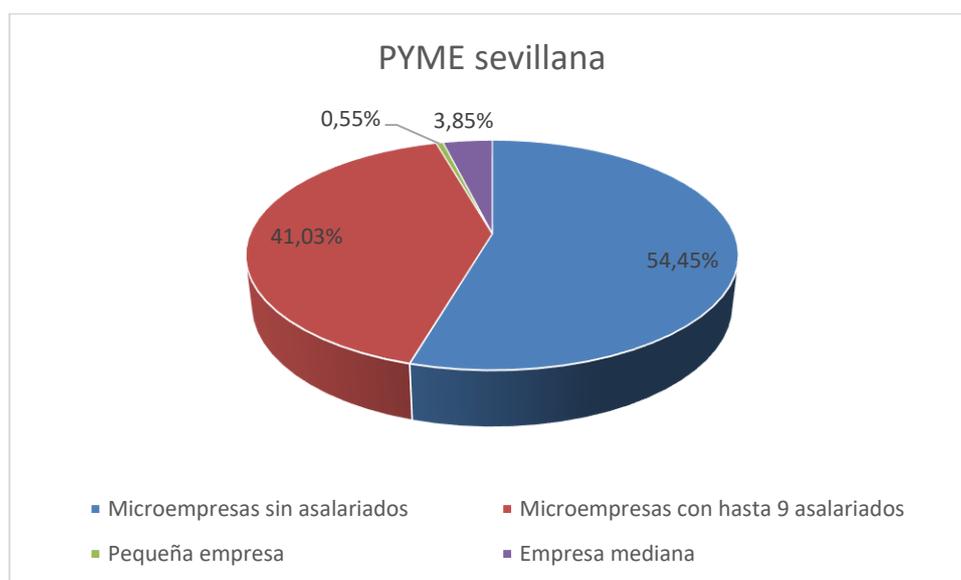
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17 (marzo 2019)

Por último, vamos a considerar el estudio de la distribución de las PYME en dos provincia andaluzas: Sevilla, por ser la capital de esta comunidad, y Málaga.

En el caso de Sevilla observamos que el porcentaje de PYME sobre el total de empresas, 99,89%, es ligeramente superior a la media de España, pero algo inferior a la de Andalucía. Para Málaga, este porcentaje es ligeramente superior en ambos casos, ya que el 99,94% del total de empresas que posee son PYME.

Entre las PYME sevillanas, las que tiene mayor presencia son aquellas microempresas sin asalariados (54,45%), seguido de las microempresas con hasta nueve asalariados (41,03%). Las que cuentan con una representación inferior son las medianas (0,55%). Las pequeñas empresas cuentan con una presencia del 3,85%.

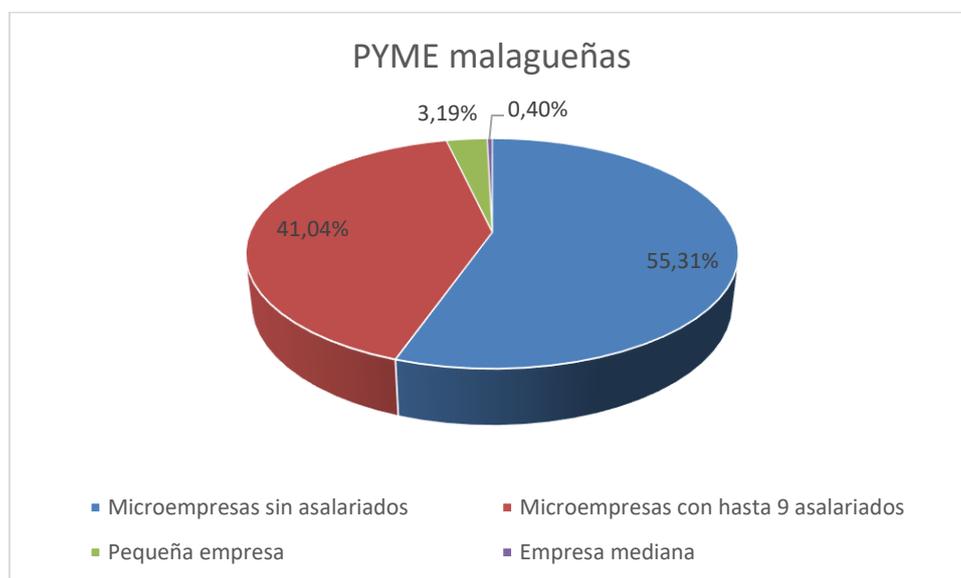
Figura 8: PYME sevillana por tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17 (marzo 2019)

En el caso de Málaga, el 99,94% del total de empresas son PYME y tienen una distribución por tamaño muy parecida a la de Sevilla: 55,31% de microempresas sin asalariados, 41,04% de microempresas con hasta nueve asalariados, 3,19% de pequeñas empresas y 0,4% de empresa mediana.

Figura 9: PYME malagueña por tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de "Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17 (marzo 2019)

Por otro lado, se debe señalar que la presencia de empresas grandes, es decir, aquellas de 250 o más empleados es superior en Sevilla que en Málaga: en concreto, Málaga cuenta con 78 grandes empresas, mientras que Sevilla con 129, lo que en términos porcentuales representa para Málaga un 0,06% de su tejido empresarial y para Sevilla un 0,11%.

Variables	DIRCE	Variaciones sobre el año anterior		Sevilla sobre Andalucía (%)	Andalucía sobre España (%)	Empresas por cada		
		Absolutas	Relativas			100 habitantes	100 activos	100 ocupados
EMPRESAS Y SU DISTRIBUCIÓN SECTORIAL								
Total empresas	117.353	1.522	1,31	23,05	15,26	6,05	12,72	16,40
Industria	6.883	326	4,97	23,55	14,15	0,35	0,75	0,96
Construcción	10.856	169	1,58	19,86	13,27	0,56	1,18	1,52
Comercio	31.007	-304	-0,97	23,05	17,98	1,60	3,35	4,33
Resto de servicios	68.607	1.331	1,98	23,60	14,76	3,54	7,44	9,59
DISTRIBUCIÓN SEGÚN TAMAÑO								
Sin asalariados	63.903	120	0,19	23,35	14,84	3,29	6,93	8,93
De 1 a 9 asalariados	48.153	1.107	2,35	22,40	16,06	2,48	5,22	6,73
De 10 a 50 asalariados	4.517	252	5,91	25,64	13,96	0,23	0,49	0,63
De 50 a 249 asalariados	651	34	5,51	27,69	10,94	0,03	0,07	0,09
TOTAL PYME	117.224	1.513	1,31	23,05	15,27	6,04	12,71	16,38
De 250 y más asalariados	129	9	7,50	32,99	8,82	0,01	0,01	0,02
CONDICIÓN JURÍDICA TOTAL DE EMPRESAS								
Persona física	65.843	1.238	1,92	22,07	16,71	3,39	7,14	9,20
Sociedad anónima	1.622	-120	-6,89	24,85	8,31	0,08	0,18	0,23
Sociedad limitada	41.085	567	1,40	24,49	14,21	2,12	4,45	5,74
Comunidad de bienes	1.462	78	5,64	12,49	10,09	0,08	0,16	0,20
Sociedad cooperativa	957	-1	-0,10	22,94	20,20	0,05	0,10	0,13
DE LAS MICROEMPRESAS DE 0 ASALARIADOS								
Persona física	43.801	587	1,36	22,81	15,70	2,26	4,75	6,12
Sociedad anónima	560	-68	-10,83	24,27	8,99	0,03	0,06	0,08
Sociedad limitada	14.819	-221	-1,47	24,17	13,93	0,76	1,61	2,07
Comunidad de bienes	1.049	75	7,70	14,63	9,32	0,05	0,11	0,15
Sociedad cooperativa	296	21	7,64	25,26	18,55	0,02	0,03	0,04
DE LAS MICROEMPRESAS DE 1 A 9 ASALARIADOS								

Persona física	21.786	642	3,04	20,76	18,86	1,12	2,36	3,04
Sociedad anónima	575	-28	-4,64	25,18	8,18	0,03	0,06	0,08
Sociedad limitada	22.313	468	2,14	24,30	14,43	1,15	2,42	3,12
Comunidad de bienes	399	1	0,25	9,12	11,50	0,02	0,04	0,06
Sociedad cooperativa	520	-14	-2,62	21,78	20,98	0,03	0,06	0,07

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe "Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17 (marzo 2019)"

Variables	DIRCE	Variaciones sobre el año anterior		Málaga sobre Andalucía (%)	Andalucía sobre España (%)	Empresas por cada		
		Absolutas	Relativas			100 habitantes	100 activos	100 ocupados
EMPRESAS Y SU DISTRIBUCIÓN SECTORIAL								
Total empresas	123.067	3.642	3,05	24,18	15,26	4,50	16,21	20,45
Industria	4.483	312	7,48	15,34	14,15	0,27	0,59	0,75
Construcción	14.663	885	6,44	26,77	13,27	0,89	1,93	2,43
Comercio	28.160	8	0,03	20,94	17,98	1,72	3,71	4,68
Resto de servicios	75.791	2.437	3,32	26,08	14,76	4,62	9,98	12,60
DISTRIBUCIÓN SEGÚN TAMAÑO								
Sin asalariados	68.065	1.652	2,49	24,87	14,84	4,15	8,97	11,31
De 1 a 9 asalariados	50.502	1.709	3,50	23,49	16,06	3,08	6,65	8,39
De 10 a 50 asalariados	3.925	226	6,11	22,28	13,96	0,24	0,52	0,65
De 50 a 249 asalariados	497	46	10,20	21,14	10,94	0,03	0,07	0,08
TOTAL PYME	122.298	3.633	3,04	24,18	15,27	7,49	16,20	20,44
De 250 y más asalariados	78	9	13,04	19,95	8,82	0,00	0,01	0,01
CONDICIÓN JURÍDICA TOTAL DE EMPRESAS								
Persona física	69.584	2.525	3,77	23,32	16,71	4,24	9,17	11,56
Sociedad anónima	1.615	-39	-2,36	24,75	8,31	0,10	0,21	0,27
Sociedad limitada	45.125	1.232	2,81	26,90	14,21	2,75	5,94	7,50
Comunidad de bienes	1.282	43	3,47	10,93	10,09	0,08	0,17	0,21
Sociedad cooperativa	656	4	0,61	15,72	20,20	0,04	0,09	0,11
DE LAS MICROEMPRESAS DE 0 ASALARIADOS								
Persona física	45.568	1.641	3,74	23,73	15,70	2,78	6,00	7,57
Sociedad anónima	628	-3	-0,48	27,22	8,99	0,04	0,08	0,10
Sociedad limitada	18.499	248	1,36	30,17	13,93	1,13	2,44	3,07
Comunidad de bienes	962	48	5,25	13,42	9,32	0,06	0,13	0,16
Sociedad cooperativa	222	-3	-1,33	18,94	18,55	0,01	0,03	0,04
DE LAS MICROEMPRESAS DE 1 A 9 ASALARIADOS								
Persona física	23.759	875	3,82	22,64	18,86	1,45	3,13	3,95
Sociedad anónima	569	-31	-5,14	24,91	8,18	0,03	0,07	0,09
Sociedad limitada	23.202	712	3,17	25,27	14,43	1,14	3,06	3,86

Comunidad de bienes	302	-6	-1,95	6,90	11,50	0,02	0,04	0,05
Sociedad cooperativa	361	3	0,84	15,12	20,98	0,02	0,05	0,06

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe "Evolución PYMES. Evolución e indicadores. N.º 17 (marzo 2019)"

3. RECUPERACIÓN TRAS LA CRISIS DE 2008 Y SITUACIÓN ACTUAL TRAS LA CRISIS SANITARIA DERIVADA DEL COVID-19

De acuerdo con el Informe Empresas Avance 2017³, Andalucía consiguió recuperar en torno al 60% de lo perdido a lo largo de la crisis económica durante el trienio 2014-2016. Sin embargo, los datos son mucho mejores en Málaga, ya que comenzó a recuperar su tejido empresarial un año antes, es decir, en 2013, superando hoy el número de empresas situadas en su territorio al inicio de la crisis.

Estos datos son muy positivos, ya que sitúan a Andalucía en la tercera posición del ranking nacional en cuanto a número de empresas, solo por detrás de Cataluña y la Comunidad de Madrid. Sin embargo, tal y como se ha comentado anteriormente, si la comparación se realiza en términos de densidad demográfica (empresas/ población), Andalucía queda relegada a la parte baja de la clasificación.

No obstante, ya en el año 2018 la empresa española y, en concreto la andaluza, se situaron en un contexto en el que la economía española experimentó un ligero retroceso en el avance del PIB: a nivel nacional, el PIB experimentó un crecimiento del 2,6% (un 0,4% menos que durante 2017), mientras que en Andalucía el crecimiento del PIB alcanzó el 2,4% (un 0,5% menos que durante el año 2017)⁴.

En cualquier caso, la evolución del número de empresas se ha mostrado muy estable en el período de tiempo comprendido entre los años 2008 y 2018, mostrando fluctuaciones en las categorías de empresas por tamaño.

³ CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ANDALUCÍA (2017). "Informe empresas. Avance 2017", Proyecto de la Cultura Emprendedora y del Autoempleo 2016, octubre.

⁴ ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (2019). "Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2018. Referencias empresariales".

Figura 12: Evolución de la empresa 2008-2018

	Andalucía		Tasa variación 08/18		Andalucía/España (%)		Diferencia 2008-2018
	2008	2018	Andalucía	España	2008	2017	
Sin asalariados	262.071	273.774	4,5	5,2	14,94	14,83	-0,11
De 1 a 9 asalariados	231.339	214.993	-7,1	-8,6	15,79	16,05	0,26
De 10 a 99 asalariados	27.723	19.103	-31,1	-25,9	14,72	13,70	-1,06
Más de 100 asalariados	1.682	1.267	-24,7	-11,4	11,58	9,84	-1,74
Total	522.815	509.137	-2,6	-2,5	15,28	15,25	-0,02

Fuente: Elaboración propia a partir de Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2019. Referencias empresariales

Desafortunadamente, la situación de crecimiento económico alcanzada durante los últimos años se ha visto interrumpida por la crisis derivada del COVID-19. Lo que empezó con una crisis de carácter sanitario, ha ido evolucionando hacia una crisis de carácter económico y social, cuya principal característica es la total incertidumbre sobre el futuro cercano de la economía y de la vida empresarial. En este sentido, de acuerdo con el Boletín de Coyuntura Empresarial en Andalucía, la percepción de los empresarios andaluces sobre las expectativas a corto plazo, tanto en lo referente al primer trimestre como en especial sobre los segundos, es muy negativa⁵.

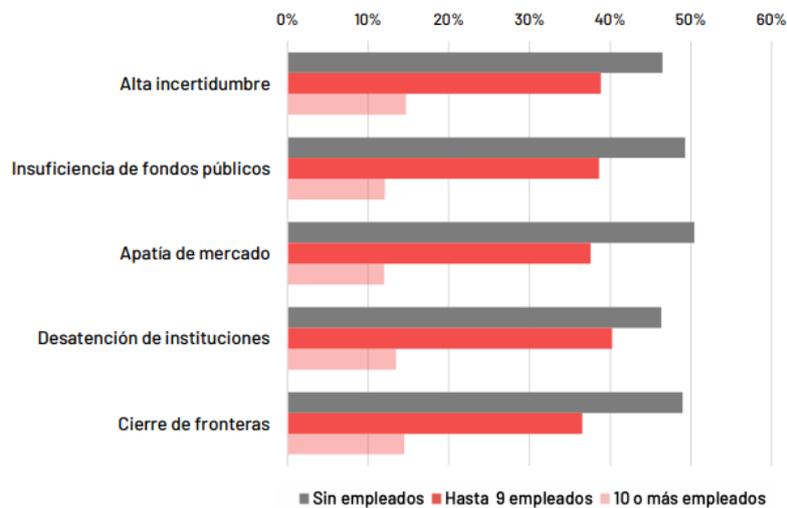
A pesar de que Andalucía no ha sido una región especialmente castigada por las consecuencias sanitarias de la pandemia, puede que sea una de las que más afectadas se vea desde un punto de vista económico, a consecuencia de características estructurales empresariales propias⁶. Nos referimos al tamaño empresarial, cuestión que ya hemos abordado y sobre la que no nos detendremos, y a los sectores en los que opera la empresa andaluza,

⁵ CEA EMPRESAS: “Boletín de coyuntura empresarial en Andalucía”, mayo 2020.

⁶ OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA. RED GEM EN ANDALUCÍA: “situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomendaciones”, mayo, 2020.

fundamentalmente orientados al consumo, como el turismo, la hostelería y el ocio.

Figura 13: Dificultades según el tamaño de la empresa



Fuente: Observatorio del emprendimiento de España. Red GEM en Andalucía (2020)

En este contexto, la supervivencia de muchas de estas empresas dependerá de si son capaces de adaptarse a la nueva situación, a la vez que dotarse de una estructura sólida que les permita hacer frente a los desafíos económicos y sociales que están por llegar.

4. ANÁLISIS ECONÓMICO- FINANCIERO DE ANDALUCÍA

En el presente apartado analizaremos la dinámica económico- financiera de la PYME andaluza, considerando su estructura patrimonial y de gastos, así como los beneficios y la rentabilidad. Aunque en términos generales se puede afirmar que la tendencia andaluza es muy similar a la observada en el conjunto de España, existen algunas particularidades que merece la pena destacar.

a) Rentabilidad económica y financiera

Figura 14: Comparativa rentabilidad económica y financiera

	Rentabilidad económica	Rentabilidad financiera
Total España	3,9	6,41
Total Andalucía	4,32	8,61
Microempresa	4,36	6,94
Pequeña	4,49	6,14
Mediana	4,3	5,95
Grande	4,26	11,64

Fuente: Elaboración propia a partir de Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2019. Referencias empresariales

Como observamos en la figura 14, tanto la rentabilidad económica como la financiera son superiores en el caso de las empresas andaluzas con respecto a las empresas españolas, si bien es cierto que los datos totales incluyen también la rentabilidad económica y financiera de las empresas grandes. Si excluimos a las empresas grandes, la rentabilidad financiera de Andalucía desciende hasta el 6,34, mientras que la rentabilidad económica incluso aumenta, alcanzando el 4,38. Sin embargo, no contamos con los datos desagregados para España, aunque es de esperar que sigan una tendencia similar, por lo que estamos en disposición de afirmar que tanto la rentabilidad económica como financiera de Andalucía es muy buena en comparación con la del total de España.

b) Productividad

Al contrario de lo que sucede con la rentabilidad, la productividad de las empresas andaluzas es inferior al promedio nacional, lo que se traduce en salarios más bajos.

Si nos fijamos en los datos medidos como el cociente entre los ingresos de explotación por empleado, la media andaluza está por debajo de la nacional (182.049€ y 228.329€ respectivamente), información que también se confirma si utilizamos el cociente entre el valor añadido y los gastos de personal (1,51 y 1,71 respectivamente). En el ámbito provincial, la clasificación varía en función de si tomamos la ratio ingresos/empleado o VAB/gastos de personal, siendo Granada y Córdoba las provincias más productivas en el primer caso y Sevilla y Almería. En ambos casos, Málaga tiene una productividad muy baja.⁷

Figura 15: Productividad⁸

	Productividad media (ingresos/empleados)	VAB/ gastos de personal
España	228.339 €	1,71
Andalucía	182.049 €	1,51
Granada	230.800 €	-
Córdoba	223.500 €	-
Sevilla	204.600 €	1,73
Cádiz	145.600 €	1,36
Málaga	147.000 €	1,37
Almería	175.400 €	1,67
Huelva	161.300 €	-
Jaén	183.900 €	1,37

Fuente: Elaboración propia a partir de Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2019. Referencias empresariales

⁷ ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (2019). "Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2018. Referencias empresariales".

⁸ Datos sobre VAB/gastos de personal no disponibles para Granada, Córdoba y Huelva.

5. TEJIDO EMPRESARIAL EN MÁLAGA: CLASIFICACIÓN, TIPOS DE EMPRESAS Y ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN

A partir de los datos del *Ranking de Empresas*⁹, hemos analizado la estructura societaria de la empresa malagueña, identificando qué forma jurídica adoptaba cada sociedad y cuál es su estructura de gobierno. Si recordamos los datos del epígrafe 2, del total de empresas andaluzas (508.648), en torno al 24% eran malagueñas, lo que supone un total de aproximadamente 122.987 empresas. De ese total, el 99,94% son PYME, de las cuales, más de la mitad (55,31%) son microempresas sin asalariados, 41,04% empresas con hasta nueve asalariados, 3,19% pequeñas empresas y 0,4% medianas. Pues bien, si agrupamos a las microempresas y a las empresas pequeñas, por un lado, y a las medianas por otro, obtenemos la estructura en función de la forma jurídica y el órgano de administraciones que podemos observar en la figura 16¹⁰.

⁹ El Ranking de Empresas es un recurso web donde se publica información sobre las empresas españolas, procedentes de diferentes bases de datos, entre las que se incluye el BORME, el BOE y los boletines oficiales de las CCAA y provinciales. Estos datos han sido completados con algunos datos extraídos de la página web especializada www.infocif.es

¹⁰ Los datos de la figura 14 están elaborados para Sociedades en sus diferentes formas jurídicas, por lo que no considera la información sobre los empresarios individuales. Es decir, los porcentajes que figuran en la tabla están calculados sobre el total de sociedades, es decir, el total de empresas menos la cifra total de empresarios individuales. No está disponible la cifra exacta sobre el número de empresarios, aunque se estima que en torno al 56% de empresas malagueñas no tienen forma societaria. Fuente: ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (2019). "Análisis económico- financiero de la empresa andaluza 2018. Referencias empresariales".

	Órgano de administración				Tipo de sociedad				% trabajadores fijos	
	Ad. Solidario	Ad. Mancomunado	Consejo	Adm. Único	SA	SL				
Pequeña Y Micro	29%	1%	3%	67%	4%	96%				67,84%
						SLU	SLNE	SLP	SLAB	
						18%	1%	1%	2%	
Mediana	21%	3%	15%	61%	14%	86%				72,57%
						SLU	SLNE	SLP	SLAB	
						15%	-	-	-	

Figura 16: Clasificación de las PYME malagueñas en función de su órgano de administración y forma jurídica

Fuente: Elaboración propia a partir de datos disponibles en el Ranking de Empresas y www.infocif.es

En relación con el órgano de administración, la figura 16 muestra que la mayoría de las sociedades optan por contar con un administrador único, siendo la figura del administrador solidario la segunda más elegida por las sociedades malagueñas. No obstante, en el caso de las empresas mediana, se observa que el 15% de las empresas medianas deciden contar con un Consejo de Administración, frente al 3% de empresas pequeñas y micro. La figura del administrador mancomunado no es muy frecuente en ninguno de los dos casos.

En cualquier caso, resulta sorprendente que un porcentaje tan bajo de sociedades opten por un Consejo de Administración, especialmente en el caso de las empresas mediana. La elección de un administrador único puede implicar que no se refleje la pluralidad de los intereses de los socios, además de que el órgano de gobierno de la sociedad contará con una visión personalista

que no se nutrirá de otras perspectivas, sin olvidar los problemas derivados de la excesiva asunción de responsabilidades y sus implicaciones en relación con el artículo 31bis del Código Penal (responsabilidad penal de las personas jurídicas). Por tanto, a medida

que la empresa crece, es recomendable dotarla de un órgano de administración colegiado, en el que las decisiones se tomen de forma colectiva, garantizando así que la existencia de diferentes puntos de vista y de que los intereses societarios están bien representados. Además, es recomendable implantar un protocolo de *Corporate Defense*, que permita identificar, evaluar y gestionar los riesgos que podrían afectar a la sociedad, disminuyendo así el riesgo de verse afectada por una conducta negligente por parte de los administradores.

Si nos fijamos en la forma jurídica de las sociedades malagueñas, se observa un claro dominio de la Sociedad Limitada, con un 96% en el caso de las empresas pequeña y micro y un 86% en el caso de las empresas mediana y que, dentro de este porcentaje, casi una de cada cinco sociedades limitadas es unipersonal. El porcentaje restante adquiere la condición de sociedad anónima, aunque dado las características de la empresa andaluza, el número de empresas que optan por esta forma societaria es muy reducido.

La diferencia fundamental de las sociedades limitadas frente a las sociedades anónimas es la limitación en la transmisibilidad de las participaciones, lo que puede acabar generando conflictos entre los socios que acaben comprometiendo el buen funcionamiento de la sociedad. Es una realidad innegable que la mayoría de PYME no pueden constituirse como una sociedad anónima, dado el importante desembolso de capital (60.000€ como mínimo) que ello implicaría. Sin embargo, existen una serie de instrumentos que pueden asegurar el buen funcionamiento de las sociedades, como los pactos parasociales o, en el caso de las empresas familiares, un protocolo familiar.

6. LA EMPRESA FAMILIAR

De acuerdo con la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar, una empresa familiar es aquella en la que la mayor parte del capital social está controlado por una o más familias, de forma que controlan la gestión estratégica de la sociedad a través el órgano de gobierno. De esta forma, la característica fundamental de la empresa familiar frente al resto es la íntima conexión entre la empresa y la familia, lo que hace que presenten una serie de particularidades en lo relativo al funcionamiento y toma de decisiones empresariales.

En el año 2008, el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y la *Family Business Network* (FBN), las dos principales instituciones en esta materia acordaron definir como empresa familiar de una forma más concreta, sin importar su tamaño, aquellas que cumplieran las siguientes condiciones¹¹:

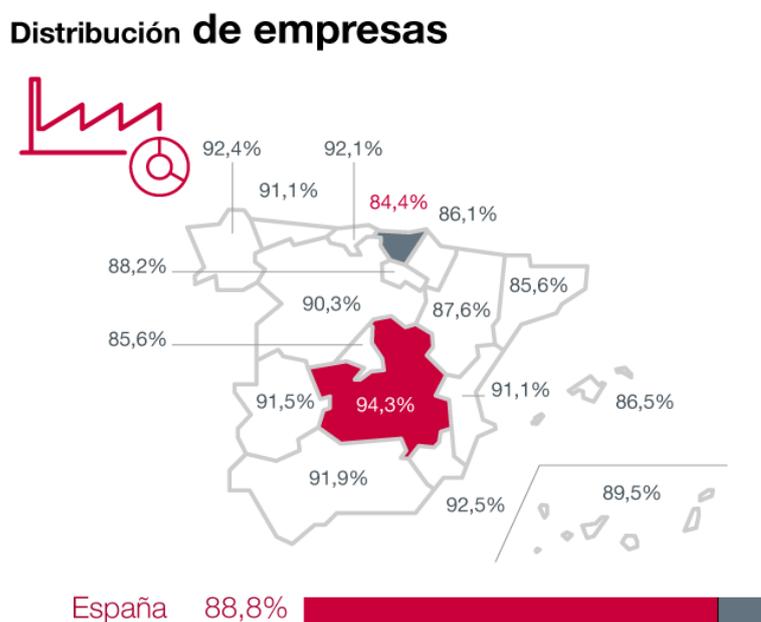
- La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía; o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijo(s) o herederos directos del hijo(s).
- La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta.
- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
- A las compañías cotizadas se les aplica la definición de Empresa Familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que se da derecho al capital social.

Uno de los principales inconvenientes a la hora de analizar las empresas es la dificultad para encontrar datos actualizados; sin embargo, el Instituto de la Empresa Familiar ofrece algunas cifras sobre este fenómeno. En particular, se

¹¹ CORONA, J. (dir.): "La empresa familiar en España (2015)", *Instituto de la Empresa familiar*, 2015.

estima que en torno al 88,8% de SA y SL son empresas familiares¹², cifra que aumenta hasta el 91,9% en el caso de Andalucía.

Figura 17: Distribución de empresas



Fuente: Instituto de la Empresa Familiar

La importancia de la empresa familiar se pone de manifiesto no solo por el porcentaje de empresas, sino también por el número de empleos creados: en concreto, son responsables del 66,7% del empleo generado en España, cifra que aumenta hasta el 83,03% en Andalucía.

¹² De nuevo, este porcentaje no tiene en cuenta los empresarios individuales.

Figura 18: Empleo generado por empresas familiares y no familiares

	Empleo total familiares		Empleo total No Familiares	
	Total	%	Total	%
Andalucía	758.655	83,03%	155.027	16,97%
Aragón	164.914	70,30%	69.664	29,70%
Asturias	118.289	79,34%	30.804	20,66%
Baleares	188.523	81,73%	42.138	18,27%
C. Valenciana	755.698	84,67%	136.860	15,33%
Canarias	266.576	80,65%	63.975	19,35%
Cantabria	46.053	82,48%	9.780	17,52%
Castilla- La Mancha	203.443	85,51%	34.474	14,49%
Castilla y León	183.703	72,90%	69.306	27,50%
Cataluña	1.240.172	68,16%	579.379	31,84%
Extremadura	82.321	85,15%	14.355	14,85%
Galicia	394.083	86,29%	62.604	13,71%
La Rioja	40.160	81,63%	9.039	18,37%
Madrid	1.578.057	54,94%	1.294.074	45,06%
Murcia	192.350	85,28%	33.201	14,72%
Navarra	82.319	63,47%	47.370	36,53%
País Vasco	299.164	61,73%	185.460	38,27%
ESPAÑA	6.577.510	66,74%	3.277.803	33,26%

Fuente: Elaboración propia a partir de Corona (2015).

Además, desde la óptica del valor añadido bruto (VAB), la aportación de las empresas familiares es significativo, con un total del 57,1% a nivel nacional, que asciende hasta el 78,3% en el caso de Andalucía.

Figura 19: VAB de las empresas familiares y no familiares

	VAB familiares		VAB no familiares	
	Total	%	Total	%
Andalucía	25.605.678	71,72%	7.098.430	19,88%
Aragón	6.699.695	68,75%	3.045.321	31,25%
Asturias	4.435.957	55,69%	3.529.935	44,31%
Baleares	8.857.324	77,52%	2.568.794	22,48%
C. Valenciana	28.137.283	76,57%	8.612.229	23,43%
Canarias	9.456.639	73,08%	3.482.854	26,92%
Cantabria	1.617.812	61,77%	1.001.088	38,23%
Castilla- La Mancha	5.713.616	74,55%	1.950.764	25,45%
Castilla y León	6.873.066	66,23%	3.505.084	33,77%
Cataluña	56.025.695	61,56%	34.980.875	38,44%
Extremadura	2.467.187	83,98%	470.766	16,02%
Galicia	17.851.890	85,04%	3.140.886	14,96%
La Rioja	1.521.998	74,24%	528.068	25,76%
Madrid	65.082.340	39,19%	100.992.132	60,81%
Murcia	6.072.732	82,00%	1.332.924	18,00%
Navarra	3.290.553	50,12%	3.274.400	49,88%
País Vasco	12.925.506	42,55%	17.449.717	57,45%
ESPAÑA	262.461.604	57,10%	197.158.425	42,90%

Fuente: Elaboración propia a partir de Corona (2015).

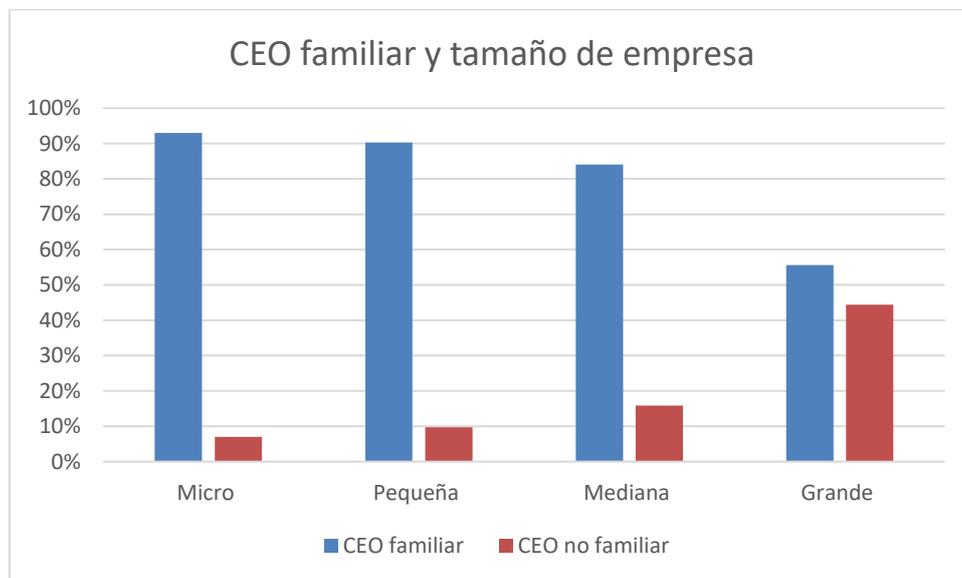
En definitiva, los datos muestran la importancia de la empresa familiar en España, lo que las hacen merecedora de una atención especial, con el objetivo de analizar cuáles son sus características fundamentales, así como de detectar cuáles son los posibles desafíos a los que se enfrentan (tamaño, crecimiento, competitividad, internacionalización, implicación familiar...) y proponer las acciones de mejora que permitan afrontar los mismos.

Gobierno corporativo

Las decisiones relativas a la expansión, internacionalización o formación son especialmente sensibles en el caso de las empresas familiares, dado que tanto en el equipo directivo como en los distintos órganos de gobierno de las empresas familiares¹³, el peso de la familia es elevado. Así, de acuerdo con el Instituto de Empresas Familiares, el perfil del CEO se caracteriza por ser hombre (79% del total) y pertenecer a la familia propietaria (90%). En cuanto al nivel de formación, solo el 52% cuenta con estudios universitarios.

La presencia de un CEO familiar disminuye conforme aumenta el tamaño de la empresa, aunque no debemos olvidar el alto porcentaje de empresas PYME en nuestro territorio.

Figura 19: Porcentaje de CEO familiares por tamaño de empresa



Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto de Empresas Familiares

En lo que al órgano de gobierno se refiere, el 61,2% de las empresas cuenta con un administrador único, mientras que el 35% de las empresas posee un consejo de administración; el consejo de familia está presente en el 11,3% y la asamblea

¹³ No solo el equipo directivo y el consejo de administración, sino también otros órganos propios de las empresas familiares, como el Consejo de Familia o la Asamblea Familiar.

familiar en un 7,5%. Sólo el 11,3% de las empresas familiares cuentan con un protocolo familiar por escrito¹⁴.

Sucesión de la empresa familiar

Otra de las cuestiones primordiales en la empresa familiar es la transmisión de esta entre diferentes generaciones. En este sentido, la mayoría de las empresas no sobreviven más de dos generaciones. Además, en la mayoría de las ocasiones suelen convivir varias generaciones: en la Figura 19 se puede observar la relación entre propiedad y dirección hasta la quinta generación.

Figura 20: Generación propietaria y directiva

		DIRECCIÓN				
		1ª G	2ª G	3ª G	4ª G	5ª G
Propiedad	1ª G	83,3%	16,7%			
	2ª G	4%	93,4%	2,6%		
	3ª G		10,6%	86,8%	2,6%	
	4ª G				80%	20%
	5ª G					100%

Fuente: Elaboración propia a partir de Corona (2015b)

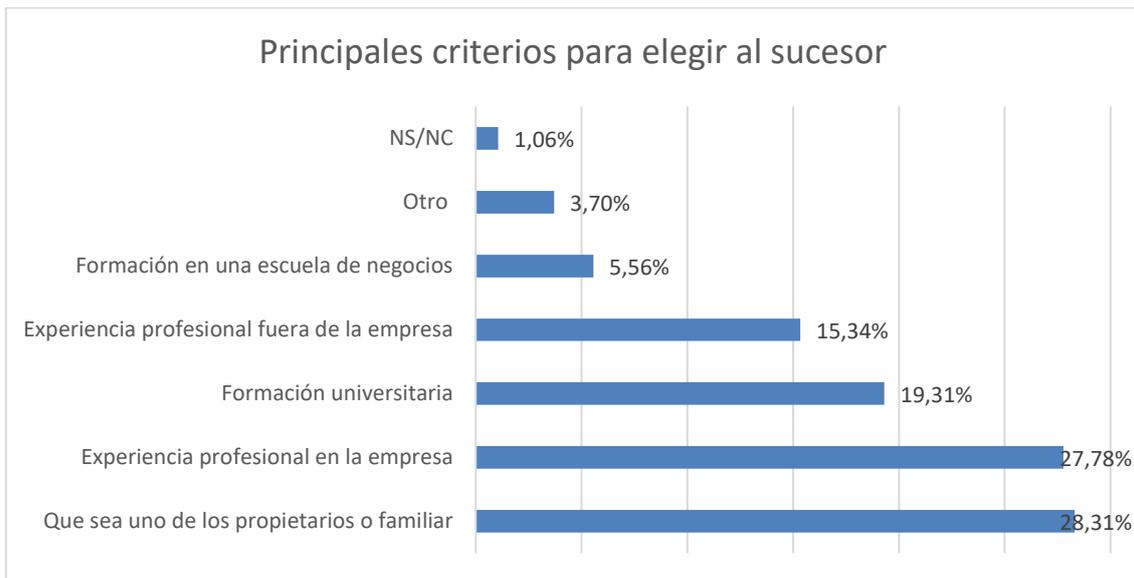
La importancia de este elemento en las empresas familiares es de tal magnitud que el sentimiento de garantizar la continuidad de la empresa (69,1%) supera con creces a los objetivos económicos (48,7%).

Por otro lado, a pesar de la importancia de la sucesión, solo el 63,3% de las empresas manifiestan poseer criterios objetivos para elegir sucesor¹⁵. En la figura 20 se ven los principales criterios elegidos por las empresas familiares.

¹⁴ CORONA, J. (dir.): "Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar", *Instituto de la Empresa familiar*, 2015b.

¹⁵ CORONA, J. (dir.): "Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar", *Instituto de la Empresa familiar*, 2015b.

Figura 21: Principales criterios para la elección del sucesor



Fuente: Elaboración propia a partir del Instituto de Empresas Familiares

Junto a los criterios de sucesión, el protocolo familiar se erige como herramienta vital para regular el funcionamiento de la empresa y la implicación familiar con vistas a la continuidad del proyecto empresarial. Sin embargo, solamente un 8,9% de las empresas cuentan con un protocolo familiar por escrito, mientras que un 77,8% no lo considera necesario y un 3,7% no saben lo que es

Asimismo, la antigüedad promedio de los protocolos es de 9 años y destaca el hecho de que una de cada cinco empresas lo elaboró durante la década de los noventa. Respecto a su dinamismo, un 57,6% de las empresas nunca lo han revisado y un 18,2% lo han revisado una vez. El protocolo es un documento abierto y siempre sujeto a revisión, pero dado que la antigüedad media de los mismos no es elevada tampoco es sorprendente que la tasa de revisión sea moderada.

Si nos centramos por último en los contenidos de los protocolos familiares existentes, en estos se incluyen principalmente cuestiones sobre la restricción de la transmisión de acciones (72,7%); en un segundo nivel aborda normas sobre

la incorporación y salida de familiares (57,6%); y en un tercer nivel el resto de las cuestiones como métodos de valoración de acciones (30,3%), normas para la retribución de familiares (27,3%), entre otros. En la mitad de los casos el protocolo está firmado por todos los miembros de la familia y rara vez por los familiares políticos.

7. BUEN GOBIERNO CORPORATIVO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

El gobierno corporativo tradicional- diseñado para las grandes empresas- se define como las estructuras y procesos que permiten dirigir y controlar una empresa¹⁶. Conlleva no solo la interacción entre los órganos de gobierno de la organización, sino también la toma en consideración de los intereses de otros grupos de interés que pueden verse afectados por la actividad de la empresa.

El Gobierno Corporativo comenzó su andadura en España con la constitución de la denominada Comisión Olivencia en el año 1997, a instancias del Ministerio de Economía, con el objetivo fundamental de transformar las empresas españolas y dotarlas de una mayor transparencia. Desde entonces, se han alcanzado diferentes hitos, entre las que destacan la Comisión Aldama o la publicación de distintas normas, informes y órdenes sobre este fenómeno.

Aunque el Gobierno Corporativo estaba pensado en los inicios para empresas cotizadas, con el paso de los años se ha hecho extensible a empresas no cotizadas y, en concreto, a las PYME. En este sentido, los estudios empíricos ponen de manifiesto que existe una relación directa entre la supervivencia y desarrollo de las empresas y las prácticas de Buen Gobierno Corporativo: se materializa así el denominado Círculo Vicioso de la Sostenibilidad¹⁷.

Figura 22: Círculo Vicioso de la Sostenibilidad

¹⁶ CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL: “Guía de Gobierno Corporativo para las PYMES”, *IFC publication*, 2019.

¹⁷ CEPYME (2018). “Guía de Buen Gobierno para empresas pequeñas y medianas”, Guía elaborada por el Comité de Responsabilidad Social Corporativa e Informes Integrados del REA+REGA, enero.



Fuente: CEPYME (2018)

Existe la creencia generalizada de que el buen gobierno corporativo es un asunto que afecta en exclusiva a empresas de gran tamaño. Sin embargo, la puesta en marcha de prácticas de buen gobierno corporativo desde una etapa temprana puede permitir a las PYME a hacer frente a determinados desafíos¹⁸:

- Estructuras y procesos que reduzcan la dependencia de individuos específicos.
- Son vistas como más seguras y atractivas, lo que facilita el acceso a financiación y la captación de nuevos clientes.
- Un buen gobierno corporativo reduce los riesgos y mejora la gestión de los conflictos entre los grupos de interés.
- Un buen gobierno corporativo garantiza el funcionamiento adecuado de los órganos de gobierno, a la vez que dota a la organización de una visión estratégica y un crecimiento sostenible.
- Se mejoran los controles internos, lo que potencia la capacidad de la organización de detectar prácticas fraudulentas, disminuyendo el riesgo de derivación de responsabilidad penal para la persona jurídica (artículo 31bis CP).

El órgano de administración es uno de los puntos clave del buen gobierno corporativo. En las empresas pequeñas y mediana, incluyendo también las familiares, es frecuente que el órgano de administración de la sociedad sea un administrador único, que en la práctica suele coincidir con el fundador o uno de los socios mayoritarios. Desde el punto de vista del gobierno corporativo, resulta recomendable transitar desde un órgano unipersonal hacia un consejo de

¹⁸ CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL: “Guía de Gobierno Corporativo para las PYMES”, IFC publication, 2019

administración, en el que la responsabilidad no recaiga sobre un único individuo, las decisiones se tomen de forma consensuada entre varios profesionales experto y, en definitiva, se nutra al órgano de gobierno de diferentes perspectivas. En muchas ocasiones, la transición desde un administrador único a un consejo de administración puede no ser sencilla, por lo que puede diseñarse un proceso dividido en varias fases que permita garantizar la transformación del órgano de administración¹⁹. Además, la mera constitución de un órgano de administración colegiado no será suficiente, sino que será necesario asegurar que su composición y reglas de funcionamiento contribuyen efectivamente a garantizar el correcto desarrollo del buen gobierno corporativo.

Por otro lado, y considerando, tal y como hemos visto en el apartado correspondiente, las características propias de las empresas familiares, la transición hacia el buen gobierno corporativo en este tipo de empresas también presenta una serie de especialidades. Así, junto al proceso de colegiación del órgano de administración, existen otros órganos de gobierno cuya implantación puede asegurar el correcto funcionamiento de las empresas familiares: nos referimos a la Asamblea Familiar y al Consejo de Familia, cuyo objetivo fundamental es garantizar la comunicación entre los miembros de la familia y entre estos con los miembros no familiares de la compañía²⁰. Además, la elaboración y mantenimiento de un Protocolo Familiar se revela como un instrumento fundamental para garantizar el buen gobierno de la familia y de la empresa. Este documento no solamente recogerá la política sucesoria, sino que podrá recoger otros aspectos relevantes como la política de incorporación a la empresa, los órganos de gobierno de la sociedad o las reglas de resolución de conflictos, entre otros.

El Buen Gobierno Corporativo está directamente relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), entendida como: “los principios o compromisos que la empresa asuma voluntariamente en su relación con los

¹⁹ Por ejemplo, a través de la utilización de figuras intermedias como Comités de dirección o consejos de administración conformado por los propios socios, en INSTITUTO DE CONSEJEROS- ADMINISTRADORES (2017): “Principios de Buen Gobierno Corporativo para Empresas No Cotizadas”, *Publicación del Instituto de Consejeros- Administradores*.

²⁰ QUINTANA, J. (2012). “Guía práctica para el buen gobierno de las empresas familiares”, Documento 165, Instituto de la empresa familiar, marzo e INSTITUTO DE CONSEJEROS- ADMINISTRADORES (2017): “Principios de Buen Gobierno Corporativo para Empresas No Cotizadas”, *Publicación del Instituto de Consejeros- Administradores*.

distintos grupos de interés”²¹. En este sentido, es evidente que un buen gobierno corporativo va a generar RSC, de forma que la empresa podrá continuar cumpliendo con sus objetivos empresariales, a la vez que satisface los intereses de otros grupos, en relación con la sostenibilidad, el medioambiente y otras cuestiones de repercusión social. Así, la organización conseguirá mejorar su reputación, lo que aumentará la lealtad de sus clientes y trabajadores y garantizará la sostenibilidad del negocio a largo plazo.

8. CONCLUSIONES

- (1) Más del 99% de las empresas españolas son PYME, dedicándose la mayoría de ellas al sector servicios. En cuanto a la forma jurídica, más de la mitad son personas físicas y en torno a un tercio se constituyen como sociedad limitada.
- (2) Andalucía es la tercera región española, tras Cataluña y Madrid, en número de PYME, representando estas un porcentaje similar al de España sobre el total de empresas; sin embargo, en términos de densidad empresarial ocupa una de las últimas posiciones en la clasificación nacional.
- (3) A nivel Provincial, Málaga y Sevilla son las dos provincias con mayor número de empresas, representando entre las dos casi un 50% del total de empresas andaluzas, con una distribución muy similar de las empresas por tamaño, si bien Sevilla cuenta con un porcentaje ligeramente superior de empresas medianas.
- (4) En términos de rentabilidad económica y financiera, los datos muestran que los resultados de Andalucía mejoran a los del resto del territorio; no obstante, no sucede lo mismo con la productividad, que tanto medida como la ratio entre ingresos/empleados como VAB/gastos de personal es

²¹ CEPYME (2018). “Guía de Buen Gobierno para empresas pequeñas y medianas”, Guía elaborada por el Comité de Responsabilidad Social Corporativa e Informes Integrados el REA+REGA, enero

inferior a la de España. En concreto, Málaga obtiene resultados comparativamente peores que el resto de las provincias de Andalucía.

- (5) Tras la crisis económica del 2018, Andalucía ha sido una de las comunidades con mejor recuperación, como demuestran los datos de crecimiento del PIB y del número de empresas. Sin embargo, la situación de incertidumbre derivada del COVID-19 podría provocar que, a pesar de que Andalucía haya sido una de las regiones menos castigadas por la crisis sanitaria, se vea fuertemente afectada por la crisis económica, debido, entre otras cuestiones, a los sectores en los que operan las empresas españolas, así como a su tamaño y estructura.
- (6) Analizando la forma societaria y el órgano de administración de las empresas malagueñas, se observa un claro dominio de la Sociedad Limitada como forma jurídica preferida y del Administrador Único como órgano de administración. No obstante, de cara al crecimiento y desarrollo de la empresa, recomendamos iniciar la transición desde un órgano de gobierno unipersonal hacia uno colegiado, además e implantar un protocolo de *corporate defense* que permita a la organización detectar, analizar y corregir las posibles desviaciones.
- (7) De todas las sociedades españolas, en torno al 88,8% son empresas familiares, cifra que aumenta hasta el 91,1% en el caso de Andalucía. Su importancia no solo se pone de manifiesto en términos numéricos, sino también por el número de empleos creados y por el valor añadido creado. Sin embargo, las investigaciones muestran que la mayoría de estas empresas no están dotadas de los instrumentos de funcionamiento y gobierno corporativo con los que deberían contar, dado sus especiales características. En concreto, resulta fundamental elaborar un plan sucesorio y un protocolo familiar en el que se fijen las normas de gestión de la familia y la empresa, así como analizar la posible implantación de una Asamblea Familiar y/o un Consejo de Familia, garantizando así el crecimiento y la sostenibilidad de la empresa familiar.
- (8) Finalmente, nos hemos referido a la necesidad de implantar prácticas de Buen Gobierno Corporativo en todo tipo de empresas y, en concreto, en las PYME y empresas familiares, en la medida en que reportan beneficios

a la organización, desde una perspectiva tanto interna como externa, en el marco de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

9. REFERENCIAS

- ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCÍA (2019). “Análisis económico-financiero de la empresa andaluza 2018. Referencias empresariales”.
- CEA EMPRESAS (2020): “Boletín de coyuntura empresarial en Andalucía”, mayo.
- CEPYME (2018). “Guía de Buen Gobierno para empresas pequeñas y medianas”, *Guía elaborada por el Comité de Responsabilidad Social Corporativa e Informes Integrados el REA+REGA*, enero
- Confederación de Empresarios de Andalucía (2017). “Informe empresas. Avance 2017”, *Proyecto de la Cultura Emprendedora y del Autoempleo 2016*, octubre.
- CORONA, J. (2015): “La empresa familiar en España (2015)”, *Instituto de la Empresa familiar*.
- CORPORACIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL (2019): “Guía de Gobierno Corporativo para las PYMES”, *IFC publication*.
- CORONA, J. (2015b): “Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar”, Instituto de la Empresa familiar.
- DIRECTORIO CENTRAL DE EMPRESAS (DIRCE) (2020): “Retrato de la PYME. DIRCE a 1 de enero de 2019”, *Publicaciones oficiales del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo*, febrero.
- Estadísticas PYME (2018): evolución e indicadores, nº16, marzo. Recuperado de: <http://www.ipyme.org/publicaciones/estadisticas-pyme-2017.pdf> (Última consulta 22/05/2020)

INSTITUTO DE CONSEJEROS- ADMINISTRADORES (2017): “Principios de Buen Gobierno Corporativo para Empresas No Cotizadas”, *Publicación del Instituto de Consejeros- Administradores*.

OBSERVATORIO DEL EMPRENDIMIENTO DE ESPAÑA. RED GEM EN ANDALUCÍA (2020): “Situación del emprendimiento en Andalucía ante la crisis del COVID-19. Análisis comparado con España y recomendaciones”, mayo.

QUINTANA, J. (2012). “Guía práctica para el buen gobierno de las empresas familiares”, *Documento 165, Instituto de la empresa familiar*, marzo.