

Impacto económico de la pandemia COVID-19 en las MIPYMES de Centroamérica

Observatorio regional de competitividad e
innovación productiva y sostenible de la MIPYME



REPÚBLICA DE CHINA (TAIWAN)

cenpromype
Centro Regional de Promoción de la MIPYME



SICA
Sistema de la Integración
Centroamericana

Impacto económico de la pandemia COVID-19 en las MIPYMES de Centroamérica

Observatorio regional de competitividad e
innovación productiva y sostenible de la MIPYME



cenpromype
Centro Regional de Promoción de la MIPYME



SICA
Sistema de la Integración
Centroamericana



TEC | Tecnológico
de Costa Rica

Impacto económico de la pandemia COVID-19 en las MIPYMES de Centroamérica

Observatorio regional de competitividad e
innovación productiva y sostenible de la MIPYME



REPÚBLICA DE CHINA (TAIWAN)

cenpromype
Centro Regional de Promoción de la MIPYME



2021
CENPROMYPE
Observatorio regional de competitividad e innovación productiva
y sostenible de la MIPYME

Créditos

CENPROMYPE

Observatorio regional de competitividad e innovación productiva y sostenible de la MIPYME+. El Salvador, 2021

Equipo de investigación CENPROMYPE:

Cabrera Reloba, David (Dir. general); Cañas Medina, Stefany Abigail (Dir. técnico); Sandoval Fiallos, Victor Wilfredo; Martín Manzano, María del Mar; Mónico Delgado, Magna Carolina; Pacas Ruano, Félix Roberto; Garay Barahona, Daniel Alberto; Moreira de Sagastume, Katya María; Mira Umaña, José Antonio; Cardoza Ortíz, Marcela Sarai; Recinos, Xiomara Elizabeth

Equipos colaboradores:

Centro Nacional de Competitividad (CNC)

Panamá: Rosemary Piper (Dir.), Ninotshka Tam, Roger Durán.

Universidad Tecnológica de Panamá (UTP):

Edilsa Quintero de Sanfilippo (Dir.), Nuvia Martez, Enith González, Bolívar Bernal, Gabriel Vergara.

Universidad Estatal a Distancia (UNED):

Lizette Brenes Bonilla, Karla Yanitzia Artavia Díaz, Daniela Jiménez Obando, Agustín Gómez Meléndez.

Instituto Tecnológico de Costa Rica (TEC):

Juan Carlos Leiva Bonilla, Ronald Mora Esquivel, Ana Gabriela Víquez Paniagua.

Fundación para el análisis Estratégico y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (FAEDPYME):

Domingo García Pérez de Lema (Dir.)

Forma recomendada de citar:

Observatorio regional de competitividad e innovación productiva y sostenible de la MIPYME. (2021). *Impacto económico de la pandemia COVID-19 en las MIPYMES de Centroamérica*. San Salvador: CENPROMYPE/SICA.

Coordinación editorial: Mar Martin Manzano

Diseño y diagramación: Contracorriente

-  Obra bajo licencia *Creative Commons*
-  **Atribución.** Usted debe darle crédito a esta obra de manera adecuada, proporcionando un enlace a la licencia e indicando si se han realizado cambios. Puede hacerla en cualquier forma razonable, pero no de modo tal que se sugiera que usted o su uso tienen el apoyo del licenciante.
-  **No comercial.** Usted no puede hacer uso del material con fines comerciales.
-  **Compartir igual.** Si usted mezcla, transforma o crea nuevo material a partir de esta obra, usted podrá distribuir su contribución siempre que utilice la misma licencia que la obra original.

El Observatorio regional de competitividad e innovación productiva y sostenible de la MIPYME es una iniciativa impulsada por la UE



UNIÓN EUROPEA

Prólogo

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan la mayor porción del tejido empresarial de los ocho países que conforman la región del Sistema de la Integración Centroamericana (SICA); en promedio, 99 de cada 100 empresas son MIPYMES. Estas unidades económicas son la principal fuente para la generación de empleo en la región y aportan entre el 65% y el 70% de la población económicamente activa. Representan la principal opción de inserción laboral para una amplia proporción de la población, perteneciente a los sectores más vulnerables de la sociedad.

Las MIPYMES simbolizan un agente económico importante para las relaciones comerciales a nivel nacional e internacional, puesto que asumen una función que da soporte y fluidez a los distintos engranajes productivos intersectoriales, principalmente, en los ámbitos territoriales. Desde esta perspectiva, las MIPYMES representan un vehículo valioso para la promoción del crecimiento económico y principalmente para el desarrollo social. Todo país, que busque insertarse en altas esferas de desarrollo, no puede dejarlas al margen y asignarles un rol secundario; al contrario, su alta participación en el tejido productivo, las convierte en el actor central de cualquier esfuerzo transformador para generar mejores condiciones de vida de manera sostenida.

A pesar de su importancia, las MIPYMES enfrentan una serie de desafíos que limitan sus capacidades para desarrollar mayores niveles de competitividad, crecimiento y acceso a mercados internacionales e incluso, en algunos casos, para su sobrevivencia. En este sentido y siendo conscientes del incremento de estos desafíos, debido al actual contexto de crisis sanitaria ocasionado por el virus COVID-19, es crucial la construcción de diagnósticos actualizados y pertinentes a las necesidades actuales del entorno regional MIPYME, que permitan analizar su situación actual y, a partir de esta lectura, contribuir al desarrollo de estrategias coadyuvantes para superar sus desafíos y acelerar su desarrollo.

Para tan heterogéneo segmento empresarial, no contar con información, datos y diagnósticos realistas se traduce en debilidades de estudio de sus problemáticas, transformaciones, tendencias y oportunidades; y, por ende, debilidades de análisis para mejorar la toma de decisiones de política pública.

Considerando el papel relevante que desempeñan las MIPYMES en la región, CENPROMYPE es una institución que promueve el diseño de políticas públicas que impulsen el crecimiento y desarrollo de las MIPYMES de la región SICA, así como la mejora de calidad de vida y empleo de las personas que trabajan en ellas.

Estamos conscientes de que las mejores políticas se formulan sobre la base de información fidedigna y oportuna. En consecuencia, cada vez se vuelve más urgente, superar el desafío de generar información estadística actualizada y de calidad, que facilite el análisis desagregado del segmento empresarial MIPYME. Esta información incidirá fuertemente en la capacidad de generar conocimiento que brinde una lectura rigurosa y comprensiva de sus dinámicas, fortalezas, desafíos, potencialidades y relaciones inter e intrasectoriales. Desde otra perspectiva, contribuirá a esclarecer el panorama para una toma de decisiones de política pública mucho más objetiva.

En este contexto, CENPROMYPE, como institución especializada en las MIPYMES de la región, desde el año 2011 ha venido trabajando, junto a distintas instituciones de los países del SICA, en el ejercicio de generar información estadística que permita determinar la importancia económica generada por la MIPYME en cuanto a su participación demográfica empresarial, exportaciones o generación de empleo, entre otros.

En el marco de esta iniciativa, CENPROMYPE ha establecido acuerdos de cooperación y trabajo conjunto con instituciones nacionales y regionales que faciliten el uso y procesamiento de información MIPYME, a partir de esfuerzos y fuentes ya establecidas. Es así que en el año

2019 CENPROMYPE y FAEDPYME establecieron un Acuerdo Marco de Cooperación con el objeto de promover de manera conjunta estudios, investigaciones, proyectos y acciones que contribuyan a la consecución de los temas que son comunes para ambas partes.

En referencia a lo anterior se enmarca la elaboración del presente informe denominado “Impacto económico de la pandemia COVID-19 en las MIPYMES de Centroamérica”, cuyo objetivo esencial es fortalecer y aportar información sobre las MIPYMES centroamericanas respecto a las principales dificultades enfrentadas durante la crisis sanitaria, permitiendo comprender e identificar sus problemas, para su posterior solución a través de una efectiva gestión de esfuerzos.

De acuerdo a la evidente importancia que las MIPYMES representan para las economías de los países que conforman la región SICA, es necesario afrontar en el corto y mediano plazo, una profunda transformación que facilite recuperar e incrementar de manera ágil, sus niveles de crecimiento y desarrollo durante la próxima década.

David Cabrera Reloba

Director Ejecutivo A.I.
CENPROMYPE

Contenido

- 10
- 18
- CAPÍTULO UNO**
..... 20
- CAPÍTULO DOS**
 - 24
 - 24
 - 29
 - 33
 - 39
- CAPÍTULO TRES**
 - 44
 - 44
 - 48
 - 50
- CAPÍTULO CUATRO**
..... 54
- CAPÍTULO CINCO**
..... 64
- CAPÍTULO SEIS**
 - 76
 - 82
- APÉNDICE**
..... 83

Resumen ejecutivo

10

Características generales de las empresas encuestadas |

“La encuesta fue realizada a 1351 empresas, en su mayoría microempresas de gestión familiar con una media de 9 años de antigüedad, que componen una muestra representativa para la región.”

- ▶ **Tamaño:** el 64.2% son microempresas, el 27.2% son pequeñas y el 8.6% son medianas.
- ▶ La **antigüedad** media de las empresas es de 9 años.
- ▶ El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar (75.4%).
- ▶ **Género del director/a y/o gerente general:** el 52.8% de las empresas están gestionadas por mujeres, mientras que un 47.2% son dirigidas por hombres.
- ▶ **Estudios universitarios del director/a y/o gerente general:** el 75.8% de los directores y directoras de empresas disponen de estudios universitarios; de este porcentaje, el 47.8% corresponde a mujeres y el 52.2% a hombres.
- ▶ **Modalidad de trabajo:** el 18.9% de las empresas se encuentra realizando actualmente actividades en la modalidad de teletrabajo. De estas solamente el 42.3% prevé continuar utilizando en su organización la modalidad teletrabajo cuando finalice COVID-19.



“

El informe *Impacto económico del Covid-19 sobre las mipymes en Centroamérica* 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.”

Impacto económico de la crisis |

La mayoría de las empresas, siendo la construcción el sector más afectado, registra un saldo negativo en la conservación del empleo y más de la mitad sufrió una reducción de casi el 38% en sus ventas. La mayoría de los indicadores económicos se han visto afectados, en especial el nivel de facturación (72% de empresas). Sin embargo, las expectativas son favorables para el 2021.

Empleo

El 45% de las MIPYMES redujeron su empleo en el año 2020 con relación al 2019, un 35.9% lo mantuvo y un 19.2% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en 2020 fueron las medianas y pequeñas empresas con saldos de evolución negativo (-40.5% y -39.5% respectivamente).

La percepción del comportamiento del empleo para 2021 resulta más favorable. El 37.4% de las MIPYMES señalaron que aumentarán su empleo, el 53.8% lo mantendrán y 8.9% lo disminuirán. Las empresas que tienen mejores expectativas son las micro y medianas empresas (18.4% y 15.4% respectivamente). En este análisis, es importante destacar que las empresas jóvenes tienen mejores expectativas que las empresas maduras (21.4% y 0.6% respectivamente) y que las empresas lideradas por mujeres (29.8%) son las que esperan un comportamiento más favorable para el año 2021.

De acuerdo al sector de actividad, las empresas de construcción han experimentado mayor impacto sobre el empleo, durante 2020 fueron las que más empleo perdieron (79.5%) y son las únicas que mantienen expectativas negativas en cuanto a la tendencia del empleo en 2021 (-2.6%).

Ventas

La pandemia ha provocado una fuerte caída de los ingresos percibidos por las MIPYMES centroamericanas. El 64.7% señala haber reducido sus ventas en 2020, el 19.3% consiguió mantenerlas y un 16% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un -37.8%.

Los porcentajes de micro, pequeñas y medianas empresas que sufrieron caída en sus ventas, reflejan un comportamiento muy similar, con diferencias poco marcadas. (74.3%, 74.0% y 70.1% respectivamente).

Respecto a las expectativas que las empresas tienen de ventas durante 2021, las expectativas del segundo semestre duplican a las expectativas del primer semestre en todos los segmentos de tamaño de empresas. Las expectativas de ventas más favorables para 2021 las presentan las microempresas (67.1%), las organizaciones que tienen una edad inferior a los 10 años, es decir las empresas jóvenes (69.9%), empresas lideradas por mujeres (70.4%) y las pertenecientes al sector manufactura (66.9%).

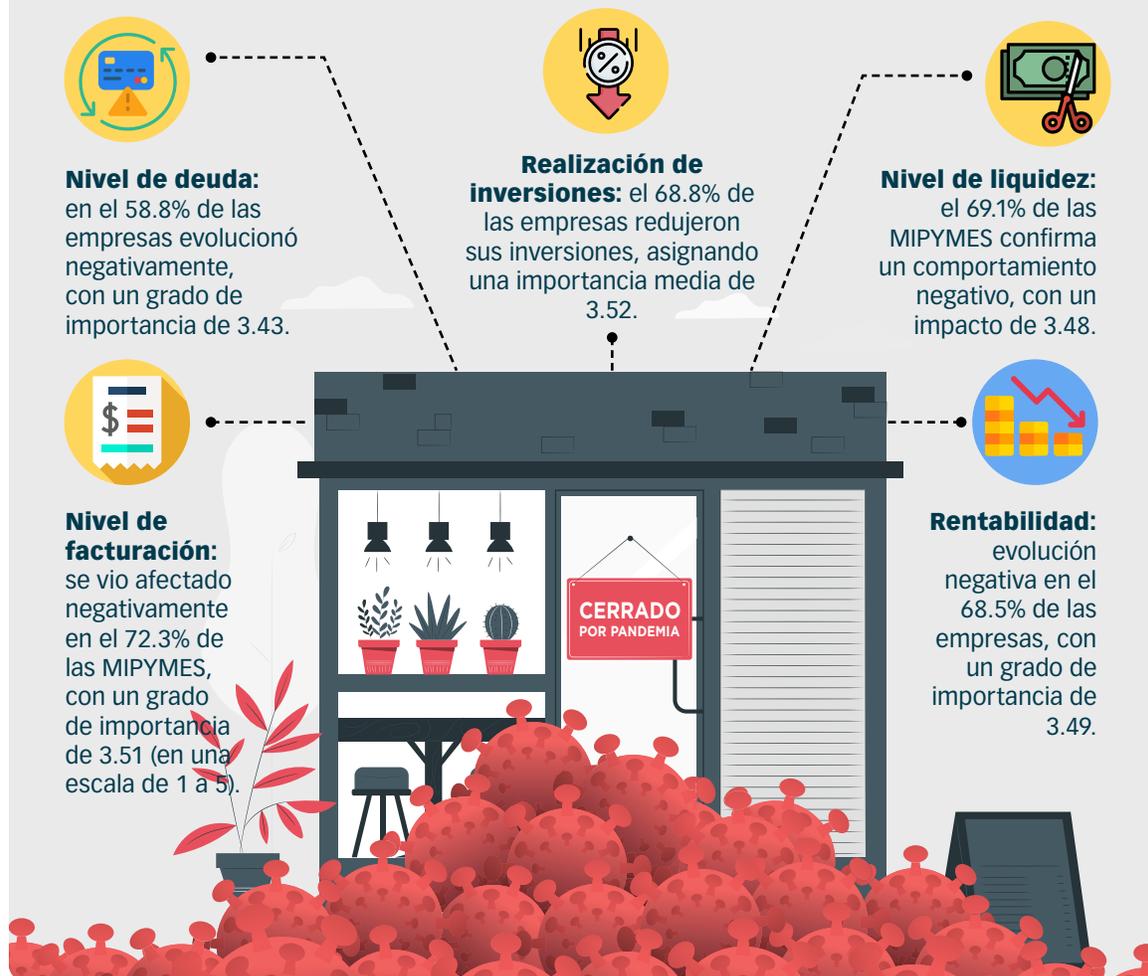
Indicadores económicos y financieros

Si analizamos el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por la

COVID-19 impactó de manera más negativa en las microempresas en las variables de rentabilidad (78.0%) y productividad (72.5%). En cuanto a la edad de las MIPYMES, las empresas jóvenes (10 años o menos) recibieron un mayor impacto negativo respecto a la realización de inversiones y nivel de deuda, comportamiento que se da muy de cerca por parte de las empresas maduras.

Por el contrario, también existen empresas que han mejorado su situación durante este periodo de pandemia. Así, el 29.8% de las MIPYMES confirma que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (al que reconocen un grado de importancia de 2.79). El 25.6% de las empresas afirma haber experimentado una mejora de su rentabilidad (intensidad de 2.70) y el 21.5% registró una evolución positiva de su nivel de facturación (intensidad de 2.97).

01 INFOGRAFÍA Impacto económico de la crisis



Internacionalización

Solamente el 15.1% de las empresas encuestadas exportó a lo largo de 2020. El peso de las ventas en mercados internacionales sobre el total de ventas de las empresas exportadoras fue del 31.5%.

La crisis afectó a la internacionalización de las empresas centroamericanas; en concreto, el 45.8% de las empresas afirmó haber registrado un impacto negativo en su nivel de facturación en el exterior, con un grado de importancia de 3.09 (en una escala de 1 a 5).

También se vio afectado el número de países de destino en las exportaciones; el 38.1% de las empresas indicó una reducción del número de países de destino en sus ventas como consecuencia de la pandemia, con un grado de importancia de 3.39.

Por el contrario, la crisis también ha generado un efecto positivo a determinadas empresas a lo largo de 2020. Así, el 36.9% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (con un grado ligeramente bajo de impacto positivo, de 2.87 en una escala de 1 a 5); mientras que el 37.6% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

Impacto sobre la organización de la empresa |

El impacto más significativo para la gestión de las MIPYMES respecto a sus clientes

y proveedores ha sido en sus cadenas de suministros, mientras entre las actividades operativas más afectadas se encuentra la modificación de su oferta de productos y servicios; reportada mayormente por las empresas jóvenes y aquellas lideradas por mujeres. Entre las actividades estratégicas, la crisis ha provocado el abandono de inversiones previstas.

La crisis sanitaria también ha impactado en la gestión empresarial. Las distintas actividades de gestión se han clasificado en 3 grupos: (1) actividades con clientes y proveedores; (2) actividades operativas y (3) actividades estratégicas.

Actividades con clientes y proveedores

La crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 ha impactado, principalmente, en la cadena de suministros de la empresa (grado de importancia 3.26 en una escala de 1 a 5) y los plazos de pago de los clientes que se han hecho más largos (3.14). Los ámbitos de gestión con clientes y proveedores menos afectados han sido: la cancelación de pedidos por parte de los clientes (3.03), el endurecimiento de las condiciones de pago por parte de los proveedores (2.93) y las pérdidas por impago de clientes (2.70).

Actividades operativas

Las actividades más afectadas han sido la modificación de la oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3.72)

y la realización de cambios específicos a nivel operativo por parte de las empresas para adaptarse a la situación de la crisis (3.36). Medidas como bajar precios (2.80) o la necesidad de aumentar la subcontratación de las operaciones (2.16) han tenido un impacto más leve.

Actividades estratégicas

La crisis ha generado la necesidad de abandonar inversiones previstas (3.28 en una escala de 1 a 5), seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2.93) y hacer planes de gestión de riesgos o de contingencias (2.30).

Actividad innovadora |

Más del 83 % de las empresas encuestadas reconocen acciones de innovación en sus productos y/o servicios, y le atribuyen el mayor grado de importancia. En todas las variables de innovación, son las empresas jóvenes frente a las maduras las que asignan mayor importancia a estas innovaciones, y las empresas lideradas por mujeres frente a las lideradas por hombres. Además, las empresas del sector construcción, que figuran entre las más afectadas por la crisis, reflejan los menores resultados en todas las variables de innovación.

Sin embargo, la crisis sanitaria ha representado una oportunidad para aumentar los niveles de

actividad innovadora de las MIPYMES en Centroamérica. El 83.2% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 81.5% ha comercializado un nuevo producto o servicio.

La actividad desarrollada para la innovación en procesos también ha experimentado un importante impulso entre las MIPYMES de la región; el 78.5% de las empresas introdujo o llevó a cabo cambios y/o mejoras en los procesos de producción y, en menor medida, el 63.6% de las MIPYMES adquirió nuevos bienes de equipo.

Los resultados de innovación en gestión han presentado un comportamiento similar que las innovaciones anteriores; el 82.6% de las empresas realizó cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 74.0% en la sección de compras y el 82.3% en el departamento comercial o de ventas.

Acceso a financiamiento |

Los resultados reflejan la falta de confianza de las empresas para acceder a un crédito. Un recelo justificable porque aproximadamente la mitad de los participantes que lo solicitaron no han podido acceder a él, el 17% obtuvieron peores condiciones y el 23.2% las mismas que antes de la pandemia. De hecho, las mipymes consideran que la mayoría de las condiciones del financiamiento bancario han tenido una evolución desfavorable.

El 29.1% de las MIPYMES solicitó líneas de financiación a entidades de crédito, el 17.5% no solicitó financiación porque no lo necesitaba y el 15.1% no solicitó líneas de crédito porque se autofinancia. Sin embargo, el 38.2% declara que no se ha intentado acceder a líneas de financiación, pese a necesitarlo, por considerar que serían rechazadas.

Al analizar a las MIPYMES que han intentado acceder a líneas de financiación, se aprecia cómo el 46.6% de las solicitudes no han sido concedidas; mientras otras empresas que fueron aceptadas las rechazaron porque las condiciones empeoraron. Solo el 23.2% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores. El 17.0% fueron aceptadas, aunque en peores condiciones y para el 13.2% de las empresas la solicitud se encuentra en trámite. Como conclusión, se podría confirmar que el acceso a financiamiento ha sido un problema grave para más de la mitad de las MIPYMES centroamericanas durante la pandemia generada por el COVID-19.

Se puede observar cómo la mayoría de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las MIPYMES presentan un comportamiento similar, indicando una evolución desfavorable. El comportamiento recibe una puntuación descendente en: el plazo exigido para la devolución de la financiación (2.31), el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2.15), los gastos y comisiones que se exigen y el volumen de financiación que ofrecen las entidades, ambos con una puntuación media de 2.13. Y las condiciones que muestran una evolución menos favorable han sido el coste

solicitado por la financiación (2.11) y las garantías y avales exigidos (2.07)

Indicadores de rendimiento |

A partir de la percepción de las empresas, los aspectos más favorables para el rendimiento son la satisfacción de clientes, la calidad de sus productos y su rapidez de adaptación a los cambios en el mercado (3.83). Mientras que la rentabilidad, el absentismo laboral o la rapidez del crecimiento de las ventas figuran entre los más desfavorables.

Los indicadores de rendimiento que las MIPYMES consideran que se han comportado de manera más favorable en relación con sus competidores más directos son: la mayor satisfacción de los clientes (4.14 en una escala de 1 a 5), la calidad de sus productos (3.96) y la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3.83).

Por el contrario, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son la rentabilidad (2.96); el menor grado de absentismo laboral y el crecimiento de las ventas (ambos con valoración de 2.93). En lugares intermedios se sitúan la mayor eficiencia de los procesos internos (3.76) y la mayor satisfacción/motivación de los empleados (3.55).

Sin duda alguna, la lectura y análisis del presente informe pone de manifiesto el con-

texto lleno de dificultades que enfrentan las MIPYMES centroamericanas. En consecuencia, estos resultados que reflejan la opinión real de las entidades que representan el motor de las economías en los ocho países que

conforman la región SICA, aportan una información que puede guiar a los tomadores de decisiones en lo que respecta a políticas de apoyo para la MIPYME.

Introducción

18

La pandemia del COVID-19 ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico a nivel mundial; golpeando a muchas empresas y permitiendo el surgimiento de fuertes tensiones que podrían limitar su competitividad y sobrevivencia. De acuerdo con un artículo publicado en junio de 2020: como consecuencia de esta inesperada crisis, se ha producido un shock de la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda, provocado por un menor consumo, que ha disminuido los ingresos en las empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). La reducción de la actividad productiva se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Nos encontramos ante una situación particular debido a la velocidad con la que se ha propagado la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

Actualmente muchas instituciones enfocan sus esfuerzos para establecer y llevar a cabo estrategias de reactivación económica, motivadas por aliviar el impacto negativo que ha generado y generará la crisis. Para gestionar esta crisis será necesario establecer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a

mediano 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, sobre los efectos económicos que la pandemia está provocando a las MIPYMES. Esto permitirá conocer las necesidades y desequilibrios que hayan surgido en el tejido empresarial, y que puedan producirse en el futuro, con el objeto de dotar y gestionar eficientemente los recursos necesarios para el impulso de la economía. Además, esta información debe ser ágil y constante en el tiempo mientras permanezca la incertidumbre sobre cuánto durará esta crisis sanitaria. Estamos ante un momento en el que se deben tomar decisiones rápidamente, lo que se decida tendrá importantes consecuencias en el futuro (BBVA Research, 2020).

El parque empresarial de la región SICA corresponde a un total de 1 582 715 empresas aproximadamente; el 99% son MIPYMES y de estas el 83% son microempresas mientras el 16% son pequeñas y medianas empresas (CENPROMYPE, 2020). Es evidente que el sector MIPYME ha sido el que más ha sufrido los efectos negativos de la pandemia,

en términos económicos. Por esta razón, el presente informe se enfoca en evaluar este impacto: aportando información sobre las expectativas de crecimiento de empleo, ventas y de diferentes indicadores de la organización de las empresas.

Los objetivos específicos del informe son:

- Estimar el impacto que ha generado la crisis de la pandemia en variables como el empleo, las ventas y en diferentes indicadores económicos y financieros, con el propósito de identificar las principales dificultades que atraviesan las MIPYMES de la región SICA.
- Determinar el impacto en la organización de las MIPYMES de la región SICA.
- Profundizar en el estudio y análisis de la actividad innovadora de las MIPYMES de

la región SICA, así como su acceso a financiamiento.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a directivos de 1351 MIPYMES originarias de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Panamá. La muestra está compuesta por microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas. La recopilación de información fue a través de una encuesta digital alojada en una plataforma *online*, desde el 17 de marzo hasta el 14 de mayo de 2021.

No es objetivo de este informe juzgar la situación de las MIPYMES, sino ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto, virtudes y/o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las primeras y ajustar los segundos.

Datos generales de las empresas

CAPÍTULO UNO

20

Las empresas encuestadas cuya información aportada representa el principal insumo para la elaboración del presente informe han sido 1351, una muestra representativa del conjunto de empresas centroamericanas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa, que nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

Las empresas que configuran la muestra del estudio poseen las siguientes características:

- **Tamaño de las empresas:** el 64.2% son microempresas, el 27.2% son pequeñas y el 8.6% son medianas.
- **Años de funcionamiento de la empresa:** la antigüedad media de las empresas es de 9 años.
- **El control de la gestión de las empresas** es en su mayoría de tipo familiar. El 75.4% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- **Género del director/a y/o gerente general:** el 52.8% de las empresas están gestionadas por mujeres, mientras que un 47.2% son dirigidas por hombres.
- **Estudios universitarios del director/a y/o gerente general:** el 75.8% de los directores y directoras de empresas disponen de estudios universitarios; de este porcentaje, el 47.8% corresponde a mujeres y el 52.2% a hombres.
- **Modalidad de trabajo:** el 18.9% de las empresas se encuentra realizando actualmente actividades en la modalidad de teletrabajo. De estas solamente el 42.3% prevé continuar utilizando en su organización la modalidad teletrabajo cuando finalice la COVID-19.

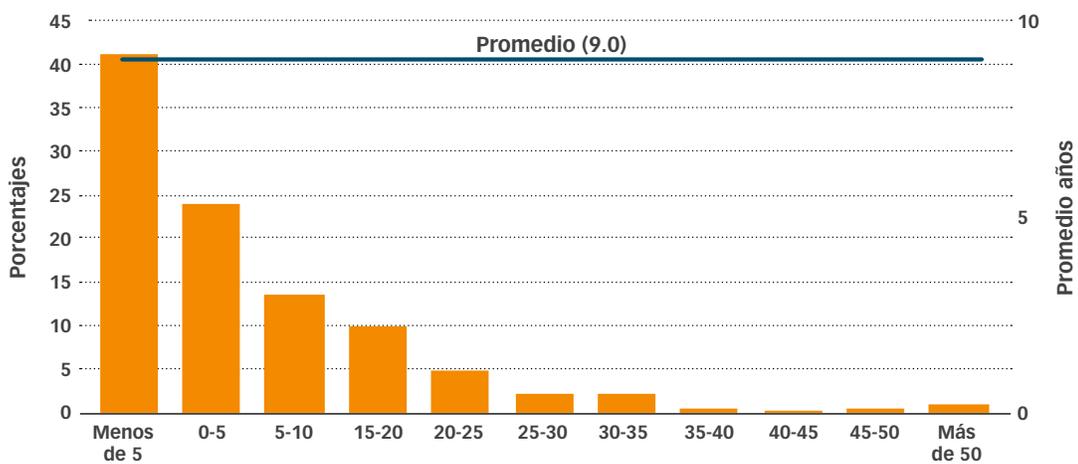


La encuesta fue realizada a 1351 empresas, en su mayoría microempresas de gestión familiar con una media de 9 años de antigüedad, que componen una muestra representativa para la región."

01 CUADRO
Tamaño de la empresa (%)

	Micro	Pequeñas	Medianas
Número de empresas	867	368	116
% empresas	64.2	27.2	8.6

01 FIGURA
¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?



02 FIGURA
¿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)



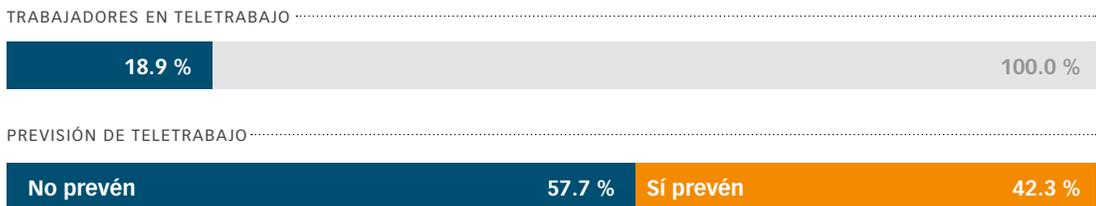
03 FIGURA
¿Cuál es el género del director general/gerente?



04 FIGURA
¿Dispone de estudios universitarios el director/gerente general?



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



02 INFOGRAFÍA
Datos generales de las empresas

Estudios universitarios del director/a y/o gerente general: el **75.8%** de los directores y directoras de empresas disponen de estudios universitarios; de este porcentaje, el **47.8%** corresponde a mujeres y el **52.2%** a hombres.

Género del director/a y/o gerente general: el **52.8%** de las empresas están gestionadas por mujeres, mientras que un **47.2%** son dirigidas por hombres.

Tamaño de las empresas: el **64.2%** son microempresas, el **27.2%** son pequeñas y el **8.6%** son medianas.

Años de funcionamiento de la empresa: la antigüedad media de las empresas es de **9 años**.

El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El **75.4%** de las empresas están regidas en el entorno familiar.

Modalidad de trabajo: el **18.9%** de las empresas se encuentran realizando actualmente actividades en la modalidad de teletrabajo. De estas solamente el **42.3%** prevé continuar utilizando en su organización la modalidad teletrabajo cuando finalice la COVID-19.

Impacto económico

CAPÍTULO DOS

24

La crisis de la pandemia ha supuesto un hecho sin precedentes, con un fuerte impacto. Es evidente la dificultad de evaluar estos impactos hasta que no haya transcurrido un tiempo. Sin embargo, en este apartado se presenta una primera aproximación del impacto económico en términos de empleo, ventas, indicadores económicos y financieros e internacionalización de las empresas.

Empleo

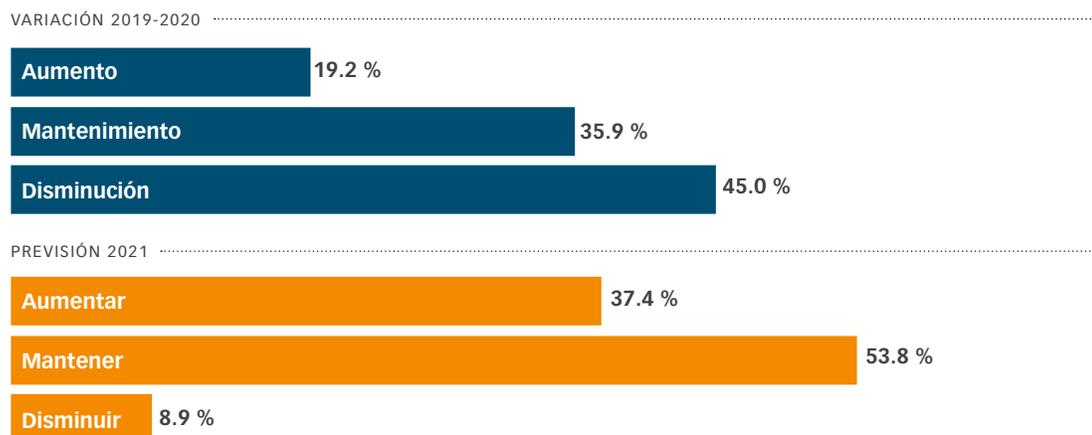
Para conocer el impacto en el empleo, se preguntó sobre la estabilidad del empleo durante el año 2019 y 2020, así como su percepción respecto a la tendencia del empleo en 2021 (Figura 6). Al considerar la evolución del año 2020 con relación al 2019 los datos muestran que la mayoría de las empresas disminuyó la cantidad de empleados. Sin embargo, de cara al 2021 las expectativas resultan menos desfavorables y se cree que mantendrá el número de empleados.

Para profundizar el análisis se han relacionado estos datos con otros factores como el tamaño de la empresa, la edad de los y las empresarias y el sector al que pertenece la empresa. Se han determinado los “saldos de expectativas y/o evolución”, que resultan de la diferencia entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje en el que disminuye.

“

La mayoría de las empresas, siendo la construcción el sector más afectado, registra un saldo negativo en la conservación del empleo y más de la mitad sufrió una reducción de casi el 38% en sus ventas. Gran parte de los indicadores económicos se han visto afectados, en especial el nivel de facturación (72% de empresas). Sin embargo, las expectativas son favorables para el 2021.”

06 FIGURA
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?



26

Considerando el tamaño de la empresa, obtenemos resultados estadísticamente significativos, apreciándose un comportamiento muy similar entre las micro, pequeñas y medianas empresas en cuanto a su evolución del empleo entre 2019 y 2020 (cuadro 2); con saldos negativos que alcanzan el -33.8%, -39.5% y -40.5% respectivamente.

Respecto a las expectativas para 2021, se refleja una tendencia favorable en los tres segmentos de empresas, aunque con un comportamiento diferente de acuerdo al tamaño. Las pequeñas empresas tienen las expectativas más bajas para 2021 (2.5) ; por su parte, las micro y medianas empresas esperan generar mayores niveles de empleo.

Con relación al factor de antigüedad (cuadro 3), se obtienen resultados estadísticamente significativos que reflejan comportamientos similares entre las MIPYMES jóvenes y maduras; con

saldos negativos de evolución del empleo y niveles de disminución de empleo durante 2020, en torno al 50% para ambos estratos.

Al analizar la percepción de las empresas respecto a la tendencia del empleo para el 2021, vemos que el saldo de expectativas resulta mucho más favorable para las empresas jóvenes (21.4%) que para las empresas maduras (0.6%).

Si consideramos el género del director/a general o gerente de la empresa (cuadro 4), obtenemos resultados estadísticamente significativos que reflejan comportamientos similares de la evolución del empleo durante 2020; ambas condiciones fueron afectadas por la crisis, con saldos negativos de evolución del empleo en 2020. El impacto en la disminución del empleo fue más fuerte en las empresas lideradas por hombres que en las empresas lideradas por mujeres (51.9% y 49.1% respectivamente).

02 CUADRO
Impacto de la crisis sobre el empleo y el tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020				
Aumento de empleo (% empresas)	13.7	14.6	19.8	
Estabilidad de empleo (% empresas)	38.8	31.2	19.8	***
Disminución de empleo (% empresas)	47.5	54.1	60.3	
Saldo de evolución	-33.8	-39.5	-40.5	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)				
Aumento (%)	31.6	21.3	31.6	
Estabilidad (%)	55.2	59.9	52.1	***
Disminución (%)	13.2	18.8	16.2	
Saldo de expectativas	18.4	2.5	15.4	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

03 CUADRO
Impacto de la crisis sobre el empleo y la 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)	15.8	12.4	
Estabilidad de empleo (% empresas)	36.5	32.3	***
Disminución de empleo (% empresas)	47.8	55.3	
Saldo de evolución	-32.0	-42.9	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	34.9	18.1	
Estabilidad (%)	51.7	64.5	***
Disminución (%)	13.5	17.5	
Saldo de expectativas	21.4	0.6	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

En cuanto a las expectativas del comportamiento del empleo para 2021, estas también muestran comportamientos similares entre ambos géneros, con una ligera diferencia a

favor de las empresas lideradas por mujeres; aunque los resultados de esta categoría no son estadísticamente significativos.

04 CUADRO
Impacto de la crisis sobre el empleo. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020			
Aumento de empleo (% empresas)	13.1%	15.8%	
Estabilidad de empleo (% empresas)	37.8%	32.4%	*
Disminución de empleo (% empresas)	49.1%	51.9%	
Saldo de evolución	-36.0%	-36.1%	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	29.8%	27.9%	
Estabilidad (%)	55.9%	56.4%	-
Disminución (%)	14.3%	15.7%	
Saldo de expectativas	15.5%	12.2%	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

05 CUADRO
Impacto de la crisis sobre el empleo. Sector de actividad de la empresa

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020							
Aumento de empleo (% empresas)	15.4	15.0	11.5	14.4	14.2	15.4	
Estabilidad de empleo (% empresas)	43.6	36.3	9.0	36.1	32.3	50.0	***
Disminución de empleo (% empresas)	41.0	48.7	79.5	49.4	53.5	34.6	
Saldo de evolución	-25.6	-33.7	-68.0	-35.0	-39.3	-19.2	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)							
Aumento (%)	30.5	34.3	21.8	23.8	25.7	35.5	
Estabilidad (%)	56.1	56.8	53.8	60.0	56.6	49.3	***
Disminución (%)	13.4	8.9	24.4	16.2	17.7	15.2	
Saldo de expectativas	17.1	25.4	-2.6	7.6	8.0	20.3	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Respecto al sector de actividad de la empresa (cuadro 5), las MIPYMES que pertenecen al sector construcción reflejan los saldos menos favorables.

La tendencia de expectativas del empleo para 2021 refleja un comportamiento de mejora muy optimista y surgen diferencias estadísticamente significativas. Las empresas que pre-

sentan saldos más favorables de empleo para 2021 son las que pertenecen a los sectores manufacturero y primario (25.4% y 17.1% respectivamente).

Ventas

Uno de los principales efectos negativos que ha generado la crisis sanitaria es la caída de los ingresos de las empresas. El 64.7% de las MIPYMES encuestadas han sufrido reducción en sus ventas durante el 2020 con relación al 2019 (figura 7), mientras que el 19.3% con-

siguió mantenerlas y solamente el 16% logró aumentar sus ventas.

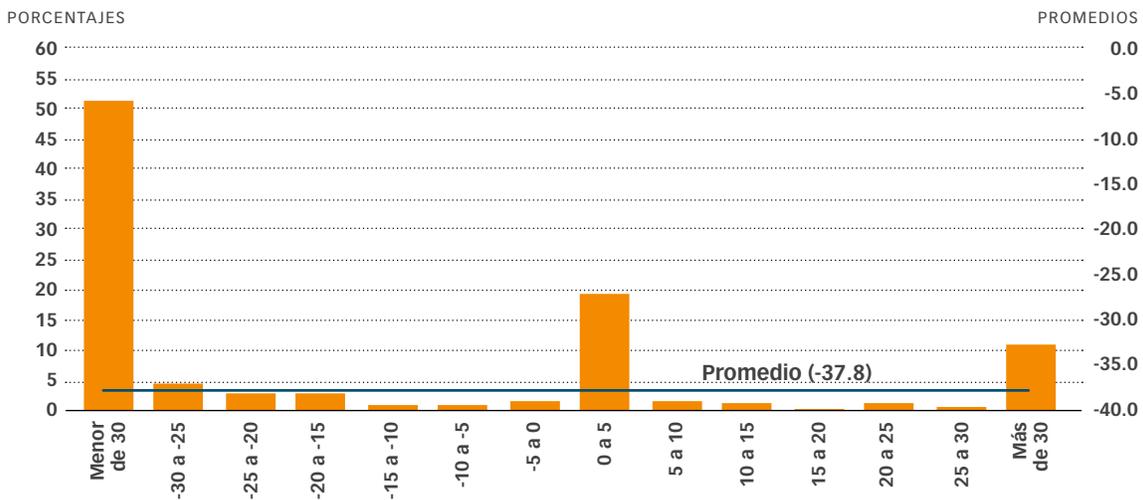
La figura 8 muestra el porcentaje de variación de las ventas en el periodo comprendido entre 2019 y 2020 por tramos de variación (positivos y negativos), siendo el promedio de reducción de las ventas del -37.8%. Una caída importante que pone de manifiesto el negativo impacto de la crisis en las empresas.

Sobre sus expectativas de ventas para el primer y segundo semestre de 2021, se aprecia claramente que las expectativas para el se-

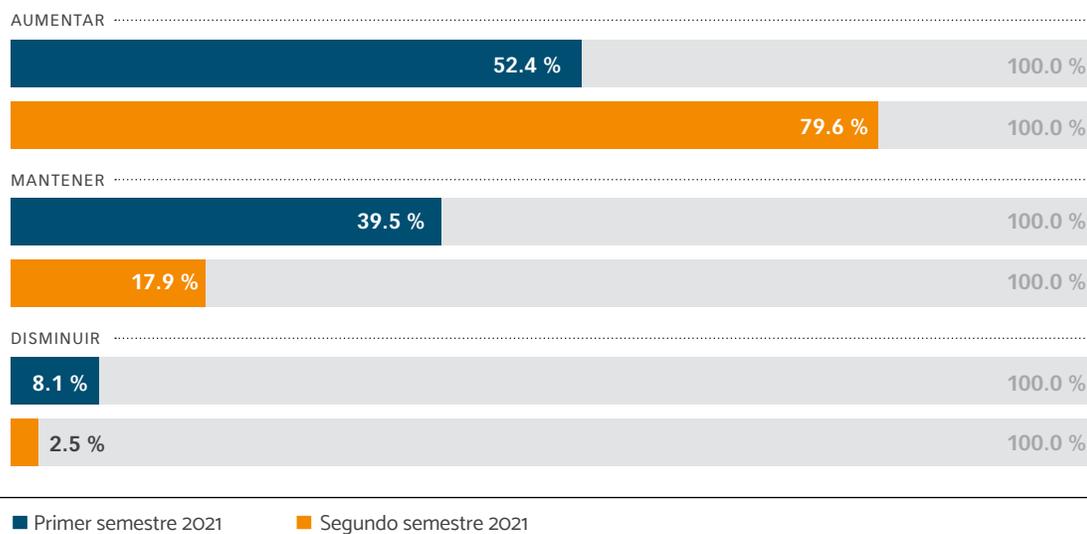
07 FIGURA Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han...



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



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



30

gundo semestre son mucho mejores que las del primer semestre (figura 9). Así, en el segundo semestre el 79.6% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán, mientras que en el primer semestre solamente el 52.4% de las empresas prevén aumento en sus ventas. La misma percepción se refleja en cuanto al decrecimiento de sus ventas, en el primer semestre el 8.1% de las empresas considera que continuará este comportamiento de disminución, frente a un 2.5% para el segundo semestre.

De acuerdo al tamaño de las empresas, se reflejan comportamientos muy similares, su evolución de ventas evidencia que las MIPYMES en general, sufrieron una evolución muy desfavorable; aunque estos resultados no son estadísticamente significativos.

Con respecto a las expectativas de ventas para el año 2021 se reflejan resultados es-

tadísticamente significativos; para el primer semestre se observa una percepción muy favorable, principalmente para las microempresas (37.3%); mientras que para el segundo semestre la situación mejora significativamente en todos los estratos de tamaño analizados, presentando saldos de expectativas que prácticamente duplican las expectativas del semestre anterior de 2021.

El factor antigüedad de la empresa (cuadro 7) no refleja diferencias estadísticamente significativas de comportamiento en la evolución de las ventas durante el periodo 2019 y 2020. El porcentaje de empresas que ha sufrido disminución en sus ventas ha sido muy similar entre las empresas jóvenes y maduras (72.5% y 76.0% respectivamente).

Sin embargo, las expectativas de ventas para los dos semestres de 2021 reflejan un comportamiento estadísticamente significativo. Las

06 CUADRO
Impacto de la crisis sobre las ventas. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020				
Aumento (%)	11.4	9.6	17.9	
Mantenimiento (%)	14.4	16.4	12.0	-
Disminución (% empresas)	74.3	74.0	70.1	
Saldo de evolución	-62.9	-64.4	-52.2	
Expectativas de ventas primer semestre 2021				
Aumento (%)	49.0	40.3	41.9	
Mantenimiento (%)	39.3	42.0	45.3	**
Disminución (%)	11.7	17.7	12.8	
Saldo de expectativas	37.3	22.6	29.1	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	72.3	65.9	67.2	
Mantenimiento (%)	22.6	25.2	25.9	*
Disminución (%)	5.2	8.9	6.9	
Saldo de expectativas	67.1	57.0	60.3	

07 CUADRO
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 (%)	12.6	9.7	
Mantenimiento (%)	14.9	14.4	-
Disminución (% empresas)	72.5	76.0	
Saldo de evolución	-59.9	-66.3	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	51.9	36.2	
Mantenimiento (%)	36.4	47.5	***
Disminución (%)	11.7	16.3	
Saldo de expectativas	40.2	19.9	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	75.4	60.6	
Mantenimiento (%)	19.1	31.5	***
Disminución (%)	5.5	7.9	
Saldo de expectativas	69.9	52.7	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

empresas jóvenes encuestadas tienen mayores expectativas para el primer y segundo semestre con relación a las empresas maduras. Así, las empresas jóvenes tienen un saldo de expectativas de 40.2%, frente al 19.9% de las empresas maduras. En el segundo semestre esta situación se mantiene; no obstante, en ambos casos las expectativas son aún más favorables. El saldo de expectativas en las empresas jóvenes para el segundo semestre es de 69.9% y en las empresas maduras es del 52.7%.

Tomando en consideración el factor género del director/a general o gerente de la empresa (cuadro 8), nos refleja comportamientos que, si bien no son estadísticamente significativos,

muestran tendencias similares en cuanto al aumento y disminución de ventas que las MIPYMES experimentaron durante 2020, independientemente del género de las personas que lideran las empresas. Así, el 74.7% de las empresas lideradas por mujeres expresan haber disminuido sus niveles de ventas, frente al 72.9% de las empresas lideradas por hombres.

Respecto a las expectativas de ventas para los semestres de 2021, obtenemos diferencias estadísticamente significativas con niveles de confianza correspondientes al 99%; en donde los saldos de expectativas de ventas para el segundo semestre de 2021 casi duplican las expectativas del primer semestre.

08 CUADRO
Impacto de la crisis sobre las ventas. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020			
Aumento (%)	11.1%	11.8%	
Mantenimiento (%)	14.2%	15.2%	-
Disminución (% empresas)	74.7%	72.9%	
Saldo de evolución	-63.6%	-61.1%	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	48.8%	43.7%	
Mantenimiento (%)	41.6%	39.6%	***
Disminución (%)	9.6%	16.7%	
Saldo de expectativas	39.2%	27.0%	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	74.1%	66.7%	
Mantenimiento (%)	22.2%	24.7%	***
Disminución (%)	3.7%	8.6%	
Saldo de expectativas	70.4%	58.1%	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

09 CUADRO
Impacto de la crisis sobre las ventas. Sector de actividad de la empresa

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020							
Aumento (%)	12.3	12.7	5.1	14.7	10.4	10.9	
Mantenimiento (%)	25.9	17.6	9.0	9.8	12.4	18.8	***
Disminución (% empresas)	61.7	69.7	85.9	75.5	77.2	70.3	
Saldo de evolución	-49.4	-57.3	-80.8	-60.8	-66.8	-59.4	
Expectativas de ventas primer semestre 2021							
Aumento (%)	42.7	47.8	28.6	46.7	44.2	57.7	
Mantenimiento (%)	43.9	42.9	36.4	41.3	40.2	35.8	***
Disminución (%)	13.4	9.2	35.1	12.0	15.6	6.6	
Saldo de expectativas	29.3	38.6	-6.5	34.7	28.6	51.1	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021							
Aumento (%)	67.9	71.6	50.7	70.5	69.9	78.8	
Mantenimiento (%)	25.9	23.8	36.0	24.0	22.7	16.8	**
Disminución (%)	6.2	4.7	13.3	5.5	7.4	4.4	
Saldo de expectativas	61.7	66.9	37.4	65.0	62.5	74.4	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Las empresas lideradas por mujeres esperan mejores comportamientos de aumento en sus ventas que las lideradas por hombres tanto para el primer semestre (48.8% vs 43.7%) como para el segundo semestre (74.1% vs 66.7%).

De acuerdo al sector de las empresas, reflejan comportamientos estadísticamente significativos (cuadro 9). Los sectores que presentaron una evolución más desfavorable en 2020 fueron los de construcción (-80.8%) y servicios (-66.8%).

Las expectativas de ventas para el primer semestre, reflejan un comportamiento favorable

en todos los sectores, principalmente para las empresas manufactureras (38.6%) y de comercio (34.7%); aunque las empresas que pertenecen al sector construcción siguen conservando un saldo de expectativas desfavorable (6.5%). Las expectativas del segundo semestre son claramente más positivas en todos los sectores, destacando nuevamente manufactura y comercio (66.9% y 65.0% respectivamente).

Indicadores económicos y financieros

En este apartado pretendemos obtener una aproximación sobre cómo ha impactado la

crisis en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa. En la figura 10 se aprecian los resultados globales.

En términos generales, los datos reflejan que la mayoría de los indicadores se han visto afectados de forma negativa, en especial en el nivel de facturación donde el 72.3% de las empresas se vieron perjudicadas, con un grado de importancia de 3.51 (en una escala de 1 a 5), seguido del indicador de nivel de liquidez en el que el 69.1% de las empresas expresó presentar impacto negativo con un grado de importancia de 3.48. Otro indicador relevante sobre el que se aprecia un fuerte impacto ha sido la realización de inversiones, en este caso el 68.8 % de las empresas señala que han paralizado inversiones, con un grado de importancia de 3.52 (en una escala de 1 a 5). Muy cerca de este se encuentra el indicador de rentabilidad en el que el 68.5% de empresas tuvo un grado de valoración del 3.49.

El impacto sobre los indicadores de productividad y nivel de deuda ha sido menor, ya

que se han visto afectados negativamente el 65.4% y el 58.8% de las empresas, pero con un grado de impacto menor (3.31 y 3.43 respectivamente).

En contraste, es interesante comprobar que, en el período analizado, el 29.8 % de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2.79), el 25.6% de las empresas indican un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2.70) y el 21.5% en su nivel de facturación (intensidad de 2.97).

Considerando el tamaño de las empresas (Figura 10). Como puede observarse, se obtuvieron diferencias significativas solamente en dos de los seis indicadores analizados, la rentabilidad y la productividad.

En base a lo anterior, el segmento de empresa que se ha visto más afectado en ambos indicadores ha sido el de la microempresa. Así, el 78% de ellas se vieron afectadas negativamente en su rentabilidad y el 72.5% en su

10 FIGURA Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros

	% No afectó	% Negat.	Grado de impacto negativo	% Posit.	Grado de impacto positivo
Nivel de facturación	6.2	72.3	3.51	21.5	2.97
Rentabilidad	5.9	68.5	3.49	25.6	2.70
Productividad	4.9	65.4	3.31	29.8	2.79
Realización de inversiones	13.8	68.8	3.52	17.5	2.72
Nivel de deuda	24.0	58.8	3.43	17.1	2.07
Nivel de liquidez	10.4	69.1	3.48	20.4	2.34

productividad. Estos porcentajes se reducen en la pequeña empresa para el indicador de rentabilidad hasta un 74.9% y un 65.8% para las medianas empresas respecto al indicador de productividad. Si analizamos a las empresas que consideran que la crisis les ha generado un impacto positivo, encontramos que

los segmentos de empresas cambian y son las medianas empresas las que reflejaron un impacto positivo en mayor proporción para ambos indicadores; el 18.3% de las empresas medianas tuvo un impacto positivo en su rentabilidad, mientras que el 27.2% lo reflejó en su productividad.

10 CUADRO
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros. Tamaño de la empresa

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Facturación				
Microempresas	5.7	79.1	15.2	
Pequeñas	8.2	79.1	12.6	-
Medianas	9.6	73.0	17.4	
Rentabilidad				
Microempresas	5.0	78.0	17.0	
Pequeñas	10.6	74.9	14.5	***
Medianas	6.1	75.7	18.3	
Productividad				
Microempresas	6.2	72.5	21.4	
Pequeñas	10.8	69.8	19.4	**
Medianas	7.0	65.8	27.2	
Realización de inversiones				
Microempresas	12.1	72.2	15.7	
Pequeñas	15.0	70.8	14.2	-
Medianas	9.6	74.8	15.7	
Nivel de deuda				
Microempresas	18.9	67.3	13.8	
Pequeñas	19.3	65.3	15.4	-
Medianas	20.9	65.2	13.9	
Nivel de liquidez				
Microempresas	7.4	76.7	15.9	
Pequeñas	11.3	74.4	14.3	-
Medianas	9.5	74.1	16.4	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

De acuerdo al factor antigüedad de la empresa (cuadro 11), solamente los indicadores de realización de inversiones y nivel de deuda reflejan diferencias estadísticamente significativas; sin poder obtener evidencia significativa en los niveles de facturación, rentabilidad, productividad y liquidez. Así, las empresas más jóvenes son las que se han visto más afectadas negativamente; el 73.2% de las empresas jóvenes han tenido una caída de sus inversiones (frente al 70.1% de las maduras) y el 66.7% de las empresas jóvenes se han visto afectadas

negativamente en su nivel de deuda (frente al 66.4% de las maduras).

En cuanto al género del director/a general o gerente de la empresa (cuadro 12), si bien los resultados no son estadísticamente significativos; se refleja una tendencia similar de comportamiento para ambos géneros, en la cual supera ligeramente el impacto negativo a las empresas lideradas por mujeres en cuanto a sus niveles de facturación, rentabilidad, productividad, realización de inversiones y nivel de deuda.

11 CUADRO
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros. Antigüedad de la empresa

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Facturación				
Jóvenes	6.5	77.8	15.7	-
Maduras	7.0	80.2	12.8	
Rentabilidad				
Jóvenes	6.0	76.4	17.6	-
Maduras	7.5	78.0	14.5	
Productividad				
Jóvenes	6.4	72.2	21.4	-
Maduras	9.1	69.4	21.5	
Realización de inversiones				
Jóvenes	11.0	73.2	15.9	*
Maduras	15.4	70.1	14.5	
Nivel de deuda				
Jóvenes	17.6	66.7	15.7	**
Maduras	21.9	66.4	11.8	
Nivel de liquidez				
Jóvenes	8.7	75.0	16.4	-
Maduras	8.2	77.7	14.0	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

12 CUADRO
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros. Género del director/a general de la empresa

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Facturación				
Femenino	5.9%	79.0%	15.1%	-
Masculino	7.5%	78.1%	14.4%	
Rentabilidad				
Femenino	6.3%	77.2%	16.5%	-
Masculino	7.0%	76.7%	16.3%	
Productividad				
Femenino	6.2%	72.7%	21.1%	-
Masculino	8.7%	70.0%	21.3%	
Realización de inversiones				
Femenino	12.2%	72.7%	15.1%	-
Masculino	13.0%	71.8%	15.3%	
Nivel de deuda				
Femenino	18.8%	66.8%	14.5%	-
Masculino	19.5%	66.4%	14.2%	
Nivel de liquidez				
Femenino	9.4%	75.1%	15.6%	-
Masculino	8.0%	76.5%	15.5%	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Por su parte, si consideramos el factor del sector, también se encuentran diferencias estadísticamente significativas solamente en los indicadores de nivel de facturación y rentabilidad (cuadro 13).

Las empresas que se han visto más afectadas negativamente son las que pertenecen a los sectores servicios (82.0%), primario

(81.3%) y construcción (79.5%) que sufrieron los mayores niveles de caída en su facturación.

Mientras que el 80,4% de las empresas del sector servicio, el 79,5% del sector construcción y el 78,4% de empresas ubicadas en otras actividades, son las que más negativamente han visto afectada su rentabilidad.

13 CUADRO
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros. Sector de actividad de la empresa

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Facturación				
Sector primario	6.3	81.3	12.5	
Industrias Manufactureras	5.5	73.4	21.1	-
Construcción	11.5	79.5	9.0	-
Comercio	7.1	77.2	15.8	-
Servicios	6.1	82.0	11.9	-
Otras actividades no contempladas	9.4	79.1	11.5	
Rentabilidad				
Sector primario	11.4	73.4	15.2	
Industrias Manufactureras	6.1	73.5	20.4	***
Construcción	11.5	79.5	9.0	-
Comercio	4.4	72.8	22.8	-
Servicios	6.3	80.4	13.3	-
Otras actividades no contempladas	6.7	78.4	14.9	
Productividad				
Sector primario	12.5	71.3	16.3	
Industrias Manufactureras	6.4	69.8	23.8	**
Construcción	9.0	76.9	14.1	-
Comercio	4.4	75.6	20.0	-
Servicios	8.3	69.4	22.2	-
Otras actividades no contempladas	7.3	71.5	21.2	
Realización de inversiones				
Sector primario	13.8	70.0	16.3	
Industrias Manufactureras	11.4	71.1	17.5	-
Construcción	17.9	71.8	10.3	-
Comercio	11.1	71.7	17.2	-
Servicios	14.3	71.3	14.3	-
Otras actividades no contempladas	8.2	77.6	14.2	
Nivel de deuda				
Sector primario	20.3	60.8	19.0	
Industrias Manufactureras	19.5	62.8	17.7	-
Construcción	14.1	75.6	10.3	-
Comercio	16.1	70.0	13.9	-
Servicios	20.0	66.9	13.1	-
Otras actividades no contempladas	19.1	69.9	11.0	

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Nivel de liquidez				
Sector primario	8.8	77.5	13.8	
Industrias Manufactureras	8.1	72.4	19.5	-
Construcción	12.8	79.5	7.7	-
Comercio	5.5	79.0	15.5	-
Servicios	9.1	76.8	14.1	-
Otras actividades no contempladas	10.2	74.5	15.3	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Internacionalización

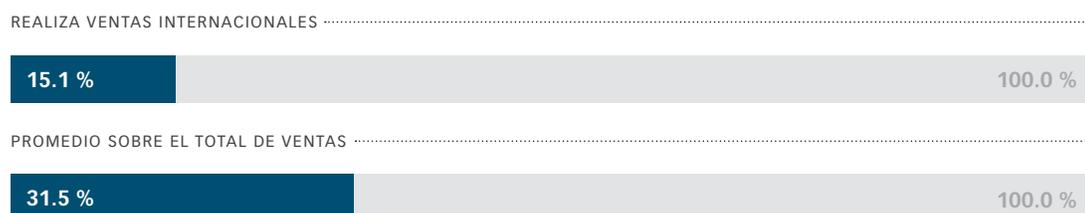
La crisis ha generado un fuerte impacto en los mercados internacionales para las MIPY-MES centroamericanas. Durante el año 2020 el 15.1% de las empresas encuestadas realizó ventas a mercados internacionales (figura 11). El promedio de las ventas de las empresas a mercados internacionales sobre el total de sus ventas fue del 31.5% (figura 11).

Si analizamos el impacto de la crisis, los datos muestran que sí impactó negativamente en el nivel de facturación al 45.8% de las empresas internacionalizadas (figura 12); y su grado de importancia fue de 3.09 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización,

y el 38.1% considera que se vio afectada con un grado de importancia de 3.39. Sin embargo, la crisis también influyó positivamente a determinadas empresas durante el 2020. Así, el 36.9% de las empresas señaló que su nivel de facturación en mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 1.87 en una escala de 1 a 5); y el 37.6% amplió el número de países destino de su internacionalización.

Tomando en consideración los factores del tamaño, antigüedad y sector empresarial no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas en cada una de las variables: nivel de facturación al exterior e impacto en el número de países destino (cuadros 14, 15, 16 y 17)

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



12 FIGURA
Impacto de la crisis en la internacionalización

	% No afectó	% Negat.	Grado de impacto negativo	% Posit.	Grado de impacto positivo
Nivel de facturación en mercados intern.	17.2	45.8	3.09	36.9	2.87
Número de países de destino	24.4	38.1	3.39	37.6	1.87

14 CUADRO
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	16.2	59.8	23.9	
Pequeñas	32.3	51.6	16.1	-
Medianas	20.0	60.0	20.0	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	23.7	55.3	21.1	
Pequeñas	30.0	55.0	15.0	-
Medianas	37.1	45.7	17.1	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

15 CUADRO
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	19.7	55.7	24.6	-
Maduras	23.9	59.8	16.3	
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	27.5	51.7	20.8	-
Maduras	28.1	56.2	15.7	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

16 CUADRO
Internacionalización e impacto de la crisis. Género del director/a general de la empresa

	(%) No	(%) Si Negativamente	(%) Si Positivamente	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Femenino	22.2%	54.2%	23.6%	-
Masculino	21.4%	59.3%	19.3%	
Impacto en el número de países destino				
Femenino	25.7%	54.3%	20.0%	-
Masculino	29.2%	53.3%	17.5%	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

17 CUADRO
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				
Sector primario	10.5	84.2	5.3	-
Industrias Manufactureras	18.9	58.1	23.0	
Construcción	14.3	71.4	14.3	
Comercio	27.3	45.5	27.3	
Servicios	26.3	52.5	21.3	
Otras actividades no contempladas	10.0	60.0	30.0	
Impacto en el número de países destino				
Sector primario	16.7	72.2	11.1	-
Industrias Manufactureras	21.9	56.2	21.9	
Construcción	28.6	71.4	-	
Comercio	38.1	47.6	14.3	
Servicios	29.5	48.7	21.8	
Otras actividades no contempladas	40.0	50.0	10.0	

Chi-Cuadrado de Pearson

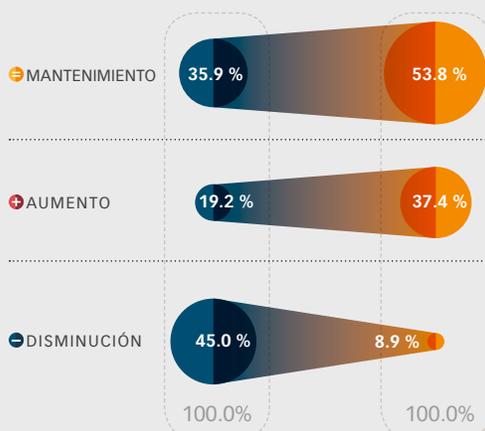
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

03 INFOGRAFÍA Impacto económico desagregado (a)



Empleo

● VARIACIÓN 2019-2020 ● PREVISIÓN 2021

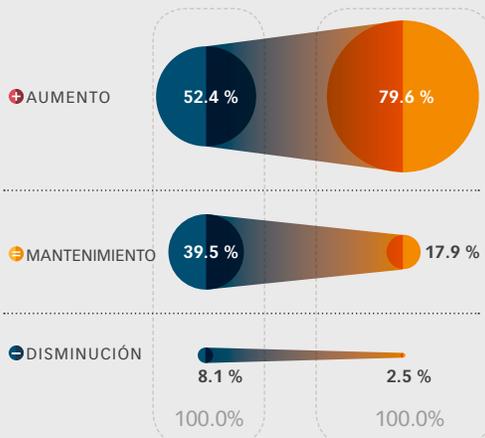


Ventas

VARIACIÓN 2019-2020



EXPECTATIVAS 2021



● PRIMER SEMESTRE 2021 ● SEGUNDO SEMESTRE 2021

03 INFOGRAFÍA Impacto económico desagregado (b)



Indicadores económicos

● NO AFECTÓ ● IMP. NEGATIVO ● IMP. POSITIVO



Internacionalización

a) PORCENTAJE DE MIPYMES QUE REALIZA VENTAS INTERNACIONALES

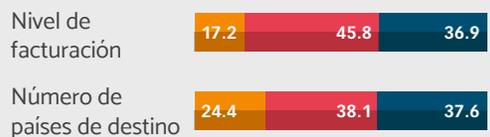


PORCENTAJE DESTINADO A MERCADOS INTERNACIONALES



b) IMPACTO DE LA CRISIS EN LA INTERNACIONALIZACIÓN (EN %)

● NO AFECTÓ ● IMP. NEGATIVO ● IMP. POSITIVO



Impacto sobre la organización de la empresa

CAPÍTULO TRES

44

La crisis sanitaria no solo ha impactado en el crecimiento económico y en el empleo de las empresas, sino también en la gestión de las actividades que desempeñan. Se preguntó a las empresas encuestadas sobre el impacto que habían sufrido diferentes actividades de su gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos. Estas actividades se clasificaron en: actividades con clientes y proveedores, operativas y estratégicas.

Actividades con clientes y proveedores

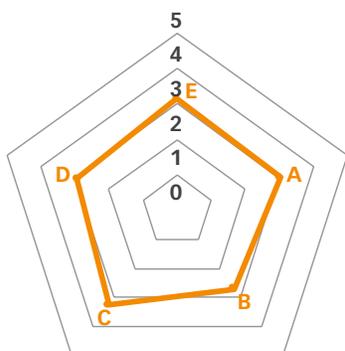
El impacto más significativo para la gestión de las operaciones de las MIPYMES respecto a sus clientes y proveedores ha sido en sus cadenas de suministros, debido a retrasos por parte de sus proveedores (3.26 en una escala de 1 a 5) (Figura 13). Cabe destacar que las condiciones de pago de los clientes se han extendido y las cancelaciones de pedidos han aumentado.

En menor medida, aunque también con un impacto considerable, las empresas encuestadas valoraron el endurecimiento de las condiciones de pago por parte de los proveedores y el aumento de pérdidas por impago de clientes.



El impacto más significativo para la gestión de las mipymes respecto a sus clientes y proveedores ha sido en sus cadenas de suministros, mientras entre las actividades operativas más afectadas se encuentra la modificación de su oferta de productos y servicios; reportada mayormente por las empresas jóvenes y aquellas lideradas por mujeres. Entre las actividades estratégicas, la crisis ha provocado el abandono de inversiones previstas.”

13 FIGURA
Actividades con clientes y proveedores



- A** La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente (3.03)
- B** Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado (2.70)
- C** Se ha visto afectada la cadena de proveedores (3.26)
- D** Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago (2.93)
- E** Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas (3.14)

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo

Al realizar el análisis respecto al tamaño de las empresas, se pueden observar diferencias estadísticamente significativas en tres situaciones para las medianas empresas: presentan un impacto más fuerte respecto a la afectación de la cadena de suministros (3.83), prolongación de las condiciones de pago de sus clientes (3.60) y aumento de pérdidas debido a impagos de sus clientes.

El impacto ha mostrado cierta tendencia de comportamiento vinculado a la antigüedad de las empresas (cuadro 19).

La diferencia más relevante es que las empresas maduras se han visto más afectadas que las empresas jóvenes, respecto a las condiciones de pago de sus clientes, con plazos más largos (3.35 y 3.23 respectivamente).

18 CUADRO
Actividades con clientes y proveedores¹. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.39	3.35	3.83	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.11	3.05	3.31	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.23	3.28	3.60	*
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.20	3.14	3.17	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2.85	2.87	3.21	*

¹ 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

19 CUADRO
Actividades con clientes y proveedores¹. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.39	3.46	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.11	3.10	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.23	3.35	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.15	3.23	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2.88	2.89	-

1 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

Del mismo modo, las empresas maduras han sufrido más que las jóvenes el aumento de la cancelación de pedidos por parte de sus clientes (3.23 vs 3.15) y han tenido un mayor impacto negativo en su cadena de suministros (3.46 vs 3.39).

De acuerdo a la variante de género (cuadro 20), no se reflejaron diferencias estadísticamente significativas para las variables analizadas, lo que revela que los resultados no des-

criben en su totalidad el comportamiento de la población.

En cuanto al análisis por sector se puede destacar que las empresas de construcción han sido las más afectadas en las actividades con clientes y proveedores (cuadro 21). De hecho, han experimentado un mayor impacto negativo en su cadena de suministros (4.14), los clientes han demorado más sus pagos (4.01) y los proveedores han endurecido más sus condiciones (3.73).

20 CUADRO
Actividades con clientes y proveedores¹. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.41	3.43	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.07	3.14	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.21	3.33	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.23	3.14	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2.85	2.91	-

1 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

21 CUADRO **Actividades con clientes y proveedores¹. Sector de actividad de la empresa**

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.12	3.44	4.14	3.80	3.18	3.44	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.05	3.16	3.73	3.25	2.96	3.00	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.14	3.29	4.01	3.06	3.29	3.15	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2.92	3.19	3.63	3.03	3.24	3.04	**
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2.61	2.87	3.50	2.67	2.97	2.72	***

1 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

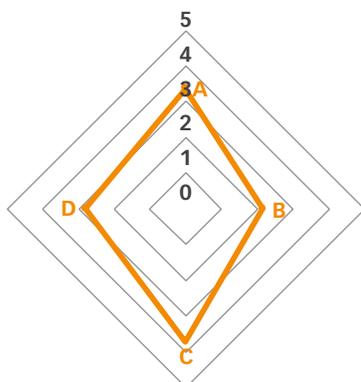
Actividades operativas

Respecto a las actividades operativas de las empresas analizadas, la figura 14 muestra que las más afectadas son: la modificación de su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3.72); así como la adaptación específica operativa a la situación de la crisis

(3.36). Sin embargo, impactos como la bajada de precios (2.80) o el aumento de la subcontratación de sus operaciones (2.16), han tenido un impacto menor.

El cuadro 22 muestra cómo han afectado las actividades operativas a las empresas según su tamaño. En términos estadísticamente

14 FIGURA **Actividades operativas**



- A** Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa (**3.36**)
- B** Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones (**2.16**)
- C** Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes (**3.72**)
- D** Hemos tenido que bajar los precios (**2.80**)

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo

22 CUADRO
Actividades operativas¹. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.39	3.40	3.66	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2.08	1.89	2.18	*
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.76	3.52	3.72	**
Hemos tenido que bajar los precios	3.14	3.17	3.09	-

¹ 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

significativos, se puede apreciar que las microempresas son las que más han modificado su oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes durante la crisis sanitaria (3.76) y, junto a las empresas medianas, han sido las que más han recurrido a la subcontratación de sus operaciones (2.08 y 2.18 respectivamente).

En cuanto al factor antigüedad de la empresa, los datos no presentaron diferencias estadísticamente significativas (cuadro 23); exceptuan-

do la modificación de oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes, en la cual se refleja que las MIPYMES jóvenes superan a las maduras (3.78 vs 3.56).

Respecto al factor de género (cuadro 24), solamente se obtuvo una variable estadísticamente significativa, que señala que las MIPYMES lideradas por mujeres han modificado en mayor medida su oferta de productos/servicios para poder abordar nuevos clientes (3.82% y 3.58% respectivamente).

23 CUADRO
Actividades operativas¹. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.39	3.49	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2.05	2.02	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.78	3.56	***
Hemos tenido que bajar los precios	3.14	3.16	-

¹ 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

24 CUADRO
Actividades operativas¹. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.42	3.41	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2.04	2.03	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.82	3.58	***
Hemos tenido que bajar los precios	3.15	3.14	-

¹ 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

50

De acuerdo al factor sector, sí surgen diferencias significativas en tres categorías (cuadro 25). Las empresas del sector de la construcción son las que más han tenido que bajar los

precios (3.60), han modificado más su oferta de productos/servicios (3.23) y han tenido que aumentar la subcontratación de sus operaciones (2.59).

25 CUADRO
Actividades operativas¹. Sector de actividad de la empresa

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.15	3.35	3.59	3.45	3.52	3.23	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1.96	2.13	2.59	2.03	1.97	1.83	***
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.48	3.67	3.23	3.96	3.70	3.80	***
Hemos tenido que bajar los precios	2.79	2.90	3.60	3.27	3.30	3.01	***

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

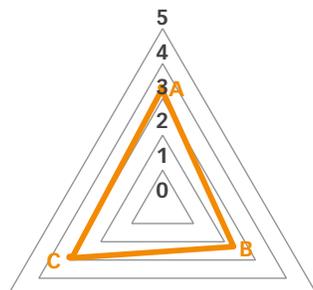
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las empresas? En general, la opinión de las empresas encuestadas es que esta crisis ha generado la necesidad de abandonar

inversiones previstas; reflejando una valoración media de 3.28 en una escala de 1 a 5 (gráfico 15). En segundo lugar, se observa la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2.93) y la generación de planes de gestión de riesgos o de contingencias (2.30).

15 FIGURA **Actividades estratégicas**



- A** Hemos cancelado inversiones previstas (3.28)
- B** Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos (2.30)
- C** Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2.93)

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo

En la vinculación con el tamaño de las empresas (cuadro 26), podemos ver cómo las empresas medianas son las que en mayor proporción han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3.51) frente a las pequeñas (3.30) y las microempresas (3.02).

De igual forma, las empresas medianas son las que en mayor medida han dispuesto de un plan específico de gestión de riesgos (2.94) frente a las pequeñas (2.61) y las microempresas (2.29).

De acuerdo a la antigüedad de las empresas, (cuadro 27), solamente se refleja significancia estadística en la categoría que evalúa el nivel de adopción de medidas para gestionar la liquidez de la empresa; en donde las MIPYMES maduras son las más afectadas.

26 CUADRO **Actividades estratégicas¹. Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.37	3.32	3.59	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.29	2.61	2.94	***
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.02	3.30	3.51	***

1 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

27 CUADRO **Actividades estratégicas¹. Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.33	3.45	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.38	2.52	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.07	3.28	**

1 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

28 CUADRO
Actividades estratégicas¹. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.34	3.40	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.33	2.52	**
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.04	3.23	**

¹ 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

52

Por su parte, con referencia al género del gerente de la empresa (cuadro 28), se reflejan diferencias estadísticamente significativas en dos variables a favor del género masculino. Las empresas lideradas por hombres asignan mayor puntuación a la disponibilidad de planes específicos de gestión de riesgos (2.52 vrs 2.33) y la adaptación de medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3.23 vrs 3.04).

Finalmente, al analizar los datos por sector (cuadro 29) apreciamos cómo las empresas del sector de la construcción son las que más han tenido que cancelar sus inversiones previstas (3.81); mientras las MIPYMES del sector comercio son las que más han tenido que adoptar medidas para gestionar la liquidez en sus empresas (3.47).

29 CUADRO
Actividades estratégicas¹. Sector de actividad de la empresa

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	2.84	3.38	3.81	3.67	3.35	3.10	***
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.58	2.44	2.56	2.48	2.40	2.30	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.10	3.01	3.12	3.47	3.22	2.81	***

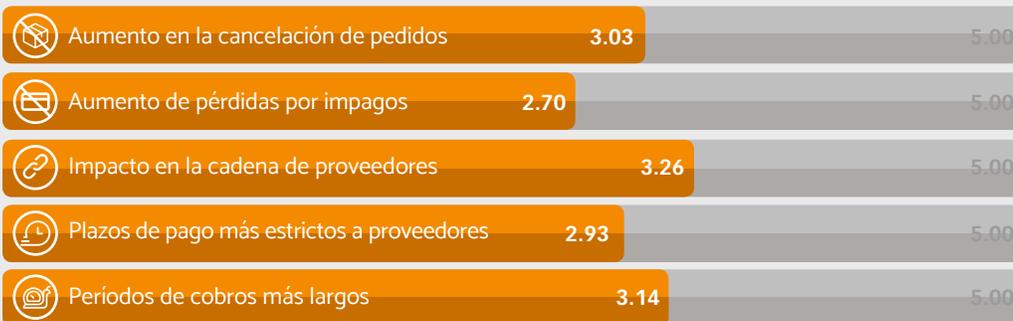
¹ En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

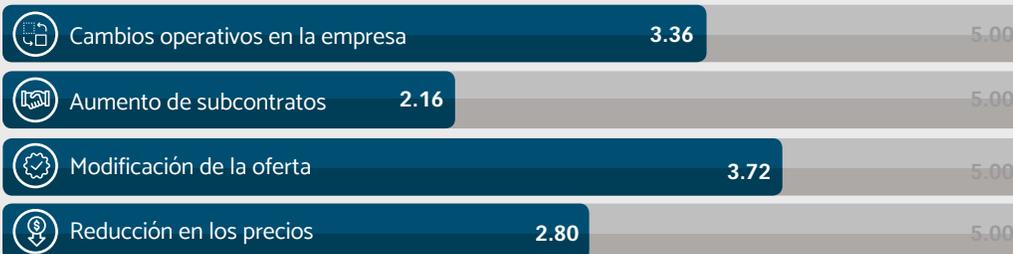
04 INFOGRAFÍA
Impacto sobre la organización de la empresa

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo

Actividades con clientes y proveedores



Actividades operativas



Actividades estratégicas



Actividad innovadora

CAPÍTULO CUATRO

54

Las MIPYMES en Centroamérica han desarrollado altos niveles de actividad innovadora, reflejando posiblemente sus esfuerzos por adecuarse ante un contexto de crisis y cambios imprevistos. La figura 16 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años y diferencia la innovación en productos, procesos o gestión. También se muestra el grado de importancia de las innovaciones. Respecto a innovación de productos se puede observar como el 83.2% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos y/o servicios y el 81.5% ha comercializado un nuevo producto o servicio. El grado de importancia asignado por las empresas encuestadas en los dos tipos de innovación de producto y/o servicios, es el más alto y refleja una tendencia similar (4.05 cada uno).

La actividad desarrollada en torno a la innovación en procesos también ha experimentado un importante avance en las MIPYMES, principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción, llevados a cabo por el 78.5 de las empresas, mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 63.6% de las empresas. Si lo contrastamos con la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que la han realizado, los datos muestran que los cambios en procesos (3.89 y 3.43) han sido menos importantes que las innovaciones en productos y servicios (4.05 y 4.05).



Más del 83 % de las empresas encuestadas reconocen acciones de innovación en sus productos y/o servicios, y le atribuyen el mayor grado de importancia. En todas las variables de innovación, son las empresas jóvenes frente a las maduras las que asignan mayor importancia a estas innovaciones, y las empresas lideradas por mujeres frente a las lideradas por hombres. Además, las empresas del sector construcción, que figuran entre las más afectadas por la crisis, reflejan los menores resultados en todas las variables de innovación.”

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

Innovación	%	Grado de importancia de la innovación	% muy importante
Productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	83.2	4.05	50.5
Comercialización de nuevos productos/servicios	81.5	4.05	50.7
Procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	78.5	3.89	41.9
Adquisición de nuevos bienes y equipos	63.6	3.43	32.1
Sistemas de gestión			
Dirección y gestión	82.6	3.66	38.3
Compras y aprovisionamientos	74.0	3.57	34.2
Comercial/ ventas	82.3	3.74	38.1

56

La innovación en gestión está, en general, en niveles similares a los índices anteriores. El 82.6% ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión; el 74.0% en la sección de compras y el 82.3% en el departamento de comercio o ventas. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevante fue en las innovaciones en comercialización y ventas, con un valor de 3.74.

Por otra parte, y continuando con la figura 16, se puede apreciar el porcentaje de empresas que realizaron un grado muy importante en su innovación (empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Así, vemos que las innovaciones más importantes se concentran en los cambios o mejoras en productos/servicios, así como en la comercialización de nuevos productos/servicios. Estas innovaciones han sido realizadas por

el 50.5% y 50.7% de las empresas, respectivamente. El 41.9% ha hecho cambios o mejoras muy importantes en los procesos de producción y el 38.3 % 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 significativas solamente en dos variables (cuadro 33): la innovación en la comercialización de nuevos productos/servicios y la innovación en gestión de compras y aprovisionamientos, a favor de las empresas medianas (79.3% y 81.0% respectivamente).

Respecto a la realización de innovaciones en procesos, referidas a cambios o mejoras en los procesos de producción y adquisición de nuevos bienes de equipo, no se obtuvieron resultados estadísticamente significativos.

33 CUADRO
Realización de innovaciones (%). Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	80.1%	80.4%	81.9%	-
Comercialización nuevos productos/servicios	78.6%	71.5%	79.3%	**
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	78.5%	78.3%	85.3%	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	62.2%	57.1%	65.5%	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	77.6%	79.3%	83.8%	-
Compras y aprovisionamientos	72.7%	70.4%	81.0%	*
Comercial/ventas	78.0%	78.1%	82.6%	-

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*) p < 0.1; (**) p < 0.05; (***) p < 0.01. (-) no significativa

Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas por las empresas (cuadro 34), se confirman resultados estadísticamente significativos en cuanto a la generación de cambios o mejoras en productos/servicios; la comercialización de nuevos productos/servicios; y la innovación en su organización y gestión. Con resultados similares entre los segmentos analizados, se verifica que las microempresas y las medianas son las que más innovaciones han realizado en el contexto de la actual pandemia del COVID-19 y que el grado de importancia de estas innovaciones se acerca aproximadamente a un nivel del 4.0.

De acuerdo al factor antigüedad de la empresa, se reflejan resultados estadísticamente significativos para las variables incluidas en innovaciones en productos y servicios e innovaciones en procesos.

En todas las variables significativas, las empresas jóvenes son las que más innovaciones han realizado: en cuanto a la comercialización de nuevos productos/servicios (80.1% vrs 71.0%), cambios o mejoras en productos/servicios (82.0% vrs 77.5%), en los procesos de producción (80.3% vrs 77.0%) y en la adquisición de nuevos bienes de equipo (62.7% vrs 58.7%).

El análisis de la importancia que las MIPYMES segmentadas por edad dan a las innovaciones (cuadro 36), nos comprueba con resultados estadísticamente significativos que, en todas las variables de innovación en productos y servicios, en procesos y en gestión, son las empresas jóvenes las que asignan mayor importancia a estas variables que las empresas maduras.

34 CUADRO
Importancia de las innovaciones. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.95	3.69	3.86	**
Comercialización nuevos productos/servicios	3.94	3.74	3.75	*
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.81	3.77	3.70	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.47	3.36	3.36	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3.68	3.50	3.82	*
Compras y aprovisionamientos	3.47	3.38	3.64	-
Comercial/ventas	3.67	3.55	3.71	-

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

35 CUADRO
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	82.0%	77.5%	**
Comercialización nuevos productos/servicios	80.1%	71.0%	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	80.3%	77.0%	*
Adquisición de nuevos bienes de equipo	62.7%	58.7%	*
Innovación en gestión			
Organización y gestión	78.0%	79.7%	-
Compras y aprovisionamientos	73.1%	72.3%	-
Comercial/ventas	78.9%	77.6%	-

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Respecto al factor del género (cuadro 37) son tres las variables estadísticamente significativas, en las que se destaca que las MIPYMES lideradas por mujeres realizan innovaciones:

principalmente referidas a cambios o mejoras en productos/servicios (82.0%), comercialización de nuevos productos/servicios (79.3%) y en compras y aprovisionamientos (74.7%).

36 CUADRO
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	3.95	3.74	***
Comercialización nuevos productos/servicios	3.97	3.71	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.90	3.59	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.57	3.18	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3.72	3.52	**
Compras y aprovisionamientos	3.53	3.36	*
Comercial/ventas	3.69	3.55	*

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

37 CUADRO
Realización de innovaciones (%). Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	82.0%	78.9%	*
Comercialización nuevos productos/servicios	79.3%	74.6%	**
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	80.6%	77.8%	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	60.6%	61.5%	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	80.0%	77.5%	-
Compras y aprovisionamientos	74.7%	71.2%	*
Comercial/ventas	79.5%	77.6%	-

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

El análisis anterior se complementa con la importancia que se le proporciona a las innovaciones, el cuadro 38 refleja resultados estadísticamente significativos en todas las cate-

gorías (excepto en la variable organización y gestión), en el que se puede observar cómo las innovaciones referidas a cambios o mejoras en productos/servicios y comercialización

de nuevos productos/servicios son las que poseen un mayor nivel de importancia tanto para el género femenino como para el masculino; sin embargo, destaca que son las mujeres

quienes otorgan un puntaje de importancia más alta a dichas innovaciones, razón por la cual dan prioridad a incorporar estas mejoras en sus MIPYMES.

38 CUADRO
Importancia de las innovaciones. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	4.05	3.72	***
Comercialización nuevos productos/servicios	4.03	3.72	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.91	3.67	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.56	3.33	**
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3.71	3.58	-
Compras y aprovisionamientos	3.55	3.39	*
Comercial/ventas	3.78	3.51	***

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

60

De acuerdo al sector que pertenece la empresa (cuadro 39), muestra diferencias estadísticamente significativas de comportamiento entre los sectores.

Las MIPYMES que pertenecen a la industria manufacturera y al sector de comercio son las que reflejan mayores porcentajes de comercialización de nuevos productos/servicios (83.7% y 80.1% respectivamente). Las empresas que pertenecen a la industria manufacturera también concentran los mayores resultados en cuanto a la realización de cambios o mejoras en los procesos de producción. Además, junto

con las empresas de servicios, son las que más cambios o mejoras en sus productos/servicios realizaron (8.1% y 82.2% respectivamente).

Por el contrario, las empresas dedicadas a la construcción son el sector que refleja los menores resultados en todas las variables de realización de innovación analizadas.

En cuanto al nivel de importancia que las MIPYMES segmentadas por sector dan a las innovaciones (cuadro 40), apreciamos resultados estadísticamente significativos a favor de las empresas que pertenecen a la industria

manufacturera y comercio. También se comprueba que las empresas de construcción son

las que menos importancia asignaron a la implementación de innovaciones.

39 CUADRO
Realización de innovaciones (%). Sector de actividad

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Innovación en productos y servicios							
Cambios o mejoras en productos/servicios	78.8%	82.1%	64.9%	79.6%	82.2%	80.4%	**
Comercialización nuevos productos/servicios	77.5%	83.7%	50.6%	80.1%	75.4%	74.5%	***
Innovación en procesos							
Cambios o mejoras en los procesos de producción	81.0%	83.0%	66.2%	76.4%	80.3%	75.0%	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	73.8%	63.2%	37.7%	59.7%	63.1%	57.7%	***
Innovación en gestión							
Organización y gestión	82.5%	79.3%	62.3%	77.3%	81.7%	74.8%	***
Compras y aprovisionamientos	80.0%	79.3%	61.0%	75.7%	69.1%	69.9%	***
Comercial/ventas	77.2%	84.2%	58.4%	83.8%	77.4%	74.3%	***

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

40 CUADRO
Importancia de las innovaciones. Sector de actividad

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Innovación en productos y servicios							
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.73	4.10	3.10	3.70	3.88	3.94	***
Comercialización nuevos productos/servicios	3.79	4.13	2.92	3.76	3.83	3.85	***
Innovación en procesos							
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.84	3.90	3.12	3.81	3.74	3.95	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.37	3.51	2.76	3.59	3.35	3.63	*
Innovación en gestión							
Organización y gestión	3.65	3.64	3.31	3.66	3.69	3.65	-
Compras y aprovisionamientos	3.50	3.55	2.81	3.55	3.40	3.68	***
Comercial/ventas	3.69	3.71	2.93	3.67	3.61	3.79	***

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

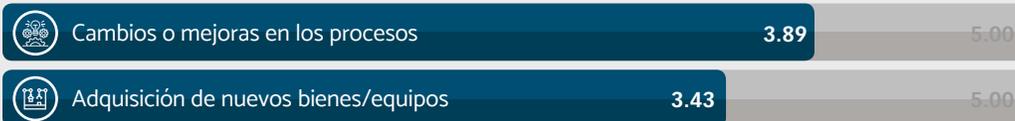
05 INFOGRAFÍA
Impacto sobre la actividad innovadora

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo

 **Productos y servicios**



 **Procesos**



 **Sistemas de gestión**



Acceso al financiamiento

CAPÍTULO CINCO

64

En el presente apartado se analiza el comportamiento del acceso a financiamiento que las MIPYMES tienen. En este sentido, se recopiló la información a través de preguntas enfocadas a conocer el acceso a líneas de financiamiento a través de la realización o no de solicitudes por parte de las empresas, así como la decisión de las entidades financieras en caso de haberla solicitado.

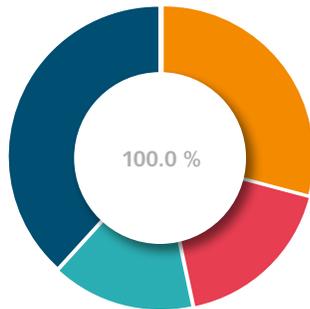
La figura 17 ilustra el comportamiento de las MIPYMES respecto a sus esfuerzos por acceder a líneas de financiamiento de entidades de crédito en la actualidad. El 29.1% declara haber solicitado líneas de financiamiento; mientras el 38.2% asegura que no han solicitado líneas de financiación porque consideran que a pesar de necesitarlo no lo conseguirían. Estos resultados reflejan la falta de confianza de las empresas para acceder a un crédito. Por otra parte, el 17.5% de las MIPYMES no han realizado la solicitud porque no lo necesitan; mientras el 15.1% no lo han solicitado porque se autofinancian.

En base a lo anterior, y específicamente respecto a las empresas que expresaron haber solicitado líneas de financiamiento, la figura 18 refleja los resultados de las negociaciones de las MIPYMES con las entidades de crédito al solicitar un crédito. Se puede apreciar que el 46.6% de los participantes declaran que, a pesar de haber solicitado un crédito, este no se les ha querido conceder por parte de la entidad crediticia. Algunas empresas reconocen que se lo han



Los resultados reflejan la falta de confianza de las empresas para acceder a un crédito. Un recelo justificable porque aproximadamente la mitad de los participantes que lo solicitaron no han podido acceder a él, el 17% obtuvieron peores condiciones y el 23.2 las mismas que antes de la pandemia. De hecho, las mipymes consideran que la mayoría de las condiciones del financiamiento bancario han tenido una evolución desfavorable.”

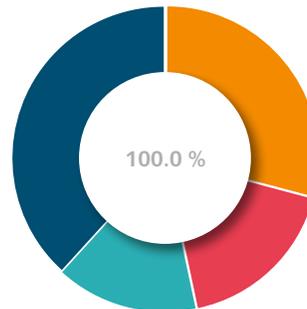
17 FIGURA
¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiamiento de entidades de crédito en la actualidad?



- 29.1 % ● Sí
- 17.5 % ● No necesita
- 15.1 % ● Se autofinancia
- 38.2 % ● No conseguiría

Otras: No se le ha concedido, no se ha aceptado

18 FIGURA
En caso de haberlo solicitado



- 23.2 % ● Igual
- 17.0 % ● Peores
- 46.6 % ● Otras
- 13.2 % ● En trámite

Otras: No se le ha concedido, no se ha aceptado

concedido, pero no lo han aceptado debido a que las condiciones para obtenerlo se han endurecido. Por otra parte, el 23.2% expresan que ha sido aceptada su solicitud y se les ha concedido el financiamiento con las mismas condiciones que en años anteriores; mientras que un 17.0% considera que, si bien su solicitud ha sido aceptada y se les ha concedido el financiamiento, este fue en peores condiciones; y un 13.2% expresa que la solicitud se encuentra en trámite.

A continuación, presentamos los resultados obtenidos tras analizar la solicitud y acceso a financiamiento de acuerdo a los factores ta-

maño, antigüedad y sector de actividad de las empresas. Respecto al análisis de las empresas segmentadas por tamaño (cuadro 41), se aprecian resultados estadísticamente significativos. Si bien, es muy similar el comportamiento de los porcentajes de MIPYMES que han solicitado financiamiento (37.5% de las medianas empresas frente a 33.9% de pequeñas empresas y 32.0% de microempresas). Las diferencias son más marcadas cuando se evalúa que las empresas no solicitaron financiamiento porque, a pesar de necesitarlo, temen no obtenerlo; de las empresas que se declaran en esta situación el 40.5% son medianas, el 33.6% pequeñas y tan solo el 17% microempresas.

41 CUADRO
Financiamiento de la empresa. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí. la empresa ha solicitado financiación (%)	32.0	33.9	37.5	
No. porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	15.0	18.4	19.6	
No. porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	12.5	14.1	25.9	***
No. porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	40.5	33.6	17.0	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	19.9	14.0	33.3	
Se le han concedido. aunque las condiciones se han endurecido (%)	10.5	16.7	26.2	
No han querido concederles la financiación (%)	51.6	47.4	21.4	***
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	4.3	5.3	4.8	
Está en trámite (%)	13.7	16.7	14.3	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Al analizar el resultado de la solicitud de financiamiento para las empresas que sí lo solicitaron (panel B), los datos muestran que el 33.3% de las empresas medianas que solicitaron crédito se les concedió con las mismas condiciones mientras que al 26.2% se les concedió, pero con condiciones más duras. Diferente panorama reflejan las micro y pequeñas empresas que han solicitado financiamiento, donde solamente pudieron obtenerlo con las mismas condiciones el 19.9% y 14.0% respectivamente. A pesar de haber solicitado el financiamiento, el 51.6% de las microempresas y el 47.4% de las pequeñas empresas no pudieron obtenerlo. Este fenómeno refuerza la postura de las micro y pe-

queñas empresas para no solicitar el financiamiento por temor a ser denegadas.

El análisis de acceso a financiamiento respecto al factor antigüedad de la empresa (cuadro 42), refleja diferencias estadísticamente significativas, revelando que respecto a las empresas que solicitan créditos, las MIPYMES jóvenes (33.9%) realizan solicitudes en mayor proporción que las maduras (31.6%) a las entidades financieras (ver panel A). Respecto a las empresas que no solicitan financiamiento, las empresas más jóvenes (40.3%) son las que más se han abstenido de solicitar créditos a entidades financieras por temor a ser rechazadas, en contraste con el 29.7% de empresas maduras.

42 CUADRO
Financiamiento de la empresa. Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	33.9	31.6	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	14.3	20.1	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	11.6	18.6	***
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	40.3	29.7	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	15.7	26.9	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	13.9	13.8	
No han querido concederles la financiación (%)	50.6	41.4	*
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	4.5	4.8	
Está en trámite (%)	15.4	13.1	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

De acuerdo al panel B, es interesante resaltar que una vez solicitado el crédito, alrededor de la mitad de las solicitudes hechas por las empresas independientemente de su edad, fueron rechazadas; 50.6% para las empresas jóvenes y 41.4 % para las empresas maduras. Solamente pudieron acceder al financiamiento con las mismas condiciones el 15.7% de empresas jóvenes y 26.9% de empresas maduras.

Por su parte, si consideramos el factor del género del director/a general o gerente de la empresa (cuadro 43), se observan resultados estadísticamente significativos respecto a la realización de solicitudes de financiamiento (panel A). Se refleja que, del total de empresas encuestadas, el 33.2% de las MIPYMEs lidera-

das por mujeres han solicitado financiamiento a las entidades financieras, frente a un 33.0% de empresas lideradas por hombres. En cuanto a las MIPYMEs que no han realizado solicitudes de financiamiento, es posible visualizar que el 39.7% de las directoras de empresas no lo han hecho, aunque necesiten el crédito, ya que temen no obtenerlo (frente a un 33.9% de los hombres); mientras que el 15.7% de las mujeres no realizan solicitudes ya que la empresa no está realizando inversiones y no lo necesita (16.6% de los hombres) y el 11.4% de las directoras se está autofinanciando y no necesita solicitar créditos (16.5% de los directores). Respecto al comportamiento del acceso al financiamiento para las MIPYMEs que solicitan crédito no se obtuvieron resultados estadísticamente significativos.

43 CUADRO
Financiamiento de la empresa. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	33.2	33.0	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	15.7	16.6	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	11.4	16.5	***
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	39.7	33.9	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	20.4	19.0	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	13.8	13.9	
No han querido concederles la financiación (%)	46.9	47.7	
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	6.1	3.2	
Está en trámite (%)	12.8	16.2	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. (-) no significativa

Por último, en cuanto al sector de actividad no se encuentran diferencias estadísticamente significativas en la solicitud de financiación (cuadro 44, panel A) y tampoco en el resultado de la solicitud de financiación (panel B); lo que significa que el comportamiento reflejado en los porcentajes incluidos en el cuadro para cada uno de los sectores debe tomarse con cautela al momento de la toma de decisiones.

Para completar el análisis sobre el acceso a financiamiento por parte de las MIPYMES, a continuación se reflexiona sobre las condiciones en las que actualmente se encuentra dicho financiamiento bancario. Para ello, en el instrumento de la encuesta se hizo una pregunta dirigida a conocer cómo consideran las MIPYMES que han evolucionado variables

como el coste y volumen de la línea de financiación, las comisiones y gastos de la operación, las garantías y avales que deben aportarse, el plazo de devolución de los recursos y el tiempo de respuesta de la entidad financiera. Cada una de ellas fue medida haciendo uso de una escala Likert, calificando su condición entre 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), por lo que en este apartado se analiza la evolución de estos elementos a lo largo del 2020 durante la pandemia.

En la figura 19 se puede observar que la mayoría de las condiciones han tenido una evolución ligeramente desfavorable. Específicamente y en orden descendente, las variables que presentan una mejor valoración de su evolución son las referidas al plazo exigido para la devolución

44 CUADRO
Financiamiento de la empresa. Sector de actividad

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación							
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	34.7	38.3	40.8	34.6	28.5	30.2	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	13.3	12.3	10.5	18.4	19.8	15.8	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	14.7	12.9	9.2	14.5	15.1	13.7	-
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	37.3	36.5	39.5	32.4	36.7	40.3	
Panel B. Acceso a la financiación							
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	34.6	20.7	13.3	26.7	14.8	17.5	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	23.1	14.0	23.3	8.3	13.3	10.0	
No han querido concederles la financiación (%)	26.9	48.8	56.7	40.0	50.4	50.0	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	3.8	4.1	--	5.0	5.2	7.5	
Está en trámite (%)	11.5	12.4	6.7	20.0	16.3	15.0	

Chi-Cuadrado de Pearson

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

70

19 FIGURA
A lo largo del 2020 ¿cómo cree que han evolucionado las siguientes variables?

El volumen de la financiación que le ofrecen	2.13	5.00
Los gastos y comisiones que se exigen	2.13	5.00
Las garantías y avales que necesita para acceder a la financiación	2.07	5.00
El coste de la financiación	2.11	5.00
El tiempo entre la solicitud y la respuesta de la entidad financiera	2.15	5.00
El plazo exigido de la devolución	2.31	5.00

1 Mucho peor

5 Mucho mejor

del financiamiento que ofrecen las entidades (2.31); seguido del tiempo transcurrido entre la solicitud y la respuesta (2.15); y, con la misma puntuación, el volumen de la financiación ofrecida y los gastos y comisiones que se exigen, ambos con 2.13. Mientras que las variables que reflejan una evolución menos favorable son el coste del financiamiento (2.11); así como las garantías y avales que se necesitan para acceder al financiamiento (2.07).

El análisis de la evolución en las condiciones de financiamiento considerando el factor tamaño

de la empresa (cuadro 45), refleja resultados estadísticamente significativos (a excepción de la variable garantías y avales necesarios para la financiación). Si bien, la evolución refleja un comportamiento ligeramente desfavorable, destacan los resultados obtenidos respecto al plazo exigido de la devolución. Se observa como las micro (2.23) y pequeñas empresas (2.22) han sido las menos favorecidas; mientras que, sobre el volumen del financiamiento ofrecido, las microempresas son las que han recibido menos de lo solicitado (2.05), frente a las pequeñas (2.11) y medianas empresas (2.55).

45 CUADRO
Evolución en las condiciones de financiamiento¹. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2.05	2.11	2.55	***
Los gastos y comisiones exigidos	2.12	2.07	2.36	*
Garantías y avales necesarios	2.04	2.03	2.26	-
El coste de la financiación	2.08	2.08	2.48	***
El tiempo de resolución de la solicitud	2.07	2.05	2.49	***
El plazo exigido de la devolución	2.23	2.22	2.59	**

¹ 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

El mismo análisis en términos del factor de antigüedad de la empresa (cuadro 46), refleja comportamientos similares sobre la evolución de las condiciones de financiamiento; obteniéndose resultados estadísticamente significativos para dos variables: primero, respecto al plazo exigido de la devolución del financiamiento, en el que se refleja cómo las empresas jóvenes (2.21) han sido las más afectadas respecto a las empresas más maduras (2.34) y segundo, respecto al coste de financiamiento,

en el que nuevamente son las empresas jóvenes (2.07) las que consideran que el coste es mayor y ha evolucionado más desfavorablemente; frente a las empresas maduras (2.19).

En cuanto al factor del género (cuadro 47), no se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas para las variables analizadas, lo que revela que la muestra obtenida no explica en su totalidad el comportamiento de la población.

46 CUADRO
Evolución en las condiciones de financiamiento¹. Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2.07	2.18	-
Los gastos y comisiones exigidos	2.10	2.19	-
Garantías y avales necesarios	2.04	2.09	-
El coste de la financiación	2.07	2.19	*
El tiempo de resolución de la solicitud	2.11	2.09	-
El plazo exigido de la devolución	2.21	2.34	*

¹ 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

72

47 CUADRO
Evolución en las condiciones de financiamiento¹. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2.14	2.09	-
Los gastos y comisiones exigidos	2.11	2.15	-
Garantías y avales necesarios	2.06	2.07	-
El coste de la financiación	2.10	2.13	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2.06	2.14	-
El plazo exigido de la devolución	2.24	2.28	-

¹ 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

Por su parte, el sector de actividad es un factor que influye significativamente en dos variables; como se puede observar en el cuadro 48. Las empresas dedicadas a actividades del sector construcción muestran una evolución menos favorable respecto al tiempo de resolución de la solicitud (1.76) y sobre el plazo exigido de la

devolución (1.95). Mientras que las que mejor evolución presentan respecto al tiempo de resolución de la solicitud son las del sector comercio (2.25) y las del sector primario (2.17). Sobre el plazo exigido nuevamente son las empresas del sector comercio (2.37) y las del sector de manufactura (2.34) las más favorables.

48 CUADRO
Evolución en las condiciones de financiamiento¹. Sector de actividad

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2.15	2.16	1.87	2.15	2.12	2.00	-
Los gastos y comisiones exigidos	2.10	2.16	1.87	2.25	2.14	2.06	-
Garantías y avales necesarios	2.11	2.07	1.87	2.29	2.01	2.04	-
El coste de la financiación	1.96	2.11	1.97	2.25	2.14	2.05	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2.17	2.16	1.76	2.25	2.09	1.94	*
El plazo exigido de la devolución	2.32	2.34	1.95	2.37	2.25	2.10	*

¹ 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

06 INFOGRAFÍA
Impacto sobre el acceso a financiamiento

1 Mucho peor 5 Mucho mejor

Evolución de las variables de financiamiento



¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiamiento de entidades de crédito en la actualidad?



29.1 % ● Sí
17.5 % ● No necesita
15.1 % ● Se autofinancia
38.2 % ● No conseguiría

En caso de haberlo solicitado...



23.2 % ● Igual
17.0 % ● Peores
46.6 % ● Otras
13.2 % ● En trámite

Otras: No se le ha concedido, no se ha aceptado

Indicadores de rendimiento

CAPÍTULO SEIS

76

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 absentismo laboral.

En la figura 20 se observa que los aspectos más favorables para las MIPYMES centroamericanas encuestadas son: la sa-



A partir de la percepción de las empresas, los aspectos más favorables para el rendimiento son la satisfacción de clientes, la calidad de sus productos y su rapidez de adaptación a los cambios en el mercado (3.83). Mientras que la rentabilidad, el absentismo laboral o la rapidez del crecimiento de las ventas figuran entre los más desfavorables.”

20 FIGURA
Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores



1 Mucho peor 5 Mucho mejor

tisfacción de clientes (4.14), la calidad de sus productos (3.96), la rapidez de adaptación a los cambios en el mercado (3.83), la eficiencia de los procesos productivos (3.76) y la satisfacción/motivación de los empleados (3.55).

En contraste, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2.96), el menor grado de absentismo laboral y la rapidez del crecimiento de las ventas, ambos ambos con 2.93.

Si analizamos el rendimiento según el tamaño de las MIPYMES (cuadro 49), encontramos diferencias significativas a favor de las medianas empresas en los factores relacionados con estar creciendo más (3.06) y adaptarse mejor a los cambios en el mercado (3.95) frente a las empresas pequeñas y microem-

presas. Por otra parte, las microempresas cuentan en mayor medida con clientes satisfechos (4.08) frente a las pequeñas y medianas empresas.

Al hacer el mismo análisis en cuanto a la edad de las empresas (cuadro 50), casi todos los indicadores reflejaron diferencias estadísticamente significativas. Las empresas jóvenes están mejor posicionadas que las maduras en todos los aspectos (exceptuando el nivel mínimo de absentismo laboral donde superan las maduras a las jóvenes).

Las empresas jóvenes cuentan con más clientes satisfechos (4.11), ofrecen productos de mayor calidad (3.87), agilidad para adaptarse a los cambios en el mercado (3.80) y tienen empleados más satisfechos/motivados (3.50).

49 CUADRO
Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores¹. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.81	3.74	3.90	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3.67	3.61	3.77	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4.08	3.93	3.93	**
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.74	3.65	3.95	*
Está creciendo más	2.85	2.71	3.06	**
Es más rentable	2.85	2.80	3.07	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.46	3.29	3.43	-
Tiene un menor absentismo laboral	2.91	3.06	3.08	-

¹ 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

50 CUADRO
Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores¹. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.87	3.69	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3.68	3.65	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4.11	3.87	***
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.80	3.63	***
Está creciendo más	2.92	2.68	***
Es más rentable	2.93	2.74	***
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.50	3.28	***
Tiene un menor absentismo laboral	2.93	3.04	-

¹ 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

Por su parte, si consideramos el factor género del director/a general o gerente de la empresa (cuadro 51), se observan diferencias estadísticamente significativas a favor de las MIPYMES lideradas por mujeres en variables de rendimiento como: contar con clientes

más satisfechos (4.18), ofrecer productos de mayor calidad (3.89), adaptarse antes a los cambios en el mercado (3.82), disponer de procesos internos más eficientes (3.73) y tener empleados más satisfechos/motivados (3.49). Todos los impactos que se observan

en las MIPYMES lideradas por hombres; en las lideradas por mujeres obtienen mayor puntuación en todas las variables.

Finalmente, con relación al sector de actividad (cuadro 52), los datos mostraron diferencias

estadísticamente significativas solamente en tres categorías. Se puede observar que las empresas pertenecientes a la industria manufacturera cuentan con clientes más satisfechos (4.06), ofrecen productos de mayor calidad (3.86) y son más rentables (2.99).

51 CUADRO
Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores¹. Género del director/a general de la empresa

	Femenino	Masculino	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.89	3.72	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3.73	3.60	**
Cuenta con clientes más satisfechos	4.18	3.89	***
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.82	3.66	**
Está creciendo más	2.84	2.81	-
Es más rentable	2.88	2.83	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.49	3.34	**
Tiene un menor absentismo laboral	2.94	2.99	-

¹ En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

52 CUADRO
Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores¹. Sector de actividad director/a general de la empresa

	Primar.	Manuf.	Constr.	Comerc.	Serv.	Otras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.72	3.86	3.59	3.64	3.85	3.86	*
Dispone de procesos internos más eficientes	3.53	3.67	3.40	3.61	3.72	3.69	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3.70	4.06	3.92	3.98	4.03	4.21	**
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.58	3.78	3.56	3.75	3.74	3.78	-
Está creciendo más	2.74	2.99	2.64	2.81	2.80	2.77	-
Es más rentable	2.86	2.99	2.56	2.86	2.79	2.92	*
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.23	3.45	3.24	3.40	3.42	3.48	-
Tiene un menor absentismo laboral	2.70	2.90	2.83	3.08	3.05	2.96	-

¹ En una escala de 1 = Peor a 5 = Mejor

Diferencias estadísticamente significativas: (*): p < 0.1; (**): p < 0.05; (***): p < 0.01. (-) no significativa

07 INFOGRAFÍA
Impacto sobre los indicadores de rendimiento

1 Total desacuerdo 5 Total acuerdo



Rendimiento de las MIPYMES frente a sus competidores



Referencias

82

- 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 sobre-reacción, tanto para la salud pública como para la economía.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284-289.
- 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.

Metodología de la investigación

APÉNDICE

El diseño de la muestra y del cuestionario garantizan la obtención de información estadísticamente válida para extraer conclusiones sobre los diversos aspectos que aborda este trabajo. En esta sección se expone la metodología del trabajo empírico realizado: estructura de la muestra, proceso de selección de las variables del cuestionario y técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de resumen y análisis de la información obtenida.

Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación en función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo

tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron los siguientes estratos: sector (primario, industria manufacturera, construcción, comercio, servicios y otras actividades no contempladas), tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas) y países centroamericanos (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Panamá). Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta digital y una plataforma *online*.

Dado que el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población, fue necesario el uso 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.

53 CUADRO
Número de empresas encuestadas según actividad económica

Actividad económica	Nº de empresas	%
Sector primario	82	6.1%
Industria Manufacturera	350	25.9%
Construcción	78	5.8%
Comercio	185	13.7%
Servicios	509	37.7%
Otras actividades no contempladas	147	10.9%
Total	1,351	100.0%

La muestra finalmente obtenida fue de 1351 empresas centroamericanas (en el cuadro 53 puede apreciarse la distribución según actividad económica y en el cuadro 54 por país). En el cuadro 55 se puede observar el error muestral para los distintos estratos por sectores analizados en este informe, determinando un error muestral global de 2.7 puntos con un nivel de confianza del 95%. Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtienen del Sistema Regional de Información MIPYME de Centroamérica y República Dominicana (SIRMIPYME) el cual a través de la búsqueda, recolección, solicitudes y consultas directas de datos e información a las Instituciones Nacionales MIPYME e Institutos Nacionales de Estadísticas, recopila el número de empresas que conforman el parque empresarial de la región SICA.

54 CUADRO
Número de empresas encuestadas según país

País	Nº de empresas
Costa Rica	419
El Salvador	266
Guatemala	48
Honduras	194
Panamá	424
Total	1,351

55 CUADRO
Errores de estimación de la muestra

	P=50%
Sector (nivel confianza 95%)	
Sector primario	10.8
Industria Manufacturera	5.2
Construcción	11.1
Comercio	7.2
Servicios	4.3
Otras actividades no contempladas	8.1
Microempresa	3.3
Pequeña	5.1
Mediana	9.1
Total (nivel confianza 95%)	2.7

Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental al momento 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 gerentes de las MIPYMES. Con esta herramienta se ha buscado recopilar 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 llenado del cuestionario.

La técnica de captación de información fue la encuesta 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 dos bloques. En el primero, se pregunta a las personas encuestadas sobre rasgos generales de sus empresas –sector de actividad, ubicación geográfica, número de empleados, género del gerente, control familiar de la empresa, expectativas de crecimiento de empleo y ventas, grado de internacionalización, y si han realizado o no teletrabajo–.

En el segundo bloque se recoge información sobre: cómo ha impactado la actual crisis generada por 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, género y sector de actividad de la empresa. Para evaluar la significación 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 X^2 de Pearson 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 X^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)”.

Interpretación de los datos

Uso de Chi-Cuadrado de Pearson

Al analizar dos variables categóricas, se utilizó

esta prueba para obtener su nivel de significancia estadística.

Uso de ANOVA

Al analizar una variable categórica con otra en escala Likert, se utilizó esta prueba para obtener las medias de los resultados y su nivel de significancia estadística.

Uso de escalas Likert

En el presente informe el lector encontrará una serie de figuras y cuadros en los cuales se han utilizado escalas Likert para calificar de 1 a 5 las variables analizadas, partiendo de las valoraciones que las MIPYMES encuestadas otorgaron; a continuación, se detallan las escalas Likert empleadas en los apartados del informe:

- ▶ En el apartado que evalúa el Impacto económico (capítulo 2), se ha utilizado la escala para medir en términos positivos y negativos el grado de importancia que las MIPYMES otorgan al impacto que la crisis ha generado sobre sus niveles de internacionalización e indicadores económicos y financieros; en la cual 1 corresponde a un impacto muy bajo, 3 a un nivel medio de impacto y 5 un impacto muy alto.
- ▶ En el capítulo que se evalúa el Impacto sobre la organización de la empresa (capítulo 3), se empleó la escala para medir las valoraciones que las MIPYMES expresaron en cuanto al impacto que la crisis sanitaria ha generado sobre la gestión de sus actividades con clientes y proveedores, operativas y estratégicas; en la cual, 3 representa término medio, si la valoración es menor significa nivel de desacuerdo y si es mayor, significa una postura de acuerdo.

- ▶ En el capítulo de análisis de la Actividad Innovadora (capítulo 4), ha sido empleada la escala para evaluar el grado de importancia asignado por las empresas a las innovaciones; en donde, 1 representa una valoración poco importante, 3 el nivel medio de valoración y 5 significa una valoración muy importante.
- ▶ En el capítulo de Acceso al financiamiento (capítulo 5), se utilizó esta escala para evaluar las calificaciones que las MIPYMES asignaron al comportamiento evolutivo de las variables que hacen referencia a las condiciones de financiamiento; representando 1, una calificación muy desfavorable, 3 el nivel medio de calificación y 5 una calificación muy favorable.
- ▶ En el capítulo referente a los Indicadores de rendimiento (capítulo 6), se empleó la escala para medir las valoraciones que las MIPYMES otorgaron a su desempeño en contraste con el desempeño de sus competidores; en este caso 1 significa “mucho peor”, 3 el nivel medio de calificación asignado y 5 “mucho mejor”.

Significancias estadísticas

Respecto a los resultados estadísticamente significativos, estos son representados por medio de asteriscos o guiones de acuerdo a su nivel de significancia y esta cuanto mayor sea, mayor será su fiabilidad en los resultados analizados. Así mismo, los niveles de significancia obtenidos son representados de la siguiente manera:

- ▶ Un asterisco (*): resultado casi significativo, obteniendo por medio de los test ANOVA o Chi-Cuadrado 0.100 a 0.051, reflejando un nivel de confianza al 90%.

- ▶ Dos asteriscos (**): resultado significativo, obteniendo por medio de los test ANOVA o Chi-Cuadrado 0.050 a 0.011, reflejando un nivel de confianza al 95%.
- ▶ Tres asteriscos (***) : resultado muy significativo, obteniendo por medio de los test ANOVA o Chi-Cuadrado 0.010 a 0.000, reflejando un nivel de confianza al 99%.
- ▶ Un guion (-): resultado no significativo, obteniendo por medio de los test ANOVA o Chi-Cuadrado mayor a 0.100.



cenpromype
Centro Regional de Promoción de la MIPYME



El informe “Impacto económico del Covid-19 sobre las mipymes en Centroamérica” 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 universitaria 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- la Red Latinoamericana de innovación y Emprendimiento -RLIE- del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración -CLADEA- y la Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento -RED MOTIVA- y del Centro Regional de Promoción de la mipyme (CENPROMYPE).



REPÚBLICA DE CHINA (TAIWAN)

cenpromype
Centro Regional de Promoción de la MIPYME

