

INFORME MIPYME 2021



Impacto económico de la **CRISIS COVID-19** *sobre la* *mipyme en Iberoamérica*

Equipo de redacción del informe

García Pérez de Lema, Domingo (coordinador)
Calvo-Flores Segura, Antonio
Hansen, Peter B.
Leiva Bonilla, Juan Carlos
Somohano Rodríguez, Francisco Manuel

EDITA: FAEDPYME Cartagena (Spain)

ISSN: 2792-4378

Serie: Informes MIPYME

No está permitida la reproducción total o parcial de este estudio, ni su almacenamiento o transmisión por ningún medio (electrónico, mecánico, grabación, fotocopia, etc.) sin permiso previo de los autores.

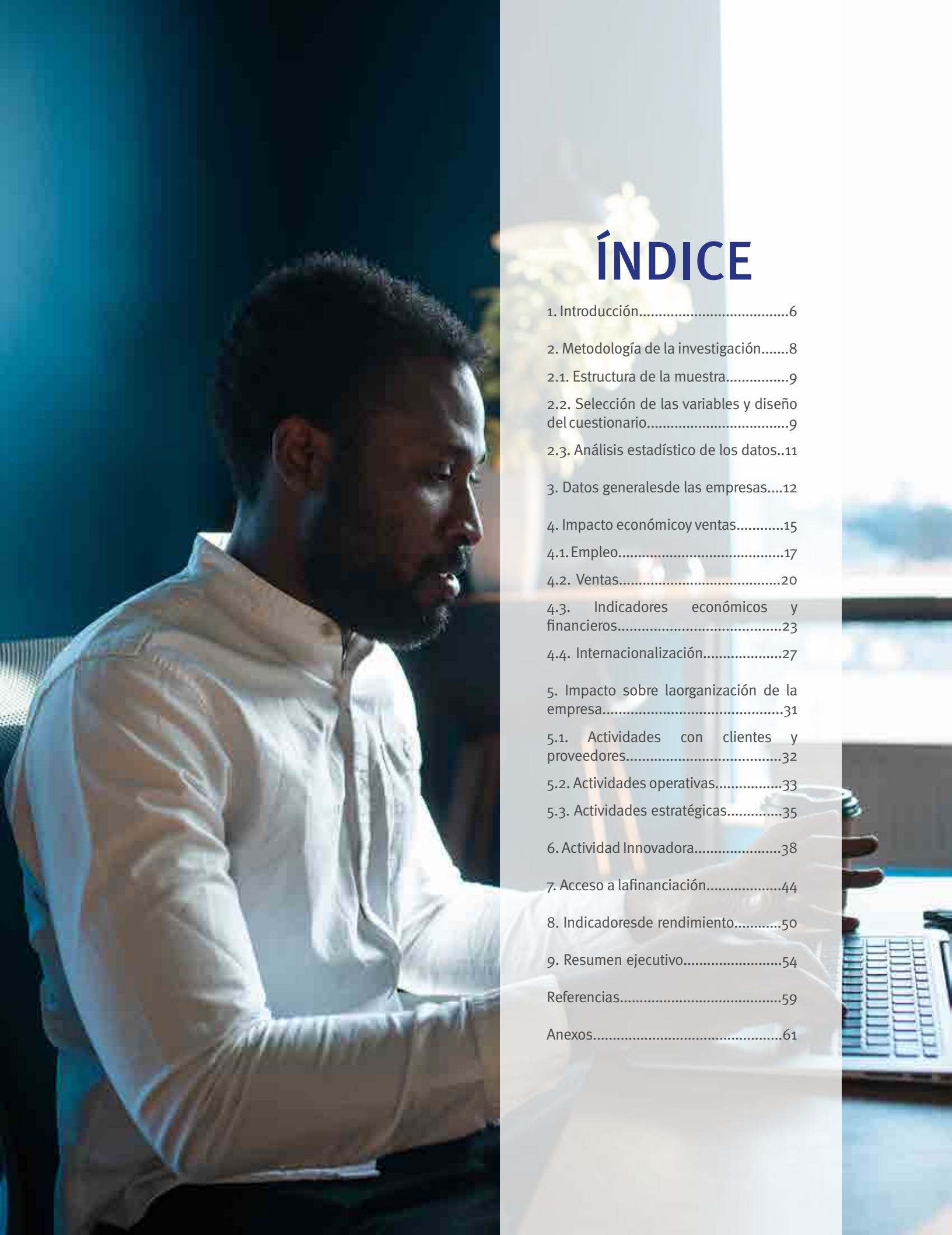
Diseño y maquetación: Juan C. Illera Bedoya

Este trabajo es fruto de la colaboración de numerosos investigadores de diferentes universidades iberoamericanas e instituciones oficiales de apoyo a la mipyme, que han participado activamente en la recolección de los datos y en la elaboración de los diferentes informes nacionales y regionales realizados. En anexo a este documento se adjunta relación de todas las instituciones e investigadores que han hecho realidad este informe.

El observatorio es una estrategia de la Alianza Interredes para la cooperación académica entre redes universitarias: la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme **-FAEDPYME-**, la Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento **-MOTIVA-**, la Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento **-RLIE-** del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración **-CLADEA-** y la Red Universitaria de Emprendimiento **REUNE** de la Asociación Colombiana de Universidades **ASCUN**. Además, queremos destacar la colaboración de las siguientes instituciones de apoyo a la Mipyme: Centro Regional de Promoción de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE); Centro Nacional de Competitividad de Panamá; Ministerio de Industria y Comercio - Viceministerio de Mipymes de Paraguay; Asociación colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas (Acopi); y Cámara de Comercio de Villavicencio y del Casanare en Colombia.

Adicionalmente, en www.faedpyme.es donde se aloja el ***Observatorio Iberoamericano de la Mipyme***, encontrarán datos a nivel sectorial con mayor detalle de desagregación que en este informe. Al objeto de facilitar a las mipymes información más directa de su sector.





ÍNDICE

1. Introducción.....	6
2. Metodología de la investigación.....	8
2.1. Estructura de la muestra.....	9
2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario.....	9
2.3. Análisis estadístico de los datos..	11
3. Datos generales de las empresas....	12
4. Impacto económico y ventas.....	15
4.1. Empleo.....	17
4.2. Ventas.....	20
4.3. Indicadores económicos y financieros.....	23
4.4. Internacionalización.....	27
5. Impacto sobre la organización de la empresa.....	31
5.1. Actividades con clientes y proveedores.....	32
5.2. Actividades operativas.....	33
5.3. Actividades estratégicas.....	35
6. Actividad Innovadora.....	38
7. Acceso a la financiación.....	44
8. Indicadores de rendimiento.....	50
9. Resumen ejecutivo.....	54
Referencias.....	59
Anexos.....	61

1. Introducción

La COVID-19 ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico en el mundo. Muchas empresas se han visto golpeadas por la crisis sanitaria y han surgido fuertes tensiones que pueden limitar su competitividad y su supervivencia. Como consecuencia de esta inesperada crisis, se produjo un shock en la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda provocado por un menor consumo que ha hecho disminuir los ingresos en las empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). Todo esto ha propiciado una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Adicionalmente, la COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se han extendido la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020). En América Latina, la COVID-19 ha golpeado especialmente en un momento de debilidad económica que ha repercutido de una forma muy negativa en sus expectativas de crecimiento económico (CEPAL, 2020). Esta crisis ha provocado cambios importantes en las políticas para apoyar a las mipymes en América Latina (Dini & Heredia Zurita, 2021). Aunque el estrés fiscal de las finanzas públicas en las economías emergentes ha puesto de manifiesto las debilidades del sistema de apoyo a las mipymes (Hevia & Neumeyer, 2020).

En la actualidad muchas instituciones están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con el ánimo de mitigar los impactos que ha generado y generará la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19. Para gestionar esta crisis será necesario proponer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a medio y largo plazo que marquen el camino hacia una recuperación fuerte y sostenible (Banco Mundial, 2020). En este sentido, resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, sobre los efectos económicos que la pandemia de COVID-19 está teniendo en las empresas. Esto permitirá conocer las necesidades y los desequilibrios que hayan surgido en el tejido empresarial, y que puedan producirse en el futuro, con 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 dure la incertidumbre sobre cuánto durará esta crisis sanitaria. Estamos ante un momento en el que se deben tomar decisiones rápidamente, lo que se decida tendrá importantes consecuencias en el futuro (BBVA Research, 2020).

El Informe Mipyme 2021 se centra en valorar el impacto económico de la crisis sanitaria generada por la COVID-19 en Iberoamérica. Se aporta información sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, y de diferentes indicadores de la organización de la empresa. El documento pretende ser una herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto

para la gestión de la empresa, como para dirigir convenientemente los programas de actuación de las políticas públicas, siendo útil para las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico.

Los objetivos específicos del informe son:

- Estimar el impacto de la pandemia de COVID-19 en variables como el empleo, las ventas y en diferentes indicadores económicos y financieros, con objeto de identificar las principales dificultades que atraviesan las empresas.
- Determinar el impacto de la crisis económica generada por la COVID-19 en la organización de la empresa.
- Estudiar la actividad innovadora de la microempresa y su acceso a la financiación.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a directivos de 9.300 mipymes iberoamericanas. La recogida de información fue online con seguimiento telefónico. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero, marzo, abril y mayo de 2021. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

Adicionalmente, cabe destacar, por un lado, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de las mipymes, sino

más bien la de 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, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las primeras y ajustar los segundos.

El informe “Impacto económico del Covid-19 sobre las Mipymes en Iberoamérica” es el resultado de una iniciativa del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme, cuyo objeto 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.



A top-down view of a person's hands in a dark suit, pointing with a black pen at a document on a wooden desk. The document features a pie chart titled 'Current financial situation' and a line graph titled 'Trading Graph'. The pie chart shows three segments: 50%, 30%, and 15%. The line graph shows a fluctuating upward trend. In the background, there is a calendar with a yellow sticker that says 'Planner with Family 24.5 am' and a white mug.

2. Metodología *de la investigación*

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.

2.1. Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población o universo objeto de estudio y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Asimismo, deben estar relacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que, partiendo de una muestra agregada fija, la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el tamaño de la muestra. En este trabajo se fijaron los siguientes estratos: sector (ver cuadro 2.1), tamaños (microempresas, pequeñas empresas y medianas empresas) y País. Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. Como se ha comentado, el trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta online con seguimiento telefónico, utilizando una plataforma común entre todos los equipos de investigación con objeto de homogeneizar la entrada y codificación de los datos.

Dado que el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población o universo de referencia, fue necesaria la utilización de los correspondientes factores de elevación para la obtención de resultados agregados. Esto asegura un procedimiento objetivo y comparable para determinar la adecuación de la muestra a los objetivos de la investigación. No obstante, es importante resaltar que las distintas pruebas y contrastes estadísticos que se han realizado a lo largo del estudio, contarán con su nivel de significación o grado de precisión determinado a partir de los datos realmente obtenidos en la encuesta y de acuerdo con las técnicas estadísticas utilizadas y al nivel de agregación establecido en cada caso.

La muestra finalmente obtenida fue de 9.300 mipymes iberoamericanas. En el cuadro 2.1 puede verse la distribución de la muestra según sector de actividad y tamaño y en el cuadro 2.2 por País.

El **error muestral global** que se obtiene de la muestra utilizada es del **1,1% para un nivel de confianza del 95%**. Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtuvieron de las fuentes estadísticas oficiales de los países que configuran la muestra.

2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la empresa ante la crisis generada por la COVID-19. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a

Cuadro 2.1. Distribución de la muestra según sector de actividad y tamaño

	Nº de empresas	%
Sector primario	928	10,0
Inds. Extractivas	269	2,9
Inds. Manufactureras	2.096	22,5
Energía, Agua, Reciclaje	599	6,4
Construcción	381	4,1
Comercio	1.134	12,2
Servicios	2.945	31,7
Otras actividades	948	10,2
Microempresa	4.937	53,1
Pequeña	2.982	32,1
Mediana	1.381	14,8
TOTAL	9.300	100,0

Cuadro 2.2. Distribución de la muestra en cada País

	Nº de empresas	%
Argentina	553	5,9
Brasil	786	8,5
Chile	303	3,3
Colombia	1.342	14,4
Costa Rica	422	4,5
Ecuador	1.111	11,9
El Salvador	267	2,9
España	1.550	16,7
Guatemala	48	0,5
Honduras	195	2,1
México	1.704	18,3
Panamá	430	4,6
Paraguay	367	3,9
Uruguay	222	2,4
TOTAL	9.300	100,0

los gerentes de las mipymes. Con esta herramienta se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha prestado especial atención al orden y estructura de los bloques de preguntas, con la extensión más breve posible que permitiese una redacción clara y adecuada con el objetivo de reducir al máximo los posibles problemas de interpretación y obtención de datos en el proceso de cumplimentación del cuestionario.

La técnica de captación de información fue la encuesta online con seguimiento telefónico, 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 los encuestados sobre los rasgos generales de sus empresas, como el sector de actividad, la ubicación geográfica, el número de empleados, el género del gerente, el control familiar de la empresa, las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, el grado de internacionalización, y si han realizado o no teletrabajo.

En el segundo bloque se recoge información sobre cómo ha impactado la actual crisis generada por la COVID-19 en determinados indicadores de la empresa, cómo ha afectado la crisis a la actividad de gestión y sobre el nivel de actividad desarrollada por la empresa, el acceso a la financiación y, finalmente, los indicadores de rendimiento.

2.3. Análisis estadístico de los datos

Las variables de clasificación utilizadas para contrastar si existen diferencias significativas en el perfil de respuestas han sido: tamaño, antigüedad y sector de actividad de la empresa. Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación utilizado, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

- Cuando se analizan diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la χ^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 χ^2 de Pearson.
- En el caso de variables cuantitativas para las que se analice la diferencia de medias según un criterio de clasificación, se ha utilizado el contraste de “análisis de la varianza (ANOVA)”.

A person in a light-colored suit is shown in profile, working on a laptop. The scene is dimly lit with a strong blue light source, creating a high-tech atmosphere. Overlaid on the image is a network of glowing blue lines and dots, resembling a data visualization or a digital map. The text '3. Datos generales de las empresas' is centered in the middle of the image, with '3. Datos generales' in bold yellow and 'de las empresas' in white italicized font.

3. Datos generales *de las empresas*

Las empresas entrevistadas, y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 9.300 mipymes, tratándose de una muestra representativa del conjunto de mipymes iberoamericanas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa y que nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las mipymes analizadas.

Las mipymes que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- La antigüedad media de las empresas es de 16 años (gráfico 3.1).
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 68,9% de

las empresas están regidas en el entorno familiar (gráfico 3.2).

- El 33,3% de las empresas están gestionadas por mujeres (gráfico 3.3).
- El 68,3% de los gerentes disponen de estudios universitarios (gráfico 3.4).
- El 16,5% de las empresas han sido beneficiadas por ayudas públicas en los procesos de apoyo a la mipyme y el 17,9% han recibido subsidios o beneficios económicos estatales por el covid 19 (gráfico 3.5).
- El 17,4% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 30,5% de estas empresas prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19 (gráfico 3.6).

Gráfico 3.1. ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

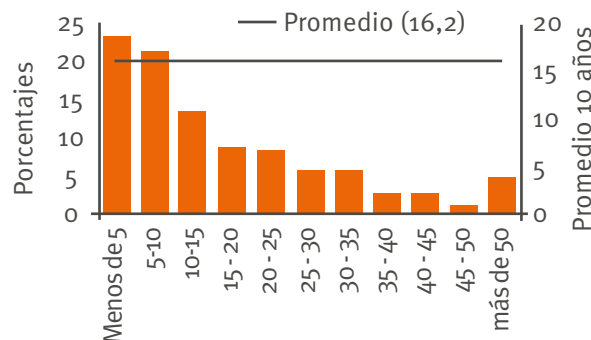


Gráfico 3.2. ¿Considera que la empresa es una empresa familiar? (es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)

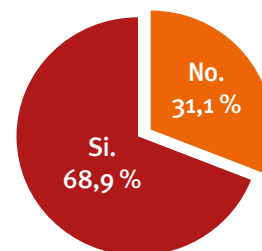


Gráfico 3.3. ¿Cuál es el género del director general/gerente?

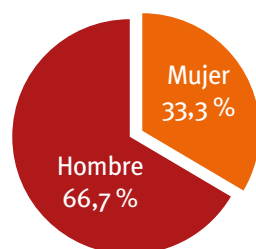


Gráfico 3.4. ¿dispone de estudios universitarios?

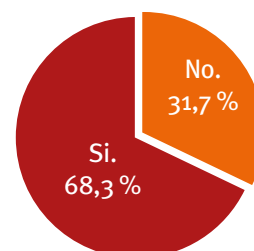


Gráfico 3.5. Su empresa ha sido beneficiaria de...

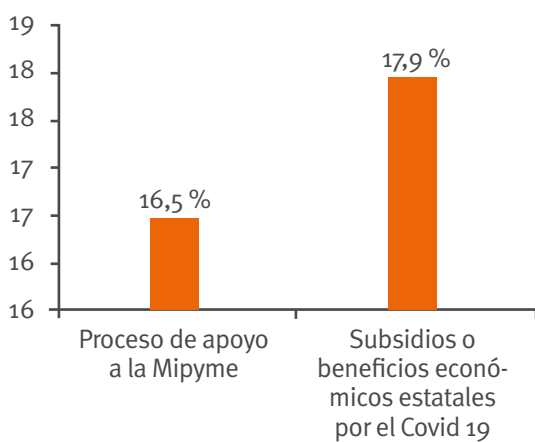
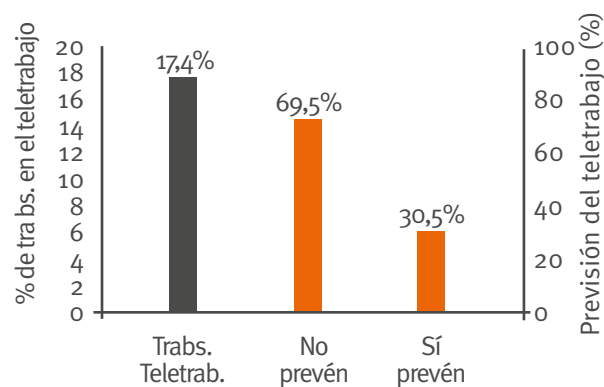


Gráfico 3.6. % de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19 y previsión a utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19



A hand wearing a blue nitrile glove holds a small, realistic globe of the Earth. The globe is positioned as if it is wearing a white surgical mask, with the mask's top edge visible just below the globe's equator. The background is dark and out of focus.

4. Impacto económico *y ventas*

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha supuesto un hecho sin precedentes de escala mundial. El resultado de las restricciones al movimiento de personas, de desarrollo de múltiples actividades económicas e, incluso, al tráfico comercial internacional ha generado un gran impacto en el crecimiento de las empresas, al paralizarse sus actividades cotidianas de forma repentina e inesperada. Ciertamente será difícil evaluar el impacto de esta crisis hasta que no haya transcurrido un tiempo y se tengan disponibles todos los elementos sanitarios para el control de la pandemia.

En este apartado tratamos de evaluar, en una primera aproximación, el impacto económico de la crisis en el empleo y las ventas.

Las ventas responden de forma más instantánea a la demanda y nos informan del crecimiento de la actividad ordinaria de la empresa. El empleo, responde también a ese crecimiento de la demanda, pero siempre y cuando ese incremento se produzca de forma sostenida de manera que la empresa confíe a largo plazo en una evolución positiva del volumen de negocio.

Para estudiar el comportamiento del empleo disponemos, por un lado, del número medio de asalariados que se declara haber tenido en 2019 y en 2020. Por otro, la opinión o expectativas del gerente de la mipyme sobre cómo evolucionará ese empleo durante el año 2021 (si estima disminuirá, se mantendrá estable o aumentará).

Para analizar las ventas disponemos de la declaración de la gerencia sobre su comportamiento en 2020 respecto a 2019 (disminución, mantenimiento y crecimiento) así como una estimación del porcentaje de variación anual. Para ver el comportamiento de las expectativas de las ventas disponemos de la opinión o expectativas del gerente de la mipyme sobre cómo evolucionarán las ventas durante el primer y segundo semestre del año 2021 (si estima disminuirán, se mantendrán estable o aumentarán).

Para evaluar las expectativas cuando se expresan como escenarios pesimistas, neutros y optimistas se suele calcular el saldo del escenario previsto o diferencia entre el porcentaje de respuestas optimistas y pesimistas. El signo y magnitud del saldo, junto al nivel alcanzado por los neutrales, nos dan una idea del consenso alcanzado por los encuestados.



4.1. Empleo

Se ha preguntado a la mipyme sobre el número medio de empleados en los años 2019 y 2020 con la intención de valorar el impacto sobre el empleo de la crisis económica originada por la COVID-19. Para el conjunto de toda la mipyme se observa una caída del -10,8% en el número de asalariados de 2020 respecto al año anterior. Lo importante de esta cifra, más allá de su valor que se haya sometido al error de muestreo, es que pone de manifiesto que la pandemia ha generado un efecto negativo de importancia significativa sobre el principal tejido productivo de la zona económica iberoamericana objeto del estudio.

No obstante, el efecto de la crisis ha sido heterogéneo, golpeado a unas empresas y favoreciendo, en cambio, a otras. Por ello, resulta conveniente para valorar adecuadamente la importancia y alcance del efecto negativo de la pandemia el segmentar a las empresas según su comportamiento y perspectivas futuras respecto al número de empleados. Así, se establecen tres grupos (disminución; mantenimiento; y aumento) según la variación anual de trabajadores en 2020 y otros tres grupos por la tendencia prevista del empleo en 2021 (gráfico 4.1).

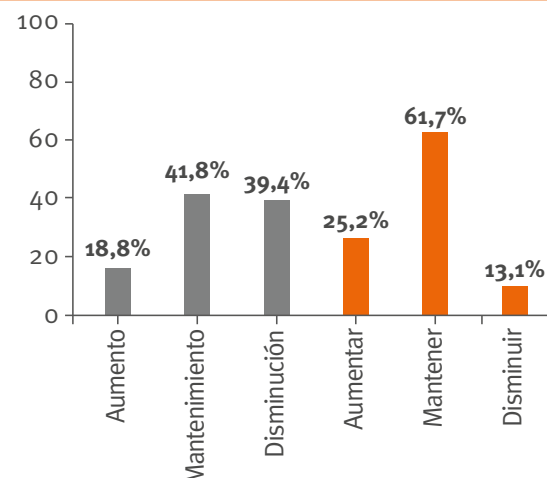
Al considerar la evolución del empleo del 2020 con relación al 2019, podemos observar que el 39,4% de las mipyme analizadas vieron reducido su número de trabajadores, un 41,8% lo pudieron mantener y un 18,8%, a pesar de la crisis, lo aumentaron. Estos resultados determinan un *saldo de evolución* (diferencia entre porcentaje de empresas que incrementan su empleo y empresas en las que disminuye) de -20,6 puntos que representa de forma más clara el efecto neto de la pandemia sobre el empleo.

De cara al 2021, las expectativas resultan más favorables. El 25,2% de las mipyme encuestadas señalaron que aumentarán su empleo, el 61,7% que lo mantendrán y el 13,1 que lo disminuirán. Estos porcentajes determinan un *saldo de expectativas* (diferencia entre porcentajes de expectativas de aumento y de disminución) positivo de 12,1 puntos que sugiere la confianza de las empresas en la recuperación, aunque sin llegar a mitigar el efecto negativo del año 2020.

Para analizar con más detalle el impacto de la crisis sobre el empleo de la mipyme, vamos a caracterizar a las empresas según su tamaño, antigüedad y sector de actividad.

En cuanto al tamaño podemos apreciar (cuadro 4.1) que tanto en la evolución del empleo 2020 como en las expectativas para 2021 se obtienen diferencias significativas según el estrato considerado. En general, el saldo de evolución y el de expectativas resultan más optimistas conforme el tamaño aumenta.

Gráfico 4.1. Evolución anual del empleo en 2020 y tendencia prevista para 2021



Cuadro 4.1. Impacto de la crisis sobre el empleo. Tamaño de la empresa

	Micro	Peque- ñas	Media- nas	Sig.
Evolución empleados entre 2019 y 2020				
Aumento (% de empresas)	15,8%	20,3%	25,7%	
Mantenimiento (% de empresas)	45,7%	39,3%	33,5%	***
Disminución (% de empresas)	38,5%	40,4%	40,8%	
Saldo de evolución	-22,7	-20,1	-15,1	
Tendencia empleo 2021				
Aumento (% de empresas)	25,0%	24,3%	27,8%	
Mantenimiento (% de empresas)	62,4%	62,4%	57,7%	**
Disminución (% de empresas)	12,5%	13,3%	14,5%	
Saldo de expectativas	12,5	11,0	13,3	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

En la evolución 2020, la diferencia es clara entre los tres estratos, mostrando que el impacto negativo sobre el empleo ha sido más intenso conforme el tamaño de la empresa disminuye. Las microempresas presentan un saldo negativo de empleo de -22,7 puntos, las pequeñas -20,1 puntos y las medianas de -15,1 puntos. El dispar resultado se origina por el peso de las empresas que convierten la crisis en oportunidad y aumentan su empleo, que son el 15,8% en las microempresas, el 20,3% en las pequeñas y el 25,7% en las medianas. En cambio, las que sufren pérdida de empleo son un porcentaje muy similar en los tres estratos (cerca de la media conjunta del 39,4%).

Si examinamos las expectativas de generación de empleo para 2021, se observa que la tendencia es favorable en los tres tamaños y que las diferencias en el saldo de expectativas son de bastante menor magnitud que las determinadas en el saldo de evolución 2020. Para la micro y pequeñas empresas se obtienen resultados similares y más homogéneos. Para esos dos grupos de menor tamaño, aproximadamente, un 62%

no variarán su empleo respecto a 2020 y casi un 25% lo incrementarán. El mayor saldo positivo de expectativas de empleo se encuentra en las medianas empresas, con 13,3 puntos. No obstante, a ese saldo se llega con un 27,8% de empresas que aumentarán su empleo (más que en el resto de los tamaños) y un 14,5% que lo reducirán (también más reducción que en el resto de los tamaños).

Al considerar la antigüedad de la empresa (cuadro 4.2) encontramos diferencias estadísticamente muy significativas tanto en la evolución del empleo en 2020 como en sus expectativas para 2021, siendo tales diferencias siempre favorables a las empresas más jóvenes. La joven empresa encaja mejor la crisis en 2020, con saldo de evolución negativo de -17,9 puntos, pero que resulta menos malo que las maduras que llegan a hasta los -23,2 puntos. En las expectativas, se obtienen saldos positivos en los dos grupos, pero mucho más optimista en las jóvenes que alcanzan un saldo positivo de 19,9 puntos frente a los 3,9 puntos de las maduras. Además, a estos resultados se llega siempre por el mayor porcentaje de empresas jóvenes

Cuadro 4.2. Impacto de la crisis sobre el empleo. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución empleados entre 2019 y 2020			
Aumento (% de empresas)	21,4%	16,1%	
Mantenimiento (% de empresas)	39,3%	44,6%	***
Disminución (% de empresas)	39,3%	39,3%	
Saldo de evolución	-17,9	-23,2	
Tendencia empleo 2021			
Aumento (% de empresas)	32,0%	18,0%	
Mantenimiento (% de empresas)	55,9%	67,9%	***
Disminución (% de empresas)	12,1%	14,1%	
Saldo de expectativas	19,9	3,9	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

que crecen en empleo en 2020 y que esperan crecer en 2021. Quizás la juventud lleve asociada una mayor capacidad de adaptación a los cambios que se traduce en esta mayor resiliencia de las jóvenes empresas.

Con respecto al sector, se comprueba que el saldo de evolución de empleo del 2020 ha sido negativo para todas las actividades (cuadro 4.3), aunque con diferencias de intensidad que resultan estadísticamente

muy significativas. Son las empresas de Construcción las que muestran un saldo más desfavorable (-34,7 puntos), seguidas de las empresas de Servicios (-24,2 puntos) e Industria Manufacturera (-24,0 puntos). Los sectores más resistentes al descenso fueron la Industria extractiva (-7,1 puntos) y Otras actividades (-10,3 puntos).

Para el saldo de expectativas, se cambia la tendencia, de forma que todos los

Cuadro 4.3. Impacto de la crisis sobre el empleo. Sector de actividad de la empresa

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Evolución empleados entre 2019 y 2020									
Aumento (% empresas)	17,4	17,4	17,7	18,8	20,1	17,9	19,0	23,0	
Mantenimiento (% empresas)	49,7	58,1	40,6	52,2	25,1	42,9	37,8	43,7	***
Disminución (% empresas)	32,9	24,5	41,7	29,0	54,8	39,2	43,2	33,3	
Saldo de evolución	-15,5	-7,1	-24,0	-10,2	-34,7	-21,3	-24,2	-10,3	
Tendencia empleo 2021									
Aumento (% empresas)	19,6	16,7	27,4	18,8	30,1	25,0	26,1	28,0	
Mantenimiento (% empresas)	68,6	71,9	61,6	68,4	50,6	63,4	59,0	59,1	***
Disminución (% empresas)	11,8	11,4	11,0	12,8	19,3	11,6	14,9	12,9	
Saldo de expectativas	7,8	5,3	16,4	6,0	10,8	13,4	11,2	15,1	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa									

1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas

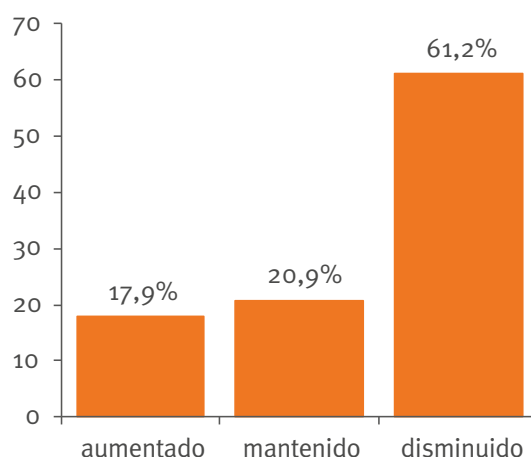
sectores presentan previsiones positivas de crecimiento, si bien, también en todos los casos, sin llegar a compensar el saldo de evolución del anterior ejercicio 2020. Al igual que antes, las diferencias entre sectores resultan ser estadísticamente muy significativas. Las mejores expectativas se encuentran ahora en la Industria Manufacturera (+16,4 puntos); Otras actividades (+15,1 puntos) y Comercio (+13,4). Las expectativas menos optimistas corresponden al Sector primario (+7,8 puntos); Energía, Agua y Reciclaje (+6,0 puntos) e Industria Extractiva (+5,3 puntos).

En general, se aprecia que aquellos sectores más afectados negativamente en 2020 tienden a ser más optimistas en su recuperación, dentro de que el efecto conjunto de 2020 y 2021 presentaría un saldo de crecimiento negativo. Este efecto pendular queda corroborado al comprobar que el coeficiente de correlación (ya sea cuantitativo o por rangos) entre ambos saldos resulta negativo.

4.2. Ventas

Las restricciones derivadas de la pandemia COVID-19 ha generado una crisis económica que, de forma mayoritaria, ha propiciado una reducción muy importante de la cifra de negocio de las empresas en Iberoamérica. De los resultados de la encuesta se deduce que el 61,2% de las empresas han visto reducidas sus ventas de 2020 respecto a 2019 (gráfico 4.2). La tasa media anual de variación de las ventas de 2020 respecto a 2019 se situaría en un -15,8%, lo que ya da una idea de la importante reducción de las transacciones comerciales. Pero es que, además, un 33,8% de las empresas declara pérdidas en ventas superiores al 30%. Como en

Gráfico 4.2. Evolución anual de las ventas en 2020

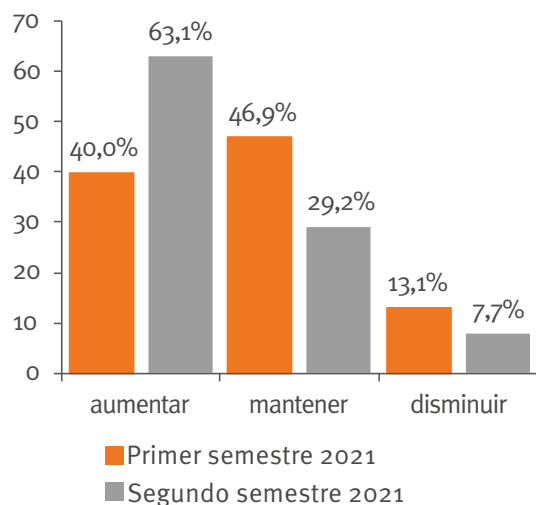


cualquier crisis, también encontramos las que han podido capear el temporal estabilizando su nivel de actividad (el 20,9% declara que han mantenido sus ventas) y otras, que han conseguido nuevas oportunidades de mercado que les ha permitido el incrementar su cifra de negocio (un 17,9%).

A los efectos de evaluar la confianza empresarial sobre los resultados para 2021 se preguntó a la mipyme sobre las expectativas de ventas para el primer semestre y segundo semestre de 2021. La distribución de las empresas según esa confianza puede ser observados en el gráfico 4.3.

Las expectativas empresariales confirmarían la confianza en que, progresivamente se revierta la situación social derivada de los efectos pandémicos de forma que a finales de 2021 el número de empresas en fase de crecimiento de ventas (63,1%) estaría ya superando al número de empresas que redujeron ventas en 2020.

La situación se apreciará mejor si obtenemos el saldo de expectativas, que para el

Gráfico 4.3. Expectativas de ventas para el primer y segundo semestre del año 2021

primer semestre de 2021 alcanzaría la cifra de 26,9 puntos (con un 40% de mipymes en crecimiento de ventas). Para el segundo semestre, el saldo se eleva hasta los 55,4 puntos (con solo un 7,7% de empresas que esperan continuar en fase de reducción de ventas). Así pues, los empresarios están expresando su confianza en que 2022 sea un año normal (o ya en una nueva norma-

lidad que permita recuperar los niveles de ventas de 2019).

Los resultados de evolución 2020 y expectativas 2021 de las ventas al considerar el factor tamaño se resumen en el cuadro 4.4.

Como ocurre con el resultado general ya comentado anteriormente, podemos afirmar que en todos los tamaños se produce un efecto vaivén: intenso descenso de ventas en 2020 y paulatina expectativa de recuperación en 2021. No obstante, las diferencias entre saldos según tamaños son estadísticamente muy significativas. Si revisamos los valores alcanzados en cada tamaño, podremos apreciar que la diferencia radica fundamentalmente en el mejor comportamiento de las medianas empresas que presentan menor reducción de ventas, con saldo de evolución de -31,7 (frente a -39,5 de las pequeñas y de -48,6 de las microempresas) y mejores expectativas de recuperación, con saldo de expectativas de 60,6 en el segundo semestre de 2021 (frente al saldo de 50 puntos en las pequeñas y 57,3 en las microempresas).

Cuadro 4.4. Impacto de la crisis sobre las ventas. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020				
Aumento (% de empresas)	15,9	19,1	22,8	***
Mantenimiento (% de empresas)	19,6	22,2	22,7	
Disminución (% de empresas)	64,5	58,7	54,5	
Saldo de evolución	-48,6	-39,5	-31,7	
Expectativas de ventas 1º semestre 2021				
Aumento (% de empresas)	40,6	37,6	43,2	***
Mantenimiento (% de empresas)	45,1	48,7	49,1	
Disminución (% de empresas)	14,3	13,7	7,7	
Saldo de expectativas	26,3	23,9	35,5	
Expectativas de ventas 2º semestre 2021				
Aumento (% de empresas)	65,2	58,3	66,3	***
Mantenimiento (% de empresas)	26,9	33,4	28,0	
Disminución (% de empresas)	7,9	8,3	5,7	
Saldo de expectativas	57,3	50,0	60,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

Las pequeñas y microempresas presentan unos saldos de evolución y expectativa de ventas más similares. Quizás, reseñar una mayor estabilidad de la pequeña empresa frente a la micro que oscila, decreciendo y creciendo, con algo más de intensidad.

Consideremos, ahora, el factor antigüedad de la empresa como criterio clasificatorio. Los resultados de evolución y expectativas de ventas conforman el cuadro 4.5. En la evolución de las ventas entre 2019 y 2020, las diferencias entre jóvenes y maduras es solo levemente significativa, obteniéndose saldos de evolución negativos muy próximos (de -42,2 puntos en las jóvenes y de -44,0 puntos en las maduras).

Sin embargo, la antigüedad sí resulta ser un factor estadísticamente significativo para explicar diferencias entre las expectativas de ventas para el 2021. Las empresas jóvenes encuestadas expresan expectativas más favorables que las maduras. Así, en el

primer semestre de 2021 la joven empresa presenta un saldo de expectativas de 35,9 puntos, doblando el saldo de las maduras que solo alcanza la cifra de 17,5 puntos. El segundo semestre, el saldo de las jóvenes es de 65,8 puntos frente al saldo de 44,6 de las maduras. Este comportamiento sugiere una mayor capacidad de cambio en las jóvenes empresas, que sufren la inesperada crisis Covid-19 al igual que las maduras, pero reaccionan con mayor presteza, lo que las hace sentir una mayor confianza en la recuperación.

Para terminar el análisis de las ventas, se introduce el factor actividad como criterio de segmentación. Los resultados de la evolución 2020 y expectativas 2021 de las ventas se resumen en el cuadro 4.6.

Tanto en los saldos de evolución de las ventas como en las expectativas semestrales de 2021 se hallan diferencias estadísticamente muy significativas al considerar el sector de actividad empresarial.

Cuadro 4.5. 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 (% de empresas)	18,8	17,2	
Mantenimiento (% de empresas)	20,2	21,6	*
Disminución (% de empresas)	61,0	61,2	
Saldo de evolución	-42,2	-44,0	
Expectativas de ventas 1º semestre 2021			
Aumento (% de empresas)	46,6	33,1	
Mantenimiento (% de empresas)	42,6	51,3	***
Disminución (% de empresas)	10,7	15,6	
Saldo de expectativas	35,9	17,5	
Expectativas de ventas 2º semestre 2021			
Aumento (% de empresas)	71,9	54,0	
Mantenimiento (% de empresas)	22,0	36,6	***
Disminución (% de empresas)	6,1	9,4	
Saldo de expectativas	65,8	44,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

Cuadro 4.6. Impacto de la crisis sobre las ventas. Sector de actividad de la empresa

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020									
Aumento (% empresas)	18,8	18,8	19,3	19,7	15,1	21,0	15,3	18,6	
Mantenimiento (% empresas)	27,1	33,8	19,7	25,5	18,9	18,2	19,1	20,7	***
Disminución (% empresas)	54,1	47,4	61,0	54,8	66,0	60,8	65,6	60,7	
Saldo de evolución	-35,3	-28,6	-41,7	-35,1	-50,9	-39,8	-50,3	-42,1	
Expectativas de ventas 1º semestre 2021									
Aumento (% empresas)	32,2	25,7	42,2	22,7	41,7	44,1	41,6	47,6	
Mantenimiento (% empresas)	50,1	58,5	47,1	54,2	39,6	46,9	45,4	42,9	***
Disminución (% empresas)	17,7	15,8	10,7	23,1	18,7	9,0	13,0	9,5	
Saldo de expectativas	14,5	9,9	31,5	-0,4	23,0	35,1	28,6	38,1	
Expectativas de ventas 2º semestre 2021									
Aumento (% empresas)	46,4	36,4	66,1	39,2	56,6	72,1	68,5	72,1	
Mantenimiento (% empresas)	42,1	51,1	27,6	45,7	34,7	23,5	24,1	22,5	***
Disminución (% empresas)	11,5	12,5	6,3	15,1	8,7	4,4	7,4	5,4	
Saldo de expectativas	34,9	23,9	59,8	24,1	47,9	67,7	61,1	66,7	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa									
1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas									

Todos los sectores presentan saldos de evolución negativos. No obstante, los más desfavorables los podemos encontrar en Construcción (saldo de -50,9) y Servicios (-50,3). Por el contrario, el que presentan una disminución menos importante es la Industria extractiva (saldo de -28,6).

Respecto a las expectativas, todos los sectores alcanzan saldos positivos, no así en el primer semestre, Construcción (-0,4) se mantiene en negativo. Ambos sectores, continúan siendo los que presentan peor confianza en el crecimiento de las ventas para el segundo semestre, al situar el saldo de expectativas en 23,9 y 24,1 puntos respectivamente.

Las expectativas más favorables para 2021 se sitúan en los sectores de Industria manufacturera (saldo de 59,8 en el segundo semestre 2021); Comercio (saldo de 67,7 en el segundo semestre); Servicios (61,1); y Otras actividades (66,7).

4.3. Indicadores económicos y financieros

En este apartado se pretende tener una aproximación sobre cómo ha impactado la situación generada por la COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa. En cada indicador se evaluará si la pandemia no les afectó o les afectó negativamente o positivamente, valorando en estos casos su grado de importancia.

En el gráfico 4.6 se aprecian los resultados globales del impacto positivo, negativo o la ausencia del mismo, en porcentajes. Asimismo, se valora cualitativamente la importancia del impacto sobre una escala de 1 a 5. En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores analizados se han visto afectados. En especial la rentabilidad de la empresa, donde el 68,0% de las empresas se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,29 (en una escala de 1 a 5). De forma similar sucedió con el nivel de facturación, donde el 67,9% de las empresas se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,32. Otro indicador relevante sobre el que se aprecia un fuerte impacto ha sido la productividad de la empresa. En este caso un 64,9% de las empresas señalan haber tenido un impacto negativo, con una valoración en su grado de importancia de 3,22 (en una escala de 1 a 5). El impacto sobre el nivel de deuda ha sido ligeramente menor, ya que se han visto afectadas negativamente el 59,0% de las empresas, con un grado de impacto de 3,30. Finalmente, señalar que la realización de inversiones también se vio afectado, y con el mayor grado de importancia. En este caso un 61,5% de las empresas señala haber paralizado inversiones, con

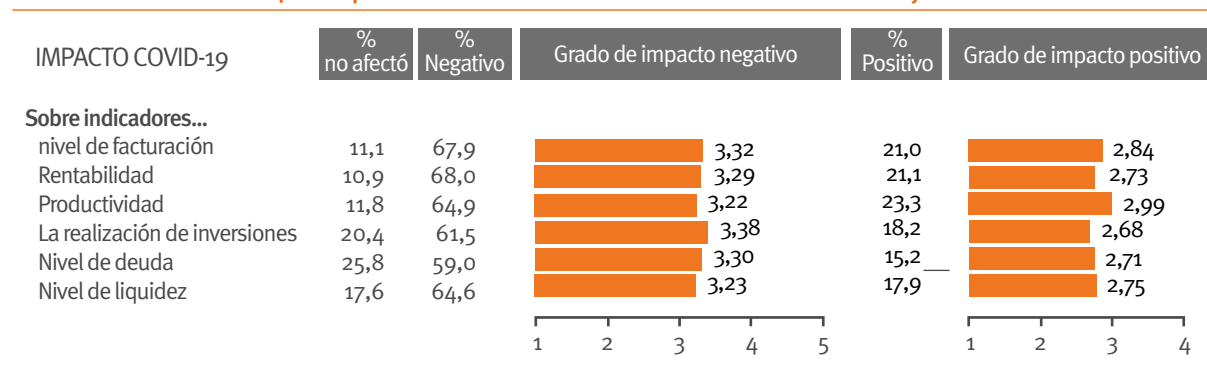
una valoración en su grado de importancia de 3,38 (en una escala de 1 a 5).

Por el contrario, es interesante comprobar cómo, durante el periodo analizado, el 23,3% de las empresas confirma que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2,99), el 21,1% de las empresas experimentó un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,73) y el 21,0% registró un efecto positivo el nivel de facturación (intensidad de 2,84).

En el cuadro 4.7 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas. El segmento que se ha visto más afectado en todos los indicadores ha sido el de la microempresa. Los indicadores más afectados fueron su nivel de facturación y rentabilidad. Así, el 69,7% de ellas se vio afectado negativamente en los niveles de facturación, y el 70,7% en su rentabilidad. Sin embargo, estos porcentajes se reducen en la mediana empresa hasta el 63,0% y 61,7%, respectivamente.

De forma contraria, fueron las empresas medianas las que se vieron más favorecidas por la crisis generada por la pandemia. El 30,3% vio mejorar sus indicadores de productividad, el 26,5% su rentabilidad y el 26,4% su nivel de facturación.

Gráfico 4.6. Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros



Cuadro 4.7. Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros. Tamaño de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Microempresas	10,4	69,7	19,9	
Pequeñas	12,7	67,1	20,2	***
Medianas	10,6	63,0	26,4	
Rentabilidad				
Microempresas	9,4	70,7	19,9	
Pequeñas	13,0	66,5	20,5	***
Medianas	11,8	61,7	26,5	
Productividad				
Microempresas	10,3	67,3	22,4	
Pequeñas	14,7	63,4	21,8	***
Medianas	10,8	58,9	30,3	
Realización de inversiones				
Microempresas	19,3	63,4	17,3	
Pequeñas	23,4	59,3	17,3	***
Medianas	17,5	58,9	23,6	
Nivel de deuda				
Microempresas	23,9	61,7	14,4	
Pequeñas	29,2	55,9	14,9	***
Medianas	25,2	55,8	19,1	
Nivel de liquidez				
Microempresas	14,3	68,3	17,4	
Pequeñas	22,8	60,8	16,5	***
Medianas	17,7	59,1	23,2	

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

Respecto a la antigüedad, en el cuadro 4.8 se aprecia la importancia de este factor en el comportamiento de los indicadores económicos y financieros frente a la crisis. En especial surgen diferencias muy significativas (al 99%) en los indicadores de realización de inversiones, nivel de deuda y nivel de liquidez. Las empresas más jóvenes son las más afectadas negativamente por la pandemia. En concreto, el 63,6% de las empresas jóvenes afirma haber registrado una reducción de sus inversiones (frente al 59,1% de las maduras), el 61,2% de estas empresas se vio afectada negativamente en cuanto al nivel de deuda (56,4% de las empresas maduras) y el 67,5% registró un impacto negativo en su nivel de liquidez

(61,3% en el caso de las empresas de mayor antigüedad).

Al considerar el sector de actividad también se han encontrado diferencias estadísticamente muy significativas (cuadro 4.9). Las empresas más afectadas, en todos los indicadores analizados, fueron las del sector de construcción y de servicios. Mientras que las empresas del sector primario y de industrias extractivas fueron las actividades donde en mayor porcentaje la crisis no impactó en sus indicadores económicos y financieros. También es importante destacar que los sectores que tuvieron un mayor porcentaje de empresas que la crisis les impactó positivamente fueron las de industrias manufactureras y comercio.

Cuadro 4.8. Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros Antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Jóvenes	10,3	67,4	22,3	*
Maduras	12,1	68,4	19,5	
Rentabilidad				
Jóvenes	9,2	68,3	22,5	*
Maduras	12,8	67,6	19,6	
Productividad				
Jóvenes	9,4	65,9	24,7	**
Maduras	14,4	63,7	21,9	
Realización de inversiones				
Jóvenes	16,6	63,6	19,8	***
Maduras	24,5	59,1	16,4	
Nivel de deuda				
Jóvenes	22,6	61,2	16,2	***
Maduras	29,5	56,4	14,1	
Nivel de liquidez				
Jóvenes	14,0	67,5	18,5	***
Maduras	21,4	61,3	17,2	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Cuadro 4.9. Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros.
Sector de actividad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Sector primario	18,0	65,7	16,3	***
Inds. Extractivas	24,4	60,9	14,7	
Inds. Manufactureras	9,5	67,0	23,5	
Energía, Agua, Reciclaje	15,7	66,3	17,9	
Construcción	9,8	74,1	16,1	
Comercio	10,4	65,7	23,9	
Servicios	8,7	71,2	20,1	
Rentabilidad				
Sector primario	18,5	63,7	17,8	***
Inds. Extractivas	25,9	60,5	13,7	
Inds. Manufactureras	9,8	67,5	22,7	
Energía, Agua, Reciclaje	16,9	66,1	17,0	
Construcción	9,9	75,6	14,5	
Comercio	9,8	65,3	24,9	
Servicios	8,0	71,5	20,5	

Cuadro 4.9. Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros.
Sector de actividad de la empresa (continuación)

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Productividad				
Sector primario	19,6	63,5	17,0	
Inds. Extractivas	26,7	59,8	13,5	
Inds. Manufactureras	9,8	65,9	24,3	
Energía, Agua, Reciclaje	19,1	60,6	20,3	***
Construcción	9,8	76,7	13,5	
Comercio	11,6	63,8	24,6	
Servicios	9,0	65,9	25,1	
Realización de inversiones				
Sector primario	27,6	57,1	15,2	
Inds. Extractivas	39,4	48,5	12,1	
Inds. Manufactureras	18,3	61,7	20,1	
Energía, Agua, Reciclaje	31,0	55,7	13,4	***
Construcción	17,0	71,3	11,7	
Comercio	17,8	63,2	19,0	
Servicios	17,5	64,0	18,5	
Nivel de deuda				
Sector primario	35,3	52,1	12,6	
Inds. Extractivas	45,3	45,7	9,1	
Inds. Manufactureras	23,0	60,0	16,9	
Energía, Agua, Reciclaje	43,1	46,8	10,1	***
Construcción	18,1	72,0	9,9	
Comercio	23,7	59,0	17,3	
Servicios	22,1	62,1	15,8	
Nivel de liquidez				
Sector primario	29,0	57,5	13,5	
Inds. Extractivas	42,6	46,8	10,6	
Inds. Manufactureras	15,8	64,8	19,4	
Energía, Agua, Reciclaje	33,4	52,6	13,9	***
Construcción	13,4	74,6	12,0	
Comercio	14,4	65,4	20,2	
Servicios	12,7	69,1	18,2	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

4.4. Internacionalización

La pandemia de COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global, impactando en los mercados internacionales. En este apartado se analiza cómo esta situación ha afectado a la internacionalización de las mipymes iberoamericanas.

Primero, hay que destacar cómo el 15,8% de las empresas afirma haber realizado ventas en los mercados internacionales a lo largo de 2020 (gráfico 4.7). El peso medio de estas ventas destinadas al exterior sobre las ventas totales de las empresas exportadoras fue del 35,0%.

Si se analiza el efecto de la situación derivada de la pandemia sobre las exportaciones de las mipymes, el 52,0% de las empresas internacionalizadas señala haber experimentado un impacto negativo en su nivel de facturación en los mercados internacionales (gráfico 4.8). El grado de importancia del impacto fue de 3,08 (en una escala de 1 a 5). Por el contrario, el 17,7% de las mipymes que exportan indica que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó durante 2020 (aunque con un grado bajo de impacto, 2,64 en una escala de 1 a 5).

También se vio afectado de forma negativa el número de países al que se destinan las exportaciones. El 43,4% de las mipymes señala esta opción, con un grado de importancia de 3,04, frente al 15,9% que amplió el número de países a los que se destinan sus ventas.

En el análisis de las empresas por tamaño, se comprueba que existen diferencias estadísticamente muy significativas (cuadro 4.10). El tamaño de empresa internacionalizada más perjudicado fue el de la microempresa, donde el 55,4% de ellas vio reducir su nivel de facturación y un 46,5% vio cómo se reducía el número de países al que se destinan sus exportaciones (cuadro 4.10).

En cuanto a la antigüedad, los datos muestran que las empresas internacionalizadas con una antigüedad superior a 10 años (maduras) fueron las menos perjudicadas (cuadro 4.11). Así, el 32,7% no se vio afectado por la crisis en sus niveles de facturación y el 44,5% no redujo el número de países de destino de sus ventas (frente al 27,2% y 36,0% en las jóvenes, respectivamente).

Finalmente, la clasificación por sector de actividad también muestra diferencias estadísticamente significativas (cuadro 4.12). Los sectores donde, en mayor proporción, la crisis no generó ningún impacto en su nivel de facturación fueron industrias extractivas, sector primario y comercio. El sector más afectado negativamente fue el de energía, agua y reciclaje y el sector más favorecido por la crisis (mayor porcentaje de empresas que impactó positivamente) fue el de servicios. Algo similar sucede con el impacto sobre el número de países de destino de sus ventas.

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

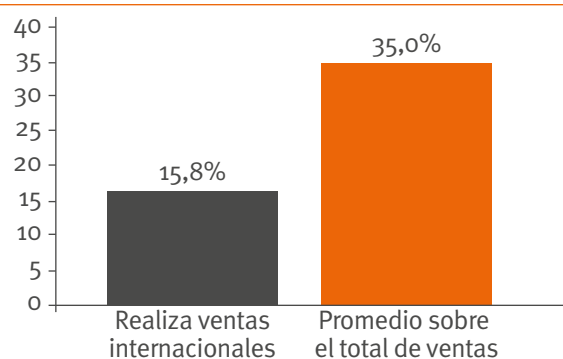
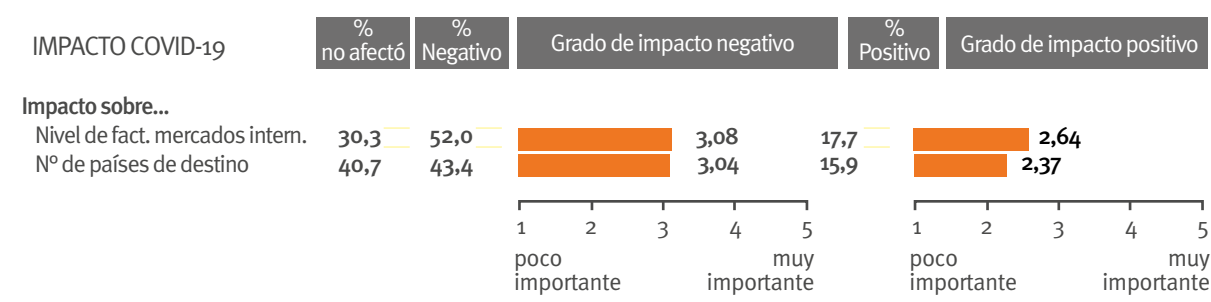


Gráfico 4.8. Impacto de la crisis en la internacionalización



Cuadro 4.10. Internacionalización e impacto de la crisis. Tamaño de la empresa

	No (%)	Si Negativa-mente (%)	Si Positiva-mente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Microempresas	27,3	55,4	17,2	***
Pequeñas	36,5	47,9	15,6	
Medianas	26,7	52,8	20,5	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	38,3	46,5	15,2	***
Pequeñas	46,9	39,6	13,5	
Medianas	36,1	44,3	19,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Cuadro 4.11. Internacionalización e impacto de la crisis. Antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativa-mente (%)	Si Positiva-mente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Jóvenes	27,2	53,2	19,6	**
Maduras	32,7	51,0	16,2	
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	36,0	46,2	17,8	***
Maduras	44,5	41,1	14,4	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Cuadro 4.12. Internacionalización e impacto de la crisis. Sector de actividad de la empresa

	No (%)	Si Negativa-mente (%)	Si Positiva-mente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Sector primario	37,5	49,8	12,6	***
Inds. Extractivas	41,7	45,8	12,5	
Inds. Manufactureras	30,5	49,4	20,2	
Energía, Agua, Reciclaje	31,0	57,5	11,5	
Comercio	37,1	46,4	16,5	
Servicios	22,6	56,0	21,4	
Otras actividades	24,4	55,6	20,0	
Impacto en el número de países destino				
Sector primario	51,0	38,0	11,0	
Inds. Extractivas	41,7	45,8	12,5	

Cuadro 4.12. Internacionalización e impacto de la crisis. Sector de actividad de la empresa (continuación)

	No (%)	Si Negativa-mente (%)	Si Positiva-mente (%)	Sig.
Inds. Manufactureras	40,8	40,3	18,9	
Energía, Agua, Reciclaje	49,6	44,2	6,2	***
Comercio	47,9	39,4	12,8	
Servicios	28,8	50,2	20,9	
Otras actividades	41,1	43,3	15,6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				



5. Impacto sobre la *organización de la empresa*

La crisis sanitaria no solo ha impactado en el crecimiento económico y en el empleo, sino que también ha tenido un efecto sobre distintas actividades internas de las empresas. En este apartado del cuestionario, se solicitó a los encuestados que valoraran el impacto de la situación derivada de la pandemia sobre distintas actividades de gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos (1- total desacuerdo, 5- total acuerdo).

Las distintas actividades se han clasificado en tres grupos: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

5.1. Actividades con clientes y proveedores

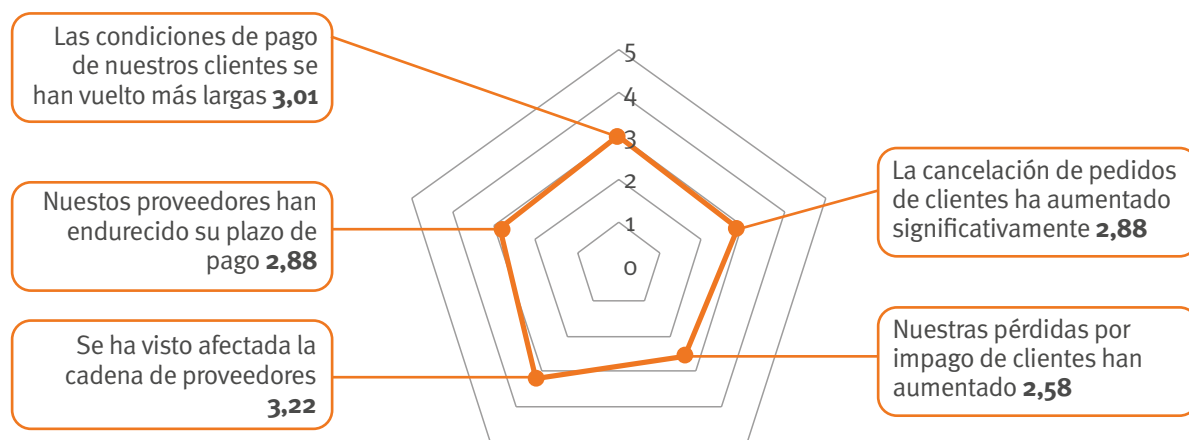
El impacto más significativo de la crisis sanitaria ocasionada por la COVID-19 está relacionado con la cadena de suministros y los retrasos sufridos por las empresas en las entregas de sus proveedores (3,22 en una escala de 1 a 5) y con el alargamiento de las condiciones de pago de nuestros clientes, con una puntuación de 3,01 (gráfico 5.1).

El resto de las variables quedan por debajo del valor de 3. Esto, en cierta medida, parece indicar que esta crisis no ha tenido un impacto relevante en otro tipo de actividades relacionadas con la gestión de las operaciones con clientes y proveedores. Así, los encuestados otorgaron valores de, 2,88 a la cancelación de pedidos por parte de los clientes, y a que los proveedores han endurecido sus condiciones de pago y 2,58 a que las pérdidas por impago de clientes han aumentado.

Para un mayor detalle a continuación veremos el comportamiento de este tipo de actividades de gestión con clientes y proveedores en función de las variables de segmentación que se han venido utilizando a lo largo del proyecto.

El tamaño de la empresa explica diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.1). Las microempresas se han visto más afectadas en la cancelación de pedidos de los clientes (2,99) y en que los proveedores les han endurecido más su plazo de pago (2,91). Las empresas medianas, sin embargo, se han visto más afectadas en que sus clientes han alargado más sus condiciones de pago (3,10) y se les ha incrementado más sus pérdidas por impago de sus clientes (2,64).

Gráfico 5.1. Actividades con clientes y proveedores



En cuanto a la antigüedad de la empresa también surgen diferencias estadísticamente muy significativas (cuadro 5.2). Los datos muestran que las empresas jóvenes se han visto más afectadas que las maduras. Así, las empresas jóvenes consideran que los proveedores han endurecido más su plazo de pago (2,94 frente a 2,80 las empresas maduras), han alargado los clientes sus condiciones de pago (3,07 frente a 2,95 las maduras), han recibido más cancelaciones de pedidos (2,97 frente a 2,78) y han experimentado más pérdidas por impago de clientes (2,65 frente a 2,50).

En cuanto al sector de actividad, se puede destacar cómo las empresas del sector de la construcción y comercio han sido las más

afectadas en lo relativo a las relaciones con clientes y proveedores (cuadro 5.3). Principalmente, se han visto más afectadas en la ruptura de su cadena de proveedores (3,73 y 3,42, respectivamente), y en que los proveedores han endurecido más su plazo de pago (3,54 y 3,05 respectivamente).

5.2. Actividades operativas

Las actividades operativas tienen que ver con la gestión interna del negocio. De acuerdo con la información recogida, se aprecia un menor impacto de la pandemia de COVID-19 en este tipo de actividades respecto a la gestión de clientes y proveedores, analizada en el apartado anterior, o las actividades estratégicas, cuyos resultados se describirán en el punto siguiente.

Cuadro 5.1. Actividades con clientes y proveedores. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,23	3,23	3,13	*
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,91	2,81	2,89	**
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,05	2,91	3,10	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,99	2,73	2,80	***
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,62	2,48	2,64	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

Cuadro 5.2. Actividades con clientes y proveedores. Antigüedad de la empresa

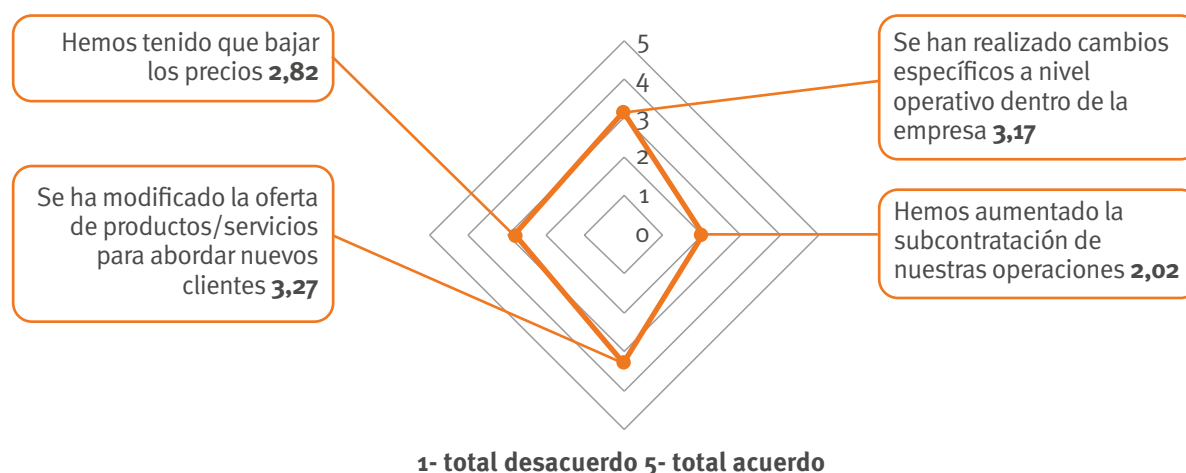
	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,22	3,21	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,94	2,80	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,07	2,95	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,97	2,78	***
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,65	2,50	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

Cuadro 5.3. Actividades con clientes y proveedores. Sector de actividad de la empresa

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,11	3,04	3,35	3,03	3,73	3,42	3,08	3,17	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,51	2,38	3,02	2,38	3,54	3,05	2,88	2,90	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,75	2,53	3,08	2,67	3,72	2,99	3,10	2,92	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,51	2,26	2,93	2,78	3,20	2,76	3,06	2,84	***
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,23	1,94	2,62	2,21	3,13	2,53	2,74	2,59	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (.) no significativa
 1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas

Gráfico 5.2. Actividades operativas



Todas las valoraciones se sitúan por debajo de 3 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.2). Las actividades más afectadas de este grupo han sido la realización de cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (3,17) y la modificación de su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,27). Por el contrario, la situación derivada de la pandemia ha tenido un menor impacto en lo referente a las bajadas de precios (2,82) o el incremento de la subcontratación de las operaciones (2,02).

El cuadro 5.4 muestra cómo ha afectado la situación derivada de la pandemia a las actividades operativas según el tamaño

de la empresa. Se puede apreciar cómo las empresas medianas son las que más cambios específicos a nivel operativo han realizado para adaptarse a la crisis sanitaria (3,34), aunque a un nivel muy bajo han sido las que más han recurrido a la subcontratación de sus operaciones (2,24) y han modificado su oferta de productos/servicios (3,37). Mientras que las microempresas son las que más han tenido que bajar los precios (2,92).

En cuanto al factor antigüedad, los datos muestran que las empresas más jóvenes son las que se han visto más afectadas en las actividades operativas. Principalmente en que se han visto obligadas a modificar

su oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes (3,47 frente a 3,07 las maduras) y han tenido que hacer más cambios operativos dentro de su empresa (3,26 frente a 3,07 las maduras).

El sector es una variable relevante que señala diferencias estadísticamente significativas y apuntan diferencias de comportamiento (cuadro 5.6). Las empresas del sector servicios son las que se han visto obligadas en mayor medida a realizar cambios operativos dentro de su empresa (3,39). Las empresas de la construcción son las que más se han visto obligadas a reducir los precios (3,23) y a subcontratar sus operaciones (2,45). Mientras que las empresas del sector comercio y servicios han tenido que modificar su oferta de productos/servicios

para abordar nuevos clientes (3,51 y 3,50 respectivamente).

5.3. Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis sanitaria a las actividades estratégicas de las mipymes? Entre las tres actividades incluidas en este grupo por las que se consultó, la más importante de acuerdo con la opinión de los encuestados, fue la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa. La valoración media de esta actividad por parte de los encuestados fue de 3,05 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.3). La segunda actividad en importancia fue la cancelación de las inversiones previstas (puntuación de 3,03) y la tercera tener que disponer de un plan de gestión de riesgos (puntuación de 2,64).

Cuadro 5.4. Actividades operativas. Tamaño de la empresa

	Micro	Pe- que- ñas	Media- nas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,16	3,12	3,34	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2,01	1,94	2,24	***
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,35	3,11	3,37	***
Hemos tenido que bajar los precios	2,92	2,71	2,69	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

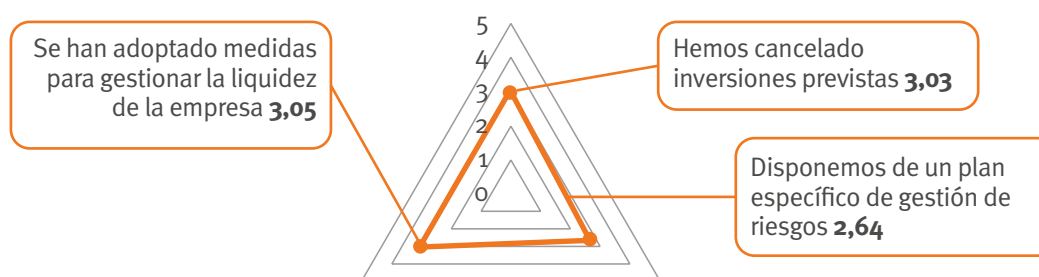
Cuadro 5.5. Actividades operativas. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,26	3,07	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2,11	1,91	***
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,47	3,07	***
Hemos tenido que bajar los precios	2,94	2,69	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

Cuadro 5.6. Actividades operativas. Sector de actividad de la empresa

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	2,69	2,48	3,19	2,94	3,29	3,26	3,39	3,13	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,74	1,74	2,10	1,67	2,45	1,95	2,14	1,98	***
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	2,73	2,32	3,35	2,77	3,20	3,51	3,50	3,34	***
Hemos tenido que bajar los precios	2,44	2,23	2,78	2,43	3,23	2,91	3,02	2,79	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa									
1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas									

Gráfico 5.3. Actividades estratégicas



1- total desacuerdo 5- total acuerdo

Al analizar el tamaño de la empresa (cuadro 5.7) se aprecia cómo las microempresas son las que más han tenido que cancelar inversiones previstas por la crisis sanitaria (puntuación de 3,11). Mientras que las empresas medianas son las que en mayor medida han tenido que elaborar planes específicos para gestionar sus riesgos (3,18) y han tenido que adoptar medidas para gestionar la liquidez en su empresa (3,33).

En cuanto a la antigüedad de las empresas (cuadro 5.8), se aprecia que las empresas maduras se han visto obligadas, en mayor intensidad, a implantar planes de gestión de riesgos (2,74) y adoptar medidas para gestionar su liquidez (3,08). Sin embargo,

las empresas más jóvenes han tenido que cancelar más sus inversiones previstas como consecuencia de la crisis (puntuación de 3,14 frente a 2,90 las maduras). Finalmente, al ver los datos por sector (cuadro 5.9), se aprecia cómo las empresas de los sectores de construcción y de comercio son las que han tenido una mayor necesidad de reducir sus inversiones previstas (3,37 y 3,17, respectivamente). El sector de industria extractiva ha sido el que ha tenido que aplicar con mayor intensidad planes específicos de gestión de riesgos (puntuación de 3). Y los sectores de comercio y servicios los que más han tenido que adoptar medidas para gestionar su liquidez (3,14 y 3,16, respectivamente).



6. Actividad

Innovadora

La innovación es un factor clave para la competitividad de la mipyme. Para analizar el comportamiento innovador de las mipymes se considera la innovación de productos, procesos y gestión. Para medir la innovación en productos y en procesos: (1) cambios o mejoras en productos/servicios; (2) comercialización de nuevos productos/servicios; (3) cambios o mejoras en los procesos de producción y (4) adquisición de nuevos bienes de equipos. Para la innovación en gestión se considera, (1) cambios en sistemas de dirección y gestión; (2) compras y aprovisionamientos y (3) comercial/ventas. Se analiza si las empresas han realizado innovaciones y cuál ha sido la importancia de esas innovaciones para la empresa a través de una escala de 1 a 5.

El gráfico 6.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años, distinguiendo entre innovación en productos y servicios, innovación en procesos e innovación en gestión. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones.

Respecto a innovación de productos apreciamos cómo el 72,4% de las empresas realizó cambios o mejoras en productos o servicios, y el 67,8% ha comercializado nuevos productos o servicios. El grado de importancia en los dos tipos de innovación de producto es 3,62 en ambos casos, en una escala de 1 a 5.

En la innovación en procesos, vemos cómo el 73,7% de las empresas introdujo cambios o mejoras en los procesos de producción y el 62% adquirió nuevos bienes de equipo. Al analizar la importancia

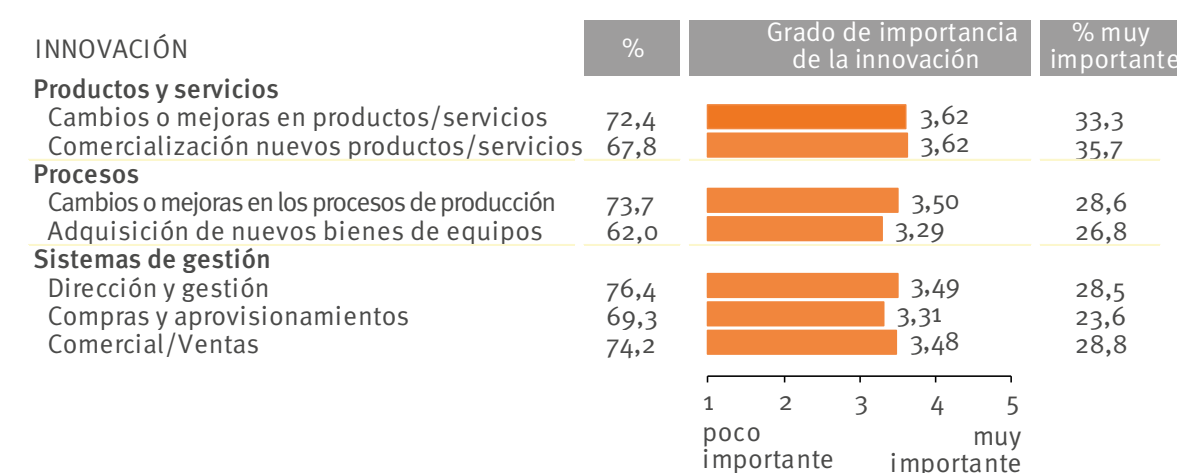
o intensidad de la innovación, el gráfico 6.1, muestra que las innovaciones relacionadas con la adquisición de nuevos bienes de equipo (3,29) han sido menos importantes que los cambios o mejoras en los procesos de producción (3,50).

El porcentaje de empresas que han desarrollado innovaciones en sus sistemas de gestión está en línea con los descritos relativos a los otros dos tipos de innovación. El 76,4% de las mipymes realizó cambios en la organización relacionados con la dirección y gestión, el 69,3% innovó en los sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos y el 74,2% llevó a cabo mejoras en el área comercial/ventas. Dentro de las innovaciones relacionadas con la gestión, la más relevante fue la relacionada con la dirección y gestión, con un valor de 3,49 sobre 5.

Por otra parte, el gráfico 6.1 muestra también información sobre el porcentaje de empresas para las que la innovación fue muy importante (empresas que respondieron 5 en una escala de 1 a 5). Así, el 33,3% acometió innovaciones muy importantes en cuanto a cambios y mejoras en productos/servicios, el 28,6% realizó cambios o mejoras en sus procesos productivos y el 28,8% llevó a cabo innovaciones en el área de comercial/ventas.



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



Al analizar los distintos tipos de innovación en función del tamaño de la empresa, se observan diferencias muy significativas, tal y como muestra el cuadro 6.1. Las empresas medianas son las que realizaron un mayor nivel de actividad innovadora. Así, mientras el 78,7% de las empresas medianas llevó a cabo cambios y mejoras en productos/servicios, este porcentaje disminuye al 67,9% entre las pequeñas empresas y al 73,4% entre las microempresas. Igual sucede en la comercialización de nuevos productos/servicios. El 74,1% de las empresas medianas afrontó este tipo de innovación frente al 62,3% de las pequeñas y el 69,9% de las microempresas.

Respecto a las innovaciones en procesos también se observan diferencias significativas. El 72,0% de las empresas medianas adquirió bienes de equipo, siendo este porcentaje del 61,1% entre las empresas pequeñas y el 60,0% en las microempresas. Por otro lado, el 83,9% de las empresas de tamaño mediano realizó cambios o mejoras en los procesos de producción, frente al 73,9% de las microempresas y el 69,7% de las pequeñas.

Estas diferencias a favor de las empresas de mayor tamaño también se observan en la innovación en gestión. En concreto, en cuanto a la organización y la gestión (86,3% de las empresas medianas vs. 75,5% de las microempresas y 73,9% de las pequeñas), mejora en la gestión de compras y aprovisionamientos (79,6% en las medianas empresas) y mejoras en la gestión comercial/ventas (82,6% en las medianas empresas).

Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas por las empresas en función del tamaño (cuadro 6.2) se aprecian diferencias muy significativas a favor de las medianas empresas. En especial en lo relativo a la importancia de sus adquisiciones de nuevos bienes de equipo (3,42 en una escala de 1 a 5) y en sus innovaciones en organización y gestión (con una puntuación de 3,64).

La antigüedad también es un factor relevante para analizar el comportamiento innovador. Las empresas más jóvenes son las que han realizado un mayor porcentaje de innovaciones (cuadro 6.3). Y sucede en

Cuadro 6.1. Realización de innovaciones (%). Tamaño de la empresa

	Micro	Peque- ñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	73,4	67,9	78,7	***
Comercialización nuevos productos/servicios	69,9	62,3	74,1	***
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	73,9	69,7	83,9	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	60,0	61,1	72,0	***
Innovación en gestión				
Organización y gestión	75,5	73,9	86,3	***
Compras y aprovisionamientos	69,4	65,3	79,6	***
Comercial/ventas	75,5	69,3	82,6	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

Cuadro 6.2. Importancia de las innovaciones. Tamaño de la empresa

	Micro	Peque- ñas	Media- nas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,65	3,56	3,62	**
Comercialización nuevos productos/servicios	3,66	3,55	3,63	**
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,50	3,48	3,55	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,28	3,23	3,42	***
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3,46	3,48	3,64	***
Compras y aprovisionamientos	3,30	3,29	3,41	**
Comercial/ventas	3,46	3,47	3,56	*
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

todos los tipos de innovación analizados. Al igual que sucede con el grado de importancia de las innovaciones. Son las empresas jóvenes las que realizan más innovaciones y con mayor intensidad (cuadro 6.4).

El análisis de la innovación en función del sector de actividad muestra claras diferencias en el comportamiento innovador de las empresas (cuadro 6.5). En innovaciones relativas a productos y servicios, el sector

con un mayor porcentaje de empresas que han llevado a cabo mejoras en la comercialización de nuevos productos/servicios son las del sector servicios (79,8% de las empresas) y en la comercialización de nuevos productos/servicios las empresas de la industria manufacturera (74,3%).

Respecto a innovaciones en procesos, se aprecia cómo la realización de cambios o mejoras en los procesos productivos se

Cuadro 6.3. 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	77,0	67,5	***
Comercialización nuevos productos/servicios	75,0	60,8	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	79,7	68,1	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	64,2	59,8	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	80,3	72,6	***
Compras y aprovisionamientos	73,5	65,3	***
Comercial/ventas	80,2	68,5	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa			

Cuadro 6.4. 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	3,72	3,50	***
Comercialización nuevos productos/servicios	3,73	3,49	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,59	3,40	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,38	3,20	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3,56	3,43	***
Compras y aprovisionamientos	3,39	3,23	***
Comercial/ventas	3,58	3,37	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$; (-) no significativa			

produjo, principalmente, entre las empresas del sector servicios industrial. El 81,7% de ellas acometió este tipo de innovación. Del mismo modo, las empresas del sector servicios fueron las que en mayor porcentaje adquirieron nuevos equipos (65,4%).

Las empresas de comercio y servicios fueron las que más realizaron innovaciones en la organización y gestión de sus empresas (80,2% y 83,4%, respectivamente). Mientras que las empresas de industria

manufacturera llevaron a cabo mayores innovaciones en el área de compras y aprovisionamiento (75,0%) y las empresas clasificadas en otras actividades, las que realizaron más innovaciones en el área comercial/ventas (79,8%).

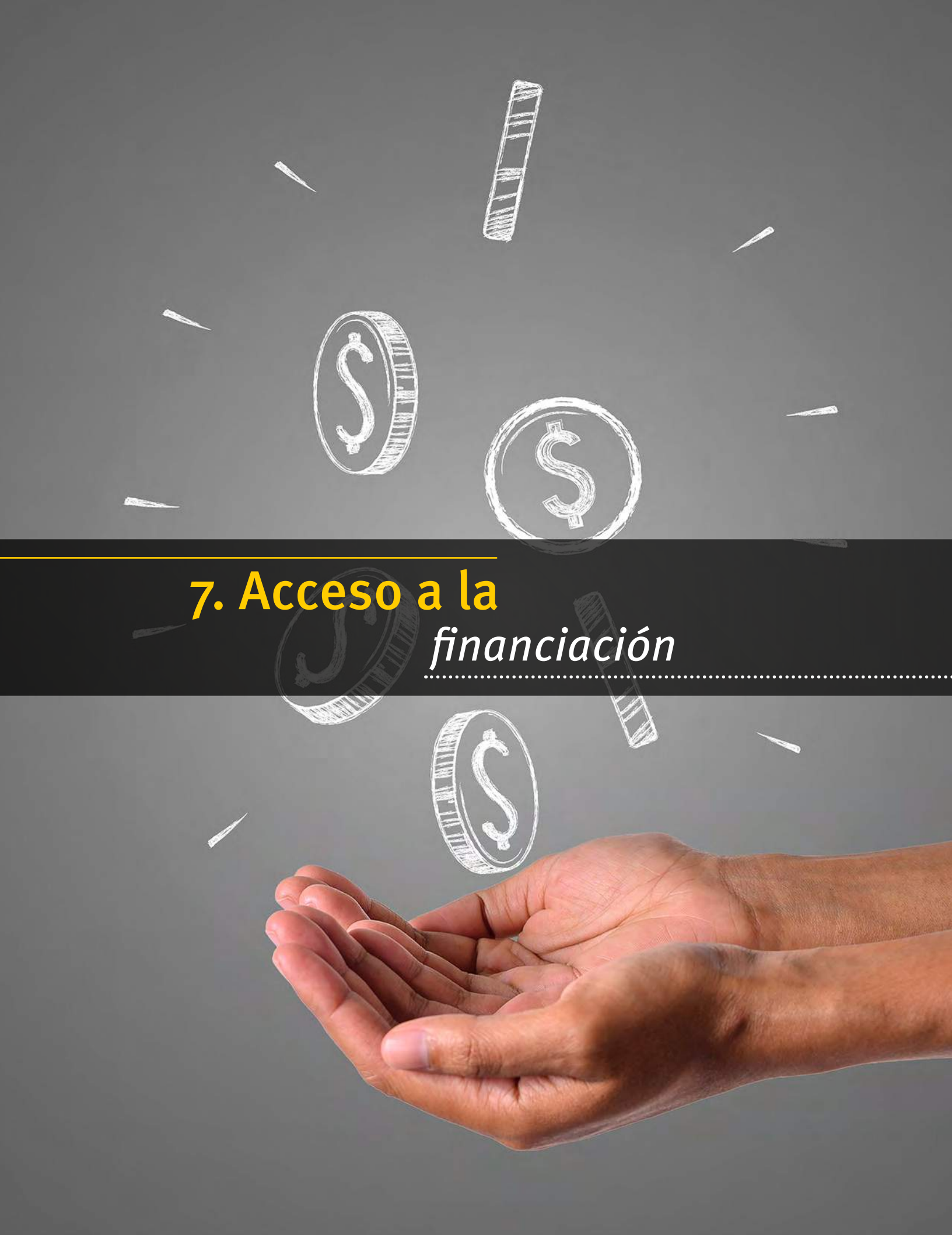
En cuanto a la importancia de las innovaciones en función del sector de actividad de la empresa, se aprecian diferencias significativas en todos los tipos de innovación y se pueden apreciar en el cuadro 6.6.

Cuadro 6.5. Realización de innovaciones (%). Sector de actividad

[illegible]

Cuadro 6.6. Importancia de las innovaciones. Sector de actividad

[illegible]

A conceptual illustration featuring a pair of hands cupped together at the bottom, with several hand-drawn coins and dollar signs floating in the air above them. The background is a dark gray gradient. A black horizontal band across the middle contains the title text.

7. Acceso a la *financiación*

En este apartado se analiza el acceso a la financiación en las mipymes. Para ello se ha preguntado a las empresas si han intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad y por la decisión del banco en caso de haberla solicitado.

El gráfico 7.1 muestra que el 35,4% de las mipymes solicitó líneas de financiación a las entidades de crédito. El 21,1% no solicitó financiación bancaria al no necesitarla y el 21,6% no la solicitó porque se autofinancia. Por otra parte, el 22,0% declara no haber intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque cree que no se la concederían, es decir, se “autorracionan” porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

El gráfico 7.2 presenta el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado contratar líneas de financiación.

Se puede apreciar que solo un 26,2% de los participantes declara que la entidad de crédito no ha querido conceder la financiación solicitada o ellos no han aceptado las condiciones (otras). El 8,6% de las mipymes que han intentado acceder a líneas de financiación tienen la solicitud en trámite. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (46,0% de las empresas que solicitaron financiación) o en peores condiciones (el 19,2% de esas empresas).

Por lo que respecta al tamaño (cuadro 7.1 Panel A), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en cuanto al porcentaje de empresas que han intentado acceder a líneas de financiación de entida-

des de crédito. Así, el 40,0% de las empresas medianas y el 41,7% de las pequeñas solicitó financiación, frente al 30,4% de las microempresas. Esta diferencia se explica principalmente porque la microempresa, aunque necesite financiación, no la solicita porque piensa que la entidad de crédito no se la dará (28,2% de las microempresas). Otro aspecto relevante a señalar es que las empresas medianas no solicitan crédito en mayor proporción que las pequeñas o microempresas porque se autofinancian y no necesitan acceder a un crédito (29,4% de las empresas medianas).

Adicionalmente, al analizar el cuadro 7.1 Panel B, que refleja el resultado de la solicitud de financiación, el factor tamaño muestra resultados muy importantes y estadísticamente significativos. Así, mientras que el 54,7% de las empresas medianas y el 53,0% de las pequeñas ven

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

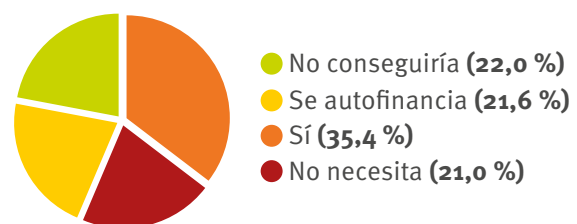
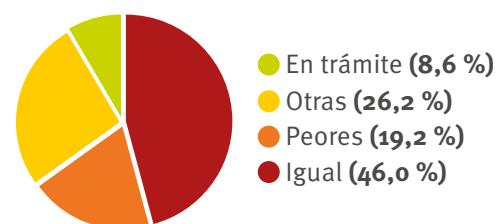


Gráfico 7.2 En caso de haberlo solicitado (situación)



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

cómo las entidades de crédito aceptan sus operaciones, este porcentaje disminuye al 36,8% en el caso de las microempresas. Esto obedece a que en el 30,6% de los casos las entidades financieras no les han concedido la financiación. Surge por tanto un claro racionamiento del crédito a las microempresas.

En cuanto a la antigüedad de la empresa, el cuadro 7.2 Panel A, muestra que las empresas jóvenes son las menos solicitan financiación a las entidades financieras (30,4% frente al 40,5% de las empresas maduras que lo solicitan), debido a que ellas mismas se autorracionan. El 29,9% de las empresas jóvenes encuestadas piensan que si solicitan financiación a una entidad financiera, ésta no se la concedería (este porcentaje baja al 13,7% en el caso de las empresas maduras).

Es interesante resaltar que, una vez solicitado el crédito, las empresas jóvenes se

ven más limitadas para su obtención. Así, el 32,9% de las empresas jóvenes no obtuvo la financiación solicitada (frente al 13,8% de las maduras) (cuadro 7.2 Panel B).

Por último, en cuanto al sector de actividad se encuentran diferencias significativas en la solicitud de financiación (cuadro 7.3, Panel A). El sector primario y de industria extractiva son los que en mayor proporción solicitan financiación (47,1% y 48,1%, respectivamente). Mientras que el sector de la construcción y de servicios son los que en mayor proporción se autorracionan (27,1% y 25,5%, respectivamente).

Por otra parte, en el Panel B se pueden ver los resultados de las solicitudes de financiación. Y nuevamente el sector de la construcción y de servicios resultan los más perjudicados. Así, el 33,1 de las empresas constructoras y el 32,4% de las empresas de servicios que solicitaron financiación, no se les concedió.

Cuadro 7.1. Financiación de la empresa. Tamaño de la empresa

	Micro	Peque- ñas	Me- dia- nas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	30,4	41,7	40,0	***
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	22,8	18,2	20,5	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	18,6	23,2	29,4	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	28,2	17,0	10,1	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	36,8	53,0	54,7	***
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	17,5	20,3	21,5	
No han querido concederles la financiación (%)	30,6	16,8	10,6	
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	5,0	3,3	3,8	
Está en trámite (%)	10,1	6,5	9,4	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

1-Sector primario; 2-Industria Extractiva; 3-Industria Manufacturera; 4-Energía, Agua y Reciclaje; 5-Construcción; 6-Comercio; 7-Servicios; 8-Otras actividades no contempladas

El análisis sobre el acceso a la financiación bancaria debe completarse con la discusión sobre las condiciones de dicha financiación: coste y volumen de la línea de financiación, comisiones y gastos de la operación, garantías y avales que deben aportarse y plazo de devolución de los recursos. Asimismo, se analiza un aspecto clave de la negociación, como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera.

A continuación, se analiza la evolución de estos elementos a lo largo del 2020 (gráfico 7.3). Medido en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), se puede observar que la mayoría de las condiciones asociadas a la financiación obtenida se han mantenido estables o con una evolución ligeramente desfavorable. En general se puede apreciar que todas las variables analizadas obtuvieron valores medios inferiores a 3 lo que indica que la evolución no resultó favorable.

Los elementos que mejor han evolucionado fueron el plazo exigido de la devolución, con una puntuación media de 2,50, y el tiempo de respuesta de la entidad financiera en responder a la solicitud de préstamo (2,46). Mientras que los términos con una evolución menos favorable fueron las comisiones y gastos

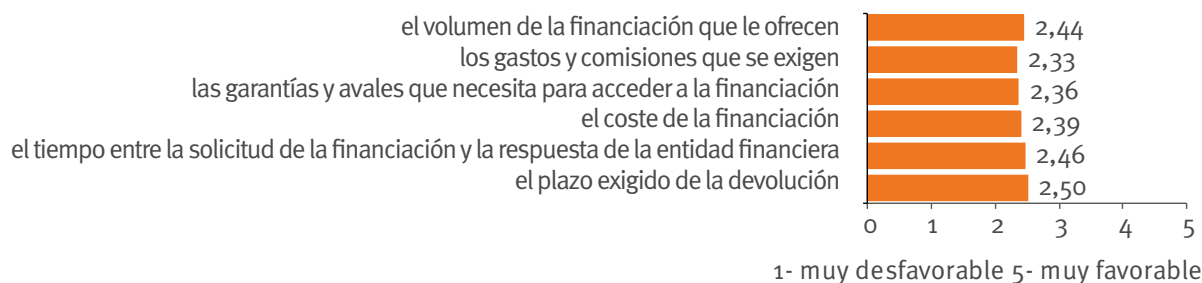
exigidos por las entidades financieras (2,33) y las garantías y avales exigidas (2,36).

El tamaño de la empresa influye significativamente en las condiciones que ofrecen las entidades financieras (cuadro 7.4). En todas las variables analizadas las microempresas son las que señalan una evolución más desfavorable. En especial en los gastos y comisiones que cobran las entidades financieras, con una puntuación de 2,22 en una escala de 1 a 5.

En relación a la antigüedad de la empresa, también surgen diferencias estadísticamente significativas en la valoración de las condiciones de la financiación (cuadro 7.5). Las empresas más jóvenes soportan unas condiciones más desfavorables que las empresas maduras. Particularmente en las comisiones y garantías y avales exigidos por las entidades financieras, con una puntuación de 2,24.

El sector de la construcción es el que soporta una valoración más desfavorable de la evolución de las condiciones de financiación (cuadro 7.6). En especial en los gastos y comisiones que cobran las entidades financieras (2,19) y en el tiempo de resolución de una solicitud (2,22).

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



Cuadro 7.4. Evolución en las condiciones de la financiación. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,28	2,58	2,76	***
Los gastos y comisiones exigidos	2,22	2,41	2,59	***
Garantías y avales necesarios	2,23	2,46	2,61	***
El coste de la financiación	2,27	2,48	2,64	***
El tiempo de resolución de la solicitud	2,34	2,54	2,70	***
El vencimiento de la financiación	2,37	2,61	2,71	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa**Cuadro 7.5. Evolución las condiciones de la financiación. Antigüedad empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,28	2,62	***
Los gastos y comisiones exigidos	2,24	2,43	***
Garantías y avales necesarios	2,24	2,48	***
El coste de la financiación	2,29	2,49	***
El tiempo de resolución de la solicitud	2,34	2,58	***
El vencimiento de la financiación	2,37	2,63	***

Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa**Cuadro 7.6. Evolución las condiciones de la financiación¹. Sector de actividad**

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,72	2,95	2,44	2,93	2,24	2,37	2,32	2,26	
Los gastos y comisiones exigidos	2,51	2,71	2,34	2,64	2,19	2,26	2,26	2,21	***
Garantías y avales necesarios	2,58	2,78	2,34	2,72	2,27	2,31	2,26	2,26	***
El coste de la financiación	2,60	2,80	2,36	2,75	2,24	2,32	2,29	2,33	
El tiempo de resolución de la solicitud	2,70	2,91	2,46	2,88	2,22	2,42	2,35	2,27	***

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

1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas

A photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hand holds a pen, pointing at a line graph on a clipboard. Another person's hand is visible, gesturing towards the same graph. The clipboard also shows a bar chart and a pie chart. In the background, a smartphone and a laptop keyboard are visible on a desk, along with other documents featuring charts. The scene is brightly lit, suggesting a window nearby.

8. Indicadores *de rendimiento*

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa. Las que utilizan como información los datos extraídos de la contabilidad de la compañía, o los contruados a partir de la percepción del gerente de la empresa respecto de la posición competitiva de ésta.

La utilización de un tipo de información u otro tiene ventajas e inconvenientes cuya descripción no es objetivo del presente trabajo. Aunque no sean excluyentes, este capítulo se basa 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 que no facilitan una proyección hacia el futuro.

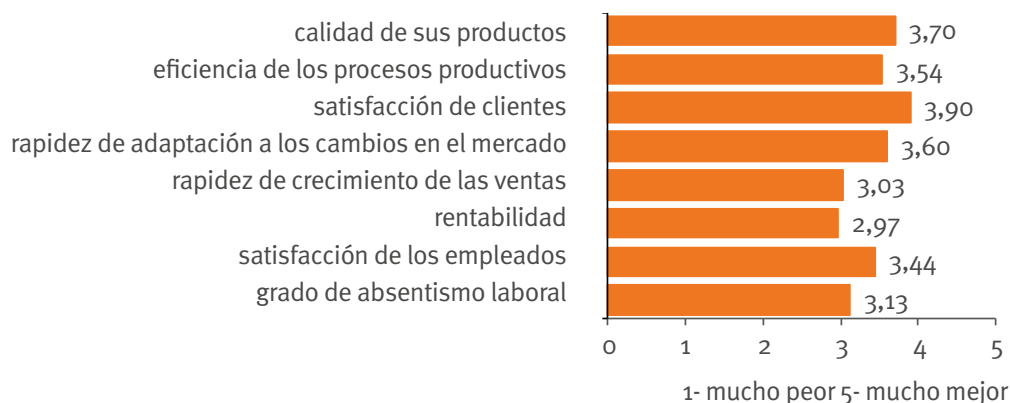
De forma específica, se han utilizado ocho variables basadas en el trabajo de Quinn y Rohrbaugh (1983) para medir el rendimiento empresarial. A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (1- “total desacuerdo”, 5- “total acuerdo”) con las siguientes afirmaciones en comparación con 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 el gráfico 8.1 se observa que los aspectos que las mipymes iberoamericanas consideran como más favorables son: la satisfacción de clientes (3,90), la calidad de sus productos (3,70) y la rápida adaptación a los cambios en el mercado (3,60). Por el contrario, los aspectos que perciben como menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,97) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,03).

Si analizamos el rendimiento según el tamaño de las mipymes (cuadro 8.1), encontramos diferencias significativas a favor de las medianas empresas en su percepción sobre la eficiencia de sus procesos internos (3,64), adaptarse mejor a los cambios en el mercado (3,73), estar creciendo más (3,30), ser más rentables (3,17) y tener un menor absentismo laboral (3,22) que el resto de empresas. Por el contrario, las microempresas son las que consideran tener peores resultados que el resto de sus competidores.

Gráfico 8.1. Rendimiento de las mipymes frente a sus competidores



En cuanto a la antigüedad de la empresa (cuadro 8.2) los resultados muestran diferencias importantes. Primero las empresas jóvenes se consideran mejor que sus competidores en cuanto a que ofrecen productos de mayor calidad (3,73 frente a 3,67 las maduras), cuentan con clientes más satisfechos (3,95 frente a 3,85 las maduras) y tienen empleados más satisfechos/motivados (3,47 frente a 3,43). Sin embargo, las empresas de mayor antigüedad señalan estar mejor posicionadas en tener un mayor crecimiento (3,06 frente a 3,01 las jóvenes) y tener un menor absentismo laboral (3,22 frente a 3,03).

Finalmente, con relación al sector de actividad los datos mostraron diferencias

estadísticamente muy significativas en todos los indicadores (cuadro 8.4). El sector servicios señala que se encuentra mejor posicionado en ofrecer productos/servicios de mayor calidad (3,71 en una escala de 1 a 5) y en disponer de procesos internos más eficientes (3,59). El sector de la industria manufacturera muestra que está mejor posicionado que sus competidores teniendo clientes más satisfechos (3,97). Las empresas del sector de energía, agua y reciclaje opinan adaptarse mejor a los cambios en el mercado. La industria extractiva considera tener una mejor posición en el crecimiento de sus ventas (3,19), en ser más rentable (3,08), tener empleados más satisfechos (3,55) y tener un menor absentismo (3,63).

Cuadro 8.1. Rendimiento de las pymes frente a sus competidores. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,69	3,69	3,76	*
Dispone de procesos internos más eficientes	3,51	3,54	3,64	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,92	3,90	3,84	**
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,56	3,63	3,73	***
Está creciendo más	2,91	3,11	3,30	***
Es más rentable	2,87	3,04	3,17	***
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,42	3,49	3,44	**
Tiene un menor absentismo laboral	3,03	3,24	3,22	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

Cuadro 8.2. Rendimiento de las mipymes frente a sus competidores. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes	Maduras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,73	3,67	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3,53	3,55	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,95	3,85	***
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,60	3,61	-
Está creciendo más	3,01	3,06	*
Es más rentable	2,96	2,98	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,47	3,43	*
Tiene un menor absentismo laboral	3,03	3,22	***
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa			

Cuadro 8.3. Rendimiento de las mipymes frente a sus competidores. Sector de actividad de la empresa

	1	2	3	4	5	6	7	8	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,64	3,63	3,80	3,67	3,58	3,65	3,71	3,68	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3,47	3,46	3,57	3,55	3,47	3,45	3,59	3,51	***
Cuenta con clientes más satisfechos	3,78	3,88	3,97	3,89	3,79	3,90	3,90	3,91	***
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,55	3,64	3,60	3,75	3,46	3,60	3,62	3,58	***
Está creciendo más	3,06	3,19	3,08	3,19	2,86	3,05	2,97	3,03	***
Es más rentable	3,02	3,08	3,01	3,07	2,81	2,95	2,91	3,01	***
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,44	3,55	3,47	3,56	3,32	3,46	3,41	3,43	***
Tiene un menor absentismo laboral	3,25	3,63	3,13	3,48	2,93	3,11	3,05	2,95	***

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

1.-Sector primario; 2.-Industria Extractiva; 3.-Industria Manufacturera; 4.-Energía, Agua y Reciclaje; 5.-Construcción; 6.-Comercio; 7.-Servicios; 8.-Otras actividades no contempladas

A photograph of a business meeting in a modern office. Four people are seated around a long white table. A man in a suit is on the left, looking towards the center. A man with a beard and glasses is in the middle, looking at a laptop. A woman is standing behind him, looking at the laptop. Another man is on the right, looking at the laptop. The office has large windows in the background, a potted plant, and a whiteboard. The text "9. Resumen ejecutivo" is overlaid on the image.

9. Resumen *ejecutivo*

En este apartado se presentan, a modo de resumen general, las principales conclusiones de este estudio realizado a 9.300 empresas iberoamericanas sobre el impacto económico de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

Características generales de las empresas encuestadas:

- La antigüedad media de las empresas es de 16 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 68,9% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 33,3% están gestionadas por mujeres.
- El 68,3% de los gerentes disponen de estudios universitarios.
- El 16,5% de las empresas han sido beneficiadas por ayudas públicas en los procesos de apoyo a la mipyme y el 17,9% han recibido subsidios o beneficios económicos estatales por COVID-19.

El 17,4% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 30,5% de estas empresas prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

Impacto económico de la crisis

Empleo: el 39,4% de las mipymes redujeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 41,8% lo mantuvo y un 18,8% lo aumentó. Estos resultados determinan un *saldo de evolución* (diferencia entre porcentaje de empresas que incrementan su empleo y empresas en las que disminuye) de -20,6 puntos que representa de forma más clara el efecto neto de la pandemia sobre el empleo.

De cara al 2021, las expectativas resultan más favorables. El 25,2% de las mipyme encuestadas señalaron que aumentarán su empleo, el 61,7% que lo mantendrán y el 13,1 que lo disminuirán. Estos porcentajes determinan un *saldo de expectativas* (diferencia entre porcentajes de expectativas de aumento y de disminución) positivo de 12,1 puntos que sugiere la confianza de las empresas en la recuperación, aunque sin llegar a mitigar el efecto negativo del año 2020.

Ventas: la pandemia ha provocado una muy importante caída de los ingresos en muchas de las mipymes iberoamericanas. El 61,2% señala haber reducido sus ventas en 2020, el 20,9% consiguió mantenerlas y un 17,9% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un -15,8%.

Las expectativas empresariales confirman la confianza en que, progresivamente se revierta la situación social derivada de los efectos pandémicos de forma que a finales de 2021 el número de empresas en fase de crecimiento de ventas (63,1%) estaría ya superando al número de empresas que redujeron ventas en 2020.

La situación se aprecia mejor si obtenemos el saldo de expectativas, que para el primer semestre de 2021 alcanzaría la cifra de 26,9 puntos (con un 40% de mipymes en crecimiento de ventas). Para el segundo semestre, el saldo se eleva hasta los 55,4 puntos (con solo un 7,7% de empresas que esperan continuar en fase de reducción de ventas). Así pues, los empresarios están expresando su confianza en que 2022 sea un año normal (o ya en una nueva normalidad que permita recuperar los niveles de ventas de 2019).

Indicadores económicos y financieros:

Nivel de facturación: el 67,9% de las mipymes se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,32 (en una escala de 1 a 5).

Rentabilidad: el 68,0% se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,29.

Nivel de productividad: un 64,9% de las mipymes han tenido un impacto negativo, con una valoración en su grado de importancia de 3,22.

Nivel de deuda: el 59,0% de las empresas evolucionó negativamente, con un grado de importancia de 3,30.

Nivel de liquidez: el 64,5% de mipymes confirma un comportamiento negativo, con un impacto de 3,23.

Realización de inversiones: el 61,5% de las empresas redujeron sus inversiones (importancia media de 2,84).

Por el contrario, es interesante comprobar cómo, durante el periodo analizado, el 23,3% de las empresas confirma que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2,99), el 21,1% de las empresas experimentó un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,73) y el 21,0% registró un efecto positivo el nivel de facturación (intensidad de 2,984).

Internacionalización:

El 15,8% de las empresas encuestadas ha realizado ventas en los mercados internacionales a lo largo de 2020. El peso medio de estas ventas destinadas al exterior sobre las ventas totales de las empresas exportadoras fue del 35,0%.

La crisis afectó a la internacionalización de las empresas iberoamericanas. Más concretamente, el 52,0% de las empresas afirmó haber registrado un impacto negativo en su nivel de facturación en el exterior, con un grado de importancia de 3,08 (en una escala de 1 a 5).

También se vio afectado el número de países de destino de las exportaciones. El 43,4% de las empresas indicó una reducción del número de países de destino de sus ventas como consecuencia de la pandemia, con un grado de importancia de 3,04.



Por el contrario, la crisis también ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo de 2020. Así, el 17,7% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,64).

Impacto sobre la organización de la empresa

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 las mipymes (grado de importancia 3,22 en una escala de 1 a 5) y con la necesidad de alargar las condiciones de pago a nuestros clientes, con una puntuación de 3,01.

Actividades operativas

Las actividades más afectadas han sido la realización de cambios específicos a nivel operativo por parte de las empresas para adaptarse a la situación de la crisis (3,17) y la modificación de la oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,27). Actividades como bajar precios (2,82) o la necesidad de aumentar la subcontratación de las operaciones (2,02), han tenido un impacto muy bajo.

Actividades estratégicas

La crisis ha generado la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez

de la empresa (3,05 en una escala de 1 a 5), abandonar inversiones previstas (3,03) y hacer planes de gestión de riesgos o de contingencias (2,64).

Actividad innovadora

A pesar de la crisis COVID-19 la mipyme iberoamericana ha mantenido su actividad innovadora.

El 72,4% de las empresas realizó cambios o mejoras en productos o servicios, y el 67,8% ha comercializado nuevos productos o servicios. El grado de importancia en los dos tipos de innovación de producto es 3,62 en ambos casos, en una escala de 1 a 5.

El 73,7% de las empresas introdujo cambios o mejoras en los procesos de producción y el 62% adquirió nuevos bienes de equipo. Las innovaciones relacionadas con la adquisición de nuevos bienes de equipo (3,29) han sido menos importantes que los cambios o mejoras en los procesos de producción (3,50).

El 76,4% de las mipymes realizó cambios en la organización relacionados con la dirección y gestión, el 69,3% innovó en los sistemas de gestión de compras y aprovisionamientos y el 74,2% llevó a cabo mejoras en el área comercial/ventas. Dentro de las innovaciones relacionadas con la gestión, la más relevante fue la relacionada con la dirección y gestión, con un valor de 3,49 sobre 5.

Acceso a la financiación

El 35,4% de las mipymes solicitó líneas de financiación de entidades de crédito. El 21,0% no solicitó financiación bancaria al no necesitarla y el 21,6% no la solicitó

porque se autofinancia. Por otra parte, el 22,0% declara no haber intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque cree que no se la concederían, es decir, se “autorracionan” porque están desanimadas (borrower discouragement).

Al poner el foco en las mipymes que han intentado acceder a líneas de financiación, se aprecia cómo un 26,2% de los participantes declara que la entidad de crédito no ha querido conceder la financiación solicitada o ellos no han aceptado las condiciones (otras). El 8,6% de las mipymes que han intentado acceder a líneas de financiación tienen la solicitud en trámite. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (46,0% de las empresas que solicitaron financiación) o en peores condiciones (el 19,2% de esas empresas).

Adicionalmente, se pudo observar cómo la mayoría de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las mipymes han tenido una evolución desfavorable. Los elementos que mejor han evolucionado fueron el plazo exigido de la devolución, con una puntuación media de 2,50, y el tiempo de respuesta de la entidad financiera en responder a la solicitud de préstamo (2,46). Mientras que los términos con una evolución menos favorable fueron las comisiones y gastos exigidos por las entidades financieras (2,33) y las garantías y avales exigidas (2,36).

Indicadores de rendimiento

Los indicadores de rendimiento que las mipymes iberoamericanas que se han comportado de manera más favorable en relación con sus competidores más directos son: mayor satisfacción de los clientes (3,90 en una escala de 1 a 5), la calidad de sus productos (3,70) y la rápida adaptación a los cambios en el mercado (3,60).

Por el contrario, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son la obtención de una rentabilidad adecuada (2,97) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,03).

Finalmente, podemos señalar que, del análisis y lectura de este informe, se desprende que la crisis generada por COVID-19 ha tenido un importante impacto negativo sobre la mipyme iberoamericana. Estos resultados, que en definitiva no son más que la opinión real de los principales actores y motor económico de nuestros países, pueden servir de guía a los decisores sobre las políticas de apoyo a la mipyme. Este informe no ha recogido propuestas de actuación, se ha limitado a ofrecer una radiografía del impacto de la COVID-19 sobre la mipyme. Etapas posteriores junto a otros actores (gobiernos, empresarios, universidad y sociedad civil) deberán abordar las estrategias más efectivas para afrontar la reactivación económica de nuestra región.

Referencias



Banco Mundial, 2020. La economía en los tiempos del Covid-19.

BBVA Research, 2020. Impacto del Covid-19 en la economía: la inacción es más peligrosa que la sobrerreacción, tanto para la salud pública como para la economía.

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

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

CEPAL (2020). Report on the economic impact of coronavirus disease (COVID-19) on Latin America and the Caribbean.

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

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

Dini, M., & Heredia Zurita, A. (2021). *Analysis of policies to support SMEs in confronting the COVID-19 pandemic in Latin America*. United Nations publication.

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

Hevia, C., & Neumeyer, A. (2020). A conceptual framework for analyzing the economic impact of COVID-19 and its policy implications. UNDP Lac COVID-19 Policy Documents Series, 1, 29.

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

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

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

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

Anexo 1. Cuestionario

NOTA: en las escalas de tipo: 1 2 3 4 5 es muy importante graduar adecuadamente la puntuación, utilizando en su caso los valores intermedios cuando sea necesario.

1. Sector de actividad:.....

2. Región:.....

3. ¿Cuántos han sido los empleados, en promedio, durante los años 2019 y 2020? ¿Cree que la tendencia para 2021 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?:

	2019	2020	Expectativas 2021		
			Disminución	Estabilidad	Aumento
Nº medio de empleados			☐	☐	☐

4. ¿Qué % de trabajadores están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19?.....

5. ¿Prevén utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19? o Si o No

6. Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han: oAumentado oMantenido o Disminuido. En qué %:.....

7. ¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?	Disminución	Estabilidad	Aumento
PRIMER SEMESTRE 2021	☐	☐	☐
SEGUNDO SEMESTRE 2021	☐	☐	☐
Las expectativas para 2021 respecto a las ventas que proceden del comercio electrónico serán:	☐	☐	☐

8. ¿Cuántos años lleva funcionando su empresa?:.....años

9. ¿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): ☐Si ☐No

10. ¿Cuál es el género del director general / gerente?: ☐Hombre ☐Mujer

11. ¿Dispone de estudios universitarios el director/gerente general?: o Si o No

12. Su empresa ha sido beneficiaria de:

Procesos de apoyo a la Mipyme	☐ No ☐ Si
Subsidios o beneficios económicos estatales por el covid 19	☐ No ☐ Si

13. Indique cómo ha impactado la ACTUAL CRISIS COVID-19 en los siguientes indicadores de su empresa en 2020:	No impactó	NEGATIVAMENTE					POSITIVAMENTE				
		Muy bajo		Muy alto			Muy bajo		Muy alto		
Su nivel de facturación	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Su rentabilidad	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Su productividad	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
La realización de inversiones	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Su nivel de deuda	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Su nivel de liquidez	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

14. Del total de sus ventas en 2020, ¿qué porcentaje ha destinado a mercados internacionales?:%

15. Indique como ha impactado la ACTUAL CRISIS COVID-19 en SU GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN	No impactó	NEGATIVAMENTE					POSITIVAMENTE				
		Muy bajo			Muy alto		Muy bajo			Muy alto	
Su nivel de facturación en mercados internacionales	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
En el número de países destino de sus ventas internacionales	0	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

16. Indique como ha afectado la ACTUAL CRISIS COVID-19 a la ACTIVIDAD DE GESTIÓN de su empresa, para ello señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones:	Total Desacuerdo			Total Acuerdo	
1. Se ha visto afectada la cadena de proveedores	1	2	3	4	5
2. Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	1	2	3	4	5
3. Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	1	2	3	4	5
4. Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1	2	3	4	5
5. Hemos cancelado inversiones previstas	1	2	3	4	5
6. Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	1	2	3	4	5
7. Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	1	2	3	4	5
8. Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	1	2	3	4	5
9. Hemos tenido que bajar los precios	1	2	3	4	5
10. Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	1	2	3	4	5
11. La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	1	2	3	4	5
12. Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	1	2	3	4	5

17. En comparación con sus competidores directos, indique su grado de acuerdo con los siguientes indicadores de rendimiento de su empresa:		Peor		Igual	Mejor	
1. Calidad de sus productos	1	2	3	4	5	
2. Eficiencia de los procesos productivos	1	2	3	4	5	
3. Satisfacción de clientes	1	2	3	4	5	
4. Rapidez de adaptación a los cambios en el mercado	1	2	3	4	5	
5. Rapidez de crecimiento de las ventas	1	2	3	4	5	
6. Rentabilidad	1	2	3	4	5	
7. Satisfacción de los empleados	1	2	3	4	5	
8. Grado de absentismo laboral	1	2	3	4	5	

18. Indique si su empresa ha realizado, en 2020, las siguientes innovaciones y, en caso afirmativo, señale el grado de importancia de cada una de ellas:		Poco Importante			Muy Importante	
1. Cambios o mejoras en productos/servicios existentes	No ☐	1	2	3	4	5
2. Lanzamiento al mercado de nuevos productos/servicios	No ☐	1	2	3	4	5
3. Cambios o mejoras en los procesos productivos	No ☐	1	2	3	4	5
4. Adquisición de nuevos bienes de equipo	No ☐	1	2	3	4	5
5. Nuevos cambios o mejoras en organización y/o gestión	No ☐	1	2	3	4	5
6. Nuevos cambios o mejoras en compras y/o aprovisionamientos	No ☐	1	2	3	4	5
7. Nuevos cambios o mejoras en comercial y/o ventas	No ☐	1	2	3	4	5

19. ¿Su empresa ha intentado acceder en 2020 a líneas de financiación de entidades de crédito?

-Sí	☐ 1
-No, porque mi empresa no lo necesita al no estar realizando inversiones	☐ 2
-No, porque mi empresa no lo necesita dado que se autofinancia	☐ 3
-No, porque a pesar de necesitarlo creo que no lo conseguiría	☐ 4
En caso de haberlo solicitado:	
-Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores	☐ 1
-Se le han concedido aunque las condiciones se han endurecido	☐ 2
-No han querido concederles la financiación	☐ 3
-Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido	☐ 4
-Está en trámite	☐ 5

20. A lo largo del 2020 ¿cómo cree que han evolucionado las siguientes variables?	Muy desfavorable			Muy favorable	
1. El volumen de la financiación que le ofrecen	1	2	3	4	5
2. Los gastos y comisiones que se exigen	1	2	3	4	5
3. Las garantías y avales que necesita para acceder a la financiación	1	2	3	4	5
4. El coste de la financiación	1	2	3	4	5
5. El tiempo entre la solicitud de la financiación y la respuesta de la entidad financiera	1	2	3	4	5
6. El plazo exigido de la devolución	1	2	3	4	5

Anexo 2. Instituciones participantes e investigadores

ARGENTINA
Universidad Nacional de Córdoba: Enrique Bianchi (Dir.); Jorge Mota; Julio Cesar Muñoz Universidad Nacional de la Plata: Liliana Galán (Dir.); Gabriela Mollo Brisco; Universidad Nacional del Sur: Carolina Tarayre (Dir.); Universidad Nacional de Mar del Plata: Romina, Barbisan (Dir.); Barilaro, Luciana y Foutel, Mariana. Universidad Nacional de Entre Ríos: Hipólito Fink (Dir.); Juan Carlos Ayala; Juan Pablo Baldomar; Marcelo Alcaín Universidad Nacional de Nordeste: Cesar Horacio Dellamea (Dir.); Gabriela Latorre; Silvina Blanque Universidad Nacional del Comahue: Marina Zanfardini (Dir.); Nadia Giacinti; Andy Vutay; Andrea Gutauskas Universidad Nacional de Villa María: Nicolás Beltramino (Dir.); Juan Marcelo Ingaramo
CHILE
Universidad de la Frontera: Sergio Salgado (Dir.); Paulina Sanhueza; Ana Moraga; Violeta Cantero; Leva Zebryte Universidad Central de Chile: Camilo Peña
BRASIL
Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS: Peter Bent Hansen; Jane Lucia Silva Santos; Natália Eloísa Sander Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS: Douglas Wegner; Diego Marconatto Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS: Ana Paula Beck da Silva Etges; Grazielle Flores Daniel; Pedro Henrique Bergamaschi Vendramin Universidade do Oeste de Santa Catarina – UNOESC: Fábio Lazzarotti; Hilka Vier Pelizza Machado; Ieda Margarete Oro Universidade do Sul de Santa Catarina – UNISUL: Simone Sehnem; Ivone Junges; Raquel Janir Antunes Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM: Sílvio Luís de Vasconcellos; Renata Giacomini Menezes Universidade Paulista – UNIP: Arnaldo Ryngelblum; Ernesto Giglio; Márcio Machado; Roberto Bazanini Fundação Getúlio Vargas – FGV – Escola de Administração de São Paulo – EAESP: Luís Henrique Pereira; Luiz Carlos Di Serio; Susana Carla Farias Pereira Universidade Presbiteriana Mackenzie: Marta Fabiano Sambiase Pontifícia Universidade Católica de Campinas – PUC-Campinas: Marcos Ricardo Rosa Georges; Ana Carolina Ferrari Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUCMG: Glaucia Maria Vasconcellos Vale; Wilquer Silvano de Souza Ferreira; Nair Aparecida de Andrade Universidade Federal de Sergipe - UFS: Maria Elena Leon Olave; Abimael Magno do Ouro Filho; Manuela Ramos da Silva; Rubia Oliveira Correa; Rosangela Sarmento Universidade da Amazônia – UNAMA: Sérgio Castro Gomes; Márcia Athayde Moreira; Cyntia Meireles Martins
EQUIPES COLABORADORAS:
NECOP – Núcleo de Economia da Produção – DEPROT – EE – UFRGS CEPA – Centro de Estudos e Pesquisas em Administração – EA – UFRGS

COLOMBIA

Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia: Jorge Aníbal Restrepo (dir), Juan Gabriel Vanegas López, Yanyn Aurora Rincón Quintero, Marisol Valencia

Cárdenas, Carmen Helena Romero, Migdalia Caridad Farias, Ana María Orozco, Tulia María Ángulo, Diego López Cadavid, Mayerli Roldán, Julián Alexander Restrepo H.

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre: Martha Elena González Vergara, Héctor Enrique Urzola Berrio, Aminta Isabel de la Hoz Suarez, Emily Andrea Lugo Hernández, Jaider Enrique Reyes Herazo

Universidad Autónoma de Occidente: Jairo Alexander Lozano Moreno, Marlen Alvarado Cardozo.

Universidad Pontificia Bolivariana: Jaime Enrique Sarmiento Suarez(dir.), Elsa Beatríz Gutiérrez(dir.), Julio Cesar Ramírez Montañez, Paola Martínez Higuera.

Universidad de los Llanos: Guillermo Alejandro Quiñonez Mosquera (dir.), Laura Daniela Navarro Saenz, Madeleiny Cortes Restrepo

Universidad Santiago de Cali: Saulo Bravo García (dir.), Alexandra Donado Mercado, Carlos Alberto Mina Varela

Universidad del Vall: Edgar Julián Gálvez Albarracín (dir), Juan David Peláez León.

Universidad de Manizales: Andrea Vaca López, Carolina Orozco Santafé, Héctor Mauricio Serna Gómez.

Universidad Católica de Manizales: Lina Marcela Flórez Loaiza

Universidad Mariana. María Del Socorro Bucheli Campiño, Ana Cristina Argoty Chamorro, Mónica Villota Alvarado, Nubia del Rosario González Martínez

Universidad ICESI: Karen Cuellar Lasprilla

IU Escuela Nacional del Deporte: Luis Enrique David Tenorio

Universidad Externado de Colombia: Gloria Marlene Díaz, Carlos Alberto Restrepo Rivillas

Universidad Santo Tomás: Mauricio Novoa Campos

Universidad del Tolima: Juan Fernando Reinoso Lastra (dir.), John Fedy Ariza Bulla, José Alejandro Vera Calderón, Enrique Ramírez Ramírez

Fundación Universitaria del Área Andina: Neise Vanegas Nieto

Universidad Piloto de Colombia: Julián Esteban Gutiérrez Rodríguez

Universidad Libre: José Zacarías Mayorga Sánchez

Asociación colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas (Acopi): Edgar Alfredo Quiñonez Rizo.

Asociación colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas (Acopi). Seccional Caldas: Dulfary Montoya Castro

Cámara de Comercio de Villavicencio: Salim Abdala Sabbagh Paredes

Cámara de Comercio del Casanare: Diana Chaparro Leguizamón

COSTA RICA

Instituto Tecnológico de Costa Rica: Leiva Bonilla, Juan Carlos (dir); Mora Esquivel, Ronald; Víquez Paniagua, Ana Gabriela

Universidad Estatal a Distancia: Brenes Bonilla, Lizette (dir); Gómez Meléndez, Agustín; Artavia Díaz, Karla Yanitzia; Jiménez Obando, Daniela

ECUADOR

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Gustavo Javier Aguilar Miranda

Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador: Luis Tobar

Universidad Técnica Del Norte: Luis Vinicio Saráuz Estévez; Guillermo Brucil

Escuela Politécnica Nacional: Jaime Luis Cadena Echeverría

Universidad del Azuay: Gabriela Duque Espinoza; Adrián Siguencia Muñoz

Universidad Católica de Cuenca: Juan Carlos Erazo

Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Sede Ibarra: María Elena Torres Proaño

Universidad Central del Ecuador: Pablo Dávila Pinto

Universidad Andina Simón Bolívar: Wilson Araque Jaramillo, Andrés Argüello Salazar

Universidad de las Américas: Wendy Anzules; Marcela Pérez

ESPAÑA

Universidad de Cantabria: Somohano Rodríguez, Francisco Manuel (dir.); Martínez García, Francisco Javier; López Fernández, José Manuel

Universidad de Castilla-La Mancha: Jiménez Moreno, Juan J. (dir.); Sáez Martínez, Francisco José; González Moreno, Ángela; Díaz García, María Cristina; Ruiz Amaya, María Carmen; Avellaneda Rivera, Laura Mercedes

Universidad Complutense de Madrid: Danvila del Valle, Ignacio (dir.); Sastre Castillo, Miguel Ángel (dir.); Ramos González, M^a del Mar; Rubio Andrés, Mercedes; Sánchez González, José Javier y **Universidad de Alcalá:** Sánchez Marin, Gregorio

Universidad de Granada: Rodríguez Ariza, Lázaro (dir.); Gómez Miranda, María Elena

Universidad de Extremadura: Hernández Mogollón, Ricardo (dir. general); Almodóvar González, Manuel (dir. Técnico); Fernández Portillo, Antonio; Díaz Casero, Juan Carlos; Sánchez Escobedo, Mari Cruz; Rodríguez Preciados, Raúl; Díaz Aunión, Ángel

Universidad de Málaga: Diéguez Soto, Julio (dir.); Becerra Vicario, Rafael; Callejón Gil, Ángela; Cisneros Ruiz, Ana José; Fernández Gámez, Manuel Ángel; Galache Laza, Teresa; González García, Vicente; Ruiz Palomo, Daniel

Universidad Miguel Hernández: Gómez Gras, José María (dir. general); Mira Solves, Ignacio (dir. técnico); Martínez Mateo, Jesús; Estrada De la Cruz, Marina

Universidad de Murcia: Meroño Cerdán, Ángel (dir.); Antón Renart, Marcos; Calvo-Flores Segura, Antonio; Marín Hernández, Salvador; Cámara García, Francisco José; Ortiz Martínez, María Esther; Palacios Manzano, Mercedes; Santos García, José Manuel

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: Batista Canino, Rosa M. (dir.); Bolívar Cruz, Alicia; Medina Brito, Pino; Sosa Cabrera, Silvia; Verano Tacoronte, Domingo

Universidad Politécnica de Cartagena: García Pérez de Lema, Domingo (dir.); Duréndez Gómez-Guillamón, Antonio; Hernández Cánovas, Ginés; Madrid Guijarro, Antonia; Martínez-Abarca Pastor, Carlos

Universidad de Salamanca: Muñoz Gallego, Pablo Antonio (dir.); Suárez González, Isabel; González Benito, Oscar; Galende del Canto, Jesús; Lannenongue, Gustavo y Nieto Antolín, Mariano

Universidad de Sevilla: Escobar Pérez, Bernabé (dir.); Miras Rodríguez, María del Mar

Cámara de Comercio de España: Mínguez, Raúl; Valero, Manuel (dir.)

Universidad Internacional de la Rioja: Clemente Almendros; José Antonio (dir.); González González, Inés; Cerdá Suárez, Luis Manuel

Universidad Politécnica de Valencia: Ribes Giner, Gabriela (dir.)

MÉXICO

Universidad Autónoma de Baja California: Bernal Escoto, Blanca Estela; Montero Delgado, Nancy Imelda; Rivera Aguirre, Flavio Abel

Universidad Autónoma de Coahuila: Molina Morejón, Víctor Manuel; Solís Cardoza, Víctor Manuel; Villarroel Pantoja, Hugo; Morales Rivas, Jesús Gerardo; Chapa Martínez, Alma Josefina; González Sánchez, Gabriela Leticia; Jara Flores, Junior Enrique; Estrada García, María Dolores; Ocaña De La Cruz, Eunice

Universidad de Guanajuato (Campus Celaya-Salvatierra): López Salazar, Alejandra (dir.); Molina Sánchez, Rubén; López Salazar, Gloria Leticia; Godínez López, Roberto; González Vega, Alba María del Carmen

Universidad Politécnica de Guanajuato: Téllez Vázquez, Sandra (dir.); Curtidor Santana, Joel; Villegas Femat, Susana Eugenia

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (Escuela Superior Tepeji del Rio): Sánchez Trujillo, Magda Gabriela (dir.)

Universidad Autónoma de Ciudad Juárez: Salazar Ibarra, Andrea Yelvani (dir.); Cazares Romero, Bibiana

Universidad Autónoma de Nuevo León: Garza Sánchez, Héctor Horacio; Rodríguez García; Martha del Pilar; Ponce González, Margarita Amada

MÉXICO (continuación)
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla: Pinto López, Ingrid N.(dir.); Montaudon Tomas, Cynthia M.; Mayett Moreno, Yesica Universidad de Quintana Roo: Güemez Ricalde, Francisco Javier(dir.) Universidad Estatal de Sonora (Unidad Académica Hermosillo): Ibarra Morales, Luis Enrique (dir.); Casas Medina, Emma Vanessa; Paredes Zempual, Daniel; Carrillo Cisneros, Esthela; Olivas Valdez, Erika Instituto Tecnológico de Sonora: Valdez Juárez, Luis Enrique (dir.); Ramos Escobar, Elva Alicia; Borboa Alvarez, Edith Patricia; Esparza García, Irma Guadalupe; Olachea Parra, Luis Fernando; Ruiz Zamora, José Alonso Universidad Juárez Autónoma de Tabasco: Chan Hernández, Jesús (dir.); Hernández Juárez, José Luis; Baeza Mendoza, Lourdes; Sánchez Ruiz, Blanca Alicia; Platas Rodríguez, Hardy Francisco Universidad Tecnológica de Tamaulipas Norte: Molina Solís, Acasia (dir.); Martínez Rocha, Víctor Manuel; De León Zapata, Sanjuana Guadalupe Universidad Politécnica de Victoria: Martínez Rocha, Víctor Manuel (dir.); Torres Ramírez, Estela; Cruz Delgado, Daniela; García Martínez, Julio César Universidad Autónoma de Yucatán: Uc Heredia, Lucio Jesús (dir.); Duarte Cáceres, Laura Guillermina
PANAMA
Centro Nacional de Competitividad: Rosemary Piper, Ninotshka Tam, Roger Durán Universidad Tecnológica de Panamá: Edilsa Quintero de Sanfilippo, Nuvia Martez, Enith González, Bolívar Bernal, Gabriel Vergara.
PARAGUAY
Universidad Nacional de Asunción: Edgar Antonio Sánchez Báez (dir.), Diego Daniel Sanabria Ministerio de Industria y Comercio - Viceministerio de Mipymes: Juan Antonio Paredes Romero
REGIÓN SICA
Centro Regional de Promoción de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (CENPROMYPE): Cabrera Reloba, David (Dir. general); Cañas Medina, Stefany Abigail (Dir. técnico); Sandoval Fiallos, Víctor Wilfredo.
URUGUAY
Universidad de la República: Messina Sclaro, María (dir.); Ramos Díaz, Javier; Castro Silva, Ricardo Universidad Católica del Uruguay: Adriana Bonomo



Observatorio
Iberoamericano de la
MIPyME