

INFORME

Impacto económico

DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE
LA PYME EN COSTA RICA

Septiembre 2021



UNED

UNIVERSIDAD ESTATAL A DISTANCIA

Institución Benemérita de la Educación y la Cultura

TEC | Tecnológico
de Costa Rica



INFORME

Impacto económico

DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE
LA PYME EN COSTA RICA

Septiembre 2021

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Tecnológico de Costa Rica

Juan Carlos Leiva Bonilla
Ronald Mora Esquivel
Ana Gabriela Víquez Paniagua

Universidad Estatal a Distancia

Lizette Brenes Bonilla
Agustín Gómez Meléndez
Karla Yanitzia Artavia Díaz
Daniela Jiménez Obando
Clare Mata Valerio

338.7097286

I-342i

Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la Pyme en Costa Rica / Juan Carlos Leiva-Bonilla, Ronald Mora-Esquivel, Ana Gabriela Víquez-Paniagua, Lizette Brenes-Bonilla, Agustín Gómez-Meléndez, Karla Yanitzia Artavia-Díaz, Daniela Jiménez Obando; Instituto Tecnológico de Costa Rica, Universidad Estatal a Distancia. -- 1 edición -- Cartago, Costa Rica : Editorial Tecnológica de Costa Rica, 2021
1 recurso en línea (1 archivo pdf 2876Kb) : ilustraciones, gráficas, tablas

Referencias bibliográficas

ISBN: 978-9930-541-95-1 (e-book)

1. COVID-19 (Enfermedad) - Aspectos socioeconómicos - Costa Rica
2. Microempresas 3. Pequeña y mediana empresa 4. Empresas - Crisis económica - Costa Rica - COVID-19 (Enfermedad) 5. Gestión de crisis 6. Impacto económico - COVID-19 (Enfermedad) - Costa Rica
7. Planificación estratégica 8. Política pública 9. Toma de decisiones
10. Investigación 11. Informes I. Título II. Leiva-Bonilla, Juan Carlos III. Mora-Esquivel, Ronald IV. Víquez-Paniagua, Ana Gabriela V. Brenes-Bonilla, Lizette VI. Gómez-Meléndez, Agustín VII. Artavia-Díaz, Karla Yanitzia VIII. Jiménez- Obando, Daniela IX. Instituto Tecnológico de Costa Rica X. Universidad Estatal a Distancia

El informe "Impacto económico del COVID-19 sobre las Mipymes en Costa Rica" es el resultado de una iniciativa del Observatorio Iberoamericano de la Micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), cuyo objeto principal es suministrar información continuada de las estrategias y expectativas de las empresas para facilitar y apoyar la toma de decisiones, principalmente en el ámbito económico y estratégico. En este proyecto todos los informes realizados en los diferentes países siguen los mismos patrones de formato, estructura y metodología, con el objetivo de homogeneizar los resultados y comparabilidad. El observatorio es una estrategia de la Alianza Interredes para la cooperación académica entre la Red Universitaria de Emprendimiento REUNE de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme -FAEDPYME- la Red Latinoamericana de Innovación y Emprendimiento -RLIE- del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración -CLADEA- y la Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento -RED MOTIVA-.

PRÓLOGO

El año 2020 sin lugar a dudas marca un hito en la historia de la humanidad, que ocasionó que nuestra manera de vivir cambiara. La pandemia causada por el SARS-CoV-2 (COVID-19) ha impactado el mundo a nivel sanitario, económico, social, político y ambiental, con repercusiones importantes en la calidad de vida de las personas, el funcionamiento de la institucionalidad pública y de las empresas, obligando a impulsar acciones que mitiguen sus efectos negativos.

Si bien es cierto la Organización Mundial de la Salud (OMS) señala que una pandemia es únicamente la propagación mundial de una nueva enfermedad, en el caso del COVID 19, su transmisión por aerosol y por contacto con superficies comunes, marcó y determinó una nueva forma de relaciones humanas e interpersonales que afectó directamente todas las dinámicas empresariales y por ende de la forma de hacer negocios, obligando a confinamientos de personal, suspensiones y cierres de actividades en general, mientras la ciencia y la humanidad en una primera etapa lograban comprender la génesis de esta nueva enfermedad, que al día de hoy ha cobrado millones de vidas y también ha dejado importantes pérdidas económicas.

Esta nueva realidad planteó en su momento y aún todavía enormes desafíos, de hecho a nivel global los efectos han sido tan devastadores que en opinión de Richard Horton, editor de la revista científica The Lancet (Horton, 2020) cualquier abordaje será insuficiente o estrecho sino se asocia al concepto de "sindemia" planteado por el antropólogo norteamericano Merrill Singer en 1990 quien argumenta que un enfoque 'sindémico' revela interacciones biológicas y sociales que son importantes para el pronóstico, el tratamiento y la política en salud (Singer, 2010). Por lo tanto, cualquier abordaje además de integral, debe buscar un balance entre el tema sanitario, económico y social.

El estudio en cuestión es sumamente importante, en tanto, en el caso de Costa Rica al igual que muchos países de América Latina, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) representan un alto porcentaje del parque empresarial, superando cifras del 95%, lo que las convierte en un medio fundamental de democratización económica, mejora en la distribución de la riqueza y de creación de fuentes de empleo. Empero, son las que producto de la pandemia han sufrido los mayores efectos para seguir adelante con sus actividades económicas, en tanto mayoritariamente se ubican en las ramas de comercio, servicios y agroindustria, donde se depende en alta proporción de una relación directa con los clientes para materializar sus negocios.

Todo este nuevo contexto, exigió al aparato estatal reforzar su capacidad de respuesta generando las articulaciones entre instituciones, entre lo público y lo privado, y adoptando buenas prácticas para poder apoyar la reinversión de las empresas y crear una "nueva normalidad" que partió con dos grandes pilares: un acelerado paso hacia los medios digitales como herramienta de negocios y la generación de protocolos que garantizaran la continuidad y operación de las industrias, comercios y servicios en general.

Pese a que Costa Rica es uno de los pocos países que no ha aplicado cierres totales y hoy mantiene sus fronteras aéreas y terrestres abiertas, la 'sindemia' puso a prueba la capacidad de adaptación al cambio de los negocios y en esa dura transición muchos no la resistieron, otros en cambio, lograron una reconversión. Temas como el acceso al financiamiento, mayor acompañamiento a los grupos empresariales, el estímulo de los encadenamientos, la innovación y el paso de la informalidad a la formalidad ocupan hoy una atención prioritaria de la política pública y de las instituciones que deben apoyar a un sector "Mipymes" fundamental para la generación de capacidades y de fuentes de empleo.

En el esfuerzo de responder a una realidad sin precedentes, contar con datos fiables y actualizados en términos de empleo, ventas y en diversos indicadores económicos y financieros sobre el estado de situación de las empresas y las principales dificultades que enfrentan en su giro de actividad, es crucial para un correcto y oportuno proceso de toma de decisiones estratégicas, así como para avanzar en el diseño e implementación de acciones de política pública efectivas que se ejecuten en un corto, mediano y largo plazo.

Allí radica precisamente el notable valor del trabajo coordinado entre el Observatorio MIPYME de la Universidad Estatal a Distancia (UNED) y el Instituto Tecnológico de Costa Rica al permitirnos contar con este valioso informe, denominado "Impacto económico del COVID-19 sobre las Mipymes en Costa Rica", el cual tiene como objetivo "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", cuyo contenido celebramos desde el Ministerio de Economía, Industria y Comercio como aporte constructivo.

Las Pymes son un motor de equidad en la distribución de la riqueza de la economía nacional y de reducción de las brechas que acentúan la desigualdad en el país, por lo que debemos continuar insistiendo en crear condiciones que favorezcan el desarrollo y la resiliencia de estas unidades productivas, fomenten el emprendimiento, la creación de nuevas empresas, impulsen su crecimiento y consolidación, su competitividad e innovación en mercados nacionales e internacionales.

Sirva esta breve motivación para expresar a los autores de este informe, mi más profundo reconocimiento por su aporte a generar información de calidad para la toma de decisiones y en estrecha coordinación con quienes intervenimos en el ámbito de la política pública.

Victoria Hernández Mora

Ministra

Ministerio de Economía, Industria y Comercio

ÍNDICE

1. Introducción	7
2. Metodología	9
2.1. Estructura de la muestra	9
2.2. Selección de variables y diseño del cuestionario	16
2.3. Análisis estadístico de los datos	17
2.4. Limitaciones del estudio	17
3. Datos Generales de las Empresas	18
4. Impacto económico	20
4.1. Empleo	20
4.2. Ventas	22
4.3. Indicadores económicos y financieros	26
4.4. Internacionalización	30
5. Impacto sobre la organización de las empresas	33
5.1. Actividades con clientes y proveedores	33
5.2. Actividades operativas	35
5.3. Actividades estratégicas	37
6. Actividad innovadora	40
7. Acceso a la financiación	46
8. Indicadores de rendimiento	53
9. Resumen ejecutivo	56
10. Referencias	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 ha producido un shock en la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda provocado por un menor consumo que ha hecho disminuir los ingresos en las empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). Todo esto ha propiciado una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Adicionalmente, la COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se ha extendido la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

En la actualidad muchas instituciones están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con el ánimo de mitigar los impactos que a corto y largo plazo generará la crisis ocasionada por la COVID-19. Para gestionar esta crisis será necesario establecer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a medio y largo plazo que marquen el camino hacia una recuperación fuerte y sostenible (Banco Mundial, 2020). En este sentido, resulta imprescindible disponer de información cuantitativa y cualitativa

del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos de la COVID-19. Esto permitirá conocer las necesidades y los desequilibrios que puedan producirse y gestionar, así, eficientemente los recursos para ayudar a impulsar la economía. Además, esta información debe ser ágil y constante 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 Pyme 2021 se centra en valorar el impacto económico que tendrá la crisis generada por la COVID-19 en Costa Rica. Se aporta información sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, y de diferentes indicadores de la organización de la empresa. Este informe pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. Esta información será una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa, como de cara al establecimiento de políticas públicas que puedan dirigir convenientemente sus programas de actuación. Lo que puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.



Se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 419 pymes costarricenses.

Objetivos específicos del informe:



Estimar el impacto de la crisis económica generada por la COVID-19 en el empleo, las ventas y en diferentes indicadores económicos y financieros para conocer las principales dificultades que atraviesan las empresas.



Determinar el impacto de la crisis económica generada por la COVID-19 en la organización de la empresa.



Estudiar de forma más profunda la actividad innovadora de la Pyme y su acceso a la financiación.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de la encuesta realizada a 419 Pymes costarricenses dirigidas a los gerentes de las empresas. La técnica de recogida de información fue una encuesta telefónica y online. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a abril de 2021. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

Adicionalmente, cabe señalar, por un lado, que no es objetivo de este informe juzgar la situación de la Pyme, sino más bien, la de ofrecer una visión integral de estas empresas, que ponga de manifiesto, virtudes o desequilibrios, con el propósito de que sirva de referencia para que, en su caso, puedan adoptarse las medidas oportunas para potenciar las virtudes y ajustar los desequilibrios.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

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

La población de estudio está conformada por todas las sociedades privadas activas que operan en el territorio nacional, clasificadas como Mipymes. Para determinar la clasificación de cada sociedad el Banco Central de Costa Rica (BCCR) sigue el criterio establecido por el Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), el cual utiliza diferentes medidas dependiendo del sector productivo (industria manufacturera, comercio y servicios, tecnologías de información y comunicación) (Ministerio de e Economía, Industria y Comercio, 2019, p.9)

Posterior a una revisión de los sectores institucionales y actividades económicas por parte del MEIC, se excluyeron de la población objetivo aquellas empresas amparadas a los regímenes aduaneros de zona franca y de perfeccionamiento activo, las empresas del sector institucional financiero a excepción de las sociedades, agencias y corredoras de seguros privadas y las sociedades que realizan como actividad principal alguna de las actividades económicas contempladas en el cuadro 1. Asimismo, se excluyeron las sociedades que forman parte de grupos empresariales, ya sea porque tienen una casa matriz o forman parte de una cadena de valor, y otros considerados no sujetos de estudio.

Cuadro N°1. Actividades económicas excluidas de la población de interés (FEB-18)

CIUU	Descripción
3520	Fabricación del gas; distribución de combustibles gaseosos por tuberías.
8411	Actividades de la administración pública en general.
8412	Regulación de las actividades de organismos que prestan servicios sanitarios, educativos, culturales y otros servicios sociales, excepto servicios de seguridad social.
8413	Regulación y facilitación de la actividad económica.
8421	Relaciones exteriores.
8422	Actividades de defensa.
8423	Actividades de mantenimiento del orden público y de seguridad.
8430	Actividades de planes de seguridad social de afiliación obligatoria.
9412	Actividades de asociaciones profesionales.
9420	Actividades de sindicatos.
9491	Actividades de organizaciones religiosas.
9492	Actividades de organizaciones políticas.
9499	Actividades de otras asociaciones n.c.p.
9700	Actividades de los hogares en calidad de empleadores de personal doméstico.
9810	Actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes para uso propio.
9820	Actividades indiferenciadas de producción de servicios de los hogares privados para uso propio.
9900	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.

Fuente: Área de encuestas económicas. Banco Central de Costa Rica.

La unidad de estudio de esta investigación es la empresa, la cual es registrada con un identificador único, en la mayor parte de los casos corresponde a una cédula jurídica, pero también puede ser cédula de identidad (nacional o residente) del dueño.

El marco muestral utilizado es el Registro de variables económicas (REVEC), elaborado por el Área de Números Índices del BCCR, el cual se alimenta de registros administrativos de diversas instituciones, así como de operativos de campo propios, con el fin de complementar la información necesaria para la correcta clasificación y localización de las unidades jurídicas.

El REVEC posee información de las empresas según actividad económica, régimen al que pertenecen e información de otras variables de interés. De igual forma, contiene el detalle de los establecimientos (otras actividades realizadas) que tiene una empresa y algunas variables de localización. Se actualiza cada año, utilizando de referencia los datos del año anterior.

Una vez realizadas las exclusiones descritas en la sección anterior, el marco muestral quedó conformado por 94.203 empresas. La distribución por tamaño se observa en el cuadro 2.

Cuadro N°2. Distribución de las empresas del marco según tamaño e inclusión en el diseño muestral (FEB-18)

Tamaño	Excluida por tamaño	Excluida por permanecer a un grupo empresarial	Excluida por no tener datos de localización	Incluidas	Total
Micro		2432	4519	61282	68233
Pequeña		2289	716	13383	16388
Mediana		1768	124	3527	5419
Grande	4163				4163
Total	4163	6489	5359	78192	94203

Fuente: Área de encuestas económicas. Banco Central de Costa Rica.

Debido a las limitaciones de recursos para ejecutar el trabajo de campo, no se tomaron en cuenta 5.359 empresas, pues no contaban con registros de localización y en caso de ser seleccionadas se debían invertir amplias cantidades de tiempo y esfuerzo para localizarlas.

Es decir que, de un marco de 83.551 unidades de interés, se usaron 78.192 para el diseño muestral; de las cuales el 78% corresponde a empresas micro, 17% a pequeñas y 5% a medianas.

En cuanto a su ubicación geográfica, las provincias con mayor concentración de empresas son San José, Alajuela y Heredia (cuadro 3), distribución que se mantiene relativamente estable en todos los tamaños de las empresas.

Cuadro N°3. Distribución de las Mipymes del marco según ubicación e inclusión en el diseño muestral (FEB-18)

Provincia	Excluida por no tener datos de localización			Incluidas			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Micro	Pequeña	Mediana	
San José	833	55	10	24140	5769	1635	32442
Alajuela	598	43	8	10722	2334	577	14282
Cartago	233	24	3	4551	974	251	6036
Heredia	327	20	2	6246	1358	404	8357
Guanacaste	483	45	5	4601	965	210	6309
Puntarenas	454	33	5	4824	1005	225	6546
Limón	209	28	2	2845	643	164	3891
No disponible	1382	468	89	3353	335	61	5688
Total	4519	716	124	61282	13383	3527	83551

Fuente: Área de encuestas económicas. Banco Central de Costa Rica.

Con respecto a la actividad económica principal a la que se dedican las empresas sujetas a esta investigación (cuadro 4), el 48% de las empresas se dedica a actividades de servicios y un 27% al comercio y la reparación de vehículos y motocicletas. La construcción representa un 10% de las unidades de esta población y en menor proporción se encuentran las empresas agropecuarias, manufactureras y de minas.

Cuadro N°4. Distribución de las Mipymes del marco según actividad económica e inclusión en el diseño muestral (FEB-18)

Grupo de actividad económica	Excluida por no tener datos de localización			Incluidas			Total
	Micro	Pequeña	Mediana	Micro	Pequeña	Mediana	
Agricultura, silvicultura y pesca	444	74	13	5436	693	150	6810
Minas y canteras	16		1	115	32	8	172
Manufactura	180	28	2	4312	832	201	5555
Electricidad, agua y gestión de desechos	19	4	1	207	69	23	323
Construcción	813	78	22	5757	1219	356	8245
Comercio y reparación de vehículos	1066	281	52	15479	4556	1274	22708
Servicios	1981	251	33	29976	5982	1515	39738
Total	4519	716	124	61282	13383	3527	83551

Fuente: Área de encuestas económicas. Banco Central de Costa Rica.

Para la investigación en cuestión se seleccionó un diseño muestral aleatorio estratificado para proporciones debido a que la mayoría de las variables de la encuesta son de carácter cualitativo, las estimaciones a realizar son de proporciones y, además, se desea representatividad tanto por tamaño como por actividad económica.

Se calculó el tamaño de la muestra de manera independiente para el tamaño de la empresa y sector de actividad, es decir, sin tomar en cuenta los cruces de sector y tamaño. Estos tamaños se estimaron con diferentes niveles de precisión, y se eligió trabajar con un error teórico general del 4,4% el cual resulta en 499 empresas, esto debido a las limitaciones de tiempo y recursos principalmente, debido a esta decisión los errores teóricos asociados al sector y rama de actividad son muy grandes, por lo que se recomienda su uso y análisis con cautela.

Los tamaños de la muestra y su respectiva fijación, así como su distribución se presentan en el cuadro 5.

Cuadro N°5. Distribución del universo de empresas de la muestra.

UNIVERSO	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Agricultura, silvicultura y pesca	5436	693	150	6279
Comercio de reparación de vehículos	15479	4556	1274	21309
Construcción	5757	1219	356	7332
Manufactura	4312	832	201	5345
Minas y Canteras	115	32	8	155
Servicios	29976	5982	1515	37473
Suministro Electricidad, Agua y Gestión de desechos	207	69	23	299
Total general	61282	13383	3527	78192
DISTRIBUCIÓN PROPORCIONAL	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Agricultura, silvicultura y pesca	9%	5%	4%	8%
Comercio de reparación de vehículos	25%	34%	36%	27%
Construcción	9%	9%	10%	9%
Manufactura	7%	6%	6%	7%
Minas y Canteras	0%	0%	0%	0%
Servicios	49%	45%	43%	48%
Suministro Electricidad, Agua y Gestión de desechos	0%	1%	1%	0%
Total general	100%	100%	100%	100%
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Agricultura, silvicultura y pesca	35	4	1	40
Comercio de reparación de vehículos	99	29	8	136
Construcción	37	8	2	47
Manufactura	28	5	1	34
Minas y Canteras	1	0	0	1
Servicios	191	38	10	239
Suministro Electricidad, Agua y Gestión de desechos	1	0	0	2
Total general	391	85	23	499

La decisión sobre el tamaño de la muestra se fundamentó más en aspectos de recursos (tiempo disponible y costo) que en conceptos estadísticos. Por lo que se decidió que el tamaño de la muestra de 499 empresas era el que se utilizaría en el diseño.

Dadas las características del marco muestral disponible, en el que las unidades de muestreo están identificadas y en forma independiente, y que se tiene definido el tamaño de muestra planeado (499); se analizó el concepto del error máximo permisible, dentro del modelo de un muestreo simple al azar, utilizando la fórmula (no incluye la corrección para poblaciones finitas):

$$n = \frac{z^2_{\alpha/2}pq}{d^2}$$

Mediante el uso de esta fórmula, se calculó el error máximo permisible que se cometería en la estimación de proporciones (d) con ese tamaño de muestra. Para lo cual se estableció un nivel de confianza del 95% ($z=1,96$) para la estimación de proporciones (con un valor máximo de $pq = 0,25$). Con base en estos supuestos se estimó el valor del error (d):

$$d = [(1,96^2 * 0.50 * 0.50/499)]^{0.5} * 100 = 4,4\%$$

Lo que está indicando que, el margen de error máximo de una proporción, utilizando una muestra de 499 empresas es de $d = 4,4$ puntos porcentuales. Se interpreta como que la muestra produce estimaciones de proporciones que pueden alejarse hasta 4,4 puntos porcentuales del valor verdadero poblacional, lo que se puede considerar como una magnitud aceptable para los propósitos de las estimaciones de esta encuesta.

Con el tamaño de muestra definido, se requería utilizar un diseño muestral estratificado que considerara dos variables: la actividad económica de las empresas y su tamaño; por lo que el tamaño de muestra se desagregó para cada uno de los estratos conformados, tomando en consideración que se desea obtener estimaciones independientes para cada estrato.

Para esta distribución se analizaron varias opciones considerando los posibles errores máximos permisibles (precisión deseada) en cada caso, cifras que se resumen en el cuadro 6.

Cuadro N°6. Distribución de las empresas y error teórico estimado para cada categoría al 95% de confianza.

Tamaño del parque empresarial	Micro	Pequeña	Mediana	Total
Agricultura, silvicultura y pesca	35	4	1	40
Minas y Canteras	1	0	0	1
Manufactura	28	5	1	34
Suministro Electricidad, Agua y Gestión de desechos	1	0	0	2
Construcción	37	8	2	47
Comercio de reparación de vehículos	99	29	8	136
Servicios	191	38	10	239
Otras actividades no contempladas				
Total	391	85	23	499

Errores estimados	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Total
Sector primario	16,6%	46,6%	100,2%	15,5%
Ind. Extractivas	114,4%	216,8%	433,7%	98,5%
Ind. Manufactureras	18,7%	42,5%	86,5%	16,8%
Energía, Agua y Reciclaje	85,3%	147,7%	255,8%	70,9%
Construcción	16,2%	35,1%	65,0%	14,3%
Comercio	9,9%	18,2%	34,4%	8,4%
Servicios	71%	15,9%	31,5%	6,3%
Otras actividades no contempladas				
Total	5,0%	10,6%	20,7%	4,4%

Del cuadro 6 se concluye que la precisión deseada para las actividades económicas como totales (valores marginales), se ubica en valores superiores al 10% en la mayoría de las actividades inclusive llegando a valores del 100% de error por lo que se recomienda su uso y análisis con cautela, al igual que las categorías de tamaño de empresa, dicha precisión se ubica entre 5% y 20,7% puntos porcentuales.

A partir del trabajo de campo se logró consolidar una muestra de 419 empresas para lo cual se estimó el error muestral final, el cual se aprecia en el cuadro 7.

Cuadro N°7. Errores de muestreo por sector y tamaño de empresas.

Sector (nivel de confianza 95%)	Errores de estimación de la muestra	Tamaño empresa	Errores de estimación de la muestra
Sector primario	18,9%	MicroEmpresa	6,7%
Ind. Extractivas		Pequeña Empresa	9,2%
Ind. Manufactureras	9,4%	Mediana Empresa	15,5%
Energía, Agua y Reciclaje	56,6%	Total	5,1%
Construcción	25,3%		
Comercio	12,4%		
Servicios	8,0%		
Otras actividades no contempladas			

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 nos 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 los gerentes de las Pyme. 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 permitiera 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 cumplimiento del cuestionario.

Las técnicas de captación de información fueron la encuesta telefónica y electrónica, utilizando como soporte un cuestionario cerrado. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos

investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas, lo que sustenta y justifica que las variables incorporadas son relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en dos bloques. En el primero, se pregunta a los encuestados sobre rasgos generales de sus empresas, como: sector de actividad, ubicación geográfica, número de empleados, género del gerente, control familiar de la empresa, expectativas de crecimiento de empleo y ventas, grado de internacionalización, y si han realizado o no teletrabajo.

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

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

- Cuando analizamos diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la X^2 de Pearson con el fin de valorar si dos variables se encuentran relacionadas. Siempre que los datos lo permitan, se utilizan tablas 2 x 2, con lo que los resultados son más potentes, realizando en este caso la corrección por continuidad de Yates sobre la fórmula de la X^2 de Pearson.
- En el caso de variables cuantitativas para las que se analiza la diferencia de medias según un criterio de clasificación se ha utilizado el contraste de "análisis de la varianza (ANOVA)".

2.4. Limitaciones del estudio

Como se indicó en las secciones anteriores, el estudio parte de un diseño muestral específico en función de un universo para la III Encuesta Nacional de la Micro, pequeña y mediana empresa en Costa Rica, por lo cual las condiciones del parque empresarial durante el 2017-2018 son totalmente diferentes a las actuales al 2021, después de un año de pandemia y con una reducción importante del parque debido a los cierres y despidos de empleados de las mismas.

Sumando a esto, el proceso de trabajo de campo se vio muy afectado por la apatía de las empresas a contestar, así como la imposibilidad de concretar citas o entrevistas con los dueños o administradores de las mismas; para lo cual se tuvo que realizar diferentes acercamientos a otras empresas para llegar a una cuota aceptable de encuestas aplicadas, al hacer esto, se incumple con el diseño muestral propuesto y se hace una mezcla de técnicas en donde el principal supuesto es que la selección de las empresas en el estudio cumplen con el criterio de aleatoriedad, pero esto implica un incremento en el error de muestreo asociado a la rama y tamaño de la empresa. Es por tanto que, a pesar de contar con un diseño propuesto y unos errores muestrales estimados, debe considerarse con cautela la interpretación y resultados obtenidos en este estudio.

3. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Este apartado incluye el análisis de distintas variables de importancia con relación a las empresas y que permiten realizar el primer diagnóstico de las mismas.

Las empresas que conforman esta muestra tienen las siguientes características:

- El 59,2% son microempresas, el 30,3% son pequeñas y el 10,5% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 13 años (gráfico 3.1).
- El control de la gestión de las empresas en su mayoría es de tipo familiar. El 77,3% de las empresas están regidas en el entorno familiar (gráfico 3.2).
- El 44,6% de las empresas están gestionadas por mujeres (gráfico 3.3).
- El 64,5% de las iniciativas dispone de un gerente con estudios universitarios (gráfico 3.4).
- El 16,0% de las empresas están realizando en la actualidad teletrabajo y solo el 30,1% prevé utilizar en su iniciativa el teletrabajo cuando finalice la pandemia (gráfico 3.5).

Gráfico 3.1 ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

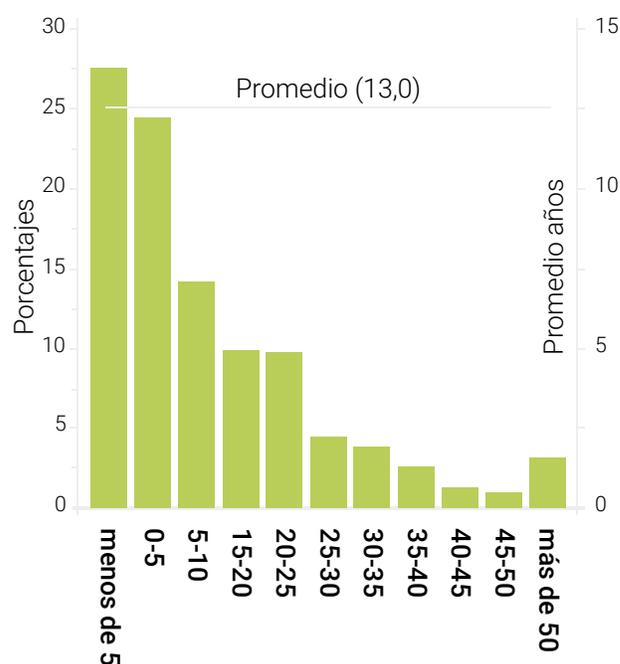


Gráfico 3.2 ¿Considera que la empresa es una empresa familiar? (es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)

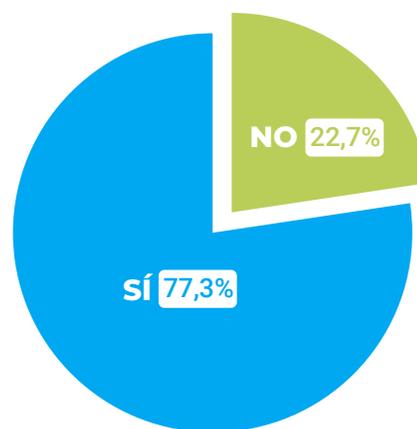


Gráfico 3.3 ¿Cuál es el género del director general/gerente?

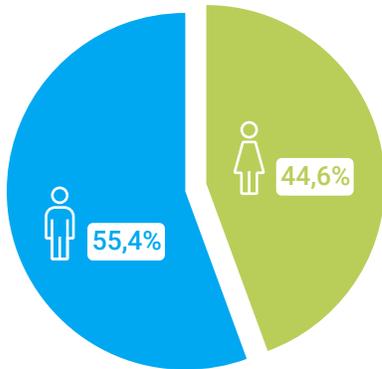


Gráfico 3.4 ¿Dispone de estudios universitarios el director/gerente general?

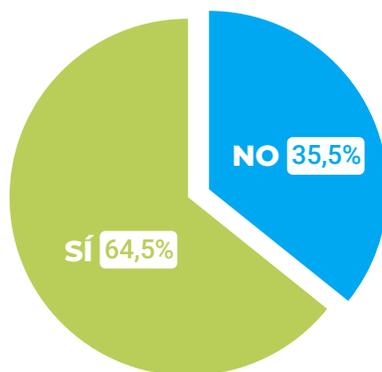
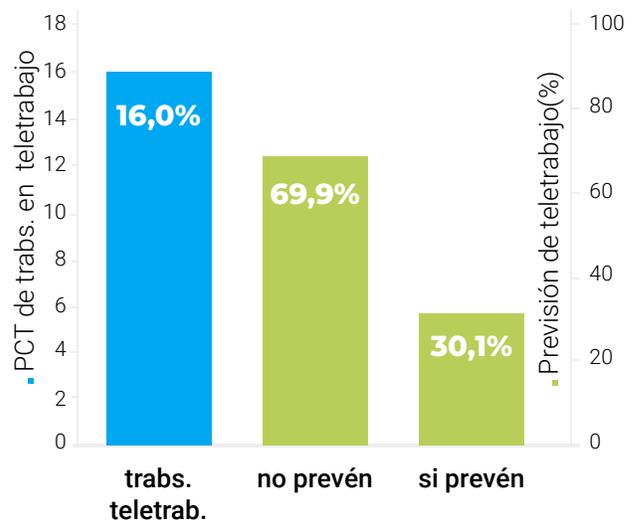


Gráfico 3.5 Porcentaje de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19 y previsión a utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19



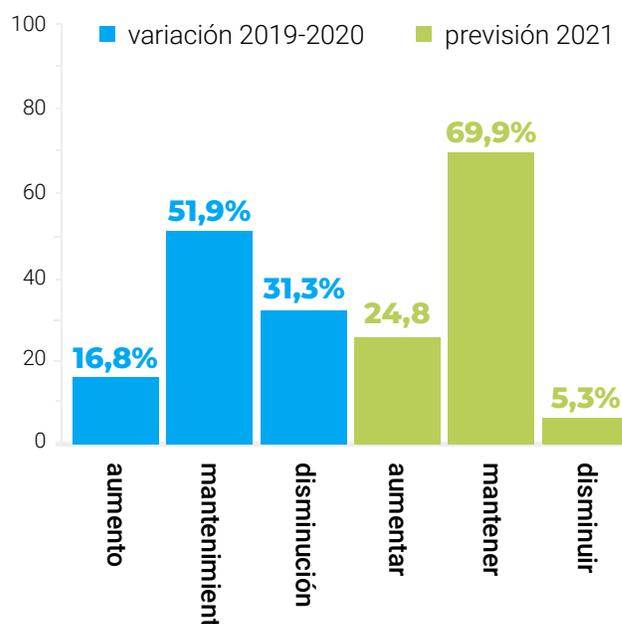
4. IMPACTO ECONÓMICO

La situación causada a raíz de la pandemia de COVID-19, ha llevado al contexto nacional e internacional a sumergirse en una dinámica sin precedente. Dicha crisis ha tenido un gran impacto en el crecimiento de las empresas, debido a la paralización de forma abrupta de las actividades cotidianas. Actualmente es difícil evaluar el impacto de la crisis. Sin embargo, en este apartado se trata de evaluar, en una primera aproximación, el impacto económico en magnitudes como el empleo, las ventas, indicadores económicos y financieros y en la internacionalización de las empresas.

4.1. Empleo

Para identificar el impacto en el empleo que ha tenido la COVID-19 en las empresas, se preguntó a los encuestadores sobre los puestos disponibles que tenían en el 2019 y el 2020. Al mismo tiempo, la tendencia prevista en el empleo 2021 (gráfico 4.1). Al comparar la evolución de los datos obtenidos en el 2020 y 2019 se evidencia que el 31,3% de las Pymes entrevistadas disminuyeron el empleo, el 51,9% mantuvo las mismas cifras y solo el 16,8% aumentaron las contrataciones. En cuanto a la tendencia prevista para 2021, las cifras son más alentadoras debido a que el 28,8% de las empresas prevé aumentar los empleos, el 68,9% mantener la misma cifra y solo un 5,3% que disminuirá las vacantes disponibles.

Gráfico 4.1 Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020 ¿Cree que la tendencia para 2021 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?



Para tener una visión más amplia con respecto al impacto en el empleo que ha tenido esta crisis se va a considerar los estratos de tamaño (cuadro 4.1). Referente al tamaño se visualiza como tendencia para el 2021 un aumento de 36,4% en las empresas medianas frente a un 6,8% que se indican que disminuirán, en cuanto a las micro indican que aumentarían en 25,8% en comparación al 6,5% que señalan que disminuirá y en el caso de las pequeñas empresas prevén un aumento de 18,9% contra un 2,4% de disminución de empleo.

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

Tendencia empleo 2021 (% de empresas)	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Aumento (% empresas)	25,8	18,9	36,4	
Estabilidad (% empresas)	67,7	78,7	56,8	
Disminución (% empresas)	6,5	2,4	6,8	**
Saldo Expectativas	19,3	16,5	29,6	

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

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

En lo relativo a la evolución del empleo prevista para el 2021, según la antigüedad de las empresas, (cuadro 4.2), es posible observar que un 30,3% de las empresas jóvenes prevé un aumento del empleo contra un 5,4% que disminuirá; por su parte, en las organizaciones maduras estos porcentajes fueron 18,7% y 5%, respectivamente.

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

Tendencia empleo 2021 (% de empresas)	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Aumento (%)	30,3	18,7	
Estabilidad (%)	64,3	76,3	***
Disminución (%)	5,4	5,0	

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

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

En relación con el sector de actividad de la empresa, la tendencia en el empleo para el 2021 (cuadro 4.3) es favorable. El sector industrial presenta un aumento del 33%, seguido por las empresas de servicios con un 24,2%, por su parte el sector de construcción y comercio tienen expectativas hacia la baja con un 6,7% y 6,5%, respectivamente.

Cuadro 4.2 Impacto de la crisis sobre el empleo. Sector de actividad de la empresa

Tendencia empleo 2021 (% de empresas)	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Aumento (%)	33,0	20,0	19,4	24,2	
Estabilidad (%)	60,6	73,3	74,2	71,8	-
Disminución (%)	6,4	6,7	6,5	4,0	

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

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

4.2. Ventas

La situación de pandemia ha provocado un aumento en la caída de ingresos de muchas de las empresas costarricenses. El 60,2% de las empresas encuestadas estimó haber experimentado una reducción en las ventas en el 2020 en comparación con el 2019, como consecuencia de la crisis (gráfico 4.2). Por su lado, el 23,3% dijo haberse mantenido igual y solo un 16,5% ha presentado un aumento. El gráfico 4.3 muestra un porcentaje de variación de las ventas en el periodo 2019 a 2020 por tramos de variación (positivos y negativos), siendo el promedio de reducción de ventas del 23,6%. Una caída sumamente importante que pone de manifiesto un impacto negativo de la crisis en las empresas. En dicho contexto se preguntó a los encuestados sobre las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre de 2021. Se aprecia que las expectativas del segundo semestre aumentan en comparación con el primer semestre (gráfico 4.4). En el primer semestre el 58,8% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (76,2% para el segundo semestre), mientras que solo el 5,3% prevé que sus ventas disminuyan en comparación con el primer semestre (2,9%).

Gráfico 4.2 Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han...

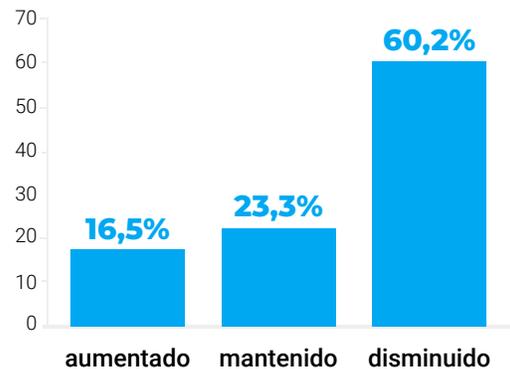


Gráfico 4.3 Porcentaje de variación de sus ventas en 2020 con relación a 2019

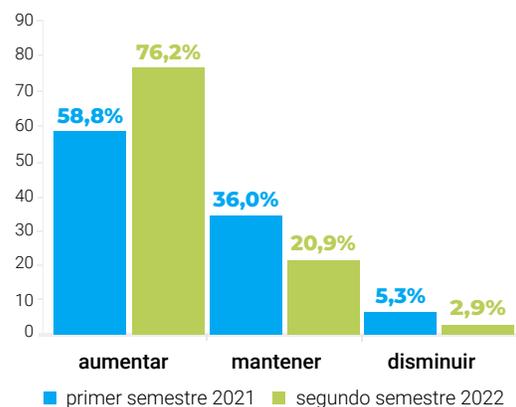
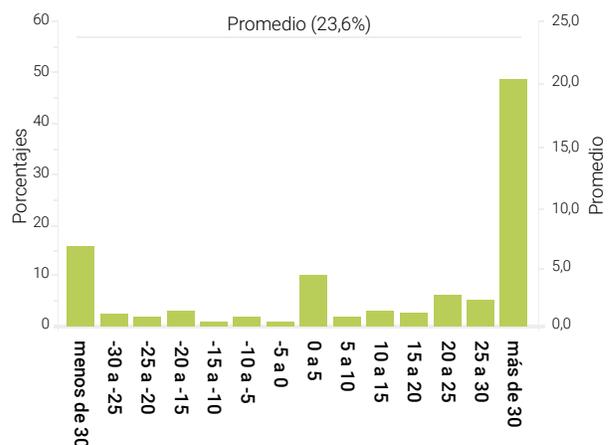


Gráfico 4.4 ¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?



Al analizar las empresas por tamaño, (cuadro 4.4), se encuentran diferencias importantes. Las microempresas fueron las que experimentaron un mayor impacto por la disminución de sus ventas (61.5%). Si se analizan los saldos de evolución de las ventas (diferencia del porcentaje de empresas que aumentan menos las que disminuyen), del 2020, en el caso de las medianas presentan un aumento del 20,5% y por su parte las pequeñas con un 27,0% expresan que se mantienen igual.

En relación con las expectativas de ventas para el primer semestre del 2021, se evidencia que la situación más desfavorable se da en las microempresas con una disminución del 6,0%, para las pequeñas empresas es de 4,8% y para las medianas de tan solo un 2,3%. Para el segundo semestre la situación en lo que respecta a disminución es más favorable en comparación a la expectativa del primer semestre 2021, con un 3,3% para las microempresas, un 2,4% para las pequeñas y un 2,3% para las medianas. En esta comparación se puede ver como la mayor disminución en ambos semestres se da 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 (%)	16,2	15,9	20,5	
Estabilidad (%)	22,3	27,0	18,2	-
Disminución (% empresas)	61,5	57,1	61,4	
	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Expectativas de ventas primer semestre 2021				
Aumento (%)	62,9	52,8	52,3	
Estabilidad (%)	31,0	42,4	45,5	-
Disminución (%)	6,0	4,8	2,3	
	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Expectativas de ventas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	75,6	79,4	70,5	
Estabilidad (%)	21,1	18,3	27,3	-
Disminución (%)	3,3	2,4	2,3	

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

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

Si se analiza a las empresas por antigüedad (cuadro 4.5), vemos como la evolución de las ventas entre 2019 y 2020 presentó una situación similar sin diferencias relevantes entre empresas. En relación con las expectativas de ventas para el primer semestre 2021 si hubo diferencias significativas, siendo las empresas maduras quienes tienen una perspectiva más conservadora al respecto. Lo mismo sucede para el segundo semestre de 2021.

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 (%)	17,7	15,2	
Estabilidad (%)	24,1	22,3	-
Disminución (% empresas)	58,2	62,4	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	65,9	50,8	
Estabilidad (%)	29,1	43,7	***
Disminución (%)	5,0	5,6	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	80,8	71,1	
Estabilidad (%)	16,0	26,4	-
Disminución (%)	3,2	2,5	

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

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

En cuanto al sector de actividad encontramos una situación positiva general, pues al comparar la evolución de las ventas entre 2019 y 2020 y las expectativas de las ventas para el primer semestre del 2021 los porcentajes de disminución son mucho menores (cuadro 4.6). De igual manera, las expectativas del segundo semestre son claramente positivas en los cuatro sectores debido a que prevén una disminución menor que la del primer semestre.

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

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020					
Aumento (%)	16,5	13,3	19,7	18,2	
Estabilidad (%)	24,8	26,7	14,8	20,3	-
Disminución (% empresas)	58,7	60,0	65,6	61,5	
Expectativas de ventas primer semestre 2021					
Aumento (%)	57,8	60,0	56,5	56,8	
Estabilidad (%)	38,5	26,7	38,7	37,2	-
Disminución (%)	3,7	13,3	4,8	6,1	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021					
Aumento (%)	73,1	86,7	77,0	77,0	
Estabilidad (%)	24,1	13,3	21,3	20,3	-
Disminución (%)	2,8	0	1,6	2,7	

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

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

4.3. Indicadores económicos y financieros

En este apartado se pretende tener una aproximación sobre cómo ha impactado la crisis generada por la COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa. En el gráfico 4.5 se aprecian los resultados globales sobre lo que opinan los encuestados.

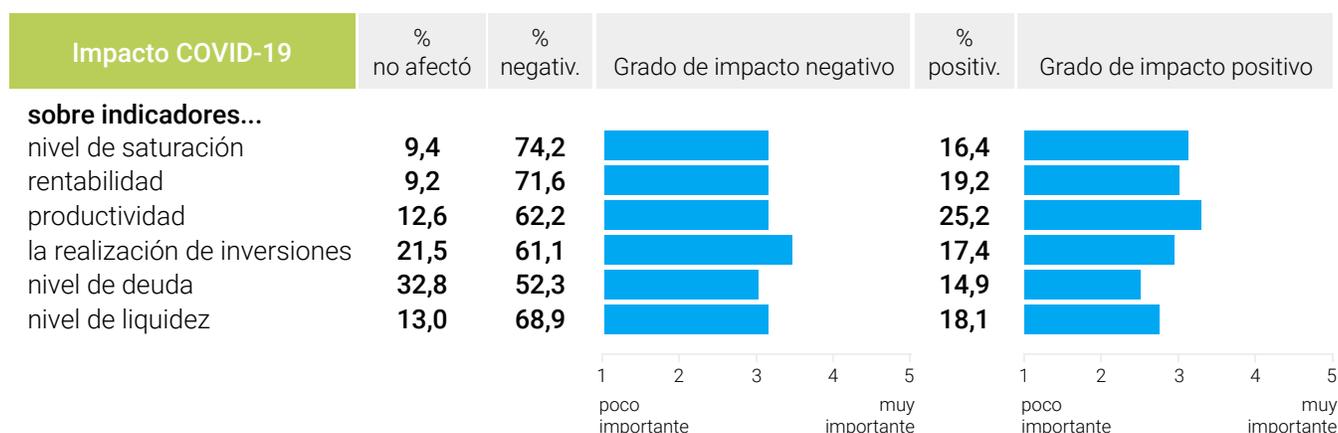
En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores se han visto afectados. En especial en el nivel de facturación donde el 74,2% de las empresas se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,20 (en una escala de 1 a 5). Seguido del indicador de rentabilidad, viéndose afectado negativamente el 71,6% de las empresas, con un grado de importancia de 3,19.

El impacto sobre los indicadores se aprecia un fuerte impacto ha sido la realización de inversiones. En este caso un 61,1% de las empresas señalan que han paralizado inversiones, con una valoración en su grado de importancia de 3,40 (en una escala de 1 a 5).

Otro indicador relevante sobre el de nivel de deuda y de liquidez ha sido similar, ya que se han visto afectadas negativamente el 52,3% y el 68,9% de las empresas, pero con un grado de impacto menor (3,11 y 3,17, respectivamente).

De forma contraria, es interesante comprobar que, en el periodo analizado, el 25,2% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 3,13), el 19,2% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,94) y al 16,4% les afectó positivamente la crisis en su nivel de facturación (intensidad de 3,01).

Gráfico 4.5 Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros.



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. Así, el 72,3% de ellas se vieron afectadas negativamente en sus niveles de facturación, y el 72,7% en su rentabilidad. Sin embargo, estos porcentajes se reducen en la mediana empresa hasta el 65,1% en facturación y un 68,5% en la

rentabilidad de las pequeñas empresas. Si se analiza a las empresas que consideran que la crisis les ha podido beneficiar, se encuentra que son las empresas medianas en las que el impacto ha sido positivo en mayor proporción. El 20,9% de las empresas medianas tuvo un impacto positivo en su nivel de facturación, y el 20,9% en su rentabilidad.

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Microempresas	6,1	72,3	18,8	
Pequeñas	14,3	75,4	10,3	**
Medianas	14,0	65,1	20,9	
Rentabilidad				
Microempresas	6,1	72,7	21,2	
Pequeñas	16,9	68,5	14,5	**
Medianas	4,7	74,4	20,9	*
Productividad				
Microempresas	9,8	61,8	28,5	
Pequeñas	20,0	62,4	17,6	**
Medianas	7,1	64,3	28,6	*
Realización de inversiones				
Microempresas	21,1	61,0	17,9	
Pequeñas	26,4	58,4	15,2	-
Medianas	9,3	69,8	20,9	
Nivel de deuda				
Microempresas	33,6	61,0	17,0	
Pequeñas	32,8	54,4	12,8	-
Medianas	27,9	62,8	9,3	
Nivel de liquidez				
Microempresas	9,8	67,9	22,4	
Pequeñas	19,8	69,0	11,1	**
Medianas	11,6	74,4	14,0	

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

Analizado por la antigüedad, se aprecian bastantes diferencias significativas (cuadro 4.8). Por ejemplo, el 63,1% de las empresas jóvenes han tenido una caída de sus inversiones (frente al 58,9% de las maduras), el 52,8% de las maduras se han visto afectadas negativamente en su nivel de deuda y el 71,6% en su nivel de liquidez (frente al 51,8% y 66,5% de las empresas jóvenes, respectivamente).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Jóvenes	9,1	73,2	17,7	-
Maduras	9,8	75,3	14,9	-
Rentabilidad				
Jóvenes	9,2	70,5	20,3	-
Maduras	9,2	72,8	17,9	-
Productividad				
Jóvenes	12,0	64,5	23,5	-
Maduras	13,3	59,7	27,0	-
Realización de inversiones				
Jóvenes	21,7	63,1	15,2	-
Maduras	21,3	58,9	19,8	-
Nivel de deuda				
Jóvenes	32,1	51,8	16,1	-
Maduras	33,5	52,8	13,7	-
Nivel de liquidez				
Jóvenes	12,4	66,5	21,1	-
Maduras	13,7	71,6	14,7	-

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

Si consideramos el sector de actividad (cuadro 4.9), se evidencian los siguientes resultados, las empresas industriales y de servicios son las que se han visto más afectadas negativamente en todos los indicadores analizados. Así, el 68,5% de las empresas industriales y el 75,7% de las empresas de servicios son las que en mayor proporción han sufrido una caída de su facturación (frente al 66,7% de construcción y 70,5% de comercio). Y el 74,7% de las de servicios y el 68,9% de comercio son las que más negativamente han visto afectada su rentabilidad (frente al 67,9% de industria y 60% de construcción).

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				
Industria	7,4	68,5	24,1	
Construcción	26,7	66,7	6,7	
Comercio	9,8	70,5	19,7	-
Servicios	9,5	75,7	14,9	
Rentabilidad				
Industria	10,1	67,9	22,0	
Construcción	20,0	60,0	20,0	
Comercio	4,9	68,9	26,2	-
Servicios	7,4	74,7	17,8	
Productividad				
Industria	10,2	63,0	26,9	
Construcción	0	66,7	33,3	
Comercio	6,7	65,0	28,3	-
Servicios	13,6	59,2	27,2	
Realización de inversiones				
Industria	20,4	56,5	23,1	
Construcción	26,7	60,0	13,3	
Comercio	21,3	54,1	24,6	-
Servicios	25,9	59,2	15,0	
Nivel de deuda				
Industria	31,5	46,3	22,2	
Construcción	46,7	46,7	6,7	
Comercio	32,8	52,5	14,8	-
Servicios	31,1	55,4	13,5	
Nivel de liquidez				
Industria	12,0	62,0	25,9	
Construcción	20,0	66,7	13,3	
Comercio	8,2	73,8	18,0	-
Servicios	14,2	69,6	16,2	

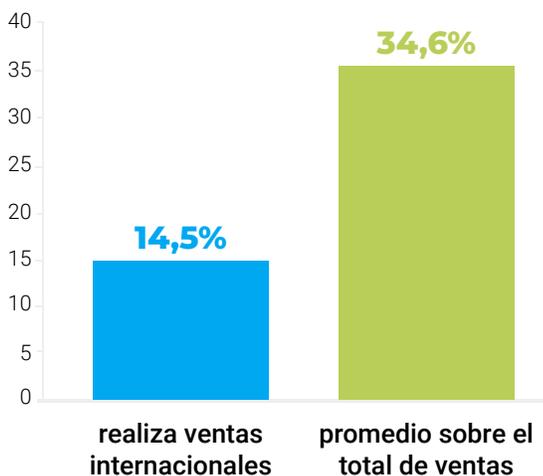
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa

4.4. Internacionalización

La crisis generada por la COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y también ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado analizaremos cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las Pymes costarricenses.

El 14,5% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales (gráfico 4.6). La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 34,6% (gráfico 4.6).

Gráfico 4.6 Porcentaje de empresas que realizan ventas internacionales y promedio que suponen en el total de ventas para 2020



Si se analiza el impacto de la crisis en dicha internacionalización (gráfico 4.7), los datos muestran que impactó negativamente en el nivel de facturación del 54,1% de las empresas internacionalizadas. Y el grado de importancia del impacto fue de 2,79 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 49,2% considera que se vio afectado por la crisis, con un grado de importancia de 3,13.

Por el contrario, la crisis ha influido positivamente en determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 13,1% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,88 en una escala de 1 a 5). Y el 16,4% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

Gráfico 4.7 Impacto de la crisis en la internacionalización.



En el análisis de las empresas por tamaño, comprobamos que no hay diferencias estadísticamente significativas ni en el nivel de facturación ni en el impacto en el número de países destino (cuadro 4.10).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Microempresas	26,7	56,7	16,7	
Pequeñas	50,0	43,8	6,3	-
Medianas	26,7	60,0	13,3	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	52,4	43,3	60,0	
Pequeñas	43,8	43,8	12,5	-
Medianas	20,0	66,7	13,3	

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

En cuanto al factor antigüedad de la empresa, sólo se aprecian diferencias significativas en el impacto en el número de países de destino (cuadro 4.11). Las empresas más jóvenes son las más perjudicadas. Mientras el 52,6% de las empresas jóvenes han disminuido el número de países de destino de sus ventas, este porcentaje se reduce al 47,6% en las empresas maduras. Finalmente, la clasificación por sector de actividad no muestra diferencias estadísticamente significativas (cuadro 4.12).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Jóvenes	26,3	63,2	10,5	-
Maduras	35,7	50,0	14,3	
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	31,6	52,6	15,8	**
Maduras	35,7	47,6	16,7	

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 Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Industria	31,6	52,6	15,8	-
Construcción	0	100	0	
Comercio	66,7	0	33,3	
Servicios	36,4	45,5	18,2	
Impacto en el número de países destino				
Industria	21,1	63,2	15,8	-
Construcción	0	100	0	
Comercio	66,7	0	33,3	
Servicios	45,5	31,8	22,7	

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

5. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

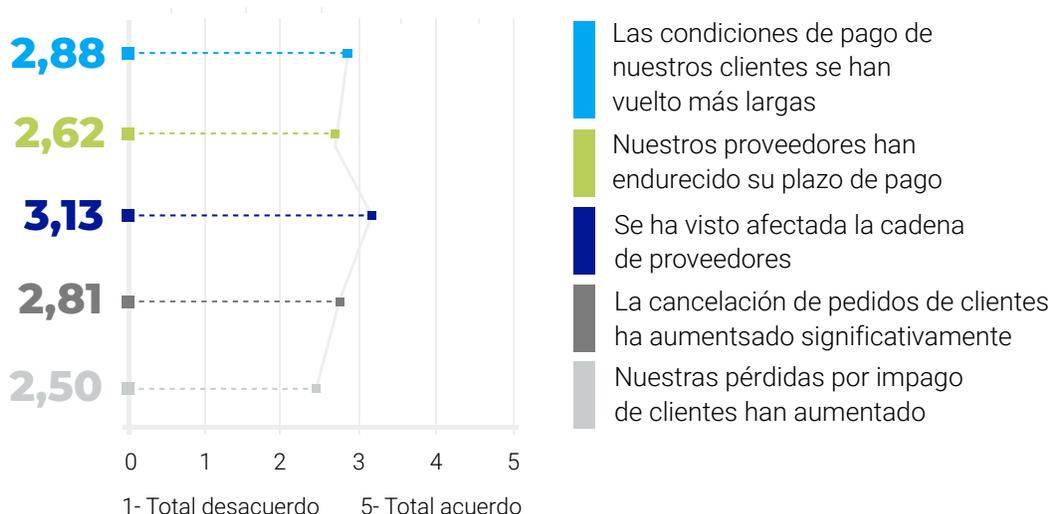
La crisis sanitaria no solo ha impactado en el crecimiento económico y en el empleo de las empresas, sino que también ha impactado en la gestión de las actividades de las mismas. En este apartado, se preguntó a los encuestados sobre el impacto que habían sufrido diferentes actividades de gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos donde, 1 es el mínimo valor y 5 el máximo. Las actividades se han clasificado en: actividades con clientes y proveedores, actividades operativas y actividades estratégicas.

5.1. Actividades con clientes y proveedores

El impacto más significativo de la crisis ocasionada por la COVID-19 es que se han visto afectadas las empresas en su cadena de suministros, al sufrir retrasos por parte de sus proveedores con un porcentaje de 3,13 en una escala de 1 a 5, (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 afectado, al menos todavía, a la gestión de sus operaciones con sus clientes y proveedores. Así, los encuestados otorgaron valores de 2,88 a que “las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas”, 2,81 a la “cancelación de pedidos por parte de los clientes”, 2,62 a que “los proveedores han endurecido sus condiciones de pago” y tan solo 2,50 a que “las pérdidas por impago de clientes han aumentado”.

Gráfico 5.1 Actividades con clientes y proveedores



Para un mayor detalle, a continuación, veremos el comportamiento de este tipo de actividades en función de una serie de factores. En el tamaño de la empresa encontramos que existen diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.1), en las “condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas” y “la cancelación de pedidos de clientes han aumentado significativamente”.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,1	3,1	3,5	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,6	2,5	3,0	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,9	2,7	3,2	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,9	2,6	2,8	**
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,6	2,3	2,6	-

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

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

En cuanto a la antigüedad de la empresa (cuadro 5.2), lo más relevante es que las empresas jóvenes se han visto más afectadas en “la cancelación de pedidos” (2,90) que las empresas maduras (2,80). Del mismo modo, las empresas jóvenes han tenido un mayor impacto negativo en su cadena de suministros (4,50 vs 3,40) y consideran que los proveedores han endurecido más su plazo de pago que en las empresas maduras (3,80 vs 2,80).

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	4,5	3,4	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,8	2,8	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,9	2,8	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,9	2,8	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,6	2,4	-

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

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

En cuanto al sector se puede destacar que las empresas de industrias han sido las más afectadas en las actividades con clientes y proveedores (cuadro 5.3). Así, han experimentado una mayor cancelación de pedidos de sus clientes (3,00), más impagos de clientes (2,80) y los clientes han alargado más sus pagos (3,01), que en el resto de los sectores.

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

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,1	3,2	3,7	2,8	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,8	2,5	2,6	2,5	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,1	3,2	2,5	2,8	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3,0	2,9	2,6	2,8	*
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,8	2,0	2,0	2,6	-

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

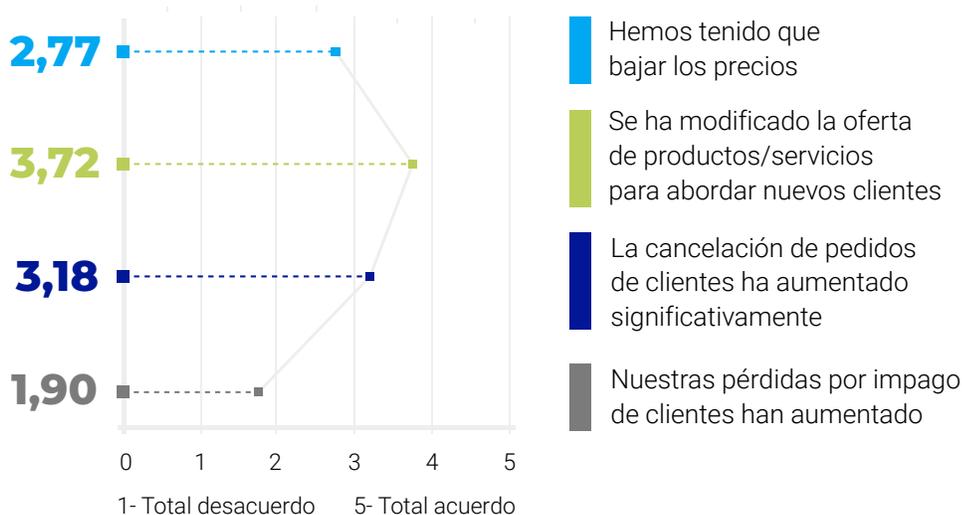
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa

5.2. Actividades operativas

En las actividades operativas de las empresas analizadas se aprecia un menor impacto (gráfico 5.2). Las actividades más afectadas han sido que “han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes” (3,72), que “las empresas han tenido que realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis” (3,18). Mientras que actividades como bajar precios (2,77) o aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,90), han tenido un impacto muy bajo.

El cuadro 5.4 muestra cómo han afectado las actividades operativas a las empresas según su tamaño. Se puede apreciar que las empresas medianas son las que más cambios específicos a nivel operativo han realizado para adaptarse a la crisis sanitaria (3,80) y aunque a un nivel muy bajo han sido las que más han recurrido a la subcontratación de sus operaciones.

Gráfico 5.2 Actividades operativas



Cuadro 5.4 Actividades operativas. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,2	3,0	3,8	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,9	1,7	2,2	**
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,8	3,5	4,0	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,6	2,9	3,0	-

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

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

En cuanto al factor antigüedad de la empresa, los datos obtenidos no presentaron diferencias estadísticamente significativas. Los ajustes efectuados son similares para las empresas jóvenes, así como para las maduras según se aprecia en el cuadro 5.5

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	3,1	3,5	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,9	1,8	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,8	3,6	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,7	2,6	-

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

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

Cuadro 5.6 Actividades operativas. Sector de actividad de la empresa

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,2	2,7	3,1	3,3	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2,0	2,4	1,5	2,0	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,8	3,3	4,0	3,6	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,6	3,1	2,6	2,8	-

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

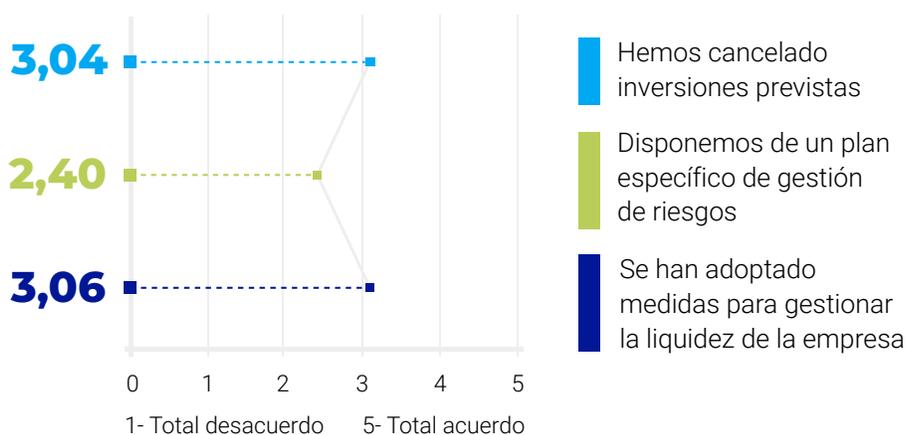
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa

5.2. Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las empresas? En general, la opinión de los encuestados es que esta crisis ha generado la necesidad de hacer planes de gestión de riesgos o de contingencias. Los encuestados piensan en la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,06) en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.3). Seguido de abandonar inversiones previstas (3,04) y dan una valoración de 2,40 en cuanto a la disposición de un plan específico de gestión de riesgo.

Al analizar el tamaño de la empresa (cuadro 5.7) se puede ver cómo las empresas medianas son las que en mayor medida han elaborado planes específicos para gestionar sus riesgos (3,00) frente a las pequeñas (2,50) y las microempresas (2,20), al igual las medianas han adoptado por las medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,5), frente a las pequeñas (3,20) y las microempresas (2,90).

Gráfico 5.3 Actividades estratégicas



Cuadro 5.7 Actividades estratégicas. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,0	3,1	3,4	***
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,2	2,5	3,0	**
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,9	3,2	3,5	-

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

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

En cuanto a la edad de las empresas, el cuadro 5.8 deja ver que no hay diferencias estadísticamente significativas. Es notable eso sí como las maduras son las empresas que más han cancelado inversiones previstas y más manifiestan haber adoptado medidas para gestionar su liquidez.

Cuadro 5.8 Actividades estratégicas. Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,0	3,2	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,4	2,5	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3,0	3,2	-

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

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

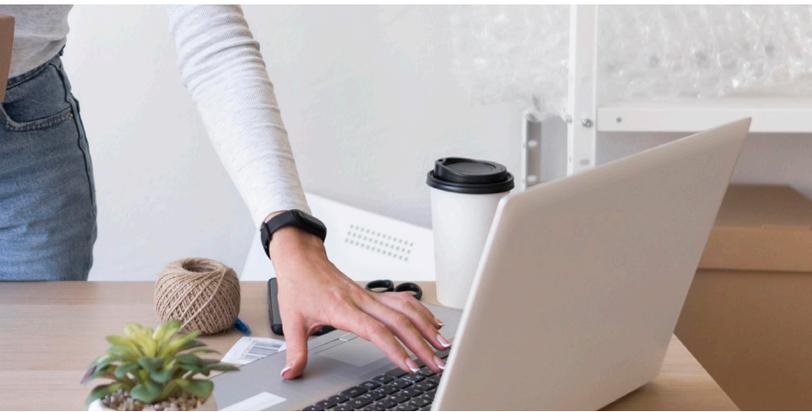
Finalmente, al ver los datos por sector (cuadro 5.9) se aprecia como las empresas del sector comercio son las que más han tenido que adoptar medidas para gestionar la liquidez en sus empresas (3,3) y que más han tenido que reducir sus inversiones previstas (3,1).

Cuadro 5.9 Actividades estratégicas. Sector de actividad de la empresa

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,2	2,5	3,1	3,0	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,4	2,2	2,2	2,5	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,9	2,9	3,3	3,1	-

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

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



El 83% de las empresas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios.

En innovación de productos y servicios apreciamos como el 83,7% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios, y el 81% ha comercializado un nuevo producto o servicio. En cuanto al grado de importancia en los dos tipos de innovación hay similitud.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos se ve marcada en un 82,5% por la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que han llevado a cabo en las Pymes. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 64,2% de las empresas. Analizando la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que han realizado la innovación, los datos muestran que las innovaciones a través de adquirir nuevos bienes de equipos (3,58) han sido menos importantes que los cambios o mejoras en los procesos de producción (3,89).

Relativo a la innovación en gestión, el 84,4% ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 83,9% en el departamento comercial o ventas y un 74,5% en la sección de compras. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevante fue en las innovaciones, comercialización y ventas, con un valor de 3,78, seguido por un 3,66 en la dirección y gestión.

Por otra parte, y también en el gráfico 6.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que realizaron un grado muy importante en su innovación (empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Así, vemos que el 50,1% ha adquirido nuevos bienes de equipo que han supuesto un cambio muy importante, el 43,7% ha realizado innovaciones relevantes en cuanto a cambios y mejoras de productos o servicios y el 40,4% ha realizado innovaciones en su comercialización y ventas.

Al analizar los distintos tipos de innovación según el tamaño de la empresa, no se evidencia significancia alguna, tal y como muestra el cuadro 6.1. Lo anterior, indica que el tamaño no es un factor que determine el tipo de innovación que se realiza en las pymes.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	85,8	80,2	81,8	-
Comercialización nuevos productos/servicios	83,3	76,2	84,1	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	82,9	81,6	86,4	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	65,3	61,1	68,2	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	84,1	83,3	90,9	-
Compras y aprovisionamientos	74,9	71,7	84,1	-
Comercial/ventas	84,8	81,7	90,7	-

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

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

Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas por las pymes en función del tamaño (cuadro 6.2) no se aprecian diferencias significativas entre los distintos segmentos. Lo anterior indica que el tamaño tampoco es un factor que determine el grado de la importancia de estas innovaciones.

Cuadro 6.2 Importancia de las innovaciones. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,9	3,9	4,1	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,9	4,0	4,2	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,9	3,9	3,8	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,5	3,7	3,6	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3,6	3,6	4,1	-
Compras y aprovisionamientos	3,5	3,6	3,9	-
Comercial/ventas	3,8	3,8	3,7	-

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

En lo que respecta a la realización de innovaciones según la antigüedad de la empresa, se observan diferencias muy significativas asociadas a comercialización de nuevos productos/servicios y a la adquisición de nuevos bienes de equipo en favor de las empresas más jóvenes. En lo que se refiere a comercialización de nuevos productos o servicios se refleja un 75,1% vs 86,7% y aspectos relacionados con la adquisición de nuevos bienes de equipo muestran una brecha del 59,9% vs 68,3%, demostrándose que las empresas jóvenes han innovado en un grado mayor que las empresas maduras. Para los demás aspectos relativos a la realización de innovaciones según antigüedad no se refleja ninguna significancia (cuadro 6.3).



Las empresas jóvenes han innovado en un grado mayor que las empresas maduras.

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	83,6%	83,8%	-
Comercialización nuevos productos/servicios	86,7%	75,1%	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	85,3%	80,2%	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	68,3%	59,9%	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	84,9%	84,3%	-
Compras y aprovisionamientos	75,2%	74,1%	-
Comercial/ventas	85,3%	82,7%	-

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

Por otro lado, no se observan diferencias significativas entre estos grupos en cuanto al grado de importancia de estas innovaciones (cuadro 6.4).

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	4,0	3,7	-
Comercialización nuevos productos/servicios	4,1	3,7	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	4,0	3,7	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,6	3,6	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3,7	3,6	-
Compras y aprovisionamientos	3,5	3,6	-
Comercial/ventas	3,8	3,6	-

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

El análisis de la innovación en función del sector de actividad muestra diferencias en el comportamiento de cada uno (cuadro 6.5).

En innovaciones relativas a productos y servicios, los sectores con un mayor porcentaje de empresas que han llevado a cabo mejoras en la comercialización de nuevos productos/servicios son el sector industrial (90,7% de las empresas) y comercio (88,5%). El porcentaje de empresas de los sectores de servicios y construcción que acometió este tipo de innovación fue el 78,9% y 46,7% respectivamente.

Respecto a innovaciones en gestión que resultaron significativas, se aprecia como en comercial y ventas se produjo, principalmente, entre las empresas del sector comercio (95%), seguido de los sectores industrial y servicios (86% y 85% respectivamente) y por último el sector construcción con 73,

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

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Innovación en productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	82,4	66,7	85,2	86,5	-
Comercialización nuevos productos/servicios	90,7	46,7	88,5	78,9	***
Innovación en procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	86,1	80,0	83,9	81,5	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	63,0	53,3	62,3	68,0	-
Innovación en gestión					
Organización y gestión	85,0	73,3	82,0	87,8	-
Compras y aprovisionamientos	78,5	80,0	79,0	72,6	-
Comercial/ventas	86,0	73,3	95,0	85,0	**

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

En cuanto a la importancia de las innovaciones en función del sector de actividad de la empresa, no se observan diferencias significativas, tal y como lo muestra el cuadro 6.6. Lo que permite asumir que el sector de actividad de la pyme no es un factor que determine la importancia de las innovaciones.

Cuadro 6.6 Importancia de las innovaciones. Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Innovación en productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	4,1	3,6	3,8	4,0	-
Comercialización nuevos productos/servicios	4,1	3,3	3,9	4,0	-
Innovación en procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,9	3,2	4,0	3,8	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,6	3,1	4,1	3,5	-
Innovación en gestión					
Organización y gestión	3,6	3,6	3,8	3,7	-
Compras y aprovisionamientos	3,7	3,1	3,7	3,5	-
Comercial/ventas	3,9	3,3	3,7	3,8	**

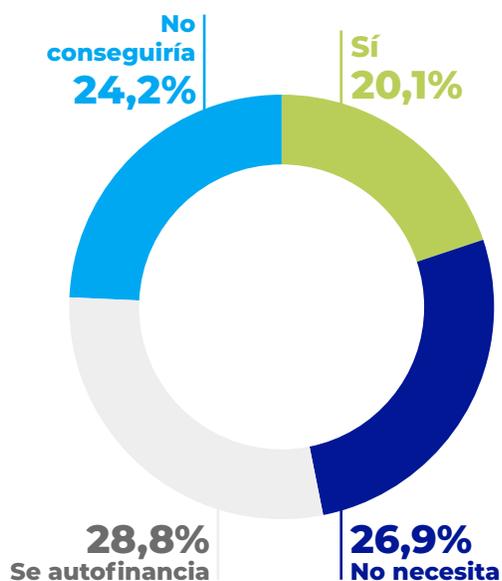
En una escala de 1 = poco importante a 5 = muy importante
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa

7. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

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

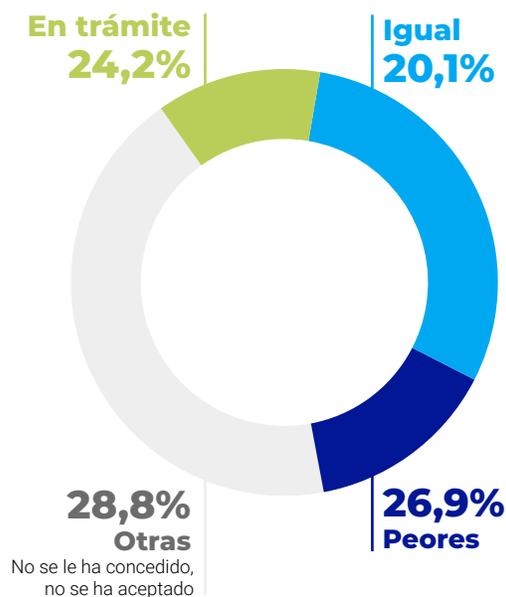
El gráfico 7.1 muestra que el 20,1% de las Pyme han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, mientras que el 26,9% no han realizado la solicitud porque dicen no necesitarlo y el 28,8% no lo han solicitado porque se autofinancian. Por otra parte, el 24,2% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se auto racionan porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

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



El gráfico 7.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado contratar líneas de financiación. Se puede apreciar que un 43,9% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Para un 13,4% la solicitud se encuentra en trámite. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (28,0%) o en peores condiciones (14,6%).

Gráfico 7.2 En caso de haberlo solicitado



Las diferencias en la solicitud y acceso a la financiación se analizan considerando el tamaño, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa. En lo que respecta al tamaño (cuadro 7.1), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en cuanto al porcentaje de empresas que han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito. Así, el 25,0% de las empresas medianas solicitaron financiación, frente a sólo el 18,9% de las microempresas. Esta diferencia viene explicada debido a que la microempresa considera que no lo solicita porque pese a necesitarla teme no obtenerla (así lo manifiesta el 30,7% de las microempresas),

frente al 4,5% de las empresas medianas. De igual modo, si analizamos el panel B que refleja el resultado del acceso a la financiación, se observan diferencias estadísticamente significativas. Para ilustrar mejor, se observa que el 45,5% de las empresas medianas accedieron a financiación en las mismas condiciones que en años anteriores, frente a sólo el 18,9% de las microempresas. Esta diferencia viene explicada por motivo que la microempresa no accedió al considerar que no han querido concederles la financiación (así lo manifiesta el 51,1% de las microempresas), frente al 0% (ninguna) de las empresas medianas.

Cuadro 7.1 Financiación de la empresa. Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	18,9	20,8	25	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	23,8	33,6	25	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	26,6	27,2	45,5	***
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	30,7	18,4	4,5	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	26,7	23,1	45,5	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	8,9	23,1	18,2	
No han querido concederles la financiación (%)	51,1	34,6	0	**
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	6,7	3,8	0	
Está en trámite (%)	6,7	15,4	36,4	

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

En cuanto a la antigüedad de la empresa, el cuadro 7.2 muestra que las maduras son las que más solicitan créditos a las entidades financieras. Así, el 22,7% de las maduras solicitaron un crédito frente al 18,3% de las jóvenes (panel A). Es interesante resaltar que una vez solicitado el crédito las empresas jóvenes se ven más limitadas para su obtención. Así, al 41,9% de las empresas jóvenes

no han querido concederles la financiación (35,9% de las maduras), al 7,0% de las jóvenes se les ha concedido la operación, pero la empresa no la ha querido aceptar porque las condiciones se han endurecido (2,6% de las maduras); sin embargo, en el 9,3% de las empresas jóvenes las solicitudes todavía estaban en trámite (frente a 17,9% en el caso de las maduras).

Cuadro 7.2 Financiación de la empresa. Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	18,3	22,7	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	24,5	30,2	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	27,4	30,8	**
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	29,9	16,3	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	20,9	35,9	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	20,9	7,7	
No han querido concederles la financiación (%)	41,9	35,9	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	7,0	2,6	
Está en trámite (%)	9,3	17,9	

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

Por último, en cuanto al sector de actividad no se encuentran diferencias significativas en la solicitud de financiación (cuadro 7.3, panel A). La construcción es el sector donde las empresas más solicitudes de financiación presentaron a las entidades financieras. Así, solo el 28,6% de las empresas constructoras solicitaron financiación, frente al 14,3% que no lo solicitaron por motivo que, a pesar de necesitarla, la empresa teme no tenerla. En los sectores comercio y servicios no

solicitar financiación prevalece por motivo de no estar invirtiendo y, por ende, no necesitarla (33,9% y 31,3%, respectivamente). En cambio, si surgen diferencias significativas entre los sectores en el resultado del acceso a la financiación (panel B). Así, el 30,8% de las empresas del sector comercio y el 27,6% de las empresas del sector servicio accedieron a financiación. Sin embargo, en ambos sectores ninguna de las empresas la ha aceptado, porque las condiciones se han endurecido.

Cuadro 7.3 Financiación de la empresa. Sector de actividad

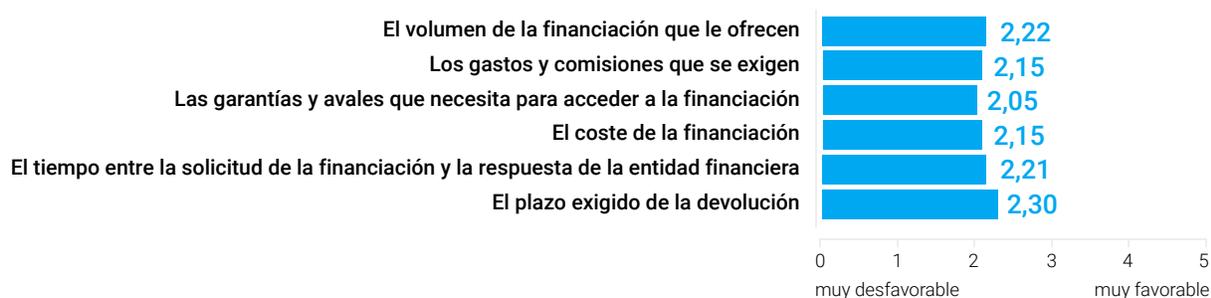
	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación					
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	18,3	28,6	21,0	19,7	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	21,3	28,6	33,9	31,3	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	25,9	28,6	30,6	26,5	-
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	33,3	14,3	14,5	22,4	
Panel B. Acceso a la financiación					
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	25,0	25,0	30,8	27,6	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	20,0	25,0	7,7	17,2	
No han querido concederles la financiación (%)	35,0	25,0	53,8	41,4	**
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	0	0	7,7	0	
Está en trámite (%)	20,0	25,0	0	13,8	

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

El análisis del acceso a la financiación bancaria debe completarse con la discusión sobre las condiciones de dicha financiación. Nos referimos a términos contractuales tales como costo y volumen de la línea de financiación, las comisiones y gastos de la operación, las garantías y avales que deben aportarse y el plazo de devolución de los recursos. Así mismo analizamos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera. En este apartado analizamos la

evolución de estos elementos a lo largo del 2020 periodo de la pandemia (gráfico 7.3). Medido en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), podemos observar que la mayoría de las condiciones han mostrado una evolución desfavorable. Lo anterior, por motivo que la media de la escala de valoración de estas seis condiciones de financiación se ha ubicado entre un mínimo de 2,05 (garantías y avales necesarios para acceder a financiación) y un máximo de 2,30 (el plazo exigido de la devolución).

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



El tamaño de la empresa solo influye significativamente en cuanto al volumen de financiación que ofrecen las entidades financieras (cuadro 7.4). Las pequeñas y medianas son las que reciben menos volumen de financiación de lo solicitado (2,3 puntos en una escala de 1 a 5), frente a las microempresas (2,1). En el resto de las condiciones de financiación no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

Cuadro 7.4 Evolución en las condiciones de la financiación¹. **Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,1	2,3	2,3	***
Los gastos y comisiones exigidos	2,1	2,2	2,2	-
Garantías y avales necesarios	2,0	2,0	2,0	-
El coste de la financiación	2,1	2,1	2,1	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,1	2,2	2,2	-
El vencimiento de la financiación	2,2	2,3	2,3	-

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

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

En cuanto a la antigüedad de la empresa, tiene también un efecto limitado sobre la evolución de las condiciones de la financiación (cuadro 7.5). Tan solo surgen diferencias significativas al analizar el volumen de financiación ofrecido y el vencimiento de la financiación. En ambos casos, las empresas maduras piensan que estas condiciones son más desfavorables (2,3 y 2,6) frente a las empresas jóvenes (2,1 y 2,2). Sin embargo, el sector de actividad si es un factor que explica diferencias de comportamiento en las condiciones de financiación (cuadro 7.6). Las empresas que muestran una evolución menos favorable en casi todos los indicadores son las dedicadas a la construcción. Y las de mejor evolución son las del sector comercio.

Cuadro 7.5 Evolución las condiciones de la financiación¹. **Antigüedad empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,1	2,3	*
Los gastos y comisiones exigidos	2,1	2,3	-
Garantías y avales necesarios	2,0	2,3	-
El coste de la financiación	2,1	2,5	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,2	2,2	-
El vencimiento de la financiación	2,2	2,6	***

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

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

Cuadro 7.6 Evolución las condiciones de la financiación¹. **Sector de actividad**

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,2	2,0	2,5	2,3	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,1	1,8	2,5	2,2	**
Garantías y avales necesarios	2,0	1,8	2,6	2,0	**
El coste de la financiación	2,0	2,1	2,6	2,2	**
El tiempo de resolución de la solicitud	2,2	1,5	2,6	2,3	**
El vencimiento de la financiación	2,2	1,9	2,7	2,3	*

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

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

8. INDICADORES DE RENDIMIENTO

El rendimiento de una empresa es un fenómeno difícil de valorar. En términos generales se puede medir utilizando dos tipos de datos, los “objetivos” que provienen de sistemas de información internos (i.e. contabilidad) versus los subjetivos que provienen de la opinión o la percepción de la gerencia con respecto a la posición competitiva de su empresa. Ambos son aceptados en la investigación científica, pero este capítulo se basará exclusivamente en datos del segundo tipo, subjetivos, dada la particular coyuntura que atraviesan las empresas con cambios acelerados en el entorno producto de la pandemia, lo cual ocasiona que los datos contables pierdan vigencia rápidamente y no reflejen la posible situación futura de la organización.

En concreto, el estudio utiliza ocho variables para medir el rendimiento de la empresa (Quinn y Rohrbaugh, 1983). A las personas entrevistadas en cada empresa se les pidió que mostraran su grado de acuerdo (en escala 1 a “total desacuerdo” a 5 “total acuerdo”) con las siguientes afirmaciones en comparación con sus competidores más importantes: ofrece productos de mayor calidad, dispone de procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, se adapta antes a los cambios en el mercado, está creciendo más, es más rentable, tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente, tiene menor absentismo laboral.

En el gráfico 8.1 se observa que los aspectos más favorables para las pymes costarricenses encuestadas son: la satisfacción de clientes (4,27), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,99) y la calidad de sus productos (3,93). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos fueron: el grado de absentismo laboral (3,15), la rapidez de crecimiento de las ventas (3,16) así como la obtención de una rentabilidad adecuada (3,20). Aunque es resaltable que en los tres casos la calificación presenta valores superiores a 2.5 (punto medio de la escala). En lugares más intermedios se sitúan: la mayor satisfacción/motivación de los empleados (3,83) y la mayor eficiencia de los procesos productivos (3,86).

Gráfico 8.1 Rendimiento de las Pymes frente a sus competidores



Si analizamos el rendimiento según el tamaño de las empresas estudiadas (cuadro 8.1), encontramos que no existen diferencias estadísticamente significativas, salvo en la variable de contar con clientes más satisfechos, donde sobresalen las microempresas encuestadas.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	4,0	3,9	3,8	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,9	3,8	3,7	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4,4	4,2	4,1	**
Se adapta antes a los cambios en el mercado	4,0	3,9	4,0	-
Está creciendo más	3,2	3,0	3,3	-
Es más rentable	3,2	3,2	3,4	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	4,0	3,6	3,7	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,2	3,1	3,2	-

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

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

Si se contrasta el rendimiento percibido según la antigüedad de las empresas, jóvenes versus maduras, en el cuadro 8.2 vemos como las jóvenes señalan tener mejor rendimiento en cinco de los ocho factores (con diferencias estadísticamente significativas): calidad (4,1 vs 3,9), satisfacción de los clientes (4,4 vs 4,1), adaptación rápida a los cambios (4,1 vs 3,9), crecimiento (3,2 vs 3,1), y satisfacción de sus empleados (3,9 vs 3,7). En las demás variables no hay diferencias estadísticamente significativas.

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

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	4,1	3,9	***
Dispone de procesos internos más eficientes	3,9	3,9	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4,4	4,1	***
Se adapta antes a los cambios en el mercado	4,1	3,9	***
Está creciendo más	3,2	3,1	***
Es más rentable	3,2	3,0	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,9	3,7	**
Tiene un menor absentismo laboral	3,1	3,2	-

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

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

Finalmente, visto según el sector de actividad económica (cuadro 8.3), no se hallaron diferencias estadísticamente significativas en el rendimiento percibido de las empresas que fueron encuestadas. Lo que se podría resaltar es que en términos generales las variables relacionadas con crecimiento, rentabilidad y absentismo laboral fueron menos valoradas que las de calidad y satisfacción de los clientes en todos los tipos de empresas.

Cuadro 8.3 Rendimiento de las pymes frente a sus competidores. Sector de actividad

	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	4,0	3,9	3,7	3,9	-
Dispone de procesos internos más eficientes	4,0	3,4	3,8	3,8	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4,3	4,2	4,2	4,3	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,9	3,9	4,1	4,0	-
Está creciendo más	3,4	2,7	3,1	3,1	-
Es más rentable	3,3	2,7	3,1	3,2	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,9	3,4	3,7	3,8	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,0	2,9	3,2	3,3	-

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

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

9. RESUMEN EJECUTIVO



En este apartado se presentan, a modo de resumen general, las principales conclusiones de este estudio realizado a 419 empresas costarricenses sobre el impacto económico de la crisis sanitaria provocada por la COVID-19.

Características generales de las empresas encuestadas

- El 59,2% son microempresas, el 30,3% son pequeñas y el 10,5% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 13 años.
- El control de la gestión de las empresas en su mayoría es de tipo familiar. El 77,3% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 44,6% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 64,5% de las iniciativas dispone de un gerente con estudios universitarios.
- El 16,0% de las empresas están realizando en la actualidad teletrabajo y solo el 30,1% prevé utilizar en su iniciativa el teletrabajo cuando finalice la pandemia.

Impacto económico de la crisis

Empleo

El 31,3% de las Pyme disminuyeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 51,9% lo mantuvo y un 16,8% lo aumentó. Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables. El 24,8% de las Pyme señalaron que aumentará su empleo, el 69,9% que lo mantendrá y 5,3% que lo disminuirá. Las empresas que tienen unas expectativas más favorables son las medianas, las empresas maduras, y las de los sectores de construcción y comercio.

Ventas

La pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las empresas en Costa Rica. El 60,2% de las empresas encuestadas estimó haber experimentado una reducción de ventas en el 2020 en comparación con el 2019, el 23,3% consiguió mantenerlas y un 16,5% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un 23,6%. Las empresas donde tuvo un mayor impacto la caída de las ventas fueron las microempresas (61,5% redujo sus ventas).



Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran claramente las del primer semestre.

Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran claramente las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 58,8% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (76,2% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 5,3% de las empresas en el primer semestre (2,9% en segundo semestre). Las expectativas de ventas más favorables para el 2021 las presentan las empresas medianas, las jóvenes y las de construcción.

Indicadores económicos y financieros

Nivel de facturación: el 74,2% se vio afectado negativamente, con un grado de importancia de 3,20 (en una escala de 1 a 5).

Rentabilidad: el 71,6% de las empresas afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,19.

Nivel de deuda: el 52,3% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,11.

Nivel de liquidez: el 68,9% de empresas afectadas, con un impacto de 3,17.

Realización de inversiones: el 61,1% de las empresas han reducido sus inversiones con una importancia media de 3,40.

Si analizamos el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por la COVID-19 ha impactado más negativamente en las microempresas, así como en las empresas de los sectores industrial y de servicios.

De forma contraria, podemos ver cómo la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Así, el 25,2% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 3,13), el 19,2% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,94) y al 16,4% les afectó positivamente su nivel de facturación (intensidad de 3,01).

Internacionalización

El 14,5% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 34,6%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas costarricenses. En el 54,1% de las empresas encuestadas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 2,79 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 49,2% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,13.

Contrariamente, la crisis ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 13,1% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,88 en una escala de 1 a 5). Y el 16,4% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

Impacto sobre la organización de la empresa

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

Actividades con clientes y proveedores

La crisis ocasionada por la COVID-19 en las empresas ha impactado principalmente en la cadena de suministros por parte de los proveedores (grado de importancia 3,13 en una escala de 1 a 5). Menos afectados han sido las condiciones de pago de los clientes (2,88), la cancelación de pedidos por parte de los clientes (2,81), el endurecimiento de las condiciones de pago a los proveedores (2,62) y las pérdidas por impago de clientes (2,50).

Actividades operativas

Las actividades más afectadas han sido las de modificar la oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,72), realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (3,18). Mientras que actividades como bajar precios (2,77) o aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,90), han tenido un impacto muy bajo.

Actividades estratégicas

La crisis ha generado la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,06) en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.3). Seguido del abandonar inversiones previstas (3,04) y dan una valoración de 2,40 en cuanto a la disposición de un plan específico de gestión de riesgo.

Actividad innovadora

Este acápite versa sobre la actividad innovadora de las Pyme en los últimos dos años, distinguiendo entre innovación en productos y servicios, procesos y sistemas de gestión.

En innovación de productos vemos cómo el 83,7% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios, y el 81% ha comercializado un nuevo producto o servicio. La actividad desarrollada en la innovación en procesos se ve marcada en un 82,5% por la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que han llevado a cabo en las Pymes. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 64,2% de las empresas.

En cuanto a la innovación en gestión, el 84,4% ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 83,9% en el departamento de comercial o ventas y un 74,5% en la sección de compras.



El 83,7% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios.

Acceso a la financiación

El 20,1% de las Pyme han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 26,9% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 28,8% no lo han solicitado porque se autofinancian. Adicionalmente, el 24,2% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se auto racionan porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

Al analizar las Pyme que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el 28% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores y el 14,6% han sido aceptadas, pero en peores condiciones. Mientras que una mayoría del 43,9% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no lo han aceptado. Esta información viene a señalar que el acceso a la financiación ha sido un problema grave para las Pyme durante la pandemia generada por la COVID-19.

Adicionalmente, medido en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), podemos concluir que la mayoría de las condiciones han mostrado una evolución desfavorable. Lo anterior, por motivo que la media de la escala de valoración de estas seis condiciones de financiación se ha ubicado entre un mínimo de 2,05 (garantías y avales necesarios para acceder a financiación) y un máximo de 2,30 (el plazo exigido de la devolución).

| Indicadores de rendimiento

Los indicadores de rendimiento más favorables para las Pymes costarricenses durante la pandemia en relación con sus competidores más directos son: la mayor satisfacción de los clientes (4,27 en una escala de 1 a 5), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,99) y la calidad de sus productos (3,93). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos fueron: el grado de absentismo laboral (3,15), la rapidez de crecimiento de las ventas (3,16) así como la obtención de una rentabilidad adecuada (3,20). Aunque es resaltable que en los tres casos la calificación presenta valores superiores a 2.5 (punto medio de la escala). En lugares más intermedios se sitúan: la mayor satisfacción/motivación de los empleados (3,83) y la mayor eficiencia de los procesos productivos (3,86).

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 sobreacción, tanto para la salud pública como para la economía.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289.
- Horton R. (2020). Offline: COVID-19 is not a pandemic. *Lancet*, 396: 874. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)32000-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)32000-6)
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2019). Estado situacional de la PYME en Costa Rica, Serie 2012-2017 Nueva metodología. (Nro. 012-19). Gobierno de Costa Rica. Recuperado de <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/estudios/2019/pyme/INF-012-19.pdf>
- 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.
- Singer, M. (2010). Pathogen-pathogen interaction: a syndemic model of complex biosocial processes in disease. *Virulence*, 1(1), 10-18. <https://doi.org/10.4161/viru.1.1.9933>