

INFORMES MIPYME

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LA MIPYME EN PANAMÁ

JUNIO 2021



EDITA: FAEDPYME
Cartagena (Spain)
ISSN: 2792-4378
Serie: Informes MIPYME

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

Diseño y maquetación: Universidad Tecnológica de Panamá



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN PANAMÁ

CNC: Rosemary Piper, Ninotshka Tam, Roger Durán

UTP: Edilsa de Sanfilippo, Nuvia Martez, Enith González, Bolívar Bernal, Gabriel Vergara

COORDINACIÓN

Rosemary Piper, por el Centro Nacional de Competitividad (CNC)

Edilsa de Sanfilippo, por la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP)





PRÓLOGO

La pandemia provocada por el Covid-19 ha impactado a la economía de nuestro país de una manera muy contundente. Las cifras revelan un impacto negativo de 17.9% en el PIB 2020 de forma general y en particular para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYME) este impacto es mucho mayor.

Las MIPYME representan el 95% de las empresas que aportan a la economía nacional, son el motor de la economía y es un sector muy sensitivo que en estos momentos está luchando por salir airoso de la crisis que es responsable por el cierre de casi el 30% de las empresas en 2020 siendo que, en su mayoría son empresas de este sector.

Antes de la crisis provocada por el Covid-19 el sector empresarial MIPYME enfrentaba muchos problemas, para su crecimiento y desarrollo, sobre todo el acceso al financiamiento, a la tecnología, asesoría técnica, a la innovación, investigación y desarrollo. Aunque es reconocido como un sector que mueve la economía no recibe el apoyo y beneficios esenciales para su fortalecimiento.

Con esta crisis del Covid-19 se ha evidenciado todas estas falencias y sobre todo el acceso al financiamiento que es uno de los aspectos que más se ha comentado que sufren estas empresas, al quedarse sin liquidez y con flujo de caja negativos, es decir, los problemas de siempre pero ahora con mayor intensidad.

Con este escenario el Centro Nacional de Competitividad (CNC) en alianza con la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP) y el apoyo de FAEDPYME realizaron oportunamente la investigación titulada “Impacto Económico de la Crisis Covid-19 sobre la MIPYME en Panamá” para recuperar información valiosa ofrecida por las MIPYME encuestadas, que aportan datos sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas al igual que otros indicadores. Este trabajo tiene como objetivo principal estimar el impacto de la crisis económica generada por el Covid-19 en el empleo, las ventas y en diferentes indicadores económicos y financieros para conocer las principales dificultades que atraviesan las empresas.

Este estudio busca poner en contexto la realidad que viven las empresas, para lo cual se ha realizado una exhaustiva investigación para conocer las propias verdades a partir de las fuentes primarias, que son las MIPYME en el ámbito nacional. Recoge las impresiones más importantes de los protagonistas que involucra los sectores de industria, construcción, comercio y servicios. Es un documento que refleja la realidad de las empresas



PRÓLOGO

durante el 2020, en especial, cómo han salido libradas de esta crisis y cómo perciben su recuperación, aunque existe mucho escepticismo lo recabado en este documento permitirá tener una base para la toma de decisiones, tanto a nivel privado como público.

Los resultados publicados en este trabajo reflejan un impacto en el empleo, en las ventas, en los indicadores económicos y financieros tales como el nivel de facturación, rentabilidad, productividad, realización de inversiones, nivel de deuda y nivel de liquidez. Estos datos podrán ser utilizados por instituciones que están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con la finalidad de mitigar los impactos ocasionados por la pandemia del Covid-19.

Otro aspecto importante, abordado en la investigación, muestra que la internacionalización se vio afectada en 58.2% de las empresas, pues la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación.

Como tema final de este trabajo se consultó sobre el acceso al financiamiento debido a que, este aspecto tradicionalmente es uno de los obstáculos más importantes que enfrentan las MIPYME. Las conclusiones demostraron que esta situación se agrava mucho más, no hay un programa que permita a estas empresas acceder a las fuentes disponibles con tasas de interés acordes a la realidad nacional, con periodos de tiempos flexibles y con las garantías que puedan aportar estas empresas.

El contenido de este trabajo no solo es necesario sino obligatorio para que las diferentes instituciones públicas o privadas tengan los elementos de juicio actualizados que permitan generar estrategias coherentes, que faciliten impulsar al sector de la MIPYME, en los planes futuros de reactivación de la economía panameña.

Dr. Olmedo Estrada
Doctor en Ciencias Empresariales con especialización en Finanzas
Decano de la Facultad de Negocios de la Universidad Latina de Panamá
Expresidente del Colegio de Economistas de Panamá
Secretario General del Colegio de Economistas de Panamá

Contenido

1. Introducción.....	4
2. Metodología de investigación.....	6
2.1. Estructura de la muestra.....	6
2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario.....	7
2.3. Análisis estadístico de los datos.....	8
3. Datos generales de las empresas.....	8
4. Impacto económico.....	10
4.1. Empleo.....	11
4.2. Ventas.....	13
4.3. Indicadores económicos y financieros.....	17
4.4. Internacionalización.....	21
5. Impacto sobre la organización de la empresa.....	24
5.1. Actividades con clientes y proveedores.....	24
5.2. Actividades operativas.....	27
5.3. Actividades estratégicas.....	29
6. Actividad innovadora.....	32
7. Acceso a la financiación.....	38
8. Indicadores de rendimiento.....	44
9. Resumen ejecutivo.....	46
10. Referencias.....	51

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).

En Panamá, el parque empresarial está conformado mayoritariamente por micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME). El efecto del coronavirus les afecta profundamente, ya que este segmento- a nivel regional- tiene poca resiliencia para responder a una crisis de esta magnitud y duración, donde existen limitaciones para innovar debido a la baja adopción de tecnologías de la información y comunicación (CEPAL, 2021). Otras grandes lecciones que ha dejado el Covid-19, es la necesidad de los países en enfocarse no solo en invertir en la generación de mayores capacidades científicas, sino también sobre la intensidad y la forma que debe adoptar ese esfuerzo. Resaltando la ciencia, la tecnología y la innovación como determinantes para cualquier escenario de salida de la crisis y reactivación económica (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020).

El informe Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la MIPYME en Panamá se centra en valorar el impacto económico que tendrá la crisis generada por la COVID-19 en Panamá. 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 para el 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.

Los objetivos específicos del informe son:

- 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 MIPYME 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 430 MIPYME panameñas dirigida al gerente de la empresa. La muestra está compuesta por microempresas (hasta \$150,000.00 ventas anuales), pequeña empresa (\$150,001.00 a \$1,000,000.00 ventas anuales) y medianas empresas (\$1,000,001.00 a \$2,500,000.00 ventas anuales). La técnica de recogida de información fue una encuesta online. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a marzo de 2021. Hay que señalar que en el desarrollo 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 MIPYME, sino más bien se busca 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 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

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo estratificado. Para ello, es necesario definir los criterios de estratificación que serán función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos disponibles para la realización del trabajo de campo. Los criterios utilizados para la estratificación deben estar correlacionados con las variables objeto de estudio teniendo en cuenta que la ganancia en precisión es, en general, decreciente al aumentar el número de estratos. Por ello, el número de criterios y estratos debe ser moderado y congruente con el máximo tamaño de muestra con el que podamos trabajar. En este trabajo se fijaron los siguientes estratos: sector (Industria, Construcción, Comercio y Servicios), tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas) y Provincias. Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. El trabajo de campo se llevó a cabo a través de una encuesta digital y una plataforma online.

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

La muestra finalmente obtenida fue de 430 empresas panameñas (en el cuadro 2.1 puede verse la distribución por Actividad Económica y en el cuadro 2.2 por Provincias). En el cuadro 2.3 se puede observar el error muestral para los distintos estratos por sectores analizados en este informe, determinando un error muestral global de 4.7 puntos con un nivel de confianza del 95%. Los tamaños poblacionales (número total de empresas en cada estrato) se obtienen del Instituto Nacional de Estadística y Censo de Panamá.

Cuadro 2.1
Actividades económicas incluidas en cada Sector

	Nº de empresas	%
Industria	64	14.81
Construcción	64	14.81
Comercio	75	17.46
Servicios	227	52.91
TOTAL	430	100.00

Cuadro 2.2
Actividades económicas incluidas en cada Provincia.

	Nº de empresas	% de empresas
Bocas del Toro	8	1.92
Chiriquí	39	9.13
Coclé	22	5.05
Colón	9	2.16
Darién	1	0.24
Herrera	21	4.81
Los Santos	9	2.16
Panamá	262	60.82
Panamá Oeste	42	9.86
Veraguas	17	3.85
TOTAL	430	100

Cuadro 2.3
Errores de estimación de la muestra

	P=50%
Sector (nivel confianza 95%)	
Industria	11.3
Construcción	12.2
Comercio	12.2
Servicios	6.5
Microempresa (hasta \$150,000.00 ventas anuales)	6.6
Pequeña (\$150,001.00 a \$1,000,000.00 ventas anuales)	7.9
Mediana (\$1000,001.00 a 2,500,000.00 ventas anuales)	13.5
Total (nivel confianza 95%) 4.7	4.7

2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la empresa ante la crisis generada por la COVID-19. Para obtener la información de las variables se diseñó un cuestionario dirigido a los gerentes de las MIPYME. Con esta herramienta se ha buscado recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. En su elaboración se ha prestado especial atención al orden y estructura de los bloques de preguntas, con la extensión más breve posible que permitiese una redacción clara y adecuada con el objetivo de reducir al máximo los posibles problemas de interpretación y obtención de datos en el proceso de cumplimentación del cuestionario.

Las técnicas de captación de información fue la encuesta electrónica, utilizando como soporte un cuestionario cerrado. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos investigados, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas, lo que sustenta y justifica que las variables incorporadas son relevantes para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en 2 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 innovación, su acceso a la financiación y 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: el tamaño, la antigüedad, y el sector de actividad de la empresa. Para evaluar la significación estadística de las diferencias observadas en las respuestas según el factor de clasificación utilizado, se han empleado las siguientes pruebas estadísticas:

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

3. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Las empresas entrevistadas y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 430, tratándose de una muestra representativa del conjunto de empresas panameñas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes

más importantes relacionadas con la empresa y que ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- El 51.8% son microempresas, el 35.9% son pequeñas y el 12.3% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 13.4 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 72.3% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 36.2% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 87.9% de los directores generales disponen de estudios universitarios.
- Solamente un 5% de las empresas de la muestra han recibido un apoyo del gobierno y 3.1% han recibido subsidios o beneficios económicos estatales.
- El 15.9% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 34.8% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

Cuadro 3.1
Tamaño de la empresa (%)

	Micro	Pequeñas	Medianas
% empresas	51.8	35.9	12.3

Gráfico 3.1
¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

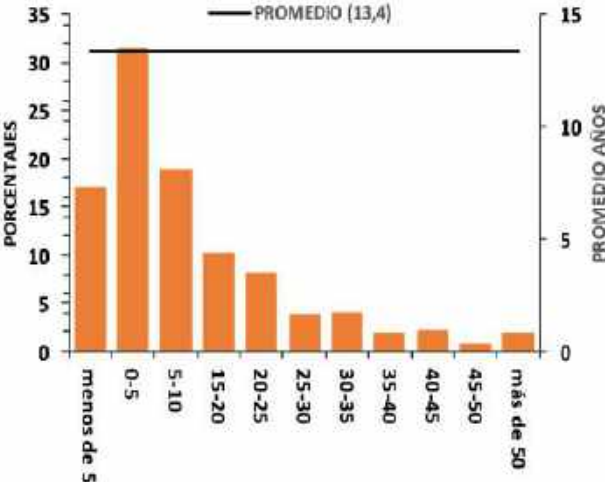


Gráfico 3.2
¿Considera que la empresa es una empresa familiar? (es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)

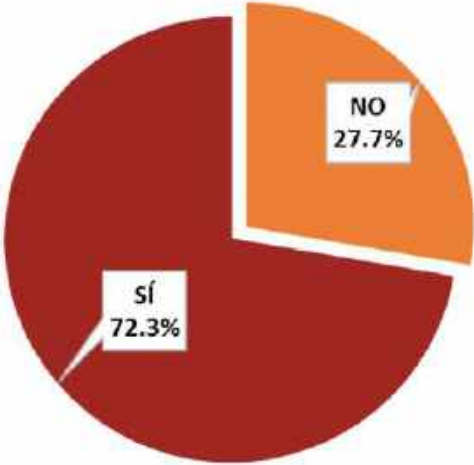


Gráfico 3.3
¿Cuál es el género del director general/gerente?

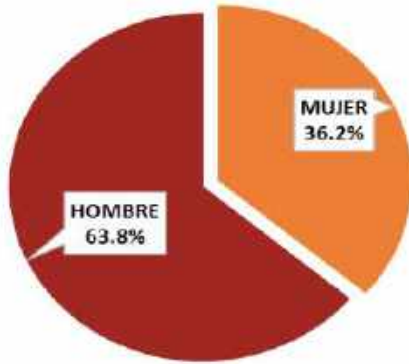


Gráfico 3.4
¿dispone de estudios universitarios?

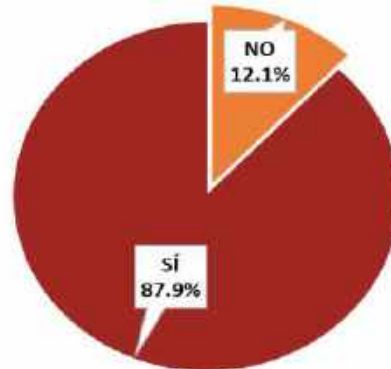


Gráfico 3.5
¿Su empresa ha sido beneficiada de?

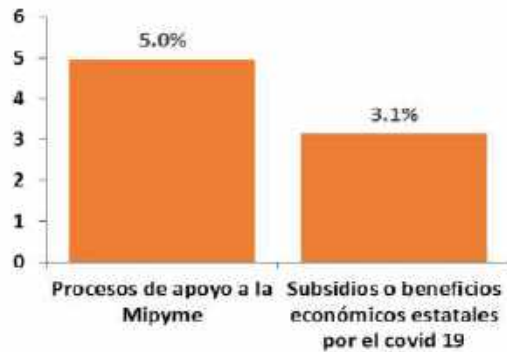
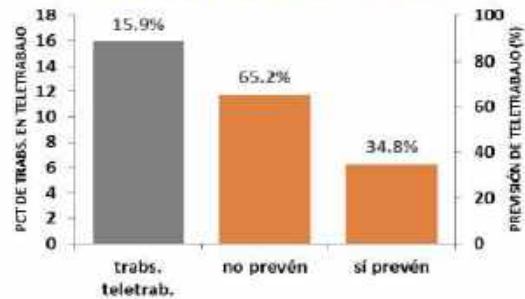


Gráfico 3.6
% de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19 y previsión a utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19

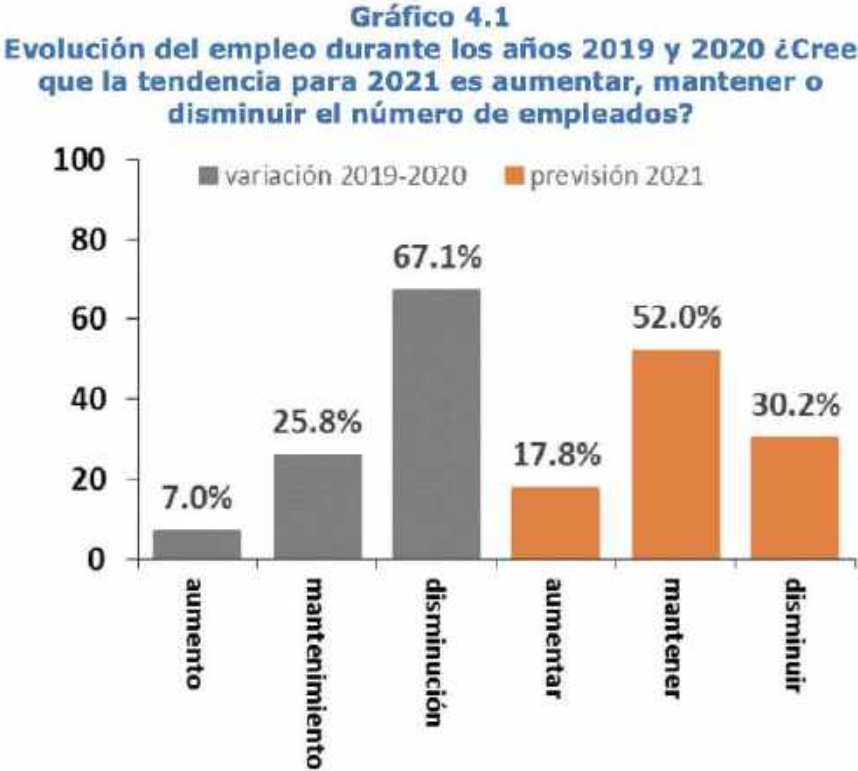


4. IMPACTO ECONÓMICO

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha supuesto un hecho sin precedentes en el contexto nacional e internacional. La crisis ha generado un gran impacto en el crecimiento de las empresas, al paralizarse sus actividades comerciales de forma repentina y por periodos que han variado de acuerdo con su actividad, según las medidas sanitarias establecidas por el Gobierno. Ciertamente será difícil evaluar el impacto hasta que la crisis sanitaria sea superada y esto dependerá de su duración e intensidad. En este apartado se realiza una primera aproximación del impacto económico en áreas como el empleo, las ventas, los indicadores económicos y financieros y en la internacionalización de las empresas.

4.1. Empleo

Para conocer el impacto en el empleo se preguntó a los encuestados sobre el empleo que tenían sus empresas en 2019 y el empleo en 2020. Así como la tendencia para el empleo en 2021 (Gráfico 4.1). Al considerar la evolución del 2020 con relación al 2019 los datos muestran que el 67.1% de las MIPYME analizadas disminuyeron su empleo, un 25.8% lo mantuvo y un 7.0% lo aumentó. Para el 2021 las expectativas resultan más favorables. El 17.8% de las MIPYME encuestadas señalaron que aumentará su empleo, el 52.0% que lo mantendrá y 30.2% lo disminuirá.



En cuanto al tamaño se aprecia que la evolución del empleo en el periodo 2019 y 2020 es diferente según el estrato considerado (cuadro 4.1). Los distintos estratos arrojaron saldos desfavorables, pero con variación en sus niveles de profundización, las microempresas -58.3%, las pequeñas empresas -65.5 y la mediana empresa con -55.8%. En cuanto a las expectativas del 2021 en generación de empleo, los distintos estratos por tamaño de empresa tienen expectativas positivas y prevén aumentar el empleo durante este año.

Por otro lado, en los saldos de las expectativas hay una tendencia negativa, pero con cierto optimismo; al ser menos contundente que en el 2020, en todos los tamaños de empresa.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020				
Aumento de empleo (% empresas)	4.3	6.8	17.3	
Estabilidad de empleo (% empresas)	33.2	20.9	9.6	***
Disminución de empleo (% empresas)	62.6	72.3	73.1	
Saldo de expectativas	-58.3	-65.5	-55.8	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)				
Aumento (%)	17.8	15.2	25.0	
Estabilidad (%)	54.0	50.3	48.1	-
Disminución (%)	28.2	34.4	26.9	
Saldo de expectativas	-10.3%	-19.2%	-1.9%	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. - no significativa				

Al considerar la antigüedad de la empresa en la evolución del empleo del 2020, no se aprecian diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 4.2). El saldo de expectativas de las empresas jóvenes y de las maduras reflejan, en ambos casos, resultados negativos con importantes porcentajes de disminución en el empleo. Cuando se analiza la tendencia del empleo para el 2021, el resultado del saldo de expectativas es menos favorable para las empresas maduras (-22.0%) frente al -5.0% en el caso de las jóvenes. El 31.9% de las empresas maduras opinan que disminuirán su empleo en el 2021 frente al 29.0% de las empresas jóvenes.

Cuadro 4.2
Impacto de la crisis sobre el empleo según
antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020			
Aumento de empleo (% empresas)	6.5	7.7	
Estabilidad de empleo (% empresas)	25.1	26.5	-
Disminución de empleo (% empresas)	68.4	65.7	
Saldo de expectativas	-61.9	-58.0	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	23.9	9.9	
Estabilidad (%)	47.1	58.2	***
Disminución (%)	29.0	31.9	
Saldo de expectativas	-5.0	-22.0	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Con respecto al sector, se comprueba que en el saldo de evolución de empleo del 2020 han sido las empresas de construcción las que muestran un resultado más desfavorable (Cuadro 4.3). Así, la diferencia entre las empresas que aumentan y disminuyen empleo en el 2020 ha sido de un -85.7% en las empresas de construcción, seguido de -62.8% en las empresas de servicios, una caída del -60.9% en comercio y un -50.0% en industria. La tendencia de empleo para 2021, aunque sigue siendo negativa, tiene mejores perspectivas que las reflejadas en 2020.

Cuadro 4.3
Impacto de la crisis sobre el empleo según
sector de actividad de la empresa

	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020					
Aumento de empleo (% empresas)	9.6	3.6	7.8	5.1	
Estabilidad de empleo (% empresas)	30.8	7.1	23.4	27.0	**
Disminución de empleo (% empresas)	59.6	89.3	68.8	67.9	
Saldo de expectativas	-50.0	-85.7	-60.9	-62.8	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)					
Aumento (%)	17.3	21.4	15.2	15.6	
Estabilidad (%)	53.8	48.2	53.0	55.3	-
Disminución (%)	28.8	30.4	31.8	29.1	
Saldo de expectativas	-11.5	-8.9	-16.7	-13.6	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa					

4.2. Ventas

La crisis originada por la COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas en Panamá. El 86.0% de las empresas encuestadas estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019 como consecuencia de la crisis (Gráfico 4.2), mientras que el 8.1% consiguió mantenerlas y un 5.9% las aumentó.

En este contexto al consultar a los encuestados sobre las expectativas de ventas para el primer semestre y segundo semestre de 2021. Se aprecia que las expectativas del segundo semestre mejoran claramente en comparación a las del primer semestre (Gráfico 4.3). Así, en el primer semestre el 29.6% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán cifra que se incrementa al 55.5% para el segundo semestre; mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 26.7% de las empresas en el primer semestre (y 13.1% en el segundo semestre).

Gráfico 4.2
Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 estas han:

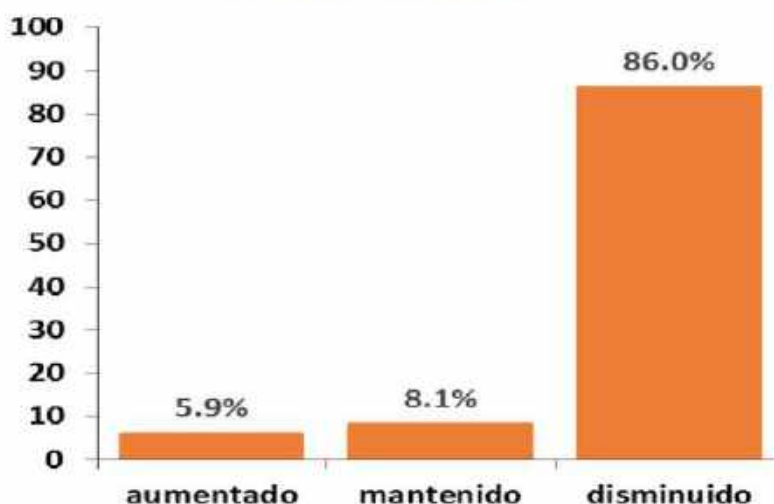
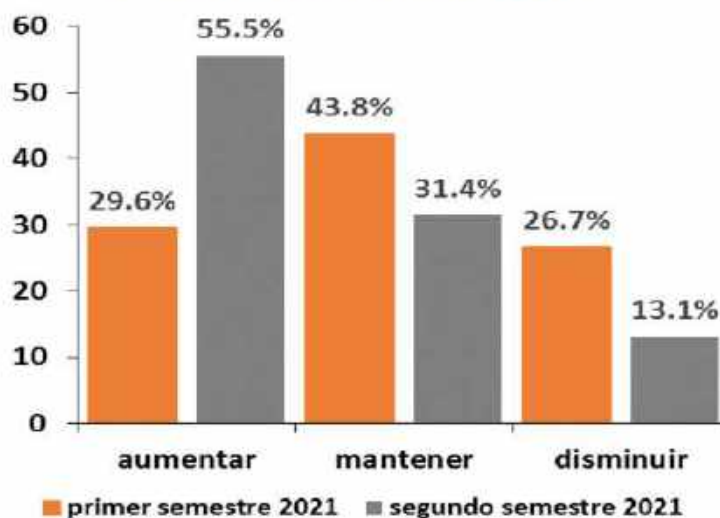


Gráfico 4.3
¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?



Al analizar el impacto de la crisis sobre las ventas por tamaño de las empresas, no se encuentran diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 4.4). Se aprecia un fuerte impacto en la caída de las ventas en 2020 en todos los segmentos estudiados. Con respecto a las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre de 2021 la situación mejora sensiblemente en todos los estratos, presentando un saldo de expectativas positivo en la MIPYME en la segunda mitad del año.

Cuadro 4.4
Impacto de la crisis sobre las ventas según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020				
Aumento (%)	5.1	4.7	13.5	
Mantenimiento (%)	9.8	6.0	7.7	-
Disminución (% empresas)	85.1	89.3	78.8	
Saldo de evolución	-80.0	-84.6	-65.4	
Expectativas de ventas primer semestre 2021				
Aumento (%)	31.1	27.9	28.8	
Mantenimiento (%)	42.5	42.2	50.0	-
Disminución (%)	26.4	29.9	21.2	
Saldo de expectativas	4.7	-2.0	7.7	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	56.3	51.0	66.7	
Mantenimiento (%)	32.2	32.7	23.5	-
Disminución (%)	11.5	16.3	9.8	
Saldo de expectativas	44.7	34.7	56.9	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$. - no significativa				

El factor antigüedad de la empresa no muestra diferencias significativas en el comportamiento en la evolución de las ventas en el periodo 2019 y 2020. Para ambas clasificaciones (jóvenes y maduras) se evidencian resultados desfavorables, donde el porcentaje de empresas que han visto disminuir sus ventas es de -81.9% en las empresas jóvenes y el -77.6% de las maduras (Cuadro 4.5). Sin embargo, la antigüedad ha ejercido una influencia estadísticamente significativa en las expectativas de ventas para el 2021. Las empresas jóvenes encuestadas consideran que tienen mejores expectativas para el primer y segundo semestre con relación a las empresas maduras. Así, las empresas jóvenes tienen un saldo de expectativas para el primer semestre 2021 de 8.1%, frente al -3.3% de las empresas maduras. En el segundo semestre, ambos casos presentan expectativas favorables, pero con mayor optimismo en el saldo de expectativas en las empresas jóvenes que alcanza el 49.4%, mientras que en las empresas maduras es del 33.1%.

Cuadro 4.5
Impacto de la crisis sobre las ventas según
antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020			
Aumento (%)	5.5	6.6	
Mantenimiento (%)	7.2	9.3	-
Disminución (% empresas)	87.3	84.2	
Saldo de evolución	-81.9	-77.6	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	34.2	23.8	
Mantenimiento (%)	39.7	49.2	*
Disminución (%)	26.1	27.1	
Saldo de expectativas	8.1	-3.3	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	61.4	47.8	
Mantenimiento (%)	26.6	37.6	**
Disminución (%)	12.0	14.6	
Saldo de expectativas	49.4	33.1	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

En cuanto al sector de actividad se encuentran diferencias significativas en la evolución de las ventas entre 2019 y 2020 (Cuadro 4.6). Los sectores que presentaron una evolución más desfavorable en 2020 fueron los de construcción (saldo de -89.3%) y servicios (-83.8%). Le siguen industria y comercio con el -75.5% y -72.7%, respectivamente. En las expectativas de ventas para el primer semestre, se muestra un comportamiento más favorable en todos los sectores económicos. Mientras que las expectativas del segundo semestre son positivas en los cuatro sectores analizados.

Cuadro 4.6
Impacto de la crisis sobre las ventas según
sector de actividad de la empresa

	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020					
Aumento (%)	5.7	3.6	12.1	4.0	
Mantenimiento (%)	13.2	3.6	3.0	8.1	*
Disminución (% empresas)	81.1	92.9	84.8	87.9	
Saldo de evolución	-75.5	-89.3	-72.7	-83.8	
Expectativas de ventas primer semestre 2021					
Aumento (%)	24.5	20.0	36.4	31.1	
Mantenimiento (%)	52.8	38.2	42.4	42.0	-
Disminución (%)	22.6	41.8	21.2	26.9	
Saldo de expectativas	1.9	-21.8	15.2	4.1	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021					
Aumento (%)	44.2	39.6	60.0	59.8	
Mantenimiento (%)	38.5	41.5	29.2	27.8	-
Disminución (%)	17.3	18.9	10.8	12.4	
Saldo de expectativas	26.9	20.8	49.2	47.4	
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 4.6 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 adversamente. En el nivel de facturación, el 81.6% de las empresas vieron reducidas sus ventas, con un grado de impacto de 3.87 (en una escala de 1 a 5). Le sigue el indicador de rentabilidad en el 79.9% de las empresas, con un grado de impacto de 3.77. Otros indicadores relevantes sobre los que se aprecia mayor efecto han sido: el nivel de liquidez y la realización de inversiones. Un 79.1% de las empresas señalaron verse afectadas en su nivel de liquidez (impacto 3.53) y el 76.5% indicó haber paralizado inversiones (impacto de 3.74).

Las consecuencias sobre los indicadores de nivel de deuda y productividad han sido menores en comparación con los antes señalados, pero igual mantienen una afectación relevante. En la primera se han visto afectadas negativamente el 74.5% y en la segunda el 74.0% de las empresas,

con un grado de impacto 3.87 y 3.67 respectivamente. Es interesante comprobar que, en el periodo analizado, el 19.3% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (impacto de 2.88), el 14.7% de las empresas un impacto positivo en su nivel de liquidez (impacto de 2.89) y el 14.1% les afectó positivamente la crisis en su nivel de deuda (impacto de 3.20).

Gráfico 4.6
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros



En el Cuadro 4.7 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas. Los resultados no reflejan diferencias significativas, lo que indica que son muy homogéneos. Tanto en la facturación, rentabilidad, productividad, realización de inversiones, nivel de deuda y nivel de liquidez, el impacto de la crisis sobre estos factores económicos y financieros; fue desfavorable.

Cuadro 4.7
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros según tamaño de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Microempresas	4.6	83.3	12.0	
Pequeñas	5.3	81.5	13.2	-
Medianas	5.9	76.5	17.6	
Rentabilidad				
Microempresas	5.2	81.2	13.6	
Pequeñas	6.7	79.9	13.4	-
Medianas	5.9	76.5	17.6	
Productividad				
Microempresas	7.0	76.2	16.8	
Pequeñas	6.0	73.3	20.7	-
Medianas	7.8	64.7	27.5	
Realización de inversiones				
Microempresas	10.8	75.9	16.8	
Pequeñas	9.4	75.8	20.7	-
Medianas	7.8	78.4	27.5	
Nivel de deuda				
Microempresas	9.9	78.4	11.7	
Pequeñas	10.0	73.3	6.7	-
Medianas	19.6	62.7	17.6	
Nivel de liquidez				
Microempresas	5.6	81.8	12.6	
Pequeñas	4.7	78.7	16.7	-
Medianas	9.6	73.1	17.3	

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

Respecto a la antigüedad, los datos del Cuadro 4.8 muestran algunas diferencias significativas en los indicadores analizados, entre ellos destacan la afectación negativa en la realización de inversiones que fue más fuerte en las empresas maduras (78.3% frente al 75.4% de las jóvenes); mientras en el nivel de deuda las empresas jóvenes reportaron un mayor impacto desfavorable (76.8% frente al 71.3% de las empresas maduras). Por otro lado, las empresas se vieron afectadas sin que la antigüedad hiciera alguna diferenciación mayormente en su facturación, rentabilidad, productividad y nivel de liquidez.

Cuadro 4.8
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros según
antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Jóvenes	5.9	81.2	13.0	
Maduras	4.4	82.0	13.7	-
Rentabilidad				
Jóvenes	5.5	79.7	14.8	
Maduras	6.6	80.7	12.7	-
Productividad				
Jóvenes	5.9	74.8	19.3	
Maduras	7.2	73.5	19.3	-
Realización de inversiones				
Jóvenes	8.1	75.4	16.5	
Maduras	11.7	78.3	10.0	*
Nivel de deuda				
Jóvenes	6.8	76.8	16.5	
Maduras	17.7	71.3	11.0	***
Nivel de liquidez				
Jóvenes	6.3	79.8	13.9	
Maduras	5.5	78.6	15.9	-
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa				

Al considerar el sector de actividad, no se encuentran diferencias significativas (cuadro 4.9), por lo cual los efectos negativos de la crisis sobre los distintos indicadores económicos y financieros no revelan diferenciación según su sector solo reafirman que, en todos ellos, el impacto negativo fue fuerte.

Cuadro 4.9
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros según
sector de actividad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Industria	7.5	71.7	20.8	
Construcción	8.9	80.4	10.7	-
Comercio	4.5	81.8	13.6	
Servicios	2.5	86.9	10.6	
Rentabilidad				
Industria	5.7	73.6	20.8	
Construcción	10.7	82.1	7.1	-
Comercio	4.7	78.1	17.2	
Servicios	5.1	83.3	11.6	
Productividad				
Industria	7.5	71.7	20.8	
Construcción	12.5	76.8	10.7	-
Comercio	4.6	83.1	12.3	
Servicios	6.6	71.2	22.2	
Realización de inversiones				
Industria	13.2	69.8	17.0	
Construcción	17.9	71.4	10.7	-
Comercio	4.7	85.9	9.4	
Servicios	9.6	76.1	14.2	
Nivel de deuda				
Industria	15.1	71.7	13.2	
Construcción	7.1	80.4	12.5	-
Comercio	3.1	84.4	12.5	
Servicios	14.6	70.7	14.6	
Nivel de liquidez				
Industria	5.7	71.7	22.6	
Construcción	12.5	80.4	7.1	-
Comercio	4.6	84.6	10.8	
Servicios	5.1	79.8	15.2	

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

4.4. Internacionalización

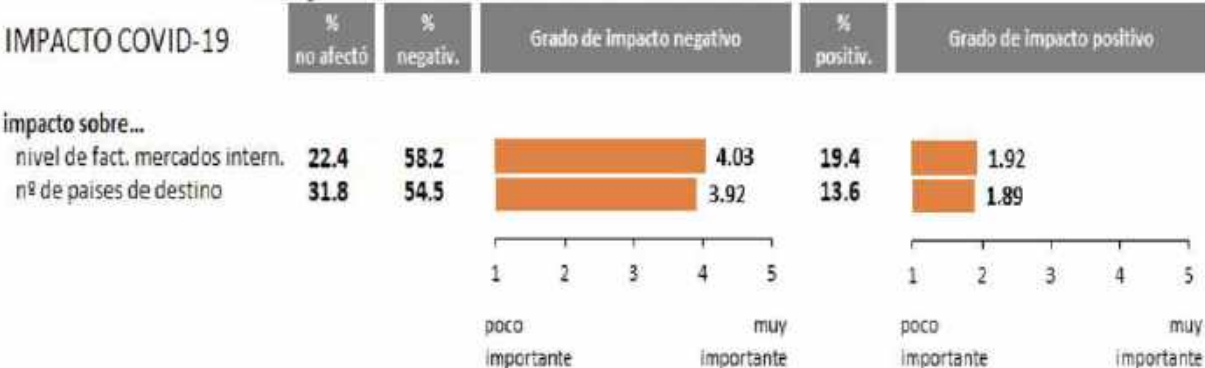
La crisis generada por la COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y también ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado se analiza cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las MIPYME panameñas.

El 15.8% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales (Gráfico 4.7). La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 35.7%. Al analizar el impacto de la crisis los datos muestran que sí impactó en el nivel de facturación en el 58.2% de las empresas internacionalizadas (Gráfico 4.8). Y el grado del impacto fue de 4.03 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 54.5% considera que se vio afectado por la crisis, con un grado de impacto de 3.92. Por el contrario, la crisis ha influido positivamente en determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 19.4% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 1.92 en una escala de 1 a 5). Y el 13.6% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

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



Gráfico 4.8
Impacto de la crisis en la internacionalización



En el análisis de las empresas por tamaño, se comprobó 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). Las empresas reflejan efectos adversos en su internacionalización sin que el tamaño sea un elemento diferenciador.

Cuadro 4.10
Internacionalización e impacto de la crisis según tamaño de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Microempresas	19.2	61.5	19.2	
Pequeñas	28.0	60.0	12.0	-
Medianas	20.0	46.7	33.3	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	24.0	60.0	16.0	
Pequeñas	32.0	64.0	4.0	-
Medianas	40.0	33.3	26.7	

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

En cuanto al factor antigüedad de la empresa (Cuadro 4.11) y por sector de actividad (Cuadro 4.12), no se evidencia diferencias estadísticamente significativas.

Cuadro 4.11
Internacionalización e impacto de la crisis según antigüedad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Jóvenes	27.8	52.8	19.4	
Maduras	16.1	64.5	19.4	-
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	36.1	50.0	13.9	
Maduras	26.7	60.0	13.9	-

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

Cuadro 4.12
Internacionalización e impacto de la crisis según
sector de actividad de la empresa

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Industria	42.9	57.1	0.0	
Construcción	25.0	50.0	25.0	-
Comercio	21.4	50.0	28.6	
Servicios	21.1	27.9	21.1	
Impacto en el número de países destino				
Industria	57.1	42.9	0.0	
Construcción	50.0	50.0	0.0	-
Comercio	28.6	57.1	14.3	
Servicios	27.0	54.1	18.9	

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

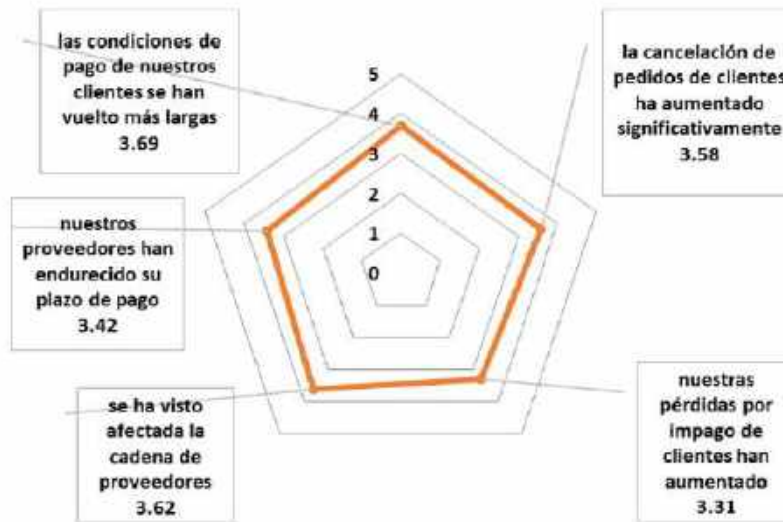
5. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

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 empresas. En este apartado, se preguntó a los encuestados sobre el impacto que habían sufrido diferentes actividades de gestión, a partir de una escala Likert de 5 puntos. 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 las empresas se han visto afectadas en las condiciones de pago, por parte de sus clientes, debido a que se han vuelto más largas (3.69 en una escala de 1 a 5) (Gráfico 5.1). Se observa que todas las variables evaluadas presentan valores por encima del valor de 3. Esto indica que esta crisis ha afectado, en gran medida, la gestión de sus operaciones con sus clientes y proveedores. Los encuestados otorgaron valores de 3.62 en su cadena de suministros al sufrir retrasos por parte de sus proveedores, de 3.58 al incremento en la cancelación de pedidos por parte de los clientes, de 3.42 a que los proveedores han endurecido su plazo de pago y 3.31 a que las pérdidas por impago de clientes han aumentado.

Gráfico 5.1
Actividades con clientes y proveedores



Para un mayor detalle a continuación se verá el comportamiento de este tipo de actividades en función de una serie de factores. En el tamaño de la empresa no existen diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 5.1), por lo que el factor tamaño no parece que haya sido relevante en las actividades analizadas relacionadas con los clientes y proveedores.

Cuadro 5.1
Actividades con clientes y proveedores según tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.64	3.54	3.82	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.42	3.44	3.35	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.62	3.69	3.96	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.60	3.56	3.55	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3.26	3.23	3.71	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0.1$; (**): $p < 0.05$; (***): $p < 0.01$. - no significativa

De igual forma, el que una empresa haya sido beneficiada o no con algún subsidio estatal no es relevante en las actividades analizadas con los clientes y proveedores. Se encuentra que no existen diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 5.2).

Cuadro 5.2
Actividades con clientes y proveedores según
empresa beneficiada con algún subsidio estatal

	Sin beneficio	Con beneficio	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.62	3.67	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.40	3.75	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.69	4.17	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.59	3.50	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3.32	3.00	-

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

Cuadro 5.3
Actividades con clientes y proveedores
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.73	3.48	*
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.60	3.17	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.67	3.71	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.54	3.63	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3.33	3.27	-

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

En cuanto a la edad de la empresa surgen algunas diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 5.3). La más relevante es que las empresas jóvenes se han visto más afectadas en que los proveedores han endurecido su plazo de pago (3.60) que las empresas maduras (3.17). Del mismo modo, las empresas jóvenes han tenido un mayor impacto negativo en su cadena de suministros (3.73). Sobre el sector se puede destacar que las empresas de construcción han sido las más afectadas en las actividades con clientes y proveedores que en el resto de los sectores (Cuadro 5.4). Así, han experimentado una mayor afectación en su cadena de suministros (4.41). La siguiente diferencia más significativa es que los proveedores han endurecido su plazo de pago (4.07). También han sufrido un impacto negativo porque los clientes han alargado más sus pagos (4.16) y por más impagos de clientes (3.82).

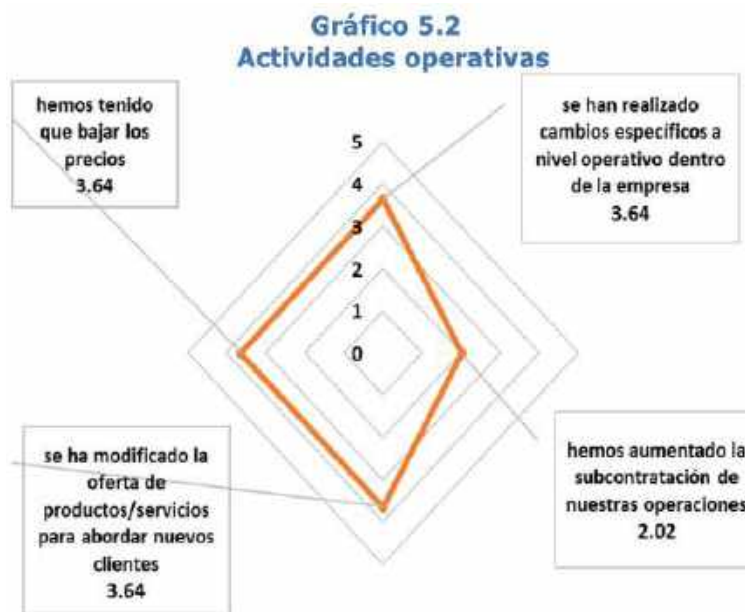
Cuadro 5.4
Actividades con clientes y proveedores según
sector de actividad de la empresa

	Industria	Construcción	Comercio	Servicio	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3.57	4.41	3.74	3.38	***
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3.13	4.07	3.56	3.15	***
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3.44	4.16	3.57	3.63	**
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3.62	3.79	3.38	3.60	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3.21	3.82	3.22	3.23	*

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 observa también un impacto significativo. Tres de las valoraciones tienen valores iguales y por encima de 3.5 en una escala de 1 a 5 (Gráfico 5.2). Las actividades reportadas con igual valoración (de 3.64) han sido que las empresas han tenido que realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis, han modificado su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes y se han visto en la necesidad de bajar sus precios. Mientras que requerir aumentar la subcontratación de sus operaciones ha tenido un impacto bajo (de 2.02).



El Cuadro 5.5 muestra cómo han afectado las actividades operativas a las empresas según su tamaño. Se puede apreciar que la diferencia más relevante es que las microempresas son las que han tenido que realizar más cambios a nivel operativo tal como, bajar los precios de sus productos como mecanismo para enfrentar la crisis sanitaria (3.80). Las valoraciones en los cambios operativos realizados, según el tamaño de la empresa, presentan valores por encima de 3, tan solo la actividad de aumento de subcontrataciones ha tenido un impacto bajo. Al comparar las empresas que han recibido subsidio estatal o no (Cuadro 5.6), los datos no presentaron diferencias estadísticamente significativas. Aunque se aprecia que las empresas que se han visto beneficiadas con subsidio estatal han modificado su oferta de productos/servicios para obtener nuevos clientes (4.25 en una escala de 1 a 5), y del mismo modo han tenido que bajar sus precios para competir (4.0). En cuanto al factor antigüedad de la empresa, los datos tampoco presentaron diferencias estadísticamente significativas (Cuadro 5.7).

Por otro lado, en el factor sector si surgen diferencias (cuadro 5.8). Las empresas del sector de la construcción son las que más han tenido que aumentar la subcontratación de sus operaciones (2.61). También es relevante que el sector de servicios es el que más ha tenido la necesidad de modificar su oferta de productos/servicios (3.78), siendo que los demás sectores también reportan valores por encima de 3.

Cuadro 5.5
Actividades operativas según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.63	3.65	3.63	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1.95	2.11	2.10	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.68	3.62	3.63	-
Hemos tenido que bajar los precios	3.80	3.62	3.18	**
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
Empresa beneficiada con algún subsidio estatal

	Sin beneficio	Con beneficio	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.65	3.58	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2.03	2.08	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.61	4.25	-
Hemos tenido que bajar los precios	3.64	4.00	-
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa			

Cuadro 5.7
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	3.65	3.64	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2.00	2.06	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.74	3.53	-
Hemos tenido que bajar los precios	3.73	3.53	-

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

Cuadro 5.8
Actividades operativas según
sector de actividad de la empresa

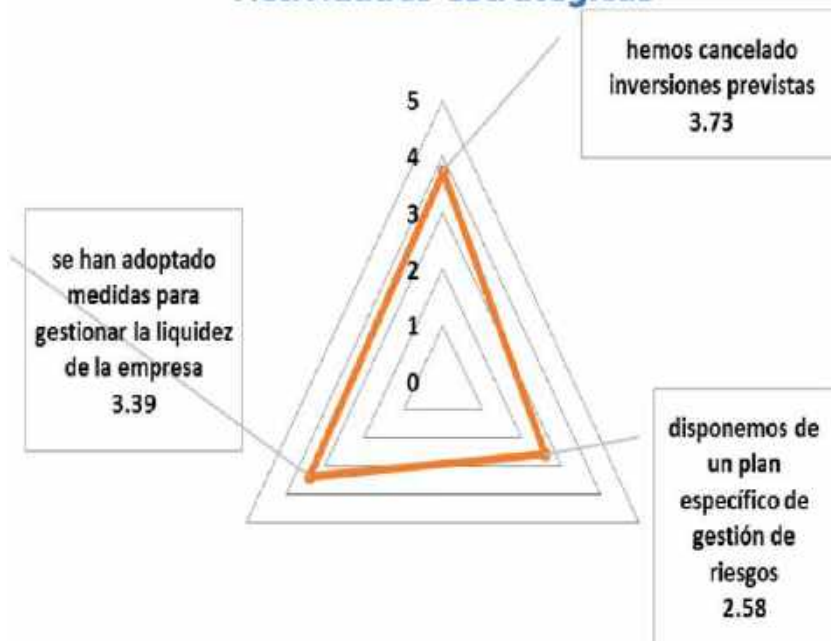
	Industria	Construcción	Comercio	Servicio	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3.49	3.75	3.66	3.60	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1.96	2.61	2.15	1.83	***
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3.53	3.18	3.74	3.78	**
Hemos tenido que bajar los precios	3.23	3.70	3.67	3.80	-

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

5.3. Actividades estratégicas

Ante la pregunta ¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las empresas?, se observa que las empresas reportan la decisión de cancelar las inversiones que tenían previstas. Los encuestados dan una valoración de 3.73 en una escala de 1 a 5 (Gráfico 5.3). Seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3.39) y con menor valoración la necesidad de hacer planes de gestión de riesgos (2.58).

Gráfico 5.3
Actividades estratégicas



Al analizar el tamaño de la empresa (Cuadro 5.9) se observa que son las empresas medianas las que en mayor medida han elaborado planes específicos para gestionar sus riesgos (2.90) frente a las pequeñas (2.88) y las microempresas (2.30). Las empresas que han sido beneficiadas con subsidio estatal son las más afectadas en sus actividades estratégicas (Cuadro 5.10). Las empresas beneficiadas con subsidio estatal reportan que han tenido que adoptar más medidas para gestionar la liquidez en su empresa (4.17) frente a las empresas que no han recibido beneficio estatal (3.36).

En cuanto a la antigüedad de las empresas (Cuadro 5.11), son las empresas maduras (con más de 10 años) las que más han implantado planes de gestión de riesgos (2.75). Adicional, al analizar los datos por sector (Cuadro 5.12) nuevamente son las empresas del sector de la construcción las que más han tenido que cancelar las inversiones previstas (4.20).

Cuadro 5.9
Actividades estratégicas según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.77	3.65	3.86	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.30	2.88	2.90	***
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.27	3.51	3.51	-

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 5.10
Actividades estratégicas según
empresa beneficiada con algún subsidio estatal

	Sin beneficio	Con beneficio	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.74	3.67	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.59	2.75	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.36	4.17	*

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

Cuadro 5.11
Actividades estratégicas según
antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.70	3.76	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.46	2.75	**
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.31	3.50	-

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

Cuadro 5.12
Actividades estratégicas según
sector de actividad de la empresa

	Industria	Constr.	Comercio	Servicio	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3.57	4.20	3.97	3.60	**
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2.55	2.67	2.76	2.52	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	3.23	3.13	3.64	3.39	-

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

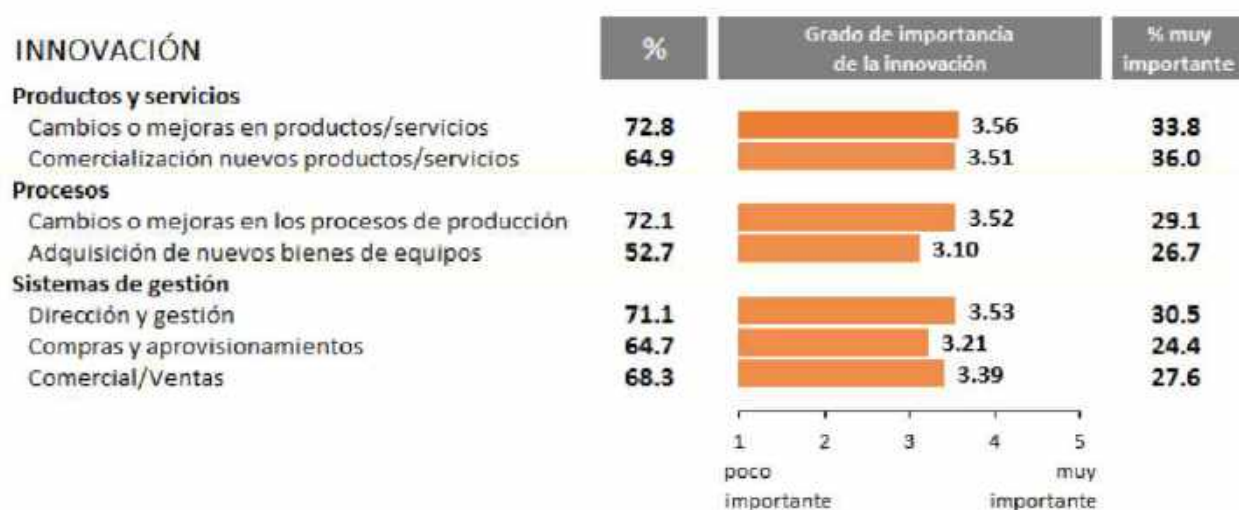
6. ACTIVIDAD INNOVADORA

Sobre la actividad innovadora de la MIPYME en Panamá, al no tener información de años anteriores para hacer comparaciones, se ha podido observar que los empresarios panameños han reaccionado favorablemente ante la crisis originada por la COVID-19. Ha llamado la atención que los porcentajes de cambios realizados en innovación en productos y servicios, procesos y sistemas de gestión en el 2020, han sido bien evaluados en las encuestas. El Gráfico 6.1, muestra el porcentaje de empresas que han realizado innovaciones en el 2020 distinguiendo entre innovación en productos, procesos y gestión. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones. En innovación de productos se aprecia cómo el 72.8 % de las empresas panameñas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios, y el 64.9% han comercializado un nuevo producto o servicio. El grado de importancia en innovación de producto es significativos (3.56) en cambios y mejoras de productos.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también se ha observado diferencia interesante en las MIPYME panameña. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción con un 72.1%. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 52.7% de las empresas. Si analizamos 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 (3.10) han sido menos importantes que los cambios o mejoras en los procesos (3.52).

La innovación en gestión en las empresas panameñas también nos arroja porcentajes significativos en el 2020. El 71.1% de las empresas han realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 64.7% en la sección de compras y aprovisionamiento, el 68.3% en el departamento de comercial o ventas. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevante fue en las innovaciones en la dirección y gestión, con un valor de (3.53).

Gráfico 6.1
Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia de las mismas en 2020



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 33.8% ha realizado innovaciones muy importantes en cuanto a cambios y mejoras de productos o servicios, el 36% en comercialización de nuevos productos/servicios, el 26.7% ha adquirido nuevos bienes de equipo que han supuesto un cambio muy importante y el 30.5 % ha realizado innovaciones en el área de dirección y gestión.

Al analizar los distintos tipos de innovación según el tamaño de la empresa, se observan diferencias muy significativas tal y como muestra el Cuadro 6.1, siempre a favor de las empresas medianas. Así, mientras que el 80.4% de las empresas medianas han llevado a cabo cambios y mejoras en productos/servicios, este porcentaje disminuye al 66.2% en las microempresas. Igual sucede en la comercialización de nuevos productos/servicios, donde las empresas medianas lo han realizado en el 74.5% de los casos frente al 62.4% de las microempresas. En las innovaciones en procesos también se observan diferencias importantes. El 68.6% de las empresas medianas acometen cambios en la adquisición de bienes de equipo, por el 47.9% de las microempresas. Y el 84.3% de las medianas empresas han realizado cambios o mejoras en los procesos de producción frente a tan solo el 67.8% de las microempresas. Estas diferencias a favor de las empresas de mayor tamaño también se observan en los cambios en Dirección y gestión en un 76.9% para las medianas y las microempresas un 66.5%, cambios en compras y aprovisionamientos se nota una diferencia significativa para las medianas 78.4% y para las microempresas un 59.6, los cambios en la comercialización/venta para las medianas 74.5% y un 64.7% para las microempresas. Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas según tamaño de la empresa (Cuadro 6.2) no se confirman diferencias significativas entre los tamaños analizados. Esto viene a indicar que en el caso de las empresas que realizaron innovaciones, el tamaño no explica que estas innovaciones sean más o menos importantes.

Cuadro 6.1
Realización de innovaciones (%) según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	66.2	79.6	80.4	***
Comercialización nuevos productos/servicios	62.4	66.0	74.5	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	67.8	74.8	84.3	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	47.9	54.4	68.6	**
Innovación en gestión				
Organización y gestión	66.5	75.0	76.9	-
Compras y aprovisionamientos	59.6	68.0	78.4	**
Comercial/ventas	64.7	72.8	74.5	-

Chi-Cuadrado de Pearson.

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

Cuadro 6.2
Importancia de las innovaciones según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.56	3.52	3.59	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3.52	3.45	3.63	-
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.41	3.60	3.63	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.12	3.03	3.17	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3.45	3.54	3.78	-
Compras y aprovisionamientos	3.14	3.18	3.50	-
Comercial/ventas	3.25	3.41	3.79	*

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

En lo que respecta a si la empresa está acogida a un beneficio o no, los datos no muestran diferencias significativas en la realización de innovación (Cuadro 6.3). Solamente, surgen diferencias relevantes estadísticamente si analizamos el grado de importancia de las innovaciones realizadas en innovación (Cuadro 6.4) en procesos en adquisición de nuevos bienes y equipo (4.25%) en empresas beneficiadas con algún subsidio estatal.

Cuadro 6.3
Realización de innovaciones (%) según
empresa beneficiada con algún subsidio estatal

	Sin beneficio	Con beneficio	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	72.1	90.0	-
Comercialización nuevos productos/servicios	65.0	72.7	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	71.9	90.9	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	51.6	72.7	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	70.5	75.0	-
Compras y aprovisionamientos	64.7	72.7	-
Comercial/ventas	68.4	63.6	-

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

Cuadro 6.4
Importancia de las innovaciones (%) según
empresa beneficiada con algún subsidio estatal

	Sin beneficio	Con beneficio	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.55	3.67	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3.51	3.50	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.50	3.90	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.04	4.25	**
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3.51	3.67	-
Compras y aprovisionamientos	3.17	3.88	-
Comercial/ventas	3.36	3.86	-

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

En cuanto a la realización de innovación (Cuadro 6.5), la antigüedad resultó un factor relevante para analizar el comportamiento innovador, al surgir diferencias significativas en empresas maduras respecto a las jóvenes, realizan innovaciones en procesos de adquisición de nuevos bienes de equipo (61.5% de las maduras frente el 46.4% de las jóvenes), en innovación en organización y gestión (76.1% y 67.2% respectivamente), así como en compras y provisiones (69.8% de las maduras frente 61.8% de las jóvenes).

Al analizar el (Cuadro 6.6), el grado de importancia de las innovaciones con respecto a la antigüedad de la empresa se ha observado diferencia significativa en las empresas jóvenes en innovación en procesos de adquisición de nuevos bienes de equipos (3.47%) con respecto a las maduras (2.74%)

Cuadro 6.5
Realización de innovaciones (%) según
antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	72.0	74.2	-
Comercialización nuevos productos/servicios	65.1	66.1	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	70.9	74.7	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	46.4	61.5	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	67.2	76.1	**
Compras y aprovisionamientos	61.8	69.8	*
Comercial/ventas	65.5	72.5	-
Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0.1; (**): p<0.05; (***): p<0.01; (-) no significativa			

Cuadro 6.6
Importancia de las innovaciones según
antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.64	3.47	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3.63	3.36	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.62	3.40	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3.47	2.74	***
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3.61	3.44	-
Compras y aprovisionamientos	3.31	3.09	-
Comercial/ventas	3.44	3.34	-
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			

El análisis de la innovación considerando el sector de actividad muestra que los sectores se han comportado de forma diferente (Cuadro 6.7). En innovaciones en productos, los sectores que tienen un mayor porcentaje de empresas que han realizado comercialización de nuevos productos/servicios son el sector Comercio (72.7%) y el de Industria (67.9%) y los que menos el de Servicios (67.0%) y el sector Construcción (48.2%). Respecto a innovaciones en procesos se muestra cómo la realización de cambios o mejoras en los procesos destaca el sector Servicio, con el (77.0%) de las empresas han acometido esta innovación seguido del sector Comercio con el (74.2%). Así también, en los procesos de innovación en organización y gestión sigue destacando el sector

Servicios con (76.5%) y el sector Comercio con (68.2%). Contrariamente para las compras y aprovisionamiento y comercial /ventas sobresale el sector Industrial con (73.6%) y Comercio con (71.2%), el sector Construcción es el que ha realizado menos este tipo de innovación.

En cuanto a la importancia de las innovaciones considerando el sector de actividad de la empresa, se aprecian diferencias significativas a favor del sector Servicios, en casi todos los tipos de innovación (Cuadro 6.8).

Cuadro 6.7
Realización de innovaciones (%) según sector de actividad

	Industria	Construcción	Comercio	Servicio	Sig.
Innovación en productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	69.8	62.5	72.7	76.1	-
Comercialización nuevos productos/servicios	67.9	48.2	72.7	67.0	**
Innovación en procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	66.0	60.7	74.2	77.0	*
Adquisición de nuevos bienes de equipo	49.1	32.1	50.0	59.2	***
Innovación en gestión					
Organización y gestión	64.2	55.4	68.2	76.5	**
Compras y aprovisionamientos	73.6	53.6	71.2	62.6	*
Comercial/ventas	73.6	50.0	71.2	70.9	**

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

Cuadro 6.8
Importancia de las innovaciones según sector de actividad

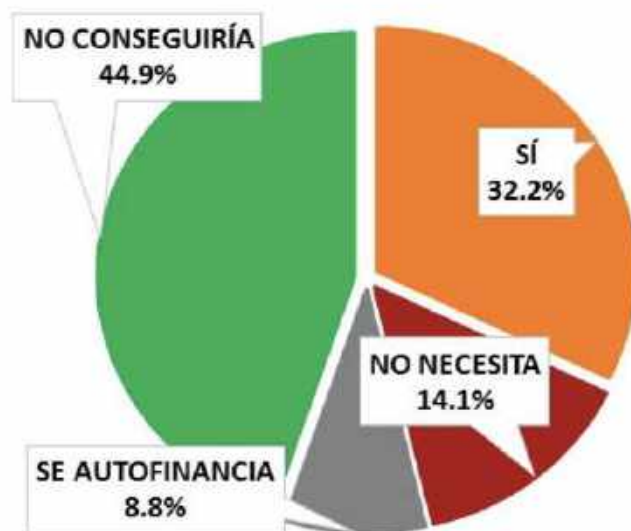
	Industria	Construcción	Comercio	Servicio	Sig.
Innovación en productos y servicios					
Cambios o mejoras en productos/servicios	3.59	2.97	3.42	3.65	*
Comercialización nuevos productos/servicios	3.58	2.85	3.44	3.61	*
Innovación en procesos					
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3.46	3.18	3.45	3.62	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	2.96	2.67	3.15	3.08	-
Innovación en gestión					
Organización y gestión	3.74	3.19	3.40	3.59	-
Compras y aprovisionamientos	3.05	2.80	3.32	3.23	-
Comercial/ventas	3.41	2.86	3.43	3.43	-

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

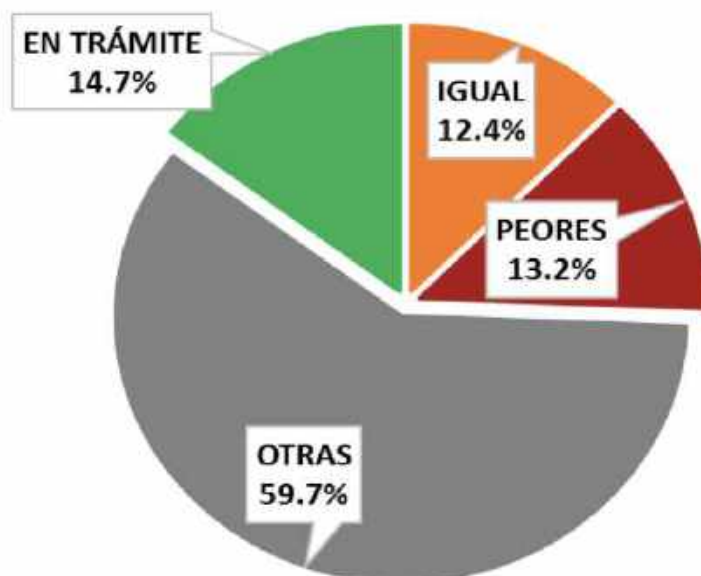
En este apartado se analiza la financiación de las MIPYME. Para ello se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado. El Gráfico 7.1 muestra que el 32.2% de las MIPYME ha solicitado líneas de financiación a entidades de crédito, mientras que el 14.1% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 8.8% no lo han solicitado porque se autofinancian. Por otra parte, un gran porcentaje (el 44.9%) declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, están desalentados (borrower discouragement) y no solicitan un préstamo porque sienten que serán rechazados.

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 59.7% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o bien, ellos no la han aceptado. Para un 14.7% 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 (12.4%) o en peores condiciones (13.2%).

Gráfico 7.2 En caso de haberlo solicitado



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

Al considerar la solicitud y el acceso a la financiación según el tamaño, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa, con lo que respecta al tamaño (Cuadro 7.1) se aprecian diferencias estadísticamente significativas. En el panel A, el 41.3% de las empresas pequeñas solicitaron financiación (resultado muy similar al de la mediana empresa), frente a sólo el 24.5% 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 50.5% de las microempresas frente al 27.5% de las empresas medianas. Sin embargo, al analizar el panel B que refleja el resultado de la solicitud de financiación, en él los datos muestran que el 64.7% de las microempresas y el 50.9% de las pequeñas indican que no se les ha querido conceder el préstamo, frente al 28.6% de las medianas. La mayoría de las medianas empresas (38.1%) indican que se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido.

Cuadro 7.1
Financiación de la empresa según
tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	24.5	41.3	41.2	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	17.5	7.7	15.7	***
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	7.5	8.4	15.7	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	50.5	42.7	27.5	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	9.8	10.5	23.8	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	3.9	12.3	38.1	
No han querido concederles la financiación (%)	64.7	50.9	28.6	***
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	5.9	8.8	4.8	
Está en trámite (%)	15.7	17.5	4.8	
Chi-Cuadrado de Pearson.				
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 más jóvenes son las que más solicitan créditos a las entidades financieras. Así, el 33.2% de las jóvenes solicitaron un crédito frente al 31.1% de las maduras (panel A). Además, se destaca que las empresas jóvenes tienen una mayor percepción de que el financiamiento les será rechazado y por eso no lo solicitan (50.4% frente al 37.3% de las maduras). Es interesante resaltar que, una vez solicitado el crédito, son las empresas jóvenes quienes reportan que se les ha negado el concederle la financiación, con un 58.1% de estas empresas en comparación a un 45.5% de las maduras. Además, el 18.9% las empresas jóvenes reportan estar en trámite, superior al 9.1% de las maduras. Por su parte, al 20.0% de las empresas maduras se les concedió la financiación en las mismas condiciones de años anteriores y el 18.2% de ellas indicó que las condiciones se han endurecido (panel B).

Cuadro 7.2
Financiación de la empresa según
antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	33.2	31.1	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	12.5	16.4	***
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	3.9	15.3	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	50.4	37.3	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	6.8	20.0	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	9.5	18.2	
No han querido concederles la financiación (%)	58.1	45.5	*
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	6.8	7.3	
Está en trámite (%)	18.9	9.1	
Chi-Cuadrado de Pearson.			
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

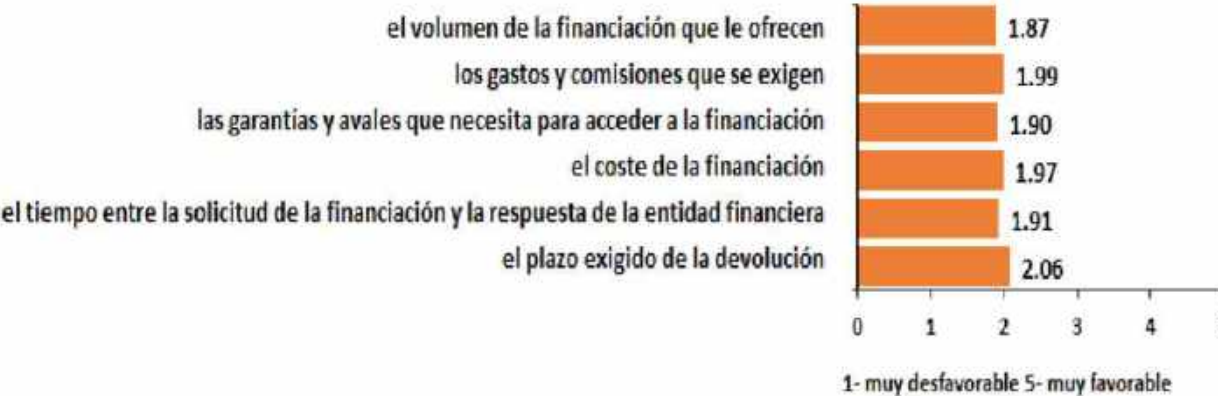
Por último, en cuanto al sector de actividad no se encuentran diferencias significativas en la solicitud de financiación ni en el acceso a ella (Cuadro 7.3). Se mantiene, por un lado, el hecho de no solicitar financiamiento, aunque su empresa lo necesitaba, debido al desaliento causado por “creer” que serán rechazados (panel A.). Por su parte, en el acceso a la financiación (panel B) las empresas en todos los sectores analizados reportaron que no han querido concederles la financiación.

Cuadro 7.3
Financiación de la empresa según
sector de Actividad

	Industria	Construcción	Comercio	Servicio	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación					
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	36.0	41.1	35.9	28.5	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	12.0	7.1	10.9	17.6	-
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	8.0	5.4	3.1	12.4	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	44.0	46.4	50.0	41.5	
Panel B. Acceso a la financiación					
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	11.1	9.1	17.4	7.5	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	16.7	22.7	8.7	13.2	
No han querido concederles la financiación (%)	55.6	63.6	43.5	50.9	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	11.1	0.0	4.3	11.3	
La solicitud está en trámite (%)	5.6	4.5	26.1	17.0	
Chi-Cuadrado de Pearson.					
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa					

El análisis del acceso a la financiación bancaria se complementa con información obtenida sobre las condiciones de dicha financiación, enmarcada en términos contractuales tales como coste 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. Adicionalmente analizamos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera. En este apartado se analiza 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) y se puede observar que la mayoría de las condiciones tienden a ser desfavorables (calificaciones entre 1-2). Los elementos que mejor han evolucionado fueron el plazo exigido para la devolución de la financiación (2.06) y los gastos y comisiones que exigen (1.99). Los términos con una evolución menos favorable han sido el volumen de financiación que ofrecen (1.87), y las garantías y avales que necesitan para acceder a la financiación (1.90).

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



El tamaño de la empresa influye significativamente en la evolución de las condiciones de la financiación (Cuadro 7.4). Las microempresas son las que reciben menos volumen de financiación de lo solicitado (1.71 en una escala de 1 a 5), frente a las pequeñas (1.94) y medianas empresas (2.31). Situación desfavorable para la microempresa que se repite, con distintos puntajes tales como, en los gastos y comisiones exigidos (1.88), el coste de financiación (1.80), en el tiempo de resolución de la solicitud (1.80) y en el vencimiento de la financiación (1.95). Por su parte, las medianas empresas tienen las condiciones más favorables en todas las variables. La condición de las garantías y avales necesarios es la única en la cual el tamaño de empresa no presenta diferencias significativas, lo que se traduce en una condición con un impacto bastante homogéneo.

Cuadro 7.4
Evolución en las condiciones de la financiación¹
Según tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	1.71	1.94	2.31	***
Los gastos y comisiones exigidos	1.88	2.01	2.36	**
Garantías y avales necesarios	1.78	1.97	2.12	-
El coste de la financiación	1.80	2.04	2.45	***
El tiempo de resolución de la solicitud	1.80	1.91	2.40	***
El vencimiento de la financiación	1.95	2.12	2.39	*

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 la antigüedad de la empresa (Cuadro 7.5), al analizar el volumen de financiación ofrecido, los gastos y comisiones exigidas, el coste de financiación y el vencimiento, se observa que las empresas jóvenes presentan condiciones más desfavorables en comparación con las empresas maduras.

Cuadro 7.5
Evolución las condiciones de la financiación¹
según antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	1.76	2.02	**
Los gastos y comisiones exigidos	1.87	2.14	**
Garantías y avales necesarios	1.84	1.98	-
El coste de la financiación	1.88	2.10	*
El tiempo de resolución de la solicitud	1.91	1.92	-
El vencimiento de la financiación	1.96	2.20	*

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

El sector de actividad (Cuadro 7.6) tiene limitado efecto sobre la evolución de las condiciones de financiación. En todos los sectores se mantienen puntajes que van de 1.56 hasta 2.18 (en una escala de 1-5, siendo el uno “muy desfavorable”). La condición sobre los gastos y comisiones exigidos es la que presenta una diferencia estadísticamente significativa, en el que las industrias son las que tienen un mayor impacto desfavorable (1.65), mientras que las empresas del sector comercio presenta la mejor puntuación de las cuatro actividades económicas (2.10 en la escala del 1-5)

Cuadro 7.6
Evolución las condiciones de la financiación¹
Según sector de actividad

	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	1.73	1.80	1.79	1.97	-
Los gastos y comisiones exigidos	1.65	1.87	2.10	2.07	*
Garantías y avales necesarios	1.56	1.85	2.00	1.93	-
El coste de la financiación	1.79	1.89	2.00	2.04	-
El tiempo de resolución de la solicitud	1.83	1.80	1.97	1.93	-
El vencimiento de la financiación	1.80	1.89	2.08	2.18	-

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

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa. Por un lado, los que utilizan como input informativo los datos provenientes de la contabilidad o, por otro, los contruidos a partir de la percepción del gerente de la empresa respecto de su posición competitiva. La utilización de un tipo u otro tiene ventajas e inconvenientes cuya descripción no es objetivo del presente trabajo. Aunque no sean excluyentes, este capítulo está enfocado en el segundo tipo porque en un momento como éste, caracterizado por la rapidez de los acontecimientos, la información suministrada por el sistema contable recoge eventos pasados sin permitir una proyección sencilla hacia el futuro.

De forma específica, se han utilizado ocho variables basadas en el trabajo de Quinn y Rohrbaugh (1983) para medir el rendimiento empresarial. A los directivos se les ha pedido que muestren su grado de acuerdo (en escala 1 a “total desacuerdo” a 5 “total acuerdo”) con las siguientes afirmaciones en comparación con sus competidores más importantes:

- ofrece productos de mayor calidad,
- dispone de procesos internos más eficientes,
- cuenta con clientes más satisfechos,
- se adapta antes a los cambios en el mercado,
- está creciendo más, es más rentable,
- tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente,
- tiene menor absentismo laboral.

En el Gráfico 8.1 se observa que los aspectos más favorables para las MIPYME panameñas encuestadas son: la satisfacción de clientes (3.82), la calidad de sus productos (3.66), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3.55) y la eficiencia de los procesos productivos (3.51). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la rapidez del crecimiento de las ventas (2.52) y rentabilidad (2.56).

Gráfico 8.1
Rendimiento de las MIPYME frente a sus competidores



Si se analiza el rendimiento según el tamaño de las MIPYME (Cuadro 8.1), no se encuentran diferencias significativas, es decir, el tamaño no fue determinante para los resultados en los distintos factores analizados. Con excepción de dos de ellos: si ofrece productos de mayor calidad y si está creciendo más; en ambos destaca la mediana empresa con el 3.98 y 2.88 (escala de 1-5), mientras que la microempresa obtuvo la menor puntuación.

Cuadro 8.1
Rendimiento de las MIPYME frente a sus competidores según tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.63	3.62	3.98	*
Dispone de procesos internos más eficientes	3.46	3.52	3.76	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3.81	3.86	3.82	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.50	3.54	3.86	-
Está creciendo más	2.45	2.51	2.88	*
Es más rentable	2.49	2.57	2.82	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.03	3.10	3.31	-
Tiene un menor absentismo laboral	2.80	3.05	3.14	-

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

Considerando la antigüedad de las empresas (Cuadro 8.2) los resultados no presentan diferencias significativas con excepción de si cuenta con clientes más satisfechos, donde las empresas jóvenes tienen 3.90 frente a 3.72 de las empresas maduras.

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

	Jóvenes	Maduras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.66	3.69	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3.53	3.51	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3.90	3.72	*
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.63	3.46	-
Está creciendo más	2.56	2.46	-
Es más rentable	2.58	2.53	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3.14	3.04	-
Tiene un menor absentismo laboral	2.94	2.93	-

Finalmente, según sector de actividad los datos mostraron diferencias estadísticamente significativas en algunos indicadores (Cuadro 8.3). Las empresas de construcción y servicios muestran mayores puntajes en la disponibilidad de procesos internos más eficientes con 3.65 y 3.43, respectivamente. En cuanto a tener un menor absentismo laboral, las empresas de servicios y de comercio son las que destacan con 3.07 y 2.92 en una escala de 1-5.

Cuadro 8.3
Rendimiento de las MIPYME frente a sus competidores según
sector de actividad

	Industria	Construcción	Comercio	Servicios	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3.43	3.55	3.59	3.77	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3.23	3.43	3.40	3.65	*
Cuenta con clientes más satisfechos	3.66	3.89	3.68	3.88	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3.31	3.42	3.41	3.67	-
Está creciendo más	2.44	2.64	2.46	2.51	-
Es más rentable	2.44	2.59	2.60	2.53	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	2.85	3.21	2.95	3.17	-
Tiene un menor absentismo laboral	2.53	2.82	2.92	3.07	*

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 las principales conclusiones de este estudio realizado a 430 empresas panameñas sobre el impacto económico de la crisis provocada por la COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS

- El 51.8% son microempresas, el 35.9% son pequeñas y el 12.3% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 13.4 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 72.3% de las empresas están regidas en el entorno familiar.

- El 36.2% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 87.9% de los directores generales dispone de estudios universitarios.
- Solamente un 5% de las empresas de la muestra han recibido un apoyo del gobierno y 3.1% han recibido subsidios o beneficios económicos estatales.
- El 15.9% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 34.8% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

Empleo

El 67.1% de las MIPYME disminuyó su empleo en 2020 con relación al 2019, un 25.8% lo mantuvo y un 7.0% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en 2020 fueron las pequeñas empresas y las microempresas con un saldo de evolución negativo de empleo (-65.5% y -58.3%, respectivamente). En el caso de las empresas medianas este saldo fue negativo pero menor a los otros segmentos (-55.8%).

Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables. El 17.8% de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) señalaron que aumentará su empleo, el 52.0% que lo mantendrá y 30.2% lo disminuirá. En cuanto a las expectativas del 2021 en generación de empleo, los distintos estratos por tamaño de empresa tienen expectativas positivas y prevén aumentar el empleo durante este año. En relación con los saldos de las expectativas, hay una tendencia negativa, pero con cierto optimismo; al ser menos contundente que en el 2020, en todos los tamaños de empresa.

Cuando se analiza la tendencia del empleo para el 2021, se observa que el saldo de expectativas resulta menos favorable para las empresas maduras con -22.0% frente al -5.0% en el caso de las jóvenes. El 31.9% de las empresas maduras y el 29.0% de las empresas jóvenes opinan que disminuirán su empleo en el 2021.

Ventas

La pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las empresas en Panamá. El 86.0% estima que han visto reducidas sus ventas en 2020, el 8.1% consiguió mantenerlas y un 5.9% las aumentó. Las pequeñas empresas fue el estrato con mayor impacto en la caída de las ventas al 2020, donde el 89.3% de éstas redujeron sus ventas.

Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran por encima de las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 29.6% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (55.5% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 26.7% de las empresas en el primer semestre (13.1% en segundo semestre).

Se aprecia un fuerte impacto en la caída de las ventas en 2020 en todos los segmentos estudiados. Con respecto a las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre de 2021 la situación mejora sensiblemente en todos los estratos, presentando un saldo de expectativas positivo en la MIPYME en la segunda mitad del año.

Las empresas jóvenes encuestadas consideran que tienen mejores expectativas para el primer y segundo semestre del 2021 con relación a las empresas maduras. Así, las empresas jóvenes tienen un saldo de expectativas para el primer semestre 2021 de 8.1%, frente al -3.3% de las empresas maduras. En el segundo semestre, ambos casos presentan unas expectativas favorables, pero con mayor optimismo en el saldo de expectativas en las empresas jóvenes que alcanza el 49.4%, mientras que en las empresas maduras es del 33.1%.

Indicadores económicos y financieros

Se cuenta con una aproximación sobre cómo ha impactado la crisis generada por la COVID-19 en diferentes indicadores económicos y financieros de la empresa, donde los resultados son:

- Nivel de facturación: el 81.6% se vio afectado negativamente, con un grado de importancia de 3.87 (en una escala de 1 a 5).
- Rentabilidad: el 79.9% de las empresas están afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3.77
- Productividad: el 74.0% de las empresas están afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3.67
- Realización de inversiones: el 76.5% de las empresas han reducidos sus inversiones con una importancia media de 3.74
- Nivel de deuda: el 74.5% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3.87
- Nivel de liquidez: el 79.1% de empresas afectadas, con un impacto de 3.53

De acuerdo al tipo de empresa, los datos muestran que la crisis generada por la COVID-19 ha impactado más negativamente a las microempresas, a las empresas jóvenes y a las empresas de los sectores de comercio y servicio.

En contraste, se observa cómo la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Es interesante comprobar que, el 19.3% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad, el 14.7% de las empresas un impacto positivo en su nivel de liquidez y el 14.1% les afectó positivamente la crisis en su nivel de deuda.

Internacionalización

El 15.8% 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 35.7%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas panameñas. En el 58.2% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación. También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización, en el que un 54.5% de las empresas señalaron que este indicador se redujo como consecuencia de la crisis.

Contrariamente, la crisis ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 19.4% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó y el 13.6% 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

En Panamá la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19 ha impactado en las empresas principalmente en el plazo para recibir el pago por parte de los clientes que es más largo (grado de importancia 3.69 en una escala de 1 a 5). Se destaca que todas las variables de las actividades con clientes y proveedores presentaron valores por encima de 3, la afectación en la cadena de suministro por retrasos de entrega por parte de los proveedores (3.62), la cancelación de pedidos de los clientes (3.58), los proveedores han endurecido sus condiciones de pago (3.42) y las pérdidas por impago de clientes (3.31).

Actividades operativas

Tres de las actividades operativas recibieron valores iguales y por encima de 3.5 en una escala de 1 a 5. Las actividades con igual ponderación (de 3.64) son que las empresas han tenido que realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis, además realizaron modificación de su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes y tuvieron que bajar sus precios. En cuanto que la necesidad de aumentar la subcontratación de sus operaciones ha tenido un impacto bajo (2.02).

Actividades estratégicas

Las empresas reportan la decisión de cancelar las inversiones que tenían previstas (3.73). Seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3.39) y con menor valoración la necesidad de hacer planes de gestión de riesgos (2.58).

ACTIVIDAD INNOVADORA

La actividad innovadora de la MIPYME en Panamá al no tener información de años anteriores para hacer comparaciones se puede observar que los empresarios panameños han reaccionado favorablemente ante la crisis originada por la COVID-19.

En innovación de productos el 72.8% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 64.9% ha comercializado un nuevo producto o servicio.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también se ha observado una diferencia

interesante en las MIPYME panameña. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción con un 72.1%. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 52.7% de las empresas.

El 71.1% de las empresas panameñas ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 64.7% en la sección de compras y el 68.3% en el departamento de comercial o ventas.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN

El 32.2% de las MIPYME han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 14.1% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 8.8% no lo han solicitado porque se autofinancian. Mientras que el 44.9% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se desalientan (borrower discouragement).

Al analizar las MIPYME que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el un 59.7% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Para un 14.7% 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 (12.4%) o en peores condiciones (13.2%). Esta información viene a señalar que el acceso a la financiación ha sido un problema para las MIPYME durante la pandemia generada por la COVID-19.

Destacan los resultados por antigüedad, donde las empresas jóvenes presentan una situación más desfavorable que las empresas maduras.

INDICADORES DE RENDIMIENTO

Los indicadores de rendimiento más favorables para las MIPYME panameñas durante la pandemia en relación con sus competidores más directos son: la satisfacción de clientes (3.82), la calidad de sus productos (3.66), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3.55) y la eficiencia de los procesos productivos (3.51). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la rapidez del crecimiento de las ventas (2.52) y rentabilidad (2.56).

10. REFERENCIAS

Banco Interamericano de Desarrollo (2020). Respuestas al Covid desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo.

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

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

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

Dini, M. y Stumpo, G. (2018), “Mipyme en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para la política de fomento”, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

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

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.



CENTRO NACIONAL DE COMPETITIVIDAD (CNC)

El Centro Nacional de Competitividad (CNC) es una organización sin fines de lucro, donde en una convergencia público-privada, participan los presidentes de organizaciones del sector empresarial, representantes del sector laboral, empresarios de reconocida trayectoria y funcionarios del más alto nivel del sector gubernamental. Juntos, con la finalidad de hacer de Panamá un país más competitivo, fomentan acciones que lleven a las empresas a producir más y mejor, dentro de un clima apropiado para las inversiones locales y extranjeras, promoviendo así el bienestar de la población.

El CNC con el apoyo y conjugando aportes de los sectores empresarial, laboral y gubernamental realiza actividades que van desde la concienciación y divulgación de información sobre tema inherentes a la competitividad; estudios y encuestas que contribuyan a generar propuestas y también a través de la preparación, ejecución y supervisión de proyectos orientados a cubrir la misión de la institución que es: Ser un eje catalizador para articular y facilitar los esfuerzos público-privados que aporten a elevar los niveles de competitividad y desarrollo del país.



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PANAMÁ

La Universidad Tecnológica de Panamá forma parte de la red internacional de investigadores en MIPYME, desde el 2012. En Panamá la red está compuesta por las Universidades: Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), Universidad Nacional de Panamá (UNP), Universidad Latina de Panamá, Universidad Especializada de las Américas (UDELAS), se han realizado diferentes investigaciones, estudios y colaboraciones nacionales e internacionales.

Esta Red forma parte a la Red de la Fundación para el Análisis Estratégico de la Pequeña y Mediana Empresa (RED FAEDPYME), conformada por universidades y organismos de América Latina y España.

Actualmente la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP) en coordinación con el Centro Nacional de Competitividad (CNC) y el apoyo de FAEDPYME hemos finalizado este Proyecto "Impacto económico de la crisis COVID-19 sobre la MIPYME en Panamá" con el interés de conocer la realidad actual de las MIPYME y dar luces y vías que permitan, tanto, a los actores del sector público, como del privado, la puesta en marcha de mecanismos orientados a la mejora competitiva integral del sector productivo panameño, así como una cultura innovadora y de cooperación que fortalezca el Modelo Cuádruple Hélice de la interacción Universidad-Empresa-Estado(UnEE) y sociedad.

El informe "Impacto económico del Covid-19 sobre las MIPYME en Panamá" 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-.

Diseño y Diagramación:
Universidad Tecnológica de Panamá

Todos los derechos reservados

INFORMES MIPYME

IMPACTO ECONÓMICO DE LA **CRISIS COVID-19** SOBRE LA **MIPYME EN PANAMÁ**

JUNIO 2021

Colaboradores

