

# IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN PARAGUAY



## Investigadores

Edgar A. Sánchez Báez (Coordinador Nacional)

Diego Daniel Sanabria y Juan Antonio Paredes Romero



**UNA**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN



**FAEDPYME**

Fundación para el Análisis Estratégico y  
Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa





# **IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN PARAGUAY**

Sánchez Báez, Edgar Antonio; Sanabria, Diego Daniel; Paredes Romero, Juan Antonio

**Con el apoyo de:**





## FICHA TÉCNICA

### **Rectora UNA**

Prof. Dra. Zully Vera de Molinas

### **Vicerrector UNA**

Prof. Dr. Miguel Torres Ñumbay

### **Investigador Principal / Coordinador Nacional**

Dr. Edgar Antonio Sánchez Báez

### **Investigadores**

MsC. Diego Daniel Sanabria

Econ. Juan Antonio Paredes Romero (Viceministerio de Mipymes)

Dr. Domingo García Pérez de Lema (Co-Director de Investigación

FAEDPYME, Universidad Politécnica de Cartagena- España)

### **Colaboradores Técnicos:**

- Lic. Esp. Patricia Elizabeth Venialgo Venialgo
- Lic. José Milciades Román Olmedo
- Lic. Vidal González
- Univ. Diego Sebastián Parra Sanabria
- Univ. María Paz Andrea Brassel Salcedo
- Univ. Vanessa Melgarejo

Primera edición, julio 2021

**ISBN:** 978-33353-59-09-6

**Edgar A. Sánchez Báez** es Licenciado en Tecnología de Producción, Master en Ingeniería de Producción (énfasis en Inteligencia Organizacional) y Máster en Planificación, Economía y Proyectos por la Universidad Nacional de Asunción. Asimismo es Doctor en Ciencias Económicas, Empresariales y Sociales por la Universidad de Sevilla – España. Es profesor de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales y de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Asunción e Investigador PRONII Categorizado Nivel 1. Autor de las siguientes publicaciones internacionales: *“Innovation and competitiveness of the business clusters in Paraguay: evidence of their limitations”* (Dirección y Organización, 63, pp. 65-73, 2011); *“Personal values, entrepreneurial attitudes and innovation in SMEs: the case of Paraguay”* (Amfiteatru Economic, 20(49), pp. 771-781, 2018); *“Organizational Culture and Innovation in Small Businesses in Paraguay”* (Regional Science, Policy and Practice, p. 1-15, 2019). Actualmente es Director General de Postgrado y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Asunción.

**Diego Daniel Sanabria** es Licenciado en Matemática Estadística, Máster en Estadística y Metodología de la Investigación Científica, Básica y Aplicada por la Universidad Nacional de Asunción. Obtuvo una medalla de oro como mejor egresado de la maestría en la promoción 2014 y alumno distinguido en la carrera de grado en el año 2011. Fue distinguido como “joven investigador” en las XXVI Jornadas de Jóvenes Investigadores de la AUGM y premiado en primer lugar por el trabajo de investigación presentado en el área de Ciencias Sociales en el IV Encuentro de Investigadores organizado por la Sociedad Científica del Paraguay. Es profesor de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Universidad Nacional de Asunción. Se desempeñó como consultor de la Organización Internacional de Trabajo y actualmente ocupa el cargo de Director del Observatorio Laboral en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.

**Juan Antonio Paredes Romero** es Economista por la Universidad Nacional de Asunción y Maestrando en Dirección y Gestión de Negocios en la Universidad Columbia del Paraguay. Graduado Post Grado del Programa de Políticas de Desarrollo para PYMES de la JICA (HIC - Japón), del Workshop de Desarrollo de Industrias Características Locales de la ICDF (Taiwán) y de la Academia de Liderazgo de las Américas de la JCI (República Dominicana). Formó parte del primer equipo de implementación del Global Entrepreneurship Monitor en Paraguay (2019/20) y del Plan Estadístico Nacional del Paraguay 2013 – 2017; cuenta en su haber con varias publicaciones técnicas y de investigación sobre MIPYMES y Emprendedurismo. Actualmente se desempeña como Director de Fomento, Desarrollo e Innovación en el Viceministerio de MIPYMES del Ministerio de Industria y Comercio.

El informe de investigación **"Impacto económico de la crisis Covid-19 sobre las Mipymes en Paraguay"** 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 redes universitarias como Red Universitaria de Emprendimiento REUNE de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme -FAEDPYME- la Red Latinoamericana de innovación y Emprendimiento -RLIE- del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración \_CLADEA- y la Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento -RED MOTIVA. La Universidad Nacional de Asunción forma parte del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme y de la FAEDPYME. Esta investigación ha sido apoyada por el Viceministerio de Mipymes del MIC y por la Estrategia Nacional de Innovación (ENI).

## Prólogo

Paraguay, al igual que los países de la región latinoamericana, cuenta con una gran mayoría de unidades económicas conformadas por las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES); las mismas, son parte esencial de la estrategia de generación de oportunidades económicas para la población paraguaya y cumplen un rol fundamental en el desarrollo económico del país.

La pandemia de la COVID-19 ha impactado las economías de todo el mundo y el Paraguay no fue la excepción, empresas de todos los tamaños se vieron repentinamente afectadas por una serie de medidas sanitarias de protección y prevención a la población que obligaron a las empresas a enfrentar una serie de situaciones inéditas que impactaron en su economía, su organización, la actividad innovadora, el acceso al financiamiento y su rendimiento; temas que han sido explorados ampliamente en este estudio que buscó obtener información relevante del comportamiento de las empresas con el fin de poder valorar el impacto económico que tuvo el COVID-19 en las MIPYMES del Paraguay.

Sin olvidar el efecto negativo en las ventas que ha generado esta pandemia en la mayoría de las MIPYMES, resalta en los resultados la capacidad de adaptación que han tenido muchas de ellas al contar con plazos de pagos más largos o al modificar su oferta de productos/servicios lo cual trajo aparejado, asimismo, un aumento en la actividad innovadora en la amplia mayoría de las empresas, ya sea con cambios o mejoras en sus productos/servicios o en la comercialización de nuevas líneas; por otra parte, los resultados del acceso al financiamiento, nos muestran que aún hay esfuerzos por realizar para acompañar a este sector en su desarrollo y consolidación.

El “Plan Estratégico de Promoción y Formalización para la Competitividad y Desarrollo de las MIPYMES 2018 – 2023” establecido por el Gobierno Nacional busca mejorar las condiciones de las mismas a través del fomento de instrumentos para el desarrollo y competitividad, la promoción de la simplificación de trámites y la promoción de un entorno favorable para el emprendedurismo; los resultados recogidos y analizados por los investigadores, serán una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de su empresa, como para la actualización y/o establecimiento de políticas públicas para dirigir convenientemente los programas de actuación en el escenario post COVID-19 que se avizora como más desafiante, más digital y donde la resiliencia será un factor determinante para el suceso empresarial.

Desde el Viceministerio de MIPYMES, exhortamos a los agentes económicos privados, instituciones públicas, organismos internacionales e interesados en general a orientar sus esfuerzos para paliar los efectos adversos de esta pandemia que fueron relevados en el estudio y coordinar esfuerzos para el mejor aprovechamiento de las capacidades adaptadas y mejoradas al interior de las MIPYMES en el marco de su adaptación a las vicisitudes de la pandemia.

Isaac Godoy  
Viceministro de MIPYMES  
Ministerio de Industria y Comercio



Ministerio de  
**INDUSTRIA  
Y COMERCIO**

**GOBIERNO  
NACIONAL**

## ÍNDICE

	<b><u>Pág.</u></b>
<b>1. RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>7</b>
<b>2. INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>13</b>
<b>3.1. Estructura de la muestra</b>	<b>13</b>
<b>3.2. Selección de variables y diseño del cuestionario</b>	<b>14</b>
<b>3.3. Análisis estadístico de los datos</b>	<b>15</b>
<b>4. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS</b>	<b>16</b>
<b>5. IMPACTO ECONÓMICO</b>	<b>18</b>
<b>5.1. Empleo</b>	<b>18</b>
<b>5.2. Ventas</b>	<b>21</b>
<b>5.3. Indicadores económicos y financieros</b>	<b>26</b>
<b>5.4. Internacionalización</b>	<b>29</b>
<b>6. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA</b>	<b>31</b>
<b>6.1. Actividades con clientes y proveedores</b>	<b>32</b>
<b>6.2. Actividades operativas</b>	<b>33</b>
<b>6.3. Actividades estratégicas</b>	<b>36</b>
<b>7. ACTIVIDAD INNOVADORA</b>	<b>38</b>
<b>8. ACCESO A LA FINANCIACIÓN.....</b>	<b>44</b>
<b>9. INDICADORES DE RENDIMIENTO</b>	<b>50</b>
<b>10. REFERENCIAS.....</b>	<b>53</b>

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 360 empresas paraguayas sobre el impacto económico de la crisis provocada por la COVID-19.

### **CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS:**

- El 55,6% son microempresas, el 30,8% son pequeñas y el 13,6% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 11,5 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 76,1% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 36,8% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 78,3% de los propietarios/gerentes dispone de estudios universitarios.
- El 22,4% de las empresas de la muestra han recibido algún tipo de apoyo/soporte no económico, mientras que el 15,8% declararon haber recibido subsidios o beneficios económicos del gobierno en el marco de la estrategia para enfrentar la pandemia.
- El 16,2% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 35,1% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

### **IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS**

**Empleo:** el 47,5% de las Mipymes disminuyeron su empleo en 2020 con relación al 2019, un 34,8% lo mantuvo y un 17,7% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en 2020 fueron las medianas, pequeñas y microempresas con un saldo de evolución negativo de empleo (-38,8%, -35,8% y -25,3% respectivamente). "Saldo de evolución", se calcula como la diferencias entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuye. Asimismo, con una evolución desfavorable, están las empresas que no han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio, donde un 50,6% redujo su empleo en 2020, y las empresas de servicios (presentando un saldo negativo de empleo en el 2020 del -36,1%).

Las expectativas de empleo para 2021 resultan más favorables. El 26,1% de las Mipymes señalaron que aumentará su empleo, el 54,2% que lo mantendrá y 19,7% que lo disminuirá. Las empresas que tienen unas expectativas más favorables son: las empresas pequeñas (el 12,6% tienen expectativas de crear empleo), las empresas acogidas a algún Apoyo/Subsidio, las empresas jóvenes, y las empresas de los sectores de industria y otros.

**Ventas:** La pandemia ha provocado una importante caída de los ingresos en muchas de las Mipymes en Paraguay. El 70% de las empresas estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020, el 14,6% consiguió mantenerlas y un 15,4% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un 12,4%. Las empresas donde tuvo un mayor impacto la caída de las ventas fueron las micro y pequeñas empresas (redujeron sus ventas en un promedio de 70%), y en las empresas que no han tenido la oportunidad de acogerse a algún Apoyo o Subsidio (redujeron sus ventas en un 72%).

Las expectativas de ventas del segundo semestre de 2021 mejoran claramente a las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 39,3% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (63% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 16,7% de las empresas en el primer semestre (10,5% en segundo semestre). Las expectativas de ventas más favorables para el 2021 las presentan las empresas medianas, las empresas jóvenes y las empresas del sector industria manufacturera.

## **Indicadores económicos y financieros:**

Nivel de facturación: el 72,7% se vio afectado negativamente, con un grado de importancia de 3,53 (en una escala de 1 a 5).

Rentabilidad: el 73% de las empresas fueron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,43.

Nivel de deuda: el 71,2% se han visto afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,82.

Nivel de liquidez: el 76,4% de empresas afectadas, con un impacto de 3,41.

Realización de inversiones: el 68,6% de las empresas han reducidos sus inversiones con una importancia media de 3,53.

Si analizamos el tipo de empresa los datos muestran que la crisis generada por la COVID-19 ha impactado más negativamente en las microempresas, en las empresas que no han podido ser acogidas a un Apoyo/Subsidio, en las empresas maduras y en las empresas de servicios y las consideradas "otros sectores".

De forma contraria, podemos ver cómo la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Así, el 23,2% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2,38), el 19,4% de las empresas un impacto positivo en la realización de inversiones (intensidad de 2,53) y el 18,7% afectó positivamente al nivel de facturación (intensidad de 2,75).

## **Internacionalización:**

El 15,5% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 35,7%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas paraguayas. En el 49,1% de las empresas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 2,79 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 40% de las empresas señalaron que se redujo el número de países de destino de sus exportaciones como consecuencia de la crisis, con un grado de importancia de 3,14.

Contrariamente, la crisis ha podido afectar positivamente a determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 12,3% de las empresas encuestadas

señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,57 en una escala de 1 a 5). Asimismo, el 12,7% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

## **IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA**

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

### **Actividades con clientes y proveedores**

La crisis ocasionada por la COVID-19 ha impactado principalmente en los plazos de pago de los clientes, que se han hecho más largos (grado de importancia 3,39 en una escala de 1 a 5), las empresas en la cadena de suministros por parte de los proveedores. Menos afectados han sido la cadena de suministros por parte de los proveedores (3,35), los proveedores han endurecido sus condiciones de pago (3,29), la cancelación de pedidos por parte de los clientes (3,28), y en menor grado han afectado las pérdidas por impago de clientes (2,97).

### **Actividades operativas**

Las actividades más afectadas han sido que las empresas han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,47), acciones relacionadas como bajar precios (3,31) y cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la crisis (3,21). Mientras que actividades como aumentar la subcontratación de sus operaciones (2,00), han tenido un impacto más bajo.

### **Actividades estratégicas**

La crisis ha generado la necesidad de cancelar las inversiones previstas (3,44 en una escala de 1 a 5). Seguido de la necesidad de adaptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,93) y de disponer planes específicos de gestión de riesgos (2,28).

## **ACTIVIDAD INNOVADORA**

La actividad innovadora de las Mipymes en Paraguay ha aumentado muy favorablemente como consecuencia de la crisis originada por la COVID-19, rompiendo los indicadores experimentada en los años anteriores. En innovación de productos vemos cómo el 79,4% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios y el 72,7% ha comercializado un nuevo producto o servicio.

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también ha experimentado un importante incremento en las Mipymes paraguayas. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 78,8%. Mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 61,6% de las empresas.

La innovación en gestión está, en general, también en niveles similares de los índices anteriores. El 77,2% de las empresas ha realizado cambios relacionados a la forma de comercialización y/o ventas; el 76,3% han introducido cambios relacionadas a dirección y gestión del negocio; mientras que el 72,4% ha incorporado cambios o mejoras en la sección de compras. Porcentajes todos ellos claramente por encima a los obtenidos en la segunda Encuesta de Innovación Empresarial de Paraguay (EIEP, 2016).

## **ACCESO A LA FINANCIACIÓN**

El 52,4% de las Mipymes han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 9% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 40,3% no lo han solicitado porque se autofinancian. Adicionalmente, el 27% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autorracionan porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

Al analizar las Mipymes que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el 40,3% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores y el 19,9% han sido aceptadas, pero en peores condiciones. Mientras que un 36,4% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no lo han aceptado. Así también, para un 3,4% la solicitud se encuentra en trámite. Esta información viene a señalar que el acceso a la financiación ha sido un problema para las Mipymes durante la pandemia generada por la COVID-19.

Adicionalmente, podemos observar que la mayoría de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las Mipymes han tenido una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos que presentan una leve mejor posición fueron el plazo exigido para la devolución que ofrecen las entidades, con una puntuación media de 2,52, situándose a continuación el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2,28). Los términos con una evolución menos favorable han sido las garantías y avales requerido (2,15) y el volumen de financiación (2,18).

## **INDICADORES DE RENDIMIENTO**

Los indicadores de rendimiento más favorables para las Mipymes paraguayas durante la pandemia en relación con sus competidores más directos son: la satisfacción de clientes (3,82), la calidad de sus productos (3,62), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,49), la eficiencia de los procesos productivos (3,44) y en menor grado la satisfacción de los empleados (3,24). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: grado de absentismo laboral (2,77), la rapidez de crecimiento de las ventas (2,77) y la obtención de una rentabilidad adecuada (2,67).

## 2. 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 grandes cambios en la oferta en las cadenas de suministro y 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 claramente el desempleo. Adicionalmente, la COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se han extendido la crisis por todo el mundo, causando estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

En la actualidad muchas instituciones de nuestro país están trabajando para establecer estrategias de reactivación económica con el ánimo de mitigar los impactos que a corto y largo plazo generará la crisis ocasionada por la COVID-19. Para gestionar esta crisis será necesario establecer tanto políticas en el corto plazo, como políticas a medio y largo plazo que marquen el camino hacia una recuperación fuerte y sostenible (Banco Mundial, 2020). En este sentido, resulta imprescindible disponer de información, cuantitativa y cualitativa, del comportamiento de las empresas ante los efectos económicos de la COVID-19. Esto permitirá conocer las necesidades y los desequilibrios que puedan producirse y gestionar, así, eficientemente los recursos para ayudar a impulsar la economía. Además, esta información debe ser ágil y constante en el tiempo mientras dure la incertidumbre sobre cuánto durará esta crisis sanitaria. Estamos ante un momento en el que se deben tomar decisiones rápidamente, lo que se decida tendrá importantes consecuencias en el futuro (BBVA Research, 2020).

El Informe Mipymes 2021 se centra en valorar el impacto económico que tendrá la crisis generada por la COVID-19 en Paraguay. 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, políticos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. Esta información será una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa, como de cara al establecimiento de políticas públicas que puedan dirigir convenientemente sus programas de actuación. Lo que puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.

### **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 las Mipymes 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 360 Mipymes de Paraguay, dirigida al propietario/gerente de la empresa. La muestra está compuesta por microempresas (1 a 10 trabajadores), pequeña empresa (11 a 30) y medianas empresas (31 a 50), según número de trabajadores ocupados de acuerdo a la clasificación establecida en la Ley 4457/2012. La técnica de recogida de información fue una encuesta online aplicada a través de correos electrónicos durante los meses de febrero a abril de 2021. Es importante mencionar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

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

## 3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la muestra y del cuestionario ha sido realizado 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.

### 3.1. 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 Manufacturera, Servicios, Comercio y Construcción), tamaños (microempresas, pequeñas y medianas empresas) y los distintos Departamentos del país. Sin embargo, para el análisis y presentación de los resultados, el sector comercio y construcción fueron agrupados en una categoría llamada "otros" debido a la insuficiencia de casos en la muestra.

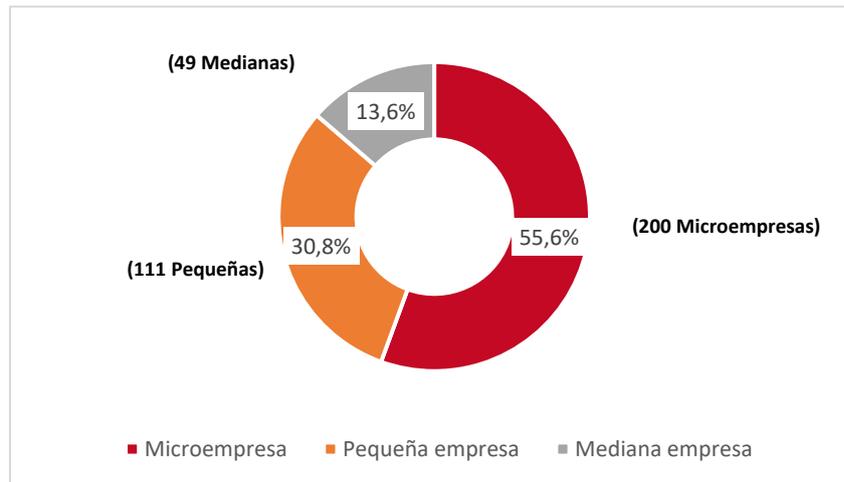
Dentro de cada estrato la selección se ha realizado mediante un muestreo aleatorio simple. No obstante, es importante resaltar que las distintas pruebas y contrastes estadísticos que serán realizados en las posteriores fases del análisis contarán con su nivel de significación o grado de precisión determinado 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 360 empresas paraguayas (en el cuadro 2.1 puede verse la distribución por actividad económica, en el cuadro 2.2 por departamentos y el gráfico 3.1 por tamaño de empresas). De acuerdo al diseño muestral planteado en este informe, se determina un error muestral global de 5,2 puntos con un nivel de confianza del 95%. Los tamaños poblacionales se obtienen a partir de las estadísticas de unidades económicas provenientes del Censo Económico Nacional 2011 publicadas por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

**Cuadro 3.1**  
**Empresas incluidas en cada Sector**

	Nº de empresas	%
Industria	113	31,4
Servicios	142	39,4
Otros	105	29,2
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>100,00</b>

**Gráfico 3.1**  
**Empresas incluidas por tamaño**



**Cuadro 3.2**  
**Empresas incluidas en cada Departamento del país**

	% de empresas
Alto Paraná	6,9
Asunción	32,5
Central	30,8
Caaguazú	3,3
Canindeyú	3,3
Concepción	4,4
Cordillera	2,8
Itapúa	5,0
Ñeembucú	3,1
San Pedro	3,1
Otros	4,7
<b>Total</b>	<b>100</b>

### 3.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

La selección de las variables es fundamental a la hora de configurar el análisis empírico y nos permitirá afrontar adecuadamente el estudio del comportamiento de la empresa ante la crisis generada por la COVID-19. Para obtener la información de las variables se elaboró un cuestionario dirigido a los propietarios/gerentes de las Mipymes. Con esta herramienta se ha

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

Las técnicas de captación de información fueron 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 acceso a la financiación y, finalmente, sus indicadores de rendimiento.

### **3.3. Análisis estadístico de los datos**

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

- Cuando analizamos diferencias porcentuales se utiliza el análisis de tablas de contingencia aplicando el test de la  $\chi^2$  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  $\chi^2$  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)".

## 4. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS

Las empresas entrevistadas y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 360, tratándose de una muestra representativa del conjunto de empresas paraguayas. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa y que nos ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

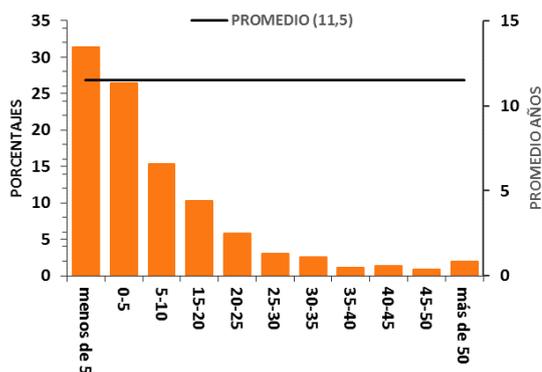
Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- El 55,6% son microempresas, el 30,8% son pequeñas y el 13,6% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 11,5 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 76,1% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 36,8% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- EL 78,3% de los propietarios/gerentes dispone de estudios universitarios.
- El 22,4% de las empresas de la muestra han recibido algún tipo de apoyo/soporte no económico, mientras que el 15,8% declararon haber recibido subsidios o beneficios económicos del gobierno en el marco de la estrategia para enfrentar la pandemia.
- El 16,2% de las empresas está realizando en la actualidad teletrabajo. Y el 35,1% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

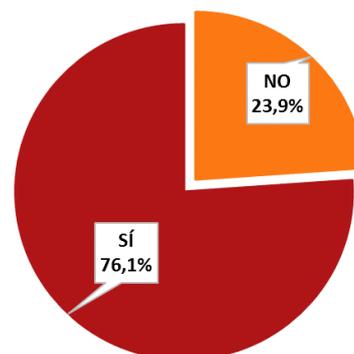
**Cuadro 4.1**  
**Tamaño de la empresa (%)**

	Micro	Pequeñas	Medianas
% empresas	55,6	30,8	13,6

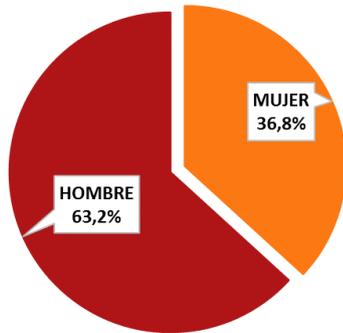
**Gráfico**  
**¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?**



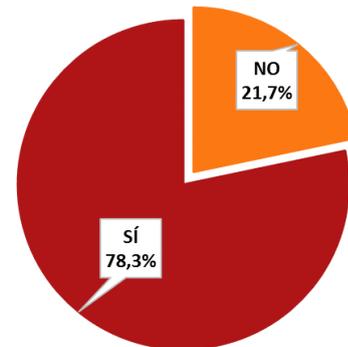
**Gráfico**  
**¿Considera que la empresa es una empresa familiar? (es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)**



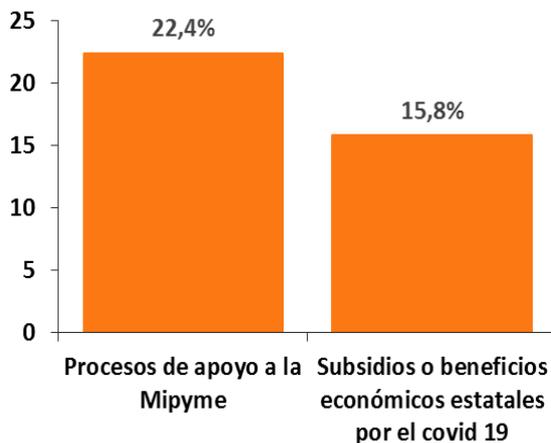
**Gráfico 4.3**  
¿Cuál es el género del director general/gerente?



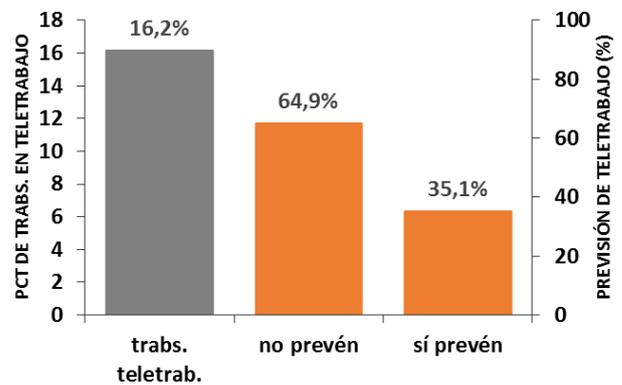
**Gráfico 4.4**  
¿Dispone de estudios universitarios?



**Gráfico 4.5**  
Su empresa ha sido beneficiaria de:



**Gráfico 4.6**  
% 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



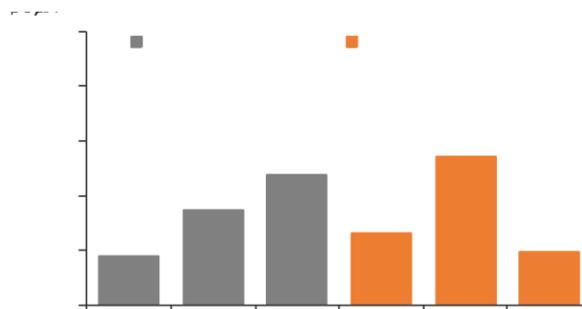
## 5. IMPACTO ECONÓMICO

La crisis ocasionada por la pandemia de COVID-19 ha supuesto un hecho sin precedentes a nivel nacional e internacional. La crisis ha generado un gran impacto en el crecimiento de las empresas y sus operaciones tradicionales. Ciertamente será difícil evaluar sus impactos hasta que no haya transcurrido un tiempo y dependerá del grado de intensidad en el tiempo de la crisis. En este sentido, este apartado trata de evaluar, en una primera aproximación, el impacto económico en magnitudes como el empleo, las ventas, indicadores económicos y financieros y en la internacionalización de las Mipymes paraguayas.

### 5.1. Empleo

Para conocer el impacto en el empleo preguntamos a los encuestados sobre el empleo que tenían sus empresas en 2019 y en el año 2020, así como la tendencia para el empleo en 2021 (gráfico 5.1). Al considerar la evolución del 2020 con relación al 2019 los datos muestran que el 47,5% de las Mipymes analizadas disminuyeron su empleo, un 34,8% lo mantuvo y un 17,7% lo aumentaron. De cara al 2021 las expectativas resultan más positivas, pero a su vez, ligeramente conservadoras. El 26,1% de las Mipymes encuestadas señalaron que aumentaría su empleo, el 54,2% que lo mantendría y 19,7% lo disminuiría.

**Gráfico 5.1**  
**Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020**  
**¿Cree que la tendencia para 2021 es aumentar, mantener o disminuir el número de empleados?**



Para analizar con más detalle el impacto de la crisis sobre el empleo vamos a considerar los estratos de tamaño, si la empresa se ha acogido a un Apoyo/Subvención o no, la edad y el sector de la empresa. Adicionalmente, determinaremos el "saldo de expectativas" "saldo de evolución", calculado como la diferencias entre el porcentaje de las empresas que aumentan el empleo y el porcentaje que lo disminuyen. En cuanto al tamaño podemos apreciar que la evolución del empleo en el periodo 2019 y 2020 fue marcadamente negativo en todos los estratos considerados (cuadro 5.1). Así tenemos que tanto las micro, pequeñas y medianas empresas arrojaron un

saldo negativo de empleo (-25,3%, -35,8% y -38,8%, respectivamente). En cuanto a las expectativas del 2021 en generación de empleo no se observa diferencias significativas, aunque existe una tendencia favorable y con un comportamiento dispar según el tamaño analizado. Las diferencias entre las empresas que opinan que disminuirán el empleo y las que lo aumentarán, ponen de manifiesto que las microempresas y empresas medianas (saldo positivo de 5,1 y 2 respectivamente) son las que presentan subidas de empleo más bajas para el 2021. Sin embargo, las empresas pequeñas (saldo de 12,6) son las que presentan mayor optimismo en cuanto al empleo que crearán. En este estrato en particular, el 29,7% de las empresas pequeñas estiman que en el 2021 crearán empleo frente al 17,1% que señala que lo disminuirá.

**Cuadro 5.1**  
**Impacto de la crisis sobre el empleo**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
<b>Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020</b>				
Aumento de empleo (% empresas)	16,5	17,4	20,4	
Estabilidad de empleo (% empresas)	41,8	29,4	20,4	**
Disminución de empleo (% empresas)	41,8	53,2	59,2	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>-25,3</b>	<b>-35,8</b>	<b>-38,8</b>	
<b>Tendencia empleo 2021 (% de empresas)</b>				
Aumento (%)	26,0	29,7	20,8	
Estabilidad (%)	53,1	53,2	60,4	-
Disminución (%)	20,9	17,1	18,8	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>5,1</b>	<b>12,6</b>	<b>2,0</b>	

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo  
Diferencias estadísticamente significativas: (\*): p<0,1; (\*\*): p<0,05; (\*\*\*): p<0,01. - no significativa

Si analizamos el estrato de empresas acogidas o no a algún Apoyo o Subsidio, no se aprecian diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.2). Es importante resaltar que el estudio considera "Apoyo" cuando se relaciona a los procesos de apoyo o soporte no económico que hayan recibido las empresas (por ejemplo: ampliación de plazos para pagos de créditos, presentación de declaraciones juradas de impuestos, capacitación y otros). Por otro lado, el segundo se refiere al algún "Subsidio" o beneficios económicos estatales por la Covid 19 (por ejemplo: pago parcial de suspensión a trabajadores, exoneración de pagos de ANDE, ESSAP, y otros). En este sentido, las empresas que no han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio han sido las empresas donde la evolución del empleo en el periodo 2020 ha sido más negativo y donde el saldo de las expectativas de empleo para 2021 es inferior. Así, el 42,4% de las empresas que recibieron Apoyo/Subsidio redujeron su empleo en 2020 respecto al año anterior, frente al 50,6% de las que no han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio. En este caso la diferencia de evolución fue del -19,6% y -35,4%, respectivamente. En cuanto a las expectativas del 2021 de empleo observamos que el 18,3% de las empresas que se han acogido a Apoyo/Subsidio opinan que tendrán una tendencia a disminuir el empleo, en tanto que las empresas que no recibieron algún Apoyo/subsidio estiman una disminución en torno al 21,1%.

**Cuadro 5.2**  
**Impacto de la crisis sobre el empleo**  
**Empresas acogidas a Apoyos/Subsidios**

	No Apoyo/Subsidio	Si Apoyo/Subsidio	Sig.
<b>Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020</b>			
Aumento de empleo (% empresas)	15,2	22,8	
Estabilidad de empleo (% empresas)	34,2	34,8	
Disminución de empleo (% empresas)	50,6	42,4	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>-35,4</b>	<b>-19,6</b>	
<b>Tendencia empleo 2021 (% de empresas)</b>			
Aumento (%)	25,2	28,0	
Estabilidad (%)	53,7	53,8	
Disminución (%)	21,1	18,3	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>4,1</b>	<b>9,7</b>	

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, se aprecia una diferencia estadísticamente significativa al 10% (cuadro 5.3). El saldo de evolución entre las empresas jóvenes o maduras resulta marcadamente diferente teniendo para el caso de las empresas más jóvenes en torno a -23,8% y las empresas maduras en torno a -41,9%. Sin embargo, cuando analizamos la tendencia del empleo para el 2021, vemos que el saldo de expectativas resulta más favorable para las empresas jóvenes (12,1%) frente al -2,4% en el caso de las maduras. El 17,2% de las empresas jóvenes opinan que disminuirán su empleo en el 2021 frente al 23,4% de las empresas maduras.

**Cuadro 5.3**  
**Impacto de la crisis sobre el empleo**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
<b>Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020</b>			
Aumento de empleo (% empresas)	19,4	13,7	
Estabilidad de empleo (% empresas)	37,4	30,6	*
Disminución de empleo (% empresas)	43,2	55,6	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>-23,8</b>	<b>-41,9</b>	
<b>Tendencia empleo 2021 (% de empresas)</b>			
Aumento (%)	29,3	21	
Estabilidad (%)	53,4	55,6	-
Disminución (%)	17,2	23,4	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>12,1</b>	<b>-2,4</b>	

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

Con respecto al sector, se comprueba que el saldo de evolución de empleo del 2020 han sido las empresas de servicios las que muestran una diferencia más desfavorable (cuadro 5.4). Así, la diferencia entre las empresas que aumentan y disminuyen empleo en el 2020 ha sido de un -36,1% en las empresas de servicios, frente a un -28,3% en otros tipos de empresas y un -20,4% en industria. La tendencia de empleo para 2021 mejora sustancialmente y tampoco se observan diferencias estadísticamente significativas. Las empresas del sector "industria manufacturera" y/o "otros sectores" presentan la tendencia más favorable de empleo para 2021 con un alrededor del 10% de variación positiva.

**Cuadro 5.4**  
**Impacto de la crisis sobre el empleo**  
**Sector de actividad de la empresa**

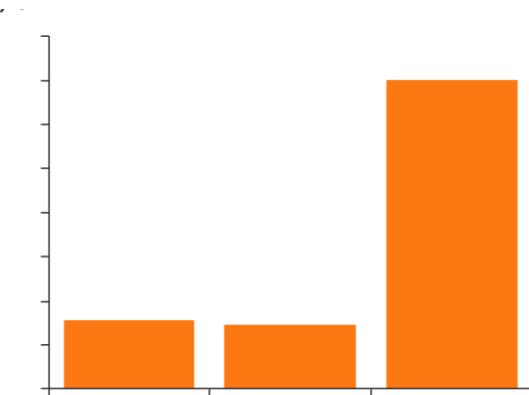
	Industria	Servicio	Otro	Sig.
<b>Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020</b>				
Aumento de empleo (% empresas)	27,8	13,5	17,2	-
Estabilidad de empleo (% empresas)	30,0	36,9	37,4	
Disminución de empleo (% empresas)	48,2	49,6	45,5	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>-20,4</b>	<b>-36,1</b>	<b>-28,3</b>	
<b>Tendencia empleo 2021 (% de empresas)</b>				
Aumento (%)	27,7	26,2	24,8	
Estabilidad (%)	55,4	48,2	61,4	-
Disminución (%)	17,0	25,5	13,9	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>10,7</b>	<b>0,7</b>	<b>10,9</b>	

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

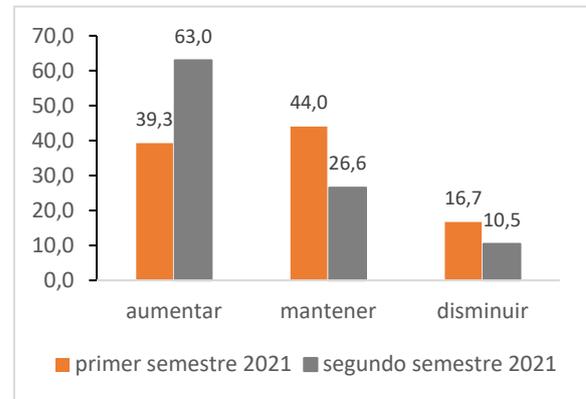
## 5.2. Ventas

La crisis originada por la pandemia COVID-19 ha provocado la caída de los ingresos en muchas de las empresas paraguayas. El 70% de las empresas encuestadas estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019 como consecuencia de la crisis (gráfico 5.2), mientras que solo el 14,6% consiguió mantenerlas y un 15,4% las aumentó. En este contexto se preguntó 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 las del primer semestre (gráfico 5.3). Así, en el primer semestre el 39,3% de las empresas consideran que sus ventas aumentarán (63% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuyan un 16,7% de las empresas en el primer semestre (10,5% en segundo semestre). Un 16,2% de las empresas cuentan con colaboradores realizando teletrabajo, y éstas señalan que el 35,1% de ellas prevén mantener el teletrabajo como forma de trabajo en sus organizaciones del 2021 en adelante (gráfico 5.4).

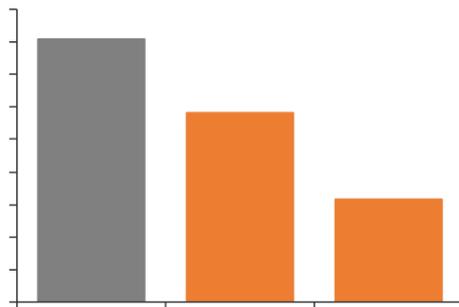
**Gráfico 5.2**  
Comparando sus ventas en 2020 con relación a 2019 éstas han...



**Gráfico 5.3**  
¿Cuáles son las expectativas de ventas de su empresa para el año 2021?



**Gráfico 5.4**  
Porcentaje de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia de la COVID19 y previsión de utilización en su organización del teletrabajo cuando finalice la COVID19



Al analizar el tamaño de las empresas no se observa diferencias significativas, pero igualmente los resultados son importantes para resaltar (cuadro 5.5). El mayor impacto en la caída de las ventas en 2020 se ha experimentado en las pequeñas empresas, donde el 71% de las empresas encuestadas manifestaron que redujeron sus ventas. Si analizamos el saldo de evolución de las ventas del 2020 (diferencia del porcentaje de empresas que aumentan menos las que disminuyen), las empresas medianas presentaron una evolución ligeramente más favorable, aunque también con signo negativo muy importante, -43,8%. Con respecto a las expectativas de ventas para el primer semestre de 2021 vemos una situación bastante favorable, particularmente entre las pequeñas empresas. Así, para el primer semestre el saldo de expectativas es de 34,2% para las pequeñas empresas, mientras que para las microempresas es de 16,4% y las medianas de 18,8%. Para el segundo semestre la situación mejora sensiblemente en todos los estratos de tamaño analizados, presentando un saldo de expectativas positivo. Aunque las pequeñas empresas presentan un saldo menor.

En el cuadro 5.6 se muestran los resultados analizando si la empresa que han recibido o no Apoyo/Subsidio. Los resultados tampoco son estadísticamente significativos, y los datos muestran que el 67,4% de las empresas que han recibido algún tipo de Apoyo/Subsidio han reducido sus ventas en 2020 con relación al 2019, subiendo aún más desfavorablemente este porcentaje al 72,2% para las empresas que no se acogieron a algún tipo de Apoyo/Subsidio. Las expectativas para el primer semestre de 2021 resultan más desfavorables para las empresas que recibieron algún tipo de Apoyo/Subsidio. Así, en el primer semestre el 19,4% de estas empresas estiman que reducirán sus ventas frente al 16,7% para aquellas empresas que no recibieron Apoyo/Subsidio. En ambos casos se aprecia que las expectativas para el segundo semestre son más optimistas. Aunque las expectativas de las empresas que recibieron algún Apoyo resultan menos favorables. En el segundo semestre el 67,7% de las empresas que recibieron Apoyo/Subsidio prevén aumentar sus ventas frente al 61,4% de las empresas que no se acogieron algún Apoyo/subsidio.

**Cuadro 5.5**  
**Impacto de la crisis sobre las ventas**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
<b>Evolución de las ventas entre 2019 y 2020</b>				
Aumento (%)	13,2	16,8	20,8	
Mantenimiento (%)	16,2	12,1	14,6	-
Disminución (% empresas)	70,6	71,0	64,6	
<b>Saldo de evolución</b>	<b>-57,4</b>	<b>-54,2</b>	<b>-43,8</b>	
<b>Expectativas de ventas primer semestre 2021</b>				
Aumento (%)	36,9	45,0	33,3	
Mantenimiento (%)	42,6	44,1	52,1	-
Disminución (%)	20,5	10,8	14,6	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>16,4</b>	<b>34,2</b>	<b>18,8</b>	
<b>Expectativas de ventas segundo semestre 2021</b>				
Aumento (%)	64,2	61,1	64,6	
Mantenimiento (%)	24,4	29,6	29,2	-
Disminución (%)	11,4	9,3	6,3	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>52,8</b>	<b>51,9</b>	<b>58,3</b>	

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**  
**Impacto de la crisis sobre las ventas**  
**Empresas acogidas con Apoyo/Subvención**

	NO Apoyo/Subsidio	SI Apoyo/Subsidio	Sig.
<b>Evolución de las ventas entre 2019 y 2020</b>			
Aumento (%)	13,5	19,6	
Mantenimiento (%)	14,3	13,0	-
Disminución (% empresas)	72,2	67,4	
<b>Saldo de evolución</b>	<b>-58,8</b>	<b>-47,8</b>	
<b>Expectativas de ventas primer semestre 2021</b>			
Aumento (%)	40,7	36,6	
Mantenimiento (%)	42,7	44,1	-
Disminución (%)	16,7	19,4	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>24,0</b>	<b>17,2</b>	
<b>Expectativas de ventas segundo semestre 2021</b>			
Aumento (%)	61,4	67,7	
Mantenimiento (%)	27,0	23,7	-
Disminución (%)	11,6	8,6	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>49,8</b>	<b>59,1</b>	

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

El factor antigüedad de la empresa no ha mostrado diferencias significativas de comportamiento en la evolución de las ventas en el periodo 2019 y 2020. El porcentaje de empresas que han visto disminuir sus ventas ha sido más notorias en las empresas maduras, con un 76,6% de disminución, en tanto que las empresas jóvenes reportaron una baja en torno al 64,4% (cuadro 5.7). Asimismo, la antigüedad no ha ejercido una influencia estadísticamente significativa en las expectativas de ventas para el 2021. Las empresas jóvenes encuestadas consideran que tienen unas expectativas relativamente mejores para el primer y segundo semestre con relación a las empresas maduras. Así, las empresas jóvenes tienen un saldo de expectativas de 22,9%, frente al 22% de las empresas maduras. En el segundo semestre esta expectativa mejora claramente y en ambos casos presentan unas expectativas más favorables. El saldo de expectativas en las empresas jóvenes para el 2021 es de 53,5%, mientras que en las empresas maduras es del 52%.

En cuanto al factor sector de actividad, los resultados muestran diferencias significativas en la evolución de las ventas entre 2019 y 2020 y en las expectativas de las ventas para el primer semestre del 2021 (cuadro 5.8). Los sectores que presentaron una evolución más desfavorable en 2020 fueron los de servicios (-63,8%) y el sector ligado a las industrias con -43,2. En las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre, se observa una importante mejoría, aunque con un comportamiento más favorable para el segundo semestre. En las expectativas del segundo semestre son claramente positivas en los tres grandes sectores analizados y no hay diferencias significativas entre ellos.

**Cuadro 5.7**  
**Impacto de la crisis sobre las ventas**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
<b>Evolución de las ventas entre 2019 y 2020</b>			
Aumento (%)	17,0	12,9	
Mantenimiento (%)	16,6	10,5	-
Disminución (% empresas)	66,4	76,6	
<b>Saldo de evolución</b>	<b>-49,3</b>	<b>-63,7</b>	
<b>Expectativas de ventas primer semestre 2021</b>			
Aumento (%)	40,3	37,4	
Mantenimiento (%)	42,4	47,2	-
Disminución (%)	17,3	15,4	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>22,9</b>	<b>22,0</b>	
<b>Expectativas de ventas segundo semestre 2021</b>			
Aumento (%)	64,2	61,8	
Mantenimiento (%)	25,2	28,5	-
Disminución (%)	10,6	9,8	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>53,5</b>	<b>52,0</b>	

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

**Cuadro 5.8**  
**Impacto de la crisis sobre las ventas**  
**Sector de actividad de la empresa**

	Industria	Servicio	Otro	Sig.
<b>Evolución de las ventas entre 2019 y 2020</b>				
Aumento (%)	22,5	10,1	14,9	
Mantenimiento (%)	11,7	15,9	15,8	*
Disminución (% empresas)	65,8	73,9	69,3	
<b>Saldo de evolución</b>	<b>-43,2</b>	<b>-63,8</b>	<b>-54,5</b>	
<b>Expectativas de ventas primer semestre 2021</b>				
Aumento (%)	38,7	36,4	43,6	
Mantenimiento (%)	48,6	40,0	44,6	*
Disminución (%)	12,6	23,6	11,9	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>26,1</b>	<b>12,9</b>	<b>31,7</b>	
<b>Expectativas de ventas segundo semestre 2021</b>				
Aumento (%)	70,0	55,8	67,0	
Mantenimiento (%)	20,0	32,6	25,0	-
Disminución (%)	10,0	11,6	8,0	
<b>Saldo de expectativas</b>	<b>60,0</b>	<b>44,2</b>	<b>59,0</b>	

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

## 5.3. Indicadores económicos y financieros

En este apartado pretendemos 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 5.5 se aprecian los resultados globales sobre lo que opinan los encuestados. En términos generales, los datos muestran que la mayoría de los indicadores se han visto afectados. En especial en el nivel de facturación donde el 72,7% de las empresas se vieron afectadas negativamente, con un grado de importancia de 3,53 (en una escala de 1 a 5). Similar nivel de afectación se observa en el indicador de rentabilidad, viéndose afectadas negativamente el 73% de las empresas, con un grado de importancia de 3,43. El impacto sobre los indicadores de nivel de deuda y de liquidez han tenido asimismo un gran impacto, ya que se han visto afectadas negativamente en el 71,2% y el 76,4% de las empresas con un grado de impacto de 3,82 y 3,41 respectivamente. Otro indicador relevante sobre el que se aprecia un fuerte impacto ha sido la productividad. En este caso un 70,1% de las empresas señalan que han reducido su productividad, con una valoración en su grado de importancia de 3,24 (en una escala de 1 a 5). De forma contraria, es interesante comprobar que, en el periodo analizado, el 23,2% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su productividad (grado de importancia de 2,69), el 20,5% de las empresas un impacto positivo en su rentabilidad (intensidad de 2,38) y el 19,4% vio oportunidad en la crisis para realizar inversiones para adaptarse a la misma (intensidad de 2,53).

**Gráfico 5.5**  
**Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros**



En el cuadro 5.9 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas, aunque ninguna de las variables muestra diferencias significativas. El segmento que se ha visto más afectado en todos los indicadores ha sido el de la microempresa. Así, el 73,9% de ellas se vieron afectadas negativamente en sus niveles de facturación, y el 74,9% en su rentabilidad. Estos porcentajes se reducen en la mediana empresa hasta el 67,3% en la facturación, pero se mantiene en un mismo alto nivel en torno al 75% en rentabilidad. Si analizamos a las empresas que consideran que la crisis les ha podido beneficiar, encontramos algunos resultados dispares puesto que mientras que las empresas pequeñas destacaron que el impacto ha sido positivo en la rentabilidad a un 25,5% de ellas, en tanto que 28,6% de las medianas empresas declararon un impacto positivo en la productividad.

**Cuadro 5.9**  
**Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros**  
**Tamaño de la empresa**

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
<b>Facturación</b>				
Microempresas	7,5	73,9	18,6	
Pequeñas	7,3	72,7	20,0	-
Medianas	16,3	67,3	16,3	
<b>Rentabilidad</b>				
Microempresas	6,2	74,9	19,0	
Pequeñas	5,5	69,1	25,5	-
Medianas	10,4	75,0	14,6	
<b>Productividad</b>				
Microempresas	6,1	73,1	20,8	
Pequeñas	9,2	65,1	25,7	-
Medianas	4,1	67,3	28,6	
<b>Realización de inversiones</b>				
Microempresas	10,6	71,2	18,2	
Pequeñas	15,3	59,5	25,2	-
Medianas	8,3	79,2	12,5	
<b>Nivel de deuda</b>				
Microempresas	12,6	72,7	14,6	
Pequeñas	11,8	68,2	20,0	-
Medianas	18,4	71,4	10,2	
<b>Nivel de liquidez</b>				
Microempresas	8,5	78,4	13,1	
Pequeñas	9,0	73,0	18,0	-
Medianas	10,4	77,1	12,5	

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

En el cuadro 5.10 se recogen las diferencias entre empresas que se han acogido o no a algún Apoyo (no económico) o a algún Subsidio (económico). Los datos muestran resultados levemente desventajosos para las empresas que no recibieron algún Apoyo/Subsidio. En especial en su nivel de rentabilidad, productividad, realización de inversiones y nivel de liquidez. Así, el 74,6% de las empresas que no recibieron Apoyo/Subsidio se vieron afectadas negativamente en sus niveles de rentabilidad, y un 74,1% en sus indicadores de productividad. Respecto a la antigüedad, los datos del cuadro 5.11 tampoco muestran diferencias significativas en los indicadores analizados en este punto. Así, se observa en general que levemente las empresas maduras se han visto más afectadas negativamente. El 69,6% de las empresas maduras han tenido una caída de sus inversiones (frente al 68% de las jóvenes), el 75,2% de las maduras se han visto afectadas negativamente en su nivel de deuda y el 77,2% en su nivel de liquidez (frente al 68,8% y 76% de las empresas jóvenes, respectivamente).

**Cuadro 5.10**  
**Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros**  
**Empresas acogidas a Apoyo/Subsidio**

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
<b>Facturación</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	10,4	73,6	16,0	
Empresa con Apoyo/Subsidio	5,4	73,9	20,7	-
<b>Rentabilidad</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	7,4	74,6	18,0	
Empresa con Apoyo/Subsidio	5,5	71,4	23,1	-
<b>Productividad</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	6,1	74,1	19,8	
Empresa con Apoyo/Subsidio	7,8	65,6	26,7	-
<b>Realización de inversiones</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	12,1	72,9	15,0	
Empresa con Apoyo/Subsidio	13,0	63,0	23,9	-
<b>Nivel de deuda</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	15,3	70,3	14,5	
Empresa con Apoyo/Subsidio	9,9	74,7	15,4	-
<b>Nivel de liquidez</b>				
Empresa sin Apoyo/Subsidio	8,5	78,5	13,0	
Empresa con Apoyo/Subsidio	13,0	75,0	12,0	-

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

**Cuadro 5.11**  
**Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros**  
**Antigüedad de la empresa**

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
<b>Facturación</b>				
Jóvenes	9,4	72,5	18,0	
Maduras	7,2	73,6	19,2	-
<b>Rentabilidad</b>				
Jóvenes	7,9	73,4	18,8	
Maduras	4,1	73,2	22,8	-
<b>Productividad</b>				
Jóvenes	7,8	67,8	24,3	
Maduras	4,8	75,0	20,2	-
<b>Realización de inversiones</b>				
Jóvenes	13,0	68,0	19,0	
Maduras	10,4	69,6	20,0	-
<b>Nivel de deuda</b>				
Jóvenes	14,7	68,8	16,5	
Maduras	11,2	75,2	13,6	-
<b>Nivel de liquidez</b>				
Jóvenes	10,3	76,0	13,7	
Maduras	7,3	77,2	15,4	-

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

Si consideramos el sector de actividad, igualmente no se observan diferencias estadísticamente significativas (cuadro 5.12). Las empresas de servicios fueron las más afectadas en su facturación acorde con lo expresado por el 75,9% de las empresas del sector consultadas. Las otras actividades no relacionadas a industrias y servicios fueron las más afectadas tanto en rentabilidad, productividad, realización de inversiones, nivel de deuda y nivel de liquidez, que han sido analizados de forma negativa en un 74% en los dos primeros casos y luego por el 70,9%, 73,5% y 77,5% respectivamente.

**Cuadro 5.12**  
**Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros**  
**Sector de actividad de la empresa**

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
<b>Facturación</b>				
Industria	6,3	70,5	23,2	
Servicios	8,5	75,9	15,6	-
Otros	10,7	70,9	18,4	
<b>Rentabilidad</b>				
Industria	7,1	72,3	20,5	
Servicios	6,4	73,6	20,0	-
Otros	5,0	74,0	21,0	
<b>Productividad</b>				
Industria	7,1	63,7	29,2	
Servicios	5,7	72,1	22,1	-
Otros	8,0	74,0	18,0	
<b>Realización de inversiones</b>				
Industria	10,7	67,0	22,3	
Servicios	11,4	68,6	20,0	-
Otros	12,6	70,9	16,5	
<b>Nivel de deuda</b>				
Industria	12,4	70,8	16,8	
Servicios	12,8	70,2	17,0	-
Otros	14,7	73,5	11,8	
<b>Nivel de liquidez</b>				
Industria	11,7	74,8	13,5	
Servicios	5,6	77,5	16,9	-
Otros	10,8	77,5	11,8	

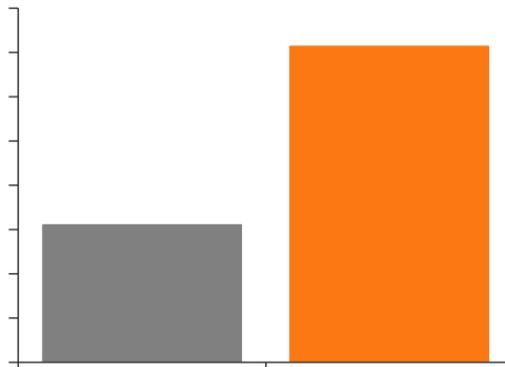
Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

## 5.4. Internacionalización

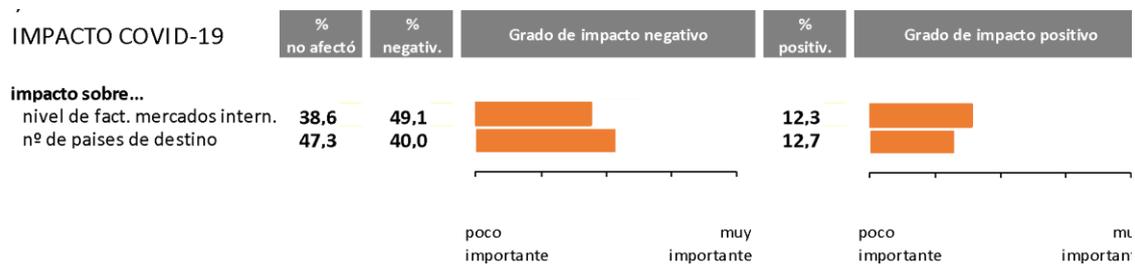
La crisis generada por la COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y también ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado analizaremos cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las Mipymes paraguayas. Se puede observar que solamente el 15,5% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales (gráfico 5.6). La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 35,7% (gráfico 5.6). Si analizamos el impacto

de la crisis los datos muestran que sí impactó en el nivel de facturación en el 49,1% de las empresas internacionalizadas (cuadro 5.8). Así, el grado de importancia del impacto fue de 2,79 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 40% considera que se vio afectado por la crisis, con un grado de importancia de 3,14. Por el contrario, la crisis ha influido positivamente a en determinadas empresas a lo largo del 2020. Así, el 12,3% de las empresas encuestadas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado bajo de impacto positivo, 2,57 en una escala de 1 a 5). Asimismo, solamente el 12,7% amplió el número de países de destino en su internacionalización.

**Gráfico 5.6**  
**Porcentaje de empresas exportadoras**  
**Para aquellas empresas que exportan: Del total de sus ventas en 2020, ¿qué porcentaje ha destinado a mercados internacionales?**



**Gráfico 5.7**  
**Impacto de la crisis en la internacionalización**



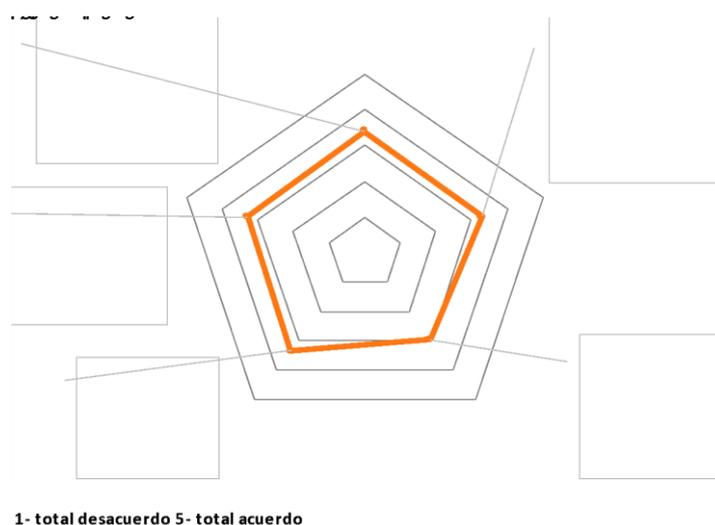
## 6. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA

La crisis sanitaria en el mundo 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.

### 6.1. Actividades con clientes y proveedores

En este sentido, el impacto más significativo de la crisis ocasionada por la COVID-19 es que se han visto afectadas en primer lugar las empresas en su cadena de suministros, al sufrir retrasos por parte de sus proveedores (3,35 en una escala de 1 a 5). En segundo lugar, se observa que los proveedores han endurecido sus plazos, al aplicar condiciones de pagos más corto de lo habitual con valores promedio de 3,29 (gráfico 6.1). Asimismo, en lo que respecta al impacto con los clientes, se observa que los plazos de pagos se han vuelto más larga con valores de 3,39, así también la cancelación de pedidos ha aumentado considerablemente con valores de 3,28. La única variable que se ubica por debajo del valor de 3, aunque muy cercano al mismo, es lo que respecta a las pérdidas por impago de clientes con valores de 2,97. Estos valores en cierta medida parecen indicar que esta crisis ha afectado a la gestión de las operaciones con clientes y proveedores en las Mipymes paraguayas.

**Gráfico 6.1**  
**Actividades con clientes y proveedores**



Para un análisis más detallado, a continuación, veremos el comportamiento de este tipo de actividades en función de una serie de factores como el tamaño, antigüedad, sector. De acuerdo al tamaño de la empresa se observa que no existen diferencias estadísticamente significativas (cuadro 6.1). Por lo tanto, el factor tamaño no parece que haya sido relevante en las actividades analizadas relacionadas con los clientes y proveedores.

**Cuadro 6.1**  
**Actividades con clientes y proveedores**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,29	3,53	3,14	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,18	3,48	3,33	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,32	3,43	3,63	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3,23	3,32	3,48	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,83	3,15	3,10	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo  
Diferencias estadísticamente significativas: (\*): p<0,1; (\*\*): p<0,05; (\*\*\*): p<0,01. - no significativa

En la misma línea, el hecho de que una empresa este acogida a algún proceso de Apoyo o haya recibido algún Subsidio económico por parte del Gobierno no es un factor relevante o significativa que incida en explicar diferencias de comportamiento en las actividades con clientes y proveedores (cuadro 6.2).

**Cuadro 6.2**  
**Actividades con clientes y proveedores**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	NO Apoyo/Subsidio	SI Apoyo/Subsidio	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,38	3,28	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,29	3,28	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,34	3,36	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3,28	3,34	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	3,00	2,83	-

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

Asimismo, cuando incluimos la edad de la empresa y el sector de la actividad, tampoco se observan diferencias significativas, por lo que igualmente, al parecer estos dos factores no han sido relevantes o significativas para las operaciones relacionadas a los clientes y proveedores (cuadros 6.3 y 6.4).

**Cuadro 6.3**  
**Actividades con clientes y proveedores**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,33	3,36	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,26	3,30	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,28	3,56	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3,21	3,42	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,99	2,90	-

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

**Cuadro 6.4**  
**Actividades con clientes y proveedores**  
**Sector de actividad de la empresa**

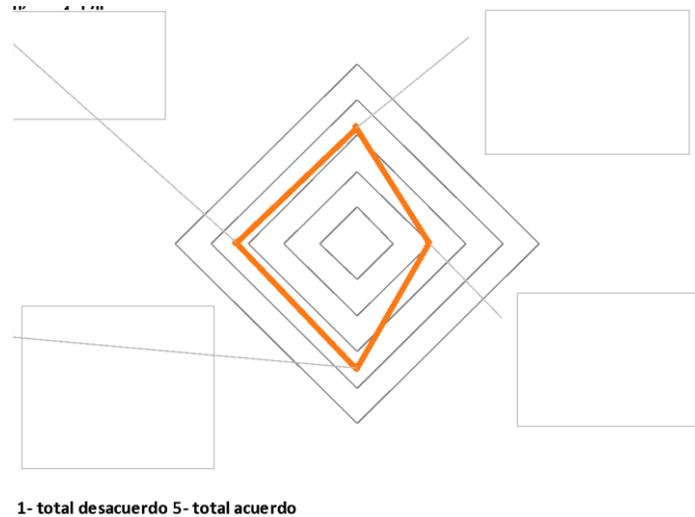
	Industria	Servicio	Otro	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,4	3,1	3,6	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,2	3,2	3,4	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	3,4	3,3	3,5	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	3,2	3,4	3,3	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,8	3,0	3,1	-

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

## 6.2. Actividades operativas

En las actividades operativas de las empresas analizadas también se observa impactos considerables. Casi todas las variables tienen valores por arriba de 3 en una escala de 1 a 5 (gráfico 6.2). Entre las actividades más afectadas se observa en primer lugar que las empresas han tenido que modificar la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes con valores de 3,47. En segundo lugar, se observa que las empresas han recurrido a bajar los precios para sobrevivir en esta crisis, con valores de 3,31. Asimismo, los encuestados han manifestado haber realizado cambios específicos a nivel operativo en sus empresas con valores de 3,21. Por otro lado, la necesidad de aumentar la subcontratación de sus operaciones ha tenido un impacto bajo, con valores de 2.

**Gráfico 6.2**  
**Actividades operativas**



El cuadro 6.5 muestra cómo han afectado las actividades operativas a las empresas según su tamaño. De acuerdo a estos resultados se puede apreciar que las empresas pequeñas de nuestro país son las que más cambios específicos a nivel operativo han realizado para adaptarse a la crisis sanitaria (3,57) en un nivel relativamente alto. Por otro lado, si comparamos a las empresas acogidas o no a algún proceso de Apoyo o determinado Subsidio económico por parte del Gobierno (cuadro 6.6), los datos reflejan que las empresas que han sido beneficiados con algún Apoyo/Subsidio en el marco de los programas llevados adelante por el Gobierno, son los que más ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes (3,73), en comparación con aquellas empresas que no han recibido algún tipo de Apoyo/Subsidio.

**Cuadro 6.5**  
**Actividades operativas**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,01	3,57	3,33	***
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,91	2,11	2,13	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,40	3,66	3,38	-
Hemos tenido que bajar los precios	3,26	3,33	3,47	-

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 6.6**  
**Actividades operativas**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	NO Apoyo/Subsidio	SI Apoyo/Subsidio	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,19	3,18	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	2,00	1,88	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,35	3,73	**
Hemos tenido que bajar los precios	3,29	3,33	-

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

En cuanto al factor edad de la empresa, los datos muestran una diferencia estadísticamente significativa (cuadro 6.7). En este sentido, las empresas maduras se han visto más afectadas en aumentar la subcontratación de sus operaciones (2,17) que las empresas más jóvenes (1,90). Asimismo, en el factor sector se observa también una diferencia significativa (cuadro 6.8). Las empresas que pertenecen a "otro sector" son las que han tenido que bajar más los precios (3,53) en un nivel importante, en comparación con los sectores de servicio (3,40) e industria manufacturera (3,05).

**Cuadro 6.7**  
**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	3,15	3,31	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,90	2,17	*
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,47	3,49	-
Hemos tenido que bajar los precios	3,31	3,31	-

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

**Cuadro 6.8**  
**Actividades operativas**  
**Sector de actividad de la empresa**

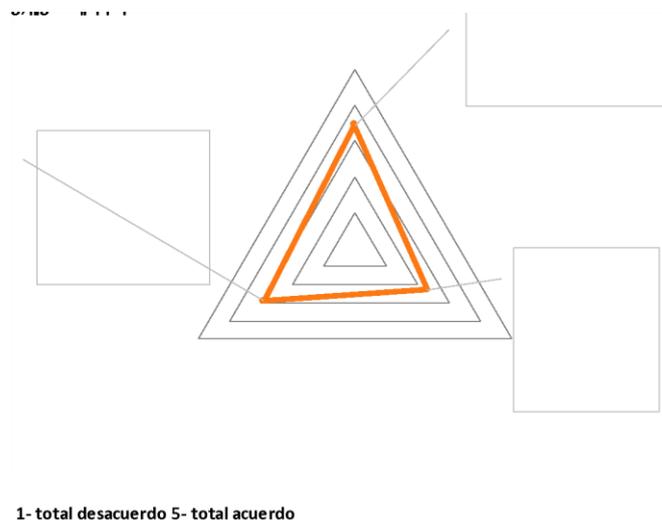
	Industria	Servicio	Otro	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,11	3,17	3,42	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,90	2,09	2,00	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,49	3,44	3,56	-
Hemos tenido que bajar los precios	3,05	3,40	3,53	*

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

### 6.3. Actividades estratégicas

Las actividades consideradas estratégicas en las empresas, relacionadas a las acciones económicas y financieras, también han sido afectadas por la crisis de la pandemia. En general, la opinión de los responsables de Mipymes encuestados muestra que se han visto obligados a cancelar o abandonar inversiones previstas, dando como resultado una valoración alta de 3,44 en una escala de 1 a 5 (gráfico 6.3). Por otro lado, los resultados muestran que las empresas no han podido adoptar medidas orientadas a gestionar liquidez ante la crisis, con una valoración inferior a 3 (2,90) en una escala de 1 a 5. En esta línea, también se observa que las empresas disponen muy débilmente de planes específicos de gestión de riesgos o de contingencias. Sobre este punto, los encuestados dan una valoración de 2,28 en una escala de 1 a 5 (gráfico 6.3).

**Gráfico 6.3**  
**Actividades estratégicas**



Al analizar el tamaño de la empresa (cuadro 6.9) se puede observar cómo las empresas medianas son las que en mayor medida han cancelado las inversiones que tenían prevista (3,94) frente a las pequeñas (3,33) y las microempresas (3,39). Por otro lado, encontrarse entre las empresas que han recibido cierto Apoyo/Subsidio es un factor relevante que explica diferencias de comportamiento (cuadro 6.10). En este sentido, se observa que las empresas que han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidios son las que han tenido que adoptar más medidas para gestionar la liquidez en su empresa (3,21). En cuanto a la edad de las empresas, se observa en la misma línea que también las consideradas maduras son las empresas que más han adoptado medidas para gestionar la liquidez de su negocio (3,31), en comparación con las empresas jóvenes (2,68). Finalmente, al ver los datos por sector (cuadro 6.12) se puede observar que no existen diferencias significativas en este punto.

**Cuadro 6.9**  
**Actividades estratégicas**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,39	3,33	3,94	*
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,22	2,33	2,46	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,81	2,98	3,06	-

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 6.10**  
**Actividades estratégicas**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	No Apoyo/Subsidio	Si Apoyo/Subsidio	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,40	3,54	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,30	2,11	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,71	3,21	***

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

**Cuadro 6.11**  
**Actividades estratégicas**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes ( $\leq 10$ años)	Maduras ( $> 10$ años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,42	3,52	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,23	2,37	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,68	3,31	***

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

**Cuadro 6.12**  
**Actividades estratégicas**  
**Sector de actividad de la empresa**

	Industria	Servicio	Otro	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,30	3,51	3,53	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,18	2,38	2,29	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,87	2,95	2,90	-

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

## 7. ACTIVIDAD INNOVADORA

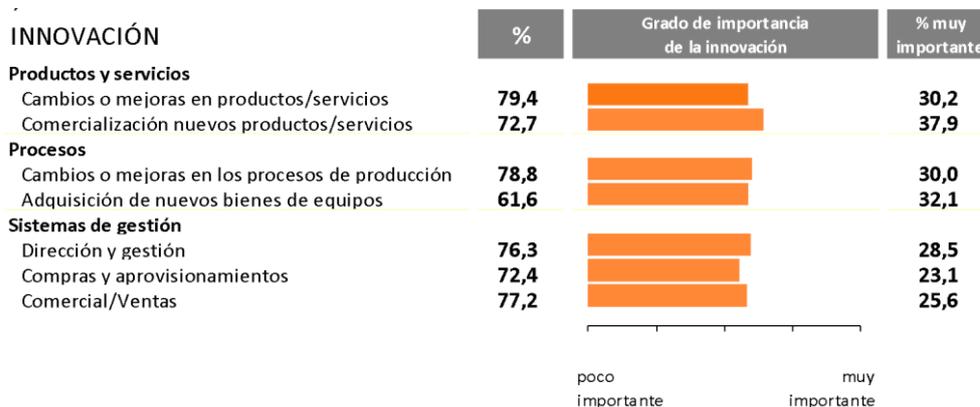
El estudio muestra que la actividad innovadora de las Mipymes de Paraguay ha aumentado favorablemente como consecuencia de la crisis originada por la pandemia COVID-19, en comparación con los resultados respecto a la innovación mostrada por la segunda Encuesta de Innovación Empresarial de Paraguay (EIEP, 2016). En este sentido, de acuerdo a la EIEP 2016, al menos el 44,4% de las empresas encuestadas, realizó algún tipo de innovación en el periodo 2013-2015.

El Gráfico 7.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años distinguiendo entre innovación en productos, procesos y gestión administrativa (marketing y organizacional) de acuerdo al Manual de Oslo. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones implementadas. En innovación de productos se observa cómo el 79,4% de las empresas encuestadas han realizado cambios o mejoras en productos o servicios, y el 72,7% ha comercializado un nuevo producto o servicio. Si miramos el grado de importancia de las innovaciones, se observa que la comercialización de nuevos productos/servicios (3,57 en una escala de 1 a 5) ha sido más importantes que los cambios o mejoras introducidos en productos/servicios (3,34).

La actividad desarrollada en la innovación en procesos también ha experimentado un importante aumento en las Mipymes paraguayas en esta crisis. Principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 78,8%, mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 61,6% de las empresas. Si analizamos la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que han realizado la innovación de procesos, los datos muestran que las innovaciones a través de adquirir nuevos bienes de equipos (3,34) han sido levemente menos importantes que los cambios o mejoras en los procesos productivos (3,39).

Asimismo, la innovación en gestión se comporta en niveles similares de los índices anteriores. El 77,2% de las empresas ha realizado cambios relacionados a la forma de comercialización y/o ventas; el 76,3% han introducido cambios relacionadas a dirección y gestión del negocio; mientras que el 72,4% ha incorporado cambios o mejoras en la sección de compras. El grado de importancia de las innovaciones de gestión más relevante fue en las innovaciones en la dirección y gestión, con un valor de 3,39; seguido por las innovaciones relacionada a la comercialización y las ventas (3,31), y en menor grado las compras y aprovisionamiento (3,22).

**Gráfico 7.1**  
**Realización de innovaciones en productos, procesos o gestión y grado de importancia de las mismas**



Por otra parte, y también en el gráfico 7.1, se puede distinguir el porcentaje de empresas que realizaron un grado muy importante en su innovación (aquellas empresas que han respondido 5 en una escala de 1 a 5). Así, se observa que el 37,9% ha realizado innovaciones muy importantes en cuanto a la comercialización de nuevos productos o servicios, y un 30,2% respecto a cambios o mejoras en productos o servicios. Con relación a la innovación de procesos, el 32,1% ha adquirido nuevos bienes de equipo que han supuesto un cambio muy importante, frente a un 30% respecto a cambios o mejoras en los procesos. Por último, el 28,5% han realizado innovaciones consideradas importantes en el área de dirección y gestión, y un 25,6% en el área de comercialización y ventas.

Al analizar los distintos tipos de innovación según el tamaño de la empresa, solamente se observa diferencia significativa en una variable de la innovación de gestión, como muestra el cuadro 7.1, a favor de las empresas medianas. Así, mientras que el 83% de las empresas medianas han llevado a cabo cambios y mejoras en productos/servicios, este porcentaje disminuye al 77,3% de las microempresas. Igual sucede en la comercialización de nuevos productos/servicios, donde las empresas medianas lo han realizado en el 84,4% de los casos frente al 71,1% de las microempresas. En las innovaciones en procesos, el 89,4% de las empresas medianas han realizado cambios o mejoras en los procesos de producción, por el 76,8% de las microempresas. Por otro lado, se observa que el 64% de las microempresas han realizado cambios en la adquisición de bienes de frente a 62,5% de las medianas empresas. Por otro lado, se observa diferencia significativa de la innovación de gestión a favor de las empresas de mayor tamaño con relación a cambios en compras y aprovisionamientos (87% vs. 75,2%). Así también, cambios en organización y gestión (87% vs. 75,2) y cambios en la comercialización/venta (82,6% vs. 78,3%).

Al analizar la importancia de las innovaciones realizadas por la empresa (cuadro 7.2) 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 7.1**  
**Realización de innovaciones (%)**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios	77,3	80,9	83,0	-
Comercialización nuevos productos/servicios	71,1	73,6	84,4	-
<b>Innovación en procesos</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	76,8	77,3	89,4	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	64,0	58,7	62,5	-
<b>Innovación en gestión</b>				
Organización y gestión	75,8	75,2	87,0	-
Compras y aprovisionamientos	73,1	67,3	87,0	**
Comercial/ventas	78,3	72,7	82,6	-

Chi-Cuadrado de Pearson.

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

**Cuadro 7.2**  
**Importancia de las innovaciones**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,33	3,47	3,21	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,66	3,53	3,34	-
<b>Innovación en procesos</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,44	3,29	3,43	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,43	3,39	2,93	-
<b>Innovación en gestión</b>				
Organización y gestión	3,39	3,48	3,28	-
Compras y aprovisionamientos	3,34	3,20	2,83	-
Comercial/ventas	3,28	3,24	3,47	-

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 ha tenido acogida a algún Apoyo/Subsidio o no, los datos muestran diferencias significativas en los distintos tipos de innovaciones (cuadro 7.3). Se puede comprobar claramente que la innovación se reduce en las empresas que no han tenido la oportunidad de acogerse a algún Apoyo/Subsidio. Así, en este caso solo el 69,5% de las empresas han comercializado nuevos productos/servicios, frente al 84,6% que si se han acogido. Asimismo, el 91,2% de las empresas con beneficios de algún Apoyo/Subsidio han realizado cambios o mejoras en los procesos de producción, frente al 74,5% para el resto de las empresas. En la misma línea, la innovación de gestión aparece como algo más contundente en las empresas acogidas a algún Apoyo/Subsidio. En este sentido, se observa que estas empresas mejoraron su organización y gestión (87,9%), sus métodos de compras y aprovisionamientos (80,2%) y sus acciones respecto a la comercialización y las ventas (80,2%), frente a 72,1%, 69,3% y 74% respectivamente en empresas que no han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio.

Asimismo, se observan diferencias significativas estadísticamente si analizamos el grado de importancia de las innovaciones realizadas (cuadro 7.4). Así, las empresas que han sido acogidas a algún Apoyo/Subsidio incorporaron innovaciones relevantes o importante en innovaciones de productos: cambios y mejoras en productos/servicios (3,56/5); en innovaciones de procesos: cambios o mejoras en los procesos de producción (3,67), adquisidores de bienes de equipos (3,84), y en las innovaciones de gestión: organización y gestión (3,58) y comercialización y ventas (3,53).

**Cuadro 7.3**  
**Realización de innovaciones (%)**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	No Apoyo/Subsidio	Sí Apoyo/Subsidio	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>			
Cambios o mejoras en productos/servicios	78,1	83,5	-
Comercialización nuevos productos/servicios	69,5	84,6	***
<b>Innovación en procesos</b>			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	74,5	91,2	***
Adquisición de nuevos bienes de equipo	59,8	62,6	-
<b>Innovación en gestión</b>			
Organización y gestión	72,1	87,9	***
Compras y aprovisionamientos	69,3	80,2	**
Comercial/ventas	74,0	84,6	**

Chi-Cuadrado de Pearson.

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

**Cuadro 7.4**  
**Importancia de las innovaciones (%)**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	No Apoyo/Subsidio	Sí Apoyo/Subsidio	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,21	3,59	*
Comercialización nuevos productos/servicios	3,50	3,69	-
<b>Innovación en procesos</b>			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,24	3,67	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,13	3,84	***
<b>Innovación en gestión</b>			
Organización y gestión	3,27	3,58	*
Compras y aprovisionamientos	3,11	3,41	-
Comercial/ventas	3,20	3,53	*

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

Por otro lado, no surgen diferencias significativas estadísticamente para analizar el comportamiento innovador si adoptamos la antigüedad de la empresa, ni en el porcentaje de empresas que realizan innovaciones (cuadro 7.5), ni en su grado de importancia (cuadro 7.6).

**Cuadro 7.5**  
**Realización de innovaciones (%)**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>			
Cambios o mejoras en productos/servicios	79,7	79,0	-
Comercialización nuevos productos/servicios	75,2	71,1	-
<b>Innovación en procesos</b>			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	79,2	78,2	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	62,2	61,3	-
<b>Innovación en gestión</b>			
Organización y gestión	76,5	77,9	-
Compras y aprovisionamientos	72,6	73,8	-
Comercial/ventas	75,8	80,5	-

Chi-Cuadrado de Pearson.

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

**Cuadro 7.6**  
**Importancia de las innovaciones**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,30	3,45	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,54	3,66	-
<b>Innovación en procesos</b>			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,36	3,47	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,36	3,33	-
<b>Innovación en gestión</b>			
Organización y gestión	3,32	3,52	-
Compras y aprovisionamientos	3,20	3,28	-
Comercial/ventas	3,25	3,44	-

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 tampoco muestra que los sectores se han comportado de forma diferente (cuadro 7.7). En cuanto a la importancia de las innovaciones considerando el sector de actividad de la empresa, se observa diferencia significativa a favor del sector industria, específicamente en la adquisición de nuevos bienes de equipo en el contexto de la innovación de proceso (cuadro 7.8).

**Cuadro 7.7**  
**Realización de innovaciones (%)**  
**Sector de actividad**

	Industria	Servicios	Otros	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios	82,0	79,9	75,7	-
Comercialización nuevos productos/servicios	76,6	73,9	69,3	-
<b>Innovación en procesos</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	76,6	82,7	75,7	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	60,7	62,8	62,1	-
<b>Innovación en gestión</b>				
Organización y gestión	77,5	76,6	76,7	-
Compras y aprovisionamientos	74,8	73,0	70,9	-
Comercial/ventas	82,0	73,2	77,7	-

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

**Cuadro 7.8**  
**Importancia de las innovaciones**  
**Sector de actividad**

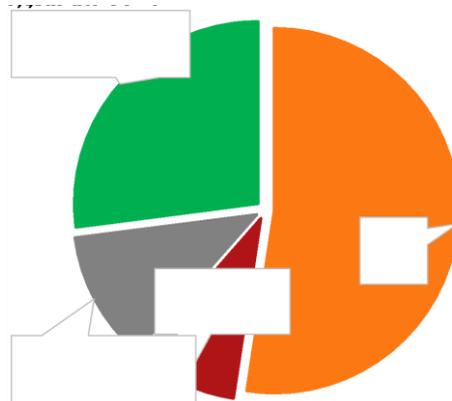
	Industria	Servicios	Otros	Sig.
<b>Innovación en productos y servicios</b>				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,40	3,41	3,27	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,72	3,50	3,59	-
<b>Innovación en procesos</b>				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,46	3,42	3,33	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,68	3,31	3,09	*
<b>Innovación en gestión</b>				
Organización y gestión	3,45	3,40	3,37	-
Compras y aprovisionamientos	3,37	3,13	3,22	-
Comercial/ventas	3,51	3,12	3,36	-

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

## 8. ACCESO A LA FINANCIACIÓN

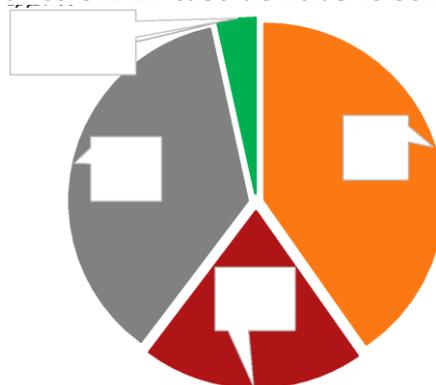
En este apartado se analiza la financiación de las Mipymes. Para ello se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco/financiera en caso de haberla solicitado. El gráfico 8.1 muestra que el 52,4% de las Mipymes han solicitado líneas de financiación de entidades de créditos, mientras que el 9% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 11,5% no lo han solicitado porque se autofinancian. Por otra parte, el 27% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autorracionan porque están desanimadas (*borrower discouragement*).

**Gráfico 8.1. ¿Su empresa ha intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito en la actualidad?**



El gráfico 8.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado acceder a líneas de financiación. Se puede apreciar que 36,4% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Para un 3,4% la solicitud se encontraba en trámite al momento de realizar la consulta. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (40,3%) o en peores condiciones (19,9%).

**Gráfico 8.2 En caso de haberlo solicitado**



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

Las diferencias en la solicitud y acceso a la financiación se analizan considerando el tamaño, estar acogida o no a un Apoyo/Subsidio, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa. Por lo que respecta al tamaño (cuadro 8.1), se aprecia diferencia estadísticamente significativa en cuanto al porcentaje de empresas que han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito. Así, el 63% de las empresas medianas solicitaron financiación, frente al 50,3% de las microempresas. Esta diferencia viene explicada en el hecho de que la microempresa considera que no lo solicita porque teme no obtenerla (así lo manifestaron el 31,3% de las microempresas), frente a solo el 4,3% de las empresas medianas que declararon que podrían tener esa limitante. Sin embargo, si analizamos el panel B que refleja el resultado de la solicitud de financiación, el factor tamaño no muestra resultados estadísticamente significativos. Los datos muestran que el 39,3% de las empresas medianas se les ha concedido la financiación en las mismas condiciones que en años anteriores, frente a un 45,3% en el caso de las pequeñas empresas, en este punto cabe resaltar que el 35,8% de las micro empresas declararon que no se les ha concedido la financiación solicitada.

Los resultados obtenidos a partir de la segmentación de la muestra según si está acogida a un Apoyo/Subsidio o no (cuadro 8.2) evidencian diferencias estadísticamente significativas en la solicitud de financiación a las entidades financieras. Los datos muestran que las empresas no acogidas a un Apoyo/Subsidio son las que han solicitado en mayor porcentaje financiación. En el panel A se observa que el 68,1% de las empresas no acogidas a un Apoyo/Subsidio han solicitado financiación, frente a un 44,1% de las empresas que recibieron Apoyo/Subsidio. El resultado final de la solicitud de financiación (panel B) arroja asimismo diferencias significativas, dando como resultado más resaltante que el 65% de las empresas que no recibieron Apoyo/Subsidio accedieron a créditos en condiciones similares a años anteriores.

En cuanto a la antigüedad de la empresa el cuadro 8.3 muestra que las más maduras son las que más solicitaron créditos a las entidades financieras. Así, el 59,8% de las empresas con más de 10 años en el mercado solicitaron un crédito frente al 48% de las empresas jóvenes (panel A). Es interesante resaltar que una vez solicitado el crédito las empresas jóvenes se ven más limitadas para su obtención. Así, al 38,5% de las empresas jóvenes participantes en la encuesta no han querido concederles la financiación (24,6% de las maduras), un dato resaltante es el caso en el cual, al 5,8% de las empresas maduras se les ha concedido la operación, pero la empresa no la ha querido aceptar porque las condiciones se han endurecido, y en el 4,8% de las empresas jóvenes las solicitudes todavía estaban en trámite al momento del levantamiento de datos (1,4% en el caso de las maduras).

**Cuadro 8.1**  
**Financiación de la empresa**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
<b>Panel A. Solicitud de financiación</b>				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	50,3	51,8	63,0	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	6,2	10,0	17,4	***
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	12,3	8,2	15,2	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	31,3	30,0	4,3	
<b>Panel B. Acceso a la financiación</b>				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	37,9	45,3	39,3	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	20,0	20,8	17,9	
No han querido concederles la financiación (%)	35,8	26,4	35,7	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	3,2	1,9	7,1	
Está en trámite (%)	3,2	5,7	0,0	

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

**Cuadro 8.2**  
**Financiación de la empresa**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	No Apoyo/Subsidio	Sí Apoyo/Subsidio	Sig.
<b>Panel A. Solicitud de financiación</b>			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	68,1	44,1	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	4,4	11,4	***
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	6,6	13,1	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	20,9	31,4	
<b>Panel B. Acceso a la financiación</b>			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	65,0	26,0	
Se le han concedido aunque las condiciones se han endurecido (%)	16,7	19,0	
No han querido concederles la financiación (%)	11,7	47,0	***
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	3,3	4,0	
Está en trámite (%)	3,3	4,0	

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

**Cuadro 8.3**  
**Financiación de la empresa**  
**Antigüedad empresa**

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
<b>Panel A. Solicitud de financiación</b>			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	48,0	59,8	

No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	8,7	9,0	***
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	8,7	17,2	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	34,5	13,9	
<b>Panel B. Acceso a la financiación</b>			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	38,5	42,0	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	16,3	26,1	
No han querido concederles la financiación (%)	38,5	24,6	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	1,9	5,8	
Está en trámite (%)	4,8	1,4	
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 (cuadro 8.4, panel A). La industria es el sector donde las empresas más solicitudes de financiación presentaron a las entidades financieras. Tenemos asimismo que el 28,8% de las empresas de servicios decidieron no solicitar por temor a no obtenerla y la resiliencia mayor se observa en las empresas que no son industria y servicios que declararon en un 13,9% que se autofinanciaron. No surgiendo diferencias significativas entre los sectores en el resultado de financiación (panel B).

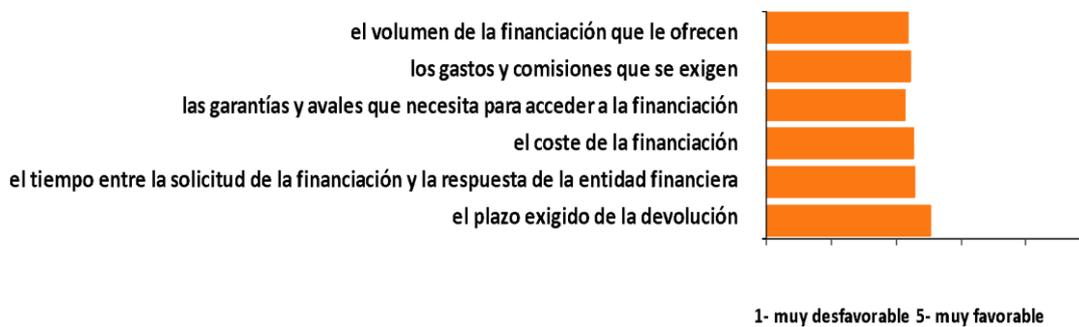
**Cuadro 8.4**  
**Financiación de la empresa**  
**Sector de actividad**

	Industria	Servicios	Otros	Sig.
<b>Panel A. Solicitud de financiación</b>				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	55,0	51,8	50,5	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	7,3	10,1	7,9	-
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	11,9	9,4	13,9	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	25,7	28,8	27,7	
<b>Panel B. Acceso a la financiación</b>				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	43,9	34,8	44,9	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	15,8	20,3	24,5	
No han querido concederles la financiación (%)	33,3	34,8	28,6	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	1,8	5,8	2,0	
La solicitud está en trámite (%)	5,3	4,3	0,0	
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 debe completarse con la discusión sobre las condiciones de dicha financiación. Nos referimos a 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. Así mismo analizamos un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de

respuesta de la entidad financiera. En este apartado analizamos la evolución de estos elementos a lo largo del 2020 periodo de la pandemia (gráfico 8.3). Medido en una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), podemos observar que la mayoría de las condiciones presentan una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos que presentan una leve mejor posición fueron el plazo exigido para la devolución que ofrecen las entidades, con una puntuación media de 2,52, situándose a continuación el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2,28). Los términos con una evolución menos favorable han sido las garantías y avales requerido (2,15) y el volumen de financiación (2,18).

**Gráfico 8.3. A lo largo del 2020 ¿cómo cree que han evolucionado las siguientes variables?**



El tamaño de la empresa no influye significativamente la percepción desfavorable en diversos puntos como el volumen de financiación que ofrecen las entidades financieras (cuadro 8.5). Las pequeñas empresas son las que reciben menos volumen de financiación de lo solicitado (2,08 puntos en una escala de 1 a 5), frente a las micro (2,16) y medianas empresas (2,44).

Estar acogida a un Apoyo/Subsidio o no, cuenta con algunas significancias estadísticas al momento de analizar las condiciones de financiación (cuadro 8.6). Aquellas que no han podido acceder a algún Apoyo/Subsidio recibieron menos volumen de financiación. Por otro lado, los gastos y comisiones han sido más pronunciadas en las empresas acogidas a cierto Apoyo/Subsidio. En los demás ítems analizados, las empresas acogidas a un Apoyo/Subsidio cuentan con una opinión más favorable sobre las condiciones que se dan para las empresas.

En cuanto la antigüedad de la empresa tiene también un efecto limitado sobre la evolución de las condiciones de la financiación (cuadro 8.7). Tan solo surge una diferencia significativa al analizar el volumen de financiación ofrecido. Las empresas más jóvenes piensan que esta condición es más desfavorable (2,06) frente a las empresas maduras (2,39). En lo relacionado al sector de actividad (cuadro 8.8), las empresas que muestran una evolución menos favorable en casi todos los indicadores son las que no están dedicadas a la industria o servicios. En cuanto al comportamiento favorable, es variado de acuerdo a cada ítem analizado.

**Cuadro 8.5**  
**Evolución en las condiciones de la financiación<sup>1</sup>**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
--	-------	----------	----------	------

Volumen de la financiación ofrecida	2,16	2,08	2,44	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,24	2,19	2,29	-
Garantías y avales necesarios	2,17	2,12	2,17	-
El coste de la financiación	2,27	2,18	2,52	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,26	2,27	2,38	-
El vencimiento de la financiación	2,56	2,48	2,53	-

<sup>1</sup> En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

**Cuadro 8.6**  
**Evolución las condiciones de la financiación<sup>1</sup>**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subsidio**

	No Apoyo/Subsidio	Sí Apoyo/Subsidio	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,00	2,57	***
Los gastos y comisiones exigidos	2,11	2,46	**
Garantías y avales necesarios	2,09	2,17	-
El coste de la financiación	2,22	2,42	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,26	2,35	-
El vencimiento de la financiación	2,46	2,67	-

<sup>1</sup> En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

**Cuadro 8.7**  
**Evolución las condiciones de la financiación<sup>1</sup>**  
**Antigüedad empresa**

	Jóvenes ( $\leq 10$ años)	Maduras ( $> 10$ años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,06	2,39	**
Los gastos y comisiones exigidos	2,15	2,34	-
Garantías y avales necesarios	2,11	2,21	-
El coste de la financiación	2,18	2,40	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,22	2,37	-
El vencimiento de la financiación	2,42	2,69	*

<sup>1</sup> En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable

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

**Cuadro 8.8**  
**Evolución las condiciones de la financiación<sup>1</sup>**  
**Sector de actividad**

	Industria	Servicios	Otros	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,18	2,21	2,11	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,34	2,32	1,97	**
Garantías y avales necesarios	2,21	2,14	2,06	-
El coste de la financiación	2,23	2,33	2,22	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,18	2,39	2,23	-
El vencimiento de la financiación	2,53	2,61	2,40	-

<sup>1</sup> 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

## 9. INDICADORES DE RENDIMIENTO

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa. Los que utilizan como input informativo los datos provenientes de la contabilidad, o los contruidos a partir de la percepción del gerente de la empresa respecto de su posición competitiva. La utilización de un tipo u otro tiene ventajas y limitaciones 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 9.1 se observa que los aspectos más favorables para las Mipymes paraguayas encuestadas son: la satisfacción de clientes (3,82), la calidad de sus productos (3,62), la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,49), la eficiencia de los procesos productivos (3,44) y en menor grado la satisfacción de los empleados (3,24). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: grado de absentismo laboral (2,77), la rapidez de crecimiento de las ventas (2,77) y la obtención de una rentabilidad adecuada (2,67).

**Gráfico 9.1**  
**Rendimiento de las Mipymes frente a sus competidores**



Si analizamos el rendimiento según el tamaño de las Mipymes (cuadro 9.1), si las empresas se han acogido o no al algún Apoyo o Subvención (cuadro 9.2), o la antigüedad de las empresas (cuadro 9.3), no se observan diferencias significativas entre los mismos.

**Cuadro 9.1**  
**Rendimiento de las pymes frente a sus competidores**  
**Tamaño de la empresa**

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,65	3,55	3,61	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,40	3,45	3,50	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,82	3,75	3,90	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,48	3,41	3,63	-
Está creciendo más	2,75	2,76	2,87	-

Es más rentable	2,65	2,64	2,72	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,24	3,20	3,21	-
Tiene un menor absentismo laboral	2,68	2,83	2,94	-

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 9.2**  
**Rendimiento de las pymes frente a sus competidores**  
**Empresa acogida a Apoyo/Subvención**

	No Apoyo/Subvención	Sí Apoyo/Subvención	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,58	3,76	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,43	3,46	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,84	3,83	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,46	3,59	-
Está creciendo más	2,73	2,88	-
Es más rentable	2,64	2,74	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,21	3,31	-
Tiene un menor absentismo laboral	2,77	2,72	-

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 9.3**  
**Rendimiento de las pymes frente a sus competidores**  
**Antigüedad de la empresa**

	Jóvenes	Maduras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,58	3,67	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,38	3,55	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,88	3,71	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,47	3,51	-
Está creciendo más	2,80	2,74	-
Es más rentable	2,67	2,68	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,20	3,29	-
Tiene un menor absentismo laboral	2,74	2,82	-

En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo  
 Diferencias estadísticamente significativas: (\*):  $p < 0,1$ ; (\*\*):  $p < 0,05$ ; (\*\*\*):  $p < 0,01$ ; (-) no significativa

Finalmente, con relación al sector de actividad los datos mostraron diferencias estadísticamente significativas en algunos indicadores (cuadro 9.5). Las empresas del sector industrias manufactureras cuentan con clientes más satisfechos (3,81), y ofrecen productos de mayor calidad (3,81). Por otro lado, las empresas del sector servicios disponen de procesos internos más eficientes (3,55).

**Cuadro 9.5**  
**Rendimiento de las pymes frente a sus competidores**  
**Sector de actividad**

	Industria	Servicios	Otros	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,81	3,62	3,43	**
Dispone de procesos internos más eficientes	3,51	3,55	3,22	**
Cuenta con clientes más satisfechos	3,96	3,83	3,62	**
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,42	3,58	3,42	-
Está creciendo más	2,91	2,74	2,70	-
Es más rentable	2,67	2,67	2,68	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,36	3,20	3,15	-

---

Tiene un menor absentismo laboral	2,86	2,74	2,70	-
-----------------------------------	------	------	------	---

---

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

## 10. REFERENCIAS

- Banco Mundial, 2020. La economía en los tiempos del Covid-19.
- BBVA Research, 2020. Impacto del Covid-19 en la economía: la inacción es más peligrosa que la sobrerreacción, tanto para la salud pública como para la economía.
- BID (Banco Interamericano de Desarrollo). 2016. Características, determinantes e impacto de la innovación en las empresas paraguaya. Washington D.C.: BID.
- Boston Consulting Group (2020). Covid-19 BCG Perspectives. Facts, scenarios, and actions for business leaders.
- Caixa Bank Research, 2020. Crisis Covid-19: un shock sin precedentes.
- Deloitte (2020). Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289.
- OECD (2020). Coronavirus (COVID-19): SME Policy Responses.
- PWC (2020). Guía para la gestión empresarial de la crisis generada por el COVID-19.
- Quinn, R. E., & Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management Science*, 29(3), 363-377.
- Sharma, P., Leung, T. Y., Kingshott, R. P. J., Davcik, N. S., & Cardinali, S. (2020). Managing uncertainty during a global pandemic: An international business perspective. *Journal of Business Research*, 116(May), 188–192.

**FAEDPYME** ha conformado en los últimos años una Red Internacional de Investigación en pyme que facilita a los investigadores compartir recursos, proyectos y resultados de investigación que se utilizan en las instituciones de educación superior e investigación, en el campo de las disciplinas económicas y de la empresa, aplicados a las pymes. En Paraguay, la red está integrada por investigadores de la Universidad Nacional de Asunción. La finalidad de la red es mantener un espacio de colaboración, dentro de los ámbitos económico y social de las pymes, tanto a nivel nacional como internacional, en orden a realizar conjuntamente actividades y trabajos de estudio, docencia e investigación, a facilitar y promover el intercambio de información y del conocimiento, y el asesoramiento mutuo, así como a desarrollar aquellos otros proyectos que resulten de interés común. Adicionalmente, FAEDPYME impulsa la relación entre la Universidad, la Empresa y la Administración Pública, conectando a la red de investigadores que trabajan en el campo de la pyme con su entorno empresarial y los agentes económicos y sociales. Todo ello con el objetivo de la aplicabilidad de la investigación, la formación y la transferencia del conocimiento.



# IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS COVID-19 SOBRE LAS MIPYMES EN PARAGUAY

*El informe de investigación "Impacto económico de la crisis Covid-19 sobre las Mipymes en Paraguay" 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 redes universitarias como Red Universitaria de Emprendimiento REUNE de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN, la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme -FAEDPYME- la Red Latinoamericana de innovación y Emprendimiento -RLIE- del Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración -CLADEA- y la Red Universitaria Iberoamericana sobre Creación de Empresas y Emprendimiento -RED MOTIVA. La Universidad Nacional de Asunción forma parte del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme y de la FAEDPYME. Esta investigación ha sido apoyada por el Viceministerio de Mipymes del MIC y por la Estrategia Nacional de Innovación (ENI).*

ISBN: 978-99953-59-09-6



**UNA**  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN



**FAEDPYME**

Fundación para el Análisis Estratégico y  
Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa