



FCJE
UFRO

Facultad de Ciencias
Jurídicas y Empresariales



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



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN FAEDPYME PARA CHILE

Y AUTORES DE ESTE TRABAJO

Universidad de La Frontera, Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, Departamento de Administración y Economía:

- Dra. Paulina Sanhueza
- Mg. Violeta Cantero
- Mg. Ana Moraga
- Dr. Sergio Salgado

Universidad Central, Facultad de Ingeniería y Arquitectura:

- Dr. Camilo Peña

EDITA: FAEDPYME

ISSN: 2792-4378

Serie: Informes MIPYME

Año: 2021

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

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
1. INTRODUCCIÓN	4
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	6
2.1. Estructura de la muestra	6
2.2. Selección de variables y diseño del cuestionario	7
2.3. Análisis estadístico de los datos	8
3. DATOS GENERALES DE LAS EMPRESAS	9
4. IMPACTO ECONÓMICO	11
4.1. Empleo	11
4.2. Ventas	14
4.3. Indicadores económicos y financieros	18
4.4. Internacionalización	23
5. IMPACTO SOBRE LA ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA	26
5.1. Actividades con clientes y proveedores	26
5.2. Actividades operativas	29
5.3. Actividades estratégicas	31
6. ACTIVIDAD INNOVADORA	33
7. ACCESO A LA FINANCIACIÓN	38
8. INDICADORES DE RENDIMIENTO	45
9. RESUMEN EJECUTIVO	48
10. REFERENCIAS	53

1. Introducción

La crisis COVID-19 ha generado un fuerte impacto sanitario, social y económico en Chile, Iberoamérica y el mundo. Muchas empresas se han visto golpeadas por la crisis sanitaria y han surgido fuertes tensiones que pueden limitar su competitividad y su supervivencia. Como consecuencia de esta inesperada crisis, se ha producido un shock en la oferta en las cadenas de suministro y un shock en la demanda provocado por un menor consumo que ha hecho disminuir los ingresos en las empresas (Donthu & Gustafsson, 2020). Todo esto ha propiciado una reducción de la actividad productiva que se ha dejado notar muy negativamente en el mercado de trabajo, incrementando el desempleo. Adicionalmente, la pandemia COVID-19 es un caso particular debido a la velocidad con la que se ha extendido y se ha mantenido generando una crisis que ha causado estragos en la economía global (Sharma et al., 2020).

En la actualidad muchas instituciones de Chile y el resto de Iberoamérica y el mundo 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 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 crisis 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. Se está ante un momento en el que se deben tomar decisiones rápidamente, lo que se decida tendrá importantes consecuencias en el futuro (BBVA Research, 2020).

El Informe MiPyme 2021 capítulo Chile se centra en valorar el impacto económico que ha tenido la crisis generada por la pandemia COVID-19 en nuestro país. Se aporta información sobre las expectativas de crecimiento de empleo y ventas, y de diferentes indicadores de la organización de la empresa. Este informe pretende ser de utilidad a las empresas y a los distintos agentes económicos y sociales, facilitando información para la toma de decisiones principalmente en el ámbito económico y estratégico. Esta información será una valiosa herramienta para la planificación de las estrategias a seguir, tanto para la gestión de la empresa, como de cara al establecimiento de políticas públicas que puedan dirigir convenientemente sus programas de actuación. Lo que puede ayudar a impulsar la economía y propiciar una gestión eficiente de la crisis.

Los objetivos específicos del informe son:

- Estimar el impacto de la crisis económica generada por la pandemia 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 COVID-19 en la organización de la empresa.
- Estudiar de forma más profunda la actividad innovadora de la Pyme y su acceso a la financiación.

Para llevar a cabo este trabajo se ha realizado un estudio empírico a partir de la información proveniente de una encuesta realizada a una muestra de 303 MiPymes chilenas. La muestra está compuesta por microempresas (6 a 9 trabajadores), pequeñas empresas (10 a 49 trabajadores) y medianas empresas (50 a 249 trabajadores). La técnica de recogida de información fue una encuesta online. El trabajo de campo se realizó durante los meses de febrero a mayo de 2021. Hay que señalar que en el desarrollo de las distintas fases de esta investigación se ha respetado el secreto estadístico de la información facilitada por los participantes en el estudio.

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

2. Metodología de investigación

El diseño de la muestra y del cuestionario han sido realizados con las suficientes garantías que permiten obtener una información pertinente y relevante sobre los diversos aspectos que aborda este trabajo. En esta sección se expone la metodología del trabajo empírico que fue llevado a cabo: estructura de la muestra, proceso de selección de las variables del cuestionario y técnicas estadísticas utilizadas en el proceso de resumen, análisis de la información obtenida y algunas limitaciones que deben ser tenidas en cuenta.

2.1. Estructura de la muestra

El diseño general de la muestra se fundamenta en los principios del muestreo no probabilístico por conveniencia. En consecuencia, si bien el resultado obtenido contiene participantes representativos de distintos tamaños de empresa (microempresas, pequeñas y medianas), rubros y regiones, el resultado final obtenido no es íntegramente proporcional a la población.

La muestra finalmente obtenida fue de 303 empresas chilenas (en el cuadro 2.1 se puede ver la distribución por Actividad Económica y en el cuadro 2.2 por Región). En el cuadro 2.3 se puede observar el error muestral por tamaño de empresa, determinando un error muestral global de 5,64% con un nivel de confianza del 95%. Los tamaños poblacionales (número total de empresas por tamaño y total para este estudio) se obtuvieron del Instituto Nacional Estadística (INE, 2019).

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 obtenidos en la encuesta y de acuerdo con las técnicas estadísticas utilizadas y al nivel de agregación establecido en cada caso.

Cuadro 2.1
MiPymes incluidas en cada Sector

	Nº de empresas	%
Primario	11	3,7
Industria	66	21,9
Construcción	9	3
Comercio	73	24,3
Servicios	120	39,9
Otros	22	3,7
TOTAL	301(a)	100,00

(a) Dos datos perdidos por sistema

Cuadro 2.2
Número y porcentaje de MiPymes de cada Región

	Nº de empresas	% de empresas
Antofagasta	1	0,3
Atacama	2	0,7
Bío-Bío	5	1,7
Coquimbo	2	0,7
La Araucanía	128	42,4
Los Lagos	50	16,6
Los Ríos	16	5,3
Maule	9	3,0
Metropolitana de Santiago	81	26,7
Ñuble	1	0,3
O'Higgins	1	0,3
Tarapacá	1	0,3
Valparaíso	5	1,7
TOTAL	302(a)	100

(a) Un dato perdido por sistema

Cuadro 2.3
Porcentaje de MiPymes por tamaño y margen de error de la muestra

	%	Margen de error
Microempresa (6 a 9 asalariados)	72,3	6,65% (a)
Pequeña (10 a 49 asalariados)	25	11,31% (b)
Mediana (50 a 249 asalariados)	2,7	34,64% (c)
Total	100	5,64% (d)
Total (nivel confianza 95%)		

Nota: (a) Población total (INE, 2019) 769.797, muestra de 217 y 95% de confianza; (b) Población total (INE, 2019) 206.313, muestra de 75 y 95% de confianza; (c) Población total (INE, 2019) 29.256, muestra de 8 y 95% de confianza; (d) Población total (INE, 2019) 1.005.366; muestra de 302 y 95% de confianza.

2.2. Selección de las variables y diseño del cuestionario

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

La técnica de captación de información fue la encuesta electrónica, utilizando como soporte un cuestionario cerrado. Su diseño se efectuó a partir de la revisión de la literatura científica existente sobre los diversos aspectos

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

En este sentido, el cuestionario se ha estructurado en 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 pandemia COVID-19 en determinados indicadores de su empresa, cómo ha afectado la crisis a la actividad de gestión de la empresa, y sobre el nivel de actividad desarrollada por la empresa, su acceso a la financiación y, finalmente, sus indicadores de rendimiento.

2.3. Análisis estadístico de los datos

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

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

3. Datos generales de las empresas

Las empresas entrevistadas y que sirven de base para la elaboración de este informe, han sido 303, tratándose de una muestra que ha buscado representar distintos tamaños, regiones y rubros del complejo escenario de la MiPyme en Chile. En este apartado de caracterización se analizan distintos aspectos teniendo en cuenta las variables contingentes más importantes relacionadas con la empresa y que ayudan a hacer un primer diagnóstico de las empresas analizadas.

Las empresas que configuran la muestra tienen las siguientes características:

- El 72,3% son microempresas, el 25% son pequeñas y el 2,7% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 9,24 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 74,5% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 47,8% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 64,5% de los directores o gerentes dispone de estudios universitarios.
- El 15,6% de las empresas está realizando teletrabajo. Y el 33,1% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

Cuadro 3.1
Tamaño de la empresa (%)

	Micro	Pequeñas	Medianas
% empresas	72,3	25	2,7

Gráfico 3.1
¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?

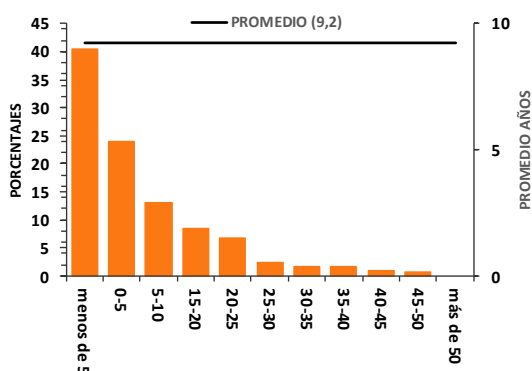


Gráfico 3.2
¿Considera que la empresa es una empresa familiar? (es decir, una o varias personas de una misma familia son los principales propietarios de la empresa)

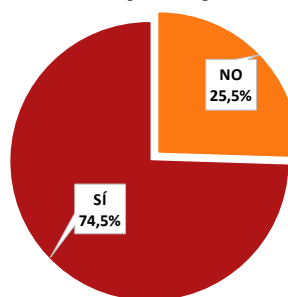


Gráfico 3.3
¿Cuál es el género del director general/gerente?

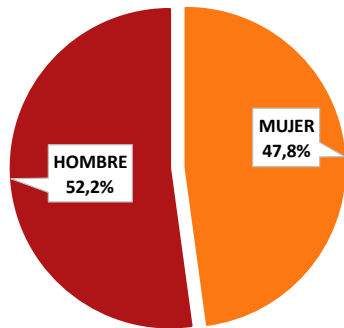


Gráfico 3.4
¿Dispone de estudios universitarios el director/gerente general

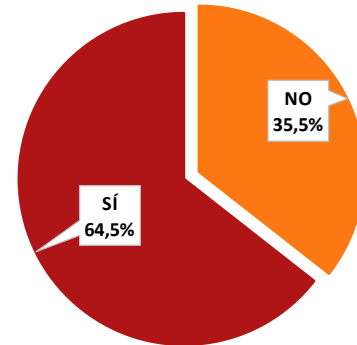
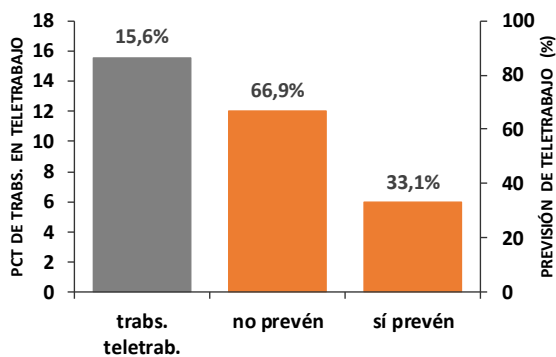


Gráfico 3.5
% de trabajadores que están en este momento realizando teletrabajo como consecuencia del COVID-19 y previsión a utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19



4. Impacto económico

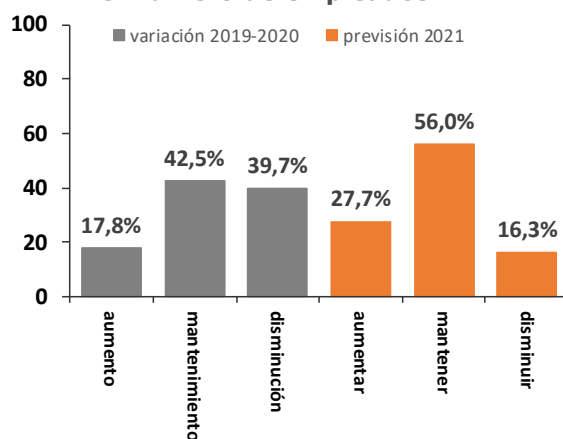
En el siguiente apartado se presenta una primera aproximación al impacto económico de la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19 sobre las siguientes variables: empleo, ventas, indicadores económicos y financieros, e internacionalización de las empresas.

4.1. Empleo

Para conocer el impacto en esta variable se preguntó a los encuestados sobre el empleo que tenían sus empresas en el año 2019 y en el año 2020, así como la tendencia para el empleo en el año 2021 (gráfico 4.1).

Al analizar la evolución del año 2020 respecto al periodo anterior (año 2019) se observa que el 39,7% de las Pyme analizadas disminuyeron su empleo, un 42,5% lo mantuvo y un 17,8% lo aumentaron. Por su parte, las expectativas para el año 2021 parecen ser más optimistas, dado que el 27,7% de las Pyme encuestadas señalaron que aumentará su empleo, el 56,0% que lo mantendrá y solo un 16,3% lo disminuirá.

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



Para analizar con más detalle el impacto de la crisis sobre el empleo se considerarán los estratos de tamaño, la antigüedad y el sector de la empresa. Adicionalmente, se determinará 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 disminuye.

En cuanto al tamaño, se puede apreciar que la evolución del empleo en el periodo 2019 y 2020 fue diferente según el estrato considerado (cuadro 4.1). Mientras que las microempresas y pequeñas empresas arrojaron un saldo negativo de empleo (-21,3% y -34,7%, respectivamente), en el caso de las empresas medianas este saldo fue positivo y elevado (62,5%). En cuanto a las

expectativas para el año 2021 en generación de empleo, los resultados no arrojan diferencias significativas por tamaño de empresa. Los datos muestran una tendencia favorable para los tres tamaños de empresa, con un comportamiento relativamente similar en magnitud entre micro y pequeñas empresas (10,6% y 10,8%, respectivamente), y una magnitud más elevada para la mediana empresa (42,9%). Específicamente, se puede observar que las expectativas de aumento de empleo están relacionadas con el tamaño de la empresa de manera positiva. También destaca la expectativa de disminución de empleo para la empresa de mayor tamaño encuestada (mediana empresa), la cual es del 0%.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020				
Aumento de empleo (% empresas)	15,9	16,0	75,0	
Estabilidad de empleo (% empresas)	46,9	33,3	12,5	***
Disminución de empleo (% empresas)	37,2	50,7	12,5	
Saldo de expectativas	-21,3	-34,7	62,5	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)				
Aumento (%)	26,3	31,1	42,9	
Estabilidad (%)	58,1	48,6	57,1	-
Disminución (%)	15,7	20,3	0,0	
Saldo de expectativas	10,6	10,8	42,9	
En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo				
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. - no significativa				

Al considerar la antigüedad de la empresa en la evolución del empleo del año 2020 (cuadro 4.2) se aprecia que el saldo de expectativas es desfavorable tanto en el caso de empresas jóvenes como en el caso de empresas maduras, siendo dicho efecto mayor en el caso de las empresas maduras (-13,9% y -39,7%, respectivamente). Ahora bien, cuando se analiza la tendencia del empleo para el año 2021, el saldo de expectativas tiende a empeorar para las empresas jóvenes (-18,9%) y a mejorar, respecto al periodo anterior, para las empresas maduras (-5,7%). Sin embargo, en ambos casos continúan siendo cifras negativas que señalan expectativas de disminución de empleo.

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

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020			
Aumento de empleo (% empresas)	19,4	14,8	
Estabilidad de empleo (% empresas)	47,3	30,7	***
Disminución de empleo (% empresas)	33,3	54,5	
Saldo de expectativas	-13,9	-39,7	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)			
Aumento (%)	32,9	14,8	
Estabilidad (%)	53,1	64,8	***
Disminución (%)	14,0	20,5	
Saldo de expectativas	-18,9	-5,7	

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

Respecto al sector de actividad de la empresa (cuadro 4.3), se observa que el saldo de expectativas, para la evolución de empleo del año 2020, es muy desfavorable para los sectores primario y de construcción (-54,5% y -50,0%, respectivamente). De igual forma, se observa un impacto elevado y negativo para las empresas del sector de servicios (-39,1%). Por su parte, las expectativas de empleo para 2021 mejoran notablemente para cada sector, sin embargo, no se aprecian diferencias estadísticamente significativas. El sector que presentan una tendencia más favorable de empleo para 2021 es el de comercio (saldo de expectativas de 22,2%). Cabe notar que, si bien el sector primario presenta una notable mejora de expectativas, aun su saldo permanece negativo (-9,1%).

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

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Evolución de los empleados durante los años 2019 y 2020							
Aumento de empleo (% empresas)	0,0	23,4	25,0	18,1	12,2	38,1	
Estabilidad de empleo (% empresas)	45,5	40,6	0,0	61,1	36,5	33,3	***
Disminución de empleo (% empresas)	54,5	35,9	75,0	20,8	51,3	28,6	
Saldo de expectativas	-54,5	-12,5	-50,0	-2,7	-39,1	9,5	
Tendencia empleo 2021 (% de empresas)							
Aumento (%)	9,1	28,8	22,2	33,3	23,7	36,4	
Estabilidad (%)	72,7	54,5	66,7	55,6	55,9	50,0	-
Disminución (%)	18,2	16,7	11,1	11,1	20,3	13,6	
Saldo de expectativas	-9,1	12,1	11,1	22,2	3,4	22,8	

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

4.2. Ventas

La crisis sanitaria ocasionada por COVID-19 ha provocado importantes consecuencias en las empresas chilenas, y en especial en la caída de sus ingresos. Como se puede observar en el gráfico 4.2, el 61,8% de las empresas encuestadas plantea que ha visto reducidas sus ventas en 2020 con relación al 2019, mientras que el 11,6% declara que las mantuvo y un 26,6% que las aumentó. El gráfico 4.3 muestra el porcentaje de variación de las ventas en el periodo 2019 a 2020 por tramos de variación (positivos y negativos), siendo el promedio de reducción de las ventas del -25,0%, caída que pone de manifiesto el negativo e importante impacto de la crisis en las empresas encuestadas. En este contexto, se consultó a los encuestados sobre las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre de 2021. Como se aprecia en el gráfico 4.4, las expectativas en ambos semestres se concentran en un aumento de las ventas. Adicionalmente, las expectativas del segundo semestre son claramente mejores que las del primer semestre. En específico, un 69,5% de las empresas tiene expectativas de que sus ventas aumentarán durante el segundo semestre, porcentaje superior respecto del aumento esperado en el primer semestre (45%). Por otra parte, un 19% de las empresas prevé que sus ventas disminuirán en el primer semestre, porcentaje mayor y más negativo que el 9,3% que espera dicha disminución el segundo semestre.

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

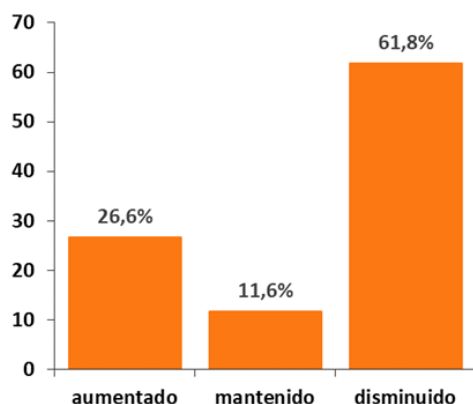


Gráfico 4.3
Porcentaje de variación de sus ventas en 2020 con relación a 2019

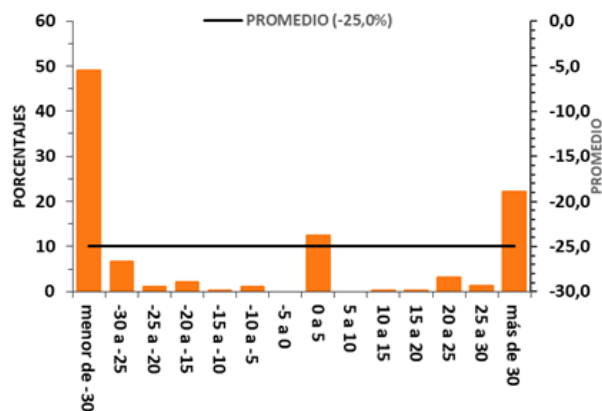
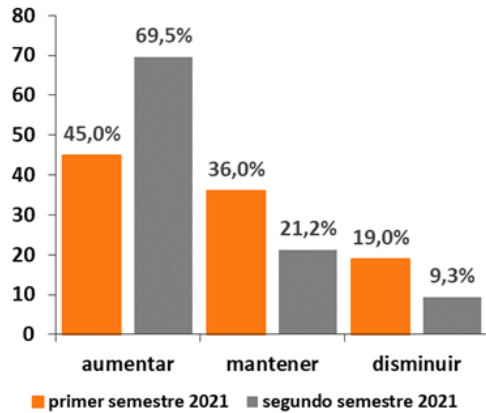


Gráfico 4.4
¿Cuáles son las expectativas de
ventas de su empresa para el año
2021?



Al analizar por tamaño de la empresa (cuadro 4.4), se encuentran diferencias estadísticamente significativas solo en uno de los tres aspectos evaluados, la evolución de las ventas entre 2019 y 2020. El impacto del COVID sobre las ventas se observa no homogéneo entre las empresas. Por su parte el mayor impacto en la caída de las ventas 2020-2019 la experimentaron las micro y pequeñas empresas, donde el 63,9% y 60,0% respectivamente, declaran haber reducido sus ventas. Mientras que las medianas empresas muestran un escenario distinto, y más bien positivo, con un 62,5% de empresas que aumentaron sus ventas y sólo un 25% que las redujo. Si se analiza el saldo de evolución de las ventas del 2020 (diferencia del porcentaje de empresas que aumentan menos las que disminuyen), las micro empresas reportan un saldo de evolución más desfavorable, con un -37,5%, mientras que las medianas empresas un saldo positivo de un 37,5%.

Con respecto a las expectativas de ventas para el primer y segundo semestre 2021, éstas no presentan diferencias estadísticamente significantes entre tamaño de empresas. Tanto micro, pequeñas y medianas empresas declaran tener expectativas positivas y principalmente un aumento en sus ventas en ambos semestres. A mayor tamaño de la empresa, la expectativa de aumento en las ventas es a su vez más favorable. Cabe destacar que un 62,5% y 87,5% de las empresas medianas declaran tener expectativas de un aumento de sus ventas, en el primer y segundo semestre respectivamente, mientras que un 0% de éstas mismas tiene expectativas de disminución en sus ventas, en ambos semestres. Al comparar entre empresas, se observa que las más conservadoras, aunque también con expectativas positivas, son las empresas micro donde solo un 41,4% y un 68,2% de ellas, en cada semestre respectivamente, tiene expectativas de aumento en sus ventas. Así, para el primer semestre el saldo de expectativas fue 20,5% para las microempresas, 37,3% para las empresas pequeñas y de un 62,5% para las medianas. Para el segundo semestre la situación mejora sensiblemente en todos los tamaños de empresas analizados,

presentando un saldo de expectativas positivo mayor para cada una, 59%, 61,3% y 87,5% respectivamente.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020				
Aumento (%)	26,4	24,0	62,5	
Mantenimiento (%)	9,7	16,0	12,5	*
Disminución (% empresas)	63,9	60,0	25,0	
Saldo de evolución	-37,5	-36,0	37,5	
Expectativas de ventas primer semestre 2021				
Aumento (%)	41,4	53,3	62,5	
Mantenimiento (%)	37,7	30,7	37,5	-
Disminución (%)	20,9	16,0	0,0	
Saldo de expectativas	20,5	37,3	62,5	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021				
Aumento (%)	68,2	72,0	87,5	
Mantenimiento (%)	22,6	17,3	12,5	-
Disminución (%)	9,2	10,7	0,0	
Saldo de expectativas	59	61,3	87,5	
En una escala de 1 = Total desacuerdo a 5 = Total acuerdo				
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01. - no significativa				

Al analizar por antigüedad de las empresas (cuadro 4.5), se encuentran diferencias estadísticamente significantes solo en la evolución de las ventas en el periodo 2019 y 2020. Aunque ambos tipos de empresas vieron disminuidas sus ventas en el periodo en estudio, son las empresas maduras quienes reportan una mayor caída, 66,3% respecto de 59,4% en las empresas jóvenes.

Por otra parte, el factor de antigüedad de la empresa no ha mostrado diferencias estadísticamente significativas en las expectativas de ventas para el 2021. Tanto empresas jóvenes y maduras declaran tener expectativas crecientes de aumento en sus ventas en los semestres analizados. Para el primer semestre, un 47,8% de las empresas jóvenes espera que sus ventas aumenten, mientras que un 39,8% espera igual condición entre las empresas maduras. Para el segundo semestre las expectativas siguen siendo positivas y crecientes, donde un 70,7% de las empresas jóvenes tiene expectativas de aumento en sus ventas, mientras que 67,4% de las empresas maduras plantea igual situación.

Cuadro 4.5
Impacto de la crisis sobre las ventas
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020			
Aumento (%)	30,4	18,0	
Mantenimiento (%)	10,1	15,7	*
Disminución (% empresas)	59,4	66,3	
Saldo de evolución	-29	-48,3	
Expectativas de ventas primer semestre 2021			
Aumento (%)	47,8	39,8	
Mantenimiento (%)	35,3	37,5	-
Disminución (%)	16,9	22,7	
Saldo de expectativas	30,9	17,1	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021			
Aumento (%)	70,7	67,4	-
Mantenimiento (%)	20,7	22,5	
Disminución (%)	8,7	10,1	
Saldo de expectativas	62	57,3	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa			

Respecto del sector de actividad (cuadro 4.6), se presentan diferencias estadísticamente significativas en la evolución de las ventas entre 2019 y 2020, y en las expectativas de las ventas para el primer semestre 2021. Los sectores que el 2020 presentaron un saldo de evolución más desfavorable en sus ventas fueron servicio (-65,2%), construcción (-44,5%), industria (-28,8%) y primario (-27,3%). Sin embargo, las expectativas para el primer semestre son claramente positivas para todos los sectores, destacando con expectativas de aumento en las ventas en los sectores construcción (66,7%), otros (63,6%), comercio (50,7%) e industria (47,7%). Los sectores más conservadores son el sector primario, donde un 72,7% de sus empresas tiene expectativas que el primer semestre 2021 sus ventas se mantendrán, y sector servicios, donde un 28% de sus empresas plantea que sus ventas disminuirán. Respecto del saldo de expectativas del primer semestre 2021, el sector servicios es el más conservador (8,4%), mientras que el sector construcción es el más optimista (55,6%).

Las expectativas para el segundo semestre son positivas para los seis sectores analizados, y no se presentan diferencias estadísticamente significantes entre ellos.

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

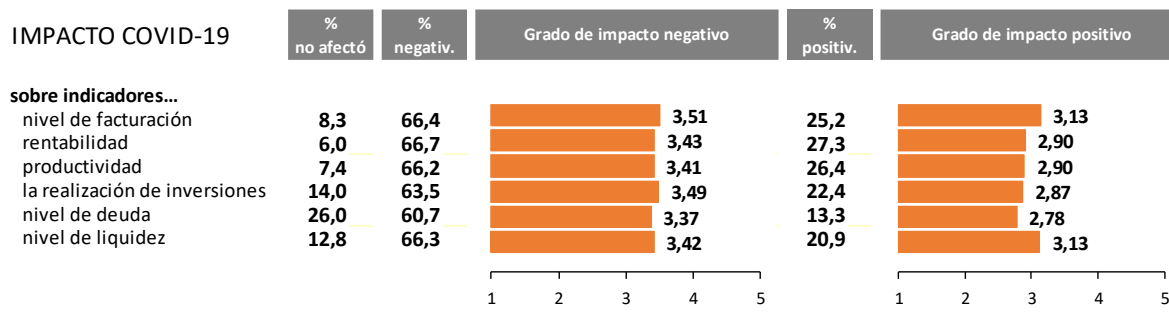
	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Evolución de las ventas entre 2019 y 2020							
Aumento (%)	18,2	30,3	22,2	43,8	13,6	36,4	***
Mantenimiento (%)	36,4	10,6	11,1	12,3	7,6	22,7	
Disminución (% empresas)	45,5	59,1	66,7	43,8	78,8	40,9	
Saldo de evolución	-27,3	-28,8	-44,5	0,0	-65,2	-4,5	
Expectativas de ventas primer semestre 2021							
Aumento (%)	18,2	47,7	66,7	50,7	36,4	63,6	**
Mantenimiento (%)	72,7	40,0	22,2	34,2	35,6	22,7	
Disminución (%)	9,1	12,3	11,1	15,1	28,0	13,6	
Saldo de expectativas	9,1	35,4	55,6	35,6	8,4	50	
Expectativas de ventas segundo semestre 2021							
Aumento (%)	54,5	75,8	66,7	72,6	63,9	77,3	-
Mantenimiento (%)	36,4	15,2	33,3	23,3	21,8	18,2	
Disminución (%)	9,1	9,1	0,0	4,1	14,3	4,5	
Saldo de expectativas	45,4	66,7	66,7	68,5	49,6	72,8	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa							

4.3. Indicadores económicos y financieros

En este apartado se presenta una aproximación sobre cómo la crisis generada por la pandemia COVID-19 ha impactado en diferentes indicadores económicos y financieros de las empresas encuestadas.

Como se puede apreciar en el gráfico 4.5, los resultados globales muestran que la mayoría de los indicadores económicos y financieros se han visto afectados negativamente. Todos los indicadores analizados muestran un porcentaje de efecto negativo mayor al 60%. Cabe destacar el indicador de rentabilidad, donde el 66,7% de las empresas declaran haberse visto afectadas negativamente, con un grado de impacto de 3,43 (en una escala de 1 a 5). Le siguen los indicadores de facturación, liquidez y productividad, con un 66,4%, 66,3% y 66,2% de empresas que declaran su efecto negativo con grados de importancia ubicados entre 3,43 y 3,51. El impacto sobre el nivel de deuda ha sido levemente menor, con un 60,7% de las empresas que lo declaran, y con un grado de impacto de 3,37. Respecto de los efectos en el indicador de realización de inversiones, un 63,5% de las empresas señalan que han paralizado inversiones, con una valoración en el grado de importancia de 3,49. De forma contraria, el 27,3% de las empresas confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su rentabilidad (grado de importancia de 2,9), el 26,4% de las empresas un impacto positivo en su productividad (intensidad de 2,9) y el 25,2% les afectó positivamente en su nivel de facturación (intensidad de 3,13).

Gráfico 4.5
Impacto de la crisis sobre indicadores económicos y financieros



En el cuadro 4.7 se presentan los resultados considerando el tamaño de las empresas. Revisando los hallazgos, el segmento que se ha visto más afectado en todos los indicadores ha sido el de la pequeña empresa. Sin embargo, se presentan diferencias estadísticamente significativas solo en lo relativo a indicadores de rentabilidad ($p < 0.1$) y productividad ($p < 0.01$). Así, el 77,3% de las pequeñas empresas se vieron afectadas negativamente en sus niveles de rentabilidad, y el 76% en su productividad. Por otra parte, las empresas menos afectadas negativamente son las medianas, alcanzando un efecto negativo en rentabilidad y productividad de un 37,5% y 12,5% respectivamente. Por otra parte, si se analiza a las empresas que consideran que la crisis COVID les ha beneficiado, se observa que son las empresas medianas. El 62,5% de las empresas medianas tuvo un impacto positivo en su nivel de productividad, y el 50% en su rentabilidad.

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Microempresas	7,9	65,3	26,9	
Pequeñas	6,7	73,3	20,0	-
Medianas	25,0	37,5	37,5	
Rentabilidad				
Microempresas	6,5	64,2	29,3	
Pequeñas	2,7	77,3	20,0	*
Medianas	12,5	37,5	50,0	
Productividad				
Microempresas	7,5	64,5	28,0	
Pequeñas	5,3	76,0	18,7	***
Medianas	25,0	12,5	62,5	
Realización de inversiones				
Microempresas	15,4	60,7	23,8	
Pequeñas	8,0	74,7	17,3	-
Medianas	25,0	37,5	37,5	
Nivel de deuda				
Microempresas	27,0	60,0	13,0	
Pequeñas	21,3	65,3	13,3	-
Medianas	37,5	37,5	25,0	
Nivel de liquidez				
Microempresas	12,3	66,5	21,2	
Pequeñas	10,7	70,7	18,7	-
Medianas	37,5	25,0	37,5	

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

Al realizar el análisis por antigüedad de las empresas, los datos del cuadro 4.8 muestran diferencias significativas en todos los indicadores analizados. En general son las empresas maduras las que se han visto más afectadas y negativamente en todos los indicadores, respecto de sus contrapartes más jóvenes. Es así como en las empresas maduras el 76,4% ha tenido una caída de su rentabilidad (frente al 62,3% de las jóvenes), el 76,4% ha tenido una caída de su nivel de realización de inversiones (frente al 57,3% de las jóvenes), el 75% ha tenido una caída de su productividad (frente al 62,8% de las jóvenes), el 74,7% ha tenido una caída de su nivel de liquidez (frente al 62,1% de las jóvenes), el 74,2% ha tenido una caída de su facturación (frente al 63,3% de las jóvenes) y el 70,5% ha tenido una caída en su nivel de deuda (frente al 56% de las jóvenes).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Jóvenes	7,2	63,3	29,5	
Maduras	11,2	74,2	14,6	**
Rentabilidad				
Jóvenes	5,3	62,3	32,4	
Maduras	7,9	76,4	15,7	**
Productividad				
Jóvenes	6,3	62,8	30,9	
Maduras	10,2	75,0	14,8	**
Realización de inversiones				
Jóvenes	15,0	57,3	27,7	
Maduras	12,4	76,4	11,2	***
Nivel de deuda				
Jóvenes	29,5	56,0	14,5	
Maduras	19,3	70,5	10,2	*
Nivel de liquidez				
Jóvenes	13,6	62,1	24,3	
Maduras	11,5	74,7	13,8	*
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

Al considerar por sector de actividad (cuadro 4.9), también se encuentran diferencias estadísticamente significativas en los indicadores analizados, con excepción en los niveles de deuda y liquidez. Las empresas de servicios son las que principalmente se han visto más afectadas negativamente, alcanzando un máximo de un 78,8% de empresas que han visto reducida su rentabilidad y 78,6% su productividad. Se destaca el sector construcción, que por otra parte alcanza el mayor impacto positivo en sus niveles de facturación (55,6%) y rentabilidad (55,6%).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Facturación				
Primario	9,1	63,6	27,3	
Industria	7,6	62,1	30,3	
Construcción	0,0	44,4	55,6	*
Comercio	13,7	54,8	31,5	
Servicios	5,9	78,2	16,0	
Otros	9,1	63,6	27,3	
Rentabilidad				
Primario	9,1	63,6	27,3	
Industria	4,5	65,2	30,3	
Construcción	0,0	44,4	55,6	**
Comercio	9,6	53,4	37,0	
Servicios	4,2	78,8	16,9	
Otros	9,1	59,1	31,8	
Productividad				
Primario	9,1	63,6	27,3	
Industria	7,6	62,1	30,3	
Construcción	0,0	66,7	33,3	**
Comercio	13,7	49,3	37,0	
Servicios	4,3	78,6	17,1	
Otros	4,5	68,2	27,3	
Realización de inversiones				
Primario	0,0	72,7	27,3	
Industria	7,7	67,7	24,6	
Construcción	0,0	77,8	22,2	*
Comercio	21,9	49,3	28,8	
Servicios	15,3	69,5	15,3	
Otros	9,1	59,1	31,8	
Nivel de deuda				
Primario	18,2	54,5	27,3	
Industria	21,2	69,7	9,1	
Construcción	0,0	77,8	22,2	-
Comercio	37,0	46,6	16,4	
Servicios	24,6	64,4	11,0	
Otros	27,3	54,5	18,2	
Nivel de liquidez				
Primario	9,1	72,7	18,2	
Industria	12,3	63,1	24,6	
Construcción	22,2	66,7	11,1	-
Comercio	13,7	56,2	30,1	
Servicios	11,2	75,9	12,9	
Otros	18,2	54,5	27,3	
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

4.4. Internacionalización

La crisis generada por la pandemia COVID-19 ha tenido graves consecuencias en un contexto global y también ha impactado en los mercados internacionales. En este apartado se analiza cómo la crisis ha afectado a la internacionalización de las Pyme chilenas. El 8,9% de las empresas encuestadas han realizado a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales y la intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 34,4% (gráfico 4.6). Si se analiza el impacto de la crisis, los datos muestran que un 65,4% de las empresas internacionalizadas vieron afectados negativamente su nivel de facturación; y el grado de importancia del impacto fue de 3,29 (en una escala de 1 a 5) (gráfico 4.7). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 57,7% de las empresas internacionalizadas considera que se vio afectada negativamente por la crisis, con un grado de importancia de 2,73 (en una escala de 1 a 5). Por el contrario, la crisis ha influido positivamente en determinadas empresas a lo largo del 2020. El 7,7% de las empresas señala que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado muy bajo de impacto positivo, tan solo de 1,5 en una escala de 1 a 5). Además, el 3,8% de las empresas amplió el número de países de destino en su internacionalización.

Gráfico 4.6
Porcentaje de empresas exportadoras
Para aquellas empresas que exportan: Del total de sus ventas en 2020, ¿qué porcentaje ha destinado a mercados internacionales?

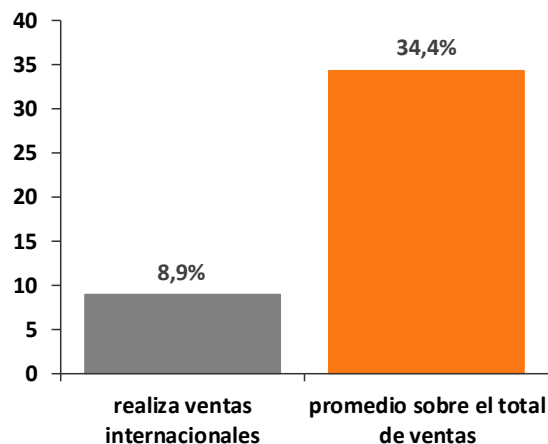
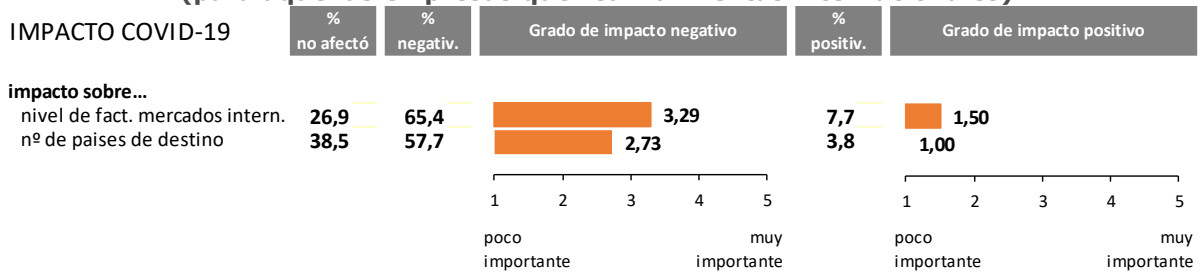


Gráfico 4.7
Impacto de la actual crisis COVID-19 en 2020 en el grado de internacionalización
(para aquellas empresas que realizan ventas internacionales)



En el análisis de las empresas por tamaño (cuadro 4.10), se comprueba que no existen diferencias estadísticamente significativas ni en el nivel de facturación ni en el impacto en el número de países de destino. Pese a lo anterior, se observa que la mayor incidencia en el nivel de facturación al exterior ocurre en las micro y pequeñas empresas. Las empresas medianas no señalan impactos negativos de la crisis. Por otra parte, un 12,5% de las microempresas señala efectos positivos en su nivel de facturación, lo que no sucede con las empresas pequeñas y medianas.

Al analizar el impacto en el número de países de destino, si bien no existen diferencias estadísticamente significativas, se puede observar que todas las empresas, independiente de su tamaño, han experimentado efectos negativos de la crisis. Por otro lado, solo las microempresas, aunque en un porcentaje menor (6,3%), han tenido un impacto positivo en el número de países de destino.

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Microempresas	25,0	62,5	12,5	
Pequeñas	12,5	87,5	0,0	-
Medianas	100,0	0,0	0,0	
Impacto en el número de países destino				
Microempresas	43,8	50,0	6,3	
Pequeñas	25,0	75,0	0,0	-
Medianas	50,0	50,0	0,0	

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

En cuanto al factor antigüedad de la empresa (cuadro 4.11), sólo se aprecian diferencias significativas en el impacto en el número de países de destino. Las empresas maduras son las más perjudicadas. Mientras el 42,1% de las empresas jóvenes han disminuido el número de países de destino de sus ventas, este porcentaje se incrementa al 100% en las empresas maduras. Finalmente, la clasificación por sector de actividad no muestra diferencias estadísticamente significativas ni en el nivel de facturación ni en el número de países de destino (cuadro 4.12).

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Jóvenes	31,6	57,9	10,5	
Maduras	14,3	85,7	0,0	-
Impacto en el número de países destino				
Jóvenes	52,6	42,1	5,3	
Maduras	0,0	100,0	0,0	**

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

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

	No (%)	Si Negativamente (%)	Si Positivamente (%)	Sig.
Impacto en su nivel de facturación al exterior				
Primario	0,0	100,0	0,0	
Industria	25,0	75,0	0,0	
Construcción	0,0	0,0	100,0	-
Comercio	33,3	66,7	0,0	
Servicios	30,8	69,2	0,0	
Otros	25,0	50,0	25,0	
Impacto en el número de países destino				
Primario	0,0	100,0	0,0	
Industria	25,0	75,0	0,0	
Construcción	100,0	0,0	0,0	-
Comercio	100,0	0,0	0,0	
Servicios	23,1	76,9	0,0	
Otros	50,0	25,0	25,0	

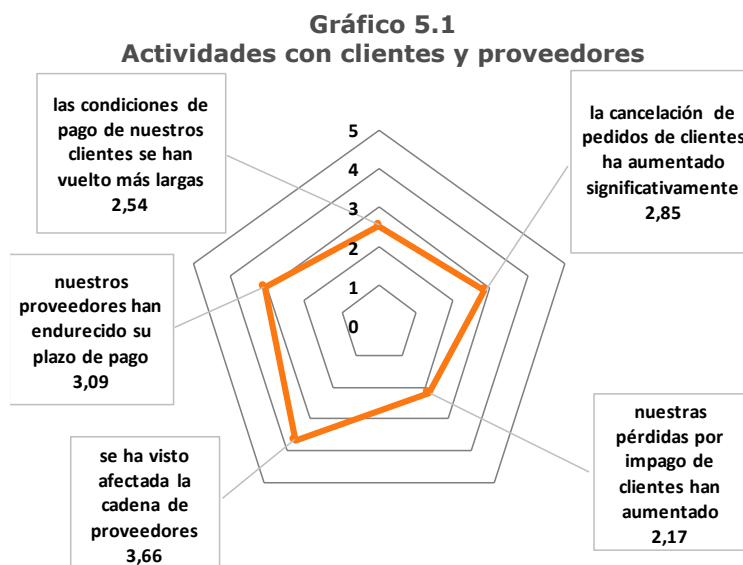
Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa

5. Impacto sobre la organización de la empresa

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

5.1. Actividades con clientes y proveedores

El impacto más significativo de la crisis ocasionada por la pandemia COVID-19 es que se han visto afectadas las empresas en su cadena de suministros, al sufrir retrasos por parte de sus proveedores (3,66 en una escala de 1 a 5) (gráfico 5.1) y que los proveedores han endurecido los plazos de pago (3,09 en una escala de 1 a 5). El resto de las variables quedan por debajo del valor de 3. Esto en cierta medida parece indicar que esta crisis no ha afectado, al menos todavía, a la gestión de sus operaciones con sus clientes. Así, los encuestados otorgaron valores de 2,54 a que las condiciones de pago de los clientes se han vuelto más largas; 2,85 a la cancelación de pedidos por parte de los clientes y 2,17 a que las pérdidas por impago de clientes han aumentado.



1- total desacuerdo 5- total acuerdo

Para un mayor detalle a continuación se verá el comportamiento de este tipo de actividades en función de una serie de factores. En lo referente al tamaño de la empresa (cuadro 5.1), se observa que existen diferencias significativas en relación con las condiciones de pago y las cancelaciones de pedidos por parte de los clientes, en que las empresas medianas parecen tener un menor efecto

negativo que las micro y pequeñas, por lo que el factor tamaño puede haber sido relevante en las actividades analizadas relacionadas con los clientes.

Cuadro 5.1
Actividades con clientes y proveedores
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,63	3,85	3,13	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,04	3,25	2,75	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,42	2,91	2,13	*
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,86	2,93	1,63	*
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,07	2,43	1,88	-

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 el caso de Chile, un tema aún por analizar es el efecto de la Ley de Protección al Empleo (LPE), y si este pudiera ser un factor que explica diferencias de comportamiento en las actividades con proveedores. Las empresas acogidas a la LPE durante la pandemia y que realizaron suspensión de contratos fueron 118.328, de las cuales un 77,3% son microempresas, el 17,8% pequeñas, y el 3,4% medianas según cifras del Ministerio del Trabajo de Chile (MINTRAB, 2021).

En cuanto a la edad de la empresa, surgen algunas diferencias (cuadro 5.2). La más relevante es que las empresas maduras han tenido más pérdidas por impagos de clientes (2,45) que las jóvenes (2,04), siendo esta diferencia estadísticamente significativa. Además, las empresas jóvenes y maduras parecen haber tenido un impacto negativo en su cadena de suministros (3,69 y 3,64 respectivamente) y consideran que los proveedores han endurecido su plazo de pago (3,09 y 3,11, respectivamente). También se puede señalar que la cancelación de pedidos de clientes ha sido un punto de preocupación tanto para empresas jóvenes como para las maduras (2,79 y 2,99, respectivamente).

En cuanto al sector económico (cuadro 5.3), se puede destacar que las empresas de la construcción han sido las más afectadas en diversos factores, siendo la cadena de suministro (4,78), la extensión de las condiciones de pago de los clientes (3,89), la cancelación de pedidos (3,22) y las pérdidas por impago de clientes (3,0) donde las diferencias se muestran significativas. Cabe señalar que todos los sectores se muestran afectados por problemas en la cadena de suministro (puntuaciones sobre 3). Además, la cancelación de pedidos de los clientes en los sectores de construcción, industria y servicios (3,22, 3,08 y 3,10 respectivamente) muestra niveles altos de preocupación, observándose diferencias significativas.

Cuadro 5.2
Actividades con clientes y proveedores
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,69	3,64	-
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	3,09	3,11	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,48	2,70	-
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,79	2,99	-
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,04	2,45	**

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

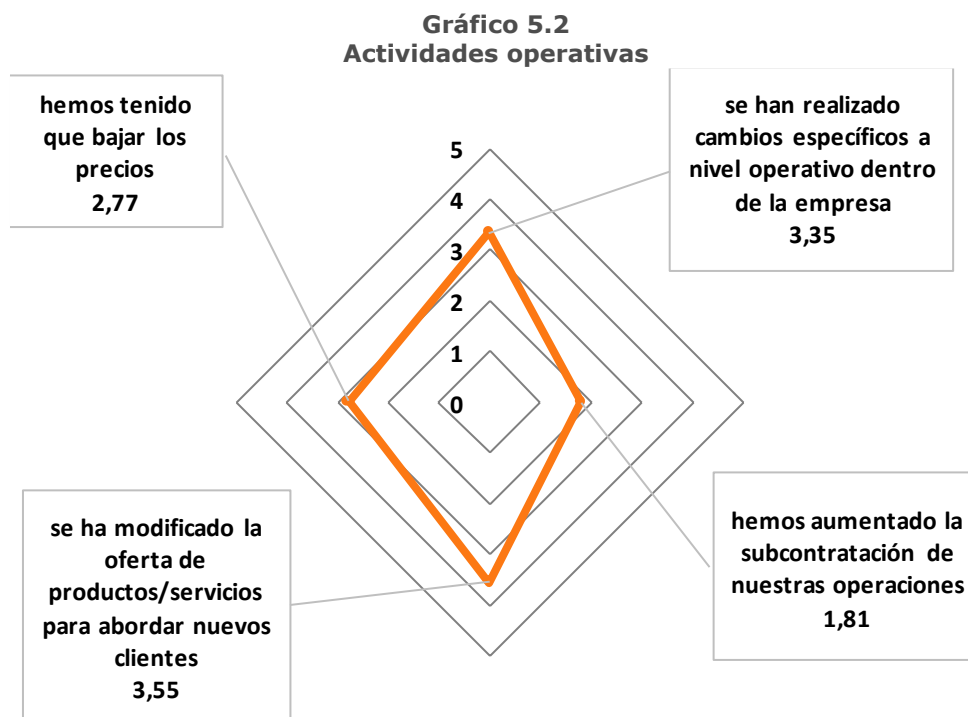
Cuadro 5.3
Actividades con clientes y proveedores
Sector de actividad de la empresa

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otro	Sig.
Se ha visto afectada la cadena de proveedores	3,91	3,83	4,78	3,81	3,41	3,41	**
Nuestros proveedores han endurecido su plazo de pago	2,91	3,33	4,11	2,90	3,04	2,86	-
Las condiciones de pago de nuestros clientes se han vuelto más largas	2,91	2,86	3,89	2,15	2,53	2,27	***
La cancelación de pedidos de clientes ha aumentado significativamente	2,64	3,08	3,22	2,33	3,10	2,45	**
Nuestras pérdidas por impago de clientes han aumentado	2,36	2,35	3,00	1,75	2,33	1,77	**

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

5.2. Actividades operativas

En las actividades operativas de las empresas analizadas se aprecia un mayor impacto en la modificación de la oferta para abordar nuevos clientes (3,55) y cambios a nivel operativo dentro de la empresa (3,35), ambas con valoraciones sobre 3 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.2), presentándose una menor necesidad de bajar precios (2,77) y de aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,81).



1- total desacuerdo 5- total acuerdo

El cuadro 5.4 muestra cómo se han afectado las actividades operativas de las empresas según su tamaño. Se puede apreciar que todas las empresas han realizado cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la crisis sanitaria (puntuaciones mayores a 3), lo que además revela diferencias significativas dependiendo del tamaño de la empresa (3,26, 3,65 y 3,00 para las micro, pequeñas y medianas empresas, respectivamente). Además, los resultados muestran que todas las empresas han debido modificar la oferta de productos y servicios (3,51, 3,61, y 4,00, para las micro, pequeñas y medianas empresas, respectivamente). Por ejemplo, uno de los cambios que han realizado las empresas ha sido ampliar el giro del negocio, incluyendo la venta de productos o servicios esenciales, los que les permitiría seguir operando con niveles de restricción de desplazamiento alto (cuarentenas). Por otro lado, las empresas pequeñas son las que reportan una mayor necesidad de bajar sus precios (3,05), lo que no ha ocurrido del mismo modo con las empresas medianas (1,88).

En cuanto al factor antigüedad de la empresa (cuadro 5.5), se muestra que existe diferencia estadísticamente significativa en la necesidad de bajar los precios, lo que ha afectado especialmente a las empresas maduras (3,03), y en menor medida a las empresas jóvenes (2,67). Además, tanto empresas jóvenes como maduras han debido realizar cambios a nivel operativo (3,31 y 3,42 respectivamente) y han modificado la oferta de productos y servicios (3,64 y 3,39 respectivamente).

Cuadro 5.4
Actividades operativas
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,26	3,65	3,00	*
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,79	1,81	2,13	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,51	3,61	4,00	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,70	3,05	1,88	**

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 5.5
Actividades operativas
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	3,31	3,42	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,80	1,83	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	3,64	3,39	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,67	3,03	*

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

Por su parte, al tener en cuenta el sector económico (cuadro 5.6), se detecta que no existen diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los factores analizados. Se puede indicar que todas las puntuaciones reportan una necesidad cercana o superior a 3, en una escala de 1 a 5, respecto a generar cambios operativos en las empresas. También, todos los sectores menos el primario (*commodities*), han modificado su oferta de productos/servicios y han tenido que bajar los precios.

Cuadro 5.6
Actividades operativas
Sector de actividad de la empresa

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otro	Sig.
Se han realizado cambios específicos a nivel operativo dentro de la empresa	2,91	3,55	3,56	3,34	3,30	3,09	-
Hemos aumentado la subcontratación de nuestras operaciones	1,82	1,98	2,22	1,60	1,80	1,86	-
Se ha modificado la oferta de productos/servicios para abordar nuevos clientes	2,64	3,53	4,11	3,67	3,50	3,77	-
Hemos tenido que bajar los precios	2,36	2,98	3,33	2,45	2,91	2,55	-

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

5.3. Actividades estratégicas

¿Cómo ha afectado la crisis a las actividades estratégicas de las empresas? En general, la opinión de los encuestados es que esta crisis ha generado la necesidad de cancelar las inversiones previstas, otorgándole una valoración de 3,14 en una escala de 1 a 5 (gráfico 5.3). Le sigue la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez de la empresa (2,91) y de generar planes de gestión de riesgos o de contingencias (2,26).



1- total desacuerdo 5- total acuerdo

Al analizar las actividades estratégicas según el tamaño de la empresa (cuadro 5.7), se observa que existen diferencias estadísticamente significativas en todos los factores considerados. Se puede ver cómo las empresas medianas son las que en mayor medida han elaborado planes específicos para gestionar sus riesgos (3,13), frente a las pequeñas (2,57) y las microempresas (2,12). También las pequeñas y medianas empresas, han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,21 y 3,13 respectivamente) a diferencia de las micro (2,80); probablemente justificado por la capacidad de gestión y contabilidad de la empresa, y una administración profesional. Además, todas las empresas han debido cancelar inversiones previstas.

En cuanto a la edad de las empresas (cuadro 5.8), se puede ver que no existen diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los factores analizados. Tanto empresas jóvenes como maduras han cancelado inversiones previstas.

Finalmente, al ver los datos por sector (cuadro 5.9) se aprecia que, con la excepción del sector comercio, las empresas han cancelado inversiones previstas (puntuaciones mayores a 3), presentándose diferencias significativas. Cabe señalar que las empresas del sector construcción son las que más han tenido que realizar acciones estratégicas al cancelar inversiones (4,00), adoptar medidas para gestionar la liquidez en sus empresas (3,89) y disponer de un plan de gestión de riesgos (3,00).

Cuadro 5.7
Actividades estratégicas
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,03	3,49	2,75	*
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,12	2,57	3,13	***
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,80	3,21	3,13	*

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 5.8
Actividades estratégicas
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,06	3,37	-
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,21	2,39	-
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,92	2,93	-

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

Cuadro 5.9
Actividades estratégicas
Sector de actividad de la empresa

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otro	Sig.
Hemos cancelado inversiones previstas	3,00	3,15	4,00	2,90	3,28	2,82	*
Disponemos de un plan específico de gestión de riesgos	2,18	2,32	3,00	2,36	2,03	2,59	**
Se han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa	2,73	2,91	3,89	2,88	2,91	2,64	-

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

6. Actividad innovadora

En este apartado se analiza la actividad innovadora de la Pyme en Chile. El gráfico 6.1 muestra el porcentaje de empresas que ha realizado innovaciones en los dos últimos años distinguiendo entre innovación en productos, procesos y gestión. Adicionalmente, se muestra el grado de importancia de las innovaciones. En innovación de productos se aprecia que el 38,7% de las empresas encuestadas ha realizado cambios o mejoras en productos o servicios (con un grado de importancia de 3,81 en una escala de 1 a 5); en tanto que el 48,2% ha realizado innovaciones muy importantes en cuanto a la comercialización de nuevos productos y servicios, con un alto grado de importancia en este tipo de innovación (3,97).

Las actividades desarrolladas en la innovación en procesos, está representada principalmente en la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción que lo han llevado a cabo el 32,1% de las empresas, mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la han realizado el 38,2%. Si se analiza la importancia o intensidad de la innovación en aquellas empresas que han realizado la innovación, los datos muestran que las innovaciones de adquirir nuevos bienes de equipos (3,60) han sido similares a los cambios o mejoras en los procesos de producción (3,62). En los dos casos estos valores fueron menores al criterio anterior de productos.

La innovación en gestión está, en general, en niveles algo menores que los índices anteriores. El 33,1% de las empresas ha realizado cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 30,8% en la sección de compras y el 33,1% en el departamento comercial o ventas. Según el grado de importancia de las innovaciones en gestión, la más relevante corresponde al área comercial y ventas, con un valor de 3,65.

Cuadro 6.2
Importancia de las innovaciones
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Innovación en productos y servicios				
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,87	3,69	3,14	-
Comercialización nuevos productos/servicios	4,05	3,84	2,67	**
Innovación en procesos				
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,66	3,62	2,29	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,66	3,53	2,88	-
Innovación en gestión				
Organización y gestión	3,61	3,54	3,38	-
Compras y aprovisionamientos	3,57	3,45	3,75	-
Comercial/ventas	3,66	3,64	3,17	-

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 referente a la antigüedad de la empresa (cuadro 6.3), se observan diferencias estadísticamente significativas solo en la realización de innovaciones en el área comercial y ventas, donde las empresas jóvenes presentan un mayor porcentaje de innovación (86,6%) respecto a las empresas maduras (78,7%). En el resto de las innovaciones no se observan diferencias significativas.

Cuadro 6.3
Realización de innovaciones (%)
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	83,3	80,7	-
Comercialización nuevos productos/servicios	78,6	75,0	-
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	85,3	80,5	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	76,5	78,2	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	83,3	83,1	-
Compras y aprovisionamientos	87,2	79,8	-
Comercial/ventas	86,6	78,7	*

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

Sin embargo, en el grado de importancia de las innovaciones (cuadro 6.4), las empresas jóvenes y maduras consideran importantes todos los tipos de innovación (puntuaciones mayores a 3). Existen diferencias estadísticamente significativas que reflejan que para las empresas jóvenes es más importante la innovación en productos y servicios (ambas subcategorías), así como también los cambios en los procesos de producción en innovación de procesos y en las compras y aprovisionamiento en innovación en gestión.

Cuadro 6.4
Importancia de las innovaciones
Antigüedad de la empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Innovación en productos y servicios			
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,93	3,54	**
Comercialización nuevos productos/servicios	4,16	3,53	***
Innovación en procesos			
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,74	3,31	**
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,68	3,43	-
Innovación en gestión			
Organización y gestión	3,63	3,46	-
Compras y aprovisionamientos	3,68	3,20	***
Comercial/ventas	3,73	3,49	-

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 según el sector de actividad (cuadro 6.5) muestra que todos los sectores tienen presencia en innovación. Los cambios o mejoras en productos/servicios se presenta en un porcentaje de 80% o superior en casi todos los sectores, excepto en el sector primario (54,5%) y comercio (77,5%). El sector primario, es el que presenta el menor porcentaje de innovación, cualquiera sea el tipo de estas. En el tipo de innovación por comercialización de nuevos productos/servicios, las menores cifras corresponden al sector primario (54,5%) y construcción (44,4%). En innovación de procesos y gestión, existen diferencias estadísticamente significativas, donde es posible observar que el menor nivel de innovación corresponde al sector primario, con 54,5% en cambios o mejoras en los procesos de producción y con 63,6% en compras y aprovisionamientos.

Cuadro 6.5
Realización de innovaciones (%)
Sector de actividad

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Innovación en productos y servicios							
Cambios o mejoras en productos/servicios	54,5	80,0	88,9	77,5	85,6	95,2	*
Comercialización nuevos productos/servicios	54,5	86,2	44,4	81,2	74,6	71,4	**
Innovación en procesos							
Cambios o mejoras en los procesos de producción	54,5	89,1	100	83,1	82,4	76,2	*
Adquisición de nuevos bienes de equipo	63,6	76,9	88,9	74,6	77,3	81,0	-
Innovación en gestión							
Organización y gestión	63,6	86,4	100	80,3	83,9	71,4	-
Compras y aprovisionamientos	63,6	87,9	100	88,7	78,8	90,5	*
Comercial/ventas	63,6	87,7	77,8	87,3	81,4	85,7	-

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

En cuanto a la importancia de las innovaciones, considerando el sector de actividad de la empresa (cuadro 6.6), se aprecian diferencias significativas en el tipo de adquisición de equipos, donde hay una baja importancia de este tipo de innovación solo para el sector construcción (2,75). Todos los otros tipos de innovación, para todos los sectores, tienen un nivel de importancia alto (superior a 3), a excepción de la innovación en procesos e innovación en gestión (organización y gestión, y comercial/ventas) en el sector construcción.

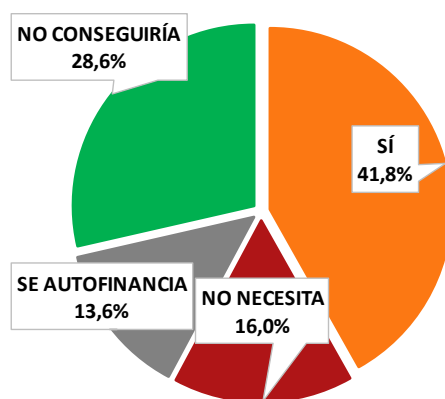
Cuadro 6.6
Importancia de las innovaciones
Sector de actividad

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Innovación en productos y servicios							
Cambios o mejoras en productos/servicios	3,83	3,67	3,25	3,80	3,90	3,85	-
Comercialización nuevos productos/servicios	3,83	4,13	3,25	3,98	3,88	4,07	-
Innovación en procesos							
Cambios o mejoras en los procesos de producción	3,50	3,81	2,78	3,69	3,54	3,56	-
Adquisición de nuevos bienes de equipo	3,29	3,70	2,75	3,89	3,37	4,06	*
Innovación en gestión							
Organización y gestión	3,00	3,68	2,89	3,68	3,52	3,80	-
Compras y aprovisionamientos	3,14	3,59	3,33	3,63	3,45	3,68	-
Comercial/ventas	3,43	3,81	2,86	3,77	3,53	3,67	-
Chi-Cuadrado de Pearson, Diferencias estadísticamente significativas: (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$; (-) no significativa							

7. Acceso a la financiación

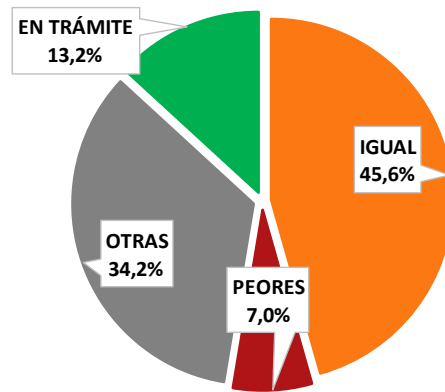
En este apartado se analiza el acceso a la financiación de las Pyme chilenas. En este sentido, en primer lugar, se ha preguntado si la empresa ha intentado acceder a líneas de financiación en la actualidad, así como la decisión del banco en caso de haberla solicitado. El gráfico 7.1 muestra que el 41,8% de las Pyme han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito. Un 16,0% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan, y un 13,6% no lo han solicitado porque se autofinancian. Por otra parte, el 28,6% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación, pese a necesitarlo, porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autoexcluyen.

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



El gráfico 7.2 muestra el resultado de las negociaciones entre las entidades de crédito y aquellas empresas que han intentado contratar líneas de financiación. Se puede apreciar que un porcentaje importante de los participantes (34,2%) declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no la han aceptado. Para un 13,2% la solicitud se encuentra en trámite. El resto de las solicitudes de financiación han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores (45,6%) o en peores condiciones (7%).

Gráfico 7.2 En caso de haberlo solicitado



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

A continuación, las diferencias en la solicitud y el acceso a la financiación se analizan considerando el tamaño, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa.

Considerando el tamaño de la empresa (cuadro 7.1), se aprecian diferencias estadísticamente significativas en cuanto al porcentaje de empresas que han intentado acceder a líneas de financiación de entidades de crédito. Así, en promedio, en torno al 50% de empresas pequeñas y medianas solicitaron financiación, frente a un 37,1% de las microempresas. Un gran porcentaje de estas últimas (31%) no la pide porque, pese a necesitarla, teme que no la obtendrá. Esta causa de autoexclusión es mucho menor en las empresas pequeñas (26%), e inexistente en las empresas medianas (0%), las cuales plantean como causa de no solicitar financiación el hecho de estar autofinanciándose y no necesitarla (así lo manifiesta el 37,5% de las empresas medianas).

Al analizar el panel B, que refleja el resultado de la solicitud de financiación, se observa que el factor tamaño no arroja resultados estadísticamente significativos. Los datos muestran que en torno al 40% de las empresas micro y pequeñas se les ha concedido la financiación en las mismas condiciones que en años anteriores (42,3% y 46,2%, respectivamente), y a casi un 30% de ellas no se les ha concedido financiación (29,6% y 28,2%, respectivamente). La situación cambia drásticamente para las empresas medianas, las cuales en su totalidad manifiestan que se les ha concedido la financiación en iguales condiciones que en periodos anteriores.

Cuadro 7.1
Financiación de la empresa
Tamaño de la empresa

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación				
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	37,1	53,4	50,0	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	17,1	12,3	12,5	*
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	14,8	8,2	37,5	
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	31,0	26,0	0,0	
Panel B. Acceso a la financiación				
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	42,3	46,2	100	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	7,0	7,7	0,0	
No han querido concederles la financiación (%)	29,6	28,2	0,0	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	5,6	7,7	0,0	
Está en trámite (%)	15,5	10,3	0,0	
Chi-Cuadrado de Pearson. Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa				

En cuanto a la antigüedad de la empresa, el cuadro 7.2 (panel A) muestra que las más antiguas son las que más solicitan créditos a las entidades financieras (46,6% frente al 39,3% de jóvenes). Resultan interesantes, nuevamente, las cifras que reflejan la autoexclusión, dado que un 29,4% de las empresas más jóvenes y un 27,3% de las maduras declaran no solicitar financiación por temor a no obtenerla. Ahora bien, al analizar la solicitud del crédito (panel B) el factor tamaño no muestra resultados estadísticamente significativos. Los datos señalan que a un 30,6% de las empresas jóvenes y a un 25% de las maduras, no se les ha concedido la financiación. Adicionalmente, un 45,8% y un 6,9% de las empresas jóvenes han obtenido financiación, las primeras en iguales condiciones que años anteriores y las segundas en condiciones más duras, frente al 47,5% y 5,0% de las empresas maduras.

Cuadro 7.2
Financiación de la empresa
Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación			
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	39,3	46,6	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	14,4	19,3	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	16,9	6,8	*
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	29,4	27,3	
Panel B. Acceso a la financiación			
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	45,8	47,5	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	6,9	5,0	
No han querido concederles la financiación (%)	30,6	25,0	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	4,2	10,0	
Está en trámite (%)	12,5	12,5	
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 de la empresa, no se aprecian diferencias significativas entre los sectores (cuadro 7.3), ni en la solicitud de financiación (panel A) ni en el resultado de dicha solicitud (panel B). Las cifras muestran que el sector industria y el sector comercio son los sectores donde las empresas realizaron menos solicitudes de financiación (35,4% y 35,7%, respectivamente). En el otro extremo se encuentran las empresas del sector primario, de las cuales un 54,5% solicitaron financiación a las entidades financieras. Por su parte, son las empresas del sector construcción, las que principalmente no solicitan financiación, pese a requerirla, por temor a no obtenerla (33,3%) (panel A). En cuanto al resultado de la solicitud, los datos muestran que un 75% de las empresas del sector construcción declaran haber recibido la financiación en iguales condiciones, y un 25% no aceptó la financiación dado que las condiciones se endurecieron (panel B).

Cuadro 7.3
Financiación de la empresa
Sector de actividad

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Panel A. Solicitud de financiación							
Sí, la empresa ha solicitado financiación (%)	54,5	35,4	44,4	35,7	47,0	42,9	
No, porque la empresa no está invirtiendo y no la necesita (%)	27,3	13,8	11,1	21,4	14,5	9,5	
No, porque la empresa se está autofinanciando y no la necesita (%)	0,0	20,0	11,1	20,0	6,8	19,0	-
No, porque pese a necesitarla la empresa teme no obtenerla (%)	18,2	30,8	33,3	22,9	31,6	28,6	
Panel B. Acceso a la financiación							
Se le han concedido con las mismas condiciones que en años anteriores (%)	33,3	38,1	75,0	69,6	33,3	62,5	
Se le han concedido, aunque las condiciones se han endurecido (%)	0,0	4,8	0,0	4,3	9,8	12,5	
No han querido concederles la financiación (%)	33,3	33,3	0,0	13,0	39,2	0,0	-
Se le han concedido pero la empresa no la ha aceptado porque las condiciones se han endurecido (%)	0,0	9,5	25,0	0,0	7,8	0,0	
La solicitud está en trámite (%)	33,3	14,3	0,0	13,0	9,8	25,0	

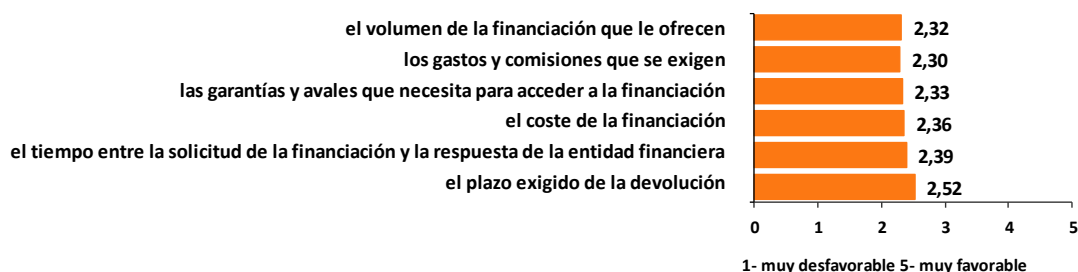
Chi-Cuadrado de Pearson.

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. En este sentido, es necesario evaluar los términos contractuales tales como costo y volumen de la línea de financiación, las comisiones y gastos de la operación, las garantías y avales que deben aportarse y el plazo de devolución de los recursos. Adicionalmente, se analiza un aspecto clave de la negociación como es el tiempo de respuesta de la entidad financiera. En este apartado, por tanto, se analiza la evolución de estos elementos a lo largo del año 2020, periodo de la pandemia (gráfico 7.3).

Usando una escala de 1 (muy desfavorable) a 5 (muy favorable), se observa que la mayoría de las condiciones presentan una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos con una evaluación menos desfavorable fueron el plazo exigido de la devolución, con una puntuación media de 2,52, y el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2,39). Por otra parte, los elementos evaluados con una evolución menos favorable han sido los gastos y las comisiones (2,30), y el volumen de la financiación ofrecida (2,32).

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



El tamaño de la empresa solo influye significativamente en cuanto al volumen de financiación que ofrecen las entidades financieras, a los gastos y comisiones exigidas y al vencimiento de la financiación (cuadro 7.4). Específicamente, se observa que el volumen de financiación ofrecido parece aumentar con el tamaño de la empresa, dado que las microempresas son las que reciben menos volumen de financiación de lo solicitado (2,24 puntos en una escala de 1 a 5), frente a las pequeñas (2,42) y medianas empresas (3,50). Comportamiento similar se observa en los gastos y las comisiones exigidas para la financiación (microempresas: 2,25 puntos; pequeñas empresas: 2,32; y medianas empresas: 3,50 puntos). De igual forma, respecto al vencimiento de la financiación, el plazo aumenta para las medianas empresas (3,63 puntos) en comparación al de las micro y pequeñas (2,43 puntos y 2,68 puntos, respectivamente). En el resto de las condiciones de financiación no se aprecian diferencias estadísticamente significativas.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,24	2,42	3,50	**
Los gastos y comisiones exigidos	2,25	2,32	3,50	**
Garantías y avales necesarios	2,28	2,39	3,35	-
El coste de la financiación	2,30	2,51	3,00	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,36	2,43	2,88	-
El vencimiento de la financiación	2,43	2,68	3,63	**

¹ En una escala de 1 = Muy desfavorable a 5 = Muy favorable
Diferencias estadísticamente significativas: (*): p<0,1; (**): p<0,05; (***): p<0,01; (-) no significativa

Al analizar la antigüedad de la empresa (cuadro 7.5), se observa un efecto limitado sobre la evolución de las condiciones de la financiación, dado que no se aprecian diferencias estadísticamente significativas en ninguna de las condiciones de financiación. En todo caso, los datos muestran puntajes más elevados en cada condición, para las empresas maduras.

Por su parte, el sector de actividad de la empresa sí es un factor que explica diferencias de comportamiento en las condiciones de financiación (cuadro 7.6), influyendo significativamente en cuanto a los gastos y comisiones exigidas, y a

las garantías y avales solicitados. Las empresas que muestran una evolución menos favorable en estas condiciones son las del sector primario, pero en general, las condiciones se presentan poco favorables.

Cuadro 7.5
Evolución las condiciones de la financiación¹
Antigüedad empresa

	Jóvenes (≤ 10 años)	Maduras (> 10 años)	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,24	2,54	-
Los gastos y comisiones exigidos	2,25	2,39	-
Garantías y avales necesarios	2,27	2,46	-
El coste de la financiación	2,33	2,43	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,33	2,49	-
El vencimiento de la financiación	2,49	2,56	-

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

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

Cuadro 7.6
Evolución las condiciones de la financiación¹
Sector de actividad

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Volumen de la financiación ofrecida	2,09	2,11	2,11	2,49	2,27	2,81	-
Los gastos y comisiones exigidos	1,73	2,06	2,11	2,44	2,30	2,86	*
Garantías y avales necesarios	1,55	2,19	2,56	2,40	2,31	2,95	*
El coste de la financiación	2,18	2,11	2,33	2,50	2,34	2,86	-
El tiempo de resolución de la solicitud	2,09	2,19	2,11	2,57	2,43	2,45	-
El vencimiento de la financiación	2,64	2,20	2,22	2,80	2,50	2,75	-

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

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

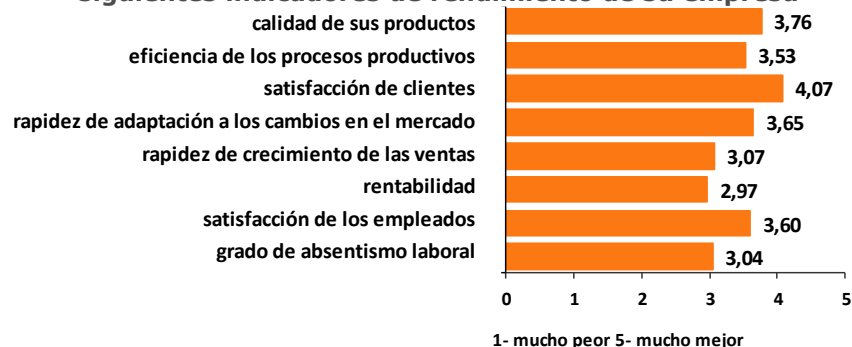
8. Indicadores de rendimiento

Existen diversas formas de medir el rendimiento de una empresa. Los que utilizan como input informativo los datos provenientes de la contabilidad, o los contruidos a partir de la percepción del gerente de la empresa respecto de su posición competitiva. La utilización de un tipo u otro tiene ventajas e inconvenientes cuya descripción no es objetivo del presente trabajo. Aunque no sean excluyentes, este apartado 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 "total desacuerdo" a 5 "total acuerdo") con las siguientes afirmaciones en comparación con sus competidores más importantes: ofrece productos de mayor calidad, dispone de procesos internos más eficientes, cuenta con clientes más satisfechos, se adapta antes a los cambios en el mercado, está creciendo más, es más rentable, tiene empleados más satisfechos y motivados, y finalmente, tiene menor absentismo laboral.

En el gráfico 8.1 se observa que los aspectos más favorables para las Pyme chilenas encuestadas son: la satisfacción de los clientes (4,07) y la calidad de sus productos (3,76). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos son: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,97), el grado de absentismo laboral (3,04) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,07). Todos los casos con valores cercanos a 3 (punto medio de la escala). En lugares más intermedios se sitúan: la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,65), la mayor satisfacción/motivación de los empleados (3,60) y la mayor eficiencia de los procesos productivos (3,53).

Gráfico 8.1
En comparación con sus competidores directos, indique su grado de acuerdo con los siguientes indicadores de rendimiento de su empresa



Al analizar el rendimiento según el tamaño de las Pyme (cuadro 8.1), no se encuentran diferencias significativas en ninguno de los factores estudiados. Tanto las empresas medianas, como las pequeñas y las microempresas presentan valores muy similares.

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

	Micro	Pequeñas	Medianas	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,77	3,76	3,75	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,55	3,53	3,38	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4,09	4,08	3,75	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,66	3,70	3,38	-
Está creciendo más	3,06	3,11	3,50	-
Es más rentable	3,00	2,91	3,00	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,57	3,72	3,63	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,00	3,14	3,50	-

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

En cuanto a la edad de la empresa (cuadro 8.2) se puede apreciar que las empresas jóvenes consideran estar mejor posicionadas que las empresas maduras respecto a la obtención de mayor rentabilidad (3,07). En los otros factores no se observan diferencias significativas, aunque en casi todos ellos, las empresas jóvenes presentan cifras levemente superiores a las empresas maduras, excepto en la variable absentismo laboral.

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

	Jóvenes	Maduras	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,81	3,72	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,54	3,53	-
Cuenta con clientes más satisfechos	4,14	3,96	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,69	3,58	-
Está creciendo más	3,16	2,92	-
Es más rentable	3,07	2,79	*
Tiene empleados más satisfechos/motivados	3,69	3,46	-
Tiene un menor absentismo laboral	3,03	3,13	-

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 (cuadro 8.3), los datos no muestran diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los indicadores. Pese a lo anterior, conviene mencionar que las empresas del sector construcción, destacan levemente por ofrecer productos de mayor calidad, disponer de procesos internos más eficientes, contar con clientes más

satisfechos y tener menor absentismo laboral. En tanto que, las empresas del sector primario presentan indicadores levemente favorables por crecer más, ser más rentables y tener empleados más satisfechos/motivados. Por último, los sectores de industria y comercio, se adaptan levemente mejor ante cambios en el mercado.

Cuadro 8.3
Rendimiento de las Pymes frente a sus competidores
Sector de actividad

	Primario	Industria	Constr.	Comerc.	Serv.	Otros	Sig.
Ofrece productos de mayor calidad	3,82	3,79	4,11	3,68	3,77	3,68	-
Dispone de procesos internos más eficientes	3,55	3,49	3,89	3,52	3,53	3,45	-
Cuenta con clientes más satisfechos	3,73	4,12	4,67	4,12	3,99	4,05	-
Se adapta antes a los cambios en el mercado	3,64	3,71	3,44	3,71	3,65	3,32	-
Está creciendo más	3,36	3,06	3,22	3,24	2,92	3,05	-
Es más rentable	3,18	3,08	2,78	3,06	2,86	2,81	-
Tiene empleados más satisfechos/motivados	4,10	3,71	3,56	3,68	3,49	3,35	-
Tiene un menor absentismo laboral	2,64	3,28	3,44	2,97	2,99	2,80	-

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

8. Resumen ejecutivo

En este apartado se presentan a modo de resumen las principales conclusiones de este estudio realizado a 303 empresas chilenas sobre el impacto económico de la crisis provocada por la pandemia COVID-19.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS:

- El 72,3% son microempresas, el 25% son pequeñas y el 2,7% son medianas.
- La antigüedad media de las empresas es de 9,24 años.
- El control de la gestión de las empresas es en su mayoría de tipo familiar. El 74,5% de las empresas están regidas en el entorno familiar.
- El 47,8% de las empresas están gestionadas por mujeres.
- El 64,5% de los directores o gerentes dispone de estudios universitarios.
- El 15,6% de las empresas está realizando teletrabajo. Y el 33,1% prevé utilizar en su organización el teletrabajo cuando finalice COVID-19.

IMPACTO ECONÓMICO DE LA CRISIS

Empleo: El 39,7% de las Pyme disminuyeron su empleo en 2020 en relación a 2019, un 42,5% lo mantuvo y un 17,8% lo aumentó. Las empresas que tuvieron un peor comportamiento en cuanto a la evolución del empleo en el año 2020 fueron las microempresas y pequeñas empresas, con un saldo de evolución negativo de empleo (-21,3% y -34,7%, respectivamente); las empresas del sector primario y de construcción (-54,5% y -50,0%, respectivamente); y las empresas maduras (-39,7%).

Respecto a las expectativas de empleo para 2021, no se observan diferencias significativas por tamaño de empresa ni por sector. Sin embargo, si se considera la antigüedad, el saldo de expectativas tiende a empeorar para las empresas jóvenes (-18,9%) y a mejorar, respecto al periodo anterior, para las empresas maduras (-5,7%). En ambos casos continúan siendo cifras negativas que señalan expectativas de disminución de empleo.

Ventas: La pandemia ha provocado importantes caídas en los ingresos de las empresas en Chile. El 61,8% estima que ha visto reducidas sus ventas en 2020, mientras que el 11,6% declara haberlas mantenido y un 26,6% las aumentó. El promedio de reducción de las ventas se situó en un -25,0%, caída que pone de manifiesto el negativo e importante impacto de la crisis en las empresas encuestadas. Las empresas donde tuvo un mayor impacto la caída de las ventas fueron las micro y pequeñas empresas, donde un 63,9% y 60,0% respectivamente, declaran haber visto reducidas sus ventas. Por su parte las medianas empresas muestran un desenlace más positivo, con un 62,5% de empresas que declaran haber aumentado sus ventas y sólo un 25% las redujo.

Respecto de las expectativas de ventas, tanto micro, pequeñas y medianas empresas declaran tener expectativas positivas y esperan principalmente un

aumento en sus ventas en ambos semestres. A mayor tamaño de la empresa, la expectativa de aumento en las ventas es a su vez más favorable, y las expectativas para el segundo semestre de 2021 mejoran respecto de las del primer semestre. Así, en el primer semestre el 52,4% de las empresas, en promedio, consideran que sus ventas aumentarán (75,9% para el segundo semestre), mientras que solo prevén que sus ventas disminuirán un 12,3% de las empresas en el primer semestre (6,6% 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 construcción, comercio e industria.

Indicadores económicos y financieros:

Nivel de facturación: el 66,4% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,51 (en una escala de 1 a 5).

Rentabilidad: el 66,7% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,43.

Productividad: el 66,2% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,41.

Realización de inversiones: el 63,5% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,49.

Nivel de deuda: el 60,7% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,37.

Nivel de liquidez: el 66,3% de las empresas se vio afectado negativamente, con un grado de impacto negativo de 3,42.

Al analizar el tipo de empresa, los datos muestran que la crisis COVID-19 ha impactado más negativamente a la pequeña empresa, las empresas maduras y las empresas del sector servicios.

De forma contraria, se puede ver que la pandemia ha beneficiado a algunas empresas. Así, el 55,6% de las empresas del sector construcción confirman que la crisis generó un impacto positivo sobre su facturación y rentabilidad, el 37% de las empresas del sector comercio confirman un impacto positivo en su productividad y un 30,1% en su nivel de liquidez.

Internacionalización:

El 8,9% de las empresas encuestadas realizó a lo largo de 2020 ventas a mercados internacionales. La intensidad media de las ventas a mercados internacionales sobre el total de las ventas de las empresas exportadoras fue del 34,4%.

La crisis ha afectado a la internacionalización de las empresas chilenas. En el 65,4% de las empresas internacionalizadas la crisis impactó negativamente en su nivel de facturación, con un grado de importancia de 3,29 (en una escala de 1 a 5). También se vio afectado el número de países de destino de la internacionalización. El 57,7% 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 2,73.

Contrariamente, la crisis influyó positivamente en determinadas empresas a lo largo del 2020. El 7,7% de las empresas señaló que su nivel de facturación en los mercados internacionales se incrementó (aunque con un grado muy bajo de impacto positivo, tan solo de 1,5 en una escala de 1 a 5). Además, el 3,8% de las empresas 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 COVID-19 ha impactado en las empresas principalmente en su cadena de suministros y en el endurecimiento de los plazos de pagos por parte de los proveedores (grado de importancia 3,66 y 3,09 respectivamente, en una escala de 1 a 5). Menos afectados han sido los plazos de pagos de los clientes que se han hecho más largos (2,54), la cancelación de pedidos por parte de los clientes (2,85) y el aumento de las pérdidas por impago de clientes (2,17).

Actividades operativas

Las actividades operativas más afectadas han sido que las empresas han tenido que modificar su oferta de productos o servicios para abordar nuevos clientes (3,55) y realizar cambios específicos a nivel operativo para adaptarse a la situación de la empresa (3,35), ambas con valoraciones sobre 3 en una escala de 1 a 5, presentándose una menor necesidad de bajar precios (2,77) y de aumentar la subcontratación de sus operaciones (1,81).

Actividades estratégicas

La crisis ha generado la necesidad de cancelar inversiones previstas de las empresas (3,14 en una escala de 1 a 5), seguido de la necesidad de adoptar medidas para gestionar la liquidez (2,91) y de generar planes de gestión de riesgos o de contingencias (2,26).

En la realización de actividades estratégicas según el tamaño, las empresas medianas son las que en mayor medida han elaborado planes específicos para gestionar sus riesgos (3,13), frente a las pequeñas (2,57) y las microempresas (2,12). También las pequeñas y medianas empresas, han adoptado medidas para gestionar la liquidez de la empresa (3,21 y 3,13 respectivamente) a diferencia de las micro (2,80); probablemente justificado por la capacidad de gestión y una administración profesional.

ACTIVIDAD INNOVADORA

La actividad innovadora de la Pyme en Chile se analizó distinguiendo entre innovación en productos, procesos y gestión. En innovación de productos se detectó que el 38,7% de las empresas encuestadas ha realizado cambios o mejoras en productos o servicios, y el 48,2% ha comercializado un nuevo producto o servicio. El grado de importancia de ambos tipos de innovación en productos es muy similar y alto (3,81 y 3,97 respectivamente, en una escala de 1 a 5).

La innovación en procesos, que representa la introducción de cambios o mejoras en los procesos de producción lo llevaron a cabo el 32,1% de las empresas, mientras que la adquisición de nuevos bienes de equipos la realizaron el 38,2%. Respecto a importancia o intensidad de la innovación, los datos muestran que las innovaciones de adquirir nuevos bienes de equipos (3,60) fue similar a los cambios o mejoras en los procesos de producción (3,62), ambas con valoraciones sobre 3, en una escala de 1 a 5.

En innovación en gestión, el 33,1% de las empresas realizó cambios en la organización relativos a dirección y gestión, el 30,8% en la sección de compras y el 33,1% en el departamento comercial o ventas. Según el grado de importancia de las innovaciones en gestión, la más relevante fue en el área comercial y ventas, con un valor de 3,65 en una escala de 1 a 5.

ACCESO A LA FINANCIACIÓN

El 41,8% de las Pyme han solicitado líneas de financiación de entidades de crédito, el 16,0% no han realizado la solicitud porque no lo necesitan y el 13,6% no lo han solicitado porque se autofinancian. Adicionalmente, el 28,6% declara que no han intentado acceder a líneas de financiación pese a necesitarlo porque creen que no lo conseguirían, es decir, se autoexcluyen.

Al analizar las Pyme que han solicitado líneas de financiación se aprecia que el 45,6% de las solicitudes han sido aceptadas por las entidades de crédito en las mismas condiciones que en años anteriores y el 7% han sido aceptadas, pero en peores condiciones. Mientras que un 34,2% de los participantes declaran que la entidad de crédito no ha querido concederles la financiación o ellos no lo han aceptado. Para un 13,2% la solicitud se encuentra en trámite.

Los datos muestran que un gran porcentaje de microempresas (31%) no solicita financiación porque, pese a necesitarla, teme que no la obtendrá. Esta causa de autoexclusión es mucho menor en las empresas pequeñas (26%), e inexistente en las empresas medianas (0%). De igual forma, resultan interesantes las cifras que reflejan la autoexclusión de las empresas más jóvenes (29,4%) y de las maduras (27,3%).

Adicionalmente, se pudo observar que la mayoría de las condiciones contractuales entre las entidades financieras y las Pyme presentan una evolución ligeramente desfavorable. Los elementos con una evaluación menos desfavorable fueron el plazo exigido de la devolución, con una puntuación media de 2,52, y el tiempo de respuesta de la entidad financiera (2,39). Por otra parte, los elementos evaluados con una evolución menos favorable fueron los gastos y las comisiones (2,30), y el volumen de la financiación ofrecida (2,32).

El tamaño de la empresa solo influyó significativamente en cuanto al volumen de financiación que ofrecen las entidades financieras, a los gastos y comisiones exigidas y al vencimiento de la financiación. Por su parte, el sector de actividad de la empresa es un factor que explica diferencias de comportamiento en las condiciones de financiación.

INDICADORES DE RENDIMIENTO

Los indicadores de rendimiento más favorables para las Pymes chilenas durante la pandemia en relación con sus competidores más directos fueron: la satisfacción de los clientes (4,07) y la calidad de sus productos (3,76). Contrariamente, los aspectos menos favorables en relación con sus competidores más directos fueron: la obtención de una rentabilidad adecuada (2,97), el grado de absentismo laboral (3,04) y la rapidez de crecimiento de las ventas (3,07). Todos los casos con valores cercanos a 3 (punto medio de la escala). En lugares más intermedios se situaron: la rapidez de la empresa para adaptarse a los cambios del mercado (3,65), la mayor satisfacción/motivación de los empleados (3,60) y la mayor eficiencia de los procesos productivos (3,53).

9. 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 sobre-reacción, tanto para la salud pública como para la economía.
- Boston Consulting Group (2020). Covid-19 BCG Perspectives. Facts, scenarios, and actions for business leaders.
- CaixaBank Research, 2020. Crisis Covid-19: un shock sin precedentes.
- Consejo General Economistas (2020). Impacto económico de la covid-19 sobre la empresa. Colección Estudios, junio 2020.
- Deloitte (2020). Impacto y Escenarios de recuperación en Consumo y Distribución.
- Donthu, N., & Gustafsson, A. (2020). Effects of COVID-19 on business and research. *Journal of Business Research*, 117(June), 284–289.
- FAEDPYME (2019). Informe Pyme España 2019. Análisis estratégico para el desarrollo de la Pyme en España: Riesgos e Incertidumbres. Edita FAEDPYME.
- 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 España la red está compuesta por las universidades de Cantabria, Murcia, Politécnica de Cartagena, Extremadura, Miguel Hernández, Castilla-La Mancha, Sevilla, Granada, Málaga, Salamanca, Complutense de Madrid, Las Palmas de Gran Canaria, la Universidad Internacional de la Rioja y la Universidad Politécnica de Valencia. 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, 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.