
EFFECTOS DE LA PANDEMIA POR COVID-19 EN EL SECTOR EXPORTADOR: SONDEO TRAS REAPERTURA ECONÓMICA

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE EXPORT SECTOR: STUDY SURVEYED AFTER ECONOMIC REOPENING

Darío Alfaro,¹ Daniel Choto,² Kathya Santos,³ Karla
Solórzano⁴ y Victoria Pérez⁵

RESUMEN

En 2020, la pandemia por COVID-19 generó estragos en las empresas y específicamente las exportadoras no fueron la excepción. En este siguiente artículo se presenta una contextualización de efectos causados a nivel mundial pasando por el regional y, finalmente, en un contexto nacional. En vista de esta situación, se llevó a cabo el sondeo a 25 empresas exportadoras; para eso se utilizó como técnica la encuesta virtual, con análisis los datos en el programa SPSS (siglas de Statistical Package for the Social Sciences: Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales), entre cuyas respuestas destacaron las de las grandes empresas del rubro de alimentos. El estudio destaca que el efecto para las empresas no fue negativo en su totalidad y que la relación con el cliente es el principal efecto negativo que dejó la pandemia. Finalmente, que los programas de financiamiento y la información del mercado son vitales para salir de dicha situación. Al final del estudio se proponen acciones de corto plazo como la preparación de proyectos productivos y comerciales para buscar financiamiento y, en el mediano plazo, la diversificación y la creación de centros de información comercial.

¹Doctorando en Gestión Pública y Ciencias Empresariales, maestro en Logística y licenciado en Mercadeo Internacional. Especialista en formulación y gestión de proyectos de internacionalización para la pequeña y mediana empresas. Director de Proyecto Gestoría para la Internacionalización de Pequeñas y Medianas Empresas (GAIN). Académico investigador en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA) y en la Universidad de El Salvador (UES), dalfaro@uca.edu.sv y alcides.alfaro@ues.edu.sv

²Licenciado en Mercadeo con experiencia en gestión de relación con clientes y en el área comercial como especialista en ventas corporativas para Guatemala y El Salvador. joseperezchoto10@gmail.com

³Licenciada en Mercadeo con experiencia en gestión del talento humano a nivel regional. kathya.santos@gmail.com

⁴Licenciada en Mercadeo con experiencia en el área de importaciones y logística en El Salvador y Guatemala. ksolorzano326@gmail.com

⁵Licenciada en Mercadeo con experiencia en gestión y desarrollo del talento humano. victoriaperez2502@hotmail.com

PALABRAS CLAVE: pyme, exportación e internacionalización.

ABSTRACT

In 2020, the COVID-19 pandemic wreaked havoc on companies and exporters were no exception. The following article presents a contextualization of effects caused globally through regional and finally in a national context. In view of this situation, the survey of 25 exporting companies was carried out, the virtual survey was taken as a technique, analyzing the data in the SPSS program (acronym for Statistical Package for the Social Sciences, Statistical Package for Social Sciences). highlighting in the responses large companies in the food industry. The study highlights that the effect for companies was not entirely negative and the relationship with the customer is the main negative effect left by the pandemic. Finally, financing programs and market information are vital to get out of this situation. At the end of the study, short-term actions are proposed, such as the preparation of productive and commercial projects to seek financing and, in the medium term, diversification and the creation of commercial information centers.

KEYWORDS: SME, exports and internationalization.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto a nivel mundial

A nivel global, los estragos causados por la pandemia denotan principalmente las consecuencias del confinamiento y cómo ha provocado impactos muy diversos en diferentes ámbitos de la realidad económica de El Salvador y del mundo. Ante esta situación, son las micro, pequeñas y medianas empresas las que han sufrido los mayores estragos del gran encierro, ya que son las que poseen menor cantidad de recursos. En este contexto, desde junio de 2020, El Salvador sufre un proceso de apertura económica entraria, puesta en marcha a finales del mes de agosto de 2020, según los planes de apertura económica presentados por el Ministerio de Economía de El salvador.

Según el Centro Internacional de Comercio (2020), la afectación económica de la pandemia también ha seguido un proceso; este se podría clasificar en cuatro fases por las que han caminado las empresas pequeñas y medianas a nivel global, comenzando por impactos del cierre de la economía, en el que sectores como el turismo, hostelería y entretenimiento fueron apagados completamente. Disturbios en la cadena de suministro, los cuales complicaron el abastecimiento y causaron irregularidades en la oferta de productos relacionados al cuidado del hogar y, principalmente, en la alimentación. Más recientemente, la baja demanda, consecuencia del aumento del desempleo y la preposición al ahorro que están llevando a empresas a financiamientos y a algunas a dejar de existir. Finalmente, la reactivación económica, la cual ha sido más rápida en países que han logrado contener mejor la pandemia, pero lenta en el resto.

Figura 1. Proceso de afectación económica de la enfermedad COVID-19



Nota: Elaboración propia con información del ITC

La encuesta COVID-19 y su impacto en los negocios, desarrollada por el Centro Internacional de Negocios (ITC), llevada a cabo entre los meses de abril y junio de 2020 a 2170 empresas en 121 países, muestra cómo el segmento de las micro (64%) y pequeñas (60%) empresas ha sido fuertemente afectado. Sin embargo, al hacer un análisis general, la encuesta plantea que el 55% del total de los negocios (desde pequeñas hasta grandes empresas) mencionan haber sido fuertemente afectadas.

Adicionalmente, se confirma que los sectores más afectados han sido turismo, alojamiento y restaurantes con un 76%; por otra parte, los sectores de la tecnología e información y las finanzas fueron los menos afectados con un 35% y 36% respectivamente. Un dato alarmante de la encuesta muestra cómo el 21% de las empresas encuestadas se estarían preparando para cerrar en 3 meses y 24% en el caso de empresas dirigidas por jóvenes. Respecto a la pregunta “¿Qué ayudas son las más reclamadas?”, la mayoría solicita la exención de impuestos o, al menos, medidas temporales de exención fiscal. Esto permite confirmar el bajo nivel de liquidez de las empresas versus la crisis de salud; sin embargo, no se limita únicamente a eso y, como se puede ver en la Figura 2, se extiende incluso a programas de empleabilidad para lograr retener empleos. Casos similares se notan en documentos presentados a niveles regional y nacional.

Figura 2. Ayudas demandadas por empresas

MICRO		PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
Programas de financiamiento	59%	la exención de impuestos o al menos medidas temporales de exención fiscal	64%	la exención de impuestos o al menos medidas temporales de exención fiscal	70%	la exención de impuestos o al menos medidas temporales de exención fiscal	71%
la exención de impuestos o al menos medidas temporales de exención fiscal	54%	Programas de financiamiento	61%	Programas de financiamiento	63%	Programas de financiamiento	64%
Apoyo a autónomos	36%	Subsidio a la renta	34%	Programas para retener empleo	37%	Programas para retener empleo	39%

Nota: Elaboración propia con información del ITC

En cuanto a las medidas de solución que han implementado las micro, pequeñas y medianas empresas encuestadas, resalta la reducción de empleos de manera temporal. Por otra parte, la gran empresa opta por el teletrabajo.

Figura 3. Medidas de solución implementadas por las empresas

MICRO		PEQUEÑA		MEDIANA		GRANDE	
Reducción temporal del empleo	34%	Reducción temporal del empleo	42%	Reducción temporal del empleo	40%	Teletrabajo	58%
Venta en línea	31%	Venta en línea	25%	teletrabajo	38	Reducción temporal del empleo	42%
Personalización de nuevos productos	20%	Teletrabajo	25%	Aumento de esfuerzos en mercadeo	26%	Aumento de esfuerzos en mercadeo	26%

Nota: Elaboración propia con información del ITC

¿En qué momento se podría esperar una recuperación?

Esta es la pregunta que se hacen muchos países, economías y empresas alrededor del mundo y, a pesar de la situación pandémica, algunos informes como el denominado “COVID-19 Perspectivas del BCG, Hechos, Escenarios y Acciones para líderes, presentado por el Boston Consulting Group” que presenta a 2023 como un año en el que el volumen de comercio se estabilizará a los niveles previos al COVID-19 a nivel global.

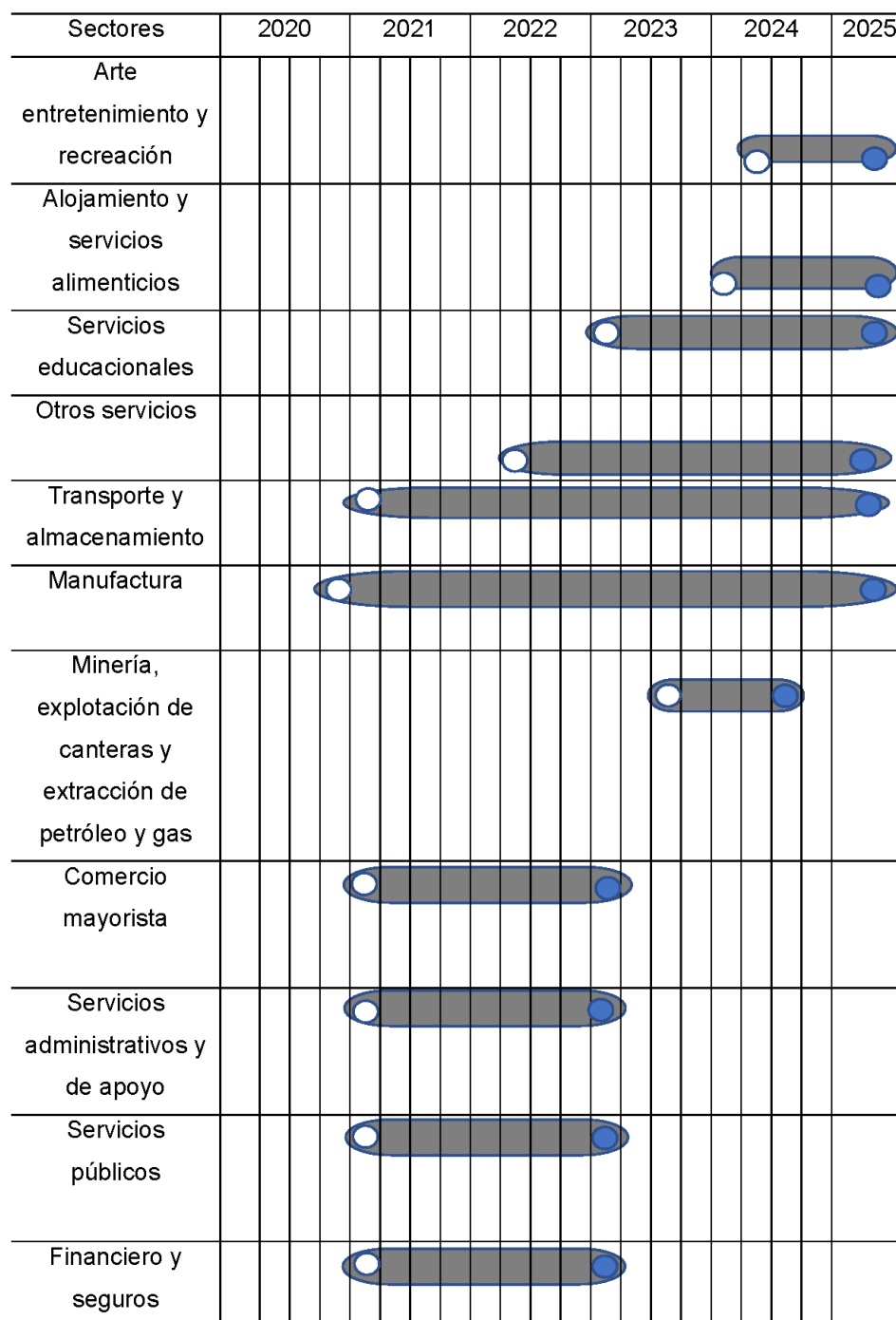
Esto hace sintonía con lo presentado por la consultora Mckinsey and Company, en su informe de Recuperación de Pequeños Negocios en Estados Unidos después del COVID, en el cual muestra, a través de la encuesta llevada a cabo a 2174 ejecutivos alrededor del mundo, durante el mes de junio, que tomará entre dos¹ y cinco² años para una recuperación a los niveles previos al COVID-19, de acuerdo con el importe de cada sector al Producto Interno Bruto.

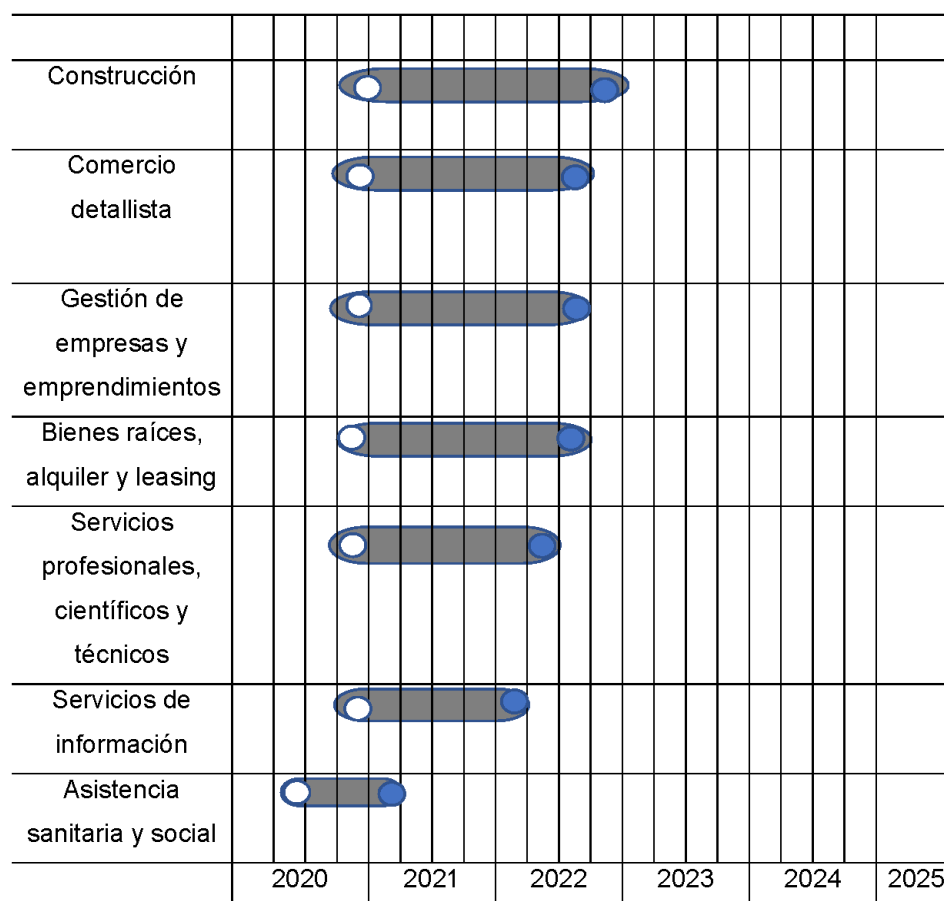
1 A los menos afectados.

2 A los más afectados.

Figura 4. Tiempo estimado de recuperación del aporte de cada sector al PIB

○ Escenario de virus controlado ● Escenario de recuperación





Nota: Oxford Economics, McKinsey analysis, McKinsey Global Institute analysis

El análisis de la figura 4 se dirige en dos vías: la primera es el periodo de activación y recuperación por sector; esto es importante porque El Salvador cuenta con un sector exportador que va dirigido principalmente al comercio detallista y al comercio minorista, por lo tanto, el sector podría presentar una mayor recuperación de sus ventas al exterior (lo cual, por ejemplo, implica el aumento de empleos) en el periodo de uno a dos años.

Adicionalmente, también la figura 4 muestra la activación de los empleos a raíz de las exportaciones, pero principalmente la activación de los empleos en Estados Unidos. Tema de crucial importancia, ya que el equilibrio de la balanza de pagos del país se da gracias a remesas y exportaciones. No solamente en términos de balanza de pago sino también en consumo para las empresas locales.

No se puede analizar la realidad empresarial sin analizar la nueva normalidad del consumidor. La investigadora de mercado The Nielsen Company, en su informe “Historia de dos shoppers” muestra cómo ha evolucionado la dinámica de los compradores en 2020, pronostica un decrecimiento de 11.5 millones de empleos solo a raíz del COVID-19, que impactan principalmente en jóvenes y mujeres. Esto terminará condicionando la demanda y provocando la existencia de un 59% de consumidores restringidos y 41% de consumidores con poder adquisitivo en el nivel y evolución de la población según estratos de ingreso per cápita. Además, es importante señalar que hay dinero disponible, pero las prioridades han cambiado; por ejemplo, el informe también plantea que los consumidores están ahorrando principalmente en el consumo fuera del hogar como la comida para llevar, paseos cortos, entretenimiento fuera de casa y vacaciones.

1.2 A nivel regional

En la región la situación no es muy cambiante: en una reciente encuesta de la consultora Deloitte denominada “¿Qué necesidades enfrentan las medianas empresas de Centroamérica y República Dominicana?”, desarrollada durante agosto de 2020 a 86 empresas, esta centra su foco de preocupación en los clientes y el tema financiero.

Respecto a los clientes, el 85% de los encuestados demuestran decrecimiento de sus ventas entre 10 y 50%. Lo anterior coincide sustancialmente con la información generada por el informe de situación de la empresa salvadoreña frente a la emergencia COVID-19 en donde 56% de los negocios activos en la actualidad ha experimentado una disminución por debajo del 50% del promedio de sus ventas mensuales. Un dato muy llamativo de la

Figura 5. Impacto de la enfermedad en costos y gastos

Impacto en costos y gastos	Comercio	Construcción	Servicios	Industria minería
Materia prima	=	=	=	=
Gastos de venta	+	=	=	+
Mercadotecnia y publicidad	-	-	-	=
Nómina y/ o mano de obra	-	-	-	=
Logística y distribución	=	-	=	+
Servicios	-	-	=	=
Inversión en maquinaria y equipos	-	-	-	=
Intereses y gastos financieros	=	-	=	=
Subió (+) se mantuvo (=) se redujo (-)				

Nota: Encuesta COVID-19 ¿Qué necesidades enfrentan las medianas empresas en Centroamérica y República Dominicana a raíz de esta crisis?

encuesta es el comercio electrónico, en el que se nota que un 65% no reporta incrementos en su facturación por comercio electrónico y solo un 35% los reporta.

Con relación al financiamiento, algo positivo a destacar es que el 58% de las empresas no ha reestructurado sus créditos con más deuda. En cuanto a costos, la erogación más afectada ha sido la que tiene que ver con los gastos de venta, como se demuestra en la figura 5.

Respecto a los cobros a clientes y pago a proveedores, también se reporta un aumento de los días de cobro y pago, debido a que el 55% de las empresas encuestadas denota un aumento en la tardanza de pago de sus clientes y eso ha repercutido en que el 45% reporte tardanza en los días de pago a proveedores. Finalmente, hablando de la continuidad del negocio, la encuesta es coherente con otras en las cuales se sitúa la posibilidad de recuperación y continuidad en dos años para los sectores de comercio y la industria, mientras que un año para construcción y servicios, pero iniciando en el primer trimestre de 2021.

Adicionalmente, la valoración que hace la Federación Centroamericana de Cámaras de Comercio (FECAMCO) a una muestra de 1079 empresas arroja resultados tales como que el 92% de estas empresas reportan bajas en sus ventas debido a las restricciones a nivel centroamericano; un 54% reporta bajas de más del 75% en sus ventas. Los impactos más mencionados han sido la afectación del flujo de caja, lo cual es consecuencia de la baja de ventas. Otro impacto mencionado es la reducción de operaciones y suspensión laboral. El 42% de la empresa reporta recortes de personal, mientras que un 52%, suspensión del personal. Entre los cambios para convivir con la enfermedad, la reducción de operaciones, medidas sanitarias y el teletrabajo. En cuanto a la relación con proveedores, el retraso en entregas, el desabastecimiento y el aumento de costos son las mencionadas con un 29%, 27% y 22%, respectivamente. Por último, en cuanto a la recuperación del negocio, al contrario de otros estudios, el tiempo de recuperación es más optimista, ya que el 49.7% de las mipymes encuestadas consideran que, máximo en un año, a partir de la reapertura, podrían recuperarse.

1.3 Nacional

A nivel local, en el estudio elaborado, en abril de 2020, por CONAMYPE denominado "Evaluación de impacto a las mype", participaron 3142 mypes de 45 actividades económicas distintas. Los hallazgos muestran que el 80% de los encuestados cerraron operaciones. El impacto principal ha sido el cierre temporal y la crisis por deuda con un 81% entre ambos; la necesidad más presentada es capital de trabajo y refinanciamiento, con un 78% entre ambas y las acciones a tomar por las mypes fueron esperar las acciones del gobierno y refinanciar la deuda con un 57% entre ambas.

En segundo lugar, el informe de impacto de la emergencia por COVID-19 en la economía de la MIPYME salvadoreña, resultados de la tercera encuesta empresarial entre los asociados de la gremial Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, elaborado en abril de 2020 a 467 empresas, presenta hallazgos diferentes en sentido del porcentaje de empresas que cerraron operaciones totalmente con un 49%. El 94% argumenta una disminución de ventas, el 77% presenta una disminución del 75% de sus ventas. El impacto principal ha estado en la baja de operaciones y afectación del flujo de caja con un 49% entre ambos; las acciones tomadas han sido reducción de operaciones e intensificar las medidas sanitarias con un 43% entre ambas.

Finalmente, el Informe Trimestral Índice de Confianza MYPE julio-septiembre 2020, elaborado por la Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI) a 384 empresas, presenta los factores que dificultan la buena marcha del negocio; entre los cuales se presentan los siguientes:

Figura 6. Factores que dificultan la marcha del negocio

Factor	Total en porcentaje
Dificultades financieras	39.28
Escasez de mercadería	26.86
Disposiciones del gobierno	22.35
Disminución de la demanda	21.90
Aumento de competencia	11.96
Situaciones familiares	2.93
Delincuencia	2.03

Nota: Elaboración propia con información de Informe Trimestral Índice de Confianza MYPE julio-septiembre 2020

1.3.1 Análisis del sector exportador

En El Salvador, a pesar de la cuarentena decretada por el presidente Nayib Bukele, las salidas y entradas de mercancía continuaban su curso en los puertos y aeropuertos con la única norma de aplicar las medidas de bioseguridad en los bienes que así lo requirieron. El gobierno actual aplicaba medidas que procuraran continuar satisfaciendo las necesidades de la población y, al mismo tiempo, mantener el dinamismo de la economía

nacional sin frenar las principales actividades que pudieran interferir con este propósito. Apesar de esto, era inevitable frenar la caída del comercio exterior en algunos sectores o en algunos productos en específico, especialmente a partir del momento en que el señor presidente ordenó el cierre de empresas productoras y exportadores de productos no catalogados como de primera necesidad.

Con el confinamiento y el cierre de muchos sectores productivos, la demanda y oferta hacia el exterior también decayeron. Según el BCR, la reducción en la capacidad de producción y en la demanda externa generaron una caída de 23.6% en el crecimiento de las exportaciones de bienes, acumulada al mes de mayo (2020).

Para agosto 2020, las exportaciones totales de El Salvador fueron de \$3,093.3 millones, una disminución de \$984.7 millones respecto del mismo período de 2019. La variación entre los dos años fue de -24.1%, mientras que las exportaciones cayeron 5,1%. Respecto a julio de 2020, las exportaciones en agosto sufrieron una baja del -7,3%, equivalente entre \$465.1 a \$431.4 millones.

Si se tienen en cuenta las exportaciones de la última semana de agosto de 2020, hay un límite inferior; recordemos que, en las empresas, este mes incluye una semana de vacaciones. Teniendo en cuenta que la actividad económica y el inventario aumentarían a finales de ese mes, se estimaba una mejora para septiembre.

En agosto de 2020, las importaciones totales de bienes de El Salvador ascendieron a \$6.616.0 millones, una disminución de \$1.453.5 respecto al mismo período de 2019, con una variación interanual de -18,0%.

Los proveedores más importantes de mercadería son Estados Unidos, valorado en \$1,783.5 millones; República Popular China, con \$959.4 millones; Guatemala, con \$774.0 millones; México, con \$593.3 millones; Honduras, con \$412.0 millones y Nicaragua, con \$269.3 millones; estos países representaron el 72.4% del total de las importaciones (BCR, 2020).

Según el BCR, desde la reapertura económica en septiembre posterior a la cuarentena, la tasa de exportación creció, aunque se vio paralizada por el poco abastecimiento en noviembre a causa de los desastres naturales que estaban afectando a los países vecinos, Guatemala y Honduras (BCR, 2021).

La mayor tasa de crecimiento mensual en exportaciones se dio en diciembre con \$499.2 millones, debido a que se poseía la capacidad productiva necesaria y se podía satisfacer

la demanda externa. Nueve de los 32 sectores de la economía exportadora salvadoreña finalizaron el año con crecimientos positivos de \$60.5 millones respecto a 2019; entre ellos, la elaboración de productos alimenticios, farmacéuticos, químicas medicinales, botánicos, entre otros.

Algunos países que demandaron e incrementaron sus compras de bienes salvadoreños fueron Corea del Sur, República Popular China, Alemania, Holanda, Perú y 16 más, durante 2020. Además, los grupos de bienes que superaron los \$10 millones de crecimiento en sus exportaciones fueron los artículos confeccionados, insecticidas, raticidas y demás antirroedores, fungicidas, herbicidas y similares, el refinado de azúcar, medicamentos terapéuticos y la bisutería.

El Salvador logró cerrar con un incremento en sus exportaciones por un valor de \$5,030.1 millones a lo largo del año 2020 y no precisamente reflejado en los primeros meses antes de la cuarentena obligatoria por la pandemia COVID-19, sino en el último mes del año posterior a la parálisis de operaciones entre marzo y agosto del mismo año.

Por otro lado, según el BCR en el transcurso del primer trimestre del presente año (2021), El Salvador exportó un total de \$1,601.0 millones, cifra superior en \$147 millones comparado con el mismo período del año anterior (2020), lo que equivale a un crecimiento interanual de 10.1%. A su vez, de los sectores exportadores, el 75% tuvo un alza en sus tasas de crecimiento con un aporte adicional de \$160.1 millones (BCR, 2021).

Este incremento se dio a través de la exportación de productos refinados de petróleo, la fabricación de textiles, fabricación de prendas de vestir y la maquila, sumando un total de \$107.7 millones donde los países que tuvieron la mayor demanda de insumos salvadoreños fueron EE. UU., Guatemala, Honduras, Nicaragua y Corea del Sur, los cuales representan el 82.5% total de las exportaciones para el mes de marzo.

Los principales productos exportados en el trimestre fueron las camisetas de punto, los suéteres y similares, el azúcar de caña, los envases plásticos y los chips o condensadores eléctricos que, en conjunto, representan el 30.6% del total; es decir, \$489.2 millones.

Diferentes criterios económicos a nivel mundial son favorables para la restauración del comercio internacional en el corriente año y los siguientes, en especial el crecimiento de EE.UU. y otros socios comerciales latinoamericanos que podrían contribuir positivamente a las exportaciones salvadoreñas en los próximos meses.

2. METODOLOGÍA

La investigación tuvo como objetivo realizar un diagnóstico del impacto que tuvo la pandemia COVID-19 sobre el sector exportador, que les permita a las empresas exportadoras de El Salvador reajustar su proceso de exportación. Respecto a la delimitación del estudio, abarcó empresas de las zonas geográficas del oriente, occidente y centro del país. Es muy importante aclarar que, como todo diagnóstico y, en este caso sondeo, es una fotografía de un momento de 2020, ese momento en estudio son los meses de reapertura de la economía los cuales abarcan desde agosto hasta diciembre de 2020. El estudio llevo a cabo un muestreo no probabilístico. En este tipo de muestreo las muestras no son representativas por el tipo de selección, son informales o arbitrarias y se basan en supuestos generales sobre la distribución de las variables en la población (Scharager & Reyes, p. 1). En consecuencia, la elección de las empresas exportadoras no dependió de la probabilidad; si no de las disponibilidad y acceso de la información que permitió hacer el muestreo. Por lo tanto, no todas las empresas sujetas a investigación tuvieron la misma probabilidad de ser seleccionadas. Dentro de los diferentes tipos de muestreo no probabilístico se usó el muestro por conveniencia o intencional. Este consistió en la selección de métodos no aleatorios de una muestra cuyas características fueron similares a las de la población objetivo o seleccionar directa e intencionadamente los individuos de la población (Lastra, 2016, p. 4). Por tal razón, se utilizaron como muestra las empresas exportadoras con las que se tenga acceso a la información solicitada. Aunque metodológicamente se obtuvo una muestra, el alcance del estudio es más cercano a un sondeo por el tamaño de la muestra que se obtuvo.

El estudio tuvo como unidad de análisis las micro, pequeñas, medianas y grandes empresas y como unidad de encuesta a jefes, supervisores, coordinadores o encargados del área de exportación/importación, comercialización internacional, logística o ventas internacionales de las empresas exportadoras salvadoreñas. Para el análisis se usó como técnica de investigación la encuesta y como instrumento el cuestionario, la cual se realizó de manera virtual a las empresas exportadoras de El Salvador. La base de empresas para encuestar tuvo como fuente el directorio de exportadores de PROESA del año 2019. Es muy importante destacar que la estructura de la encuesta es una adaptación local de la encuesta, “Impacto de la crisis de la COVID-19 sobre la empresa exportadora española”, realizada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del gobierno de España.

Entre limitantes del estudio se menciona que, aunque se trató de conseguir una muestra representativa, se obtuvo poca respuesta por parte de las empresas a participar en el estudio; en consecuencia, el mismo presenta características más cercanas a un sondeo.

2.1 Detalle de la muestra

Total del universo (empresas asociadas a la exportación dentro de El Salvador): 1,899 (Mejía & López Larios, 2019, p. 16).

Tabla 1. Empresas asociadas a la exportación en El Salvador

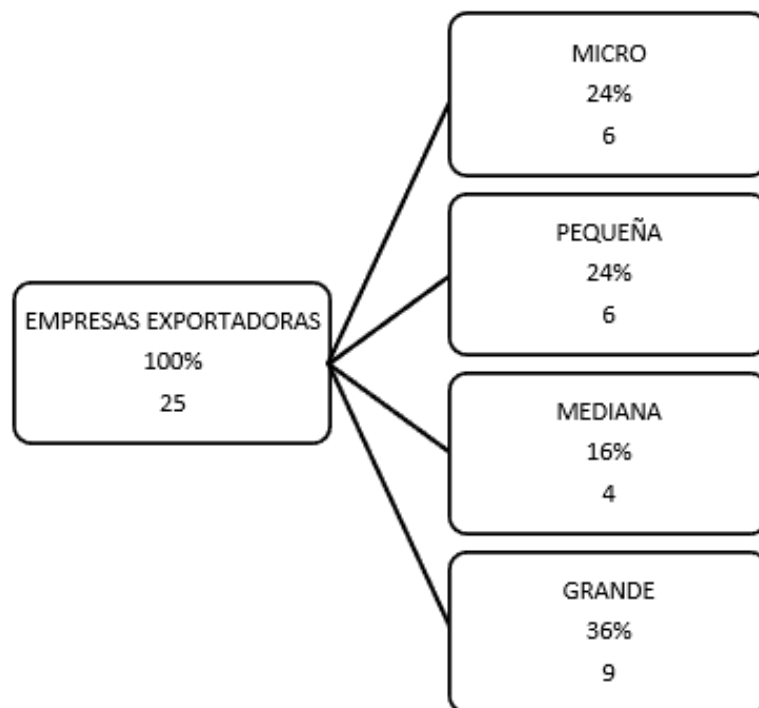
EMPRESAS ASOCIADAS A LA EXPORTACIÓN					
PAÍS	MICRO	PEQUEÑA	MEDIANA	GRANDE	TOTAL
El Salvador	512	707	261	419	1899

Nota: Elaboración propia del equipo investigador

Debido a que la investigación se realizará bajo el muestreo por conveniencia no probabilístico, la muestra será tomada de forma aleatoria sobre 25 empresas exportadoras que representan el 1.3% del universo total desglosados de la siguiente forma:¹

2.2 Distribución muestral

Figura 7. Distribución muestral



¹Salvo que se precise lo contrario, todos los gráficos y tablas fueron elaborados por el equipo investigador.

3. RESULTADOS

Pregunta de clasificación 1: ¿Cuál es el sector principal de exportación de su empresa?

Tabla 2. Sector de exportación

Sector principal de exportación	Frecuencia	%
Alimentación y bebidas	12	48%
Artesanías	3	12%
Químicos y Farmacéuticos	2	8%
Metalmecánica	2	8%
Textil	1	4%
Pieles y Cueros	1	4%
Otras Manufacturas	1	4%
Maquinaria y Aparatos Mecánicos	1	4%
Confección	1	4%
Café, Té y especias	1	4%
Total	25	100%

Figura 8. Sector de exportación

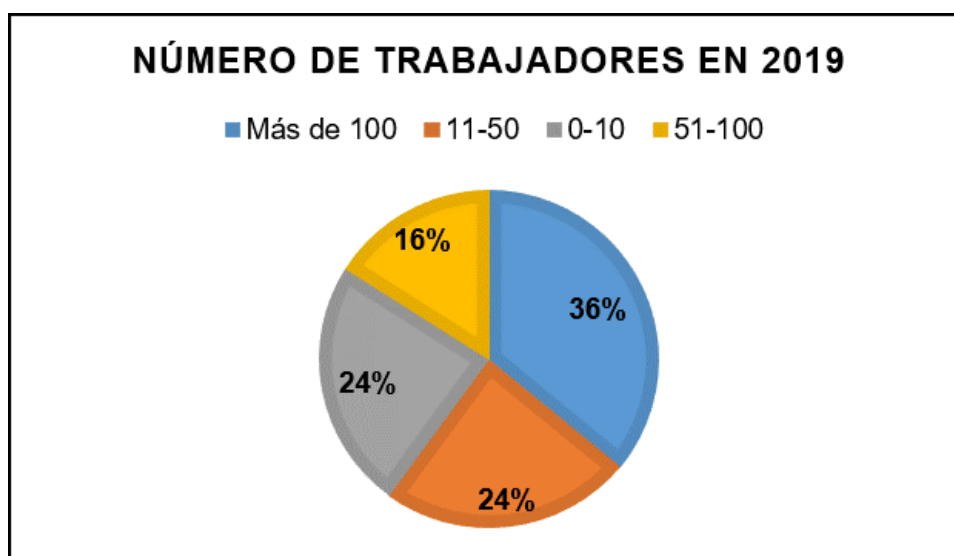


Pregunta de clasificación 2: ¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?

Tabla 3. Número de empleados

Número de trabajadores en 2019	Frecuencia	%
Más de 100	9	36%
11-50	6	24%
0-10	6	24%
51-100	4	16%
Total	25	100%

Figura 9. Número de empleados



Pregunta 1: ¿Cuál fue la cuota de exportación sobre la facturación total de su empresa en 2019?

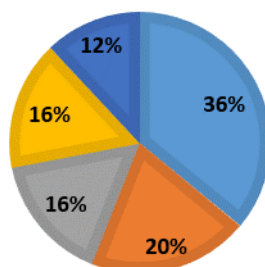
Tabla 4. Cuota de exportación sobre facturación

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿Cuál fue la cuota de exportación sobre la facturación total de su empresa en 2019?	>60%	0	0%	1	17%	4	10%	4	44%	9	36%
	10-20%	1	17%	2	33%	0	0%	2	22%	5	20%
	41-60%	1	17%	1	17%	0	0%	2	22%	4	16%
	<10%	3	50%	1	17%	0	0%	0	0%	4	16%
	21-40%	1	17%	1	17%	0	0%	1	11%	3	12%
	Total	6	100%	6	100%	4	100%	9	100%	25	100%

Figura 10. Cuota de exportación sobre facturación

CUOTA DE EXPORTACIÓN SOBRE LA FACTURACIÓN TOTAL DE LA EMPRESA EN 2019

■ >60% ■ 10-20% ■ 41-60% ■ <10% ■ 21-40%

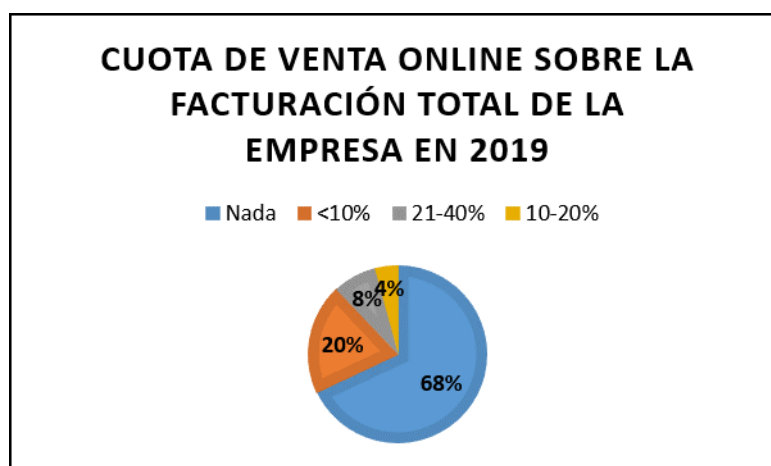


Pregunta 2: ¿Cuál fue la cuota de venta online sobre la facturación total de su empresa en 2019?

Tabla 5. Venta online sobre facturación total

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿Cuál fue la cuota de venta online sobre la facturación total de su empresa en 2019?	Nada	5	83%	4	67%	2	50%	6	67%	17	68%
	<10%	1	17%	0	0%	2	50%	2	22%	5	20%
	21-40%	0	0%	1	17%	0	0%	1	11%	2	8%
	10-20%	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	1	4%
	Total	6	100%	6	100%	4	100%	9	100%	25	100%

Figura 11. Venta online sobre facturación total

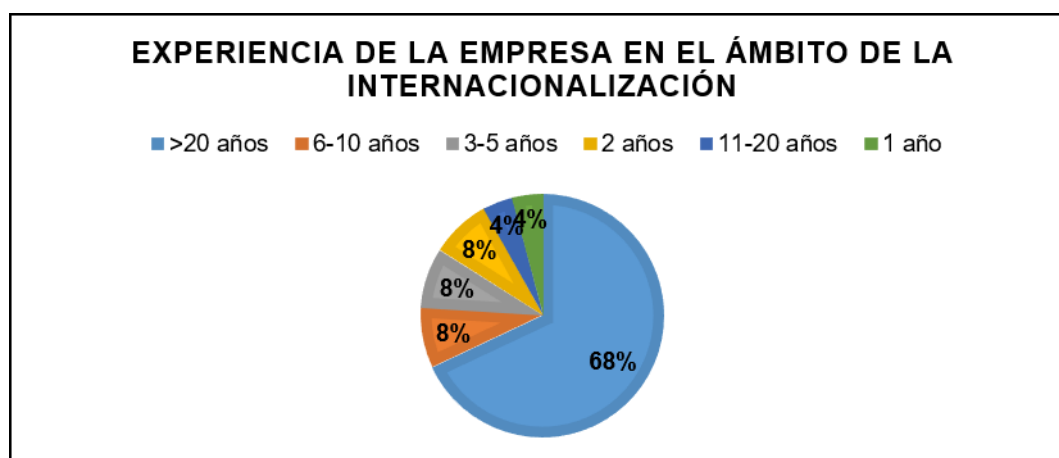


Pregunta 3: ¿Qué experiencia tiene su empresa en el ámbito de la internacionalización?

Tabla 6. Experiencia en internacionalización

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿Qué experiencia tiene su empresa en el ámbito de la internacionalización?	>20 años	2	33 %	4	67 %	3	75 %	8	89 %	17	68 %
	6-10 años	0	0%	0	0%	1	25 %	1	11 %	2	8%
	3-5 años	1	17 %	1	17 %	0	0%	0	0%	2	8%
	2 años	2	33 %	0	0%	0	0%	0	0%	2	8%
	11-20 años	0	0%	1	17 %	0	0%	0	0%	1	4%
	1 año	1	17 %	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%
	Total	6	100 %	6	100 %	4	100 %	9	100 %	25	100 %

Figura 12. Experiencia en internacionalización

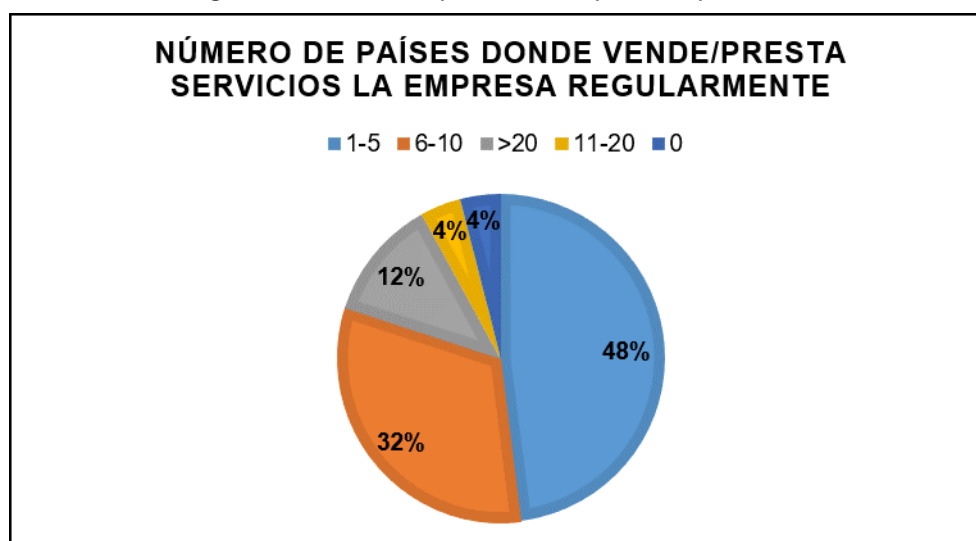


Pregunta 4: ¿En cuántos países vende/presta servicios su empresa regularmente?

Tabla 7. Número de países en los que tiene presencia

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿En cuántos países vende/presta servicios su empresa regularmente?	1-5	5	83 %	2	33 %	2	50 %	3	33 %	12	48 %
	6-10	0	0%	3	50 %	0	0%	5	56 %	8	32 %
	>20	0	0%	1	17 %	2	50 %	0	0%	3	12 %
	11-20	0	0%	0	0%	0	0%	1	11 %	1	4%
	0	1	17 %	0	0%	0	0%	0	0%	1	4%
	Total	6	100 %	6	100 %	4	100 %	9	100 %	25	100 %

Figura 13. Número de países en los que tiene presencia

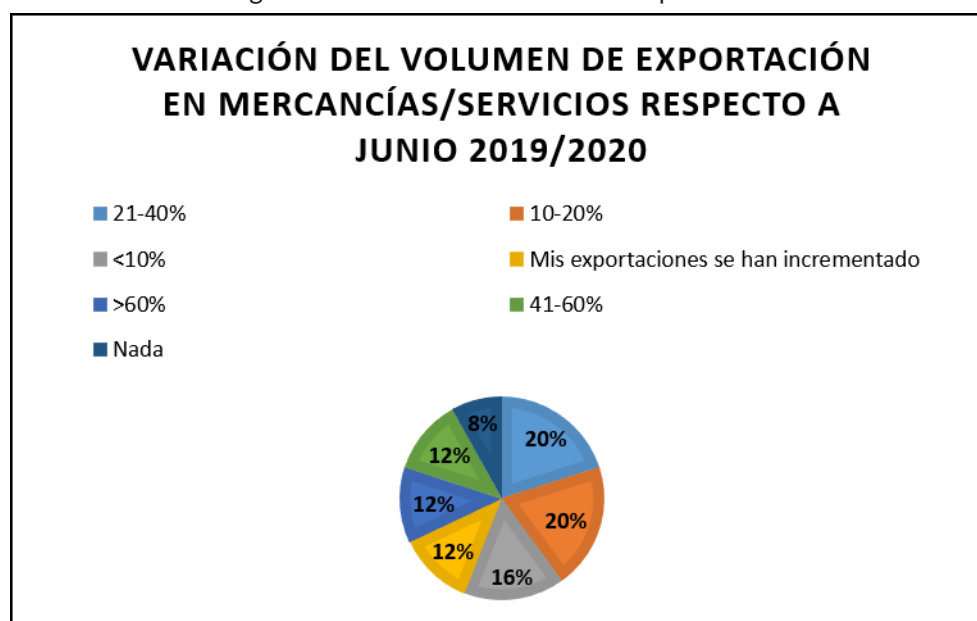


Pregunta 5: ¿Qué porcentaje ha variado su volumen de exportación en mercancías o servicios durante junio con relación al volumen exportado en el mismo periodo para 2019 a causa del impacto de la emergencia nacional COVID-19?

Tabla 8. Variación en volumen de exportación

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿Qué porcentaje ha variado su volumen de exportación en mercancías o servicios durante junio con relación al volumen exportado en el mismo periodo para 2019 a causa del impacto de la emergencia nacional COVID-19?	21-40%	2	33%	2	33%	0	0%	1	11%	5	20%
	10-20%	1	17%	1	17%	2	50%	1	11%	5	20%
	<10%	0	0%	2	33%	1	25%	1	11%	4	16%
	Mis exportaciones se han incrementado	1	17%	0	0%	0	0%	2	22%	3	12%
	>60%	1	17%	1	17%	0	0%	1	11%	3	12%
	41-60%	0	0%	0	0%	1	25%	2	22%	3	12%
	Nada	1	17%	0	0%	0	0%	1	11%	2	8%
	Total	6	100%	6	100%	4	100%	9	100%	25	100%

Figura 14. Variación en volumen de exportación

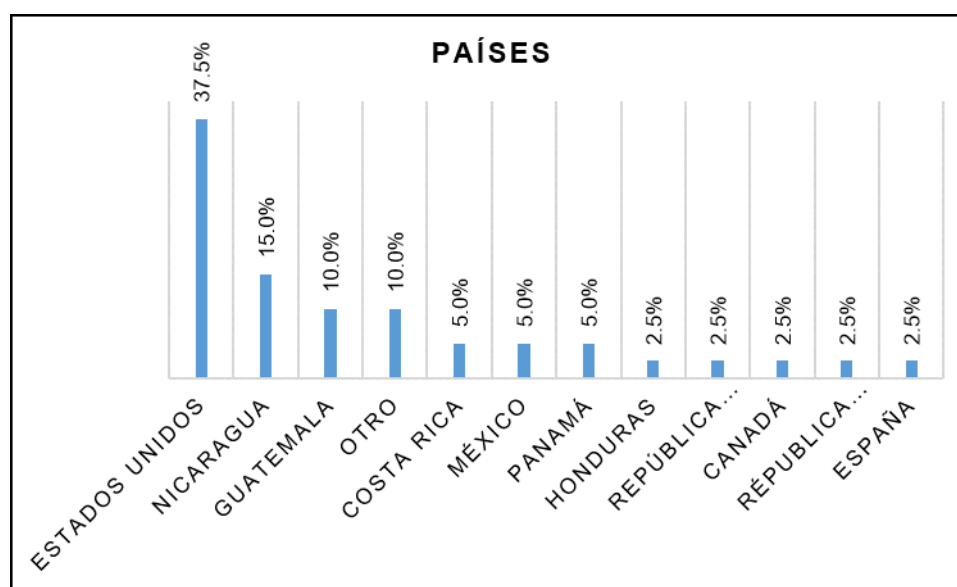


Pregunta 6: ¿En qué países ha tenido lugar una mayor caída de la exportación en ese período? (marcar las que procedan).

Tabla 9. Países con mayor caída de exportaciones

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿En qué países ha tenido lugar una mayor caída de la exportación en ese período? (marcar las que procedan)	Estados Unidos	5	83%	4	67%	1	25%	5	56%	15	60%
	Nicaragua	0	0%	1	17%	1	25%	4	44%	6	24%
	Otro	1	17%	0	0%	2	50%	1	11%	4	16%
	Guatemala	0	0%	2	33%	0	0%	2	22%	4	16%
	Panamá	0	0%	0	0%	0	0%	2	22%	2	8%
	México	0	0%	1	17%	0	0%	1	11%	2	8%
	Costa Rica	0	0%	0	0%	0	0%	2	22%	2	8%
	España	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	1	4%
	República Popular de China	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	1	4%
	Canadá	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	1	4%
	República Dominicana	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	1	4%
	Honduras	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	1	4%
	Total	6		4							
		6	+100%	6	+100%	4	+100%	9	+100%	25	+100%

Figura 15. Países con mayor caída de exportaciones



Pregunta 7: Señale los efectos que ha tenido la COVID-19 sobre su actividad exportadora e importadora: (puede marcar más de una opción).

Tabla 10. Efectos sobre actividad exportadora

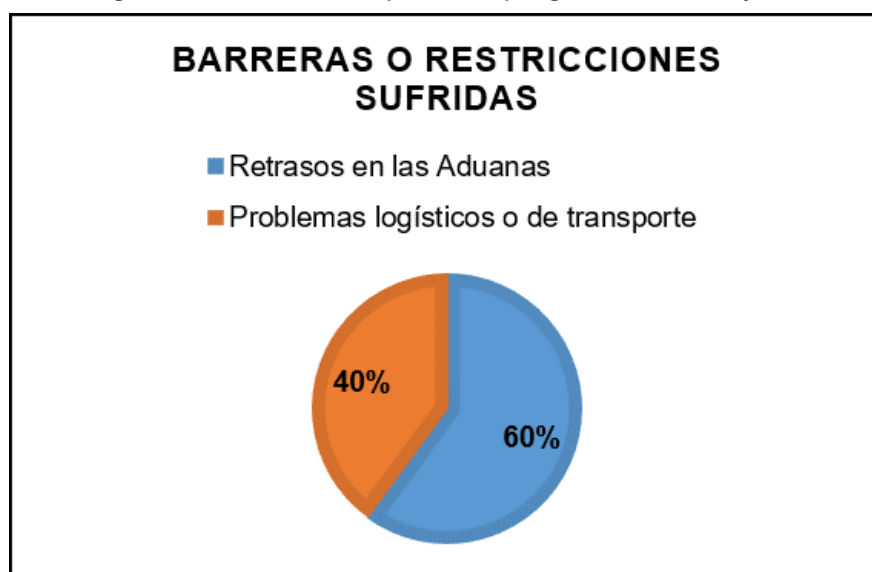
		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Señale los efectos que ha tenido la COVID-19 sobre su actividad exportadora e importadora: (puede marcar más de una opción)	Reducción de ventas	4	67%	6	100%	1	25%	4	44%	15	60%
	Aprovisionamiento de materias primas y/o de productos intermedios	0	0%	1	17%	4	100%	5	56%	10	40%
	Dificultad para la producción	3	50%	1	17%	1	25%	5	56%	10	40%
	Dificultades de logística y transporte a escala internacional	0	0%	3	50%	3	75%	3	33%	9	36%
	Insuficiencia de stocks	3	50%	2	33%	0	0%	4	44%	9	36%
	Paralización temporal de la actividad de la empresa	3	50%	1	17%	0	0%	4	44%	8	32%
	Aumento de/ nuevas barreras comerciales o restricciones regulatorias	1	17%	2	33%	3	75%	2	22%	8	32%
	Dificultades de logística y transporte a escala nacional	3	50%	1	17%	0	0%	1	11%	5	20%
	Imposibilidad de cumplir con sus contratos	1	17%	0	0%	0	0%	4	44%	5	20%
	Acceso a clientes nuevos	1	17%	2	33%	1	25%	1	11%	5	20%
	Dificultad/imposibilidad de mantener contactos comerciales con clientes	1	17%	2	33%	0	0%	2	22%	5	20%
	Dificultad para la gestión administrativa	2	33%	1	17%	1	25%	0	0%	4	16%
	Anulación de pedidos	1	17%	0	0%	0	0%	2	22%	3	12%
	Aumento de ventas	0	0%	0	0%	0	0%	3	33%	3	12%
	Total	6	100%	6	100%	4	100%	9	100%	25	100%

Pregunta 8: Indique cuáles barreras o restricciones a la importación ha sufrido:

Tabla 11. Barreras a la importación por gobiernos extranjeros

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Indique cuáles barreras o restricciones a la importación ha sufrido	Retrasos en las Aduanas	1	100%	0	0%	0	0%	2	67%	3	60%
	Problemas logísticos o de transporte	0	0%	1	100%	0	0%	1	33%	2	40%
	Total	1	100%	1	100%	0	0%	3	100%	5	100%

Figura 16. Barreras a la importación por gobiernos extranjeros



Pregunta 9: ¿Qué consecuencias financieras ha experimentado su empresa? (puede señalar varios).

Tabla 12. Consecuencias financieras

		¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?									
		0-10		11-50		51-100		Más de 100		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
¿Qué consecuencias financieras ha experimentado su empresa? (puede señalar varios)	Retraso en los pagos por parte de los clientes	3	50%	5	83%	2	50%	7	78%	17	68%
	Retraso en los pagos a proveedores	2	33%	2	33%	1	25%	5	56%	10	40%
	Problemas de pago de responsabilidad financieras	4	67%	2	33%	1	25%	2	22%	9	36%
	Otro	2	33%	0	0%	2	50%	1	11%	5	20%
	Total	11		9		6		15		41	
		6	+100%	6	+100%	4	+100%	9	+100%	25	+100%

Pregunta 10: Para hacer frente a los efectos de la crisis del COVID-19, señale de la siguiente lista los instrumentos de apoyo a la internacionalización que considera prioritario reforzar.

Tabla 13. Instrumentos de apoyo prioritarios

	¿Cuántos trabajadores tuvo en 2019?													
	0-10			11-50			51-100			Más de 100			Total	
	F	%		F	%		F	%		F	%		F	%
Para hacer frente a los efectos de la crisis del COVID-19, señale de la siguiente lista los instrumentos de apoyo a la internacionalización que considera prioritario reforzar.	Facilitar el acceso de su empresa a diversas fuentes de financiación / líneas de liquidez	3	50%	1	17%	2	50%	6	67%	12	48%			
	Acceso a contactos de potenciales clientes o socios locales en el mercado de destino	4	67%	4	67%	0	0%	3	33%	11	44%			
	Asistencia Técnica personalizada	3	50%	2	33%	0	0%	4	44%	9	36%			
	Apoyo en acciones de promoción (ferias, misiones.) principalmente con medios digitales	1	17%	3	50%	1	25%	3	33%	8	32%			
	Acceso a información especializada de mi sector de actividad en el mercado de destino	0	0%	2	33%	3	75%	0	0%	5	20%			
	Apoyo logístico	0	0%	1	17%	2	50%	1	11%	4	16%			
	Apoyo en el desarrollo de una estrategia interna de digitalización y fomento del comercio online	1	17%	1	17%	0	0%	2	22%	4	16%			
	Acceso a formación y capacitación del capital humano en internacionalización	1	17%	0	0%	2	50%	1	11%	4	16%			
	Campañas para mejorar la imagen internacional de El Salvador	0	0%	0	0%	0	0%	3	33%	3	12%			
	Cobertura de riesgos inherentes al comercio internacional	1	17%	1	17%	0	0%	1	11%	3	12%			
	Consultoría personalizada	3	50%	0	0%	0	0%	0	0%	3	12%			
	Incorporación de pasantes	1	17%	0	0%	0	0%	1	11%	2	8%			
Información general	1	17%	0	0%	0	0%	1	11%	2	8%				
Atracción de inversión extranjera	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	1	4%				
Total	20	+100%	6	+100%	4	+100%	9	+100%	25	+100%				

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Frente a los resultados presentados en el presente sondeo es importante resaltar cómo los resultados presentan características consistentes y algunas incluso contradictorias a lo que se podría presuponer.

Inicialmente se creía que se tendría una disponibilidad mayor por parte de la mipyme; sin embargo, el estudio arrojó mayor participación de la gran empresa. Entre los principales resultados, consistentes con la situación de baja venta durante la cuarentena, se encuentra que el 40% de los encuestados soportaron una baja de entre 10% y 40% en sus ventas de exportación. Empero, es importante resaltar que hay un 12% que aumentó sus ventas. La actividad predominante dentro de la investigación es la industria, en la que el sector más repetitivo es el de alimentos y bebidas que, por ser este un bien de primera necesidad, se creería que no habría sido afectado de manera negativa por la pandemia COVID-19; sin embargo, únicamente 2 de estas 12 empresas percibieron un aumento dentro de sus exportaciones, las 10 restantes se vieron negativamente impactadas entre un 20% y 40%, en su mayoría.

La mayor participación de empresas grandes se debió principalmente a que están más acostumbradas, durante este proceso de reactivación, a la toma de información de este tipo, los resultados son muy coherentes a pesar de ser un sondeo ya que, efectivamente, la mayoría de las empresas exportadoras está en el rubro de alimentos y bebidas. Finalmente, los porcentajes de caídas de las ventas se deben, en gran medida, a restricciones impuestas durante la pandemia; por ejemplo, aquellos sectores que pertenecían a cadenas de valor de primera necesidad seguían trabajando.

El 68% de las empresas tienen más de 20 años realizando la actividad de exportación; de ellas, la mayor parte son grandes. Este recorrido se manifiesta en todos los tamaños y están presentes entre 6-10 países principalmente a los cuales les brindan sus productos o servicios; sin embargo, una de ellas destaca por exportar a más de 20 países siendo esta una pequeña empresa.

Además, Estados Unidos y Nicaragua fueron los países que más adolecieron de bajas ventas para los encuestados. Esto debido a bajas en ventas, problemas de aprovisionamiento, producción y logística internacional: básicamente, la cadena de suministro. Entre las principales razones de los problemas en el aprovisionamiento y la logística internacional se encontró que son las restricciones aduaneras nuevas, impuestas por los gobiernos las que generaron mayor dificultad. Hablando de temas financieros, el principal ha sido la falta de pago de parte de los clientes extranjeros. Por tales razones al preguntarles a los encuestados sobre instrumentos de apoyo a la internacionalización que

consideran prioritario reforzar para hacer frente a los efectos de la crisis del COVID-19, los principales han sido el acceso a financiamiento y el acceso a nuevos contactos en el extranjero (información).

En cuanto a las dificultades es importante señalar cómo el aspecto logístico ya era un problema en el contexto de la reapertura a la fecha en que es publicado este artículo, los temas logísticos siguen siendo un problema ya que la escasez de contenedores, rutas y portacontenedores han hecho que tanto exportadores como importadores tomen decisiones como transportar vía aérea, contratar buque completo e incluso pagar los altos costos. Las consecuencias de esto son precisamente las reflejadas en el sondeo: problemas en la cadena de entrega y en la producción, por la complicación de encontrar materia prima principalmente.

Finalmente es muy importante tomar en cuenta los apoyos que las empresas han informado, principalmente la información de mercado porque al margen de los notorios apoyos financieros, el sondeo demuestra el valor que ahora, más que en el pasado, las empresas han tomado a la información de mercado, principalmente información para encontrar canales nuevos de venta (importadores, mayoristas, minoristas), para conocer el mercado (restricciones arancelarias, no arancelarias) y, por supuesto, el consumidor (dónde compra, cuántas veces, a qué precio); por lo tanto, herramientas y apoyos económicos encaminados en esta vía pueden ser de vital importancia para salir adelante con un sector tan importante para la economía de El Salvador.

5. CONCLUSIONES

Es conocido que el efecto que la pandemia de la enfermedad COVID-19 ha tenido en muchos sectores es negativo, pero este sondeo arroja la posibilidad de ver específicamente qué ha pasado en el sector exportador, un sector que, aunque pequeño, es importante para la economía de este país, ya que genera el 38% de los empleos en el sector privado siendo ni siquiera el 1% de las empresas del país según datos del Informe sobre Caracterización del Sector Exportador e Importador de El Salvador del año 2017, presentado por el Banco Central de Reserva. Este sondeo cumple su objetivo en la medida en que muestra cómo los aspectos financieros, comerciales y de cadena de suministro han afectado a la empresa exportadora. Definitivamente necesita ampliarse la base de encuestados, pero como una foto de un momento específico en el tiempo, se comporta muy consistente con lo que otros informes han presentado.

Entre las principales limitantes del estudio estuvo la poca apertura de muchas empresas para brindar información, el cual es un problema común en este tipo de estudios. Para que las empresas participantes encuentren un beneficio en la investigación que se hace

desde la universidad al final de este artículo, se presenta propuestas que una empresa puede implementar para encontrar más información de mercado.

Es importante plantear el desarrollo de futuras investigaciones en temas de perfilamiento de empresas con potencial exportador (a largo plazo) para generar las condiciones necesarias para convertirse en una empresa exportadora, ampliar la base de encuestados del presente sondeo (corto plazo) y una encuesta coyuntural sobre el sector para presentar propuestas para su crecimiento (mediano plazo).

6. PROPUESTAS

En esta vía y como primera propuesta, se plantea la estrategia también sugerida por el Centro de Comercio Internacional (ITC) y compaginado con diversos casos evaluados desde la experiencia en diversos sectores, la creación de centros de Gestión de Información Comercial (GIC) en cada empresa; esto compaginándolo con la necesidad planteada de contactos de nuevos clientes. Estos centros se encargan de la generación de información de mercado, producto, precio, plaza y promoción la construcción de bases de datos de clientes potenciales. En caso de no entrar en presupuesto dicha estrategia, se pueden aprovechar los ya existentes en instituciones como PROESA, MINEC y COEXPORT.

En segundo lugar, se sugiere la preparación de proyectos productivos/ comerciales para entidades gubernamentales o privadas las cuales pueden acceder más fácil a financiamiento. Esto con tal de cubrir esa necesidad de fuentes de financiamiento que las empresas han manifestado. Entidades como la Dirección de Innovación Productiva y Competitividad Empresarial del MINEC mantienen activos procesos con los cuales una empresa puede replantar sus esfuerzos siempre y cuando sean proyectos con enfoque productivo y comercial.

Finalmente, en el largo plazo, plantear la estrategia de diversificar los mercados de exportación. El Salvador tiene acceso a más de 30 países con los tratados de libre comercio firmados, pero solo se envía producto a Estados Unidos y Centroamérica. Una estrategia útil podría ser un mercado cada tres años. Un año de estudio, un año de verificación y un año de actuación en ese mercado.

7. BIBLIOGRAFÍA

- BCR. (30 de junio de 2020). Obtenido de El desempeño de la economía al primer trimestre 2020 fue de 0.8%. La pandemia del COVID-19 motiva una reducción en las expectativas de crecimiento económico del año 2020: https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1499:el-desempe%C3%B1o-de-la-econom%C3%ADa-al-primero-trimestre-2020-fue-de-08&Itemid=168
- BCR. (11 de septiembre de 2020). Obtenido de Exportaciones de El Salvador acumularon US\$3,093.3 millones hasta agosto de 2020: [https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1510:exportaciones-de-el-salvador-acumularon-us\\$30933-millones-hasta-agosto-de-2020&Itemid=168#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20El%20Salvador,t%C3%A9rminos%20de%20volumen%20disminuyeron%20](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1510:exportaciones-de-el-salvador-acumularon-us$30933-millones-hasta-agosto-de-2020&Itemid=168#:~:text=Las%20exportaciones%20de%20El%20Salvador,t%C3%A9rminos%20de%20volumen%20disminuyeron%20)
- BCR. (18 de enero de 2021). Obtenido de Las exportaciones de bienes de El Salvador sumaron \$5,030.1 millones en 2020: [https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1536:las-exportaciones-de-bienes-de-el-salvador-sumaron-\\$50301-millones-en-2020&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1536:las-exportaciones-de-bienes-de-el-salvador-sumaron-$50301-millones-en-2020&Itemid=168)
- BCR. (14 de abril de 2021). Obtenido de Exportaciones de marzo 2021 registran récord histórico de US\$574.2 millones: [https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1557:exportaciones-de-marzo-2021-registran-r%C3%A9cord-hist%C3%B3rico-de-us\\$5742-millones&Itemid=168](https://www.bcr.gob.sv/esp/index.php?option=com_k2&view=item&id=1557:exportaciones-de-marzo-2021-registran-r%C3%A9cord-hist%C3%B3rico-de-us$5742-millones&Itemid=168)
- Boston Consulting Group. (2020). COVID-19 BCG Perspectives, Facts, escenarios, and actions for leaders, Future of Global Trade and Supply Chains. Recuperado de <https://media-publications.bcg.com/BCG-COVID-19-BCG-Perspectives-Version9.pdf>.
- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CAMARASAL). (2020). informe de Impacto de la emergencia por COVID-19 en la economía de la MIPYME salvadoreña (resultados de 3ra encuesta. Recuperado de <https://new.camarasal.com/sala-de-prensa/recursos-para-periodistas/>
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresas (CONAMYPE). (2020). Evaluación de impacto a las MYPE COVID19. Recuperado de <https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2020/10/Impacto-del-COVID19-a-las-MYPE-Salvadore%C3%B1as-Informe-Ejecutivo-CONAMYPE.pdf>.
- Delloite. (2020). ¿Qué necesidades enfrentan las medianas empresas de Centroamérica y República Dominicana?. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/sv/es/pages/about-deloitte/articles/resultados-encuesta-covid-19.html>
- Federación Centroamericana de Cámaras de Comercio (FECAMCO). (2020). crisis del coronavirus en Centroamérica (Resultados encuesta #2). Recuperado de [---

Innovación en las organizaciones: una perspectiva desde Iberoamérica, después de la pandemia](https://www.panacamara.com/wp-content/uploads/2020/05/200511-PPT-</p></div><div data-bbox=)

- Encuesta-2-VP-Crisis-del-Coronavirus-en-Centroam%25C3%25A9rica.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=sv
- Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI). (2020). Informe Trimestral Índice de Confianza Mype. Recuperado de https://observatoriomype.org/?page_id=13158
- International Trade Center. (2020). COVID-19: The Great Lockdown and its Impact on Small Business. Recuperado de <http://www.intracen.org › Publications › ITC SMECO2020>
- Mckinsey & Company. (2020). US small-business recovery after the COVID-19 crisis. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/us-small-business-recovery-after-the-covid-19-crisis>
- Mejía, C. C., & López Larios, R. (2019). BCR. Obtenido de Documentos de Economía y Finanzas 02/19 - Caracterización del sector exportador e importador por tamaño de empresa: <https://www.bcr.gob.sv/bcrsite/uploaded/content/category/1161943704.pdf>
- Ministerio de la Protección Social. (1994). Informe científico de casos de ebra amarilla en el departamento del Meta. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Paginas/inicio.aspx>
- The Nielsen Company. (2020). Historia de dos compradores, cómo ha evolucionado la dinámica de los compradores en el 2020.