



Boletín de Prensa

La pandemia por Covid-19 aceleró la digitalización de las MiPyMEs: ICC

* Informe titulado *Exportaciones digitales de las MiPyMEs de Argentina, Brasil, Colombia y México: oportunidades y desafíos* busca mejorar la capacidad exportadora de las micro, pequeñas y medianas empresas

Paris, Francia, a 25 de marzo de 2024

En medio de la pandemia de Covid-19, las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) de Argentina, Brasil, Colombia y México percibieron una oportunidad considerable para impulsar una transformación digital. En efecto, 75% de ellas comenzaron a comprar o vender productos y servicios en línea; también el 80% aumentó el uso de herramientas digitales para exportar más; y el 70% buscan capacitación en marketing digital, según un informe titulado *Exportaciones digitales de las MiPyMEs: oportunidades y desafíos*, que destaca el papel crucial de las herramientas digitales en el impulso de las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas en dichos países.

El informe presenta los resultados de una encuesta realizada en 2023 por la International Chamber of Commerce global (ICC) a más de 2,048 MiPyMEs en la región, con el objetivo de analizar el impacto de la pandemia del COVID-19 tres años después de su inicio, identificar las barreras actuales a las exportaciones y evaluar la importancia de las herramientas digitales.

Con este informe, busca contribuir a las discusiones e iniciativas en la región que busquen mejorar la capacidad exportadora de las MiPyMEs. Además, ICC tiene como objetivo complementar estas discusiones con el desarrollo de programas de capacitación personalizados para las MiPyMEs en la región.

La pandemia del COVID-19: un punto de inflexión para las MiPyMEs

El documento muestra que la contracción en el empleo provocada por pandemia del COVID-19 aún no se ha recuperado completamente, pues 4 de cada 10 MiPyMEs encuestadas indicaron que el número de empleados ha disminuido. Igualmente, la pandemia restringió considerablemente la capacidad exportadora de las MiPyMEs y muchas empresas brasileñas y mexicanas cambiaron el destino de sus exportaciones.

No obstante, la crisis desatada por la pandemia impulsó el empleo de herramientas y tecnologías digitales en el 80% de las MiPyMEs encuestadas. A pesar de ello, Colombia se quedó rezagada en esta tendencia.

La pandemia se convirtió en una oportunidad para el desarrollo del comercio en línea tanto para las MiPyMEs formales como informales. Más del 75% de las encuestadas en Argentina, Brasil y México comenzaron a comprar o vender productos y servicios en línea durante la pandemia. A nivel país, esa tendencia fue menor en Colombia.

Las barreras a las exportaciones aún son persistentes

Asimismo, el 70% de las MiPyMEs encuestadas muestran interés en exportar dentro de América Latina, mientras que el 50% quisiera vender en América del Norte. Sin embargo, las tres principales barreras para exportar en los países encuestados son el idioma, la falta de recursos y el entorno regulatorio. Para los microempresarios, el alto nivel de competencia y la complejidad del entorno regulatorio son las barreras más relevantes.

Las herramientas digitales: un elemento clave para el desarrollo de las exportaciones

El acceso a Internet es demasiado caro para las MiPyMEs encuestadas y no están satisfechas con la calidad del servicio, especialmente la irregularidad de la señal, la conexión lenta y la falta de soporte técnico. El grado de familiarización con herramientas digitales es muy heterogéneo entre los países, siendo las MiPyMEs brasileñas las más experimentadas, situación que se incrementa con el tamaño.

La pandemia aceleró el uso de herramientas digitales y desarrollo del comercio en línea, en particular en Brasil y Argentina.

El sondeo determinó que las principales herramientas digitales para realizar ventas en línea son Whatsapp, Mercado Libre, Instagram, Facebook Marketplace y Amazon. Sin embargo, las MiPyMEs siguen enfrentando retos para vender en línea tales como la logística, el entorno regulatorio y los sistemas de pago.

Por último, el informe titulado *Exportaciones digitales de las MiPyMEs de Argentina, Brasil, Colombia y México: oportunidades y desafíos* destaca que el marketing digital es una estrategia de desarrollo para las MiPyMEs. Casi el 70% de las encuestadas buscan capacitación en marketing digital, mientras el 50% procura obtener información para identificar oportunidades de mercado.

De esta forma, ICC resalta el papel fundamental de las herramientas digitales para el desarrollo de las exportaciones de las MiPyMEs en América Latina.

-----ooo0ooo-----

Sobre la International Chamber of Commerce

La International Chamber of Commerce (ICC) es el representante institucional de más de 45 millones de empresas en más de 170 países. La misión principal de la ICC es hacer que los negocios funcionen para todos, todos los días, en todas partes del mundo. A través de una combinación única de actividades de apoyo, soluciones y establecimiento de estándares, promovemos el comercio internacional, la conducta empresarial responsable y un enfoque global para la regulación, además de proporcionar servicios líderes en resolución de disputas en el mercado. Nuestros miembros incluyen muchas de las principales empresas del mundo, PYMEs, asociaciones empresariales y cámaras de comercio locales.

Contacto: Melanie Laloum, Economista principal
Melanie.laloum@iccwbo.org