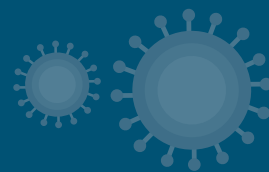


5



# Convivir con el coronavirus

¿Cómo aprovechar la inercia para digitalizar a las pymes de la región?





# Autores



**Claudia Suaznabar**

Especialista líder de la División de  
Competitividad, Tecnología e Innovación,  
Sector de Instituciones para el Desarrollo



**Diego M. Herrera**

Especialista líder en la División de Conectividad,  
Mercados y Finanzas, Sector de Instituciones  
para el Desarrollo



**Alison Cathles**

Consultora de la División de Competitividad,  
Tecnología e Innovación, Sector de  
Instituciones para el Desarrollo

Copyright © [2022]. Banco Interamericano de Desarrollo.

Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND).(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, de su Directorio Ejecutivo, ni de los países que representa.



# Tabla de contenidos

**1** Introducción **4**

**2** ¿Qué sabemos? **5**

**3** ¿Qué medidas y acciones se están tomando? **11**

**4** ¿Cuáles son los resultados iniciales? **14**

**5** ¿Qué aprendimos? **19**





# 1 Introducción

Las medidas de confinamiento y distanciamiento social provocadas por la pandemia de la COVID-19 provocaron una suerte de digitalización forzosa de las empresas y la sociedad en su conjunto. En el caso de las pymes, las pequeñas y medianas empresas (aquellas que típicamente [cuentan con menos de 250 trabajadores](#)), disponer de capacidades digitales está suponiendo la diferencia entre poder sobrevivir o cerrar para siempre. En América Latina y el Caribe, una región que muestra bajos niveles de adopción de estas tecnologías, la inercia digital creada en el último año y medio presenta una excelente oportunidad. Ahora bien, ¿cómo aprovecharla? ¿Cómo promover una mayor adopción de tecnologías digitales de forma proactiva y acelerada para mejorar el desempeño económico de estas empresas? Esta nueva entrega de la serie 'Convivir con el coronavirus' ofrece reflexiones y aprendizajes alrededor de estas preguntas.





## 2 ¿Qué sabemos?

Las pymes tienen un peso crucial en las economías de la región en términos de producción y empleo, pero enfrentan rezagos de productividad y crecimiento. Más del 99% de las empresas en la región son micro, pequeñas o medianas empresas, lo que las hace responsables de [dos de cada tres empleos productivos formales](#) de la región. Sin embargo, adolecen de [problemas estructurales](#) que resultan en bajos salarios y peores condiciones de trabajo. Así, la productividad de las pymes es una fracción de la de las grandes empresas, y estas brechas son mayores en América Latina y el Caribe en comparación con las que se observan en otras regiones: en 2016, los niveles de productividad de las pymes de la región eran tan solo un 25% y un 50% con respecto a las grandes, comparado con un 60% y un 80% en Europa, [según la OCDE](#). En términos de crecimiento, su ritmo también [es más lento](#) que el de otras regiones.

Las pymes podrían contribuir más a las economías de la región si tuvieran un mejor acceso al crédito. Detrás de los problemas estructurales de productividad y crecimiento, hay factores relacionados principalmente con bajos niveles de capacidades gerenciales o técnicas, así como con [falta de acceso a financiamiento y tecnología](#). La brecha de financiamiento a micro, pequeñas y medianas empresas se calcula en 1,8 billones de dólares, es decir, el equivalente al 41,7% del PIB regional o a 5,2 veces la [oferta actual de crédito](#). Así, los datos agregados muestran cómo aproximadamente una de cada tres pymes vio limitado su acceso al crédito en 2019, una de cada cinco para el caso de las microempresas.

La adopción de nuevas tecnologías digitales también permitiría a las pymes contribuir más a las economías de América Latina y el Caribe. La adopción de tecnologías digitales es una [fuente de aumento de productividad](#) y [aceleración de crecimiento](#) en las empresas, una realidad que se confirma [para las empresas de menor tamaño en la región](#). Asimismo, entre los países europeos existe una correlación entre una mayor proporción de empresas que adoptan servicios de tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y [menores brechas de productividad laboral](#) entre empresas pequeñas y grandes.

De la misma forma, existe evidencia de que el retorno (tanto en términos de desempeño económico empresarial como, en particular en términos de productividad) es mayor cuando las inversiones en las TIC [se acompañan de otras mejoras, como capacidades organizativas, capital humano y habilidades gerenciales](#), entre otras cosas. Sin [intervenciones adicionales en organización](#), modelos de negocio o [prácticas de gestión](#), solo una proporción de las empresas está preparada para aumentar su productividad a través de la digitalización.



Dos de los segmentos de la industria tecnofinanciera (*fintech*), las finanzas alternativas y la microfinanciación colectiva (*crowdfunding*), ya son fuentes de financiamiento importantes para las empresas de menor tamaño

Además, la digitalización también contribuye a la mejora del desempeño económico de las pymes a través de la mejora del acceso a crédito. Dos de los segmentos de la industria tecnofinanciera (*fintech*), las finanzas alternativas y la microfinanciación colectiva (*crowdfunding*), ya son fuentes de financiamiento importantes para las empresas de menor tamaño. La región alcanzó US\$ 5270 millones en originaciones para 2020, lo que representa un crecimiento del 9,1% en comparación con 2019 (US\$ 4830 millones) pero un impresionante 191% en comparación con 2018 (US\$ 1810 millones). El ecosistema aumentó la participación de financiamiento empresarial para llegar al 86% en 2020 desde el 60% en 2018. Los modelos basados en deuda explican la mayor parte de este comportamiento, representando un volumen total de US\$ 4700 millones y una tasa de crecimiento de más más del 177% desde 2018. . El abordaje, el proceso de solicitud de los recursos, incluyendo la debida diligencia, los contratos entre las empresas y las plataformas, las transferencias de recursos y la cobranza, se hacen remotamente a través de medios digitales. Esta nueva tendencia tiene implicaciones profundas y significativas. Si el acceso a la financiación puede darse en el futuro próximo predominantemente a través de canales digitales, la falta de digitalización se convierte en un obstáculo potencial para el acceso a la financiación y coloca a las pymes en una posición desafiante. De hecho, en [un documento a ser publicado](#) del BID, junto con la Universidad de Cambridge, resultado de una encuesta a un total de 550 pymes, un 95% manifestó que las *fintech* les ofrecían rapidez en recibir fondos y un 90% dijo disfrutar de un mejor servicio al cliente que una institución financiera tradicional. Este último resultado llama la atención si se tiene en cuenta que la mayoría de las interacciones no son presenciales, sino remotas y completamente digitales.

El nexo entre el financiamiento de las empresas y su productividad está muy bien documentado en la literatura. Recientemente, este hecho estilizado se ha venido uniendo a la digitalización de servicios financieros. Por ejemplo, el Mobile Money, un mecanismo de pagos, permite la recolección de información positiva que puede ser utilizada para evaluar el perfil crediticio de personas y empresas. Estos mecanismos pueden mejorar el acceso al crédito para emprendedores del [sector informal](#) que antes no podían contar con información alguna en el sector financiero.



El desafío de cómo promover la transformación digital de las pymes de América Latina y el Caribe no es menor. La región presenta bajos niveles de adopción de tecnología digital empresarial en comparación con otras regiones, y estas diferencias son más acusadas para las pymes. Por ejemplo, solo un poco más de la mitad (55%) de las empresas latinoamericanas y caribeñas tiene un sitio web (según cálculos basados en los datos de [Network Readiness Index \(2020\)](#), comparado con un 78% de las empresas en los países de la OCDE. La brecha en las empresas con sitios web entre la región y la OCDE es solo de 5 puntos porcentuales para las grandes empresas, mientras que, para las pymes, la brecha es de 24 puntos porcentuales, e incluso estas diferencias aumentan al poner en foco en [tecnologías más sofisticadas](#). También se observa una variación entre los países de la región (véase el Gráfico 1), con brechas particularmente serias para la región de Centroamérica. Impulsar la transformación digital de las pymes en la región implica diseñar políticas que atiendan el rezago digital relativo que enfrentan actualmente las empresas. Para un resumen de políticas de apoyo a empresas en la región con el proceso de transformación digital, véase [este informe](#) de finales de 2020.



### AUDIO

#### Las fintech en la digitalización de pymes en América Latina y el Caribe

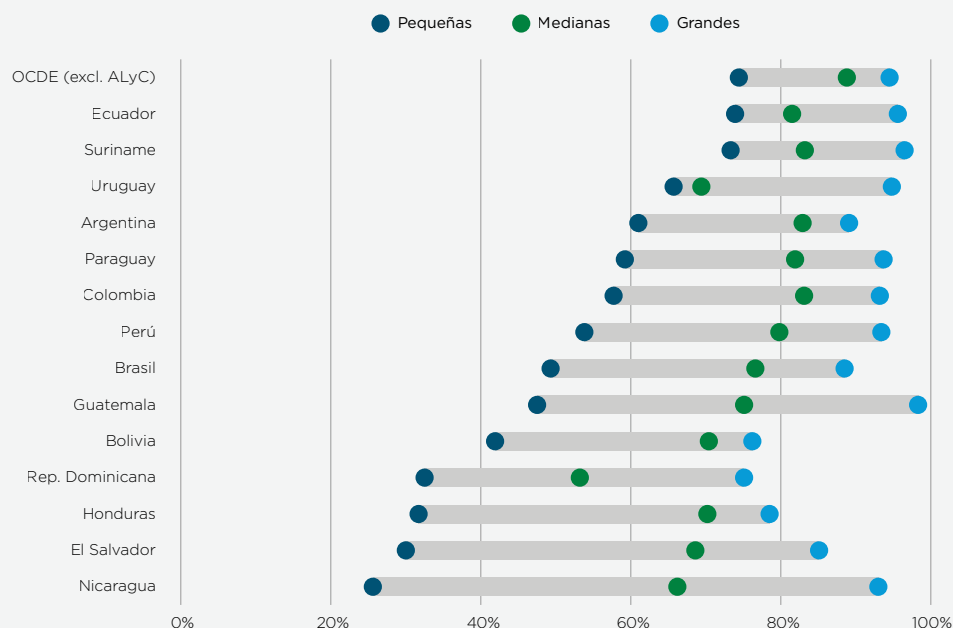
**Tania Ziegler**, responsable de Global Benchmarking en el Centro de Finanzas Alternativas de Cambridge (Cambridge Judge Business School), explica cómo se financiaron las pymes de la región a través de *fintech* y aborda cuáles son las ventajas de la digitalización.

Visita la web de la serie [www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus](http://www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus) y escucha sus experiencias.





## GRÁFICO 1 • PORCENTAJE DE EMPRESAS QUE TIENEN SU PROPIO SITIO WEB, POR TAMAÑO DE EMPRESA



**Fuentes:** [Banco Mundial Enterprise Surveys](#) se utilizó para los siguientes países y años de ALC: Argentina (2017), Bolivia (2017), República Dominicana (2016), Ecuador (2017), El Salvador (2016), Guatemala (2017), Honduras (2016), Nicaragua (2016), Paraguay (2017), Perú (2017), Surinam (2018) y Uruguay (2017).

**Notas:** Los datos [de la OCDE de las TIC empresariales](#) se utilizaron para Brasil (2019), Colombia (2018) y el promedio de la OCDE que excluye a los países de ALC y los siguientes países para los que faltan datos para 2019: Australia, Canadá, Finlandia, Islandia, Japón, Corea del Sur, Nueva Zelanda, Suiza, Estados Unidos.

Las encuestas de empresas definen el tamaño de la empresa como: pequeña (5-19), mediana (20-99) y grande (100+) y la OCDE define el tamaño de la empresa como: pequeña (10-49), mediana (50-249) y grande (250+).

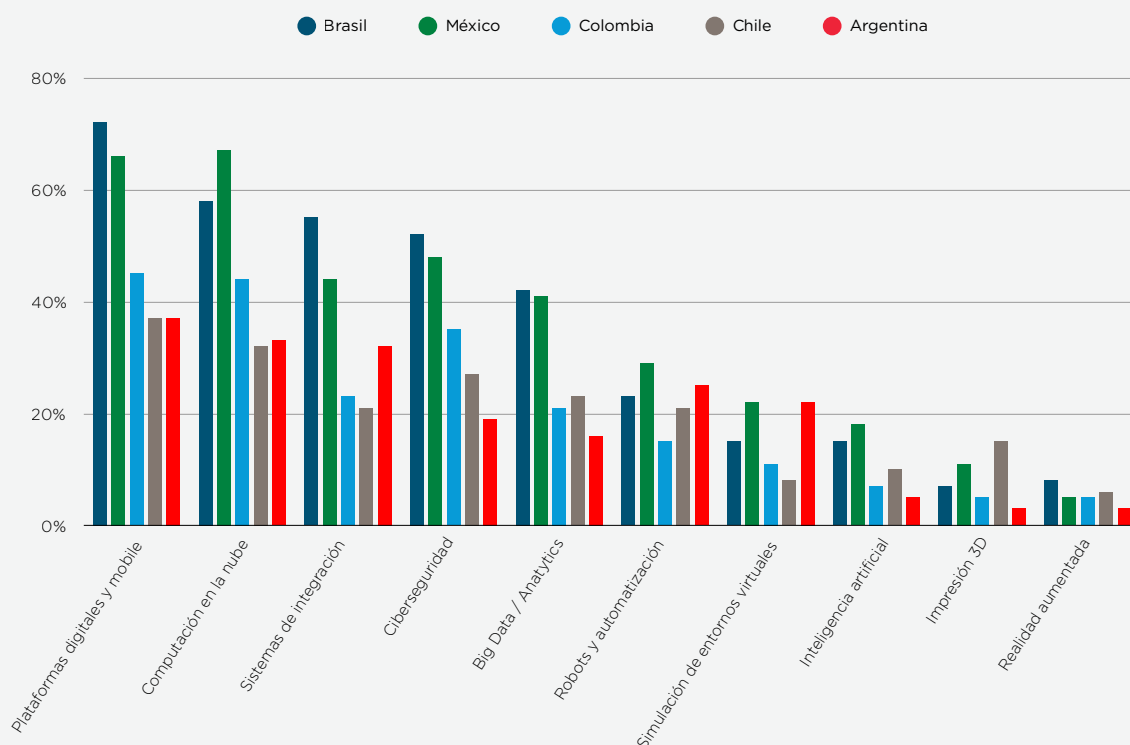




Un vistazo rápido a la adopción de las tecnologías más avanzadas sugiere que los países de América Latina y el Caribe están relativamente atrasados en la adopción de estas tecnologías, quizás con la excepción de las plataformas digitales y móviles

Un vistazo rápido a la adopción de las tecnologías más avanzadas sugiere que los países de América Latina y el Caribe están relativamente atrasados en la adopción de estas tecnologías, quizás con la excepción de las plataformas digitales y móviles. El Gráfico 2 muestra los resultados de una encuesta (para empresas de Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México) sobre adopción tecnológica en los sectores más relevantes para la integración comercial regional. En él, aparece el porcentaje de empresas que, [en esta encuesta](#), afirmaron que utilizan la tecnología y la consideran un aspecto central de su negocio.

GRÁFICO 2 • **ADOPCIÓN DE TECNOLÓGICAS DIGITALES AVANZADAS, 2019**



Fuentes: Datos de [Competencias y habilidades en la Cuarta Revolución Industrial](#), p 51 tabla 2.6.

**Notas:** resultados de la encuesta Adopción Tecnológica, Empleo y Comercio Internacional (EATEC) que fue realizado entre 2018 y 2019 a más de 1100 empresas en Argentina, Chile, Brasil, México y Colombia (entre 200 y 250 empresas por país) en los sectores más relevantes para la integración comercial regional. De las cuales 72% son pequeñas o microempresas (cuentan menos de 50 empleados) y 19% tienen entre 50 y 200 empleados y solo 9% tienen más de 200 empleados [Basco et al., 2020](#).



La pandemia de la COVID-19 ha tenido un efecto devastador en la actividad económica de las pymes de la región, que han visto como un *shock* de oferta y de demanda las está poniendo al límite. Una encuesta reciente realizada por la [ONUDI](#) a empresas de economías emergentes y en desarrollo, incluidos 7 países de América Latina, confirma que las pymes fueron las más afectadas por la pandemia y que las empresas que estaban avanzadas digitalmente perdieron un porcentaje menor de ventas mensuales y ganancias anuales. Así, la CEPAL estimaba que se podían cerrar un 20% de las empresas en el primer año de crisis en América Latina y el Caribe, en su mayoría micro y pymes. En Argentina, por ejemplo, casi el 60% de las pymes [reportó pérdidas](#) en las ventas. En Perú, el número de mipymes [disminuyó en 25,1%, es decir, 25 de cada 100 empresas peruanas](#) dejaron de operar en 2020. En los resultados de [una encuesta sobre industrias creativas](#), más de la mitad de las empresas que respondieron declararon haber perdido más del 80% de sus ventas.

Este contexto de enormes dificultades ha demostrado, sin embargo, el valor de la digitalización para la resiliencia y, en algunos casos, incluso como detonante de crecimiento, a pesar de la crisis económica. Tecnologías como las plataformas digitales y el comercio electrónico han sido herramientas esenciales para enfrentar la pandemia y mitigar sus consecuencias socioeconómicas. Su uso ayudó a mantener cierta continuidad comercial y permitió que parte de la población trabajara a distancia y continuara su educación de forma remota. Sin embargo, la pandemia expuso las desigualdades estructurales en muchas economías de América Latina y el Caribe. Por el lado de las empresas pequeñas, muchas de ellas informales, quedó patente que la carencia de la infraestructura o habilidades digitales les está impidiendo beneficiarse incluso de las aplicaciones más básicas. Así, políticas más activas para apoyar a las empresas informales y pequeñas podrían ayudar a [abordar las brechas digitales](#) y apoyar el logro de una sociedad más inclusiva.



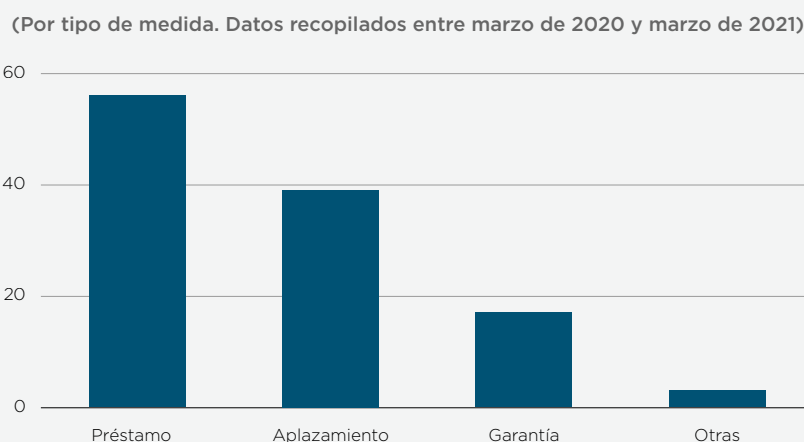


### 3

## ¿Qué medidas y acciones se están tomando?

Los gobiernos de la región han venido tomando medidas para apoyar a las mipymes, incluyendo las microempresas que son típicamente empresas con menos de 10 empleados, frente a los efectos económicos, sociales y financieros que la COVID-19 ha traído consigo. Desde marzo de 2020 hasta marzo de 2021, se contabilizaron en toda la región un total de 115 medidas, en las que casi la mitad (49%) corresponden a préstamos otorgados directa o indirectamente a las mipymes, el 34% tiene que ver con medidas de aplazamiento de pagos, mantenimientos de categorías crediticias, mantenimiento o mejoramiento de condiciones financieras, y el 15% corresponde al otorgamiento de garantías a estas empresas. Estos números no difieren sustancialmente de los observados en países más desarrollados.

GRÁFICO 3 • TIPOS DE MEDIDAS DESPLEGADAS EN LA REGIÓN PARA APOYAR A LAS MIPYMES



Fuente: BID, 2021.

Entre las medidas de otorgamiento de crédito a mipymes, cabe destacar que su implementación se concentró particularmente en el período comprendido entre marzo y septiembre de 2020. Es decir, los gobiernos optaron por utilizar los bancos públicos de desarrollo y otras instancias de financiamiento para mantener el crédito a las mipymes en la primera etapa de la pandemia en un contexto de duras medidas de contención y confinamiento. Este primer momento también se enfocó en atender potenciales problemas de liquidez del sector derivados de la interrupción súbita de la actividad económica.



### AUDIO

#### ¿Qué medidas tomaron los gobiernos de la región para apoyar a las pymes?

**Diego Mauricio Herrera**, especialista líder en la División de Conectividad, Mercados y Finanzas, y coautor de esta nota, explica las medidas que los gobiernos de América Latina y el Caribe tomaron para apoyar a las pymes de la región ante la pandemia.

Visita la web de la serie [www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus](http://www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus) y escucha sus experiencias.

En Perú, por ejemplo, el Gobierno creó el programa Reactiva Perú, que estableció un fondo de apoyo para otorgar préstamos de hasta 30 000 soles (aproximadamente 8000 dólares) a mipymes. En Colombia, el Gobierno creó a través de Finagro una línea de crédito por 1 billón de pesos (unos 280 millones de dólares) para el sector agropecuario con tasas de interés subsidiadas, destinadas principalmente a mipymes.



### VIDEO

#### El caso de Joinnus, en Perú

Conoce el caso de Joinnus, una empresa peruana dedicada a la producción y comercialización de eventos que supo reinventarse con éxito durante la pandemia.

**LA DIGITALIZACIÓN, CLAVE PARA  
LA SUPERVIVENCIA DE LAS  
EMPRESAS EN LA PANDEMIA:  
EL CASO JOINNUS**

Visita la web de la serie [www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus](http://www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus) y no te pierdas este video.





Además de multitud de programas de impulso a la reactivación, los gobiernos también han lanzado o reforzado programas con foco en la formación de capacidades y la transformación digital pasando, en muchos casos, a masificar intervenciones a través del uso de plataformas digitales

El segundo grupo de medidas ha sido relativamente constante en el tiempo, con medidas que han venido ampliándose, a medida que el efecto de la pandemia se ha venido extendiendo. Por ejemplo, varios gobiernos de la región han decidido congelar la determinación del incumplimiento en el pago para los créditos de las mipymes. Entre otros países, Brasil, Colombia, El Salvador, Trinidad y Tobago, y otros quince países de la región tomaron medidas en este sentido. Finalmente, las medidas de garantías han sido una alternativa más enfocada en la supervivencia de mediano plazo y la solvencia de las mipymes, y [han aparecido con más intensidad](#) desde mediados de 2020.

Además de multitud de programas de impulso a la reactivación, los gobiernos también han lanzado o reforzado programas con foco en la formación de capacidades y la transformación digital pasando, en muchos casos, a masificar intervenciones [a través del uso de plataformas digitales](#). Por ejemplo, en Brasil, SEBRAE virtualizó rápidamente sus instrumentos de fomento y lanzó nuevos programas como UpDigital para brindar acompañamiento en línea de especialistas a fin de armar [planes de transformación digital](#), una iniciativa exitosa, pues sus cursos en línea casi duplicaron los participantes con respecto a 2019. En Chile, también durante 2020, el programa integral Digitaliza tu Pyme del Ministerio de Economía, que engloba una variedad de apoyos de información, formación y asistencia técnica para la transformación digital, atendió a más de 200 000 empresas, un número diez veces mayor que el registrado un año antes. En Costa Rica, un país que había apostado por la formación de talento digital avanzado antes de la pandemia, la demanda por las becas para *bootcamps* de programación (iniciativa de CINDE y MICITT) se disparó. La apuesta por estos programas se está redoblando en 2021. Recientemente, se lanzaron también iniciativas de *bootcamps* con apoyo público en Perú y Uruguay. En Chile, CORFO está por lanzar un nuevo programa de impulso a redes territoriales para apoyar la transformación digital de las pymes, mientras que la ANDE de Uruguay está lanzando un nuevo programa integral para la transformación digital de mipymes.



## 4

# ¿Cuáles son los resultados iniciales?

Por su lado, las pymes han apostado por la inversión en soluciones digitales y el uso de comercio electrónico y plataformas digitales. Algunas incluso han apostado por el lanzamiento de [nuevos modelos de negocio](#) con foco en lo digital. En esta línea, datos recopilados durante 2020 de más de 100.000 empresas (la mayoría mipymes) en 51 países, muestran que la respuesta [empresarial más común a la pandemia ha sido expandir el uso de plataformas digitales](#), hacer un mayor uso de las redes sociales e Internet y agregar o cambiar su oferta de productos. [Una publicación reciente de China](#), por ejemplo, muestra cómo las empresas digitalizadas fueron más resilientes a la crisis de la COVID-19 en términos de mantenimiento del flujo de caja (*cash flow*), reanudación de producción y caídas menores de ingresos.

Además, existe amplia evidencia de que, frente a la crisis, surgieron en la región diversas [plataformas digitales innovadoras](#) para aumentar el alcance, por ejemplo, de los kits de diagnóstico, de dispositivos médicos o el acceso a médicos a través de la telemedicina.





### AUDIO

## El impacto de la pandemia para las pymes de América Latina y el Caribe

**Claudia Suaznábar**, especialista líder de la División de Competitividad, Tecnología e Innovación y coautora de esta nota, aborda el impacto que el coronavirus ha tenido entre las pymes de América Latina y el Caribe. Para ello, recoge las declaraciones de **Danny Barrantes** (propietario de Paso a Paso, empresa de Costa Rica), **Cristian Sauterel** (cofundador y CEO de ERPyme, de Chile) y **Carmen Sánchez** (presidenta de la Agencia Nacional de Desarrollo de Uruguay).

Visita la web de la serie [www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus](http://www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus) y escucha sus experiencias.

En América Latina y el Caribe, se calcula que el número de sitios nuevos de comercio electrónico (definidos, en este caso, como tiendas en línea sin presencia física que generan sus ventas a través de internet) augmentó en más del 200% en Chile, cerca de un 400% en Colombia y en más del 450% en Brasil y México. Según eMarketer, el comercio electrónico minorista en la región continuó con un crecimiento de dos dígitos y que sus ventas crezcan hasta \$ 104 600 millones en 2020, mucho más que el pronóstico que se tenía en mayo de 2020 donde se estiman que la región llegara a \$ 83 630 millones, y muy superior a la cifra alcanzada en 2019 de \$ 70 070 millones. Gran parte de este aumento del comercio electrónico se canalizó a través de plataformas ya existentes. Durante la pandemia, Mercado Libre, por ejemplo, vio cómo se duplicaban sus clientes y cómo las transacciones gestionadas a través de Mercado Pago umentaban en un 150%. El crecimiento de actividad de estas plataformas ha venido en parte impulsado por la entrada de pymes que han aprovechado los *marketplaces* o las facilidades de medios de pago ya disponibles para captar parte del tráfico *online* hacia sus negocios. PayU, una plataforma de pagos que opera en la región y cuenta con más de 20 000 pequeñas empresas registradas, registró un crecimiento del 60% en sus ventas electrónicas en 2020 con respecto al año anterior. Plataformas como Contextus, que ayuda a pymes en Argentina a crear tiendas *online* y a vender por redes sociales y otras plataformas, o Rappi Entrega, Shippify o Chazki, que ayudan a las pymes con la logística de entrega de productos, también han visto un incremento en la demanda de sus servicios.

Este aumento en el uso de plataformas parece tener resultados importantes para las pymes. Un reporte reciente encuentra evidencia de un mayor impacto en la productividad del uso de plataformas cuanto menor es el tamaño de las empresas, por lo menos en los países de la OCDE. Del mismo modo según la OCDE, una encuesta realizada en junio de 2020 entre más de mil pymes en Brasil, encontró que aproximadamente el 50% de ellas contaban con más habilidades digitales que antes de la pandemia, y que entre los beneficios de la digitalización que encontraron figuraban mejoras en las relaciones con los clientes, mayor agilidad de los procesos y adquisición de nuevos clientes (así lo cita el 55% de las pymes encuestadas), seguido de una mejor capacidad para operar de forma remota (citada por el 53,5% de las firmas encuestadas).



Es importante recordar que el nivel de adopción digital del que partió la región, previo a la pandemia, obliga a ser cautelosos con las proyecciones hacia adelante

Con respecto a los cambios en modelos de negocio hacia lo digital, [una encuesta realizada](#) a las industrias creativas de la región muestra que las empresas encuestadas habían aumentado sus productos en formato digital con respecto a 2019 y que esperaban seguir aumentando en el futuro próximo. Según [la misma encuesta](#), más del 40% de las empresas creativas introdujeron una estrategia comercial nueva o mejorada.

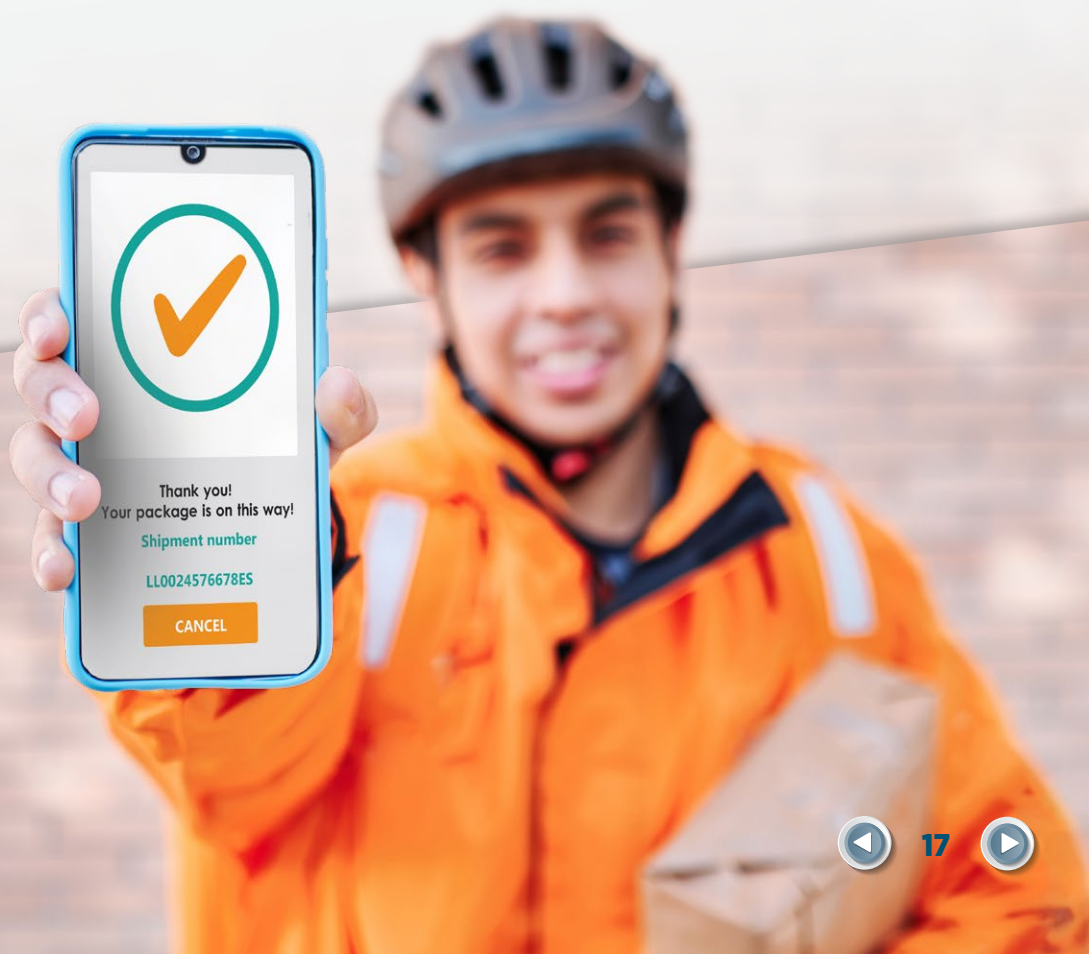
A pesar de estos avances, es importante recordar que el nivel de adopción digital del que partió la región, previo a la pandemia, obliga a ser cautelosos con las proyecciones hacia adelante. Como ejemplo, en 2019, según cálculos basado en el [Future of Business Survey](#), una iniciativa conjunta de Facebook, el Banco Mundial y la OCDE, solo una de cada tres empresas de América Latina y el Caribe que ya tenían presencia en Facebook participaban después en transacciones comerciales de comercio electrónico digital. Esto demuestra que no siempre la adopción se traduce en un uso productivo de las soluciones digitales.

Además, existe una amplia variedad de realidades sectoriales para pymes que se deben tomar en cuenta a la hora de promover la transformación digital. [Es muy diferente](#) operar en sectores intensivos en conocimiento (como las finanzas, por ejemplo) que en otros sectores, tales como el comercio minorista, el transporte, los hoteles o los restaurantes. Si bien se producen beneficios de la transformación digital en todos los sectores, hay diferencias en las tecnologías (, por ejemplo en el tipo de plataforma), capacidades e [impactos logrados](#) en cada caso que demuestran que se necesita intervenciones de apoyo diferenciadas.





Por otra parte, para el caso de América Latina y el Caribe, a pesar de las medidas de política pública tomadas, las pymes siguen enfrentando una importante brecha de financiamiento y [continúan siendo vulnerables](#) a medida que la dimensión temporal de la pandemia se extiende. Sin embargo, el potencial de las plataformas *fintech* es una apuesta a futuro para las pymes. De acuerdo con el estudio a ser publicado próximamente por el BID y la Universidad de Cambridge, aproximadamente el 65% del financiamiento total de las plataformas de financiamiento alternativo de la región se dirigió a mipymes. Asimismo, ese mismo estudio muestra cómo estas plataformas tienen una atención más directa, eficiente y propositiva que la del sector financiero tradicional. A pesar de los efectos de la pandemia, las empresas que se lograron financiar con las plataformas *fintech* en 2020 lograron aumentar la rotación de su inventario en un 56% de los casos y mantenerlo en el 28%. De igual manera, en el 53% de los casos, esas empresas que obtuvieron financiamiento a través de plataformas *fintech* manifestaron tener incrementos en los ingresos. Más aún, en el 70% de los casos lograron mantener el número de empleados y en un 21% aumentarlos. Aunque no se cuenta con datos de contraste, lo cierto es que, en países como México, de las 4,9 millones de mipymes que había en 2019, 3,85 millones sobrevivieron, es decir, 1,1 millones de empresas (el 20,8%) cerraron y se perdieron 4,12 millones de puestos de trabajo solo en este sector. Así, la pregunta que queda es si las empresas que no son nativas digitales o no tienen algún nivel de adopción digital podrán beneficiarse de esta nueva oportunidad de financiamiento con el efecto de poder seguir operando y mantener el nivel del empleo mientras la crisis de salud persiste. Hay que hacer más para que las empresas puedan acceder al financiamiento por medios digitales.





Con respecto a la formación de talento digital, si bien está prevista una evaluación de impacto de la iniciativa de *bootcamps* de programación en Costa Rica, ya se conocen algunos resultados iniciales: la postulación superó 10 veces la oferta de becas existente y, entre los primeros estudiantes que recién están comenzando a graduarse, algunos han recibido ofertas laborales antes incluso de culminar los cursos.

Con la reciente transición a la actividad en línea, además, están surgiendo nuevos desafíos. Los ataques cibernéticos se están volviendo cada vez más sofisticados y se aprovechan de los más vulnerables. Las pymes entran en esta categoría y progresivamente están siendo objetivo de [más ataques](#). Si bien los riesgos para la sociedad en general o la economía en términos agregados pueden ser pequeños, para una pequeña empresa individual, pueden ser fatales. A pesar de esta realidad, [según una encuesta](#), solo una de cada tres empresas está preocupada por la ciberseguridad de sus operaciones (véase el Gráfico 4).

GRÁFICO 4 • **PORCENTAJE DE PROPIETARIOS / GERENTES DE PEQUEÑAS EMPRESAS QUE MENCIONAN ESTOS COMO UNO DE LOS DOS TEMAS MÁS PREOCUPANTES SOBRE LA ACTIVIDAD COMERCIAL EN LÍNEA**

	SER ESTAFADO O ENGAÑADO POR UN SITIO WEB O UNA APLICACIÓN		CUENTAS ROBADAS O PIRATEADAS		ROBO DE DATOS DE CLIENTES
Nicaragua	34%	Jamaica	29%	TyT	22%
Paraguay	32%	Costa Rica	29%	Uruguay	20%
Bolivia	31%	Chile	26%	El Salvador	18%
Rep. Dom.	31%	Perú	25%	Bolivia	18%
Uruguay	29%	El Salvador	24%	Guatemala	18%
TyT	29%	Nicaragua	24%	Rep. Dom.	17%
Colombia	28%	Ecuador	24%	EE.UU.	16%
Guatemala	27%	Uruguay	23%	Costa Rica	16%
Perú	26%	TyT	23%	Nicaragua	16%
EE.UU.	25%	Bolivia	23%	Chile	15%
Panamá	25%	Rep. Dominicana	21%	Paraguay	15%
Costa Rica	24%	Haiti	21%	Jamaica	15%
Brasil	24%	Colombia	21%	Panamá	15%
El Salvador	23%	Panamá	21%	Argentina	15%
Argentina	23%	Paraguay	21%	Ecuador	14%
Ecuador	22%	México	21%	Brasil	14%
México	21%	Guatemala	19%	Perú	14%
Jamaica	21%	EE.UU.	19%	Colombia	14%
Chile	20%	Brazil	18%	México	12%
Haiti	17%	Argentina	18%	Honduras	12%
Honduras	15%	Honduras	18%	Haiti	10%

Fuente: elaboración propia con base en [Future Of Business Survey no ponderado - Datos agregados, Banco Mundial](#).

Nota: el número de empresas que respondieron afirmativamente dividido por el número de empresas encuestadas.



## 5 ¿Qué aprendimos?

Pese a la obvia realidad negativa que la pandemia ha traído a América Latina y el Caribe, el resquicio de esperanza que queda en este ámbito es que hay razones para esperar que el impulso a la digitalización no retroceda en la pospandemia. Como esta serie atestigua, la pandemia sigue siendo una realidad en la región y, por ello, el impacto de la crisis va a continuar sintiéndose en las empresas. Esto supone que las empresas que están avanzando en sus primeros pasos digitales y han percibido sus beneficios podrían estar en condiciones de abrirse a procesos de transformación digital más profundos y estratégicos hacia delante. En [palabras de Harley Finkelstein, presidente de Shopify](#), estamos presenciando el comienzo de una transformación impulsada por datos: “La ola digital que se viene va a encontrar a algunas empresas con una toalla y a otras con una tabla de surf”. La gran oportunidad aquí para los gobiernos de la región es ayudar a que una masa crítica de pequeñas empresas logre tener tablas de surf para subirse a la ola.

Se abre, pues, una oportunidad inigualable para que los gobiernos de la región apuesten con fuerza por programas de transformación digital, que logren mejorar el desempeño económico de estas empresas de manera estructural, incluyendo una posibilidad real de mejorar su acceso al crédito. La pregunta del millón es cómo hacerlo. A continuación, se presentan algunas recomendaciones al respecto.



Habilitar programas para la transformación digital como una fuente de mejora de la productividad y el desempeño empresarial que ayude a las empresas no solamente a sobrevivir la etapa de pandemia, sino a ser más competitivas y a crecer. El nuevo Programa de la Agencia Nacional de Desarrollo Económico (ANDE) en Uruguay que busca mejorar la situación de las MIPYME a través del uso de soluciones digitales, sería un ejemplo de esto.



Promover intervenciones que tomen en cuenta los distintos niveles de capacidades digitales de las empresas y las diferencias sectoriales, y que apuesten por la formación de talento digital como el eje principal de la apuesta por la generación de capacidades digitales en las empresas. Se deberá poner énfasis en la construcción de rutas de digitalización diferenciadas según las distintas realidades de las empresas, haciendo un esfuerzo adicional por evitar que se exacerbe la brecha digital entre las empresas más vulnerables y las avanzadas. El programa integral Digitaliza tu Pyme en Chile y herramientas de autodiagnóstico como [Chequeo Digital](#), permiten a las empresas contar con recomendaciones personalizadas para encarar su travesía digital. Esta herramienta y aplicaciones similares se están utilizando en más de 10 países de la región.



Habilitar financiamiento para facilitar la inversión en planes de transformación digital que abarque no solo la inversión en tecnología, sino una visión más amplia que incluya la modificación de procesos y cambios de modelo de negocios. En el Estado de Sao Paulo, El banco de desarrollo Desenvolve Sao Paulo se encuentra preparando un programa que proveerá financiamiento y asistencia técnica de manera articulada con actores como SEBRAE o ABDI para la innovación y adopción digital de pymes.



Continuar generando políticas públicas que permitan amplificar el potencial de financiamiento de las plataformas *fintech* a las pymes. Estas políticas incluyen habilitantes como el abordaje digital, el manejo de datos en las operaciones del sector financiero, así como regulaciones y lineamientos que habiliten verticales como el *crowdfunding*, los pagos y otros que permitan la inclusión financiera de las pymes. Falta un gran trabajo por hacer en que las pymes puedan reunir las habilidades digitales necesarias para utilizar a las *fintech* como una herramienta para el financiamiento, pagos y otros servicios como seguros. Hay numerosos [iniciativas e innovaciones en la región](#), como sandboxes regulatorios, mecanismos alternativos de financiamiento, incluido el crowdfunding, que necesitan tener una debida diligencia significativa y trabajo preparatorio, por ejemplo, en México hubo 150 actividades y 35 documentos preparados para la autorización (dada a principios de 2021) de su [primera plataforma para organizarse y operar como plataforma de crowdfunding](#).



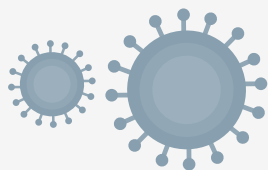
Aprovechar las plataformas de información, formación virtual y acceso a servicios clave para la transformación digital de las pymes para aumentar el alcance de las intervenciones. Combinar esto con apoyo a través de acompañamiento especializado para maximizar la calidad de los proyectos de transformación digital. Fuera de la región, por ejemplo, en Corea, están trabajando para compartir recursos y construir [espacios virtuales comunes](#) de uso compartido para las PYMES. Desde manera similar, en Europa, los [centros de innovación digital](#) (DIH por sus siglas en inglés) ocupan un lugar destacado como ventanillas únicas para apoyar las empresas en el proceso de digitalización.



Apostar por los emprendedores e innovadores de la región para ampliar la oferta de soluciones digitales que pueden atender las necesidades de las empresas en un contexto local. La prestación de apoyo financiero a través de [subvenciones de contrapartida \(o 'Matching Grants'\)](#) y [capital semilla](#) puede ser útil para estimular el desarrollo de estas soluciones.



Priorizar temas de entorno, como la ciberseguridad, entre otros desafíos comunes y urgentes que enfrentan las empresas. Fuera de la región, algunos países están priorizando la entrega de [subvenciones para la compra de soluciones de ciberseguridad](#) y apoyos para el monitoreo, consulta y capacitación en la materia.



# Convivir con el coronavirus

¿Cómo aprovechar la inercia para digitalizar a las pymes de la región?



**BID**

Banco Interamericano  
de Desarrollo

[www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus](http://www.iadb.org/convivir-con-el-coronavirus)