



LA DIGITALIZACIÓN DE LAS PYMES:

Propuestas de solución para la recuperación económica post-COVID

Por Rodrigo Gallegos Toussaint

Resumen Ejecutivo

- México es uno de los países económicamente más afectados por COVID-19. Ante la falta de una estrategia fiscal para su recuperación, los apoyos monetarios y la digitalización de la economía se vislumbran como las principales soluciones a dicha crisis.
- Se estima que el 25% de las micro pymes están en riesgo de desaparecer por COVID-19, lo que implica más de 725 mil empleos en riesgo. Sólo el 10% de las Pymes tiene presencia en el mundo digital por lo que apostar por la digitalización requiere un esfuerzo inmediato.
- México cuenta con ventajas para detonar su mercado digital: dos de cada tres personas mayores a 6 años utilizan el internet (cerca de 75 millones de personas). México es el país latinoamericano con mayor facilidad para operar y crecer en la economía digital y además cuenta con leyes avanzadas de protección de datos personales e infraestructura digital y análoga a precios competitivos.
- Para aprovechar el marco regulatorio que tiene el país y continuar con el intercambio de información y la inversión en plataformas digitales que respalda el Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), es indispensable que la regulación secundaria conserve criterios de competencia y no inhiba la innovación o genere paneles de controversias.
- Aunque en México el comercio electrónico representa el 2% de las transacciones comerciales su crecimiento ha sido el mayor en los últimos dos años entre los países latinoamericanos, con tasas superiores al 20% anual. Hoy cerca del 70% de los cibernautas mexicanos accede al mundo digital vía teléfono móvil y nueve de cada diez lo hace mediante su plan de datos, es decir paga por el servicio.
- Existen antecedentes importantes que ayudan a detonar la economía digital en el país: La Comisión Federal de Competencia (Cofece) garantiza la competencia en el sector (caso Cornershop); los fraudes y violaciones cibernautas no son mayor problema para los usuarios, sólo el 4% se queja de éstos y el país es el noveno exportador e importador a nivel mundial de tecnologías de la información y comunicación.
- Los estudios más recientes durante COVID-19 señalan que la economía digital será la nueva normalidad: 55% de los consumidores Chinos continuarán haciendo las compras para su hogar en línea, en Estados Unidos el comercio electrónico entre empresas (B2B) creció 30% y en Argentina aquellas empresas que adoptaron herramientas de manejo de ventas digitales durante COVID-19 aumentaron sus ventas en línea 134% respecto a 2019.
- Los principales retos para digitalizar a las micro y pequeñas empresas mexicanas son:
 - Organizar las distintas iniciativas de digitalización para Pymes
 - Capacitar a los dueños y colaboradores de los pequeños negocios en tecnologías digitales.
 - Acercar plataformas y herramientas adecuadas para Pymes
 - Reducir la brecha digital (rural vs urbana)

- Migrar a 4 y 5G para reducir el tiempo e interrupción de las transacciones
- Crear historial fiscal y crediticio para pequeños empresarios.
- Muchos países han adoptado agendas para promover la digitalización de la economía y entre los principales aprendizajes están:
 - 1) Hacer la digitalización una prioridad nacional y poner en marcha una estrategia nacional con hitos, responsables y una coordinación efectiva en el gobierno.
 - 2) Usar las políticas públicas como un instrumento para escalar la transformación digital, por ejemplo, usar las compras públicas.
 - 3) diseñar una regulación que permita a las empresas desarrollar infraestructura interoperable.
 - 4) trabajar con las Pymes para promover la adopción de tecnologías digitales
 - 5) Co-crear productos y servicios con el sector privado a partir de incentivos en Investigación y Desarrollo.

Mapa de Ruta para digitalizar a las Pymes en México:

Paso 1 (primeros dos meses)

- 1) Crear un plan y un comité responsable de construir, evaluar e implementar dicho plan con un calendario y sistema de seguimiento.

Paso 2 (siguientes 8 meses)

- 2) Realizar una campaña de concientización accesible para Pymes con guías digitales y coaching de expertos (Ejemplo Francia).
- 3) Capacitar y dar mentorías sobre mejores prácticas por sectores a través de un *one-stop shop* (Ejemplo la Comunidad Europea en temas financieros)
- 4) Donativos de celulares inteligentes para microempresarias, y microempresarios rurales.
- 5) Adecuar marco regulatorio para promover la innovación, transacciones digitales nacionales e internacionales y la protección de los datos personales.
- 6) Crear un marketplace con las tecnologías disponibles para incorporar tecnologías digitales para Pymes y Micropymes con la asesoría de un experto (Ejemplo Singapur).
- 7) Capacitar a los empresarios para resolver retos de adopción y nuevas funciones a realizar con ventas digitales
- 8) Generar soluciones específicas de logística con empresas de transporte para favorecer a Pymes.
- 9) Crear un grupo de trabajo para resolver el reto financiero de la digitalización de las Pymes. (Ejemplo: el *Bavaria Digital initiative* en Alemania que apoya con créditos simples a Pymes utilizando criterios paramétricos para ponderar el riesgo).

Paso 3 (Post Vacuna)

- 10) Crear incentivos para promover la inversión de última milla para ampliar la red en zonas marginadas del país
- 11) Ordenar y presentar un registro público confiable de negocios para crecer la oferta de proyectos bancables en la industria digital
- 12) Crear un programa de estancias en empresas digitalizadas para crear habilidades blandas en empresarios interesados.

- 13) Trabajar con fundaciones e instituciones financieras para crear herramientas que permitan canalizar capital de riesgo global para innovaciones digitales con impacto social.
- 14) Diseñar productos digitales para comunidades en pobreza
- 15) Promover oportunidades digitales sólo para mujeres.
- 16) Lograr que los contratos y firmas digitales sean aceptados en todas las transacciones.
- 17) Capacitar a microempresarios sobre modelos para usar los datos que se producen en la economía digital y que se pueden convertir en una fuente adicional de ingresos.
- 18) Trabajar en un proceso de facilitamiento de registro de patentes y marcas en México.