

# Impulsando a las MiPYMEs en la era de la Transformación Digital

Rafael Arturo González Barboza

En la era de la Transformación Digital, no solamente las grandes corporaciones se ven obligadas a evolucionar y adaptarse a las nuevas formas de colaboración, comercialización, atención y comunicación que las tendencias tecnológicas habilitan. Las MiPYMEs, representando cerca del 99% del total de empresas de América Latina y dando empleo a aproximadamente el 67% del total de los trabajadores, según información de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), deben también sobreponerse a las barreras de entrada que la digitalización empresarial representa.

Es por esta razón que, en una economía en donde el término *Transformación Digital* ha pasado de ser un concepto abstracto e inalcanzable a una realidad que permite a las compañías beneficiarse por las bondades que la tecnología en sus diversos rubros ofrece, en vez de analizar si es importante sumarse a esta digitalización, las MiPYMES deben analizar qué tan ágil pueden hacerlo.

Desde Movistar Empresas hemos realizado una Encuesta de Adopción Digital en la región de Hispanoamérica comprendida por 8 países, que permite identificar las percepciones de las personas frente a los negocios, comprendiendo los procesos de digitalización y las necesidades tecnológicas del segmento PYME, en donde los resultados son gratamente sorprendentes ante este escenario. Tan solo el 89% de las pequeñas empresas, es decir, la gran mayoría, incrementará su presupuesto en los siguientes años para acelerar la transformación digital debido a la creciente competitividad del mercado.

Sin embargo, esta adopción debe ser considerada en la escala necesaria para poder aprovechar todos sus beneficios. El tamaño de la empresa no exime la responsabilidad de planificar, y el crear una estrategia no significa necesariamente tener una estructura robusta de managers, o incluso contar con personas dedicadas a construir todo un roadmap detallado de estrategia a 5 años. No...el crear una estrategia de digitalización significa detectar los puntos de dolor principales evaluando el entorno de mercado, tecnología y comunicación en el que la MiPYME se desenvuelve y contar con aliados tecnológicos que se adapten al tamaño de la compañía pudiendo ofrecer soluciones ágiles a modo “one stop shop” en donde las empresas se puedan dedicar a su enfoque y razón de ser principal: hacer crecer su negocio.

Esta estrategia deberá contener distintos rubros que le permitan prosperar a la MiPYME en la era digital: desde las comunicaciones móviles y fijas que habiliten la dinámica de su negocio, hasta herramientas en la nube que les permitan proporcionar de forma centralizada atención omnicanal a sus clientes, agilizando y eficientando su operación con los recursos disponibles en

cada etapa de su desarrollo y crecimiento como empresa, sin dejar de lado las herramientas que les protejan ante las ciberamenazas y mitiguen el riesgo de cualquier vulnerabilidad tecnológica. Incluso, las soluciones de analítica hoy más que nunca están al alcance de organizaciones de cualquier tamaño, permitiéndoles profundizar en el conocimiento y perfiles de sus clientes, apoyándoles a segmentar con base en interacciones digitales, y generando insights para el diseño de campañas de acuerdo con su target.

Asimismo, es responsabilidad nuestra, de las empresas de tecnología y telecomunicaciones, poner al alcance de las MiPYMEs las herramientas, conocimiento, y apoyo en cada etapa del camino hacia la transformación digital, fomentando de esta forma el progreso económico, social, y tecnológico del país.

Fuentes:

1 Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (n.d.). *Acerca de Microempresas Y pymes*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/temas/pymes/acerca-microempresas-pymes>