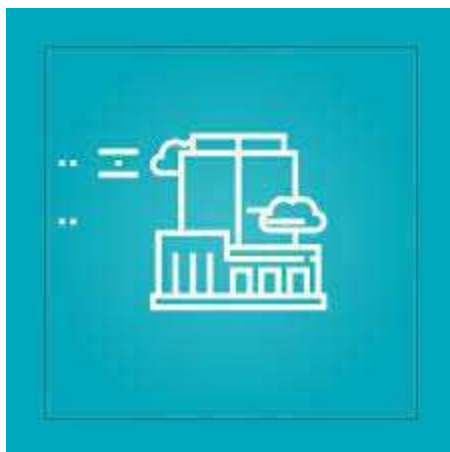




COMISIÓN TÉCNICA INTERAMERICANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES

TRABAJOS INTERAMERICANOS
TRABAJOS NACIONALES
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES





Detalle
TRABAJO INTERAMERICANO: <i>El Contador Público, las Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones y la pandemia. Momento de decisión. Ayudando a su sobrevivencia y su proyección.</i> Rubén Helouani - Rosa Pérez
TRABAJO INTERAMERICANO: <i>Planes de virtualización y transformación digital en los procesos administrativos, comerciales, financieros y productivos, adaptados a las posibilidades de las Micro, Pequeñas y medianas organizaciones.</i> Marianella Aguilar y Santillán - Nancy Aragón Granja
TRABAJO INTERAMERICANO: <i>Encuesta sobre: Los Efectos de la Pandemia en las MiPymes.</i> Rubén Helouani - Olga Campos
TRABAJO NACIONAL: <i>La tecnología en la sostenibilidad del crecimiento de la Pymes en República Dominicana.</i> Gisela León
INFORME TECNICO DE LOS GRUPOS DE TRABAJO DE DISCUSION DE LA COMISION



**XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
PORTO ALEGRE 2021**

**TRABAJO INTERAMERICANO
ALIANZA PARA EL DESARROLLO DE LAS NACIONES**

ÁREA TÉCNICA 8

GESTIÓN INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES

TEMA 8.1

**El Contador Público, las Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones y la pandemia.
Momento de decisión. Ayudando a su supervivencia y su proyección.**

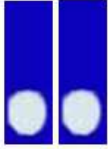
**Autores de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas
Organizaciones de la AIC:**

Autores

Ruben HELOUANI	Argentina
José MANCILLA LIZONDO	Bolivia
Lidia FELIZ MONTILLA	Rep. Dominicana
Marisol GUZMAN SINGURI	Bolivia
Mateu Alexandre COSTA DOS SANTOS	Brasil
Didier PEÑAFIEL	Panamá
Herminio MOREL BOGADO	Paraguay
Marianella AGUILAR SANTILLAN	Perú
Angel Roberto SALAZAR FRISANCHO	Perú
Olga CAMPOS	Rep. Dominicana
Rosa PEREZ	Venezuela
Luis GONZALEZ RIOS	Uruguay
Carlos SOTELO LUNA (IM)	Perú

**Presidente de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas
Organizaciones de la AIC:**

RUBEN HELOUANI Argentina
helouani@fibertel.com.ar



ASOCIACION INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
INTERAMERICAN ACCOUNTING ASSOCIATION
ASSOCIAÇÃO INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE
Comisión Técnica de
Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones



RUBEN HELOUANI

- Contador Público; Licenciado en Administración;
- Director Académico de Posgrado. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.
- Ex Presidente de la Comisión Técnica Interamericana de Administración y Finanzas ;
- Presidente de la Comisión Interamericana de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones.
- Premio Presidencial a la Excelencia Internacional Fray Luca Bartolomeu Pacioli por su aporte a la Profesión Interamericana. Asociación Interamericana de Contabilidad. 2011.



JOSE MANCILLA LIZONDO

- Licenciatura en Contaduría Pública;
- Carrera de Contaduría Pública – Auditoría. Universidad Autónoma Tomás Frías Potosí – Bolivia;
- Maestría en Educación Superior. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí – Bolivia ;
- Diplomado en Auditoría y Control de Gestión. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí
- Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera – NIIFs. ; Certificado en Normas Internacionales de Auditoría – NIAs. ; Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera p/ PYMES – NIIFs.P/PYMES. Presidente del Colegio de Auditores de Potosí – POTOSI BOLIVIA ;



LIDIA FELIZ MONTILLA

- Post-Grado en Administración Financiera. Universidad APEC ;
- Licenciada en Contabilidad y Auditoría. Universidad Autónoma de Santo Domingo
- Seminario Aspectos y Perspectivas Actuales de la Lengua Española.; Taller sobre Preparación Estado Flujo de Efectivo y Manejo de Tesorería.
- Curso Relaciones Humanas y Comunicación Efectiva ; Curso Taller Refinamiento y Desarrollo Personal ; Consultoría Empresarial ; Precio de Transferencia ; Auditorías según Normas Internacionales ; Taller de actualización de auditoría externa ; Actualización de la Declaración de Impuestos Internos ; Amplia experiencia en preparación y análisis de Estados Financieros.



MARIZOL GUZMAN SINGURI

- Licenciada en Contaduría Pública ; Maestría en tributación y aduanas ; Diplomado en costos y generación de utilidades ; Diplomado en Gestión Tributaria ; Diplomado en Derecho Laboral ; Especialidad en Comercio Exterior ; Especialidad en Contabilidad Minera ; Certificada en NIIF para PYMES ; Certificada en Normas Internacionales de Auditoría ;



MATEUS ALEXANDRE COSTA DOS SANTOS

- Contador
- Doctor y Master en Ciencias Contables de la Universidad de Brasilia (Brasil)
- Profesor titular del curso de Ciencias Contables de la Universidad Federal de Paraíba (Brasil);
- Investigador en los campos de la contabilidad financiera y la tributación;
- Auditor-Fiscal de la Receita Federal de Brasil (RFB).



DIDIER PEÑAFIEL

- Contador Público Autorizado
- Jefe de Contabilidad-Junta Comunal de Don Bosco. Universidad de Panamá
- Licenciatura en Contabilidad.
- Miembro Adherente Individual de la Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Miembro de la Comisión Técnica de Gestión Integral de MiPymes



HERMINIO MOREL BOGADO

- Licenciado en Ciencias Contables.
- Contador Interamericano Certificado en la NIIF para las PYMES
- Auditor Impositivo.
- Docente Universitario ; Máster en Auditoría y Tributación (Título en trámite)



MARIANELLA AGUILAR Y SANTILLAN

- Socia fundadora de A&S Consulting Risk
- Con estudios de Estudió Maestría en Contabilidad en Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional San Marcos Perú
- Presidente Miembros Adherentes Individuales 2020-2021 AIC PERU
- Docente en la Universidad Tecnológica del Perú UTP
- Miembro de la Comisión Técnica PYMES AIC



ANGEL ROBERTO SALAZAR FRISANCHO

- Contador Público -UNMSM
- Especialización en administración y finanzas – ESAM
- Docente en la Universidad Mayro de San Marco. Perú
- Past Presidente de la Junta de Decanos del Colegio de contadores de Perú . Contador Benemérito de Perú



OLGA MARIA CAMPOS GUZMAN

- Post-Grado en administración Financiera. Universidad APEC ;
- Licenciada en Contabilidad y Auditoría – UNPHU ;
- Seminario Aspectos y Perspectivas Actuales de la Lengua Española. (NIC'S) Fase I-III.; Curso Taller Normas Internacionales de Contabilidad; Taller sobre Preparación Estado Flujo de Efectivo y Manejo de Tesorería.C.I. de la Salle;
- Auditorías según Normas Internacionales ; Taller de actualización de Normas Internacionales de Contabilidad 2016.; Amplia experiencia en Auditoría Externa;en preparación y análisis de Estados Financieros.



ROSA ISABEL PEREZ

- Licenciada Contaduría Pública. ;
- Especialista y Magister en Contaduría Mención Costos. ;
- Docente de Pregrado y Posgrado. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado ; Consultor en el Área de Control de Gestión.
- Secretaria de la Comisión Interamericana de Gestión Integral de Pequeñas y Medianas Organizaciones



LUIS ALBERTO GONZALEZ RIOS

- Contador Público, Licenciado en Administración. Universidad de la República.;
- Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos (UDELAR)
- Diplomado en Ciencias Empresariales. Ministerio de Educación y Ciencias. Madrid. España.;
- Miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Miembro por Uruguay en la Comisión Técnica de Gestión Integral de Pequeñas y Medianas Organizaciones. ;
- Ex coordinador de la Comisión de Ejercicio Profesional y PYMES del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay



CARLOS SOTELO LUNA (IM)

- Contador Público Colegiado por Lima, Perú. ;
- MBA – Magister en Administración de Negocios por la Universidad Ricardo Palma, de Lima, Perú. ;
- Profesor de Finanzas en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, de Lima, Perú.
- Gerente General de SL Global Consultores SAC,
- Especializada en Consultoría Financiera de Empresas, en Lima, Perú.

Resumen Ejecutivo

En el principio, el objetivo del Trabajo Interamericano fue analizar los efectos de la pandemia en la economía de los Mipymes, con la intención de proponer alternativas para lograr la superación del contexto pandémico y asegurar la sobrevivencia de las mismas.

Con posterioridad y debido a las extensas e intensas experiencias observadas por la prolongación de la pandemia se agregó otro objetivo que fue precisamente relevar y analizar las formas en que los distintos países se enfrentaron los efectos de la misma, lo que permitió obtener conclusiones muy interesantes.

El contexto fue complejo por las grandes dificultades para ensayar las soluciones y diverso según los sectores económicos y los países.

En el caso de las Mipymes los efectos fueron grandes y tan sentidos que obligaron a considerar la alternativa del cierre o terminación del emprendimiento, pudiéndose observar una firme decisión de los responsables a buscar la forma de sobrevivir.

Se efectuó un relevamiento de los efectos y cuestiones más destacables para la gestión en la pandemia.

Se pudo observar que los aspectos más destacables de la gestión en las Mipymes durante el tránsito de la pandemia, fueron recuperar el nivel de actividad económica y las dificultades financieras para cumplir con todos los compromisos.

Para enfrentar estos problemas se ensayaron alternativas que incluyeron la innovación, la provisión de recursos financieros, la incorporación de la tecnología y la necesidad de disponer una administración adecuada.

A cada uno de estos aspectos se le dedicó un capítulo en particular.

Se analizó también la función del Contador Público en estas circunstancias, pudiéndose concluir que su excelente formación y su disposición a apoyar a los responsables de las Mipymes fueron muy importantes y contribuyeron a encontrar las soluciones buscadas.

Se incorporó un capítulo especial en el que se comentan las experiencias de la gestión de la pandemia en varios países de la región en las que se pudo observar que aun manteniendo particularidades, los problemas y las soluciones encontradas fueron similares.

Palabras clave

Pandemia.

Mipymes.

Innovación.

Tecnología.

Administración adecuada.

Contador Público.

Profesión.

TRABAJO INTERAMERICANO

El Contador Público, las Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones y la pandemia. Momento de decisión. Ayudando a su sobrevivencia y su proyección.

La Introducción, Desarrollo del tema, Resultados, Discusión de los resultados y conclusión se incorporan en lo siguiente:

CONTENIDO

Capítulo 1.- Introducción

Capítulo 2.- Relevamiento y análisis de los efectos de la pandemia en las MiPyMos

Capítulo 3.- Listado y Análisis de los efectos más importantes de la pandemia como indicadores de los caminos hacia la sobrevivencia

Capítulo 4.- Análisis de la innovación necesaria y la posible en las Mipymes.

Capítulo 5.- Análisis de los problemas de financiamientos

Capítulo 6.- Análisis de la virtualización necesaria y posible en las Mipymes.

Capítulo 7.- La pandemia como indicador de la importancia de poder disponer de una buena administración para realizar una buena gestión

Capítulo 8.- El Contador Público Como Mipyme de servicios profesionales

Capítulo 9.- El Contador Público como Profesión

Capítulo 10.- Transitando el segundo año de la pandemia.

Capítulo 11.- Resumen y Conclusiones

Capítulo 1.- Introducción

Desde que apareció el COVID-19 en la escena mundial hace ya meses, la pandemia se ha cobrado la vida de varios millones de personas y ha infectado a más de 30 millones en 190 países. El número de infecciones sigue aumentando y existen preocupantes indicios de nuevas oleadas.

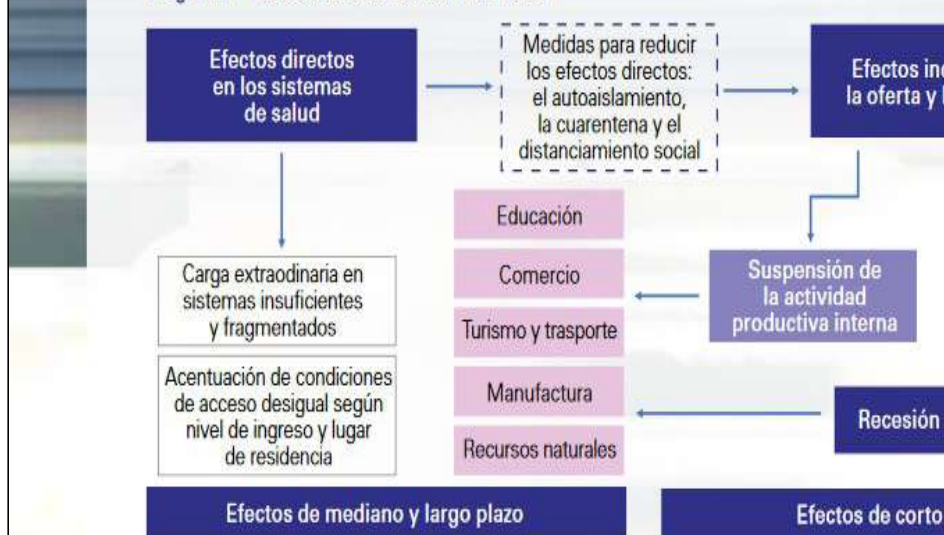
Aún no se conoce a fondo el virus, pero hay algo que sí está claro: nadie estaba preparado y en el mundo global afectado por la pandemia del COVID-19, donde la existencia, es una carrera económica feroz, se observa una transformación de la relación entre personas y su entorno, un periodo de incertidumbre, la economía mundial vive una crisis sanitaria, humana y económica sin precedentes en el último siglo y que evoluciona continuamente.

El problema de no poder frenar la expansión de esta enfermedad ha hecho que los países tomen medidas drásticas, provocando serias crisis económicas sin precedentes, lo que originó la necesidad de que las empresas analicen y evalúen los impactos causados por la pandemia desde que fue declarada por la Organización Mundial de La Salud.

El COVID-19 ocasiono graves efectos a corto y a largo plazo, en la oferta y la demanda a nivel agregado y sectorial, cuya intensidad y profundidad dependen de las condiciones internas de cada economía, el comercio mundial, la larga duración de la epidemia, el rebrote y las medidas sociales y económicas para prevenir el contagio.

de cada economía, el comercio mundial, la duración de la epidemia y las económicas para prevenir el contagio (véase el diagrama 1).

Diagrama 1 | Costos económicos del COVID-19



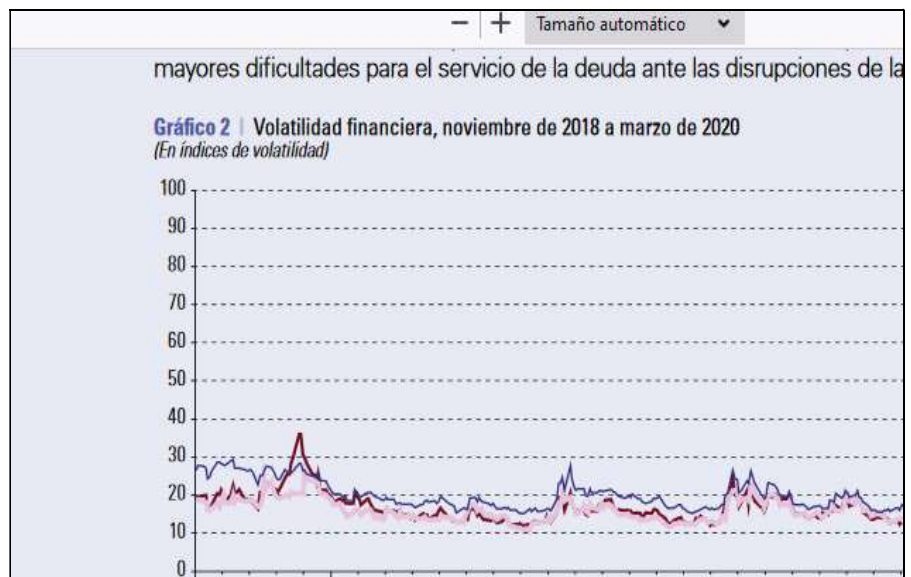
La economía mundial ya estaba afectada antes de la pandemia, El desempeño económico de la economía mundial ya era débil antes de la pandemia del COVID-19. En el período 2011-2019, la tasa media de crecimiento mundial fue del 2,8%, cifra significativamente inferior al 3,4% del período 1997-2006. En 2019, la economía mundial registró su peor desempeño desde 2009, con una tasa de crecimiento de solo un 2,5%. Ya antes de la pandemia, las previsiones de crecimiento del PIB mundial para 2020 se habían revisado a la baja.

Debido a las medidas adoptadas de salud pública adoptados para contener el virus se deterioraron las economías, cerraron fábricas, disminuyeron las operaciones de algunos servicios públicos, cierre de centros de enseñanza públicos y privados, se cancelaron actividades de esparcimiento y eventos, y otros una paralización completa, que ocasiono el incremento de los costos, en los alimentos, la reducción del consumo de bienes y servicios.

Financieramente, la liquidez se redujo debido a la disminución de la demanda interna, el cese de la actividad económica, la ruptura en las cadenas de pago, las perdidas en la rentabilidad y por lo tanto aumentó de manera significativa la volatilidad de los mercados financieros como resultado de la incertidumbre de la situación de la pandemia. **(gráfico 2).**

La acumulación de deuda superó el crecimiento del ingreso mundial y alcanzó niveles sin precedentes: en el tercer trimestre de 2019.

El aumento de la deuda se produjo en todos los sectores, el sector corporativo no financiero, el gobierno y el sector financiero y también en los hogares.



Los efectos microeconómicos fueron catastróficos, y en especial las micro empresas fueron las primeras en sentir la desaceleración económica, muchas enfrentaron la importante disminución de sus ingresos, el aumento de la insolvencia que repercutió negativamente en el empleo, los salarios y la distribución de los ingresos, ocasionando en el mercado laboral una crisis sin precedentes. Fue y es muy difícil seguir operando para las micro, pequeñas y medianas empresas, al menos de la misma manera que lo venían haciendo.

Es por estos motivos que el objetivo del trabajo es analizar los efectos de la pandemia en las Micro, pequeñas y medianas organizaciones, ensayar alternativas de soluciones para enfrentarlos y realizar un análisis similar para los problemas y cambios que debería considerar el Contador Público como Microempresa de servicios.

Se realizó un relevamiento y listado de los efectos económicos y de los aspectos que originan la necesidad de realizar importantes cambios como por ejemplo el financiamiento, la necesidad de innovaciones en las cuestiones comerciales y la incorporación de tecnología.

Considerando que una de las debilidades de este tipo de organizaciones es la casi nula administración, se destaca cómo la pandemia brinda evidencias de la importancia de la misma.

Desde el inicio de la pandemia hasta la fecha de presentación de este trabajo transcurrieron muchos meses, más de un año durante los cuales se intensificaron sus efectos y se aplicaron muchas de las alternativas acá analizadas, por lo que se agregó un capítulo, el 10 en el que se relatan algunos de los resultados logrados con esas experiencias.

Capítulo 2.- Relevamiento y análisis de los efectos de la pandemia en las MiPyMos

En América Latina, los efectos de la crisis han llevado a pronosticar una caída del PIB de al menos un 1,8%, a previsiones de contracciones de entre un 3% y un 4%, o quizás más.

El impacto económico final fue grande afectando principalmente las exportaciones e importaciones, regiones que dependen de sus exportaciones, cuyo volumen y valor se redujeron por la recesión mundial.

Entre abril y junio el FMI ajustó su pronóstico de crecimiento a la baja para el mundo entero, asumiendo un mayor grado de incertidumbre ante la incapacidad de predecir con exactitud la evolución que tendrá el virus. Para América Latina, su pronóstico de crecimiento para 2020 pasó de -5,2% a -9,4%, principalmente debido a un crecimiento menor al esperado durante el primer trimestre del año y una evolución explosiva del virus en la región, con confinamientos extendidos, una severa caída en el consumo y un daño profundo en el empleo.

La OCDE, por su parte, acaba de actualizar al alza su pronóstico de crecimiento global entre junio y septiembre, cifras que son coherentes con el optimismo del mercado ante la relativa recuperación de China, Estados Unidos y algunos países de Europa. Sin embargo, este optimismo parece no extenderse a Latinoamérica, dados los niveles de informalidad, altas pérdidas de empleo y la prolongada extensión de las cuarentenas.

La información se encuentra estructurada en: datos de evolución de la coyuntura económica para un conjunto de indicadores (PIB, inflación, tasa de desempleo, saldo comercial, tasa de interés, tipo de cambio moneda/dólar, índices de bolsa, etc.); selección de titulares de las noticias más relevantes en la economía de cada país; y cuadros comparativos por países con información cuantitativa sobre el crecimiento económico, situación de los mercados financieros y predicción de macro magnitudes.

A continuación se analizan datos de algunos países.

Argentina

El Ministerio de Economía explicó que debido a la pandemia de COVID-19 el gasto primario se elevó a 612.806 millones de pesos (US\$7.800 millones), lo que representó un aumento interanual del 71,6%.

Argentina registró en septiembre un déficit fiscal primario de 167.182 millones de pesos (US\$2.194 millones), comparado con un déficit 25.368 millones de pesos (US\$326 millones) en el mismo mes del año pasado.

El pago de intereses de la deuda pública, neto de pagos intra-sector público, ascendió a 44.839 millones de pesos (US\$577 millones). De esta manera, el resultado financiero del Sector Público Nacional fue deficitario en 212.020 millones de pesos (unos US\$2.783 millones).

El pronóstico del ministro conduce a que el índice de precios de este año rondará el 34%, tras conocerse que la inflación de septiembre fue del 2,8%, que anualizada es del 36,6%.

Bolivia

El Programa Financiero Revisado 2020 registra una inflación del 1,7% y un déficit del 12,1%. Las autoridades coincidieron en que, la caída del ingreso nacional y las restricciones al financiamiento externo han demandado que el BCB sea la principal fuente de recursos.

Después de los efectos de la pandemia por el coronavirus, las autoridades económicas del Gobierno, revisaron el Programa Financiero 2020 y modificaron el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) **previando una caída de -6,2%, una inflación en torno a 1,7% y un déficit de hasta 12,1%** hasta fin de año, afectado por la crisis económica que golpea al mundo.

“Estos datos modificados se justifican en la caída de ingresos y el incremento de gastos emergentes de esta crisis sanitaria.

El financiamiento interno neto no es muy diferente al de gestiones anteriores y es medurado en el contexto actual. La disminución de las Reservas Internacionales Netas (RIN) estaría entre las más bajas de los últimos años (u\$s -1.399 millones), habiendo mantenido hasta el momento un comportamiento destacado”, señaló el Banco central de Bolivia (BCB).

Las pequeñas y medianas empresas PYMES, que son vitales para la economía global, **enfrentan desafíos sin precedentes en medio de la pandemia de Covid-19.**

Los bloqueos, el distanciamiento social y las crisis económicas han llevado a muchas a cerrar y/o enfrentar reducciones de ingresos, restricciones de flujo de efectivo y bajas en la fuerza laboral, los efectos de la pandemia hasta el momento en el sector de las pymes, en especial en Latino América

El 94 % informó que estaba sufriendo los efectos de la pandemia, que se reflejaban principalmente en la caída de las ventas (82 %), los inconvenientes para conseguir insumos (49 %) y las dificultades para pagarle al personal (44 %).

El 84 % señaló que había modificado su volumen de producción como resultado de la pandemia, que, en general, se había reducido; el 57 % había cambiado los precios de venta de los productos.

El 85 % previó los efectos futuros en sus cadenas de suministro, como escasez de provisiones (61 %) e interrupciones en la distribución y el transporte (49 %).

El 80 % y el 84 % de las empresas afirmaron que estaba tomando medidas para mitigar los efectos de la pandemia en sus actividades y para proteger a sus empleados, respectivamente.

El 81 % y el 64 % de los encuestados expresó que registraba una necesidad urgente de recibir asistencia financiera y técnica, respectivamente, para poder hacer frente a los efectos de la pandemia.

Brasil

Las finanzas en Brasil se deterioraron aún más en septiembre, ya que el fuerte endeudamiento para abordar la pandemia de COVID-19 llevó a la deuda y el déficit como proporción de la economía a récords.

La deuda nacional aumentó a un 90,6% del Producto Interno Bruto (PIB) y el déficit primario del sector público en los 12 meses a septiembre, excluyendo el pago de intereses, se amplió a un 9,1% del PIB, dijo el Banco Central.

Chile

Al explotar la pandemia a partir de la segunda quincena de marzo, la economía del país prácticamente se detuvo. En materia de comercio exterior, en marzo las exportaciones anotaron un -4% respecto del mismo mes de 2019 y las importaciones cayeron un 12,7% respecto de marzo del 2019.

Por otro lado, la economía chilena también está siendo fuertemente golpeada por el contexto internacional, especialmente por la bajada del precio del cobre y el incremento del valor del Dólar (que llega a casi \$860 pesos) y del Euro (que llega a \$925).

Si bien el derrumbe internacional del precio del petróleo ha sido una noticia bien recibida, que en algo compensa la balanza comercial, las estimaciones son muy preocupantes, esperándose que presente una caída superior a la de octubre del año pasado (-3, 4%). En materia de empleo, se estima que la pandemia podría conducir a tasas de desempleo entre 13 y 17%.

Durante marzo ya fueron despedidos cerca de 300 mil trabajadores (38% más que en el mismo mes del 2019) y más de 780 mil habrían visto sus contratos "suspendidos" o jornadas reducidas.

México

Una contracción del PIB del (-)5,16% que por la evolución reciente de todas las variables parecería ser modesto, en los últimos días se han sumado muchos factores la caída de precio del petróleo que afecta al tipo de cambio, la caída de las exportaciones hacia los Estados Unidos, ya que ese país atravesará una depresión de alrededor de 6% y su demanda de bienes de México ha sido por lo menos en los últimos 30 años uno de los principales motores de crecimiento, una reducción importante en su captación de divisas por el derrumbe del turismo internacional y de las remesas de los trabajadores migratorios en Estados Unidos.

Se calcula que en estos rubros podría haber una caída del 25-30%, que se traducirían en 2-3 puntos del PIB. Esto generará un gran incremento en la tasa de desempleo, en la precarización del mercado laboral (al elevarse dramáticamente la tasa de condiciones críticas de ocupación) y, por tanto, en la pobreza. Actualmente la tasa de pobreza alimentaria es de alrededor del 20% de la población. Calculamos que podría llegar al 30% en menos de dos años.

Perú

Los efectos de las medidas tomadas para enfrentar la pandemia caracterizaron el devenir económico y político del Perú. Durante 2019 el PIB creció 2,1%, el peor resultado en lo que va del siglo, sin incluir a 2009, debido a que en ese año el menor crecimiento se debió a los efectos negativos de la crisis financiera internacional que estalló en 2008. A inicios de 2020, las autoridades esperaban un crecimiento económico del 4%; sin embargo, la pandemia mundial del COVID-19, alteró totalmente, no solo las proyecciones, sino la política

económica del gobierno de Martín Vizcarra. Este año se espera una caída de -13% del PIB, con los consiguientes efectos sobre el aumento tanto del desempleo como de la pobreza.

Venezuela

Esta epidemia se presenta en medio de la peor crisis económica que recuerda la historia de Venezuela. El PIB se ha contraído en torno al 70% desde 2013, generando hambre, desnutrición y deterioro severo en las condiciones de vida de la población.

Con el impacto del Covid-19, el FMI estima una caída adicional del PIB en torno al 15% este año 2020, con lo cual los hogares en condición de pobreza se estimada en un 89% en términos de ingreso.

Capítulo 3.- Listado y Análisis de los efectos más importantes de la pandemia como indicadores de los caminos hacia la sobrevida

Las micro, pequeñas y medianas empresas quizás son las más afectadas, se esfuerzan para el proceso de reactivación económica y son el motor generador de desarrollo que permite un crecimiento económico rápido y continuo siendo maleable su transformación en su actividad económica.

Los gobiernos e instituciones de apoyo deberían llevar a cabo programas de fomento orientados a estimular el desarrollo de las MIPYMES, considerar su experiencia, con el objetivo de garantizar la integración de estas empresas en los procesos de transformaciones productivas y tecnológicas en curso y ante todo su sobrevida.

Las siguientes son algunas cuestiones macroeconómicas que influyen en especial a las Mipymes:

- Pérdida de empleos por actividad económica
- Caídas históricas del PIB.
- Crisis de corto plazo.
- Crisis de mediano plazo.
- Recesión prolongada.

El Estado debe asumir actividades de planificación que generen las condiciones para sostener y después estimular la actividad económica. Esto requiere capacidades y recursos públicos, e instrumentos de política que deben diseñarse en línea con las capacidades productivas de cada país, buscando preservar las capacidades instaladas.

También se debe destacar las iniciativas y la importancia que le han dado todas las Cámaras de comercio, exportadores, construcción, etc. de Latinoamérica a este tema.

Todas, en menor o mayor medida, se han enfocado en aplicar protocolos de bioseguridad para poder dar una continuidad con seguridad en las actividades comerciales, industriales y de servicios para sus trabajadores, gestionando para seguir trabajado y los gobiernos en general están preparando una serie de estrategias.

Los gobiernos y las organizaciones internacionales regionales y mundiales en apoyo de los gobiernos deben diseñar una estrategia que permita responder de la mejor manera al reto que la pandemia representa para los mercados laborales, medidas que de algún se

comenzaron a implementaren muchos países, para facilitar el mayor empleo, el capital de trabajo y créditos blandos.

También ha habido iniciativas de rebajas de impuestos o postergación del pago de algunos tributos para las pequeñas y medianas empresas. En Bolivia el gobierno ha lanzado varios Decretos Supremos incentivando préstamos para la vivienda que se beneficiara al sector de la construcción.

Si bien cada Mipyme tiene muchas características que le son particulares y sufren la pandemia también de su manera especial y particular hay muchos de los efectos que son comunes a la gran mayoría de Mipymes. Es importante considerar los aspectos microeconómicos ya que estos afectan directo y sensiblemente a estas empresas.

Algunos de los efectos más comunes y frecuentes se originan en sus típicas debilidades que se intensifican, de distintas maneras, según los casos.

Algunos de los principales y más frecuentes problemas que sufren las Mipymes por la pandemia son los siguientes:

- El financiamiento, que, si bien es frecuente en este sector por su continuo desarrollo se agrava por la falta de ingresos
- Bajo o nulo uso de la tecnología tanto en los procesos administrativos como en las funciones comerciales, siendo este recurso indispensable en un contexto en el que está restringida la circulación.
- Escasa o nula administración, la que por costos o por una cuestión cultural en general no está profesionalizada y no tiene capacidad de reacción en un contexto de emergencias.
- Falta de análisis estratégico, por los motivos anteriores no se planifica ni se aplica el criterio o concepto del largo plazo.

En los siguientes capítulos se tratan por separado cada uno de estos temas.

Capítulo 4 - Análisis de la innovación necesaria y la posible en las Mipymes

Un reciente análisis de CEPAL acerca de las Microempresas y Pymes indica lo siguiente:

“Las pymes representan actores claves para incrementar el crecimiento potencial de América Latina. Estas empresas se caracterizan por una gran heterogeneidad en su acceso a mercados, tecnologías y capital humano, así como su vinculación con otras empresas, factores que afectan su productividad, capacidad de exportación y potencial crecimiento.

Por un lado, constituyen un componente fundamental del entramado productivo de la región, representan alrededor del 99% del total de empresas y dan empleo a cerca del 67% del total de trabajadores. Por otro lado su contribución al PBI es relativamente baja, lo que revela deficiencias en los niveles de productividad de las mismas. Por ejemplo, las empresas grandes de la región tienen niveles de productividad hasta 33 veces la productividad de las microempresas y hasta seis para las pequeñas, mientras que en los países OCDE estas cifras oscilan entre un 1.3 y 2.4 veces”

Este análisis, que por supuesto es más amplio, sumado a que aproximadamente no más del 10% de las pymes de América Latina exportan alguna porción de su producción, comparado con que las pymes exportadoras en Europa que son el 40% del total, muestran un panorama claro de la actual situación y la necesidad de la innovación, para rebatir y mejorar esta situación en la micro y pequeñas organizaciones de la región.

Sin embargo, no todo es blanco y negro, ni en la vida ni en las relaciones empresariales, la heterogeneidad a que hace referencia CEPAL, donde hay microempresas creadas únicamente para ser auto sustentado de su propietario, a otras que han logrado tener un aceptable eficiencia y hasta capacidad exportadora lleva a que no basta decir hay que innovar, hay que estar convencidos también, que eso es posible.

La innovación es un proceso complejo con distintas etapas, no totalmente definidas, difusas en algunos casos, y que su objetivo final no es solamente adaptarse a la tecnología o adoptar la tecnología, porque no todas las tecnologías son innovadoras sino que colaboran o facilitan procesos en el camino hacia la innovación.

En ese proceso, hay distintos escenarios y actores, internos y externos, que de alguna manera condicionan el mismo proceso, en algunos casos siendo un motor que permite avanzar hacia el objetivo buscado, pero algunas veces, también son un obstáculo, o al menos un ancla, que hace más difícil el camino.

En cualquier estudio sobre las características de la micro y pequeñas organizaciones, y en especial, los ya realizados con anterioridad por esta misma Comisión Interamericana, se destacan la centralización de la toma de decisiones en el propietario de la misma, o en un grupo muy reducido de personas, que en lo general pertenecen a su propio entorno personal.

Estas características de las micro y pequeñas organizaciones, que son aplicadas permanentemente, en la toma de decisiones, en la forma de operar y llevar adelante el negocio, no se aparta de cómo estas organizaciones emprenden el proceso de la innovación.

Seguramente el propietario, siente, olfatea, percibe de alguna manera, generalmente en el día a día, que su empresa, no está accediendo con sus productos a los mismos mercados o clientes a los que tenía acceso, y posiblemente que sus costos también se van elevando, lo que le hace perder posicionamiento frente a sus competidores o simplemente no llega a satisfacer a sus clientes.

Las causas de ese desequilibrio, de esa pérdida de competitividad suelen ser muchas, todas las consecuencias son multicausales, una de ellas, seguramente es la necesidad de innovación, y también seguramente será percibida por quien tiene a su cargo llevar adelante esa micro o pequeña organización.

El tema importante y trascendente, no es simplemente decir, “debemos innovar”, sino para que, cuáles serán los resultados de esa innovación, en que parte del negocio debo centralizar esa preocupación, está preparada la empresa para emprender ese proceso, o deberemos reformular la misma.

En general, el formato, la idiosincrasia de las micro y pequeñas organizaciones, hacen bastante dificultoso ese análisis, y de la misma forma, que el propietario, en su momento entendió que había encontrado el nicho para sus actividades, también se siente capacitado para emprender el proceso de innovación y en ese momento comienzan una serie de obstáculos o dificultades que hacen que este proceso, muchas veces no tenga el final esperado o deseado.

Es muy probable que en primer lugar, seguramente el asesoramiento no sea el adecuado, en lugar de recurrir a expertos, o profesionales dedicados al tema, -seguramente también condicionado por sus disponibilidades financieras- se recurre a conocidos, o se asiste a alguna charla o evento que puede participar y ese es el puntapié inicial del proceso innovador.

Existen también dificultades en la propia organización, motivada por la escasa formación o capacitación de los integrantes, no solo de los empleados sino también de ese grupo familiar, donde en primera instancia, se moldean o definen las estrategias.

Sin dudas habrá dificultades financieras para llevar a cabo el proceso, este tipo de organizaciones no suelen contar con un importante capital propio, ni tampoco un fácil acceso a las financiaciones de las instituciones financieras, por lo que si no hay disponibles en su país o región financiaciones estatales para emprendedores, deberá intentar otros medios para obtener los fondos necesarios, que por lo general son más caros, y desestimula lo que se pretendía emprender.

“¿En qué innovamos y para qué?”, es normalmente la pregunta fundamental, o al menos debería ser, y que muchas veces, en las micro y pequeñas organizaciones, queda sin contestar, se intenta innovar porque se nota una pérdida del porcentaje de clientes que se atiende, porque hay indicios de insatisfacción de los mismos, porque los costos han incrementado, o los precios de la competencia han bajado, o sus productos a pesar de ser excelentes en calidad, no cumple las funciones que un mercado cada vez más dinámico reclaman.

Lamentablemente, en este tipo de organizaciones, muchas veces, por no tener la real conciencia del para qué, o no tener el debido asesoramiento del para qué y el cómo terminan en un rotundo fracaso.

No hay dudas, que las micro y pequeñas organizaciones al igual que lo hacen aquellas organizaciones más grandes o desarrolladas deben invertir en innovación pero primero tienen que tener bien claro, que significa innovar, a que se exponen y con qué objetivos se emprende este camino esperanzador en algunos casos y salvador en otros.

La innovación propuesta o necesaria para estas empresas, no es, o no debería ser, solamente incorporar un sistema más sofisticado de facturación, o un novedoso sistema de empaque, o una cinta transportadora más rápida, que si seguramente colaborarán en lograr mayores eficiencias, pero se debe ver el proceso de innovar como un todo integrado, no como acciones aisladas y donde la capacitación, tienen un papel fundamental.

La capacitación debe ser entendida como una capacitación general, no una capacitación de algunos dependientes o unos pocos interesados, la capacitación encierra un nuevo modelo de pensar y ver la realidad, una realidad que poco o nada tiene que ver con la que estos mismos empresarios tenían o percibían en un pasado no tan lejano.

Las Mipymes tienen que pensarse a ellas mismas de otra forma. Hoy los estudios sobre estas empresas, indican que mayoritariamente no tienen planes estratégicos, están o creen estar preparadas para el presente, para el hoy, pero los cambios tan vertiginosos que se han dado en materia de negocios las desacomodan y les hace perder estabilidad.

Se siguen viendo como unidades independientes, sin llegar a visualizar esa máxima de que "la unión hace la fuerza", y eso queda evidenciado en la constatación permanente en toda América Latina, de que no pertenecen a asociaciones gremiales, no participan en eventos técnicos y capacitan poco a sus empleados.

Usan pocos las TICs (Tecnología de información y comunicación), definida como ese conjunto de herramientas relacionadas con la transmisión, procesamiento y almacenamientos de datos, herramientas que permiten tener páginas web muy potentes y dinámicas, realizar ventas, compras en cualquier parte y sobretodo encontrar nuevos mercados y proveedores.

Por eso estas empresas primero deben aprender a estandarizar sus procesos, a dejar en gran medida lo manual y artesanal y preguntarse, como se puede realizar esos mismos procesos en forma más eficiente y quizás más fácil.

Hasta estos motivos algunos años, todo esto se visualizaba solamente en las grandes empresas o en los gobiernos, hoy la tecnología permite, aun a los empresarios más pequeños navegar e indagar en los mercados, en los gustos de los consumidores, en los éxitos y en los fracasos de otras firmas que bien pueden ser tomadas como ejemplo.

Como bien dice CEPAL, en ese informe: *"Con la aplicación de políticas coherentes y coordinadas, las pymes podrían ser agentes del cambio estructural a través de su contribución al aumento de la productividad."*

Esto permitiría complementar las economías de escala de las grandes empresas, favoreciendo la creación de aglomeraciones productivas, y contribuyendo a la inclusión social aumentando los ingresos de las microempresas y reduciendo su vulnerabilidad."

Las micro y pequeñas organizaciones de América Latina, deberán aprender que la innovación es sinónimo de cambio, no se debe seguir haciendo las cosas de la misma forma, si se innova se evoluciona, y para poder sobrevivir en este mundo tan competitivo, la única solución es innovar.

Capítulo 5 – Análisis de los problemas de financiamiento

Una de los principales efectos de la pandemia es la falta de liquidez que se manifiesta, entre otras formas por bajos o nulos ingresos por ventas y pérdida del capital de trabajo

La situación de emergencia declarada por el estado, para frenar la expansión del Covi-19, obligo a las micro organizaciones a cerrar sus operaciones, todos los actividades de ventas, así como todos los procesos administrativos y de operaciones fueron suspendidos. Las empresas tienen gastos fijos, que aún las empresas cerradas son permanentes, entre ellos, salarios, gastos de alquiler, servicios de vigilancias, energía eléctrica, servicios de comunicación Intereses, etc.

El estado de emergencia para frenar la pandemia, llevo a las micro organizaciones a suspender sus ventas, a tener falta de liquides, altos niveles de endeudamiento y por ende a grandes pérdidas de capital

Se analizan a continuación algunos de los problemas de financiamiento son los siguientes:

1.- Capital de trabajo.-

Este es el principal problema de las micro organizaciones, no reúnen los requisitos que exige el sector bancario, para optar por préstamos formales.

En todos los países, los gobiernos, están ofreciendo facilidades a la micro empresa, para poder arrancar las economías. Los contadores pueden brindarle estos servicios para que las microorganizaciones tengan acceso a estas facilidades.

2.- Gestiona los créditos que ofrecen el gobierno a las Mipymes.

Por qué las Microorganizaciones no acceden al crédito formal? Porque no llevan contabilidad organizada, no cumplen con los requerimientos de la banca formal, el contador público debe insistir para que la Mipymes tenga informaciones financieras para que la administración tenga como base estas informaciones para tener una buena gestión.

3.- Fuentes de capital

Los gobiernos facilitan fondos para préstamos a las Mipymes a bajo interés anual, con solo acercarse al banco comercial, cumplir con los requisitos exigidos, los emprendedores, que califiquen tienen acceso al crédito.

El Problema es que solo pueden calificar las que tienen Estados financieras para lo que es necesario llevar una contabilidad organizada.

Levantar información para hacer un estado financiero, es factible, para que las micro califiquen ante la banca formal. El contador público está calificado para realizar este servicio a las Mipymes.

4.- La práctica del plan de negocios

Un plan de negocios, es otra herramienta, que puede utilizar el contador para lograr que una Micro organización califique para un financiamiento. Para producir bienes y servicios.

Existe la probabilidad, de que el plan de negocio, muestre un resultado negativo. En estos casos, el contador, les dará alternativas, como puede ser replantear el producto, proponer costos y gastos más bajos etc. El microempresario siempre debe asesorarse antes de hacer

una inversión. Una empresa con una buena gestión, podrá ver por adelantado los resultados de un nuevo negocio o línea de negocio antes de hacer la inversión y así evitar los riesgos.

Para recuperar el capital, microempresario tienen varias opciones, algunas de las cuales son las siguientes:

- 1- Realizar aportes de capital fresco.
 - 1.1. Es momento de devolverle al negocio un poco de los fondos que el negocio les dio en tiempos pasados.
 - 1.2. Puede refinanciarse con fondos propios de otras inversiones que tenga el dueño del negocio.
- 2- Puede buscar un inversionista, externo compartiendo parte de las acciones de la empresa.
- 3- Buscar financiamiento en la Banca Formal.

En resumen mostrarle al cliente el camino a seguir a corto plazo donde pueda ver que el negocio es rentable y pueda transmitir optimismo a sus empleados, y lo más importante, para que el banco le facilite capital de trabajo a través de financiamientos.

Todas estas cuestiones son, para el microempresario, problemas a solucionar y a la vez son oportunidades de servicios a brindar por el contador.

Las siguientes son ejemplos de los servicios que pueden ofrecer:

1.- La renegociación de las deudas, de las micro organizaciones es importante, en estos momentos, para darle un respiro a los Micro.

2.- Hablar con los clientes, e identificar, en medio de la crisis, otros productos o servicios, que puedan fabricar, otros servicios pueden dar. Y podemos reinventar la actividad de una micro organización. Los contadores pueden informar a los gerentes de las microorganizaciones, todos los servicios, que podemos realizar para ellos y los beneficios, que van a obtener al contratar los servicios de un contador.

3.- Los microempresarios, para poder crecer, deben fortalecer la administración de sus negocios. De que les sirve, vender un bien o servicio, si por desconocimiento, no se beneficia, de las leyes de incentivos fiscales y sociales. Por ejemplo, una Mipyme, participo en una licitación para suplir al estado y perdió la licitación, porque desconocía, que las empresas ubicadas en las zonas fronterizas, estaban exentas de impuesto. Por tener el impuesto como parte del costo en su cotización, fue descalificada.

Porque es importante una buena Administración? Gestión es administrar adecuadamente los recursos de una institución. Las Micro organizaciones, que cuentan con informaciones financieras confiables, tienen acceso al crédito formal, pueden proyectar su crecimiento en el corto y largo plazo, pueden en un momento dado determinar, si pueden introducir una nueva rentable. Pueden aprovechar los beneficios sociales, para obtener mayores beneficios de sus operaciones.

4.- Un plan de negocios es otra herramienta, que puede utilizar el contador para lograr que una Micro organización califique para un financiamiento, aunque no tenga estados financieros, si tiene un proyecto o un contrato.

5.-La capacidad de adaptar su estructura, es la mejor arma de las Mipyme. Por ejemplo, si la Mipyme se dedica a embazar botellitas de agua, pudiese procesar jugos, o cualquier otro líquido.

Capítulo 6 -Análisis de la virtualización necesaria y posible en las Mipymes.-

Algunos conceptos respecto de la Tecnologización de las empresas

La virtualización consiste en utilizar *programas* para crear una réplica de un recurso tecnológico físico como pueden ser servidores, aplicaciones, redes o almacenamiento. Supongamos que una empresa cuenta con tres dispositivos distintos en su CPD que hacen las veces de servidores, utilizando virtualización se podría conseguir con uno solo los mismos resultados y usar los otros dos servidores para otras tareas o incluso apagarlos.

La virtualización permite implementar en la organización diferentes variantes. A continuación, se exponen los principales métodos de virtualización:

- Virtualización de servidores. De utilizar varios servidores con el consiguiente gasto en *equipos*, electricidad y recursos humanos a usar un único dispositivo donde están virtualizados todos los servidores que la empresa necesita. La virtualización de servidores ha permitido reducir costes y es una de las piedras angulares del *cloud computing*.
- Virtualización de almacenamiento. También conocido como almacenamiento definido por *software* o SDS, por sus siglas en inglés «*Software Defined Storage*». Este tipo de virtualización mejora el rendimiento y eficiencia, permitiendo centralizar todo el almacenamiento de la organización, incluido el almacenamiento cloud.
- Virtualización de escritorio. Este tipo de virtualización permite almacenar en un servidor de la empresa el espacio de trabajo de cada usuario en lugar de hacerlo en cada dispositivo de manera local. La virtualización de escritorios reduce los costes y hace que los usuarios puedan trabajar desde cualquier lugar y dispositivo.
- Virtualización de redes. Consiste en utilizar *software* para llevar a cabo las tareas que habitualmente realizan dispositivos *hardware*. La virtualización de redes permite desplegar los diferentes elementos de forma ágil cuando las necesidades de la empresa así lo requieran sin necesidad de depender de implementaciones de *hardware*.
- Virtualización de aplicaciones. El objetivo es conseguir que las aplicaciones puedan ser ejecutadas con independencia del entorno en que son necesarias. Gracias a este tipo de virtualización es posible eliminar cualquier problema causado por incompatibilidades pudiendo ejecutar aplicaciones de escritorio en un *smartphone*.

La virtualización en cualquiera de sus variantes puede ser una herramienta de gran potencia para muchas empresas al reducir costes y aumentar la eficiencia de los empleados.

Virtualizar genera una serie de beneficios:

- Reduce los costes de capital y los gastos operativos.
- Minimiza o elimina los tiempos de inactividad.
- Aumenta la productividad, la eficiencia, la agilidad y la capacidad de respuesta del departamento de TI.
- Implementa aplicaciones y recursos con más rapidez.
- Garantiza la continuidad del negocio y la recuperación ante desastres.
- Simplifica la gestión del centro de datos.
- Crea un auténtico centro de datos definido por software. Mejorar la utilización de los servidores, (se estima en un **72%**)
- Reducción de la cantidad de servidores (se estima en un **52%**)
- Aumentar la seguridad (se estima en un **48%**)
- Aumentar la disponibilidad y el tiempo de servicio (se estima en un **42%**)
- Mejorar la administración de los servidores y aplicaciones (se estima en un **40%**)

Resulta claro que detrás de todas ellas está el objetivo central de todo negocio: aumentar las ganancias reduciendo los costos, manteniendo

Las Mipymes han sido las más golpeadas por la crisis económica y por el COVID-19. Según encuestas más de 2.6 millones de pequeñas empresas formales de la región cerraron debido a las pérdidas económicas provocadas por la pandemia. La limitación de recursos o presupuesto destinados a TI suelen ser un impedimento para las micro, pequeñas y medianas empresas a la hora de tomar la decisión de adoptar una estrategia de virtualización.

Esta situación ha llevado a las organizaciones a replantear sus negocios, digitalizando muchos de sus procesos. Obligadas a dar un salto hacia la transformación digital, las Mipymes están utilizando una serie de herramientas 2.0, es decir servicios basados en la nube, el internet, la inteligencia de negocios.

La digitalización, hoy es un requisito para que las empresas sobrevivan y sobre todo, las mipymes, que necesitan dotarse de una serie de herramientas digitales. Por otro lado, necesitan conexiones de calidad y dispositivos tecnológicos (computadoras y servidores). También, requieren soluciones digitales, incluyendo sistemas informáticos para ventas, marketing y gestión de clientes adaptados a sus necesidades específicas, soluciones reforzadas de ciberseguridad, y herramientas para potenciar sus oportunidades de negocio (plataforma de comercio electrónico, medios de pagos digitales, etc.).

Fortalecen sus procesos en los siguientes aspectos: el teletrabajo, realizar compras y ventas online, así como gestionar procesos de producción de forma remota, incluyendo el asesoramiento y control de la parte contable, constituyéndose en un gran reto, para los profesionales contables y en especial para las micro, pequeñas y medianas empresas que es una gran parte del universo de firmas existentes y a la cual le ha costado unirse a la era digital.

Dos preguntas respecto del análisis de la virtualización.

- ¿La crisis sanitaria será una oportunidad para la transformación digital de las Mipymes?
- ¿Cómo apoyarlas para acelerar este proceso?

Analizan algunas estrategias y la importancia del análisis digital para Mipymes, proponiendo una herramienta concreta para hacerlo.

El Internet y dispositivos móviles ha aumentado significativamente en la última década en América Latina y el Caribe, el uso de aplicaciones productivas y sofisticadas aún está muy concentrado en el subgrupo de empresas exportadoras y del sector de servicios, de acuerdo a un estudio del INTAL del BID.

La realidad es bien distinta para la mayoría de las Mipymes en la región, que representan el 98.9 % de las firmas y el 60% del empleo, según datos de CEPAL de 2018. En Chile, datos de la Encuesta Longitudinal de Empresas señalan que, aunque un 90% de las Mipymes tiene conexión a Internet, su uso se limita a enviar y recibir correos electrónicos, mientras que solo un 40% tiene página web y un 27% realiza comercio electrónico.

Una [publicación reciente de CAF](#) nos ayuda a ilustrar el diferencial entre acceso y uso.

En una muestra de 8 países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú y Uruguay), la penetración de Internet en empresas fue mayor a 90% en casi todos los casos (cifras de 2018), pero el porcentaje se dispersa cuando hablamos del uso de banca electrónica: 34.2% en el caso de Perú hasta 95.4% en el caso de Colombia, como extremos. Pero, el porcentaje de empresas que han desarrollado canales de venta digitales no sobrepasa el 40% en ninguno de los casos y en la mitad de la muestra no superan el 10%.

En el caso de Bolivia el 91,16% del total de conexiones a Internet son establecidas a través de las tecnologías de acceso móvil 2.5G, 3G y 4G. Asimismo la tecnología de acceso fijo con más crecimiento fue la de acceso a través de redes con tecnología FTTx1, que experimentó un crecimiento de 162,2% en el periodo de diciembre de 2017 a septiembre de 2018.

El análisis realizado de la información sobre el Servicio de Acceso a Internet en el Estado Plurinacional de Bolivia entre el periodo diciembre 2017 a septiembre 2018, mismo que fue clasificado según la tecnología de acceso y cobertura a nivel nacional, basado en la información reportada por los proveedores del Servicio de Acceso a Internet a los sistemas SIET2, SIFCU3 y SMI4.

El servicio de Acceso a Internet, era considerado como un servicio de valor agregado a los servicios tradicionales de voz, desde la llegada del servicio al país en el año 1996 con la creación de BOLNET hasta la gestión 2008 no tuvo un crecimiento significativo. Con la introducción de tecnologías 2.5G, 3G y 4G, la cantidad de conexiones de este servicio incrementó de forma acelerada en las gestiones 2019 y 2020.

Para muchas Mipymes, que destinan la mayor parte de sus recursos, humanos y financieros, a la gestión del día a día es una tarea titánica. Por ello, ahora más que nunca necesitan financiamiento y asesoría técnica para navegar en este laberinto digital.

Los gobiernos pueden ayudar a que, de forma ágil y rápida, las empresas puedan dotarse de capacidades digitales para continuar operando ininterrumpidamente en el contexto de las restricciones de esta pandemia y para maximizar oportunidades de crecimiento en la poscrisis. Para masificar y optimizar sus intervenciones y recursos, los gobiernos deben apoyarse en herramientas digitales que ya existen, los gobiernos deben impulsar este tipo de programas.

Capítulo 7 - La pandemia como indicador de la importancia de poder disponer de una buena administración para realizar una buena gestión

Los microempresarios, para poder crecer, deben fortalecer la administración de su Negocios. De que les sirve, vender un bien o servicio, si por desconocimiento, no sabe cómo, y en muchos casos no conocen las herramientas de administración, disponibles gratuitamente, para usarlas en provecho de su negocio.

La pandemia, suspendió todas sus actividades de ventas de operaciones y administrativas, para poder abrir sus negocios, además de capital, la pymes deben tener quien se encargue de los procesos que hacen que el negocio siga en marcha.

Definir los procesos administrativos, delimitar funciones, crear controles para llevar inventarios etc., la situación de crisis producida por el covid, saca a relucir las debilidades de las micro organizaciones, no tiene administración, Generalmente el personal de las pymes son los miembros de una familia, que en la mayoría de los casos no tiene estos conocimientos.

Los emprendedores tienen que ser creativos, no pueden abrir su negocio, pero tienen mercancía en inventario. Usando las redes sociales, puede vender, sin tener el negocio abierto.

Para vender en línea, debe tener conocimientos sobre el manejo de las redes sociales. Emprendedor, contrate un auxiliar administrativo, que le ayude a realizar una buena gestión, con tener conocimientos de Word, Excel y manejar las redes sociales, puedes darle un giro a tu negocio de 360 Grados.

Los restaurantes, las tiendas de ropa, el sector comercial, han sobrevivido, con las ventas en línea. Estos sectores han contado con el servicio de envíos como su mejor aliado.

Existen softwares económicos, como un punto de ventas, con el que puedes tener las ventas y el inventario controlado, además existe software más completo, para gestionar los procesos administrativos y financieros.

La capacidad de transformar su estructura, es la mejor arma de las Mipyme, pueden dar este servicio o vender este producto, y teniendo la misma maquinaria y los mismos empleados se transforma y puede cambiar y producir un nuevo producto o servicio, pero adolece de administración, para tener informaciones que les sirven para hacer una buena gestión y producir beneficios, que es el objetivo de todo negocio.

En este contexto de pandemia se verifica una emergencia económica y enfrentar sus efectos que son grandes y dinámicos porque a veces cambian día por día se necesita disponer de información financiera para conocer el verdadero tamaño del problema, y conocer también los gastos que cambian mes por mes.

Para poder satisfacer las necesidades de información en este difícil contexto se debe tener una administración adecuada y al no tenerla se decide sin información con todo lo que negativo que eso representa.

En casi todos los países del mundo se ofrecieron ayudas de todo tipo a las personas y dispusieron también apoyos económicos importantes para las empresas de este sector y lamentablemente muchos casos las empresas de este sector no pudieron recibir esa ayuda que hubiera servido mantener su proyección, su calidad de empresa en marcha.

En los capítulos 3, 4, 5 y 6 del presente se analizan respectivamente para la sobrevivencia de las Mipymes la necesidad de la innovación comercial, los graves y determinantes problemas de financiamiento y la necesidad de incorporar en forma integral la tecnología.

En todos estos aspectos tan importantes resulta imprescindible disponer de una adecuada administración con la que se debe incluir también un sistema contable integral.

Las pymes que alguna manera fueron incorporando funciones de administración pueden lograr, también de alguna manera, los objetivos y las soluciones buscadas, que en la mayoría de los casos posibilitaron la sobrevivencia de las mismas.

La pregunta es porque no pudieron obtener la ayuda que hubiera impedido su cierre o hubiera facilitado la sobrevivencia.

La respuesta es simple, en muchos casos por no tener una administración adecuada no pudieron preparar la información necesaria para acceder a las ayudas económicas y financieras.

El microempresario es inteligente, dinámico y seguramente habrá aprendido que la administración no es un gasto es una inversión para mejor ostensiblemente la gestión y de la gestión depende el destino de la empresa.

Capítulo 8.- El Contador Público Como Mipyme de servicios profesionales

La evolución del mundo de los negocios, la globalización de la economía, la mayor incidencia de la tecnología en los procesos y el impacto de la electrónica, hacen cada vez más necesaria la constante actualización de los conceptos que marcan la dirección empresarial, esto aunado a la incesante aparición de nuevos servicios y la evolución de los mercados que los demandan, obliga conocerlos para responder de manera rápida y eficaz para evitar salir del mercado.

De lo expuesto, no escapa la oficina de un Contador Público que es una pequeña empresa que debe gestionar recursos humanos y materiales que permiten la prestación del servicio, planteado de esta manera se reconoce también en las mismas:

- Una organización que responde a un fin económico
- Con dirección gerencial directa del socio.
- Necesidad de atender los requerimientos del mercado (clientes).
- Satisfacer las necesidades de la oficina y sus colaboradores.
- Adaptarse a las situaciones del entorno.

En cada punto se requiere una planificación para lograr los objetivos.

1. Una organización que responde a un fin económico: la oficina del Contador Público es una pequeña empresa que tiene finalidad de lucro y se fija objetivos, planes y estrategias para realizar el trabajo y captar clientes que permitan la permanencia de la oficina en el mercado, a través de la relación con los clientes va escalando posición en el mercado ya que los primeros lo refieren a otros.

La finalidad económica de la Mipyme, se enfoca en que la empresa tenga continuidad para lo que requiere fijarse un objetivo, es decir, centrar el área de prestación de servicios, mercado a atender, medios y patrimonio disponible para cumplir el fin, cumplir con las disposiciones legales de cada país y el código de ética. También es importante la gestión de los recursos económicos con lo que cuenta, para restituir los recursos que va consumiendo debe mantener un flujo de dinero que permita comprarlos, para continuar prestando el servicio.

La oficina debe estar organizada de manera que favorezca la productividad, por lo que debe delimitar las actividades o servicios a prestar y definir a quiénes va dirigida; evitar la duplicidad de las labores; gestionar el flujo de información y documentos tanto internos

como hacia y desde el cliente; evaluar permanentemente la relación costo beneficio de los servicios prestados; documentar todos los movimientos de la actividad interna, así como llevar un registro contable de los mismos; asignar a cada colaborador una cartera de clientes y solicitar informes periódicos de las actividades; todo lo anterior debe estar acompañado de la dotación de equipos y materiales para rendir una labor eficiente con un mínimo de cansancio y costo.

2. Con dirección gerencial directa del socio: El Contador Público es quien dirige personalmente la oficina dado que es quien conoce la actividad a desarrollar y trata directamente con el cliente.

El cliente confía en su juicio profesional, por lo que debe lidiar con la atención al cliente y las instrucciones a sus colaboradores para cumplir con la eficiente y efectiva prestación del servicio, además de velar porque todas las actividades inherentes al funcionamiento interno de la oficina sean atendidas, tales como alquiler, servicios, insumos, entre otros.

Ante la función de director de la empresa, el Contador Público se debe plantear objetivos que puedan materializarse en un lapso específico; planificar las actividades propias y la de los colaboradores; coordinar con cada uno las tareas a realizar para lograr los objetivos de la oficina y la satisfacción al cliente; es muy importante mantener el equipo de trabajo motivado al logro, para ello debe controlar todas las actividades y tareas para que se asignen de acuerdo a las capacidades; esto se ha de notar en el Contador Público que ha desarrollado su oficina y sus colaboradores, dado que el cliente confiará también en ellos, esto facilita la dirección ya que puede enfocarse en otros aspectos relevantes de la entidad.

3. Necesidad de atender los requerimientos del mercado (clientes): con la volatilidad de los cambios económicos, también se enfrenta a las necesidades inmediatas y nacientes de cada cliente, cómo trabajar en la crisis, cómo enfrentar la baja del flujo de caja, si requiere reinventarse, todo ello sin descuidar el negocio actual del cliente, la presentación de declaraciones al fisco, actualizar la contabilidad de cada periodo, emitir informe para la toma decisiones y preparar estados financieros.

El Contador Público debe considerar todos esos aspectos para mantener la cartera de clientes e incluso reinventarse al ofrecer otros servicios que complementen el actual y así lograr la plena satisfacción del cliente, los colaboradores también deben adecuarse a los requerimientos para ayudar al Contador Público a mantener la Mipyme funcionando y sin despedir a los trabajadores.

Además de mantener los clientes actuales debe mirar otros objetivos, es decir, buscar nuevos clientes que estén requiriendo servicios que ofrece o incluso en los que está innovando, adaptándose a los requerimientos actuales de la globalización tecnología y la competencia.

4. Satisfacer las necesidades de la oficina y sus colaboradores: para medir y controlar este aspecto se pueden considerar elementos como elección de la zona en la localidad, también considerando la incidencia de los factores demográficos y económicos: por ello debe tener definidos los servicios a prestar, la cantidad de posibles clientes en la zona, facilidad de accesos a zonas cercanas.

Una vez que puede definir la zona de confluencia, evaluar la procedencia de los ingresos de los clientes o futuros clientes, ya que eso determinará el monto a cobrar por el servicio y la posibilidad de ofrecer otros servicios porque el cliente puede expandirse.

Otro punto relevante es medir el poder adquisitivo de sus colaboradores, para definir una escala salarial que satisfaga sus expectativas y les permita visualizar estabilidad laboral y crecimiento profesional, para evitar formarlos y que luego la competencia los contrate; es común que las personas en sus inicios trabajen en pequeñas empresas para luego buscar empleo en empresa grandes, las Mipymes deben buscar mantener a sus colaboradores para que crezcan con la empresa.

El espacio físico que está disponible para la oficina del Contador Público, es un aspecto a considerar, dado que debe estar acondicionado adecuadamente para que cumpla los requerimientos para prestar el servicio de manera cómoda, fluida y eficiente: incluso con la visión de crecimientos. Esto requiere inversión en equipos tecnológicos, redes, mobiliarios e infraestructura, lo cual no es económico y de hacerse progresivamente evaluando el crecimiento de la oficina de acuerdo a las necesidades de la cartera de clientes. Puede darse la posibilidad que el servicio se preste directamente en la oficina del cliente, lo que minimiza la inversión en la oficina.

5. Adaptarse a las situaciones del entorno: el entorno define las actividades de empresas y personas, dado que no se tiene control sobre tales eventos y en algunos casos no pueden predecirse, ante esta incertidumbre la Mipyme debe estar preparada para adaptarse y adecuarse a cualquier evento que impacte sus actividad.

Lo antes expuesto se ha evidenciado en el año 2020 con la pandemia de COVID-19, donde todo lo planificado hubo que reformularlo y adecuarse a lo que ofrecía el mercado

para dar continuidad a la oficina, ante ello El Contador adoptó una serie de medidas encaminadas a preservar la proyección del negocio las cuales se han enmarcado en el trabajo remoto, atención de las necesidades prioritarias del cliente, migrar a espacios más pequeños.

También hay que prever otros eventos que puedan impactar la actividad de la oficina, tales como caída de la economía por diversas índoles; económicas, políticas, sociales entre otras. Para hacer frente a ello debe tener una excelente relación con el cliente y generar estrategias ganar-ganar para que ambos se mantengan en el mercado, incluso negociar los honorarios, facilitar personal al cliente, alquilar un área en el cliente que genere mayores ingresos para evitar la movilización.

La Mipyme es una empresa que siempre está en crecimiento y buscando estrategias para mantenerse en el mercado, por lo que es muy importante que mantenga el objetivo para el cual fue constituida y visualizar los servicios que puede incorporar progresivamente para seguir creciendo y atender satisfactoriamente al cliente.

En trabajos anteriores la Comisión de Gestión Integral de Micro, pequeñas y medianas Organizaciones destacó la función social de Contador Público para el desarrollo de los países como Docente empresario, como el médico de las organizaciones.

Su papel en las organizaciones incluye múltiples tareas posibles, incluye en especial facilitar, apoyar y orientar a los empresarios a la mejor gestión posible. Ofreciendo estudios de costos, apoyando sus políticas comerciales, definiendo la mejor estructura de organización y su reestructuración en los casos en que resulte necesario, la búsqueda del mejor financiamiento y la planificación de corto, mediano y largo plazo.

En el contexto de esta pandemia El Contador Público debe reconocerse como una Mipyme de servicios y tiene los mismos problemas y sufre los mismos efectos que cualquiera de sus clientes. Se le reducen los ingresos, debe pagar los sueldos, se mantienen o aumentan los gastos y sufre en su medida la falta de financiamiento.

Por estos motivos es importante que también debe dedicarse a aplicar sus conocimientos para la mejor proyección de su micro o pequeña empresa, debe asumirse como su Contador y ser su Propio Contador y considerarse como su Primer Cliente para poder mantener su actividad económica

Capítulo 9.- El Contador Público como profesión

Hace algunos años, en el 2011, esta misma Comisión Interamericana, presentaba en la XXIV CIC de Puerto Rico, un trabajo denominado "El Contador Público como consultor de PYMES"

En ese trabajo se intentaba explicar la problemática y las características tan particulares de las empresas familiares, y el rol del Contador, sobre todo en aquella época, diez años atrás.

En el mismo se expresaba que una vez que la idea de emprender alguna actividad, comercial, industrial o de servicios iba tomando forma, había alguien que siempre estaría acompañando ese proyecto. *"... el profesional que siempre lo acompañará es el contador. Ese contador que seguramente en los primeros tiempos, cuando la empresa PYME da sus primeros pasos, cuando intenta compatibilizar sus ganas de hacer cosas, con las posibilidades de hacerlas, cuando los egresos no previstos superen las disponibilidades, le dará las pautas de cómo cumplir con sus obligaciones fiscales, de seguridad social, y con el estado todo, de cómo intentar armar de manera más profesional sus presupuestos o calcular su flujos de fondos.*

A medida que el tiempo pasa, que la empresa familiar se va afianzando, que la confianza mutua se va acrecentando se irá transformando, ese contador, en algo más que un asesor contable o tributario de la empresa para ir asumiendo paulatinamente un rol inesperado, o por lo menos un rol, que no está en la formación curricular, que no se menciona expresamente cuando se reciben los conocimientos y las habilidades necesarias para ejercer la profesión, y ese nuevo rol es un rol de confidente, un rol de amigo, un rol de oído dispuesto a escuchar lo que el empresario tiene deseos de decir. Y como las relaciones empresariales se confunden con las familiares, en este tipo de empresas, es en el contador, en quien puede depositar sus esperanzas, sus temores y sus frustraciones en torno al negocio y a la familia.

Por eso cuando el profesional, cuando el contador consultor decide asesorar a este tipo de empresa, debe tener en claro, si su rol se agota en el asesoramiento técnico, o su gestión en las PYMES se transforma en algo más integrador, que apunta a intentar resolver también los conflictos que generalmente existen en la empresa familiar."

Esta definición, o esta manera de ver la labor del contador público, en las micro, pequeñas y medianas empresas no ha desaparecido con el tiempo, tiene total vigencia, pero como los tiempo cambian también los roles profesionales cambian y se adaptan a los nuevos tiempos.

Una visión tradicional de las funciones que cumple el contador, divide estas en diversas áreas.

Así se considera el área contable, donde la registración de las operaciones, y la formulación de estados financieros, se basan en la aplicación correcta de normas internacionales (o nacionales) contables.

Se distingue el área tributaria, donde ese Contador, en aplicación de las normas tributarias de su país debe formulara diversas declaraciones al fisco, y asesorar a su cliente en el correcto manejo de esas normas.

El área financiera, donde el asesoramiento, es fundamental para la inversiones, de acuerdo al riesgo, rentabilidad, necesidad de financiamiento y costo de oportunidad de las mismas.

La consultoría En general, con la tarea de consultoría se identifican problemas o posibilidades, debilidades o fortalezas, que influyen sin duda en el logro de los objetivos previstos por estos empresarios.

Pero esa visión, o ese ejercicio profesional tradicional hoy no alcanza, el mundo se ha globalizado, las nuevas tecnologías de la información han acercado ese mundo a todos los niveles de empresas, aun a las más pequeñas y es necesario incursionar en ese campo, y sobretodo ayudar a la empresas, en el buen manejo de estas herramientas.

El contador ha dejado de ser compilador de información, para ser consultor de negocios, ha ido dejando de analizar solo el pasado, para investigar lo que pasa hoy en el mundo de los negocios, y como impactará en el futuro.

Al empresario por pequeño que sea, ya no le interesa que le digan el resultado de un ejercicio económico que cerró hace tres meses, sino que le digan que está pasando hoy, o mejor aún, que pasará mañana. Por eso el contador debe estar preparado para interpretar la realidad, y en base a esa interpretación ayudar a la toma de las mejores decisiones. Debe ayudar a generar valor agregado, porque cuanto mayor valor agregado se logre, mayor rentabilidad tendrá la empresa, y seguramente sus servicios profesionales serán mejor valorizados.

El manejo de todas las herramientas informáticas, procurando información de calidad y confiable, de todas las redes, que permiten acceder a distintos mercados, hoy son de fundamental importancia en la labor profesional, ya no se ven como posibles herramientas para un futuro cercano, ese futuro es hoy.

Pero por sobre todas las cosas, el contador debe preocuparse de mantener su conducta profesional, dentro de los parámetros éticos, que hagan incuestionable su accionar dentro de la sociedad.

La pandemia originó un contexto muy especial y el Contador Público también necesitó y realizó un replanteo de su funcionalidad.

Los cambios en el accionar profesional, mencionados antes, se han visto acelerados y distorsionados en muchos casos, por los efectos de la pandemia que padece la humanidad toda

Esto no es una novedad de alguna manera se sabía que estos cambios acaecidos durante el año 2020, eran en su mayoría cambios que se vislumbraban para un futuro.

Lo novedoso e inesperado, fue que un proceso de cambio, real cual se venía mentalizando lentamente, quizás demasiado lentamente, para dentro de algunos años, y muchos ya especulaban sobre el posible impacto en la profesión, llegó y se instaló en unos pocos meses, sin dar posibilidad alguna ni tiempo de entrenamiento, estudio de costo y mercado y simplemente fue un adaptarnos o desaparecer.

Sin duda, que hoy el Contador Público como profesión ya cambió, no se ejerce de la misma manera que lo hacía hasta marzo del 2020, hoy ni siquiera se necesita realmente una oficina importante y cómoda donde recibir a los clientes o tener reuniones de trabajo con los colaboradores, las reuniones por zoom u otras aplicaciones se instalaron tanto en las empresas como en los estudio y la nube sustituye los espacios de archivos y el tránsito de documentación de clientes a estudio y su devolución posterior, va cayendo en desuso debido a los sistemas informáticos que permiten capturar esos datos, sin necesitar en la mayoría de los casos de medios físicos.

La profesión ya comenzó el cambio, se esperan muchos más, sin dudas esto recién empieza, en un futuro totalmente incierto.

Además el Contador Público como Profesión, es una parte importante de la sociedad y especialista en un sinfín de cuestiones microeconómicas que ocupan y preocupan a los estados en el contexto de la pandemia.

En casi todos los países del mundo se aprobaron ayuda económica para tratar de mantener a todas las empresas en general y en forma muy especial a las Mipymes. Estas ayudas tomaron distintas formas desde aportes de dinero, rebaja de impuestos, refinanciaciones fiscales y muchas más.

El Contador Público como especialista en la problemática de este sector económico podría y debería formar parte del asesoramiento a los gobiernos para que estos conozcan las necesidades de estas empresas y la forma de hacerla llegar su ayuda de la manera más eficiente .En muchos casos de disponen ayudas económicas imponiendo requisitos que estas no pueden cumplir o se brindan rebaja de impuestos o derechos que la mayoría no paga.

El conocimiento particular de las necesidades que necesitan ser satisfechas para facilitar la sobrevivencia de las Mipymes es determinante para que esta ayuda sea eficiente y logre los resultados buscados y de la misma manera como los médicos y sus distintos especialistas orientan a los gobiernos para definir los planes de defensa sanitaria, es el Contador Público como profesión que puede orientar a los gobiernos para atender la salud económica y financiera de las Mipymes.

La profesión debe estar dispuesta a brindar su ayuda y los gobiernos a pedirla y aceptarla.

Capítulo 10.–Transitando el segundo año de la pandemia

A la fecha de la terminación de este trabajo trascurrían más de 15 meses de la pandemia y sus efectos tan malos.

Durante ese lapso muchos de los comentarios y alternativas que se comentan en el presente ya se fueron aplicando y enfrentaron los efectos de la pandemia como pudieron con los recursos que pudieron conseguir o los que se les ocurrió, todo en busca de poder mantener la actividad económica que se venía desarrollando y tratando de llegar al final de la pandemia de la mejor manera posible para luego continuar o quizás volver a empezar, obteniendo resultados de los más diversos.

Se considera interesante conocer que es lo que paso, cuáles fueron los resultados, que conductas y técnicas aplicaron durante este periodo porque todo eso es conocimiento factico que puede ayudar a mantener las soluciones adecuados o corregir las conductas que no ayudaron a los resultados buscados.

En el presente capítulo se ofrecen en forma resumida las experiencias en varios de los países de nuestra región.

10.1. Argentina

En la Argentina las autoridades del país dispusieron cuarentenas más prolongadas que en el resto de los países de la región, lo que tuvo una directa y gran influencia en las actividades económicas. Las mismas fueron clasificadas por sector y los principales grupos son los denominados como esenciales y no esenciales.

Las restricciones eran generales con algunas excepciones o limitaciones para ciertos sectores. Respecto del personal en relación de dependencia también se dispuso la prohibición de los despidos desde un inicio de la pandemia, norma que aún mantiene su vigencia y además a los empleados cuyo estado de salud se consideró de riesgos los exime de trabajar en forma presencial y aun en los casos en que por algún motivo no pudiera cumplir su trabajo tampoco en forma remota, se le debía abonar el sueldo como si estuviera trabajando.

Se estima que en general todas las empresas tuvieron alrededor del 30% del personal inactivo o no operativo por estos motivos y que cerraron más de 40.000 Mipymes.

Se ofrecieron a algunos planes de pago financiados de los impuestos y la presión fiscal aumento. Hubo algunas excepciones mínimas de pago de impuestos otorgadas principalmente por municipios y provincias pero no son significativas. Por lo contrario se sanciono un nuevo impuesto denominado aporte solidario lo que aumentó la presión en los contribuyentes grandes.

Las ayudas estatales tomaron las formas comunes como en otros países Se asignó un subsidio por cada empleado en relación de dependencia que representa aproximadamente un 50% del sueldo según los casos.

Se estima que durante esta pandemia ya se perdieron más de un millón de empleos y el personal no operativo alcanza al 30% del total.

Se dispusieron medidas respecto de los alquileres de vivienda como congelamiento de alquileres y dificultades para los desalojos. Estos alquileres retomaron su nivel e incluso por estas disposiciones disminuyó la oferta y los nuevos contratos de alquiler de viviendas se acordaron en niveles mayores a los anteriores a la pandemia.

Todas estas características originaron una merma muy importante del consumo en prácticamente todos los sectores produciendo una situación financiera y económica muy difícil de solucionar ya que los ingresos disminuyeron mucho y los gastos en general no declinaron, incluso por una inflación en aumento los gastos aumentaron.

Asimismo se observó que los alquileres comerciales en los hechos se redujeron casi al 50% los que a mediados del 2021 se están recuperando debido a que en los tiempos en los que se aprueba una flexibilización de las restricciones se produce un aumento de la actividad económica.

El sector denominado esencial incluye a los relacionados con la actividad de la salud, alimentos y seguridades el único sector que pudo tener actividades en casi todo el periodo de la pandemia y durante la misma paso por varias etapas.

Respecto del sector de alimentos al principio los ingresos eran buenos incluso mayores a la prepandemia, explicándose esto con la decisión de la población de asegurarse la provisión de alimentos por temor a la falta de abastecimiento, luego con algunas flexibilidades de las restricciones y por asegurarse que no habría falta de abastecimientos las ventas declinaron y llegaron a niveles bastantes más bajos que la pre pandemia.

Este sector, solo pudo acceder al apoyo estatal a fines del año 2020 debido a que se consideraba que como tenía actividades no necesitaba ningún apoyo, y en el momento que comenzó a recibir apoyo estatal, solo acedía a algunos de los dispuestos para el otro sector restante.

Uno de los principales problemas que tuvieron que es el financiamiento debido a que por la pandemia los plazos de pago fueron reducidos y en algunos casos solo se puede comprar al contado. Otro de los problemas fue el alto porcentaje de personal no operativo que modificó la estructura de costos.

En este sector el contador y la administración de las empresas debió enfatizar su tarea debido especialmente por la reducción de los plazos de pago y la reestructuración de los costos y gastos, ya que si bien tenían actividad los puntos de equilibrio y los presupuestos pre pandemia se modificaron sustancialmente y el financiamiento es tan imprescindible como difícil de conseguir.

El sector de salud a pesar de estar autorizado a funcionar tuvo enormes bajas de sus ingresos debido a que la población evitaba hacer sus controles y solo requería la atención en casos urgentes, incluso esta conducta era sugerida por las autoridades nacionales.

El nivel de actividad se recuperó al menos en parte a partir de la flexibilización de las restricciones.

Al igual que en el sector de alimentos, los principales problemas a atender fueron los financieros y la reestructuración de los puntos de equilibrio y costos en general y, en especial debido a que durante el 2020 las empresas tenían muy baja actividad por los motivos comentados.

En este sector fue muy importante el efecto del personal no operativo y a que por obvias razones un empleado contagiado por covid evitaba la asistencia de todo su grupo de trabajo

En el sector de seguridad los problemas fueron similares a los anteriores sectores esenciales

El sector denominado no esencial incluye todos los demás sectores económicos que por su diversidad tuvieron problemas y situaciones distintas.

Uno de los sectores más afectados fue el gastronómico que incluye las empresas de hoteles y restaurantes, debido a que sufrieron las medidas de restricción más exigentes incluso los hoteles hasta la fecha no reciben turismo internacional y los restaurantes solo pueden atender en forma muy restringida.

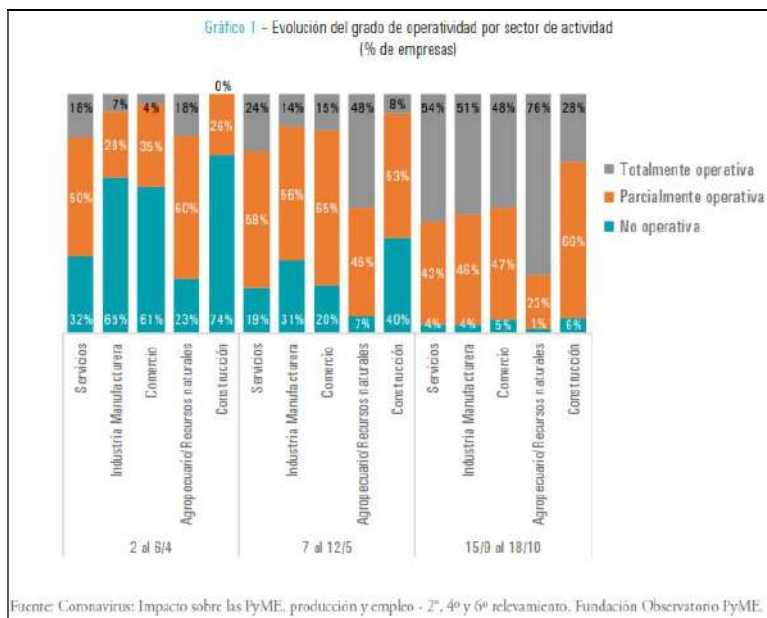
En este caso se debió estudiar en forma muy especial su proyección de vida, cuanto duraría la empresa en esta situación, por considerarse que será la última en normalizarse. Las gestiones para lograr el apoyo del estado, el financiamiento y en especial la información para la decisión del cierre fue lamentablemente la tarea principal del Contador Público

Se estima que durante la pandemia ya se cerraron más de 12.000 establecimientos de este gremio.

Las empresas de las otras actividades de este sector tienen situaciones parecidas y sus informes de resultados, y patrimoniales siguen el curso de las restricciones con efectos que se demorarían un poco en el tiempo, eso significa que incluso con algunas aperturas permitidas los resultados positivos esperados se demoran en percibirse.

En estos casos con el cierre y apertura limitadas que con el tiempo, se iba modificando la tarea del profesional, estaba dirigida principalmente a provocar la innovación de los productos, generar nuevos canales de ventas como la entrega a domicilio o envío por correo, solucionar los nuevos problemas por la venta electrónica, reestructuración de los puntos de equilibrio, planes para nuevos aportes de los propietarios y lograr la ayuda estatal tanto en forma de subsidio para el pago del personal como de algunos planes de pago de los impuestos.

En la Argentina existen muchas organizaciones dedicadas a la problemática de las Mipymes, algunas hicieron investigaciones respecto de la situación de estas empresas y de los efectos de la pandemia. A continuación se ofrecen algunos datos que surgen de estos estudios



En tal sentido, la Tabla 1 muestra la relación entre grado de operatividad y tasa de actividad del personal. Se comparan allí la proporción de empresas “totalmente operativas” y la proporción de empresas con todo el personal activo, por sector. La relación no es de 1 a 1: la completa actividad de la firma no implica necesariamente que todo su personal esté reincorporado. **Fuente: Fundación PYMES.**

Respecto de los créditos “baratos” que dispuso el estado no todos pudieron obtenerlo.

Se cita parcialmente un artículo del Observatorio Pyme.

En base a dichas estadísticas, el conjunto de las MiPyME podía organizarse en cuatro grandes grupos en relación a este tipo especial de crédito bancario:

- *Interesadas que accedieron al crédito (24%);*
- *Interesadas que estaban en proceso de análisis (25%);*
- *Interesadas que no lograron acceder (22%);*
- *Desinteresadas (29%).*

En un artículo también se publicaron algunos datos representativos de la realidad a continuación se ofrecen parcialmente este artículo, en el que se mencionan los efectos en algunas provincias del país.

Mirá los impactantes números que dejó la pandemia:

¿Cuántos comercios y Pymes cerraron sus puertas en Argentina en 2020?

Este año cerraron más de 90.000 locales y 41.000 pymes. Chubut, Córdoba, Neuquén, Tierra del Fuego, y Santa Cruz son las cinco provincias más.

Afectadas durante 2020 cerraron en todo el país 90.700 locales y 41.200 pymes, lo que generó que unos 185.300 trabajadores quedaran afectados, según una encuesta realizada por la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME).

En ese sentido, de acuerdo a un promedio elaborado en la Argentina, "hay 9 locales comerciales vacíos por cuadra, al tiempo que se informó que los rubros con más cierres fueron indumentaria, calzados y decoración y textiles para el hogar. "El cierre masivo de locales fue una de las consecuencias graves que dejó la cuarentena en las pymes.

Los primeros números reflejan ese impacto: el 15,6% de los locales comerciales del país cerraron, sin registro de que se hayan mudado a zonas más económicas", precisó la CAME. Asimismo, señaló que la tasa de mudanza registrada apenas llega al 0,3%, lo que significa que "la crisis fue tan profunda que los comercios ni siquiera pudieron compensar mudándose a zonas más baratas, como suele suceder en periodos recesivos". 21.2% y Santa Cruz, con una tasa de 18.8%. Así surgió de un relevamiento realizado por la CAME entre el 1 y el 18 de diciembre en 39 ciudades de las 23 provincias del país y CABA.

Crisis laboral

Si bien la flexibilización de la cuarentena hizo que muchos sectores comenzaran trabajar con mayor normalidad, el 15,6% de las empresas aún mantienen las suspensiones en su planta de empleados. Ese número triplica la cantidad de firmas con suspensiones que había en el mes anterior al comienzo de la pandemia.

10.2.- Bolivia

En Bolivia la necesidad de recursos financieros y de talento humano calificado será formidable y el rol de la banca de desarrollo puede ser un factor decisivo y fundamental para salir victoriosos, si es que se actúa de manera coordinada y sinérgica.

Con millones de personas obligadas a trabajar desde su casa, con las oficinas y tiendas cerradas como parte de las medidas de contención, y con los viajes restringidos en todas partes, fue inevitable que la economía sufriera.

Estas oportunidades responden a la velocidad con la cual la pandemia se ha expandido y con ella, las medidas para contenerla.

Han cambiado las preferencias y el comportamiento de los y las consumidoras obligando a las MIPYMES a adecuarse a nuevas formas de trabajar, modificando las cadenas de

producción, distribución, y transporte y la digitalizando sus procesos sobre la marcha, como la única opción de continuar operaciones. Se pueden identificar varios desafíos para este sector, entre ellos considerando su dinámica actual y las metas a mediano y largo plazo.

La relación con el PIB y las exportaciones: En esta coyuntura, las condiciones favorecen a las MIPYMES especializadas en el sector externo por lo que su fortalecimiento será de vital importancia.

El crecimiento del PIB por sector muestra que la actividad de la industria manufacturera tuvo un crecimiento del 3,19% siendo la tercera actividad en presentar una tasa de crecimiento superior al promedio general, resaltando la evolución de la industria de alimentos y bebidas.

En cuanto a las exportaciones, el sector manufacturero fue el único que experimentó un crecimiento positivo de 15,71% entre 2019 y 2018[2], alcanzando un valor de exportación de 3,59 millones de dólares, que representa un 40,81% del valor total de exportaciones del país, mientras que los sectores tradicionales como hidrocarburos, minería e incluso el agropecuario experimentaron tasas de crecimiento negativas (IBCE, 2019).

El aprovechamiento de las actuales necesidades del mercado interno en esta nueva normalidad puede ser un camino de reconstrucción de las Mipymes.

Si bien las MYPYMES están siendo afectadas por la pandemia también son parte de la solución, por ejemplo, las personas se han visto en la necesidad de incluir como parte del vestuario equipos de protección personal, y en respuesta a ello las MIPYMES resilientes, muy probablemente dejando de lado su actividad principal, han empezado a producir estos implementos en todas las escalas y rubros, visibilizando la enorme oportunidad de articular la cadena de valor alrededor del mercado interno.

Otro aspecto se enmarca en el financiamiento y el tipo de productos financieros que se ajusten a las necesidades de las MIPYMES. Las MIPYMES son consideradas como inversiones de alto riesgo y por lo tanto los costos financieros son muy elevados y los productos no siempre son los adecuados. Asimismo, el crédito no necesariamente viene acompañado de servicios no financieros y tampoco se promueve la implementación de mecanismos de financiamiento alterno tales como capitales ángeles o de riesgo compartido, entre otros.

Será vital diseñar una estrategia conjunta entre las instituciones de intermediación financiera y el gobierno a través de la entidad de regulación estatal para desarrollar nuevos productos

financieros orientados a las características de las MIPYMES considerando las condiciones actuales y orientadas a permitir la continuidad, recuperación y crecimiento.

Los efectos que causó la pandemia revisten un abanico de oportunidades. Existen espacios para corregir problemas estructurales pendientes y generar una agenda futura con la perspectiva de recuperación.

Estas transformaciones estructurales que permitan la inserción en la “nueva normalidad” de MIPYMES, donde la innovación y la tecnología sean las herramientas para pensar en modelos de negocios sostenibles, resilientes y adaptados a una economía digital emergente, les permitirá competir tanto en mercados nacionales como internacionales.

10.3. Brasil

En Brasil, las pequeñas organizaciones están formadas por micro y pequeñas organizaciones (**MIP**) y microempresarios individuales (**MEI**).

MEI son pequeñas organizaciones con ingresos brutos anuales de hasta R \$ 81 mil, formadas únicamente por el empresario o desarrolladas por el empresario individual, en los términos del Código Civil brasileño. Para el MEI no se requiere la formalización de una persona jurídica, el negocio lo desarrolla directamente el empresario, solo se requiere la inscripción en el Registro Nacional de Personas Jurídicas (CNPJ). MEI está sujeta al régimen tributario simplificado denominado Simples Nacional.

Las MIPs están formados por personas jurídicas legalmente clasificadas como “Microempresas” (ME) y las denominadas “Empresas de Pequeño Porte” (EPP). Organizaciones con ingresos brutos anuales de hasta R \$ 360 mil, en el caso de MEs, y hasta R \$ 4,8 millones, en el caso de EPPs. Estas entidades también pueden aprovechar el Simples Nacional, siempre que se cumplan determinadas condiciones.

Las medianas organizaciones, a su vez, representan un grupo de empresas muy diverso, integrado por entidades con ingresos brutos anuales entre R \$ 4,8 millones y R \$ 300 millones, que pueden llegar a aproximadamente 1,2 millones de negocios.

Las cifras oficiales difieren en relación al número de pequeñas organizaciones y son escasas para las medianas, sin embargo, las estadísticas proporcionadas por el Portal do Simples Nacional¹ exclusivamente sobre los MEIs y las MIPs, indican las cifras a continuación, un contingente que representa aproximadamente el 99% de las empresas brasileñas:

Tipo de negocio	Situación en			
	30/04/2020	31/08/2020	31/12/2020	30/04/2021

¹Datos disponibles en:
<http://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/Arrecadacao/EstatisticasArrecadacao.aspx>

MEI	10.038.514	10.694.175	11.316.853	12.264.211
MIP	5.010.655	5.113.894	5.327.347	5.380.241
Totales	15.049.169	15.808.069	16.644.200	17.644.452

No existen cifras precisas sobre el cierre de estos negocios, sin embargo, las cifras anteriores muestran que, en un año, hubo un incremento de 2.595.283 (MEI: 2.225.697 / MIP: 369.586).

No obstante, datos generales del Ministerio de Economía, presentados en el estudio cuatrimestral “Mapa de Empresas”², indican que, de enero de 2020 a abril de 2021, se abrieron 4.731.277 empresas y se cerraron 1.475.599, lo que arroja un saldo positivo de 3.255.678 empresas (incluyendo MEIs y MIPYMEs). Esta cantidad general corrobora el incremento verificado exclusivamente para MEIs y MIPs. Se estima que también puede reflejar el escenario para las empresas medianas.

De acuerdo con el Ministerio de Economía, el número de acuerdos cerrados sería más expresivo en los segmentos de comercio minorista de prendas de vestir y complementos, mini-mercados y similares y cafeterías y similares, ya que el número de cierres habría superado, al menos, en un 30% el número de aperturas.

A pesar de ese saldo positivo, según el Servicio de Apoyo a la Micro y Pequeña Empresa (SEBRAE)³, en Brasil un total de aproximadamente 5,16 millones de MIPs y 7,76 millones de MEIs estarían en situación de vulnerabilidad frente a la crisis pandémica del covid-19. Según esta encuesta, los sectores de comercio minorista tradicional, construcción civil, moda, salud, servicios de alimentación y logística y transporte serían los más vulnerables. Así, lo cierto es que, en este escenario de crisis económica, aún existen incertidumbres y, para muchas MIPs y MEIs, la discontinuidad es un tema de actualidad.

Según la encuesta realizada por Serasa Experian⁴, el 64% de las micro, pequeñas y medianas empresas encuestadas se vieron afectadas negativamente por la pandemia del

²Datos disponibles em:

<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-1o-quadrimestre-de-2020-1.pdf>

<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-2o-quadrimestre-de-2020.pdf>

<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-3o-quadrimestre-de-2020.pdf>

<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/boletins/mapa-de-empresas-boletim-do-1o-quadrimestre-de-2021.pdf>

³Datos disponibles em:

<https://paineis-lai.sebrae.com.br/single/?appid=f9c6ba40-ae97-4aee-804e-2eff863f4a6f&sheet=ce0f6f6d-5f3f-45e1-a4bd-31363554586b&opt=cursel&select=clearall>

⁴Datos disponibles em:

<https://www.serasaexperian.com.br/images-cms/wp-content/uploads/2021/05/White-Paper-Serasa-Experian-Retomada-Pos-Covid-19.pdf>

covid-19. En estas empresas, los mayores impactos habrían sido en sus áreas comercial y financiera, destacando como desafíos la reducción de costos y gastos, el equilibrio de la salud financiera, la reanudación de ventas y la adecuación de productos y servicios y la oferta de nuevas ventas. canales.

También según Sebrae⁵, debido a la pandemia, considerando 17,77 millones de pequeñas organizaciones (MPE y MIP), alrededor del 64% de ellas cambiaron de funcionamiento, el 16% interrumpió temporalmente sus actividades y el 5% cerró sus actividades, mientras que el 16% no ha cambiado su forma de funcionamiento. Además, Sebrae también encontró que: (a) 66% experimentó una reducción en sus ventas; (b) 49% necesitó préstamos, y solo 39% de estos logró contratar; y (c) 11% de empleados despedidos.

Un aspecto interesante señalado por este estudio fue el hallazgo de que 7 de cada 10 pequeñas organizaciones utilizaban redes sociales, aplicaciones o internet (whatsapp, Facebook, Instagram, sitios web, etc.) en sus ventas. Este hallazgo ilustra adecuadamente la realidad de muchas MIPs, cuya supervivencia fue posible gracias al uso de estas nuevas tecnologías.

En concreto en este punto, otra encuesta también con la participación de Sebrae, investigó 1.205 MIPs y encontró que el 91% de ellos utiliza nuevas tecnologías, y el 85% dijo que este uso mejoró la situación empresarial. Además, el 81% de las entidades encuestadas manifestaron que pretenden seguir invirtiendo en ampliar la digitalización de su negocio.

Resultados similares son presentados por la investigación realizada por Serasa Experian, que indican que el uso de canales de venta online, por la MIPYMEs, permitió llegar a nuevas audiencias y reducir el impacto negativo de la pandemia en sus operaciones. Además, el 90% de las empresas encuestadas afirmaron haber descubierto oportunidades durante la pandemia. En este contexto, el 33% afirmó que han surgido oportunidades para aprender nuevas modalidades de venta / prestación de servicios, el 34% afirmó que han surgido oportunidades para emprender e innovar y el 28% afirmó que han surgido oportunidades para invertir en nuevas tecnologías. Finalmente, el 55% de las empresas encuestadas manifestó que espera retomar y expandir su negocio, mientras que para el 26% esta reanudación ya ha comenzado.

El nuevo escenario económico y empresarial derivado de la pandemia del covid-19 supuso numerosos retos para las empresas en general. La desaceleración de la actividad económica afectó a todos los segmentos, sin embargo, para las MIPYMEs, los desafíos fueron aún mayores. La retracción de la actividad económica, en un principio, y el cambio en el perfil de consumo, requirieron capacidad de adaptación y gestión para reformular el negocio en este nuevo entorno, en el que el uso de las nuevas tecnologías ha resultado fundamental para la supervivencia de las MIPYMEs.

10.4. Panamá

⁵Datos disponibles en:

https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/03/Impacto-coronav%C3%ADrus-nas-MPE-10%C2%AAedicao_DIRETORIA-v4.pdf

La Autoridad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (AMPYME) se crea a través de la Ley No 8 del 29 de mayo de año 2000, siendo reformada por la Ley No. 72 de 9 de noviembre de 2009, como una entidad autónoma del estado, con patrimonio propio, rectora en materia de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), responsable de crear las condiciones para el desarrollo del sector de la MIPYME, por su carácter multisectorial y capacidad de generar empleo.

Tiene como misión la creación de políticas públicas que sustenten la formalización y sostenibilidad de las micro, pequeñas y medianas empresas de forma articulada con actores estratégicos, con programas de capacitación y servicios financieros dinámicos y efectivos.

El objetivo de la Ampyme es la de promover, proveer, estimular, contribuir, desarrollar el sector mipymes a nivel nacional. Para poder registrar y recibir los beneficios de Ampyme, la empresa debe identificar a que clasificación y tipo de empresa pertenece:

Clasificación de PyMEs	
Unidad Empresarial	Ingreso Anual
Micro	US\$. 150,000.00
Pequeña	US\$. 150,000.01 - US\$.1,000,000.00
Mediana	US\$.1,000,000.01 - US\$.2,000,000.00

Según el Observatorio Nacional de Emprendimiento (iniciativa desarrollada por Ampyme), al primer trimestre del 2020, el 84% de las Mipymes eran Micro, un 13% pequeñas y 13% medianas. Las mismas generaban un 9.7% de los ingresos totales, siendo MiPymes un 84% de las empresas que exportan, de las cuales un 53% corresponden a exportaciones totales de bienes. Este segmento limita su desarrollo a:

- Desarrollo de recursos, mejoras en productos y servicios,
- Desarrollo de nuevos mercados y de personal calificado (fuelle: infográfico CNC No.32, producido por el Centro Nacional de Competitividad de Panamá).

Con un escenario favorable en materia económica, y con una expectativa de resultados sostenida desde 2019, se esperaba para el 2020 que se diera un incremento en las ventas y las ganancias entre 0.5% y 1.5% (fuelle: Panamá 24 Horas), manteniendo la misma

cantidad de empleados; por lo que la situación de las empresas sería más favorable en un 63%.

El 13 de marzo de 2020 se declara el Estado de Emergencia Nacional en Panamá, lo cual da paso al cierre de múltiples empresas. El gobierno nacional a través del Ministerio de Trabajo, en un intento de proteger la estabilidad y continuidad de las empresas, dictó disposiciones que permitieron que 284,209 trabajadores pudieran ser suspendidos sin goce de salario, pero sin perder su antigüedad dentro de las mismas. Para marzo de 2021, el 49.39% han sido reactivados.

Tomando en cuenta esta actualidad y conscientes que las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas representan más del 97% del parque Empresarial de Panamá (generando el 56% de los empleos del país) la AMPYME sigue firme en su misión principal de capacitar y generar las condiciones para crear y desarrollar las MIPYMES. Incentivando y apoyando a emprendedores en forma sostenible a través de sus programas y plataformas.

Ante el reto de la Pandemia, el Gobierno Nacional creó el Plan de Recuperación Económica (PRE), el cual permite a más de 70 mil Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) acceder a programas de activación, créditos preferenciales y préstamos. El plan contempla acciones para el inmediato, corto y mediano plazo, lo que permitirá sobrevivir a un importante grupo de empresas.

En materia tecnológica, las MIPYMES se vieron forzadas a innovar mediante soluciones digitales, implementando el uso de correos electrónicos y correos institucionales personalizados, tiendas en línea, plataformas para trabajar de manera colaborativa, creación de plataformas para pagos digitales; lo anterior, para hacer frente a los cambios de comportamiento de consumidores.

De cara al 2021, la micro y pequeña empresa (PYMES) están evaluando qué otras tecnologías de pago son críticas para satisfacer las expectativas de los consumidores de hoy en día, con resultados encabezados por el software de seguridad y administración de fraude (47%). La aceptación de pagos sin contacto o teléfono móvil (44%), la aceptación de pagos a través de dispositivos móviles (41%), los pagos a plazo o de tipo "compre ahora, pague después" (36%), y las operaciones de pago de backend digital (31%). (fuente: Diario Panamá América del 17 de enero de 2021).

Según datos de la Cámara de Comercio de Panamá, "entre los efectos positivos del teletrabajo más destacados están mantener la empresa operando durante la pandemia, reducción de costos y mayor productividad. Por su parte, los efectos negativos más

importantes fueron disminución de ventas, menor productividad e incremento de costos".
(fuente: Encuesta Regional 2021 sobre Reactivación Económica-Cámara de Comercio de Panamá).

Considerando el escenario al cual se enfrentarán las mipymes en un mercado postcovid, del 100% que conforman las micro, pequeñas y medianas empresas formalmente legalizadas, se estima que entre un 45% y un 50%, no podrán regresar al mercado tras la crisis de la pandemia y tendrán que cerrar sus puertas.

Si bien, el gobierno nacional ha establecido planes de crédito con tasas blandas y plazo de pago de hasta 84 meses (7 años), los cuales son préstamos otorgados por organismos internacionales de financiamiento como el Banco Mundial, el Banco de Integración Centroamericana y el Banco Interamericano de Desarrollo (colocados en financieras y en bancos) por montos que ascienden a 300 millones, los mismos no se están concediendo; dado que aún no han logrado definir con claridad los parámetros que brinden seguridad para la recuperación de dichos fondos, ya que se espera que el 58% de las MiPymes de panameñas no van a tener la posibilidad de regresar al mercado y deberán cerrar sus negocios, tan pronto termine la pandemia.

Con la creación de un plan nacional de recuperación (PNR), un gran porcentaje de micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) podrán acceder a programas de activación, créditos preferenciales y préstamos, como resultado de un proyecto de rescate que será desarrollado por el Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Comercio e Industrias (Mici).

10.5. Paraguay

Las Mipymes más afectadas en Paraguay son las del rubro de turismo y gastronomía, desde la Asociación de Restaurantes del Paraguay (ARPY), anunciaron el cierre de 300 restaurantes y la suspensión de unos 15.000 trabajadores por 15 días. Mientras, todos los días se suman más PYMES a la estadística de cierre de negocios.

Cuando la cuarentena iniciaba en Paraguay como medida para evitar la propagación del virus del COVID-19, muchos comercios y fuentes de trabajo se vieron afectados negativamente por la situación. Personas quedaron desempleadas y muchos negocios tuvieron que recortar presupuestos. Sin embargo, muchos encontraron la manera de salir adelante a pesar de las adversidades.

A través de una encuesta realizada para la Asociación de Emprendedores del Paraguay (ASEPY) que menciona que cada persona conoce en promedio a otras 2 que iniciaron un negocio debido a la pandemia del coronavirus.

En general se conoce o se escucha de personas que abrieron distintos tipos de negocios para empezar a generar ingresos: Algunos ofrecen ventas de comidas desde sus hogares, otros venden productos a través de redes sociales, ya sea ropa, cosméticos, artículos para

el hogar, aparatos tecnológicos e incluso muebles o servicios profesionales, entre muchas otras opciones.

El paraguay, ante la incertidumbre generada por la pandemia, encontró maneras de seguir subsistiendo en un contexto de crisis. La actitud emprendedora estuvo presente desde el inicio, animándose a encontrar una salida a la falta de empleo o reducción de ingresos en el negocio.

Las consecuencias negativas de la pandemia ya se conocen, muchos negocios facturaron menos, algunos locales tuvieron que cerrar, pero también se puede elegir ver el vaso medio lleno y contar que, en contraste, el contexto dio oportunidades a que nazcan nuevos negocios, a sacar adelante nuevas ideas, demostrando que cuando se cierra una puerta también se puede abrir otra, que es lo que resume finalmente el espíritu emprendedor.

Esto generó un fenómeno de aumento de la población ocupada en las microempresas- pasó de 2.101.427 personas a 2.343.500 entre el segundo y cuarto trimestre de 2020- ha sido que las mismas se convirtieron en una alternativa para seguir generando ingresos. Es decir, muchas de las miles de personas que quedaron fuera del mercado laboral, se vieron obligadas a reconvertirse y crear nuevos emprendimientos, lo que les ha permitido, a las más de 333.000 personas sortear esta crisis.

En cambio, en las microempresas, consideradas familiares, la política para reducir costos se orienta en general a la postergación de deudas y otras medidas que generan costos en el funcionamiento de la unidad, pero que pueden diferirse.

Son muchos los casos de pequeños empresarios que decidieron cambiar su visión del negocio a partir de la llegada del COVID 19. Luis Ibarra, por caso, transformó la rutina de su almacén –ubicado en el corazón del barrio Grupo Habitacional Aeropuerto Asunción- en el actual contexto de pandemia: hoy prepara los pedidos de sus clientes vía telefónica y él mismo les lleva en auto hasta sus casas. Con esa iniciativa, ayuda a que los vecinos que no deban salir de sus hogares por cumplir la cuarentena puedan acceder a alimentos y productos de higiene, y a la vez pudo revertir la caída de ventas de su negocio.

Una apuesta similar impulsó a la startup REDciclaje a renovar su rutina laboral, que consistía en fabricar distintos objetos de diseño a partir de material reciclable. En tiempos de pandemia decidieron darle una vuelta al negocio y ayudar a paliar la falta de material sanitario de quienes están en la primera línea de combate del coronavirus: hoy diseñan y fabrican viseras 100% de plástico reciclado para el personal de blanco y policías.

APPeté es un juego de palabras entre aplicación (app) y apeté, que en la rica lengua guaraní significa “aquí mismo”, que a través de la plataforma las despensas de hacen más visibles para sus vecinos en un momento en el que la mayoría de los almacenes de la zona bajaban sus persianas. La aplicación, que ya cuenta con más de 9.000 despensas registradas, permite visualizar la ubicación de los locales y ponerse en contacto.

De esta manera, APPeté se convierte en una herramienta útil y necesaria para los consumidores, al mismo tiempo que sirve de canal para apoyar y promover al sector de los comercios minoristas, que representan un importante porcentaje de las pymes del país.

Fuentes:

<https://www.mf.com.py/medios/blog/micro-pequenas-y-medianas-empresas-descapitalizadas-y-urgidas-de-politicas-de-reimpulso.html>

10.6. Perú

Durante la pandemia del 2020 por efecto del COVID 19 en el Perú cerraron 45,467 empresas y se generó la pérdida de 2 millones de empleos. (Información del Instituto Nacional de Estadística).

La aparición de nuevas empresas se dio especialmente en el último trimestre del 2020. Entre octubre y noviembre 2020 se constituyeron 83,170 empresas y se dieron de baja a 7,469 empresas. Efectivamente, ha habido una situación atípica, al cierre del año 2020 se registraron más empresas de las que hubo en el 2019.

La pandemia ha originado el cierre de al menos 100 mil restaurantes en el Perú. Información de Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR) señalan que antes de la pandemia existían más de 200,000 restaurantes operando, que daban empleo a más de 1 millón de personas a nivel nacional, pero de este total, el 50% de los negocios pequeños han tenido que cerrar.

Algunos ejemplos de empresas que se despidieron fueron las siguientes:

Polystel

Uno de los casos más recientes es el de la recordada marca Polystel. A fines de noviembre la Compañía Universal Textil aprobó su disolución y liquidación, dueña de la marca Polystel, envió una carta a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) indicando la decisión de los accionistas, debido a que el 2020 las ventas de tejidos de la empresa cayeron un 84.99% en comparación del 2019. (Fuente SMV)

Brujas de Cachiche

A inicios de julio el restaurante *Brujas de Cachiche*, famoso restaurante, se declaró en quiebra tras casi 29 años de funcionamiento. La junta de accionistas de SERTURSUR S.A., la propietaria del restaurante acordó la disolución.

Según información de la Cámara Nacional de Turismo del Perú (CANATUR), al menos 100 mil restaurantes han tenido que cerrar debido a la pandemia.

Soyuz

La empresa de transporte SOYUZ S.A. anunció en julio su liquidación, tras 38 años en el mercado peruano

Tiendas Paris

A inicios de julio el Grupo CENCOSUD anunció el cierre de operaciones de todas sus tiendas Paris Perú.

La compañía operaba 11 tiendas en el país y decidieron cerrar pues no se habían logrado los resultados y la participación esperada para hacer sostenible la empresa.

Un factor que jugó a favor de los negocios formales, para evitar su cierre definitivo, fue la posibilidad del cambio de giro del negocio, el estado facilitó este mecanismo, permitiendo otorgar la licencia de funcionamiento simplificado

Hubo una reconfiguración, los empresarios son muy creativos, actuaron y fueron muy resilientes, siendo capaces y obligados a reconvertirse ante la situación que se empezaba a vivir generando nuevas propuestas de negocio.

Claro ejemplo fue la discoteca DOWNTOWN que se reconvirtió en un supermarket o la cadena de «Panadería, Pastelerías y cafetería San Antonio, famosa en su ramo se transformó en minimarket en plena cuarentena.

Fuentes:

1. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/la-poblacion-ocupada-del-pais-alcanzo-10-millones-272-mil-400-personas-en-el-ii-trimestre-del-2020-12346/>
2. <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/Hdl%20CUTSA%20Liquidaci%c3%b3n.pdf>
3. <https://pe.glbnews.com/07-2020/52782042300310/>

10.7.- República Dominicana

LasMicro, pequeñas y medianas empresas “MiPymes”son un componente fundamental del tejido empresarial den América Latina. En la Republica Dominicana. Existen casi 1.5 millones de MiPymes, las cuales representan el 98% del total de las empresas. Estas generan más de 2 millones de empleos en la economía, lo que equivale al 54%de la población ocupada del mercado laboral, la MiPymes producen el 38% al producto interno bruto.

La situación de emergencia declarada por el estado, para frenar la expansión del Covi-19, obligo a la micro organizaciones a cerrar sus operaciones, todos las actividades de ventas, así como todos los procesos administrativos y de operaciones fueron suspendidos

La Situación actual de las micro organizaciones indica los siguientes síntomas:

- Falta de liquides
- Alto niveles de endeudamiento.
- Cero Ventas.
- Perdida de capital de trabajo

Medidas aportadas por el estado para reactivar la MiPymes en la republica Dominicana..-

El gobierno dominicano, ha diseñado e implementado una serie de medidas socioeconómicas en beneficios de las MiPymes, con el objetivo de aliviar las vicisitudes que enfrentan muchos empresarios por la falta de generación de ingresos.

Algunas de las medidas tomadas por el Gobierno son las siguientes:

- Fondo de asistencia para empleados “FACE”

Este es un programa creado para apoyar a los trabajadores de aquellas empresas que se encuentran cotizando en la Tesorería de la Seguridad Social (TSS). Está dividido en las modalidades de FASE 1 y FASE 2. La primera (FASE 1), beneficia a las empresas que han cerrado sus operaciones, acatando las medidas de distanciamiento físico ordenadas por el período de emergencia. La segunda (FASE 2), beneficia a las empresas, específicamente a las

MiPymes, que han continuado sus operaciones y han mantenido su plantilla de empleados sin cambios.

- Programa quédate en casa

Fondo de Asistencia Solidaria para Empleados.- Diseñado especialmente para personas de escasos recursos o que viven en condiciones de vulnerabilidad, con el objetivo de proteger el ingreso de los hogares y de los trabajadores informales. En ese sentido, se tomaron los hogares beneficiados con el Programa "Progresando con Solidaridad", y se les realizó un aumento del componente "Comer es Primero" de la Tarjeta Solidaridad. Asimismo, se modificó la cobertura del programa social existente para incluir a 688,997. nuevos hogares.

- Medidas para Productores Agropecuarios .-

Para proteger la producción nacional, se ha resuelto que aquellos productores con préstamos para el sector agropecuario, con vencimiento desde el 18 de marzo hasta el 18 de mayo, se les extiendan el plazo de pago entre 60 hasta 90 días. Esta misma medida también se aplicará para los vencimientos parciales de las cuotas, extendiendo el vencimiento de éstas a 60 o 90 días.

- Flexibilización del pago de impuestos.

Se otorgan flexibilidades importantes para el reporte del pago de ITBIS, anticipos, impuesto sobre la Renta, declaración jurada y pago de deudas atrasadas. Flexibilización del pago de impuestos Se aplazó por un mes, hasta finales de abril, la declaración y el pago del ISR de las personas físicas y aquellos contribuyentes acogidos al Régimen Simplificado de Tributación (RST).

- Medidas del Banco Central.

El Banco Central y la Junta Monetaria adoptaron medidas que aumentan la disponibilidad de recursos en las entidades de intermediación financiera, para ofrecer préstamos a las empresas y los hogares, con atractivas tasas de interés.

- Centros MiPymes brindan asistencia de forma virtual.

La red de 25 centros mipymes, que operan bajo la coordinación del Ministerio de Industria, Comercio y MiPymes y desde las universidades de toda la geografía Nacional, ofrecen servicios de asesoría técnica y capacitación virtual.

- Ponte en Marcha.

Este programa tiene el objetivo de contribuir a la reactivación de los negocios y las empresas MiPymes del país y mostrar nuevas formas de conectar con los clientes, mediante guías con consejos prácticos y herramientas fáciles de implementar. Cada una orientada a solventar necesidades específicas:

- 1.-Manten activo tú negocio.-
- 2.-Maneja eficientemente pedidos y entregas.-
- 3.-Organiza tus finanzas en tiempos complejos.-
- 4.-Limpieza y seguridad de tu negocio para ti y tus clientes.-
- 5.-Como aprovechar las distintas formas de pago?

6.-Genera productos y promociones atractivas para tus clientes.

Fuente: Situación Económica y de mercado de las MiPymes en República Dominicana por la crisis del covi-19

La capacidad de cambiar su estructura y poder producir un nuevo bien y servicios es la fortaleza principal de las MiPymes.

El gobierno de la republica Dominicana se apoya en esta ventaja y ha implementado un plan de ayuda a las MiPymes, para que estas tengan capital a bajo costo, para poder arrancar la economía nuevamente, les ha brindado asistencia técnica, para que se reinventen y puedan utilizar la mismos estructura se reinvente y pueda producir un nuevo bien o servicio.

Les ofreció subsidios para el pago de los empleados. Les está impartiendo cursos de finanzas y administración.

Se puede decir que Republica Dominicana apoyo a sus micro organizaciones en tiempo de crisis. Por eso hoy somos uno de los pocos países latinoamericanos y en el mundo, en donde el producto interno bruto no decreció. Ya que el aporte de los Dominicanos ausentes vía las remesas y el plan del gobierno de poner en marcha las MiPymes han dado sus frutos.

10.8- Uruguay

Sin duda la pandemia que iniciada en el mes de marzo del año 2020, ha trastocado y transformado la labor de todas las empresas, e impactado fuertemente sobretodo en las micro y pequeñas unidades productivas, y concomitantemente en la forma de desarrollar la actividad de los contadores, una de las profesiones, que también debió estar en primera línea para interpretar y colaborar en esta nueva realidad.

En algunos casos, hubo una gran cantidad de nuevas normas que las autoridades debieron ir tomando también sobre la marcha, para paliar los efectos de una pandemia, que como en todo el mundo, se supo cuando empezó, pero nadie sabe aun cuando termina. Y fue tarea de los contadores, estudiarlas, apoyarlas, y proponer cambios en muchos casos, para que su aplicación fuera realmente efectiva, y llegara a quienes se intentaba beneficiar.

En otros casos no cambiaron demasiado las normas, pero si la forma práctica de aplicarlas, la forma práctica de relacionamiento con los distintos organismos de control, y también debió el contador, adaptarse a la no presencialidad en las oficinas públicas, a las consultas vía web, telefónica o por correo electrónico, con interlocutores que también demoraron en adaptarse a lo que se comenzó a llamar la "nueva normalidad". Pero sobretodo debió adaptarse a seguir resolviendo, todos los temas que las empresas reclamaban, con la responsabilidad y celeridad de antes y de siempre.

Dificultades de todo tipo que se debieron sortear y solucionar, la pandemia casi obligó, sobre todo en el caso de las tareas administrativas a vaciar de personas las oficinas, la de los clientes y también la del profesional e instalarse en un tele trabajo con los riesgos propios de una actividad nueva, casi desconocida en muchos casos, y hasta sin los medios físicos apropiados, pero que demandó un tiempo distinto, sin límites de horarios precisos y con una carga emotiva que sin duda llevó al stress a varios colegas.

Los contadores con éxito, se adaptaron y resolvieron todos y cada uno de los problemas a los que fuimos enfrentando, no solos por supuesto, en Uruguay hubo un gremio muy activo y

participativo, que nunca permitió que esta situación lo superara y puso todos sus recursos al servicio de sus socios y de la comunidad en general, frente a esta nueva realidad.

Ese mismo proceso de adaptación a la nueva situación las debieron vivir todas aquellas empresas, sobre todo las micro y pequeñas, que corrían el riesgo de desaparecer. Algunas, lamentablemente no lograron su cometido, ya que para estas empresas, una larga inactividad, o una inactividad muy acotada, desembocaba irremediablemente en el cierre, por más esfuerzo que se pusiera.

Las que lograron reformular su negocio, su forma de venta, su forma de llegar a sus clientes y de encarar la actividad interna de la empresa, han venido, no sin un esfuerzo mucho mayor, transitando esta pandemia, y muchas, seguramente la mayoría de las nuevas técnicas o herramientas aplicadas al negocio, que han debido aprender e implementar, seguirán para el futuro.

En esto el gobierno, empresas y profesionales, están juntos y confían en salir, aunque lamentablemente con bajas importantes en todos lados.

Fuente: <https://www.cepal.org/es>

10.9- Venezuela

La experiencia post COVID 2019 en Venezuela ha sucedido en diferentes escenarios, dado que está atado al aspecto político, económico y social por lo cual las empresas medianas a grandes han buscado afianzar su objeto, manteniendo la presencia de sus productos en los anaqueles, aunque con cambio de imagen en algunos casos.

Por su parte la Mipyme se ha reinventado ofreciendo diversidad de productos, han migrado a otras actividades, generalmente alimentos y salud, para mantener sus puertas abiertas. También han hecho alianzas entre ellas para complementar actividades y obtener ingresos que permitan mantener el negocio.

Muchas Mipymes han cerrado sus puertas, ya que no pueden generar ingresos para cumplir con los compromisos propios de la empresa; esto ha tenido un impacto social que se ve en el incremento del desempleo.

Como factores externos que han incidido en esta situación está la hiperinflación que atraviesa Venezuela en los tres últimos tres años, lo cual ha exacerbado la adquisición de bienes y servicio, por otro lado, la escasez de combustible para movilizar las mercancías, dado que el Estado es el único proveedor de este bien y lo controla con fines políticos y sociales.

No menos importante es la deficiencia de las comunicaciones ya que se ha deteriorado los sistemas de comunicación (telefonía, internet) indispensables para realizar las actividades de la Mipyme. Se puede concluir que tener una empresa abierta en Venezuela es un acto de irreverencia.

Comentado [E1]:

Comentado [RG2]:

Capítulo 11- Resumen y conclusiones

El objetivo del Trabajo es conocer el contexto originado por la pandemia intentando listar y analizar en forma integral los múltiples problemas y situaciones originadas en el ámbito económico y en especial los efectos que esto causaron en la Mipymes, como por ejemplo:

- Las consecuencias sufridas y, las evitadas y otros,
- La conducta y participación de los Profesionales en apoyo a toda esa gestión como profesional y como profesión

En el capítulo2 Relevamiento y análisis de los efectos de la pandemia en las MiPyMos se presenta un relevamiento de los problemas y efectos sufridos en varios países de la región, se incluyó información y datos de Argentina, Bolivia, Chile, México, Perú y Venezuela que reflejan la a realidad de esos países y si bien cada uno es un caso en particular se observan similares situaciones en términos genéricos.

Con esta información se preparó un listado de los aspectos considerados más relevantes por sus efectos y se analizaron las conductas y los cambios originados por los mismos, *Capitulo 3.-Listado y Análisis de los efectos más importantes de la pandemia como indicadores de los caminos hacia la sobrevida*

En los capítulos siguientes se analizaron las causas, efectos y forma de enfrentar los problemas causados por estos aspectos elegidos, que son la innovación y la virtualización como necesidad para adecuarse al contexto, los problemas de financiamiento y el redescubrimiento de la importancia de disponer de una adecuada administración

En el Capítulo 4- *Análisis de la innovación necesaria y la posible en las Mipymes*, se relevaron y analizaron las distintas formas de innovación de productos y servicios para poder recuperar el nivel de la actividad económica y comprender y aceptar que en los objetivos comerciales se debe enfatizar la consideración de los nuevos requerimientos del cliente, relacionados con los productos, facilidades de y para el pago y recepción de los productos.

En el Capítulo 5 – *Análisis de los problemas de financiamiento*, se analizan los problemas causados por la falta de fondos parara cumplir con todos los compromisos , los efectos en los puntos de equilibrio definidos por los nuevos niveles de la actividad económica y en

especial cuales pueden o podrían ser las fuentes de estos fondos como por ejemplo, redefinir el capital del trabajo , nuevos aportes de los propietarios, créditos baratos o blandos ofrecidos por los estados y como lograr una mejor planificación.

En el Capítulo 6 -*Análisis de la virtualización necesaria y posible en las Mipymes* se analizan varios aspectos de la virtualización o el uso intensivo de la tecnología en la gestión de las Mipymes.

La aplicación de la tecnología que siempre fue útil y buena, en la pandemia surgió como indispensable en todos los aspectos. Resulto necesario aplicarla para la función comercial, recibir pedidos y sus pagos incluso en la distribución de los bienes y servicios vendidos. Sin la tecnología no se hubiera podido recuperar la actividad económica, en especial por las restricciones de circulación que se dispusieron en todos los países de la región y del mundo.

Estos cambios seguramente generaran hábitos distintos de gestión en el futuro., constituyendo una forma complementaria de todos los aspectos de la gestión, incluyendo la función administrativa y de producción.

Se incluyeron algunos conceptos de tecnología y virtualización, los aspectos económicos y en especial los beneficios de incorporar la tecnología en todos los aspectos de las Mipymes.

En el Capítulo 7 - *La pandemia como indicador de la importancia de poder disponer de una buena administración para realizar una buena gestión.* La realidad indica que una de las características de las Mipymes es que no poseen una administración dedicada y menos aún profesional .En general se considera como un gasto el costo de tener una empleada o alguien que se ocupe de ordenar y preparar información de su microeconómica, y se brindan fundamentos respecto de que aun en tiempos sin pandemia resulta necesario conocerse a sí mismo, sus cualidades y limitaciones en el mundo de los negocios.

La situación en la pandemia origino la necesidad de lograr las ayudas estatales, económicas y financieras, acuerdos con los proveedores, ordenar y fijar prioridades para el cumplimiento de los compromisos.

Los microempresarios necesitaron a solicitar el apoyo de una administración que le permita realizar todas esas gestiones adecuadamente, generando implícitamente una administración que hasta este momento no existía o era menor a la que necesitaba. Esto también fue un cambio positivo originado por las especiales necesidades de la pandemia.

En el Capítulo 8.- *El Contador Público Como Mipyme de servicios profesionales*, se analiza la realidad del profesional insistiendo con la línea de pensamiento de anteriores trabajos de la Comisión en el sentido de que el Contador Público se asuma como una microempresa de servicios y revalorizar esos servicios que presta, que son indispensable para todo tipo empresa y de organización.

Esto significa que debería asumirse como su propio contador y atender los problemas que le origina la pandemia, reestructurar sus servicios según a los requerimientos de los clientes, redefinir su propio punto de equilibrio y sus honorarios que son su sustento.

En el Capítulo 9.- *El Contador Público como profesión*, se resume lo realizado por el Contador Público organizado como Profesión. Las organizaciones profesionales acompañaron a la sociedad y a los colegas en la búsqueda de soluciones para los problemas originados por la pandemia

Entre el inicio de la pandemia y los momentos en que se termina de redactar el presente trabajo transcurrieron alrededor de 16 meses que fueron intensos y dinámicos, motivos por los cuales para algunas inquietudes y soluciones del principio ya se ensayaron soluciones y se evaluaron alternativas.

Los microempresarios y los profesionales se dedicaron en forma extensa e intensa a la solución de los problemas originados por la pandemia generando experiencias diversas y múltiples por lo que se consideró interesante agregar un capítulo, en el cual se pueda presentar un relevamiento de estas experiencias en los países de América.

Se incluyeron informes, comentarios y estadísticas sobre cómo se vivió la pandemia y que soluciones ensayaron en países de la región como Argentina, Bolivia, Brasil, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay y Venezuela. Capítulo 10.- *Transitando el segundo año de la pandemia*.

Durante las investigaciones y debates para el presente trabajo se pudieron observar rasgos o aspectos muy interesantes de los microempresarios y de los Contadores Públicos.

Los efectos de la pandemia se produjeron en todos los países de la región y del mundo y la reacción de los estados y sus poblaciones fueron similares en el sentido de asignarle una importancia vital porque precisamente estaba, en riesgo la vida de la humanidad.

En esas condiciones se originó un contexto con efectos complejos por ser tan difícil de enfrentar y diversos por los efectos particulares y las formas de enfrentarlos.

Los microempresarios mostraron una firme decisión de enfrentar los graves daños económicos y flexibilidad para ensayar soluciones de los más diversos tipos en la búsqueda de lograr el principal objetivo que siempre fue sobrevivir, continuar con su emprendimiento.

La innovación en distintas formas y aspectos de la organización, informarse sobre tecnología e incorporarla como necesidad primaria eran impensable antes de la pandemia y una Administración pequeña pero eficiente no era un objetivo considerado para los microempresarios. Sin embargo lo entendieron y dedicaron tiempo, comprensión y flexibilidad en la acción para lograr los cambios que se entendieron necesarios, como soluciones probables.

Los profesionales estuvieron, como siempre, acompañando la gestión y atendiendo los requerimientos de los microempresarios, que eran muchos y diversos.

Como buenos docentes de la información y de la gestión orientaron a los responsables de las Mipymes hacia conductas acorde con la realidad y generando nuevos hábitos de eficiencia, planificación que seguramente se mantendrán con posterioridad a la pandemia.

La Profesión organizada estuvo atenta ofreciendo el apoyo a sus profesionales y a la sociedad. Sería bueno que los gobiernos que formaron sus comités de asesoramiento médico para tomar sus decisiones de sanidad pública, hubieran consultado más a la Profesión en cuestiones de microeconomía de las Mipymes que y, sin cambiar el rumbo que hayan decidido, los hubieran asesorado para que los esfuerzos de las ayudas hubieran sido más eficiente.

Es bueno y agradable, observar y pensar que esta emergencia humanitaria se está superando y se lograra volver a la normalidad que se elija libremente. También lo es observar que los profesionales cumplieron con su labor por su buena formación y máxima disposición para apoyar a los microempresarios, esperando que estos aprecien los indispensables y superadores servicios del Contador Público.

Guía de Discusión

Respecto de las Mipymes y la pandemia.

- 1- Cuáles son sus principales debilidades para enfrenar los efectos de la pandemia?
- 2- Cuáles son los principales problemas que debieron enfrentar?
- 3- Cuáles son los principales cambios en la gestión que se realizaron?
- 4- Cuáles son las ayudas que recibieron de los estados?
- 5- De qué manera resolvieron sus problemas financieros?
- 6- La administración previa que tenían fue eficiente para enfrentar la pandemia?
- 7- Cuáles son los cambios en la gestión que se supone perduraran después de la pandemia y en qué medida?
- 8- Cuáles son las diferencias en los efectos y en las medidas adoptadas para enfrentar la pandemia en los distintos países de la región?
- 9- Cual fue el papel del Contador Público?
- 10- Cuáles son los principales problemas que experimentó el Contador Público como Mipyme de servicios?



XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD PORTO ALEGRE 2021

TRABAJO INTERAMERICANO

ALIANZA PARA EL DESARROLLO DE LAS NACIONES

ÁREA TÉCNICA 8

GESTIÓN INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES

Tema

Planes de virtualización y transformación digital en los procesos administrativos, comerciales, financieros y productivos, adaptados a las posibilidades de las Micro, Pequeñas y medianas organizaciones.

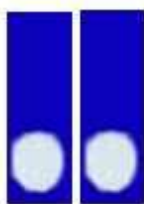
Autores de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones de la AIC:

Autores

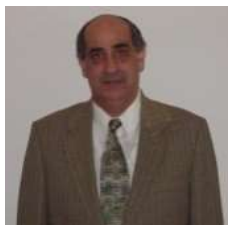
Marianella AGUILAR SANTILLAN	Perú
José MANCILLA LIZONDO	Bolivia
Nancy ARAGON GRANJA	Ecuador
Joseph MERCHAN	Ecuador
Herminio MOREL BOGADO	Paraguay
Olga CAMPOS	Rep. Dominicana
Carlos SOTELO LUNA (IM)	Perú

Presidente de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones de la AIC:

RUBEN HELOUANI Argentina



ASOCIACION INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
INTERAMERICAN ACCOUNTING ASSOCIATION
ASSOCIAÇÃO INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE
Comisión Técnica de
Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones



RUBEN HELOUANI

- Contador Público; Licenciado en Administración;
- Director Académico de Posgrado. Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.
- Ex Presidente de la Comisión Técnica Interamericana de Administración y Finanzas ;
- Presidente de la Comisión Interamericana de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones.
- Premio Presidencial a la Excelencia Internacional Fray Luca Bartolomeu Pacioli por su aporte a la Profesión Interamericana. Asociación Interamericana de Contabilidad. 2011.



MARIANELA AGUILAR Y SANTILLAN

- Socia fundadora de A&S Consulting&Risk
- Con estudios de Estudio Maestría en Contabilidad en Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional San Marcos Perú
- Presidente Miembros Adherentes Individuales 2020-2021 AIC PERU
- Docente en la Universidad Tecnológica del Perú UTP
- Miembro de la Comisión Técnica PYMES AIC



JOSE MANCILLA LIZONDO

- Licenciatura en Contaduría Pública;
- Carrera de Contaduría Pública – Auditoría. Universidad Autónoma Tomás Frías Potosí – Bolivia;
- Maestría en Educación Superior. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí – Bolivia ;
- Diplomado en Auditoría y Control de Gestión. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí
- Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera – NIIFs. ; Certificado en Normas Internacionales de Auditoría – NIAs. ; Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera p/ PYMES – NIIFs.P/PYMES. Presidente del Colegio de Auditores de Potosí – POTOSI BOLIVIA ;



NANCY ARAGON GRANJA

- Consultor para Naciones Unidas, proyecto ISAR UNCTAD,
- Evaluación de la Situación Financiera y no Financiera del país.
- Asesoramiento y Capacitación a Ministerio de Finanzas, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Servicio de Rentas Internas; a nivel internacional instructora en Perú, Colombia, Bolivia, El Salvador.
- Miembro de la Comisión Técnica del Colegio de Contadores de Pichincha y del Ecuador.
- Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera Completas y Pymes por ACCA, Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento por ACCA.



JOSEPH MERCHAN

- Gerente de Outsourcing en Corporación Aldía.
- Gerente de Implementación en IT M'as S.A.
- Perito Contable designado por la Superintendencia de compañías del Ecuador.
- Perito Judicial Consejo de la Judicatura del Ecuador.



HERMINIO MOREL BOGADO

- Licenciado en Ciencias Contables.
- Contador Interamericano Certificado en la NIIF para las PYMES
- Auditor Impositivo.
- Docente Universitario
- Máster en Auditoría y Tributación (Título en trámite)



OLGA MARIA CAMPOS GUZMAN

- Post-Grado en administración Financiera. Universidad APEC ;
- Licenciada en Contabilidad y Auditoría – UNPHU ;
- Seminario Aspectos y Perspectivas Actuales de la Lengua Española. (NIC'S) Fase I-III.; Curso Taller Normas Internacionales de Contabilidad; Taller sobre Preparación Estado Flujo de Efectivo y Manejo de Tesorería.C.I. de la Salle;
- Auditorías según Normas Internacionales ; Taller de actualización de Normas Internacionales de Contabilidad 2016.; Ampla experiencia en Auditoría Externa. ;
- Ampla experiencia en preparación y análisis de Estados Financieros.



CARLOS SOTELO LUNA (IM)

- Contador Público Colegiado por Lima, Perú. ;
- MBA – Magister en Administración de Negocios por la Universidad Ricardo Palma, de Lima, Perú. ;
- Profesor de Finanzas en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, de Lima, Perú.
- Gerente General de SL Global Consultores SAC,
- Especializada en Consultoría Financiera de Empresas, en Lima, Perú.

ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN.....	7
1. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MIPYMES	9
1.1 Nuevo modelo de negocio organizacional	14
1.2 Ventajas y Desventajas de la transformación.....	15
1. PROCESO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL	21
2.1 Transformación digital en los procesos administrativos	24
2.2 Transformación digital en los procesos comerciales	26
2.3 Medios de pago electrónicos – Pasarelas de pago	31
2.4 Transformación digital en los procesos financiero - contable.....	33
3 EXPERIENCIAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MIPYMES ..	55
3.1 Transformación digital en una entidad financiera (Colombia) de 10 trabajadores.....	55
3.2 Transformación digital en una Pequeña empresa Implantación de un ERP:.....	56
3.3 Experiencia de Transformación digital de un estudio contable.....	62
4 RESULTADOS DEL TRABAJO	68
5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y GUÍA DE DISCUSIÓN CON ASPECTOS BÁSICOS A DELIBERAR.....	69
6 CONCLUSIONES	70
7 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71

RESUMEN EJECUTIVO

La transformación digital es un proceso de disrupción constituyendo un punto clave para los negocios, es la dinámica continua que se presentan en los diversos procesos, sean comercializadoras, empresas de servicios o transformadoras.

La importancia que tiene la transformación digital en los diversos procesos para las MIPYMES, es el acompañamiento de los profesionales en los procesos de cambio tecnológico que pasa por implementar de manera coherente las estrategias de acuerdo al modelo de negocio, teniendo en cuenta criterios de prioridad, metas y presupuestos. Por lo tanto, hablamos de un cambio continuo y permanente que impulsa a la evolución de estos negocios y con una nueva lógica para entender el mundo que nos rodea.

En tal sentido, el entorno digital ha cambiado nuestra forma de vivir, de trabajar, de comunicarnos, de relacionarnos con los demás, lo que implica adaptarnos a los beneficios que nos brinda este proceso.

El objetivo principal de este trabajo es dar a conocer a las MIPYMES que la transformación digital es la hoja de ruta que deben seguir para dar continuidad y permanencia de sus empresas en el mercado global donde su foco principal es el cliente, es nuevo modelo de negocio donde lo medular es conocer a los clientes y responder a sus necesidades de forma rápida y tomar el flujo de datos que genera cada uno de ellos dentro del marco de los negocios con la presencia de las herramientas tecnológicas.

ABSTRACT

Digital transformation is a process of disruption constituting a key point for businesses, it is the continuous dynamics that they present in the various processes, and be they marketing, services or transforming.

The importance of digital transformation in the various processes for MSMEs, is the accompaniment of professionals in the processes of technological change that involves consistently implementing the strategies according to the business model, taking into account priority criteria, goals and budgets. Therefore, we speak of a continuous and permanent change that drives the evolution of these businesses and with a new logic to understand the world around us.

In this sense, the digital environment has changed our way of living, working, communicating, and relating to others, which implies adapting to the benefits that this process offers us.

The main objective of this work is to let entrepreneurs know that digital transformation is the roadmap they must follow to give continuity and permanence in the market where their main focus is the customer, to know and respond to their needs quickly and take and make use of the data flow generated by each one of them, its use within the framework of business with the presence of technological tools.

Palabra clave: De lo análogo a lo digital

INTRODUCCIÓN

La continuidad de negocio ha sido opacada por la aparición del COVID-19, llegó sin anunciarse, encontrando a muchas empresas sin ninguna preparación para enfrentar esta situación catastrófica, generando el estado de emergencia y cuarentena a nivel mundial, paralizando las actividades económicas de todas las empresas por ende el cierre de casi del total de los negocios; cobrando consecuencias desastrosas, la quiebra de muchas empresas catalogadas como MIPYMES sumando a ello la falta de uso de herramientas tecnológicas, donde su forma de hacer negocios era tradicional y que sus procesos no estaban automatizados ni parcial ni total. El uso de las herramientas tecnológica en cuanto a la automatización les beneficiara a estas organizaciones reducción de tiempo en las tareas, menor uso de cantidad de recursos.

En este contexto, El objetivo que se pone en consideración en el presente trabajo es brindar un pequeño aporte, proponiendo una guía para su proceso de transformación digital en las áreas administrativas, financiera – contable y procesos productivos.

Una de las mayores transformaciones que se han producido durante la pandemia del COVID 19 es la forma en que las adquieren bienes y servicios con mayor frecuencia debido a la paralización y cierre de los negocios situación que empujó a millones a conectarse a través del internet y muchos por primera vez.

Adaptarse a este cambio de manera rápida y sin problemas se convirtió en una acción a la orden del día, para muchos MIPYMES la transformación llegó para cambiar totalmente lo habitual a la nueva forma de hacer las cosas, siendo necesario y de forma urgente prepararse para adaptarse a la nueva normalidad.

El trabajo elaborado tiene como misión plantear algunas soluciones tecnológicas para los pequeños negocios que permita garantizar la continuidad de sus operaciones pero con el uso

de herramientas tecnológicas; es decir hacer lo posible en la medida que puedan adaptarse transformando su proceso administrativo, contable y productivo de forma parcial o total en la medida de sus posibilidades.

Para ello es necesario y fundamental que los gobiernos como parte de la política de estado es brindar una adecuada infraestructura a este sector de empresas, considerando mayor importancia y fortaleciendo el gobierno electrónico en las entidades de la Administración Pública, garantizando su interoperabilidad y el intercambio de datos espaciales con la finalidad de mejorar la prestación de los servicios brindados por las entidades del Estado hacia la sociedad, fomentando su desarrollo; acercar el Estado a los ciudadanos, de manera articulada, a través de las tecnologías de la información que aseguren el acceso a la información oportuna.

“La situación actual que atraviesa el mundo exige a los gobiernos intensificar el uso las tecnologías digitales para hacer frente a la emergencia e impulsar la reactivación económica. En este contexto, acelerar la transformación digital del país es una decisión política fundamental para la nueva convivencia que está impulsando en este gobierno”, dando un servicio polivalente a las empresas.

En Latinoamérica persisten problemas de grandes brechas que impiden que la transformación digital se consolide como instrumento de supervivencia y éxito empresarial y económico. En primer lugar debemos tener en cuenta que no todas las pymes tienen acceso a las tecnologías, aunque en las tres últimas décadas la región ha mejorado significativamente su ecosistema digital, subsisten limitaciones en materia de infraestructura, regulación y prácticas que limitan su potencial como instrumento de la productividad y competitividad para las empresas.

Uno de las posibles soluciones al problema es que la transformación digital de una pyme se iniciara cuando el dueño, el gerente de la empresa tenga el compromiso y visión de realizarlo,

eligiendo al equipo que liderará esta transformación digital correctamente y exista una comunicación y formación interna de manera continua, solo así se podrá llevar a cabo.

DESARROLLO DEL TEMA

1. LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MIPYMES

Definición de la transformación digital

(Ríos, 2019) Define la transformación digital: es un cambio que debe darse en las empresas para atender de manera correcta a los Clientes Digitales. Esto implica un cambio en la manera en que la organización se relaciona con los clientes a través de diversos canales.

(Álvarez, 2020) o tener un canal de venta online. Se trata de llevar a cabo una modificación sustancial de toda la cadena de valor del negocio, en todas las áreas y afectando de forma global a todas las personas: clientes, empleados y stakeholders. Se trata en suma de tener digitalizados todos los procesos.

(Vielhauer, 2019) El autor menciona a Mc Kinsey, define el término digital diciendo que se puede dividir en tres características claves: 1ro creación del valor en las nuevas fronteras del mundo empresarial; 2do optimizar los procesos que afectan directamente a la experiencia del cliente y 3ro crear capacidades fundamentales que apoyan toda la iniciativa empresarial general; por otro lado analiza el término “Transformación” y enfatiza que no se puede equiparar la palabra cambio con la transformación.

(Salazar Angulo, 2021) La transformación digital es una expresión que conlleva dos conceptos totalmente diferentes. Según la Real Academia Española, el concepto “transformación” es el hecho de hacer cambiar de forma a alguien o algo y transmitir algo en otra cosa. Por lo tanto, se refiere a un cambio fundamental de los negocios en toda la cadena de valor de un producto o servicio, desde su producción hasta su entrega al cliente final. El

segundo es el concepto “digital”, el cual hace referencia al uso de dispositivos o herramientas destinados a generar, procesar, almacenar o transmitir información que definen lo que se considera como la cuarta revolución industrial o la industria 4.0.

Teorías de la transformación digital

(Arbaiza, 2019) El autor hace referencia sobre los tres pilares de la transformación de las áreas o procesos son:

- Transformación digital de la experiencia del cliente.
- Transformación de procesos operativos, atención ágil e integrada con entrega de valor en cada etapa de la cadena, mejora del flujo de información, colaboración y trabajo en equipo.
- Transformación de modelos comerciales, cambie la forma en que su organización produce y entregue valor al mercado, pero también esté atento a lo que la competencia puede hacer en ese sentido, utilizando la transformación digital para eso.

La transformación implica aplicar las tecnologías digitales que se adapten a cada proceso empresarial en todas las áreas del negocio con el objetivo de facilitar las tareas, ahorrar tiempo (y dinero), además de agregar valor en las oportunidades de negocio, esta transformación digital debe cambiar la forma en la que operamos en el día a día.

Las Pymes están atravesando, quizás, una de las etapas más duras de su vida empresarial, sumado a ello muchas de ellas no estaban preparadas para asumir la coyuntura digital repentina a consecuencia del COVID19.

Si bien los Gobiernos están tomando medidas económicas para dinamizar y oxigenar la economía pequeños emprendedores deben orientar su camino hacia la transformación digital. Para una verdadera transformación digital, deben afrontar una serie de pasos para que esta transición sea efectiva:

Manejo de información masiva.- a medida que aumente sus ámbitos de negocio, va a tener que lidiar con una cantidad de información prácticamente inasumible por el cerebro humano. Es aquí donde entran en juego tecnologías como la computación cognitiva, que es capaz de recopilar información masiva y centralizada, analizarla y elaborar modelos predictivos a partir de ella.

La transformación digital será un éxito cuando se usen canales integrados es decir la omnicanalidad abarca todos los canales en los que está presente una empresa para mejorar la experiencia de compra del cliente: “La omnicanalidad es una estrategia de comunicación integral orientada a la atención del cliente.(DELGADO ALAYO, 2021)

Eficiencia operativa.- La gestión y manejo de grandes volúmenes de datos pueden traer consigo un aumento de la ineficiencia en los procesos. Incluso recurriendo a la tecnología, si no está desarrollada para analizar debidamente la información, puede provocar retrasos en los procesos. En este sentido, las empresas que apuestan por la transformación digital no solo deben incorporar nuevas tecnologías, sino analizar cuál de ellas están más enfocada a sus necesidades concretas y le permitirá, de este modo, que sus procesos internos sean más eficientes.

Cambio cultural.- La transformación siempre genera dudas y miedos en cualquier tipo de organización sea liderada, por sus más altos ejecutivos solo de esta manera se podrá evolucionar en la forma de trabajar de todos los empleados, sea cual sea su departamento, y en la forma de adoptar las mejores tecnologías.

De hecho, los propios despachos que ayudan a las empresas en su proceso de transformación están integrando cada vez a más profesionales tecnológicos, cuya capacidad con nuevas tecnologías y herramientas es mayor, para que sepan recurrir a ellas con el objetivo de hacerlas esenciales en la gestión de procesos e información de su trabajo diario.

Si hablamos de planes de transformación digital se plasmara en base a los objetivos y que pasos se seguirá para lograr la meta ya que implica un nuevo modelo de negocio, cambio de cultura, ingreso a la posibilidad de la innovación; en este sentido son nueve los conceptos a considerar al plantearse planes para una exitosa transformación digital para una MIPYMES:

- **Revolución.** No se trata de un simple cambio, sino una verdadera revolución que afectará a toda la empresa y la forma de entender el trabajo. Será imposible mantener su eficacia si todo el sistema de la compañía no lo ha asimilado o no se ha formado para ello.
- **Cliente.** Sobre él debe versar todo el cambio. El público ahora tiene voz y voto y demanda a las compañías que le escuchen, que implementen vías de comunicación bilateral efectiva y que le presenten lo que realmente necesita.
- **Experiencia del usuario.** Descubrir qué quiere, qué busca, qué le motiva y con qué se entretiene son conceptos clave para conseguir llegar a él, diferenciarte y convertirte en alguien de su confianza. Con los medios digitales, los usuarios tienen a su alcance información que les permite comparar y están mucho más atentos a la filosofía de empresa. Ya no vale crear un producto o servicio de calidad a un precio asequible. Entran en juego todas las cuestiones de valor añadido como la atención, comunicación efectiva, responsabilidad social corporativa, etc.
- **Imagen en Internet.** Aunque las compañías deben esforzarse por mantener idéntica imagen en la red y en el mundo real, en el universo online aplican en

muchos casos diferentes normas. Una comunicación mucho más cercana, una respuesta muy rápida e información de calidad, son solo algunas de las cuestiones en las que tendrás que esforzarte mucho más para una transformación digital efectiva.

- **Competencia.** Al igual que el cliente tiene acceso a información infinita en la red, tu empresa también. El análisis de la competencia, de los datos y de las métricas web más importantes te ayudará a entender el lugar en el que estás y a fijar objetivos realistas para llegar más lejos.

- **Planificación de estrategias digitales.** Pese a que en el momento actual muchos competidores ya han implementado sus propios *planes de transformación digital*, eso no implica hacerlo todo corriendo. Como en casi todos los demás ámbitos de empresa, es mejor hacer las cosas despacio, sin pausa y bien, que querer abarcarlo todo de golpe cometiendo errores.

- **Plan de digitalización.** Las empresas deben comprender que la transformación digital es un asunto muy serio y vital, y como tal, requiere de una importante inversión de tiempo para lograrlo. Por lo tanto, prever en el plan los recursos necesarios será fundamental para conseguir el objetivo final sin incidentes.

- **Adecuación interna.** Aunque la imagen exterior de cara a los clientes es clave, debe estar soportada una realidad interna. Los cambios deben hacerse dentro de la empresa, analizando y modificando los flujos de comunicación, los soportes y la forma de trabajar. Cambiar las dinámicas de empleados y ejecutivos es prioritario para ser coherente y que se produzca la transformación y sus resultados.

El marco del proceso de transformación digital en las organizaciones se entenderá considerando los siguientes puntos:

1.1 Nuevo modelo de negocio organizacional

Uno de las formas de hacer negocios a nivel global es haciendo uso de nuevas herramienta tecnológicas por el cual surgió un nuevo modelo de negocio.

Un modelo de negocio digital es “la forma de monetización digital, que una empresa elige para alinear y cumplir sus objetivos comerciales, todos desde una planificación y estrategia de negocio clara y lógica soportados en una base tecnológica que les permita ejecutar su propósito”, (Grisales, 2018)Consultor Digital de estrategia y negocios.

Un modelo de negocio es el mecanismo que establece, define y determina la interacción de la empresa con sus procesos internos (valor del negocio) y con su entorno.

Aquí nombramos algunos tipos de modelos de negocio empresarial actuales de mayor implementación en el mercado son:

- **Freemium:** modelo escalable de servicios. Se pasa del básico a uno Premium. Este modelo es cada día más recurrente y utilizado en las startups y nuevas aplicaciones que van surgiendo. Por ejemplo, LinkedIn
- **E-commerce:** plataforma de pago en línea de productos o servicios propios que integra pasarela de pagos. Por ejemplo, Totto.
- **Marketplace:** propuesta de valor que integra multi marcas bajo una misma plataforma. Por ejemplo, Mercado libre y OLX.

- **P2P:** intercambio de productos o servicios que difícilmente otros puedan tener. Por ejemplo, Airbnb.
- **Leads:** adquisición de leads (usuarios prospectos) con diferentes fines comerciales. Por ejemplo, Multiplica, Nielsen.
- **E-learning:** modelo de pago por servicios de educación virtual. Por ejemplo, Platzi.
- **Whatsapp:** APP que permite enviar y recibir mensajes en tiempo real entre usuarios. Un chat gratuito con una gran dependencia de la aplicación.

1.2 Ventajas y Desventajas de la transformación

La tecnología ofrece una de las mejores oportunidades de economía para las empresas, más allá de la digitalización de archivos y documentos para reducir el uso de hojas de papel, la transformación digital en el ámbito laboral permite cortar gastos superfluos que proporcionan poco o ningún resultado.

Implementar innovaciones en la comunicación interna a través de aplicaciones, puede ser muy útil para agilizar la de decisiones en pocos y, como consecuencia, aumentar la productividad y los ingresos, una vez que el equipo puede comunicarse con más velocidad, confianza y rendimiento. La tecnología también permite hacer una transición de la infraestructura local a la nube, lo que reduce los gastos con hardware y software.

Todo proceso de cambio trae consigo muchos comportamientos y cambios pero solo debemos saber cuáles son los beneficios que obtenemos al ingresar al proceso de transformación digital:

1.2.1 Ventajas de una transformación digital

- **Alcance global:** el comercio electrónico permite eliminar fronteras geográficas a bajo costo y rápidamente.
- Reducción de costes: la implementación de una tienda electrónica es mucho menor que la implementación de una tienda física.
- El negocio está siempre disponible: las soluciones de comercio electrónico permiten disponibilidades 7 días a la semana, 24 horas al día a un coste bajo.
- Personalización: la personalización del tratamiento de los clientes se logra de manera rápida y eficiente.
- **Mercado de nicho:** las pequeñas empresas pueden atender por medios digitales de manera eficiente y a bajo coste clientes con características muy especiales es decir permite segmentar.
- **Innovación:** el comercio electrónico facilita el conocimiento del cliente y la innovación en la organización.
- **Prueba de productos:** se pueden probar nuevos productos a través de campañas o encuestas, llegando un número muy amplio de potenciales clientes y a costes muy reducidos.
- **Bajos costes de comunicación:** las empresas utilizando Internet como canal de comunicación logran bajar de manera significativa sus costes.

- **Eficiencia en las compras:** se logran eficiencias importantes en los procesos de compras de las empresas cuando se utiliza Internet.
- **Conocimiento del cliente:** se puede conocer mejor a los clientes lo que facilitará la satisfacción de sus necesidades y expectativas.
- **Mejora el servicio al cliente:** se mejora la calidad, la eficiencia y los costes del proceso de servicio al cliente.
- **Bajos inventarios:** el comercio electrónico le permite a las empresas minimizar los inventarios.
- **Distribución de productos digitales:** el coste de distribución de productos digitales se reduce hasta en un 90%.
- **Reto a la cadena de intermediación:** algunas veces los productores pueden vender sus productos a los consumidores, sin utilizar la cadena de intermediación.
- **Economía de red:** Internet crece todos los días por lo que es más valiosa cada día ya que una red es más valiosa mientras más integrantes tenga.

Beneficios para los consumidores del comercio electrónico

- **Ubicuidad:** el cliente puede estar localizado en cualquier parte con acceso a Internet y podrá realizar la transacción.
- **Más productos y servicios:** existe una gran variedad de productos y servicios disponibles en Internet.

- **Productos personalizados:** la personalización de productos o servicios es muy común en los sitios de comercio electrónico.
- **Productos o servicios al mejor precio:** el consumidor puede comparar precios de los productos o servicios para comprar el que más le convenga.
- **Envío inmediato:** los productos digitales son entregados de manera inmediata.
- **Información disponible:** el cliente tiene mucha información a su disposición de los productos y servicios que está interesado en comprar.
- **Compartir su experiencia:** puede utilizar internet y las redes sociales para comunicar su experiencia de compra.
- **Artículos poco comerciales:** puede encontrar artículos que por su baja rotación no se venden en las tiendas físicas.
- **Rastreo de los pedidos:** los consumidores tienen la posibilidad de hacer seguimiento a sus pedidos a través de medios digitales.
- **Disminuye contaminación:** el comercio electrónico evita que consumidor se desplace a las tiendas físicas con lo que se disminuye el tráfico y la contaminación.
- **Aumenta cobertura:** los servicios virtuales permiten que más servicios puedan llegar a las personas pobres.
- **Mejora estándar de vida:** la compra de productos y servicios a menor precio genera un mejor estándar de vida en las personas.
- **Aumenta el acceso:** permite a las personas áreas rurales tener acceso a productos que no están disponibles en su localización geográfica.
- **Gestión con clientes**

La transformación se debe hacer pensando en los clientes. Ellos son el punto de partida y no únicamente el punto final de la estrategia. Así que, antes de iniciar el proceso debe plantearse lo siguiente: ¿Qué busca mi cliente digital? Si respondes a esta pregunta y desarrollas el proceso en

torno a las respuestas obtenidas, tu pyme podrá entrar en el entorno digital con un buen punto de partida.

Al incursionar en la transformación digital la empresa no se debe dejar nada al azar priorizando siempre las necesidades del cliente potencial y la respuesta que la compañía va a dar a estas.

1.2.2 Desventajas de una transformación digital

Aunque la transformación digital trae consigo innumerables beneficios para las empresas, lo cierto es que el proceso de cambio que genera puede causar también algunos problemas en las organizaciones como:

- **Resistencia al cambio:** la oposición a cualquier cambio organizacional que pretende instaurar la empresa (digitalización, cambio de procesos...) es el primer problema a superar. Muchos empleados ven la transformación digital como una amenaza a su puesto de trabajo que como una herramienta para mejorar sus actuales funciones. Además, a las personas nos resulta difícil cambiar los hábitos adquiridos, y adaptarnos a lo nuevo con espíritu positivo. En ocasiones, esto puede llevar más tiempo de lo esperado, e incluso podemos encontrar empleados que se opongan a cambiar sus hábitos de trabajo, lo que supone un esfuerzo doble por parte de los encargados de llevar a cargo la transformación. La mejor forma de evitar este problema es preparar muy bien la implementación de las nuevas herramientas desde un punto de vista de comunicación interna y formación con medidas como: comunicar los beneficios de la transformación digital a los empleados de forma clara y constante o formar a los empleados en gestión del cambio.

- **Falta de liderazgo de los directivos.** Un serio problema es que los directivos de la empresa no tengan las habilidades de liderazgo necesarias. El nuevo líder digital debe desarrollar habilidades de líder-coach, trabajo en equipo y colaboración para maximizar el talento y aprovechar la inteligencia colectiva de la organización, pues la transformación digital va a requerir el trabajo de equipos multidisciplinares con personas de diversos departamentos trabajando en proyectos (negocio, tecnología, RRHH...). Si no existe esta cultura de colaboración, la empresa perderá oportunidades de negocio directas, y el elemento clave para generar la cultura colaborativa es el liderazgo de sus directivos.
- **Desmotivación y estrés:** se trata uno de los principales problemas de la transformación digital, si no se produce una transformación cultural en la empresa. La era de la conectividad y la transformación digital nos ha traído sin duda muchas nuevas oportunidades de comunicación y negocio. Sin embargo, también genera incertidumbre entre los empleados, en los que puede aparecer un sentimiento de incompetencia al no adaptarse rápidamente a la nueva situación. Por no hablar de la hiper conectividad, que puede llevar al empleado a no desconectar y tener un impacto negativo en la salud del trabajador. De hecho, la fatiga crónica, la falta de eficacia, depresión o insomnio son algunas de las alteraciones derivadas del estrés.
- **Ciberseguridad,** con la digitalización de los procesos y la transformación digital la exposición de la información que se genera está expuesta a ataques, a ciberdelincuentes, por lo que es obligación de los empresarios dar seguridad y confianza a sus clientes cuando realizan una transacción, minimizando la vulnerabilidad a que podrían verse afectado la empresa y sus cliente; por lo que es necesario establecer estrategias de defensa de ciberseguridad en el proceso de transformación.

Alinea la estrategia a la gestión empresarial: En función de tu modelo de negocio, productos y servicios deberás buscar el tipo de solución de transformación digital que más te favorezca.

Para ello es de suma importancia ir formando digitalmente a los trabajadores que conforman la empresa y disponiendo de las herramientas y equipos necesarios para contribuir a la transformación digital.

La importancia de la capacitación para digitalizar tu negocio reside en contar con un personal capaz de responder oportunamente a cualquier estrategia de transformación digital, como el análisis de datos para gestionar la información que se genera en cada interacción digital, administrar el uso de redes sociales que permiten una comunicación directa entre el consumidor y las empresas, así como la administración del comercio electrónico, el financiamiento de proyectos de una empresa para recaudar dinero a través de internet, etc.

1. PROCESO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Los procesos de transformación digital representan un factor esencial para que las organizaciones tengan la capacidad de adaptarse a las distintas circunstancias. Debido a la gran cantidad de información y detalles, este proceso puede parecer complicado de llevar a cabo. Es por esto que se requiere cierta ayuda para completarlos satisfactoriamente, conocer sus pasos y generar la mayor cantidad de beneficio para la organización y los posibles clientes.

Una vez la gerencia de la empresa, el profesional independiente o la persona que realiza una actividad comercial, analice la situación de su negocio y visualice que es eminente la

necesidad de realizar la transformación digital para lograr mantenerse en el mercado siendo competitivo con los recursos económicos para realizar dicha transformación.

Mostramos a continuación como se podría iniciar el proceso la transformación digital de su negocio:

a. Establece qué es la transformación digital para tu organización

Cada organización tiene la capacidad de beneficiarse de la transformación digital, en mayor o menor medida, sin embargo, es importante resaltar que cada empresa debe realizarla tomando en cuenta sus circunstancias o situaciones particulares. Es por esto que, el primer punto que debes verificar es el significado de digital para tu MIPYMES.

Es así que, este proceso de estudio asociado con los obstáculos y desafíos permite obtener detalles de los mismos y ofrecerle respuestas a cada uno. Desde este punto, el proyecto contará con una mayor cantidad de información y detalles, asegurando que los cambios aplicados sean más efectivos.

b. Determinar cómo llevar a cabo la transformación digital

A partir del momento en que hayas definido un diagnóstico sobre tu empresa, actividad o negocio, los desafíos más representativos y los principales sectores en que se debe implementar la transformación digital, el siguiente paso es generar estrategias y acciones de manera más detalladas, con la finalidad de alcanzar los objetivos establecidos.

Este tipo de acciones pueden ser de un rango muy variado y dependerán en gran magnitud del sector comercial al que pertenezca cada organización.

c. Elegir un experto externo y los colaboradores internos

Todo el proceso de transformación digital en MIPYMES requiere del apoyo de distintos expertos que dominen la materia, asegurando una correcta

implementación de la misma. De esta forma, la ayuda por parte del experto es esencial para cumplir con las metas planteadas en los puntos iniciales.

En el proceso de transformación digital de las MIPYMES es fundamental también elegir los colaboradores internos, que tengan conocimientos en el área digital y en conocimiento de control internos, que se involucren en todo el proyecto de tal forma que sean las personas que contribuyan en el proceso de entrenamiento del programa que han elegido implementar.

Otro aspecto que resalta la importancia de estos aliados es que permiten obtener experiencia a través de las suyas, brindan la posibilidad de aprender de sus errores y aplicar las acciones que generaron casos de éxito, optimizando la transformación digital en las pymes.

d. Diseñar un proceso de capacitación para los empleados

La empresa deberá diseñar la capacitación de cada uno de los trabajadores teniendo en cuenta lo siguiente:

- Identificar que trabajadores tienen habilidades y conocimientos tecnológicos, para potenciar y maximizar sus conocimientos.
- Identifica aquellos trabajadores nativos digitales para participar en el proceso de transformación.
- Programar reuniones con aquellas personas que participaran con en el proceso de transformación y explicarles todo el plan y la visión de la organización.
- Que se relacionarán con ella deben ser entrenados para que logren adaptarse a las nuevas metodologías de trabajo. Todas estas metodologías serán más satisfactorias para ambas partes (clientes y trabajadores). Hay que tener en cuenta que será necesario cumplir con un

lapso de transición, en el cual los empleados se adaptarán a la nueva cultura organizacional.

- Otro ejemplo son las capacitaciones de los empleados que, a través de plataformas e-learning, pueden realizarse en línea, sin la necesidad de desplazarse y con un valor mucho más bajo que un curso presencial.

Con el objetivo de concluir esta fase con el mayor de los éxitos, es necesario programar reuniones con aquellas personas relacionadas al proyecto, y así, poder explicarles todo el plan y la visión que la organización posee, con la finalidad de que entiendan los cambios que se avecinan y así, conozcan todas las operaciones que se realizarán en la empresa.

Luego de culminada esta fase inicial, es posible requerir un entrenamiento más específico en aquellas herramientas que serán integradas, será necesario explicar cómo funciona la misma y las ventajas que aporta al trabajo diario.

Una vez terminado los pasos anteriormente señaladas las personas responsables inician la implantación de los procesos de transformación digital requerida en cada área o departamento correspondiente.

2.1 Transformación digital en los procesos administrativos

El **proceso administrativo de una empresa se define** como la gestión de todos los recursos internos (talento humano, medios tecnológicos, capital financiero, etc.) de la forma más eficiente y eficaz posible para alcanzar los objetivos del negocio.

Las **etapas del proceso administrativo de una empresa** son:

1. Planificación
2. Organización
3. Dirección
4. Control

Definir los indicadores que se van a medir y las herramientas que se van a utilizar para ello es uno de los primeros pasos a dar si se quiere mejorar la eficacia del proceso administrativo de una empresa.

Sea cual sea el negocio en el que pensemos, donde haya un proceso repetitivo la IA puede agilizarlo. “Con el procesamiento del lenguaje natural se puede automatizar la gestión de documentos: contratos, poderes notariales, emails... pero también información procedente de fuentes desestructuradas, es decir, que no vienen almacenadas en una base de datos estructurada y que a día de hoy exigen que haya un back office o una persona para su procesamiento”, explica Ricardo Gutiérrez.

Gestión documental y firma digital.- para optimizar el proceso se puede usar plataformas con inteligencia artificial como bussines AT, share nos permite cero costos en papel transporte lo más importante lo podrás ver y controlar desde cualquier dispositivo.

- Contratos con clientes.- se ve los criterios, objeto

Uno de los procesos administrativos son el manejo de los documentos que se generan propio del negocio, si en tu empresa manejas todavía contratos físicos, roles de pagos, formularios de registro, Etc. Necesitas urgente dejar esa mala imagen de empresa tradicional y digitalizar todos los documentos que puedas. Solo necesitas una solución de firma electrónica como **DocuSign** y una cuenta de almacenamiento en la nube como Azure para guardar todos los documentos como PDFs.

La firma electrónica y documentos electrónicos tienen cada vez más validez en todas las instituciones y siempre tendrás la posibilidad de imprimirlos solo en caso que sea necesario. Gráfico, proceso administrativo



Fuente: esigtekpaperless

2.2 Transformación digital en los procesos comerciales

Una empresa comercializadora es aquella que se involucra en los procesos de importación o exportación de bienes, con la finalidad de surtir al mercado interno o facilitar y consolidar la exportación de materias primas o manufacturas nacionales, asumiendo con ello ciertos riesgos de mercado y de precios; pero hoy en día es necesario adecuar al proceso de transformación digital y que los cambios asociados y la aplicación de la tecnología digital.

La empresa en la necesidad de una transformación –ya sea un emprendedor, un proveedor de servicios o entidad estatal– por lo general debe de responder a las necesidades cambiantes de sus clientes o a las tendencias del mercado. La Transformación Digital, entonces, debe de reconstruir las dinámicas de las organizaciones y debe estar en capacidad de adaptarse a las necesidades del presente y del futuro.

La implementación de tecnología por sí sola no produce Transformación Digital, el estado cumple un rol importante para que las empresas puedan tener acceso a estos cambios disruptivos como:

2.1.1 Ventanilla única.- Con la finalidad de internacionalizar a las Pequeñas y medianas empresas, los gobiernos están promoviendo el uso de la tecnología para las operaciones de comercio exterior haciendo uso de la ventanilla única que es un sistema integrado que permite, a través de medios electrónicos, a colocar sus productos como una actividad del comercio exterior y el transporte internacional del ingreso, la salida o el tránsito de las mercancías y de los medios de transporte desde o hacia el territorio nacional; así como posibilitar a los usuarios gestionar la documentación e información respecto a los procedimientos y servicios relacionados al comercio exterior que son tramitados por el sistema. (<https://www.eleconomistaamerica.pe/>, 2020)

VENTANILLAS UNICAS POR PAISES

PAISES	Fecha de Lanzamiento VUCE	Beneficios
Chile	Mayo de 2013	Procedimientos se reducen de 48 horas a 10 minutos para salmónidos, ahorro de US\$250 por contenedor, por menor tiempo de almacenaje.
Colombia	Noviembre de 2006	Reducción de 135 trámites en 35 formatos a un sólo trámite electrónico. Reducción de 30% del tiempo para otorgar licencias de importación.
México	Enero de 2012	Reducción del 90% de trámites burocráticos. Reducción del 10% del tiempo para desaduanar los productos.
Perú	Julio de 2010	Reducción de 25% del tiempo en trámites de comercio exterior. Reducción de 5% de los costos de procedimientos de comercio exterior.

Fuente: by Isabel Mejía Rivas - Mónica Maday, Agosto 2, 2019

2.2.2. Automatización de ventas – facturas electrónicas

La transformación digital de Ventas supone aprovechar la aparición de las **nuevas tecnologías** para impactar de una forma definitiva tanto en la experiencia de compra de los clientes como en la eficiencia en los procesos del equipo de ventas.

Nos estamos aproximando ya a ese punto en el que es un imperativo para las empresas de todas las formas y tamaños. La transformación digital de ventas ya no es una opción, es una necesidad. ¡Los compradores modernos quieren comprarles a profesionales de ventas modernos! Los clientes quieren procesos ágiles, interactuar fluidamente a través de los diversos canales que existen y esperan tener una experiencia de compra que les deje con buen sabor de boca y con ganas de repetir.

Como en cualquier transformación importante supone un cambio no solo tecnológico, sino también cultural, ya que vas a necesitar adoptar nuevas aptitudes y redefinir nuevos procesos.

2.2.3. Transformación Digital de Procesos Internos de Ventas

La transformación digital de ventas comenzó hace ya algunos años con un objetivo muy simple: automatizar y hacer más eficientes ciertos procesos eliminando el papel.

La utilización del Email por parte del equipo de ventas es probablemente la primera transformación digital que vivimos en Ventas. En los 90 se suponía que los vendedores tenían que estar en la calle o como máximo hablando por teléfono con clientes y potenciales clientes.

El **CRM** y las herramientas de Sales Force Automation han sido la mayor revolución en cuanto a transformación digital que ha sufrido el equipo comercial. Se acabaron los listados de clientes en papel o reportar la actividad a mano y surgió la posibilidad de gestionar el Pipeline de ventas de manera profesional.

Siguen apareciendo cada día nuevas tecnologías realmente interesantes para transformar digitalmente procesos internos del equipo de ventas:

- **La gestión de gastos del equipo comercial** ha dejado de ser una pesadilla administrativa gracias a soluciones geniales como las de captio, exata o tickelia. Una foto al ticket o factura con el teléfono y fin del problema. ¡Incluso se conectan con el ERP de la empresa para automatizar la contabilidad!
- **La firma digital de documentos** agiliza los trámites, libera tiempo al vendedor y evita retrasos o pérdidas. Con herramientas como Signaturit o DocuSing se acabaron las gestiones manuales con papeles. Transmiten profesionalidad a los clientes o partner a la hora de firmar contratos u otros acuerdos.
- Otro ejemplo es la **creación de propuestas comerciales**. Con soluciones en la nube como Proposify puedes crear o usar plantillas con propuestas realmente profesionales, ser notificado cada vez que tu cliente las abre e integrarlas con tu CRM y otras aplicaciones de contabilidad o proyectos.

Todas estas transformaciones liberan tiempo al vendedor y hacen que los procesos internos sean cada vez más eficientes.

La Verdadera Transformación Digital del Equipo de Ventas

Muchas veces se piensa que por tener un CRM y varias tecnologías para automatizar ciertos procesos internos el equipo comercial está transformado, sin embargo la auténtica transformación digital es la que ha sufrido el comprador, en el sentido de que en la era pre-digital tenía una visión limitada del mercado y aprendía sobre los productos con el vendedor o con otros clientes. **El monopolio de la información** era del vendedor. Quien tenía mejor acceso al cliente o aparecía en el momento adecuado ganaba la venta pero aquella época casi ya terminó, hoy es el comprador quien tiene el acceso a toda la información a golpe del mouse ya se encuentra más informado que el propio vendedor en el momento de encontrarse con los productos, precios o competidores, iniciando el proceso de

compra mucho antes de interactuar con un vendedor y es la consecuencia directa de un mayor acceso a la información.

Una estrategia de Social Selling es absolutamente complementaria a la anterior y, esta sí, supone una verdadera transformación digital en cuanto a la actividad del vendedor.

Ya no se trata solo de recibir leads generados por Marketing sino de que los vendedores sean proactivos en la generación de negocio aprovechando muchos de los recursos y contenidos generados en la empresa.

Es una realidad incontestable que tus compradores están en las redes sociales consumiendo información, compartiéndola y también interactuando con otros profesionales para educarse en cómo resolver sus problemas, afrontar nuevos desafíos o descubrir nuevas oportunidades.

El vendedor actual aún no está aprovechando la inmensa oportunidad que supone una capacidad de conexión casi ilimitada con cientos o miles de potenciales compradores con los que construir relaciones en el entorno online posicionándose como un experto.

La Transformación Digital Marketing

Corresponde a transformación digital de la generación de leads por parte de Marketing, no de Ventas. El resultado final que persigue es generar un flujo continuo de leads para ponerlos a disposición del equipo de ventas, que como es obvio, los reciben con los brazos abiertos.

Busca atraer a los clientes desde un lugar donde realmente todos están, internet, y su belleza radica en la posibilidad de automatizar todo el proceso a través de diferentes herramientas.

El pilar fundamental de esta estrategia son los contenidos. Tienes que generar buen contenido teniendo claro el perfil de tu cliente ideal (buyer persona) y considerar sus problemas, desafíos o necesidades.

Cerrar el Círculo de la Transformación Digital de Ventas

El equipo de ventas puede utilizar los contenidos (posts del blog, videos, ebooks, guías, casos de estudio, etc) generados por Marketing para distribuirlos a través de publicaciones desde su perfil social (Linkedin, Twitter) y generar engagement con su red de clientes y potenciales clientes

Lo interesante de estos contenidos es que buscan educar al cliente y aportarle valor, no vender. Cuando un vendedor comparte contenidos de este tipo automáticamente se posiciona como un experto y un recurso de alto valor.

El seguimiento de las oportunidades es una de las claves de los profesionales de éxito. Sin embargo, hay una línea que separa la persistencia que aporta valor al prospecto o cliente y la que solo pretende aportar valor al vendedor.

Compartir con el cliente contenidos útiles para su trabajo y su negocio es la mejor forma posible de realizar seguimiento. Se trata de una manera sutil y muy profesional de ser persistente, permanecer en el Top of mind y además aportar valor.

Las comunicaciones con clientes y prospectos a través de email son una oportunidad increíble para facilitar links o calls action, redirigirles hacia contenidos de valor y obtener sus datos recogidos en un formulario con el que incorporarles a las campañas de Marketing de la empresa.

2.3 Medios de pago electrónicos – Pasarelas de pago

Con el avance de la tecnología, la forma de pago al adquirir bienes y servicios ha cambiado dejando de usar el dinero físico, dando paso a las transacciones electrónicas y esto sucede en los países modernos, quienes cuentan con una infraestructura robusta en el caso de América Latina todavía un buen sector se resisten adoptar esta forma debido a que se tiene una gran parte de la economía informal.

Las pasarelas de pagos son herramientas que se encargan de procesar las compras a través de internet, facilitando a los clientes que paguen a través de tu tienda E-Commerce usando tarjetas de crédito o tarjetas de débito a través de procesos seguros.

Estas pasarelas funcionan cuando ingresas a una tienda online, lo primero que haces es buscar el producto que necesitas, luego, agregas este producto a un Carrito de Compras en donde colocas tus datos de facturación y también los datos de envío finalmente, realizas el pago a través de una Pasarela de Pagos.

Las principales pasarelas de pagos más usadas en el comercio electrónico a nivel América Latina según cada país son:

- Colombia: PayU / Mercado Pago
- México: PayU / Mercado Pago / PayPal
- Perú: Mercado Pago / Culqui / PayU
- Argentina: PayU / Mercado Pago / Decidir

Tener una mayor variedad en las opciones de pago significa mayores probabilidades de que los usuarios compren el producto o servicio. Las más tradicionales son:

- Tarjetas débito
- Tarjetas de crédito

- Tarjetas de crédito de franquicias
- Pago contra entrega
- Pago en redes de recaudo
- Pago en tiendas de conveniencia
- Depósito bancario.

2.4 Transformación digital en los procesos financiero - contable

Muchas de las MIPYMES, son organizaciones informales, poco ordenadas que no les permite conocer la recuperación de su inversión, muchos de ellos inician sus operaciones con entusiasmo y muchas no sobreviven debido a que carecen de los estados financieros en este sentido hoy en día existen en este sentido hoy en día existen muchas programas contables de fácil acceso y a un costo módico.

En el comercio, hay tecnologías que están impulsando de una forma acelerada a las empresas para la transformación financiera – contable. Dentro de estas están: Las plataformas Contables, Medios de pago electrónicos – Pasarelas de pago, Herramientas para comercio online, facturación electrónica, la digitalización de la liquidación y cobro de impuestos internos, Gestiones de la banca, solo por nombrar algunas.

Adicionalmente, el cliente ya está acostumbrado a la inmediatez de la información, lo que implica que cada día será más exigente con su Asesor contable para conocer la situación financiera de su empresa.

La transformación digital no se trata simplemente del manejo de datos, sino en utilizarlos para generar un valor incremental en cuanto a la obtención de información financiera. Esto requiere de plataformas basadas en la nube y la automatización de la contabilidad. Pero más allá de la automatización de tareas específicas, hay que saber interpretar asertivamente los datos correctos.

2.4.1 En los procesos contable - financiero

Hoy en día la Tecnología ha desplazado la forma tradicional de efectuar las tareas rutinarias de contabilidad respecto a plataformas que usan lenguaje neuronal usando algoritmos que ejecuta estos trabajos con eficiencia e inteligencia que lo haría un humano, con ahorro de tiempo. Algoritmos inteligentes que identifican información valiosa sobre tendencias de datos financieros para ayudar a gestionar datos para tomar decisiones empresariales más informadas.

El mundo se ha desarrollado de diferentes maneras en especial ha dado un paso gigantesco en el ámbito tecnológico, pero en el caso de las Pymes y Micro empresas se requiere el uso de sistemas contables financieros con un costo accesible y de fácil manejo por las condiciones particular que le ha permitido desarrollarse.

Dentro de estas soluciones podemos presentar con algunas posibles plataformas para las empresas:.

- **Contasimple**

Esta herramienta está diseñada para autónomos y pymes. Este instrumento facilita los procesos de facturación y cálculo de impuestos. Su objetivo es ofrecer al usuario de manera sencilla y cómoda la gestión contable de su negocio. El funcionamiento se establece a través de la nube.

Existen tres planes, siendo uno de ellos totalmente gratuito. La versión denominada Ultimate tiene la posibilidad de ser probada sin costes por un periodo de 30 días.

Al capturar información hemos encontrado unos software contables individuales y módulos adicionales que sirven de asistentes como:

- **ContaPlus**

Este sistema informático de contabilidad está diseñado para una especial utilización por parte de pequeñas y medianas empresas y autónomos, que intenta simplificar todos los procesos financieros. Entre sus principales ventajas, destaca que su uso no requiere conocimientos de manera profunda en la gestión contable.

- **Enneto**

No solo controla gastos y revisa información contable, sino que este sistema permite enviar facturas y realizar presupuestos en formato PDF, siendo una de las pocas herramientas totalmente gratuita que permitan realizar esta función

- **Zoho Books**

Las principales capacidades de esta plataforma, permiten introducir de forma ilimitada facturas, anotaciones, plantillas, informes y controlar diferentes cuentas bancarias.

- **FacturaDirecta**

Esta aplicación, como otras anteriormente nombradas, da la posibilidad de poder generar informes y presentar impuestos de forma dinámica. Además, tiene la capacidad de poder adaptarse a las necesidades de cada uno de los usuarios gracias a su interfaz personalizable.

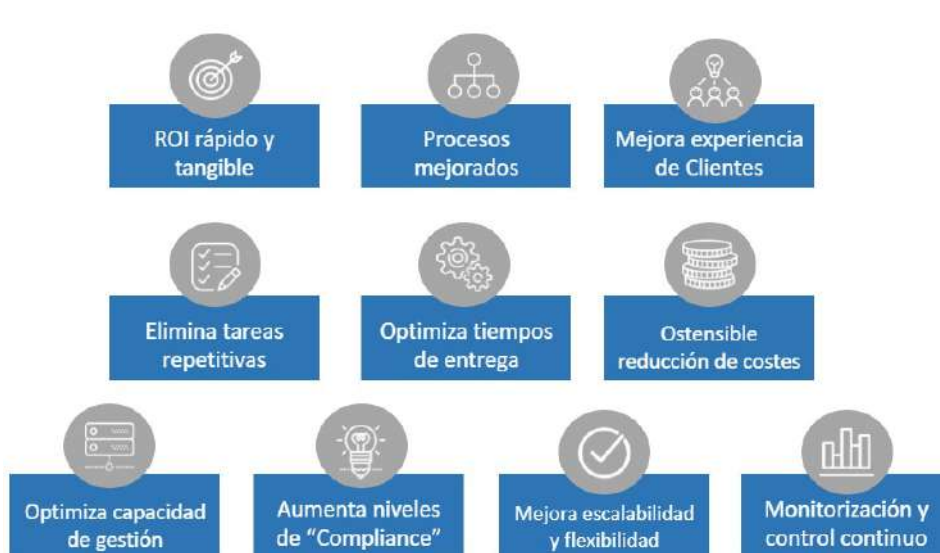
Como otros sistemas, es de pago, pero cuenta con una versión de prueba gratuita de 60 días de duración.

Estas opciones en sistemas contables, financieros y tributarios que se ha propuesto son herramientas indispensables para que las Micro y Pymes se introduzcan en el manejo tecnológico de los movimientos económicos, que ha futuro servirán de base para un crecimiento organizado.

2.4.2 En cuanto a software integrados llamados ERP para PYMES están funcionando ampliamente en todo tipo de empresas modernas. Los departamentos funcionales que están involucrados en la operación o producción están integrados en un solo sistema. Además de la manufactura o producción, almacenamiento, logística e información tecnológica, incluyen además la contabilidad, y suelen incluir un sistema de administración de recursos humanos.

- **RPA (Robotic Process Automation) Contable**

Es una plataforma construida en lenguaje Python, permite automatizar los procesos contables e integra todas las actividades de todas las áreas o departamentos donde las tareas no son repetitivas y son automatizadas, permite escalabilidad más rápida y un rendimiento mayor orientando ahorro de tiempo trabajo, evitando trabajo manual y repetitivo, en cuanto a seguridad la información es encriptado y elimina errores. A continuación graficamos los beneficios de un RPA:



El camino de la automatización de procesos por robótica parece ser inevitable en los negocios.

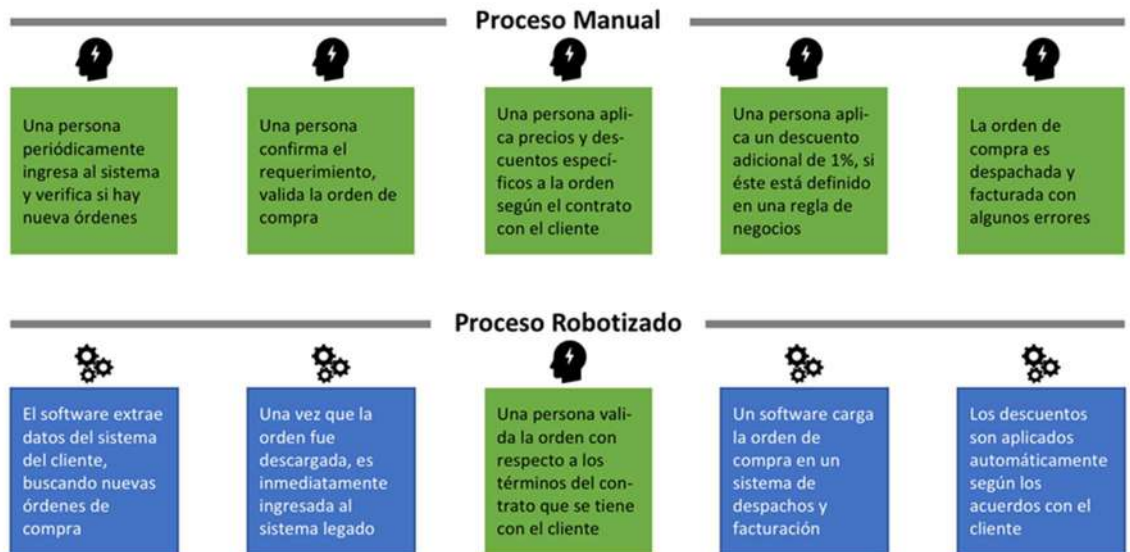
- **RPA** se puede usar en diferentes escenarios de negocios: tareas específicas, tareas multifuncionales, procesos punta a punta, etc. RPA libera recursos y obtiene resultados esperados en menos tiempo y con menor costo.

Algunas características atractivas para la empresa son:

- Retorno de la Inversión ROI alto: Un robot puede hacer el trabajo de 3 o 4 personas
- Un proceso de implementación rápido: El proceso puede tomar solo semanas. Es más, hoy en el mercado hay robots listos para ser instalados en sus empresas
- Mínimo costo de integración: Los Robots conducen las aplicaciones ya existentes sin costos adicionales de integración.
- Monitoreo y control: Las plataformas de RPA son seguras y gobernadas bajo los más altos estándares de seguridad.

- Un proceso de implementación rápido: El proceso puede tomar solo semanas. Es más, hoy en el mercado hay robots listos para ser instalados en sus empresas. Mínimo costo de integración:
- Los Robots conducen las aplicaciones ya existentes sin costos adicionales de integración. Monitoreo y control: Las plataformas de RPA son seguras y gobernadas bajo los más altos estándares de seguridad. RPA se puede usar para automatizar tareas manuales y procesos donde se requiere juicio profesional.
- Como reportes gerenciales, tableros de control (dashboards), listas de excepciones, etc.
- para asegurar que son fiables. Es importante documentar la gestión de excepciones.
- Asegurarse que la visión del proyecto es a mediano y largo plazo, y que el modelo es sostenible con un modelo operativo escalable.

El costo de implementación de un proyecto de RPA varía en función del volumen y complejidad del proceso. Pueden construirse robots en cuestión de días o meses y todo un sistema de RPA puede tomar años en una corporación de clase mundial. La inversión puede ser de pocos miles de dólares o de millones. En todo caso, siempre la inversión tendrá retorno positivo y genera ganancias a las organizaciones. Los beneficios superan a la inversión. RPA no es un camino difícil pero tampoco es conveniente lanzarse al estrellato sin el acompañamiento de expertos en el área.



Consideramos importante mencionarles herramientas complementarias a los software son:

- **Gestión de Inventarios.-**

El IoT puede ayudarte a hacer un seguimiento de tus productos en tiempo real y a tomar mejores decisiones a la hora de reponer tus estanterías. También puedes configurar recordatorios para recibir actualizaciones cuando haya que reponer artículos específicos para asegurarte de que nunca te quedas sin existencias.

También puedes añadir las llamadas estanterías inteligentes a tu tienda, ya que pueden enviarte recordatorios cuando necesites reponerlas, así como permitirte cambiar los precios con unos simples clics en tu smartphone.

- **Pedidos en línea**

Del mismo modo que sus dispositivos habilitados para el IoT pueden avisar del seguimiento del inventario, también pueden pedir automáticamente los artículos pertinentes cuando se estén acabando.

Además, ahora los usuarios pueden utilizar sus dispositivos móviles para volver a comprar artículos individuales.

Sin duda, ya conoces los frigoríficos inteligentes, y lo que hacen todos ellos es pedir rápidamente artículos únicos en línea mientras sus existencias son limitadas. Esta conexión entre los hogares inteligentes y las tiendas facilitará la vida de las personas y creará asociaciones rentables entre las marcas y los clientes.

2.1 Transformación digital en los procesos productivos de bienes y servicios

La transformación digital de las pymes aspira a simplificar y agilizar los procesos empresariales (financieros, comerciales, productivos, logísticos...); fomentar el análisis exhaustivo de la información y el trabajo colaborativo; mantener un trato proactivo y cercano con los clientes, y generar experiencias positivas que ayuden a fidelizar. Todo ello, trabajando desde cualquier lugar, con cualquier dispositivo y con datos actualizados en tiempo real, gracias a la tecnología en la nube.

Los proveedores y los clientes de las **Mipymes** son conscientes de la importancia que tiene la transformación digital en los procesos productivos para las pymes, el acompañamiento en los procesos de cambio tecnológico. El papel de acompañamiento a la transformación digital pasa por implementar de manera coherente las estrategias establecidas, atendiendo a criterios de prioridad, metas y presupuestos. En todo caso, el entorno digital ha cambiado y seguirá haciéndolo nuestra forma de vivir, de trabajar, de comunicarnos, de relacionarnos con los demás. Por lo tanto, hablamos de un cambio continuo y permanente que impulsa la evolución de los negocios y una nueva lógica para entender el mundo que nos rodea.

2.1.1 Transformación Digital en las Empresas comerciales

Las prioridades en los procesos de transformación digital de las pequeñas y medianas empresas comerciales, debemos pensar en **Optimizar y conectar procesos de gestión de negocio**.

Cuando el correo electrónico, el calendario, la agenda y los archivos se integran perfectamente con los datos de negocio y procesos empresariales (compras y pagos, ventas y cobros, existencias, producción, gestión financiera, logística, marketing, atención al cliente...) el usuario no necesita cambiar de herramienta (software) de trabajo, es más eficaz, evita tareas repetitivas y reduce su margen de error. Si a todo ello se le incorporan potentes capacidades analíticas y predictivas (businessintelligence e inteligencia artificial), de movilidad, y la interconexión con maquinaria y dispositivos (internet de las cosas – IoT-) podremos hablar, sin duda, de una verdadera gestión integrada de la organización. Conectar y construir relaciones sólidas, duraderas y personalizadas.

- Agilizar los procesos de análisis de datos
- Impulsar la productividad empresarial y el desarrollo de talento: movilidad y trabajo colaborativo.

Es importante que el proceso innovación tecnológica esté respaldado por un asesor tecnológico que ayude a comprender las necesidades reales de transformación digital y a implementarlas de manera coherente y responsable de acuerdo con las prioridades, objetivos y capacidades de inversión de la organización. Como bien apunta David Brin, científico y escritor, “el rechazo a la tecnología, al avance científico en general que experimentan muchos ciudadanos, se debe a la falta de información.” Conocer qué es lo que

queremos conseguir es el primer paso para “perder el miedo” al cambio hacia la transformación digital.

Algunas recomendaciones y reflexiones, son las siguientes:

- Busca un compañero de viaje de confianza e involucra a todo tu equipo. No viajes solo en el tren de la transformación digital y la innovación, por pequeña que sea. Solicita colaboración externa para abordar tanto cuestiones estratégicas como tecnológicas, y establece los objetivos y prioridades a conseguir siguiendo una ruta personalizada y temporalizada.

No tengas miedo:

- La transformación digital no supone “romper” con la estrategia y dinámica general de la compañía. Permite que ésta se despliegue mejor, con más información, simplificando procesos de trabajo, evitando tareas manuales repetitivas y abriendo nuevas posibilidades de análisis basados en datos.
- No es necesaria una gran inversión en infraestructura tecnológica. Los productos y servicios en la nube permiten invertir solo en lo que necesita, con un sistema de pago por usuario/mes, sin requerir en complejas infraestructuras de servidores, copias de seguridad, actualizaciones.
- No es un proceso drástico, se realiza al ritmo que la empresa requiera, según sus objetivos, tamaño y sector. Se priorizan etapas y se consolidan antes de continuar avanzando.
- No genera más trabajo. Al contrario, lo simplifica, reduciendo operaciones ineficientes y dando más valor al trabajo realizado.

- Se puede dimensionar según las funcionalidades que la pyme necesite para atender a las necesidades de cada sector de actividad o función profesional.

2.1.2 Transformación Digital en las empresas de producción de bienes y servicios.

Hoy en día las MIPYMES tienen un gran reto y es la de modernizar los procesos de producción con la adquisición de nuevas maquinarias, nuevas plataformas, aplicaciones, claro que requiere de fondos planificados y presupuestados o en todo caso la transformación digital podría implantarse de forma parcial, pensando en el costo beneficio que posteriormente les generara mayor rentabilidad al automatizar las tareas, optimizando recursos, la reducción de tiempo en los diversos procesos especialmente en la producción.

La mejora de los procesos de producción de bienes y servicios es una realidad a través de la llegada de las tecnologías digitales, actualizar lo obsoleto a lo moderno lo que hace que se revise todo el sistema de producción que permita migrar a la transformación digital en este caso con el uso de la robótica colaborativa y adicionado a ella herramientas gerenciales como los ERP que brindara información para la planificación, control y toma de decisiones y que hoy está al alcance de la MIPYMES y que no solo este asociado a la grandes compañías.

Las MIPYMES hoy en día buscan ser competitivas mediante una gestión de procesos integrados con los denominados ERP para PYMEs, donde se puede encontrar el módulo de producción donde podrá obtener información interna para toma de decisiones ya que en la actual economía existe un enorme potencial de mercado y actúa como una ventaja competitiva frente a las empresas de tamaño similar.

Hablemos de los **beneficios** que se genera en la Transformación digital en los procesos de producción:

- **Mayor productividad:** Permite realizar mayor cantidad de trabajo en menos tiempo. Se tiene la información organizada y en el momento que se le necesita, reduciendo los costos de la producción y mejorando la calidad de la misma.
- **Mejora las condiciones de trabajo del personal:** suprime los trabajos penosos e incrementa la seguridad.
- **Agilidad de procesamiento de información:** realiza operaciones difíciles o imposibles de controlar intelectual o manualmente.
- **Mejora del tiempo de respuesta:** mejora la disponibilidad de los productos, al ayudar a proveer las cantidades necesarias en el momento preciso.
- **Facilidad de operación:** simplifica las operaciones de forma que el operario no requiera grandes conocimientos para la manipulación del proceso productivo.
- **Mayor fluidez en los procesos:** tener automatizados los procesos de la empresa genera una mayor fluidez entre ellos.

La mejora de los procesos productivos son gracias al uso de la tecnología con la finalidad de acelerar procesos productivos que se habían ralentizado, por quedarse obsoletos, o realizar innovaciones tecnológicas en el desarrollo de productos, permite a la empresa poseer una ventaja competitiva frente al resto de sus competidores al establecer características diferenciadoras en su negocio, optimizar sus recursos disponibles y tener procesos más eficientes.

Las Ventajas de un ERP para PYMEs se enmarcan en lo siguiente:

➤ **Aumento de la competitividad**

Esto se deriva en la accesibilidad de la información, teniendo siempre a disposición los materiales en stock, el tiempo medio de llegada de las próximas provisiones y la disminución del tiempo de respuesta con el cliente. Además, una optimización de los procesos y disminución de costos.

➤ **Mayor control de las operaciones**

Todos los datos diarios recibidos a tiempo real pasan necesariamente por un análisis de datos, cruzando la información de distintos departamentos y visualizando de manera profesional para una mejor toma de decisiones futuras. Gracias al ERP para PYMEs, se posibilita el desarrollo de la empresa sin la pérdida del control de la misma.

➤ **Integración de la Información**

Se intenta que todas las personas que trabajan en la empresa tengan la misma información utilizada para diferentes fines departamentales, gracias al cruce de información entre las distintas áreas. En una empresa de estas características, que todo el mundo sepa que operaciones realiza el resto de las personas, es esencial.

Además, con ello es más sencillo la identificación de errores y datos redundantes, haciendo más visual y dinámico la obtención de la información completa de un cliente o proveedor. Particularmente, en este tipo de empresas de carácter más personal, esta integración del sistema ERP para PYME, nos permite el conocimiento de las especificaciones particulares de clientes o productos por todos los miembros de la empresa.

➤ **Automatización de procesos**

Con esta transformación se busca una mejora en los procesos para la mayor eficiencia. Esta eficiencia se obtiene reduciendo los trámites necesarios y automatizando aquellos rutinarios. Con este tipo de trámites, nos referimos principalmente a trámites administrativos como facturaciones, inserción de datos de los clientes y más.

➤ **Mejoras Comerciales y mayor interacción con los clientes**

Se deben incentivar el cruce de información entre sistemas internos y externos. Con esto, nos referimos a cómo implementar una dinámica donde los clientes tengan a su disposición toda la información detallada de las mercancías disponibles.

En definitiva, una de las funcionalidades del ERP para PYMEs es el facilitar el flujo organizativo de la información entre las áreas/personas, obteniendo una valiosa visión global centralizada de la situación actual de negocio.

El software ERP ya no es exclusivo de grandes organizaciones. Cada día, más PYMES buscan ser competitivas mediante una gestión de procesos integrados.

Entonces, cuando se consigue ser más productivo, optimizar los recursos, tener un mayor control, integrar la información, automatizar procesos y una mejora atención con el cliente, entonces se podría decir que una MIPYME es más competitiva.

En la era de la cuarta revolución se hace uso de la electrónica y la informática es decir la convergencia de la tecnología de información, el sensor y la robótica, inteligencia artificial ha producido un impacto disruptivo en los procesos industriales.

Para que las PYMES transiten hacia el modelo de la cuarta revolución debemos conocer a cerca de la fábrica inteligente.

(Román, 2021) **La fábrica inteligente** es el cuarto pilar de la industria 4.0. Está formada por unidades de producción inteligentes (CPPS) vinculadas al ecosistema de fabricación, del que conocen su estado y limitaciones.

"Fabricación inteligente" es un término que se utiliza para describir un flujo conectado y fluido de propiedad intelectual que abarca a todos los equipos implicados, desde el diseño hasta la fabricación. La creación de propiedad intelectual conlleva la captura de conocimiento en las primeras fases del proceso de diseño mediante la aplicación de inteligencia de varios campos: diseño, costes, calidad, fabricación, marketing y cadena de suministro. En la fabricación inteligente, la información está disponible cuando se necesita, donde se necesita y en la forma en que es más útil. La inteligencia de fabricación se desarrolla por adelantado para integrar de forma activa los tres componentes principales del proceso de desarrollo: diseño, fabricación e innovación. (<https://www.metalmecanica.com/temas/El-ecosistema-de-fabricacion-inteligente+122148>, 2017)

(Martínez, 2020) La fábrica inteligente implica integrar y coordinar recursos humanos, físicos y máquinas a partir de la introducción de procesos virtuales y digitales que generan procesos de aprendizaje o inteligentes a nivel de las distintas actividades que integran la cadena de valor (a nivel inter o inter empresa), los cuales son facilitados por la interacción de información, flujo de datos en tiempo real y la automatización de los procesos. El objetivo central de esta forma de organización es elevar la competitividad a partir de flexibilizar los procesos, elevar la eficiencia, adaptarse a las necesidades del consumidor, aumentar la calidad del producto y los servicios, optimizar el uso de los recursos (reducir tanto el nivel de inventarios como los desperdicios). Las tecnologías asociadas a la también denominada fábrica del futuro.

(Adriana Martinez Martinez, 2020) Menciona que existen otros factores que constituyen un obstáculo para que las Pymes adopten las tecnologías asociadas a la Industria 4.0, entre estos se encuentran, la falta de una estrategia de digitalización de los procesos, escasez de recursos humanos calificados, no hay seguridad vinculada al uso de datos, incertidumbre contractual y legal, no se comprenden claramente los beneficios de usar estas tecnologías, falta de estándares, se requiere modificaciones organizacionales, se genera desempleo, hay altos costos asociados a la compra y puesta en marcha de la digitalización, y no se cuenta con infraestructura.

No podemos dejar de mencionar la intervención de inteligencia artificial (IA) en los procesos productivos de bienes y servicios. Fábricas inteligentes

Y si se pueden automatizar los despachos, más todavía los entornos de las fábricas. “Hoy en día existen una gran variedad de robots al alcance de cualquier tipo de empresa, sin importar su tamaño, que usan IA para realizar acciones mucho más precisas y tomar decisiones en tiempo real adaptándose a cada tipo de proceso productivo. Por ejemplo, los robots colaborativos mejoran la seguridad al permitir aprovechar la capacidad cognitiva de las personas centrándose en aportar la capacidad automática y repetitiva en los procesos de trabajo, siendo además fáciles de reprogramar, transportar e instalar. No se trata solo de que la mano de obra humana es más productiva, sino de que la IA lleva a la utilización óptima de la maquinaria existente en la planta de fabricación”, explica José Carlos Baquero, Director de Inteligencia Artificial y Big Data de Secure e-Solutions de GMV.

“Con Big Data e Inteligencia Artificial somos capaces de recoger millones de datos que se registran a diario en las plantas para procesarlos y actuar antes

de que surjan problemas o defectos en nuestros procesos: identificar anomalías y averías, predecir paradas inesperadas, reabastecimiento de inventario, identificación y resolución predictiva de problemas de calidad, monitorización de problemas de seguridad de personas o instalaciones, etc. En definitiva, un nuevo modelo de negocio que permite acelerar y optimizar los procesos de producción”, continúa José Carlos Baquero.

Fabricación flexible

Ahora sí, toca hablar de Robótica. “Fusionando la IA con la Robótica podemos aumentar el tiempo de actividad y permitir tareas para una demanda de fabricación flexible. Los robots pueden monitorizar su propia precisión y rendimiento, notificando de forma autónoma cuando requieren mantenimiento para evitar costosos tiempos de inactividad, o incluso pueden ser reprogramados fácilmente para realizar nuevas tareas. Por ejemplo, aplicando en robots inteligentes de una fábrica alimenticia técnicas de IA, basadas en Aprendizaje Profundo (Deep Learning), somos capaces de detectar diferentes tipos de alimentos muy específicos corriendo en la misma línea de producción para posteriormente ser extraídos o almacenados donde correspondan. Más allá de la eficiencia, el uso de la robótica implica una disminución de los costes de producción y mejora de calidad, optimizando el aprovechamiento del espacio de almacenamiento y minimizando los residuos”, añade José Carlos Baquero.

Fabricación personalizada de productos

La personalización se está convirtiendo en el nuevo estándar y aquí la Inteligencia Artificial es clave para “decidir y aceptar ajustes basados en datos proporcionados por el cliente final, que se tendrán en cuenta desde el diseño. Gracias a la IA podemos diseñar más rápidamente productos que se adapten

a las necesidades particulares, manteniendo la eficiencia de la producción en masa para poder seguir siendo competitivos. A su vez, la realidad virtual es de ayuda para los diseñadores a la hora de simular digitalmente un producto antes de su fabricación y de este modo interactuar con él para hacer pruebas”, apunta el especialista en IA de GMV.

Aprovisionamiento inteligente

“En empresas como Acerinox, por ejemplo, la IA ayuda a anticipar la demanda y en función de esa demanda tomar decisiones de compra a largo plazo, a un determinado precio y de unas determinadas cantidades, para aprovisionarte y adaptar tu capacidad productiva”, apunta Enrique Serrano.

Control de stock

La gestión inteligente del stock se puede hacer “instalando cámaras con Visión Artificial conectadas a un sistema previamente entrenado y cuyos algoritmos detectan si un inventario requiere ser reabastecido, se puede enviar una orden a la planta de fabricación o al centro de distribución que corresponda para atender la petición de inmediato”, apunta José Carlos Baquero.

Otra posibilidad, es gestionar el inventario con fotos de las facturas y albaranes. “Con un sistema de OCR, haciendo una foto a cualquier documento el programa lee la información y la guarda donde corresponda. Si es un proveedor de compras, te lo aplicará como compra. Si es un proveedor de suministros, con suministros. Si es un parte de mantenimiento, igual. Con una foto, la información ya está disponible con los productos que estás recibiendo y la cantidad y el precio pagado”.

2.4.3 Transformación Digital En las empresas de servicios

Las empresas de servicios ofrecen elementos intangibles a sus clientes para que satisfagan una necesidad puntual que proporcionan gas, agua o luz o vinculadas a sectores como turismo, hotelería, cultura o comunicaciones, transporte.

Las **acciones para implementar** TD en las empresas de servicios, pueden ser muy diversas dependiendo del grado de madurez digital de la compañía en este ámbito:

Para una empresa de servicio en su inicio podrían tomarse en cuenta:

- Ordenar y analizar la actual cartera de servicios: valor al cliente, implementación tecnológica, ámbitos de mejora. Analizando preguntas tales como ¿Cuáles son los servicios digitales más relevantes para el negocio?
- Completar la oferta de servicios digitales de forma integrada y alineada con el plan estratégico de la compañía
- Centralizar todos los servicios bajo los mismos conceptos generales de marca. Es decir, conjugar una identidad digital global con las particulares de los servicios.
- **Assessment** de los activos tecnológicos para racionalizarlos y unificarlos en la medida de lo posible.
- Revisión o definición del marco de trabajo y del ciclo de vida de los servicios digitales.
- **Focusgroup** para validar los servicios innovadores con clientes actuales y objetivo.
- **Workshops** con los equipos internos para la validación y toma de decisión (go / no-go) respecto a la nueva cartera de servicios digitales.

También hay que ser conscientes, de que el impacto de la transformación digital de los servicios está acompañado de una serie de beneficios internos y externos para la organización, mejorando así el desempeño, la relación con los clientes y las experiencias de servicio al usuario.

Algunos ejemplos de casos claros de transformación digital en los servicios y de alto impacto que han tenido las empresas son los siguientes:

- En el sector de servicios tecnológicos se encuentran liderando gigantes como Amazon, Facebook, Google o Microsoft, con sus productos como Microsoft Teams, Google Meet, Google Maps y otras aplicaciones que permiten brindar servicios de calidad y expandir radio de mercado.
- En el sector de restaurantes, UberEats con base de usuarios "para incentivar la demanda de pedidos a los más de 6.000 restaurantes
- En el Sector Transporte. Aplicaciones como Waze, Citymapper, software de gestión de flotas como MyTruck, Internet of Things (IoT).
- En el sector Gimnasio. Servicios de aplicación como Fa`nfit
- En el sector tiendas de servicios que permiten promocionare interactuar con tus clientes

Algunos de los beneficios de la transformación digital en las empresas de servicios son los siguientes:

Beneficio Interno de TD en empresas de servicios:

- Mejora la satisfacción de los trabajadores: Gracias a la transformación digital, los empleados consiguen ser más productivos y su eficiencia operativa también aumenta.

- **Beneficio Interno. Ahorro de costes TI:** La implantación de los servicios de Cloud Computing y la transformación digital son aspectos relevantes para la reducción de costes económicos.
- **Aumenta la productividad:** La toma de decisiones se vuelve más fácil y ágil con la ayuda de las herramientas digitales. Además, dichas herramientas aportan valor: cómo el poder evaluar tus procesos, analizar la toma de decisiones, etc.
- **Reclutamiento de talento:** Las empresas que abogan por el cambio se vuelven centros clave para captar el talento de profesionales especializados y atraídos tanto por la cultura corporativa como por las oportunidades laborales que brinda la misma.

Beneficio Externo en empresas de servicios.

- **Mejora la experiencia del cliente:** Digitalizar algunos procesos de servicios en la empresa aumenta los niveles de retención de clientes. Además, los canales digitales te permiten relacionarte con tus clientes de manera más fácil y dinámica.
- **Nuevas oportunidades de negocio:** La transformación y la innovación caminan juntas. La tecnología proporciona nuevas habilidades y nuevos procesos de negocio en servicios que favorecen la innovación y el impulso de ideas.
- **Mejora en la toma de decisiones** Precisamente, las conclusiones extraídas del análisis de datos se han convertido en la base fundamental para la toma de decisiones tanto del ámbito táctico, como estratégico. Nunca antes las empresas habían sido capaces de adoptar medidas basadas en evidencias estadísticas tan contrastables. Esto ha sido posible no sólo gracias a la información con la que se cuenta, sino la forma en la

que ésta es proporcionada. Las nuevas interfaces gráficas resultan extraordinariamente visuales y comprensibles incluso para perfiles no técnicos.

- **Simplificación organizativa.** En la actualidad los empleados de una empresa son capaces de comunicarse y trabajar en equipo mediante el uso de aplicaciones colaborativas. Esto ha supuesto una “horizontalización” en el organigrama de muchas organizaciones, así como una simplificación considerable de las relaciones entre los empleados.
- **Mayor capacidad de reacción al cambio.** A menudo, tomar la decisión correcta no es suficiente. Se requiere celeridad en el análisis y la adopción de medidas. Tradicionalmente, las organizaciones contaban con procesos demasiado burocratizados de análisis, decisión y autorización. La recogida de datos en tiempo real, así como la simplificación del trabajo colaborativo permite a directivos, empleados y demás públicos de la empresa reaccionar con extrema rapidez ante los cambios que puedan estar teniendo lugar en el mercado.
- **Agilidad de los procesos e incremento de la productividad del personal** Todo el conjunto de aplicaciones y herramientas digitales corporativas que han surgido durante los últimos años tienen un objetivo en común: agilizar los procesos internos de las organizaciones e incrementar el nivel de productividad de los empleados, dotándoles de recursos más fáciles de utilizar y cada vez más integrados entre sí.

- **Mejora de la imagen de marca frente al cliente interno y externo.** La capacidad de interconexión y comunicación proporcionada por los nuevos entornos digitales hace que tanto los empleados, como los proveedores y clientes puedan desarrollar una relación mucho más estrecha con la empresa. Dicha relación no sólo resulta más fluida y ágil, sino sobre todo, mucho más transparente.
- **Mayor capacidad de innovación.** La mejora en la comprensión de los problemas de productividad interna, así como las necesidades de los clientes tiene además una repercusión directa en el potencial innovador de la empresa.

3 EXPERIENCIAS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LAS MIPYMES

Las empresas están lanzando cada vez más iniciativas digitales para expandir o desarrollar capacidades digitales destinadas a la eficiencia empresarial o al crecimiento de ingresos de primera línea. Y a medida que surgen historias de éxito de transformación digital, la tendencia gana impulso. A continuación compartimos historias de éxito de transformación digital:

3.1 Transformación digital en una entidad financiera (Colombia) de 10 trabajadores. (Empresa que nació aplicando tecnología de una empresa)

PROBLEMÁTICA:

Otorgaban créditos, contaban con una página web donde estaban los requisitos, el problema es que le generaba muchos días para la evaluación del cliente y cuando se incrementó más solicitudes de crédito se necesitaban más analistas evaluar la colocación de dichos créditos.

SOLUCIÓN:

Automatizaron sus procesos desde la unificación de la solicitud que llegaban desde su website, correo, whatsapp a una plataforma que integraba todas las solicitudes de sus clientes, generándoles eficiencia y eficacia con el mismo número de trabajadores logrando y cubriendo la atención de todos sus clientes. (Eliyer Vanesa López Parra, 2020) Se tomó información de algunas experiencias de éxito en transformación digital:

3.2 Transformación digital en una Pequeña empresa Implantación de un ERP:

Esquema práctico de una transformación digital de una pequeña empresa.

Las pequeñas empresas están clasificadas dentro de la categorización de MIPYMES. Cada país las clasifica de acuerdo a sus propios términos y criterios. Por ejemplo, en República Dominicana, la Dirección General de Impuestos Internos, establece una clasificación empresarial de acuerdo a la cantidad de trabajadores y las ventas brutas.

Para realizar un esquema práctico de una transformación digital de una pequeña empresa, presentaremos ejemplo de una empresa que realizó transformación digital, informatizando sus procesos administrativos mediante un software ERP.

a. Descripción de la empresa

Nombre: Distribuidora Eficiente, SRL, sociedad de responsabilidad limitada, constituida de acuerdo a la ley de la República dominicana, en fecha 15 de febrero del 2015.

Objetivo: Distribución y ventas de producto de equipo de computadora a todo el país.

b. Situación de la empresa antes de la transformación digital

La sociedad Distribuidora Eficiente, SRL, inicio sus operaciones con 15 empleados y en la actualidad tiene 30. Sus ventas se han incrementado de US\$90,000. - a US\$535,000.

Cuenta con una estructura organizativa integrada por un administrador y los gerentes de los departamentos siguientes: Ventas, Compras, Finanza, Gestión Humana, Almacén y Distribución. El servicio de informativa (TI) se encuentra en manos de terceros.

La Distribuidora tenía debilidades en su proceso, operativo, logístico y financiero, en el caso de la logística, los inventarios no coinciden con los registros contables, les generaba incumplimiento en la entrega de mercancías a sus clientes, la información financiera son elaboradas y entregadas con varios meses de retraso, y cuentan con un Software que no tiene los módulos integrados.

No hacían usos de los medios digitales para promocionar o vender sus productos.

Ante esta situación el administrador con los responsables de cada departamento, les comunica la necesidad de realizar una transformación digital, superar las debilidades internas, lograr informaciones en líneas y actualizadas, para obtener mayor productividad en las operaciones y lograr tomar decisiones oportunas que se deben traducir en mayores clientes u generación de beneficios.

c. Proceso de la Transformación Digital

1. Administrador nombra al gerente de finanza responsable para evaluar y supervisar la transformación digital.

2. Gerente de finanza se reúne con todos los gerentes para realizar un análisis interno evaluación tecnológica de cada departamento, tales como:

- Necesidad de sistematización y lo que se espera lograr
- Evaluación del personal (habilidades tecnológicas)
- Cantidad de usuarios a requerir
- Equipos disponibles que podrían ser usados (impresoras, computadores etc.)
- Otras necesidades requeridas.

Gerente de Finanzas y/o contador y asesor de TI

- Evalúa en el mercado, tecnología que usan la competencia, empresas de Software con especialidad en el ramo, (verifica experiencia, reputación de la empresa, se asegura que el programa sea ERP en la nube y precio estimado del mismo).
- Solicita una demostración del Software en una empresa del ramo donde está instalado, en la que el participa con los gerentes de compras y gerentes de ventas.
- Solicita a la empresa del Software, propuesta y los requerimientos de Hardware para cotizar los mismos y presentarlos a la administración, para su aprobación.
- Administrador contrata un Ingeniero de sistema, para que junto con el gerente de finanzas asuman la responsabilidad de la transformación digital.
- Ing. de Sistema y Gerente de Finanzas, evalúan medio digitales existente en la empresa y proceden a actualizar página Web, crearon una cuenta de Integran y una cuenta de WhatsApp Business, logrando un contacto más directo con los clientes,

captando nuevos clientes, brindar un servicio más eficiente. De igual forma implementaron herramientas para conocer y entender a sus clientes, su preferencia etc.

- Una vez comprado el Software, proceden a realizar la implementación correspondiente.
- Gerente de Finanzas o el contador, Ing. de Sistema y el técnico responsable por la empresa del Software, realizan un cronograma para la implementación por modulo, para establecer e informar al personal la fecha en que va a ser instalado.
- *Gerente de Finanzas o el contador, Ing. de Sistema y Técnico inician reuniones con el personal de los diferentes Depto., informa el objetivo que se quiere lograr, el funcionamiento del Software, las ventajas que les aportara en su trabajo diario y la importancia de involucrarse en todo el proceso de transformación.*
- Gerente de Finanzas o el contador e Ing. de Sistema, eligen en cada departamento el personal que dará apoyo en la implementación.
- Gerente de Finanzas o el contador, analiza y define el catálogo de cuentas que va a ser implementado.
- Técnico de empresa del Software, después de implementar el catálogo de cuentas en el programa de contabilidad. Procede a instalar:
 - En el Depto. de Ventas, el módulo de facturación procediendo a dar entrenamiento y asignar los permisos a cada usuario, de acuerdo a las funciones asignadas. El encargado de facturación realiza la creación de los códigos de cada cliente, con sus informaciones correspondientes (nombre, registro nacional de contribuyente, dirección, teléfonos, correo electrónico, condiciones y monto de

crédito, etc.) En este módulo se debe crear y codificar los tipos de productos que va a vender la empresa, los cuales deben ser amarrada con el programa de inventario y la cuenta control de inventario contenida en el catálogo de cuentas. Logrando así el registro en línea del programa de facturación- ventas - cuentas por cobrar- Inventario y contabilidad. Este módulo contempla los cobros de las cuentas por cobrar por medio del recibo de ingreso, nota de devoluciones y descuentos realizados a los clientes que afecta rebajando la cuentas control de los clientes en el catálogo de cuentas y aumenta la cuenta de efectivo en caja o la cuenta de efectivos en banco, donde fue depositado o transferido el efectivo. Este módulo tiene integrado las cotizaciones que solicitan los clientes.

- En el Departamento de Compras, instala el módulo de compras, procede asignar a cada usuario permisos de acuerdo a sus funciones y a realizar el adiestramiento del manejo correspondiente. La persona responsable realiza la creación del código de cada proveedor o suplidor de bienes o servicios, el código de Inventario, la cuenta de costos y gastos, con la cuenta control del catálogo de cuentas. Logrando actualizar en línea las operaciones realizadas de Compras – Inventario – Costos y Gastos y Contabilidad. Este módulo también tiene integrado la orden de compras.
- En el módulo de Almacén, instala, crea los usuarios, da adiestramiento del mismo. usuario autorizado crea los códigos de cada equipo o producto que compra la empresa, con todas las especificaciones requeridas (cantidades, proveedor, fecha de entrada, tipo, referencia, código de barra, ubicación etc.).

- Instalada el módulo de tesorería, crea los códigos de cada cuenta de banco que tiene la empresa, asigna el permiso y realiza la instrucción del manejo del mismo a la persona autorizada al emitir los cheques, actualiza el módulo de cuenta por pagar, la cuenta control de cuenta por pagar proveedores contenida en el catálogo de cuentas y afecta disminuyendo la cuenta del banco en la cual fue emitido el cheque. Logrando el registro en línea del módulo de Teoría – Cuentas por Pagar y Contabilidad.

d. Resultados obtenidos después de la transformación digital

- Evaluar ventas en tiempo real.
- Analizar equipo o producto de mayor demanda.
- Vendedor de mejor gestión de ventas
- Calcular comisiones por vendedores
- Analizar los niveles de ventas por zonas
- Eficiencia en el proceso de facturación
- Disminuir gastos de impresión del depto.
- Mejores servicios al Clientes
- Un contacto más directo con los clientes
- Control de la existente disponibles para las ventas
- Incrementar clientes y ventas por los medios digitales.
- Usar medio digitales tales como: Fase book , Integran y WhatsApp para llegar a más clientes\y facilitar las compras
- Evaluar la competencia.
- Informaciones financieras actualizadas, que permite tomar decisiones oportunas.
- Uso más eficiente de los recursos financieros y de gestión humana
- Realizar eficientemente la gestión de compras.

3.3 Experiencia de Transformación digital de un estudio contable.

Conocimiento de la pequeña empresa prestadora de servicios

Empresa dedicada al Asesoramiento Integral en Negocios, Contables y Administrativos, Servicios de Auditoría, Contabilidad, Gestión y Administrativa con Un Sistema administrativo integral 100% por internet.

El proyecto de TD, Al brindar servicios por internet, los usuarios colaboradores de la consultora, que en principio serán 12, podrán desempeñarse y reportar sin inconvenientes desde cualquier lugar de trabajo, en la casa, en la oficina del cliente, en la oficina de la consultora u otro de su conveniencia.

En el software que se registrarán los servicios efectivamente prestados por la Consultora a los clientes (contables, impositivos, de auditoría etc.), con cuatro objetivos principales:

1. Calidad: asegurar la calidad del servicio general prestado por la Consultora, minimizando la posibilidad de que queden trabajos comprometidos con clientes, sin realizar.
2. Facturación: asegurar que todos los trabajos realizados, sean facturados.
3. Rentabilidad: contar con información que permita monitorear el costo laboral de los servicios prestados a cada cliente, y el margen económico que cada uno aporta a la Consultora.
4. Información: documentar información relevante del cliente y su negocio, para consulta y referencia general.

PROBLEMÁTICA: Previo a la digitalización la empresa presenta:

- a) Dificultad para realizar reuniones o trabajos en grupo para el seguimiento de las tareas.
- b) Nuevas Obligaciones informativas y determinativas de impuestos con vencimientos particulares distintos en cada caso, ante los organismos estatales.
- c) Trabajo remoto Home Office durante cuarentena total decretada por el gobierno.

Logros de la Transformación digital, donde el sistema integrado de tareas ayudara en:

a). Administración.: Clasificación de los servicios prestados por la Consultora (clasificada en Procesos, Actividades y Tareas).

Comercial. El Estudio funciona con la prestación de servicios a Clientes; ergo, deberán registrarse dos datos comerciales esenciales:

- Los Clientes;
- Los servicios contratados por los Clientes (en un contrato temporal o un servicio específico), con sus respectivos vencimientos, de corresponder, y sus precios.

Además, se registrarán los presupuestos presentados a Clientes (para darles seguimiento) y las visitas relevantes realizadas.

b). Operaciones – Asignación de tareas. Cada colaborador del Estudio recibirá asignaciones de servicios a realizar (esos contratados por los clientes), y podrá visualizarlas a todas, en una vista muy simple, como una guía o check-list para su trabajo. Todos los días podría recibir asignaciones nuevas, si así lo decide su supervisor. Esta consulta, por ende, es la guía de trabajo diario de cada colaborador del Estudio.

c). Operaciones – Registro de avances. A medida que cada responsable ejecute los servicios, los irá registrando como completados.

d). Operaciones - Monitoreo. En todo momento, el colaborador y sus supervisores, podrán consultar el status de sus “tareas no completadas” asignadas, o sea, aquellas que todavía tienen algo de pendiente.

e). Facturación. Los trabajos completados serán fuente de información para la persona responsable de facturación de servicios a clientes. A medida que facture cada servicio, lo registrará, así podrá visualizar de una manera sencilla lo que aún esté pendiente de facturar.

f). Información del cliente. En el Sistema se registrarán algunas informaciones relevantes del cliente y su negocio, como los datos principales de sus declaraciones juradas, balances, y otros (en esta primera versión del Sistema, será una función incipiente).

g). Análisis. El Sistema permitirá consultar toda la información y registros realizados. Particularmente, para cada cliente, el Sistema mostrará el margen bruto aportado por cada cliente, resultado de la resta de los costos laborales de los servicios prestados, de la facturación realizada.

Costo y proceso de la implementación de la transformación digital

a). Análisis y Diseño de Datos:

Analizar e identificar las necesidades y requerimientos actuales para el desarrollo de un sistema integrado que ayude a los colaboradores de la consultora a tener de forma accesible e integra las tareas y vencimientos de los compromisos con todos los clientes, flexible para los usuarios en el que se

registrarán los servicios efectivamente prestados por la Consultora a los clientes contables, impositivos, etc.

Definiendo y plasmando de forma ordenada y sintetizada los menús, las tablas, perfiles de usuarios, controles de accesos, diversos formularios, tableros, registros, modelo de reportes y el Workflow de transacciones

b). Programación:

La programación informática es el proceso por el cual se limpia, codifica, traza y protege el código fuente de programas computacionales, en otras palabras, es indicarle a la computadora lo que tiene que hacer.

El desarrollo del software consiste en desarrollar desde ciertas bases ya preestablecidas de una manera tal que se enfoca en satisfacer de forma óptima, concisa y al máximo las necesidades de la empresa que contrata el servicio.

Con el desarrollo personalizado de software se consigue aprovechar al máximo las herramientas del software, y el mismo no cuenta con ningún mecanismo innecesario o que pueda ralentizar la utilización de la empresa, ya que su diseño, lógica y estructura de datos esta únicamente adecuado al cliente en particular.

c). Web Hosting

Un hosting es un servicio de alojamiento para sitios web. El hosting web aloja los contenidos de software, esos contenidos (datos) deben de estar almacenado en algún sitio y para que pueda ser visitado a través de Internet tendrá que estar almacenado en un servidor web.

4) Implementación:

En esta etapa se corrobora que el diseño propuesto inicialmente cumple con los requisitos preestablecidos. Puede ser necesario repetir las pruebas tantas

veces como haga falta para evitar errores y, de hecho, conviene que el usuario final dé su conformidad con el resultado.

En esta etapa se somete a pruebas los formularios, reportes, accesos, se crea la documentación pertinente y se capacita a los usuarios.

La asimilación de los usuarios es importante para la utilización a plenitud del nuevo software diseñado.

PROCESOS	COSTOS	
	GAURANIES	DOLARES
1. Analisis y diseno de datos	2,500.00	370.37
2. Programacion	8,000.00	1,185.19
2. Web hosting	800.00	118.52
3. Implementacion	2,200.00	325.93
TOTAL	13,500.00	2,000.01

3.4 Transformación digital en la administración tributaria de Perú SUNAT:

Facturas Electrónicas

En el Perú, específicamente en la administración tributaria SUNAT, con la digitalización para este año 2021, se eliminara los registros de compra y venta de carácter tributario, ya que las de las facturas electrónicas contienen información detallada sea de compras o ventas que permitirá al ente recaudador calcular los impuestos afecto y que deberá pagar el contribuyente, Este cambio hará que sus procesos sean más ágiles y eficientes, lo que nos llama RPA un desafío para los profesionales contables y sus clientes que los llama a prepararse.

3.5. Costos de RPA para contabilidad

En el Perú, existen muchos precios en el mercado, en este caso está relacionado para Contadores Públicos que prestan servicios contables en SQL. Que toda la información

procesada está centralizada y en línea donde cuyo costo es un promedio desde \$.200 dólares, cuyas las principales funciones son:

- Aplicación al Plan Nuevo Contable General Empresarial.
- Centros de costos.
- Ingreso de clientes ilimitado.
- Análisis de gasto a detalle.
- Generación de cobranzas y pagos con asientos automáticos.
- Variedad de reportes contables: compras, ventas, diario y mayor; caja y bancos; inventarios y balances.
- Consulta RUC/DNI en línea.
- Análisis drill down: desde tu EEFF puedes llegar al origen de la operación (compras, ventas, cobranzas, etc)
- Actualizado a la nueva Ley de Plástico 30844.
- Multiempresa / Multiventana / Multitema.
- Importación de archivos XML.
- Estados Financieros / Comparativos.
- Flujo de Caja Proyectada / Depreciación.
- Experto contable: asientos predefinidos según tu tipo de empresa. Sin límites de transacción.
- Auditoría Express Preventiva a SUNAT: validación de facturas y libros electrónicos al 100%.

Combinación de RPA con Data Capture



Fuente IBM

4 RESULTADOS DEL TRABAJO

Durante el desarrollo del presente trabajo se ha analizado los datos recolectados

arribando a los siguientes resultados:

- ✚ La transformación digital es inminente para todo micro, mediana y pequeñas organizaciones, no se pueden posponer, les permitirá agilizar sus procesos financieros contables, productivos y logísticos teniendo como foco a sus clientes y poder mantenerse y continuar compitiendo en un mercado cambiante y cada vez más exigente.
- ✚ La transformación digital no solo es para las grandes empresas, hoy en día las MIPYMES pueden acceder al uso de herramientas tecnológicas a su alcance que les beneficiara en ser eficientes y no realizar actividades repetitivas, reduciendo margen de errores, menor costo con la ayuda de capacidades analíticas y predictivas es decir con negocios inteligentes e inteligencia artificial.
- ✚ La transformación digital permitirá el uso del gran volumen de datos que generan las MIPYMES que les permitirá anticiparse ante la necesidad de sus clientes y tomar las decisiones y cubrirlas; lo que coadyuvara al crecimiento, sostenibilidad de estas organizaciones

5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS Y GUÍA DE DISCUSIÓN CON ASPECTOS BÁSICOS A DELIBERAR

Considero, Queramos o no, todos vamos hacia el mundo digital, nos encontramos atravesando una era tecnológica, pasamos de utilizar computadoras de escritorio a tener teléfonos inteligentes, con capacidades de cómputo, gracias al internet, se han roto las barreras entre los países y las distancias; todo esto dando pie a “La Era Digital” que ha impactado en todos los aspectos de nuestras vidas, tanto personal y profesional; y aunque hemos recorrido el camino a paso acelerado, la era digital es nuestro presente constante. Algunos autores hablan de las dificultades que tienen las MICRO, PEQUENAS Y MEDIANAS empresas para iniciar su transformación debido al costo oneroso y otros por desconocimiento y no contar con personal cualificado; pero hoy no queda otro camino que tomar siempre en cuando quieras posesionar y mantenerte. Si en realidad hay micro empresas que les será dificultoso mientras no exista voluntad de y hacerlo más nos referimos a los negocios informales. Además, los gestores de las MIPYMES son responsables de tomar las decisiones sobre diseñar sus procesos de digitalización, definiendo así las prioridades y el tiempo en que se llevara a cabo el proceso de transformación digital.

GUIA DE DISCUSION

¿Sera posible la transformación digital en las micro empresas?

¿Cuáles son los impactos de la transformación digital en las MIPYMES?

¿La transformación digital es un cambio de cultura?

¿Cómo será la experiencia del cliente con una MIPYME digitalizada?

¿Cómo será la experiencia del cliente con proveedores digitalizados?

6 CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del presente trabajo se determinó lo siguiente que:

- La transformación digital, hoy en día es una obligación para las micro, pequeñas y medianas empresas para posesionarse, mantenerse, continuar, crecer y obtener una ventaja competitiva frente a sus competidores en este mercado global.
- La transformación digital como un nuevo modelo de negocio donde el foco principal es el cliente, permitirá conocer sus necesidades y satisfacer de una forma rápida y que el flujo de datos que genera cada uno de ellos sea para dar un mejor servicio y adelantarse a sus demandas.
- teniendo en cuenta que cada empresa deberá su diseñar su nuevo modelo de negocio de acuerdo a su línea de negocio.
- La mejora de los procesos productivo, es una tarea de los dueños de las MIPYMES, modernizar los procesos de producción a través de nuevas maquinarias, nuevas plataformas, aplicaciones tecnológicas que será la clave para lograr automatizar las tareas, optimizar los recursos, la reducción de tiempo en los procesos de producción por ende reducción de costos de los bienes y servicios; consecuentemente lograr una ventaja competitiva y la continuidad del negocio en el mercado global.
- No podemos dejar de mencionar que en el proceso de transformación digital es la seguridad y es prioritario el resguardo y la accesibilidad de la información que generan sus procesos; además garantizar a sus clientes sobre las transacciones que realizaran en su plataforma.

7 Referencias bibliográficas

- Adriana Martínez Martínez, J. C. (2020, Agosto).
https://www.researchgate.net/profile/Alejandro-Garnica-2/publication/344125475_Los_retos_de_las_Pymes_en_el_contexto_de_la_industria_40_una_revisi#links/5f53798b458515e96d2f0a57/Los-retos-de-las-Pymes-en-el-contexto-de-la-industria-40-una-revisi.
- Álvarez, J. A. (Junio de 2020).
http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17069/MORANTE_TAVARA_LEANDRO_TRANSFORMACI%C3%93N_DIGITAL_CONCEPTOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Arbaiza, C. E. (2019, 03).
<http://revistas.uigv.edu.pe/index.php/perspectiva/article/view/596/519>.
- CHILE, S. I. (2018). *PLANEAMIENTO ESTRATEGICO DE LOS SERVICIOS DE IMPUESTOS INTERNOS 2018-2022*. CHILE. Retrieved JUNIO 2021, from https://www.sii.cl/sobre_el_sii/plan_estrategico_sii.pdf
- Eliyer Vanesa López Parra, A. M. (2020).
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/32002/2021VanesaL%C3%B2pez%2CAstridMalpica.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Martínez, A. M. (2020, junio). https://www.researchgate.net/profile/Alejandro-Garnica-2/publication/344125475_Los_retos_de_las_Pymes_en_el_contexto_de_la_industria_40_una_revisi#links/5f53798b458515e96d2f0a57/Los-retos-de-las-Pymes-en-el-contexto-de-la-industria-40-una-revisi.
- Ríos, J. C. (2019, Marzo). <https://ptp.pe/wp-content/uploads/2019/03/transformacion-digital-1.pdf>.
- Román, J. L. (2021). <http://coddii.org/wp-content/uploads/2016/10/Informe-CODDII-Industria-4.0.pdf>.
- Salazar Angulo, R. L. (2021, Mayo).
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/656229/Salazar_AR.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- Vielhauer, L. (2019, Abril).
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/28871/TFG-Vielhauer%2cLaisa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- <https://www.ogoov.com/es/blog/gobierno-abierto-latinoamerica/>
- <https://www.montevideo.com.uy/Ciencia-y-Tecnologia/Uruguay-trepa-en-Indice-de-Gobierno-Digital-y-una-vez-mas-lidera-en-Latinoamerica-uc758166>
- <https://www.mitic.gov.py/noticias/en-latinoamerica-fuimos-el-pais-que-mas-avanzo-en-gobierno-electronico>
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/318/1/eGOV27112015.pdf>
- <https://www.elcaribe.com.do/2019/02/12/optic-presenta-ranking-gobierno-electronico-y-tic-del-estado/#>

<https://www.economistaamerica.pe/empresas-eAm-peru/noticias/10704711/08/20/Ventanilla-Unica-de-Comercio-Exterior-Gobierno-amplia-beneficios-para-los-exportadores-e-importadores.html>
<file:///C:/Users/Nella/Downloads/imd-world-digital-competitiveness-rankings-2019.pdf>

<https://gestion.pe/economia/ranking-de-competitividad-digital-peru-cae-una-posicion-con-respecto-al-ano-pasado-y-se-ubica-en-la-posicion-61-de-63-paises-analizados-noticia/?ref=gesr>

http://www.crecemype.pe/portal/images/stories/files/PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf

<https://www.juancmejia.com/marketing-digital/beneficios-de-las-tiendas-online-y-el-comercio-electronico/>

<https://tecnologiaparatuempresa.ituser.es/transformacion-digital/2018/01/el-cliente-como-centro-de-la-transformacion-digital>

<https://developingthebusiness.com/la-transformacion-digital-en-ventas/>

<https://www.hint.mx/blog/herramientas-para-la-transformacion-digital-de-tu-empresa>
<http://dazteka.com/inteligencia-artificial-en-la-contabilidad/>

<https://www.grandespymes.com.ar/2019/10/20/tecnologia-para-la-productividad-nuevos-robots-para-las-pymes/>

<https://notipress.mx/negocios/manufactura-digital-el-futuro-de-la-industria-3114>

<https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/3550/1/S2007302.pdf>

<https://www.emprendedores.es/gestion/inteligencia-artificial-pymes/>

<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/La-inteligencia-artificial-al-servicio-del-bien-social-en-America-Latina-y-el-Caribe-Panor%C3%A1mica-regional-e-instant%C3%A1neas-de-doce-paises.pdf>



**XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
PORTO ALEGRE 2021**

TRABAJO INTERAMERICANO

ALIANZA PARA EL DESARROLLO DE LAS NACIONES

ÁREA TÉCNICA 8

GESTIÓN INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES

Encuesta sobre: Los Efectos de la Pandemia en las MiPymes

Autores de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones de la AIC:

Autores

**Ruben HELOUANI
Olga CAMPOS**

**Argentina
Rep. Dominicana**

Colaboraron

**Marisol GUZMAN SINGURI
José MANCILLA LIZONDO
Mateu Alexandre COSTA DOS SANTOS
Nancy ARAGON GRANJA
Joseph MERCHAN
Didier PEÑAFIEL
Herminio MOREL BOGADO
Marianella AGUILAR SANTILLAN
Ángel Roberto SALAZAR FRISANCHO
Lidia FELIZ MONTILLA
Rosa PEREZ
Luis GONZALEZ RIOS
Carlos SOTELO LUNA (IM)**

**Bolivia
Bolivia
Brasil
Ecuador
Ecuador
Panamá
Paraguay
Perú
Perú
Rep. Dominicana
Venezuela
Uruguay
Perú**

Presidente de la Comisión Técnica de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones de la AIC:

RUBEN HELOUANI Argentina



ASOCIACION INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
INTERAMERICAN ACCONTING ASSOCIATION
ASSOCIAÇÃO INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE
Comisión Técnica de
Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones



RUBEN HELOUANI

- Contador Público; Licenciado en Administración;
- Director Académico de la Escuela de Administración y Negocios de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.
- Ex Presidente de la Comisión Técnica Interamericana de Administración y Finanzas ;
- Presidente de la Comisión Interamericana de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones.
- Premio Presidencial a la Excelencia Internacional Fray Luca Bartolomeu Pacioli por su aporte a la Profesión Interamericana. Asociación Interamericana de Contabilidad. 2011.



OLGA MARIA CAMPOS GUZMAN

- Post-Grado en administración Financiera. Universidad APEC ;
- Licenciada en Contabilidad y Auditoría – UNPHU ;
- Seminario Aspectos y Perspectivas Actuales de la Lengua Española. (NIC'S) Fase I-III.; Curso Taller Normas Internacionales de Contabilidad; Taller sobre Preparación Estado Flujo de Efectivo y Manejo de Tesorería.C.I. de la Salle;
- Auditorías según Normas Internacionales ; Taller de actualización de Normas Internacionales de Contabilidad 2016.; Amplia experiencia en Auditoría Externa. ;
- Amplia experiencia en preparación y análisis de Estados Financieros.



MARIZOL GUZMAN SINGURI

- Licenciada en Contaduría Pública ;
- Maestría en tributación y aduanas ;
- Diplomado en costos y generación de utilidades ; Diplomado en Gestión Tributaria ; Diplomado en Derecho Laboral ; Especialidad en Comercio Exterior ; Especialidad en Contabilidad Minera ; Certificada en NIIF para PYMES ; Certificada en Normas Internacionales de Auditoría ;



JOSE MANCILLA LIZONDO

- Licenciatura en Contaduría Pública;
- Carrera de Contaduría Pública – Auditoría. Universidad Autónoma Tomás Frías Potosí – Bolivia;
- Maestría en Educación Superior. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí – Bolivia ;
- Diplomado en Auditoría y Control de Gestión. Universidad Autónoma Tomás Frías – Potosí
- Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera – NIIFs. ; Certificado en Normas Internacionales de Auditoría – NIAs. ; Certificado en Normas Internacionales de Información Financiera p/ PYMES – NIIFs.P/PYMES. Presidente del Colegio de Auditores de Potosí – POTOSI BOLIVIA ;



MATEUS ALEXANDRE COSTA DOS SANTOS

- Contador
- Doctor y Master en Ciencias Contables de la Universidad de Brasilia (Brasil)
- Profesor titular del curso de Ciencias Contables de la Universidad Federal de Paraíba (Brasil);
- Investigador en los campos de la contabilidad financiera y la tributación;
- Auditor-Fiscal de la Receita Federal de Brasil (RFB).



NANCY ARAGON GRANJA

- Consultor para Naciones Unidas, proyecto ISAR UNCTAD, Evaluación de la Situación Financiera y no Financiera del país.
- Asesoramiento y Capacitación a Ministerio de Finanzas, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, Servicio de Rentas Internas; a nivel internacional instructora en Perú, Colombia, Bolivia, El Salvador.
- Miembro de la Comisión Técnica del Colegio de Contadores de Pichincha y del Ecuador.
- Diplomado en Normas Internacionales de Información Financiera Completas y Pymes por ACCA, Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento por ACCA.



JOSEPH MERCHAN

- Gerente de Outsourcing en Corporación Aldia.
- Gerente de Implementación en IT M'as S.A.
- Perito Contable designado por la Superintendencia de compañías del Ecuador.
- Perito Judicial Consejo de la Judicatura del Ecuador.



DIDIER PEÑAFIEL

- Contador Público Autorizado
- Jefe de Contabilidad-Junta Comunal de Don Bosco. Universidad de Panamá
- Licenciatura en Contabilidad.
- Miembro Adherente Individual de la Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Miembro de la Comisión Técnica de Gestión Integral de MiPymes



HERMINIO MOREL BOGADO

- Licenciado en Ciencias Contables.
- Contador Interamericano Certificado en la NIIF para las PYMES
- Auditor Impositivo.
- Docente Universitario
- Máster en Auditoría y Tributación (Título en trámite)



MARIANELLA AGUILAR Y SANTILLAN

- Socia fundadora de A&S Consulting Risk
- Con estudios de Estudió Maestría en Contabilidad en Facultad de Ciencias Económicas - Universidad Nacional San Marcos Perú
- Presidente Miembros Adherentes Individuales 2020-2021 AIC PERU
- Docente en la Universidad Tecnológica del Perú UTP
- Miembro de la Comisión Técnica PYMES AIC



ANGEL ROBERTO SALAZAR FRISANCHO

- Contador Público -UNMSM
- Especialización en administración y finanzas – ESAM
- Docente en la Universidad Mayro de San Marco. Perú
- Past Presidente de la Junta de Decanos del Colegio de contadores de Perú
- Contador Benemérito de Perú



LIDIA FELIZ MONTILLA

- Post-Grado en Administración Financiera. Universidad APEC ;
- Licenciada en Contabilidad y Auditoría. Universidad Autónoma de Santo Domingo
- Seminario Aspectos y Perspectivas Actuales de la Lengua Española.; Taller sobre Preparación Estado Flujo de Efectivo y Manejo de Tesorería.
- Curso Relaciones Humanas y Comunicación Efectiva ; Curso Taller Refinamiento y Desarrollo Personal ; Consultoría Empresarial ; Precio de Transferencia ; Auditorias según Normas Internacionales ; Taller de actualización de auditoría externa ; Actualización de la Declaración de Impuestos Internos ; Amplia experiencia en preparación y análisis de Estados Financieros.



ROSA ISABEL PEREZ

- Licenciada Contaduría Pública. ;
- Especialista y Magister en Contaduría Mención Costos. ;
- Docente de Pregrado y Posgrado. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado ;
- Consultor en el Área de Control de Gestión.
- Secretaria de la Comisión Interamericana de Gestión Integral de Pequeñas y Medianas Organizaciones



LUIS ALBERTO GONZALEZ RIOS

- Contador Público, Licenciado en Administración. Universidad de la República.;
- Diplomado en Formulación y Evaluación de Proyectos (UDELAR)
- Diplomado en Ciencias Empresariales. Ministerio de Educación y Ciencias. Madrid. España.;
- Miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación Interamericana de Contabilidad.
- Miembro por Uruguay en la Comisión Técnica de Gestión Integral de Pequeñas y Medianas Organizaciones. ;
- Ex coordinador de la Comisión de Ejercicio Profesional y PYMES del Colegio de Contadores, Economistas y Administradores del Uruguay



CARLOS SOTELO LUNA (IM)

- Contador Público Colegiado por Lima, Perú. ;
- MBA – Magister en Administración de Negocios por la Universidad Ricardo Palma, de Lima, Perú. ;
- Profesor de Finanzas en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, de Lima, Perú.
- Gerente General de SL Global Consultores SAC,
- Especializada en Consultoría Financiera de Empresas, en Lima, Perú.

ENCUESTA
Los efectos de la pandemia en las Mipymes

Presentacion

- 1- E lobjetivo
- 2- Las preguntas de la encuesta
- 3- Información y análisis de las respuestas recibidas
- 4- Algunos comentarios y conclusiones

1- El objetivo

El objetivo de la presente encuesta es tratar de conocer los daños ocasionados por la pandemia Covid-19 a las empresas de este sector de la región latinoamericana, las reacciones de los microempresarios en la búsqueda de soluciones y determinar posibles soluciones, para que logren vivir y no morir ante la crisis del Covid-19.

La dinámica económica por estos motivos es enorme y a menos de dos años de la irrupción de la pandemia estas reacciones fueron cambiando frecuentemente. En las respuestas se mezclan decisiones que fueron tomadas al principio de este periodo y otras un año después, lo que hace relativas las conclusiones, pero de todos modos eso mismo demuestra la flexibilidad en la gestión en este tipo de empresas.

2-Las preguntas de la encuesta

La encuesta se preparó con dos grupos de preguntas, el primero para definir el perfil y el contexto del encuestado y el segundo para conocer las consecuencias sufridas y acciones decididas para enfrentar los efectos de la pandemia, como por ejemplo problemas financieros, administración del personal, innovación de productos y servicios y otros.

Las siguientes son las preguntas de la encuesta.

Primer Grupo Respecto del perfil y contexto de los encuestados

El país de la empresa encuestada.

Si mantuvo abierta su actividad durante la cuarentena, aislamiento o confinamiento.

Actividad económica.

Que cantidad de empleados tiene.

Segundo grupo Orientadas a conocer las consecuencias y acciones decididas las siguientes preguntas

- 1.- Considera que la gerencia conoce adecuadamente su presupuesto de gastos fijos.
- 2.- ¿En la preparación del resumen de los gastos fijos participa de alguna manera un Contador Público?
- 3- ¿Con qué frecuencia tuvo acceso a un flujo de caja o presupuesto financiero durante la pandemia?
- 4- ¿Cómo ha cumplido con sus compromisos?
- 5- ¿Qué porcentaje de su personal suspendió por motivos de la pandemia?
- 6- ¿Qué porcentaje de su personal despidió por motivos de la cuarentena?
- 7- ¿Respecto a su nivel habitual de actividad económica?, ¿Qué nivel pudo realizar durante la Cuarentena o aislamiento?
- 8- ¿Considerando ese nivel de actividad que tuvo durante la cuarentena (o aislamiento) como 100% de ese 100%? ¿Qué porcentaje realizó en forma virtual, en línea o similar?
- 9- Antes de la cuarentena ¿Qué porcentaje de su actividad total era virtual, en línea o similar?
- 10- ¿Qué nivel de efectividad tuvo su gestión de cobranzas durante la cuarentena?
- 11- ¿Realizó promociones comerciales durante la cuarentena? Puede marcar sus dos principales.
- 12- ¿Cuál fue su nivel de compras durante la cuarentena, como porcentaje de su nivel de compra?
- 13- ¿Piensa que podrá continuar con su empresa / organización después de la pandemia?
- 14- ¿Cuáles son las causas por la que piensa que debe cerrar sus actividades?
- 15- ¿Cuáles son las áreas que supones tendrá que adecuar para poder reiniciar y continuar con la empresa / organización?
- 16- ¿Cuáles son los principales aspectos o medidas sobre lo que debería decidir? Puede marcar uno o dos sus principales.

17.- ¿Cuáles limitaciones (además de capital) tiene para reiniciar sus operaciones? Puede marcar una o dos.

18.- Considerando la situación actual, ¿Sobre qué aspectos de su organización piensa tendrá que realizar innovaciones, que necesiten ser implementadas, que garanticen continuidad y éxito en la operatividad? (puede marcar una o dos).

19.- ¿Cuáles son las políticas que piensa implementar, para minimizar el riesgo y garantizar eficiencia y productividad en las actividades que se realizan?

20.- Dentro de sus planes a corto y mediano plazo. ¿Ha considerado reinventarse para recuperar los volúmenes de negocios de su empresa, a los niveles que tenían antes de la pandemia?

3-Informacion y análisis de las respuestas recibidas

A continuación se presentan y comentan los resultados de las preguntas de la encuesta.

Del primer grupo de preguntas Respecto del perfil y contexto de los encuestados

1.País del encuestado

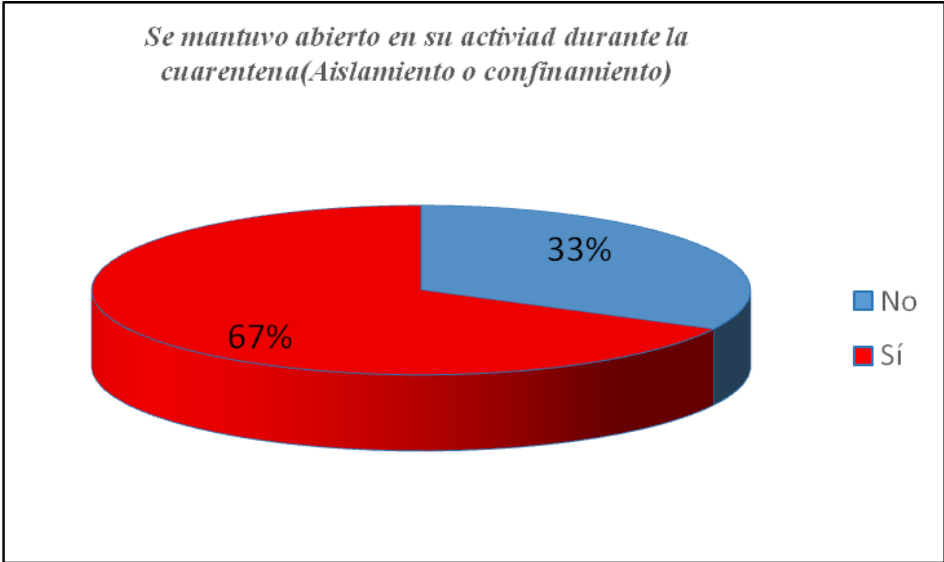
Se lograron 147 respuestas de 17 países incluyendo una de un país europeo.

Resultado difícil lograr la participación de microempresarios y colegas para responder la encuesta, quizás, debido a la complejidad de la situación pandémica y la preocupación y ocupación excluyente para solucionar los problemas nuevos que cada día se presentaban.

2. Se mantuvo abierto en su actividad durante la cuarentena (aislamiento o confinamiento).

La crisis económica derivada de la pandemia ha llevado a la suspensión total o parcial de las actividades productivas.

Como consecuencia del Covid19, gran cantidad de MiPymes, se vieron obligada a no realizar actividades comerciales y otras se mantuvieron abiertas: En este grafico podemos observar que el 67% se mantuvo abierto durante la cuarentena o confinamiento y el 33% no realizaron actividades comerciales.



A este resultado se lo puede interpretar al menos de dos maneras.

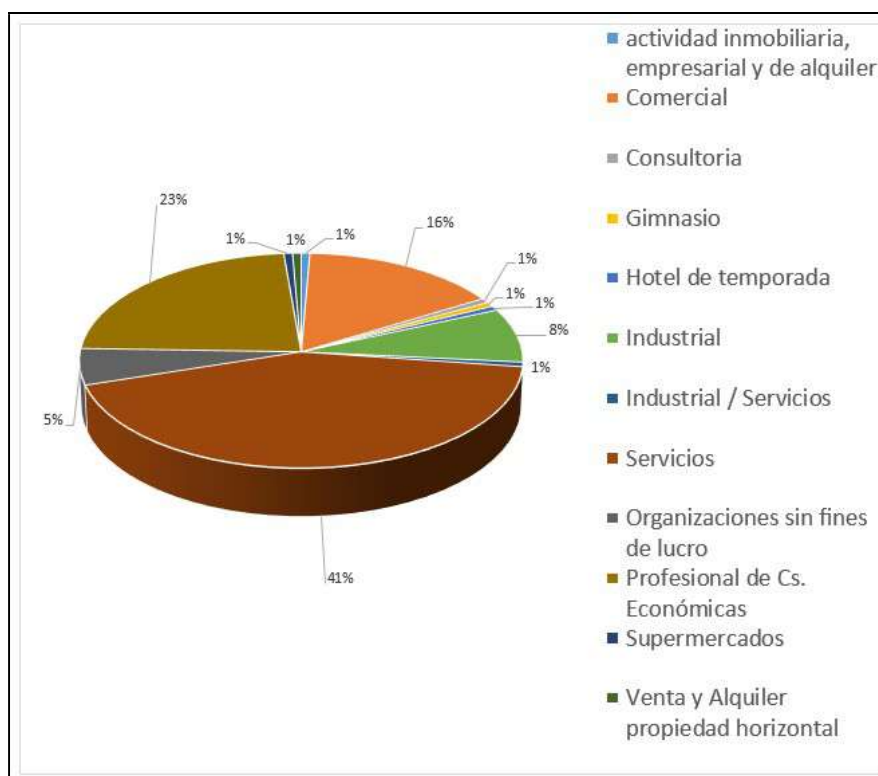
En primer lugar la situación del tercio que no tuvo actividad puede estar determinada por las restricciones de cada país. De acuerdo a lo que se conoce públicamente los países, en un principio, solo permitieron la apertura de empresas con las denominadas actividades esenciales, como farmacias, supermercados, otros y postergaron mucho en el tiempo la autorización de la apertura de la actividad de otros sectores, los que por distintos motivos cuando llego ese momento ya no estaban en condiciones de mantener sus actividades.

Otra conclusión es considerar que los dos tercios que mantuvieron actividades muestran un alto grado de decisión de enfrentar los problemas y tratar de sobrevivir, antes de tomar la difícil decisión de cerrar.

3. Actividad económica.

En los países de la región los sectores más afectados por la pandemia son el comercio mayorista y minorista; las actividades comunitarias sociales y personales; hoteles y restaurantes; actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler, y las manufacturas.

En esta gráfica se presentan las diferentes actividades económicas de las empresas que fueron encuestadas.



Se observan respuestas de 12 actividades distintas las que por algunas características similares se reagruparon de la siguiente manera, indicando en porcentaje la participación del total de respuestas.

Actividad	% de casos
Comercial	17
Industrial	8
Servicios en general	47
Organizaciones sin fines de lucro	5
Profesionales en Ciencias económicas	23
	100

4. ¿Qué cantidad de empleados tiene?

Cant. de empleados	%
0	6,85
1-5	37
6-10	22,6
11-20	10,96
21-30	4,79
31-50	5,48
+50	12,32
	100

Para una simplificación del perfil de las empresas que respondieron la encuesta y considerando los parámetros vigentes en los países de América se tomó como microempresas las que tienen hasta 10 empleados, como pequeña hasta 50 empleados y más de 50 como mediana., no se incluyen encuestas de empresas grandes

De acuerdo a esto el perfil de las empresas que respondieron se pueden agrupar del siguiente modo:

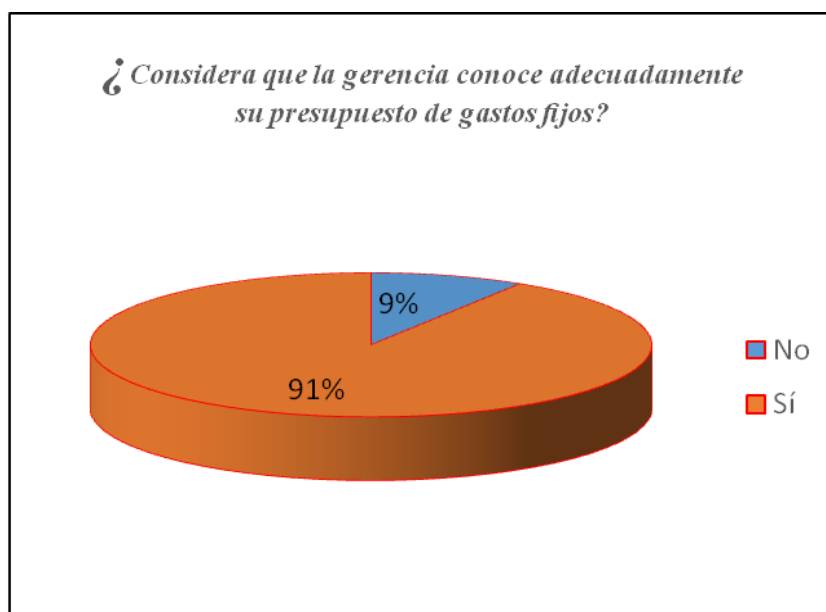
Micro sin empleados	6,85
Micro con empleados	59,60
Pequeñas	21,23
Mediana	12,32
	100

Del segundo grupo Orientadas a conocer las consecuencias y acciones decididas las siguientes preguntas

1-¿Considera que la gerencia conoce adecuadamente su presupuesto de gastos fijos?

Es de fundamental importancia que las empresas tengan control de sus gastos fijos, en vista de que son esenciales para establecer precios, ya que no se puede fijar un precio si no se cuenta con la información de cuánto cuesta producir el producto o brindar el servicio. Son útiles para fijar objetivos acerca de cuánto se puede ganar con la venta del producto o el servicio y/o el nivel o volumen de los negocios.

De acuerdo a los resultados de esta encuesta se observa que el 91% de las empresas conoce su presupuesto de gastos fijos y el 9% de no conocen sus gastos fijos.



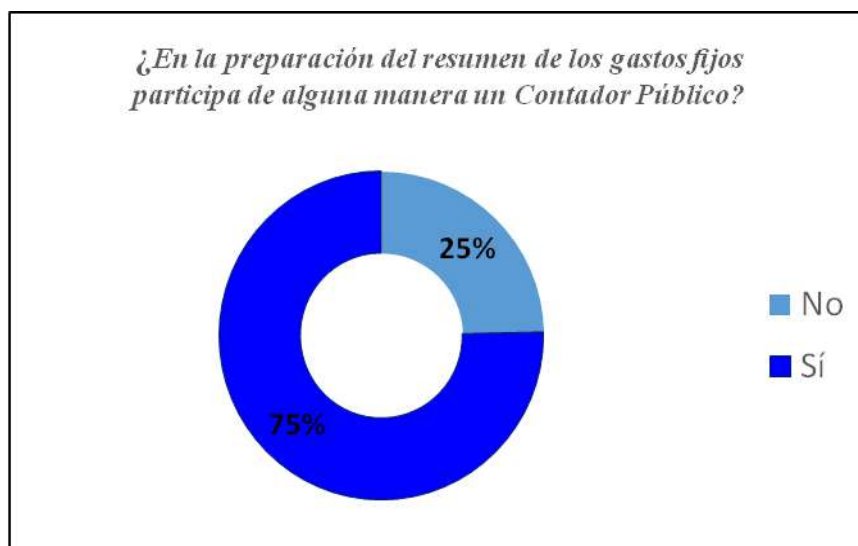
El porcentaje de casos en los que el empresario dice conocer sus gastos fijos es alto, aunque se debe considerar que responde con sus conocimientos y criterios de que son los gastos fijos.

2-¿En la preparación del resumen de los gastos fijos participa de alguna manera un Contador Público?

Tener un negocio representa un reto para cualquier empresario. Muchas veces, por el afán de controlar todos los aspectos de la empresa, o simplemente por ahorrar en costes de operación, se elige modificar áreas que no son precisamente las más fuertes.

El asesoramiento de un contador te permite contar con información financiera oportuna adecuada, confiable y útil para sustentar la toma de decisiones y para controlar los resultados.

En esta gráfica se observa que las empresas encuestadas conocen sus gastos fijos, porque cuentan con la participación de una o de otra con la asistencia de una profesión de la contabilidad.



Se reitera el concepto de la pregunta anterior, por la cual se expresa que responden con su concepto de gastos fijos, la importancia que le dan y que tipo de participación tiene el profesional.

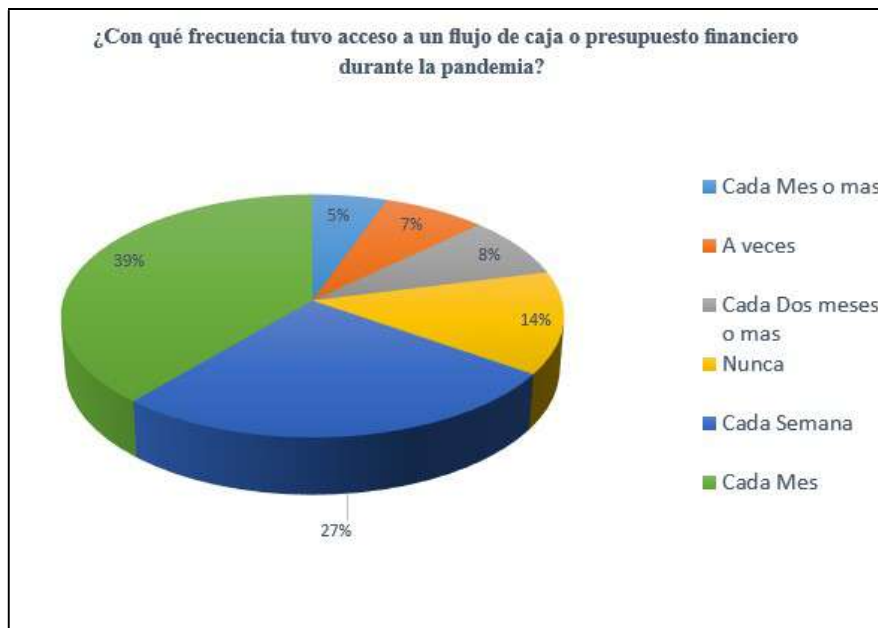
Estas respuestas de alguna manera reflejan su grado de conformidad a la información que disponen.

3-¿Con qué frecuencia tuvo acceso a un flujo de caja o presupuesto financiero durante la pandemia?

Las consecuencias de los problemas en el flujo de efectivo puede hacer que sobreviva o quiebre una empresa; por eso es un gran error no controlar el saldo de caja y los flujos de efectivo. Cuando el pequeño empresario se enfrenta a un faltante de efectivo, recurre a fondos propios, retrasa los pagos a proveedores o empleados, agiliza la cobranza de cartera, etc.

Para evitar estos problemas, las pymes necesitarán establecer objetivos claros y concretos.

Los resultados de esta encuesta muestran la frecuencia que una MiPymes, tuvo acceso a un flujo de caja, un 39% de las empresas realizan lo realizaron cada mes, el 27% cada semana, el 14% nunca lo realizaron, el 8% lo realizo cada dos meses o más, el 7% lo realizo a veces y el 5% cada mes o más.



Frecuencia	%
Cada Semana	27
Cada Mes	44
Cada dos Meses	8
A veces	7
Nunca	14

Se puede observar que aun en circunstancias tan especiales y malas para la actividad económica, lo que origino importantes problemas financieros, un 14% de los casos no hizo nunca un cuadro financiero y un 7% lo utilizo solo a veces.

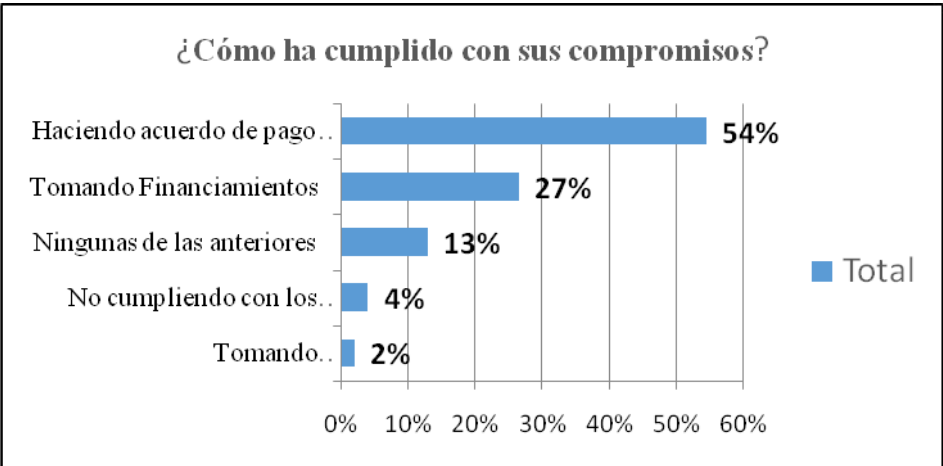
Apenas el 27 % gestionó con un cuadro financiero semanal.

El grupo de respuestas mas numerosa es de los que preparan un cuadro financiero con una frecuencia mensual, es el 44% de los casos, el microempresario deberia reflexionar si esa frecuencia le permite una adecuada gestion financiera, y seria bueno que esta tarea la realice conjuntamente con un profesional.

4-¿Cómo ha cumplido con sus compromisos?

Como consecuencia de la pandemia, para las empresas lograr cumplir con sus compromisos y mantenerse en el mercado, tuvo que hacer acuerdos con los proveedores para posponer la deuda contraída o se ha visto obligada en algunos casos a tomar financiamientos para cumplir sus compromisos.

En los resultados obtenidos se observa que un 54% de las Mipymes encuestadas realizaron acuerdos de pago con los proveedores, un 27 % tomaron financiamientos para cumplir sus compromisos, el 13% no tuvo necesidad de hacer acuerdos de pagos, ni tomar financiamientos para cumplir sus compromisos, el 4% no pudo cumplir con sus compromisos y el 2% hizo acuerdos con los proveedores y también tomo financiamientos para cumplir sus compromisos.



La mayoría de los casos, el 54% hizo acuerdos de pago con los proveedores, lo que significa la flexibilidad y aceptación de la situación por ambas partes, deudores y acreedores y el 31%, 27% más el 4%, accedió a financiamientos.

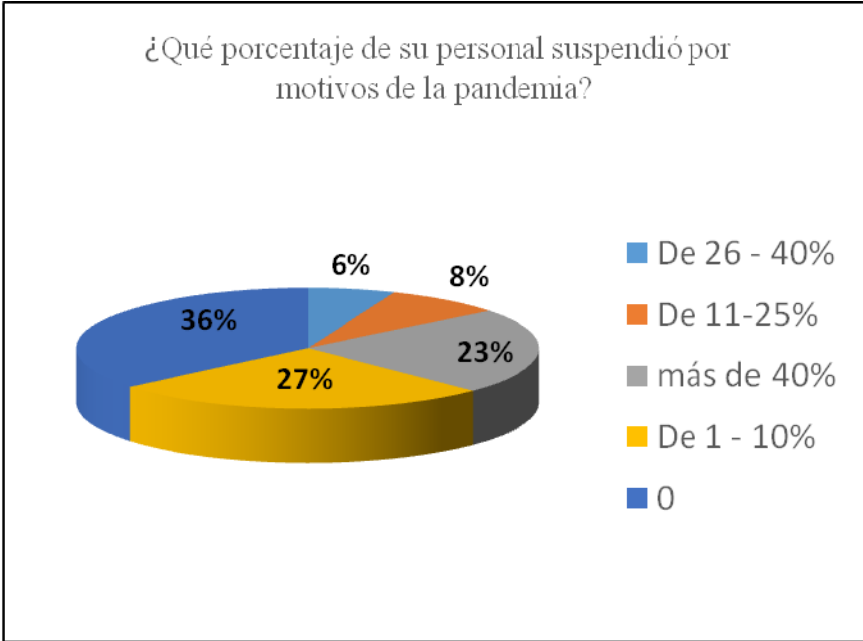
Sumando los casos en los que hubo acuerdos , 54%, los que tomaron financiamientos en entidades financieras comunes 27% y los que tomaron financiamientos con condiciones especiales 2% se determina un total, del 83%, lo que representa la importancia de la

cuestión financiera en la gran mayoría de los casos y también como los actores económicos, acreedores, proveedores, deudores y clientes comprendieron que debían flexibilizar la posiciones y acordar soluciones como un puente en el tiempo hasta un momento mejor.

5-¿Qué porcentaje de su personal suspendió por motivos de la pandemia?

La pandemia ha provocado una gran disminución en las ventas a las mayorías de las Micro, mediana y pequeñas organizaciones, lo que ha ocasionado suspensión y despido masivo de los empleados. Empresas y trabajadores de todas partes del mundo se han visto afectados por la crisis causada por la COVID-19. A continuación se presentan los resultados obtenidos de las empresas encuestada sobre el personal suspendidos y del personal despedido.

Los resultados de esta encuesta muestran que, el 36 % de las empresas no suspendió sus empleados, el 27% de las empresas suspendió de 1 al 10% de sus empleados, el 23% de las empresas suspendió más del 40% de los empleados, el 8% de las empresas suspendió de un 11 a 25% de sus empleados y el 6% suspendió de 26 al 40% de sus empleados.

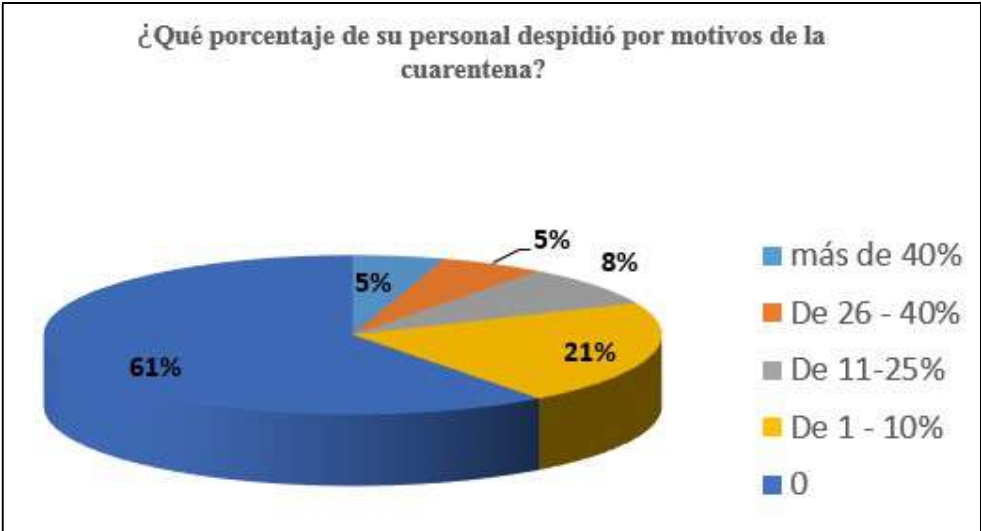


Es importante destacar que en un periodo durante el cual se produjo tanta desocupación y aumento de la pobreza, en este sector, hubo un 36% de los casos que en ningún momento suspendió a su personal, ya sea que desarrollar una actividad esencial no cesó su actividad como en los casos en que cesaron su actividad por lapso prolongados mantuvieron a su personal con las erogaciones que estos significan con el bajo nivel de actividad económica.

En el otro extremo, un 23 % de los casos debió suspender a más del 40% de su personal pagando distintos porcentajes del total del salario.

6- ¿Qué porcentaje de su personal despidió por motivos de la cuarentena?

En los resultados se observa que, el 61% de las empresas no despidieron su personal, el 21% de las empresas despidió de 1 al 10% de sus empleados, el 8% de las empresas despidió más del 26 al 40% de los empleados, el 8% de las empresas despidió de un 11 a 25% de sus empleados y el 5% despidió del 26 a más del 40% de sus empleados.



Al igual que en la pregunta anterior cabe destacar que en el 61% de los casos no se despidió personal, lo que podría interpretarse en general como una conducta a mantenerse en la actividad dejando de lado la opción de cerrar sus empresas.

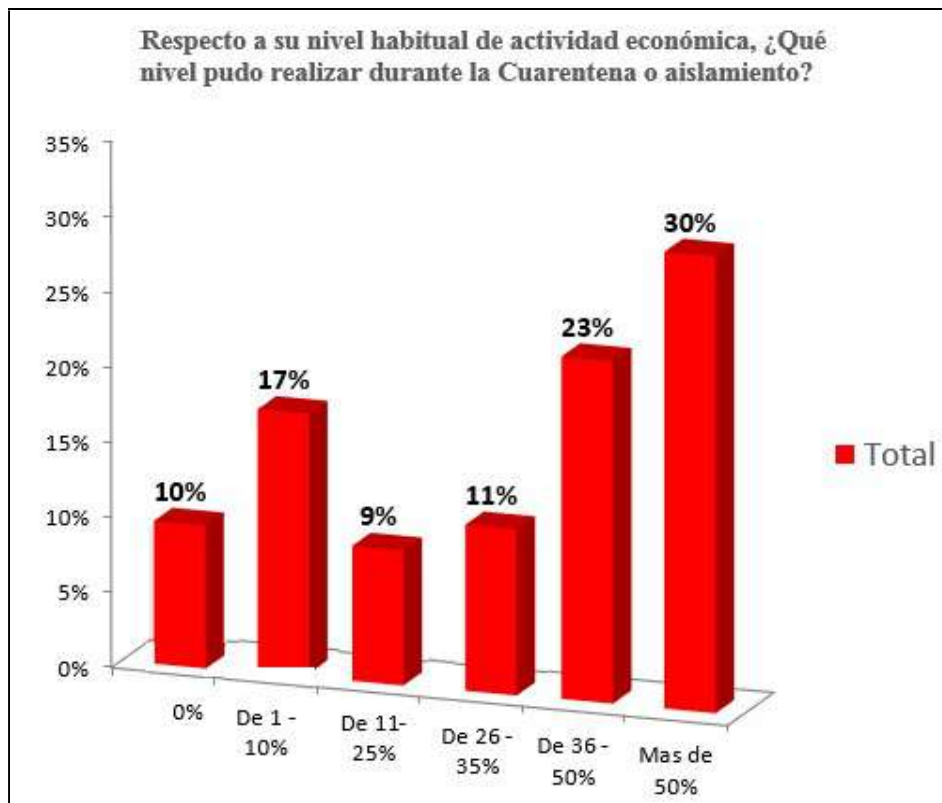
En el otro extremo de la gestión solo el 5% despidió a más del 40% de su personal.

7- ¿Respecto a su nivel habitual de actividad económica?, ¿Qué nivel pudo realizar durante la Cuarentena o aislamiento?

La crisis económica derivada de la pandemia ha llevado a la suspensión total o parcial de las actividades productivas de las Pymes.

El impacto es muy diferente según el sector y el tipo de empresa. En varios de los sectores fuertemente afectados, como el comercio y los hoteles y restaurantes, participan una gran cantidad de microempresas y pequeñas empresas, que son las más golpeadas.

Los resultados de la encuesta muestran que el 30% de las Mipymes encuestadas realizó un 50% de la actividad económica durante la cuarentena o aislamiento, el 23 % de las empresas realizó de un 36 a 50% su actividad económica, el 17%, realizó de un 1 a 10%, el 11% realizó actividades de un 26 a 35%, el 10% de las empresas realizó un realiza actividad económica y el 9% realizó de 11 a 25% de su actividad comercial.

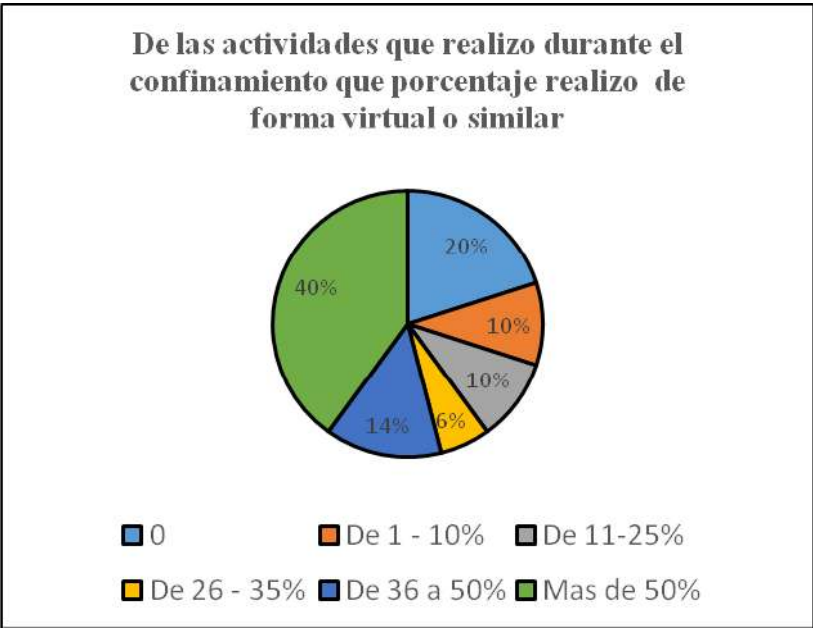


De acuerdo a esto solo el 30% de los casos pudo superar la mitad de su nivel habitual de actividad y en el otro extremo de situación el 27% de los casos tuvo actividad económica menor o igual al 10% de su nivel habitual o menos lo es un signo de los graves daños causados por la pandemia y/o las políticas de aislamiento por políticas sanitarias.

8- ¿Considerando ese nivel de actividad que tuvo durante la cuarentena (o aislamiento) como 100% de ese 100%? ¿Qué porcentaje realizó en forma virtual, en línea o similar?

La pymes durante y después del confinamiento para sobrevivir el impacto causado por la pandemia del COVID-19, han tenido que recurrir al uso intensivo de herramientas digitales para implementar el teletrabajo, realizar compras y ventas en línea, así como gestionar procesos de producción de forma remota.

Para seguir realizando las actividades comerciales durante el confinamiento, las Mipymes tuvieron que hacerlo de forma virtual. Si observan los resultados de la encuesta que dieron como resultados lo siguiente: más del 40% de la empresa encuestadas utilizaron sus actividades más del 50% de sus actividades, el 20% de las empresas no realizo actividades de forma virtual , el 14% de las empresas realizo sus actividades de un 36 a 40 % de forma virtual, el 10% de la empresas la realizaron de un 10 a 25% de forma virtual y el 6% de las empresas realizaron sus actividades de un 26 a 35% de forma virtual.



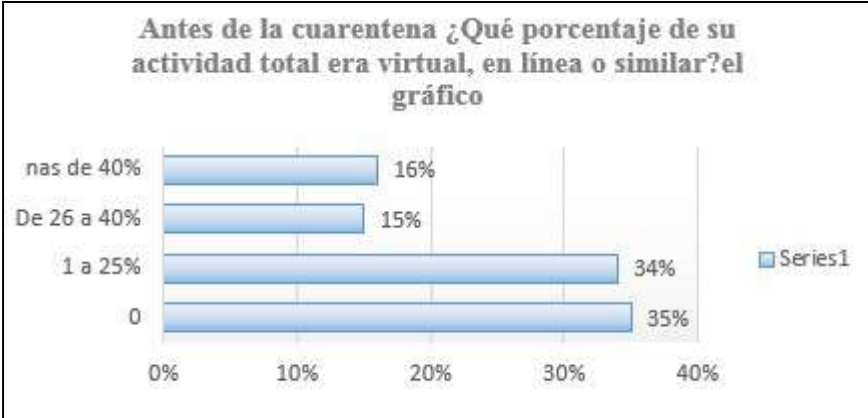
Se observa que solo en el 20% de los casos no incorporo las operaciones en forma virtual y en más del 40% de los casos sus operaciones en forma virtual superaron el 50%, pudiéndose interpretar esto como una adaptación a las nuevas circunstancias de la pandemia y una forma de evitar o disminuir las consecuencias del asilamiento.

Actividad	%
0%	20
1-10 %	10
11-25 %	10
26-35 %	6
36-50	14
Mas de 50%	40

Se observa más claramente cuando se compara estos resultados con los de la siguiente pregunta mediante la cual se trató de conocer la situación pre pandemia.

9- Antes de la cuarentena ¿Qué porcentaje de su actividad total era virtual, en línea o similar?

Antes de la Pandemia las Pymes, realizaban de forma limitada las actividades comerciales de forma virtual. En los resultados de la encuesta se observa que el 35% de la Mipyme encuestada no hacía uso de la virtualidad en la realización de actividades, el 34% de las empresas hacía sus actividades de forma virtual de un 1 a 25% forma virtual, el 16% de las empresas usaba en sus actividad de más del 40% de forma virtual, el 14% hacía uso de virtualidad de un 26 a 40 % y el 1% hacía uso en sus actividad de un 26 %.



De acuerdo a esto en la situación habitual pre pandemia el 35% de los casos no tenía operacional una en forma ritual y apenas el 16% superaba el 40% de sus operaciones de esta forma

Actividad	%
0%	35
1-25 %	34
26-40 %	15
Mas de 40%	16

Se puede analizar la evolución provocada por la pandemia comparando estos resultados con los de la pregunta anterior

En Pandemia Pre pandemia

Actividad	%	Actividad	%
0%	20	0%	35
1-10 %	10	1-25 %	34
11-25 %	10	26-40 %	15
26-35 %	6	Mas de 40%	16
36-50	14		
Mas de 50%	40		

Se observa que:

-Antes de la pandemia el 35% de los casos no realizaba operaciones en forma virtual durante la pandemia esto bajó al 20%.

- Antes de la pandemia solo en el 16% de los casos se realizaba más del 40% de sus operaciones en forma virtual y durante la pandemia en el 40% de los casos se realizaba aún más del 50% de sus operaciones en forma virtual.

Resulta claro la dedicación de las Mipymes a incorporar distintos procesos de virtualización como una alternativa para recuperar nivel de actividad económica, y en términos lógicos se puede pensar que este tipo de operaciones ya son un nuevo canal de ventas para muchas de las Mipymes y las que ya lo tenían seguramente lo enfatizaron.

10- ¿Qué nivel de efectividad tuvo su gestión de cobranzas durante la cuarentena?

Nivel de efectividad	%
0	13,89
1-10	17,36
11-25	14,58
25-40	20,14
+40	34,03
	100

Se observa que prácticamente los dos tercios de los casos no alcanzo a tener una efectividad de cobranzas del 40%, es decir que su recupero de créditos estuvo por debajo del 40%, debiéndose reconocer a esta falta de cobranza como una de las importante causa de los problemas financieros de las empresas.

11- ¿Realizó promociones comerciales durante la cuarentena? Puede marcar sus dos principales.



Las acciones comerciales para recuperar actividad, son diversas, observándose llamativamente en el 46% de los casos no emprendió ninguna acción, mientras casi en el 19% de los casos las acciones se orientaron a descuentos comerciales y financiero, en poco

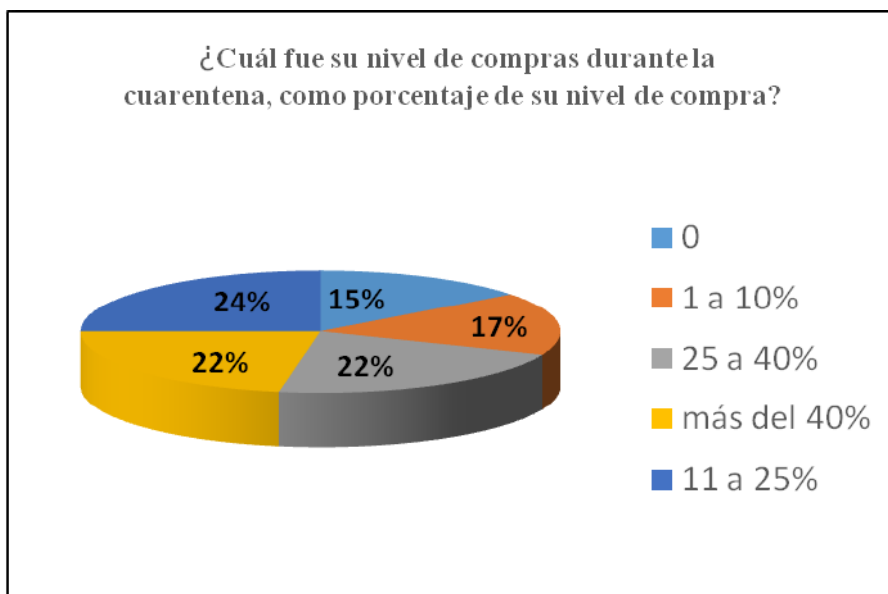
más del 27% de los casos se trató de recuperar el nivel de operaciones ofreciendo nuevos productos y servicios y en aproximadamente del 8% se gestionaron acciones que combinaban descuentos de distintos tipos con el ofrecimiento de nuevos productos y servicios.

Los datos del cuadro anterior se pueden presentar resumidamente de la siguiente manera:

Promoción	%
Ninguna promoción	46
Descuentos comerciales o financieros	19
Descuentos comerciales y financieros	8
Mejora de producto y servicio	27

12- ¿Cuál fue su nivel de compras durante la cuarentena, como porcentaje de su nivel de compra?

Durante esta situación sin precedentes, las mayorías de la Mipymes han visto disminuir las ventas, lo que ha generado, como consecuencia una disminución en las compras a los proveedores. Se observa en los resultados de las empresa encuestada en el confinamiento o cuarentena, el 25 % de las empresas realizo compras de un 11 a 25%, el 22% de las empresas realizaron un nivel de compras por del 25% a más del 40%, el 17% de las empresas realizo compras entre 1 a 10% y el 15% de las empresa no realizó ninguna compras.

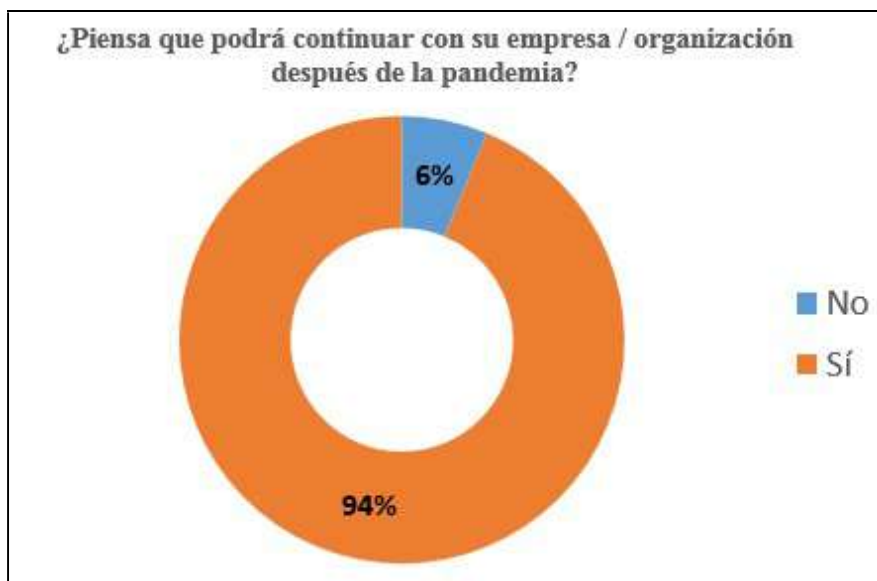


Se observa que en el 78 % de los casos su nivel de compras era inferior o igual al 40% de su nivel de la pre pandemia, lo que puede estar indicando por un lado la baja de la actividad económica y por otro que la actividad económica se enfrentó realizando o vendiendo los inventario que se tenían antes de la pandemia evitando el endeudamiento.

% Compras	% Casos
0	15
1 a 10	17
11 a 25	24
26 a 40	22
Mas de 40	22

13- ¿Piensa que podrá continuar con su empresa / organización después de la pandemia?

Las MiPymes han cerrado total o parcialmente sus negocios como resultado de la crisis económica originada por la pandemia. En este aspecto se puede observar que las empresas encuestadas señalan que el 94% de las empresas piensan continuar con su empresa y el 6% no continuara con la empresa después del Coronavirus.



Este resultado demuestra por un lado cierto optimismo ante la situación de la pandemia, pero en forma especial una firme convicción de seguir enfrentando el problema y mantener su proyecto económica.

14- ¿Cuáles son las causas por la que piensa que debe cerrar sus actividades?

Esta pregunta solo la contestaron en los casos en que contestaron con NO la pregunta anterior, es decir el total de estas respuesta es el 6% de la anterior.

Necesitaría hacer grandes reforma que no deseo hacer	1,32%
Cansancio de los problemas de la actividad	2,63%
Falta de apoyo estatal	7,89%
Falta de rentabilidad	10,53%
Falta de financiamiento	14,47%
Otros	63,16%
Grand Total	100,00%

Los resultados demuestran una gran diversidad de motivos por los cuales cesarían en su actividad. Se puede destacar que el 32,89 %, de los casos, 7,89 más 10,53 más 14,47, de

esto solo el 6% podrían revertir su decisión si fuera posible contar con más ayuda estatal y/o financiamiento accesible.

15- ¿Cuáles son las áreas que supones tendrá que adecuar para poder reiniciar y continuar con la empresa / organización?

La pandemia ha tenido un impacto en las MiPymes, la gran mayoría ha tenido que realizar cambio muy significativo en su estructura organizativa y financiera ha visto la necesidad de reinventarse para lograr continuar operando. En los resultados se ven que de las empresas encuestadas, el 16% señala que necesita adecuar todas las áreas para reiniciar y continuar con la empresa, el 21 % necesita revisar todas las áreas de la entidad, el 20%, incorporar más servicios para apoyar las ventas, 17% requiere visualización de procesos, 15% no necesita hacer ningún cambio y el 14% incorporar nuevos.



La gran variedad de motivos muestra que después de la pandemia prácticamente todas las empresas deberían hacer un replanteo general, incluso modificar más de un aspecto de su gestión.

16- ¿Cuáles son los principales aspectos o medidas sobre lo que debería decidir? Puede marcar uno o dos sus principales.

Reducción de gastos/ Mejorar la Administración	0,76%
Reducción de gastos/ Mejorar la Administración/ Virtualización de procesos	0,76%
Reducción de gastos, Financiamiento a clientes	0,76%
Financiamiento a clientes/ virtualización de procesos	0,76%
Reducción de gastos, Generar nuevos productos / servicios, Financiamiento a clientes	0,76%
Generar nuevos productos / Servicio /Mejorar Administracion	0,76%
Reducción de gastos, Generar nuevos productos / servicios, Mejorar la administración, visualización de procesos	0,76%
Generar nuevos productos / servicios, Mejorar la administración, visualización de procesos	0,76%
Reducción de gastos, Mejorar la administración	0,76%
Reducción de personal, visualización de procesos	0,76%
Reducción de gastos, visualización de procesos	0,76%
Reducción de personal/ Financiamiento a clientes	0,76%
Reducción de personal, Generar nuevos productos / servicios	0,76%
Generar nuevos productos	1,52%
Reducción de personal, Mejorar la administración, visualización de procesos	1,52%
Generar nuevos productos / servicios, Financiamiento a clientes	1,52%
Generar nuevos productos / servicios, visualización de procesos	2,27%
Financiamiento a clientes	3,03%
Mejorar la administración, visualización de procesos	3,03%
Generar nuevos productos / Servicio /Virtualización de procesos	3,79%
Reducción de personal/ Reducción de gastos	4,55%
Reducción de personal	4,55%
Reducción de gastos, Generar nuevos productos / servicios	6,06%
visualización de procesos	6,82%
Mejorar la administración	8,33%
Reducción de gastos	17,42%
Generar nuevos productos / servicios	25,76%
Grand Total	100,00%

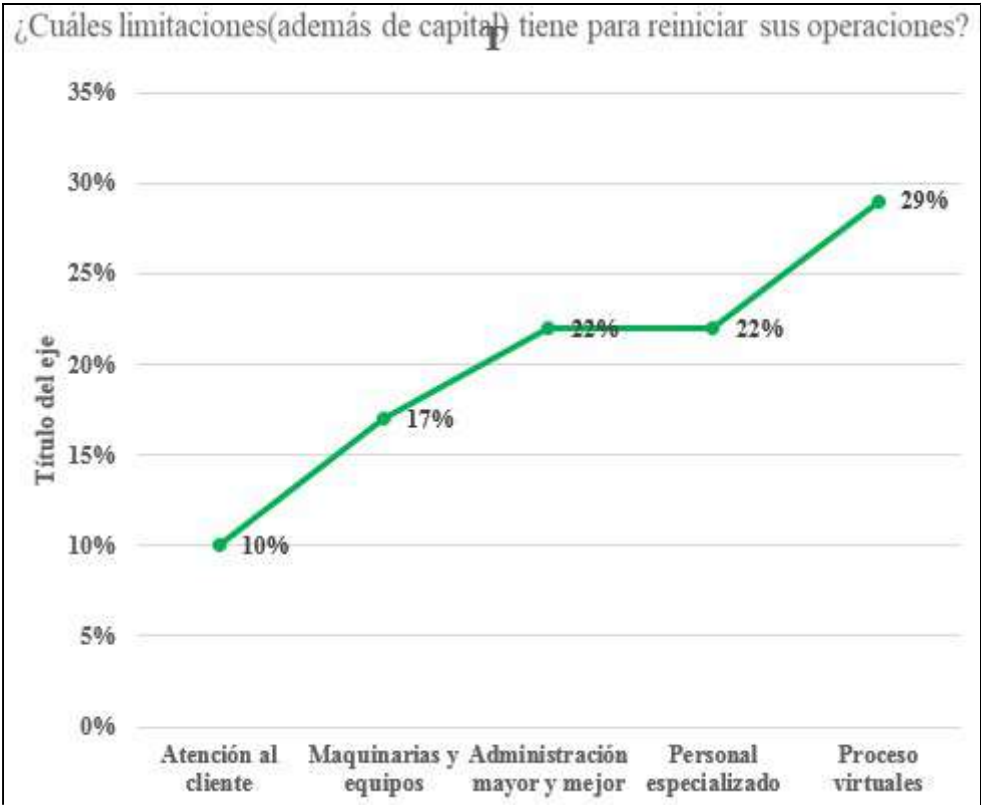
Al igual que en la pregunta anterior es grande la diversidad de aspectos a replantearse, por lo que se concluye de la misma manera, que muchos cambios originados por la pandemia quedaron como habito y que habrá que analizar prácticamente todos los aspectos de la empresa para decidir el perfil de la empresa pos pandemia.

Cada microempresario debería hacer este replanteo y definir su particular plan o formular la modificación de los aspectos que considere mejor para sus objetivos.

17.- ¿Cuáles limitaciones (además de capital) tiene para reiniciar sus operaciones? Puede marcar una o dos.

La Pandemia ha obligado a las MiPymes a analizar todas las áreas para identificar sus debilidades y necesidades y lograr mantenerse en el mercado y ser competitiva.

Los resultados de las empresas que participaron en la encuesta señalan que el 29% de las empresas tienen limitaciones en los procesos virtuales, el 22% necesita personal especializado y administración mayor y mejor, el 17% necesita maquinarias y equipos y el 10% tiene limitaciones en la atención al cliente.



Los aspectos de atención al cliente, maquinarias y equipo y proceso virtuales en conjunto alcanzan al 56 % de los caso y son aspecto vinculados a la innovación de productos, servicios y forma de relacionarse con el cliente.

Es importante destacar que en el 22% de los casos se admite que su administración necesariamente debe mejorarse

18.- Considerando la situación actual, ¿Sobre qué aspectos de su organización piensa tendrá que realizar innovaciones, que necesiten ser implementadas, que garanticen continuidad y éxito en la operatividad? (puede marcar una o dos).



Al igual que en las respuestas de preguntas anteriores la diversidad de aspectos de la organizaron sugiere la necesidad de un replanteo general y se observa una especial preocupación por el producto y los servicios que en conjunto alcanzan al 41,22 de los casos.

Al igual que en la pregunta anterior las respuestas indican claramente la prioridad que le dan a los aspectos comerciales, productos, servicios y mejores precios.

19.- ¿Cuáles son las políticas que piensa implementar, para minimizar el riesgo y garantizar eficiencia y productividad en las actividades que se realizan?

En esta pregunta se dio la posibilidad de que el encuestado responde libremente sin elegir opciones predeterminadas como en las anteriores.

Las respuestas obtenidas son muy variadas y muy distintos en términos de análisis detallado, aunque si se observa una fuerte orientación a reinventarse en las cuestiones comerciales, producto, servicios y determinación del mercado en el que se desenvolverán y también la inclusión de la cuestión de tecnología para estos aspectos.

20.- Dentro de sus planes a corto y mediano plazo. ¿Ha considerado reinventarse para recuperar los volúmenes de negocios de su empresa, a los niveles que tenían antes de la pandemia?

La crisis causada por la pandemia, aceleró el proceso de revisión a lo interno y externo de las MiPymes, para hacer planes a corto y mediano plazo, reinventarse, para lograr los volúmenes de ventas requeridos para mantenerse en el mercado.

En los resultados de la encuestas se observó que el 87% de las empresas ha considerado la necesidad de reinventarse para recuperar los volúmenes de negocio de negocios de la empresa y el 13% de las empresas no están dispuestas o no tienen las posibilidades para reinventarse para mantenerse en el mercado.



El altísimo porcentaje de respuesta que indican la posible decisión de reinventarse es un indicador de los grandes cambios que serán originados por la pandemia y también de la firme decisión de mantener el proyecto económico

4- Algunos comentarios y conclusiones

Al analizar las informaciones de los resultados de las encuestas, se observan las evidencias de los efectos que han sufrido las MiPymes a causa de la pandemia, y también se pueden conocer sus decisiones para enfrentarla..

La crisis económica generada por la enfermedad del coronavirus (COVID-19) ha afectado a todas las empresas en especial a las MiPymes, por tener niveles productivos y financieros con mayor vulnerabilidad y que los efectos sufridos son una dura prueba para su adaptabilidad

Durante el confinamiento muchas MiPymes se vieron obligadas a cerrar, mientras que otras cesaron sus operaciones de manera parcial. En ese aspecto los resultados de esta encuesta

muestran que si bien el 67% de las empresas encuestadas se mantuvieron abiertas, el 33% se mantuvo cerrada.

Desde que comenzaron las restricciones a la actividad económica por la pandemia a la fecha de esta presentación transcurrió casi un año y medio. Durante este periodo las medidas sanitarias y sus consecuencias económicas fueron muchas y variadas, lo que origina que el contexto fuera cambiando frecuente y sostenidamente.

Esta encuesta fue preparada al comienzo de este periodo de restricciones y por cuestiones obvias no se podía cambiar constantemente. De todos modos las respuestas pueden considerarse representativas de la realidad aunque, si se implementara a la fecha, una encuesta similar, se harían algunas preguntas nuevas lo que permitiría también algunas reflexiones más.

De todos modos los resultados de la presente permiten conocer y concluir sobre muchos aspectos de la realidad económica del sector del micro pequeñas y medianas organizaciones.

A continuación se realiza algún comentario sobre los resultados presentados.

En el punto 1 del primer grupo, se verifica que se obtuvieron respuestas de 17 países incluyendo una de Italia lo que permite pensar que, al menos en este aspecto es muestra representativa del ámbito interamericano.

En la pregunta 4, del primer grupo, cantidad de personal, se indica que se obtienen respuestas de empresas que mayoritariamente son micro, más del 66% de los casos tienen hasta 10 empleados y más del 77 % tienen hasta 20 empleados. Esto reitera las estadísticas del continente americano respecto que la gran mayoría son microempresas.

Las respuestas de las siguientes preguntas 1, 2 y 3 permiten conocer un grado de conformidad respecto a la disposición de información de gastos, financiamientos y de la participación del profesional en la preparación de la misma. En el 91 % de los casos responde que conocen adecuadamente los gastos fijos y en el 21% que nunca o solo a veces prepararon un cuadro financiero.

Conociendo la importancia de estos temas para la gestión y sobrevivencia de las empresas y conclusiones de muchos estudios profesionales respecto del bajo o nulo nivel de la administración de estas empresas, se puede concluir que, con la intención de que el Microempresario tome conciencia de sus limitaciones en estos temas, uno de los desafíos de los Contadores Públicos es explicarles la importancia de los mismos,, que hay mejores formas para preparar, la información de este tipo y que el profesional está en condiciones de apoyarlos en este sentido.

En la pregunta 4 del segundo grupo, se muestra la importancia excluyente de la cuestión financiera y los esfuerzos de la gestión para superar los efectos de la pandemia y mantener el proyecto económico, en el 83% de los casos se solucionaron estos problemas celebrando acuerdos con sus acreedores y/o tomando financiamiento.

En las preguntas 5 y 6, del segundo grupo, se observan datos que indican algunos aspectos muy positivos de la conducta de los empresarios de este sector, quizás por estrecha vinculación personal con su proyecto económico y/o por solidaridad con sus empleados, quienes lo acompañan.

En el 36% de los casos no hubo suspensiones del personal y en el 61% no hubo despidos.

En el 63% de los casos las suspensión del personal no superaron el 10% del personal y en el 82% de los casos los despidos no superaron el 10% del mismo.

En la pandemia todos tienen problemas económicos y financieros, incluyendo el personal que por su nivel económico quizás, sean los más sensibles en este sentido. Estos porcentajes indican un fuerte apoyo para transitar la pandemia con la intención de disminuir al máximo los daños económicos del personal.

Estos daños económicos fueron muy fuertes para estas empresas. En la pregunta 7 del segundo grupo, se muestra que durante la pandemia el 36% de los casos no superó el 25% de su actividad habitual y que el 70% no superó la mitad de su actividad habitual entendiendo que sus compromisos y gastos casi se mantuvieron en los mismos niveles de la pre-pandemia.

Con las respuestas de las preguntas 8 y 9 del segundo grupo, se puede observar el avance de la virtualización en las empresas. Antes de la pandemia el 35% de las empresas no tenían actividad virtual y durante la pandemia ese porcentaje bajó al 20%. Antes de la pandemia el 69% de los casos no superaba el 25% de su actividad en forma virtual, durante la pandemia solo el 40% no superaba ese porcentaje.

Antes de la pandemia solo el 16% tenía actividad virtual mayor al 40% y durante la pandemia el 40% superaba el 50% de su actividad en forma virtual.

En las preguntas 13 y 14 del segundo grupo, se observa una clara decisión de los microempresarios para tratar de continuar con su proyecto económico, ya que solo el 6% expresó que pensaba en cerrar su empresa y según la opinión de esa minoría casi el 33% de los motivos son la falta de apoyo estatal.

Considerando que los estados ofrecieron ayuda de todo tipo y en importantes cantidades, cabe preguntarse qué sucedió con esa ayuda.

Las respuestas posibles orientan a pensar que hay uno o más problemas de eficiencia que impiden el acceso de estas empresas a las ayudas que supuestamente están disponibles para ellas y también se puede suponer que los requisitos impuestos para lograr el acceso a esa ayuda no son o no pueden ser cumplidos por estas.

Los contadores públicos como especialistas en este sector económico podrían ser consultados por las autoridades a los efectos de encontrar las formas de que estas ayudas lleguen en forma más generalizada a estas empresas haciendo su decisión de ayuda más eficiente

En las preguntas 15 a 18 del segundo grupo, se observa que el replanteo del proyecto económico es o será generalizado después de la pandemia y que muchos de los cambios realizados serán nuevos hábitos. La gran diversidad de aspectos distintos que deberán replantearse son claros indicadores de la preocupación de que el análisis para determinar los cambios necesarios debe ser general e integral.

Las respuestas de la pregunta 19 del segundo grupo, confirman esta sensación del necesario replanteo general de estas empresas, estructura, administración, innovación y otros aspectos mencionados en las respuestas del presente. Esto se complementa adecuadamente con las respuestas de la última en las que se indica que el 87% de los casos responden afirmativamente respecto de la decisión de realizar un replanteo general de sus empresa para continuar y mejorar su proyectos.

De los resultados de las preguntas mencionadas surge claramente aspectos importantes que revelan algunas las necesidades de las MiPymes como los siguientes:

-Analizar todos los procesos para adecuarlos a las necesidades de la empresa.

-Implementar la virtualidad en todas las actividades o procesos (administrativos, financieros, productivos y servicios al cliente)

- Contar con personal capacitados y comprometido.
- Conocer sus costos y gastos fijos y mantener el control de los mismos
- Contar con los servicios tercerizados del TI, para hacer usos de las herramientas virtuales requeridas.
- Contar con los servicios de un contador público para tener informaciones financieras confiables y oportunas para tomar decisiones que permitan lograr los beneficios esperados.

En los anteriores comentarios y en especial de las respuestas de la pregunta 20, del segundo grupo, cuya respuesta era libre sin opciones predeterminadas, se observan claramente algunos signos en la dirección y gestión económica de las empresas de este sector que pueden considerarse directa consecuencia de la pandemia, algunos de los cuales son los siguientes:

- Los problemas financieros atendidos con la pericia de estos empresarios, que con su típico pragmatismo encontraron diversa soluciones.
- La necesidad de un replanteo de la ayuda estatal de modo que las eficaces decisiones gubernamentales sean también eficientes, y se logre un acceso más generalizado por parte de sus destinatarios, que son las Mipymes, en especial flexibilizando los requisitos.
- La incorporación de la tecnología a la actividad económica. Durante estos periodos de la pandemia, fue utilizado casi como recurso excluyente, y generó la convicción de que debe mantenerse y aumentarse en el futuro.

- Del mismo modo la innovación en los productos y servicio permitió recuperar nivel de actividad económica y también generó la convicción de los efectos positivos de mantener el hábito de la innovación considerando lo que espera o necesita el cliente.

Finalmente, cabe destacar, al menos, dos características importantes de los empresarios de este sector, que con la responsable conducta social de estos empresarios que decidieron bajos niveles de suspensión y despidos de personal y su firme convicción a mantener sus proyectos económicos sin limitar los replanteos ni los esfuerzos para adecuar sus empresas a los nuevos contextos.

IMPORTANTE

Se agradece en forma muy especial a los colegas de varios países por su apoyo para el relevamiento realizado por esta encuesta.

Sin su dedicación y atención esto no hubiera sido posible.

ASOCIACIÓN INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD (AIC)
XXXIV CONFERENCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDAD
PORTO ALEGRE-BRASIL 2021

**“LA TECNOLOGIA EN LA SOSTENIBILIDAD DEL CRECIMIENTO DE LAS PYMES EN
REPUBLICA DOMINICANA”**

**ÁREA 8: GESTIÓN INTEGRAL DE MICROS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS
ORGANIZACIONES.**

**TEMA: 8.2. Planes de virtualización de la administración y de los procesos comerciales,
financieros y productivos adaptados a las posibilidades de Micros, Pequeñas y Medianas
Organizaciones.**

**SUB-TEMA: “LA TECNOLOGIA EN LA SOSTENIBILIDAD DEL CRECIMIENTO DE LAS
PYMES EN REPUBLICA DOMINICANA”**

POR:

**GISELA LEON JIMENEZ
REPÚBLICA DOMINICANA**

**DIRECTOR NACIONAL:
LIC. JORGE ANDRES BILLINI**

AGOSTO 2021

RESUMEN

Las tendencias mundiales actuales en el campo empresarial reconocen en las pequeñas y medianas empresas (PyMES) una parte fundamental de la economía de cualquier nación. Ciertamente, presentan en su gran mayoría, muchas debilidades que van desde su tecnología, hasta sus recursos financieros y humanos, así como un liderazgo proactivo, que le permita afrontar con éxito la competitividad.

Esta crisis ha obligado a las empresas a entender la importancia de la tecnología en sus operaciones lo que demuestra cada vez más apremiante la digitalización de las PyMES en República Dominicana.

Muchas de estas empresas, no pudieron continuar sus operaciones por depender 100% de clientes presenciales , lo que ocasionó que se vieran obligadas a buscar alternativas de emergencia como apps de mensajería y redes sociales. Además la falta de entrenamiento y de herramienta tecnológica del personal afectó la continuidad de las operaciones de la empresa. Con el objetivo de conocer la situación económica de las PyMES durante la pandemia COVID-19 y su capacidad de seguir como negocio en marcha se ha realizado esta investigación fundamentada en estudios realizados con la finalidad de conocer como afectó la parte tecnológica para el cierre de sus negocios.

Palabras clave: Tecnología, estrategia, sostenibilidad, crecimiento, PyMES,

1. INTRODUCCIÓN

La pandemia del virus del COVID-19 iniciada en china en el 2019 ha afectado a todos los países y por su nivel de contagio entre las personas ha ocasionado que todos los gobiernos tomaran medidas restrictivas de la modalidad de las personas y también de las operaciones de las empresas. Todas estas medidas han afectado a las PyMES por no tener estructuras tecnológica para poder operar con la situación actual.

La importancia de la pequeña y mediana empresa (PyMES) en el contexto económico mundial es un hecho ampliamente contrastado, no solo porque ellas representan el 95% del total de empresas, en la mayoría de países que pertenecen a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE), sino porque, además generan un alto volumen de empleo, que supera más de la mitad del empleo del sector privado (OCDE, 2002).

En promedio, el 80% de las PyMES fracasa antes de los cinco años y el 90% de ellas no llega a los 10 años, mientras que en los países subdesarrollados entre un 50% y un 75% dejan de existir durante los tres primeros años, y sólo del 10% al 20% permanece al cumplirse el quinto año (CEPAL, 2003, p.1).

Las investigaciones acerca de las decisiones que permiten desarrollar e implantar estrategias competitivas sostenibles que faciliten la consecución de un desempeño superior al de los competidores sigue siendo un tema abierto al debate.

Las empresas tienen diversas alternativas al momento de establecer sus objetivos estratégicos a través de las teorías planteadas en la dirección estratégica, permite explicar o analizar las oportunidades y amenazas con que se enfrentan las empresas en los diferentes mercados. Desde esta perspectiva, la clave del éxito competitivo se sitúa en elementos propios e internos de la empresa, una idea que conceptualmente ha propiciado el desarrollo de la Teoría de Recursos y Capacidades (Grant, 1991).

La mayoría de las investigaciones se centran en el estudio de los factores de éxito en las grandes empresas (Rangone, 1999; Wilkinson, 1999; Knight, 2000 y Lerner y Almor, 2002) llegando a la conclusión de que la clave de su éxito competitivo se apoya en buena medida en la facilidad que tienen para contar con mejores recursos tecnológicos, financieros, comerciales, su mejor posición para el desarrollo de su personal así como el poder contar con personal más cualificado, entre otros (Camisón, 1997).

No obstante, apenas existen trabajos que analicen los factores explicativos del éxito en el caso específico de las pymes; por ello se considera que es de sumo interés en el ámbito de los estudios en la gestión de empresas conocer las claves que explican el éxito competitivo en las PyMES.

La pregunta recurrente de investigación, acerca del porqué unas empresas triunfan y otras no, el campo de conocimiento de la gestión, y en particular de la estrategia, ha generado conceptos y marcos teóricos para tratar de avanzar en su respuesta, la cual sigue en evolución, dada la complejidad y la acelerada turbulencia en la que se mueven los mercados (Grant, 2006).

El interés por el crecimiento empresarial, tanto desde la Teoría de la Organización como de la Dirección Estratégica, ha generado diferentes planteamientos de cómo contribuyen a la sostenibilidad de las empresas, así como las diferentes perspectivas permiten obtener mayores ventajas en el entorno en el que operan.

En esta investigación se analizarán aquellos factores más relevantes a nivel jerárquico que promueven dicha estrategia en un entorno determinado para las PyMES, con base en la Teoría de Crecimiento, pero estará acompañado por las teorías desde el ámbito financiero en el contexto de contrastar el crecimiento vinculado a la rentabilidad económica, según Hax y Majluf (1984, p. 350), “como la medida más importante del desempeño corporativo, marcando de esta forma, el límite de financiamiento que podría soportar una empresa en su proceso de expansión”.

La presente investigación consiste en determinar la importancia de la incidencia de los factores que afectan el crecimiento y sustentabilidad de las empresas PyMES en países emergentes. Sobre los posibles factores que inhiben o promueven la creación de PyMES basadas en la tecnología y sobre los posibles determinantes del éxito, supervivencia y expectativas de crecimiento de estos negocios nacientes.

Lo anteriormente expuesto lleva a cuestionarse como preguntas de investigación ¿Cuáles son los factores tecnológicos y de innovación que afectan el crecimiento de las PyMES? Y ¿Cuáles son los factores internos y externos de las empresas que afectan el crecimiento de las PyMES?

Para poder contestar esta pregunta se presentan los siguientes lineamientos iniciando con un marco teórico sobre las estrategias sustentables para el crecimiento de las PyMES, luego la metodología a utilizar para recoger las informaciones, continúa con los resultados obtenidos y al final con las conclusiones de la investigación.

2. DESARROLLO DEL TEMA.

Cosh y Hughes (1996) consideran que las empresas de tecnología son las que se han encontrado que se internacionalizan de forma más rápida, y su desempeño exportador suele estar asociado con inversiones en I+D e innovación. Adicionalmente, Almor y Hashai (2004) afirman que las empresas basadas en tecnología usualmente disfrutan de las ventajas de ser el primero. Este know-how único es un recurso significativo en el cual la ventaja competitiva puede ser creada.

Kohn (1997) indica que las PyMES que invierten en el extranjero tienden a confiar más en ventajas tecnológicas basadas en I+D, que en ventajas basadas en publicidad. Adicionalmente, los resultados de diversas investigaciones confirman que la tecnología es uno de los determinantes del desempeño comercial de los países (Soete, 1987; Fagerberg, 1988; Dosi et al., 1990). Sin embargo, existen otros investigadores como Andersson, Gabrielsson y Wictor (2004), que no encontraron evidencia empírica de que el nivel de tecnología de la empresa tiene relación con sus actividades de internacionalización.

El conocimiento integra capacidades, habilidades y aplicaciones tecnológicas, convirtiéndose así en una fuente primordial de ventaja competitiva para la empresa. La gestión estratégica de este recurso por los emprendedores de las empresas permite potenciar el aprendizaje de las personas, sobre todo las capacidades críticas de la empresa que permitan añadir valor a la misma. El componente tecnológico representa un elemento fundamental como capacidad para ser explotado en diferentes mercados.

Estrategias de Innovación y Tecnología.

Todas las herramientas analizadas hasta ahora proporcionan indicaciones sobre la estrategia adecuada para cada producto o mercado, pero ignoran la tecnología como factor de análisis. Las herramientas de análisis que la introducen aparecen a partir de los años 80 y pasan a constituir un vector estratégico que permite a la empresa mejorar su posición competitiva. Su ausencia produce un grave desbalance para generar innovaciones en productos y procesos.

Hamel (1996) plantea que la estrategia es un proceso de descubrimiento, es decir, la estrategia es descubrir e inventar, innovación continua. Lo que se requiere no es un pequeño cambio en el proceso de planificación tradicional, sino una nueva base filosófica: la estrategia es la revolución; todo lo demás son tácticas. Indica el gran compromiso que tienen las empresas con sus clientes y sus empleados, así como la necesidad de tomar en cuenta la innovación y los avances tecnológicos con el fin de mantener su posición en un mercado competitivo. Plantea cómo puede ayudar a una empresa a liberar su espíritu revolucionario y dramáticamente aumentar sus posibilidades de descubrir las estrategias verdaderamente revolucionarias. Cada organización debe interpretarlas y aplicarlas a su propia manera. No se trata de un conjunto de instrucciones paso a paso, sino una forma de pensar sobre el desafío de crear la estrategia, el reto de convertirse en una industria revolucionaria.

Schumpeter (1968, 1976) fue uno de los primeros autores en destacar el papel de la innovación en la actividad empresarial y económica, así como del agente clave que introduce las innovaciones: el empresario innovador. El sentido que da a la innovación es el de toda aquella introducción de nuevas formas de combinar medios productivos que surjan discontinuamente, es decir, que rompen con lo acostumbrado. Esta se lleva a la práctica a través de lo que él denominó como proceso de “destrucción creadora”, esto es, que “revoluciona incesantemente la estructura económica desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos” (Schumpeter, 1968, p. 121).

En ese entonces definió como innovaciones a: 1) la introducción de un nuevo bien esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores- o de una nueva calidad de un bien; 2) la introducción de un nuevo método de producción, esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura de que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista científico, y puede consistir simplemente en una nueva forma de manejar comercialmente una mercancía, 3) la apertura de un nuevo mercado,

esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial en la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado, 4) la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semifabricados, haya o no existido anteriormente, como en los demás casos y, 5) la creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio (por ejemplo, producto de la formación de un trust) o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad (Schumpeter, 1976, p. 77).

Otros autores subrayan al conocimiento técnico o científico como un elemento fundamental en los procesos de innovación tecnológica. En esta línea Freeman (1982, p. 109) considera que la innovación involucra dos elementos fundamentales que están acoplados, por un lado, 1) el reconocimiento de una necesidad o el potencial de mercado para un nuevo proceso o mercado; y, por otro lado, 2) el conocimiento técnico-tecnológico, que resulta de las actividades de investigación y desarrollo, así como de la nueva información científica y tecnológica.

Drucker es el primer autor que jerarquiza el papel de la innovación dentro del conjunto de las actividades empresariales. Plantea que el único propósito válido de la empresa es crear un cliente, por lo que esta tiene solo dos funciones básicas: comercialización e innovación. Dichas funciones son las que producen resultados, todo el resto está formado por costos. Drucker entiende que la innovación es susceptible de su sistematización por medio de la búsqueda organizada y con un objetivo de cambios, junto con el análisis sistemático de las oportunidades que ellos pueden ofrecer para la innovación social o económica.

Drucker (2002, p. 95) identifica la innovación como una “herramienta específica de los empresarios” que permite generar cambios y explotar oportunidades de negocio para crear un valor económico que, hasta el momento, no ha existido. Uno de los factores fundamentales en el análisis de la innovación es comprender por qué el innovador puede ganar un terreno invaluable sin que sus competidores reaccionen.

La forma en que se llevan a cabo los negocios está cambiando debido a que los ciclos de vida del producto son más cortos, al énfasis en la innovación, y al rápido desarrollo de la tecnología de la información (Jones, 1999; Crick y Jones, 2000; Andersson et al., 2004). Por ejemplo, Levitt (1983) indica que la tecnología es un factor que contribuye a hacer un mundo más homogéneo, y que el desarrollo de la tecnología de la información ha hecho que las distancias entre los países sean más pequeñas, al igual que la comunicación fluya más rápido.

En República Dominicana Ley No. 187-17 que modifica los artículos 1, Párrafo 1, 2, y 22, y adiciona un Artículo 2 Bis a la Ley No. 488-08, del 19 de diciembre de 2008, que establece el Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes). G. O. No. 10889 del 28 de julio de 2017.

Que las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) constituyen uno de los sectores más importantes de la economía de la República Dominicana.

Que para desarrollar el sector de las MIPYMES se hacen necesarias políticas públicas particulares para cada una de las categorías, con el propósito de atender apropiadamente sus necesidades, realidades y particularidades.

Artículo 1.- Objeto. Esta ley tiene por objeto la clasificación de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), atendiendo al número de trabajadores y al volumen de ventas y establecer un registro empresarial a cargo del Ministerio de Industria y Comercio a través de la modificación de la Ley No. 488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES).

“Artículo 2. Clasificación de las MIPYMES. Las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), son toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a las siguientes categorías, según el tamaño:

Microempresa: a) Hasta 10 trabajadores; y b) Ventas brutas anual de hasta ocho millones de pesos dominicanos (RD\$8, 000,000.00);

Pequeña Empresa: a) De 11 a 50 trabajadores; y b) Ventas brutas anual de hasta cincuenta y cuatro millones de pesos dominicanos (RD\$54, 000,000.00).

Mediana Empresa: a) De 51 a 150 trabajadores; y b) Ventas brutas anual de hasta doscientos dos millones de pesos dominicanos (RD\$202,000,000.00).

Párrafo I.- Para ser clasificada dentro de una de las categorías MIPYMES, la empresa deberá cumplir con los dos criterios de clasificación por tamaño establecidos en esta ley. En el caso de que una empresa supere el margen definido por uno de los criterios, será clasificada dentro de la categoría en que se encuentra esta variable superior.

Para la categoría de mediana empresa será obligatorio cumplir con los dos criterios. Si la empresa superase el margen definido por uno cualesquiera de ellos, no será considerada como una mediana empresa.

Párrafo II.- El valor actualizado de las ventas brutas será indexado anualmente con base al Índice de Precios del Consumidor.

El Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes deberá publicar al inicio de cada año los valores indexados del criterio de ventas brutas anuales.

Párrafo III.- Para los fines de diseño de políticas públicas específicas, la categoría de micro empresa será subclasificada en microempresa de subsistencia y microempresa de acumulación, de acuerdo a los parámetros que establezca el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes para tal fin”.

Para el 2021 la clasificación de acuerdo al ministerio de Industria y comercio:



Fuente: Ministerio de Industria y Comercio. Rep. Dom.

3. METODOLOGIA

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método experimental, transaccional, de tipo descriptivo.

Se realizó la búsqueda de bibliografía de libros, de artículos científicos y además la revisión de normativas vigentes en República Dominicana sobre las PyMES y estudios realizados sobre la realidad de las PyMES en Rep. Dom. Post COVID-19.

4. RESULTADOS

La adquisición de nueva tecnología es muy importante en las estrategias de comercialización ya que le permiten al empresario procesar estos recursos con mayor eficiencia y dar valor agregado disminuyendo costos de fabricación y procesamiento, lo cual le permite salir al mercado con un producto competitivo.

Durante el inicio de la pandemia del COVID-19 en la Rep. Dom. específicamente el 26 de mayo del 2020, el PNUD y el MICM por medios digitales presentaron los resultados generales de la Encuesta de Afectaciones Económicas a Mipymes por la Crisis del COVID-19. El objetivo principal de esta encuesta es conocer la situación socioeconómica de las mipymes de la República Dominicana afectadas por la crisis del COVID-19, a fin de proponer acciones integrales encaminadas a mejorar su situación económica y de mercado.

La misma arrojó como resultados:

El teletrabajo ha representado una alternativa de continuar operando para muchas mipymes.

Inicialmente, el teletrabajo hacía referencia a la “oficina en el hogar”; sin embargo, hoy alude a la “oficina virtual” que expande el concepto anterior con la aparición de los teléfonos inteligentes y la capacidad de tener información en la nube. Ciertamente, esta modalidad de trabajo trae consigo sus beneficios e inconvenientes sobre la productividad de los empleados, la separación de la vida profesional y personal, la flexibilidad de horarios y las dinámicas entre empleados. Sin embargo, algunos negocios, por la naturaleza de sus actividades, no han podido utilizar este sistema.

Según los resultados de la Encuesta, dentro de las empresas que operan con normalidad, el 61.5% afirmó que puede utilizar el teletrabajo. En el caso de los que operan a mayor capacidad, es el 70%.

Las que tuvieron que cerrar, en su mayoría, dijeron que su negocio no admite el teletrabajo (54.4%).

Para las que cerraron parcialmente, la mayoría respondió que su negocio admite el teletrabajo parcialmente (39.6%).

Esto demuestra que el sector de las PyMES en Rep. Dom. No esta preparado en la actualización de la parte tecnológica.

5. DISCUSION DE RESULTADOS Y GUIA DE DISCUSION

¿Se hace necesario la aceleración de los procesos de transformación digital de las empresas?

¿Aumento importante en procesos de innovación tecnológico para enfrentar las situaciones provocadas por el COVID-19?

¿Mejores condiciones y oportunidades para el emprendimiento digital y comercio electrónico?

¿Mejores oportunidades para las empresas de tecnologías financieras?

¿Mayor personal preparado a nivel de las nuevas tecnología?

6. CONCLUSIONES

La globalización, el acelerado desarrollo tecnológico, la acumulación de conocimientos en todas las áreas del saber, los cambios sociales, hacen que las organizaciones y los individuos enfrenten los nuevos retos degenerar y gestionar el conocimiento para crear nuevos

bienes y servicios. Esto implica que las empresas deben mantenerse en constante búsqueda de ventaja competitivas sostenibles.

Como brecha de esta investigación explorar más componentes de los factores gubernamentales de fomento (apoyos y servicios), los factores personales del empresario y los factores del negocio internos y externos que incidan en un mayor desarrollo de las PyMES.

De la revisión de la literatura referente a los aspectos que pueden influenciar en el crecimiento empresarial, pueden estar vinculados a una serie de factores que son clasificados internos y externos a la organización. Dentro de ellos se puede encontrar el tamaño, la edad, la estructura de la propiedad, la gestión del conocimiento y la motivación, a nivel de factores internos. Mientras que los factores externos están vinculados con el entorno en que se desarrolla la empresa y dentro del mismo se encuentran los clientes, los competidores y los proveedores, los cuales van a estar influenciados por la parte de innovación, tecnología, financiamientos a nivel privado y gubernamental.

En la parte interna, dentro de las limitaciones que presentan las PyMES, las instituciones gubernamentales han tomado un rol protagónico, al establecer medidas encaminadas a fortalecer su crecimiento y, al mismo tiempo, asesorarlas y facilitarles financiamientos.

En cuanto al entorno, las empresas deben estar, de manera permanente, desarrollando estrategias que logren la ventaja competitiva a través de innovaciones y tecnologías que las hagan diferentes a sus competidores, creando así recursos diferenciadores.

La crisis del COVID-19 ha provocado que los planes de transformación digital que las empresas tenían para el futuro se inicien de inmediato, pues este virus se entiende que estará por varios años y esto permitirá que la empresa pueda continuar como negocio en marcha.

Se hace necesario que el personal que laboran en las empresas estén mejor preparado con las herramientas tecnológicas que requiere el mercado.

El teletrabajo es una nueva oportunidad para las empresas a nivel de costos fijos del uso de espacios físicos, energía, entre otros y además la facilidad de los empleados de no tener que hacer una movilidad para realizar el mismo

7. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

PAPERS

ANDERSSON y GABRIELSSON, J. y WICTOR, I. (2004), "International activities in Small firms: Examining factors influencing the internationalization and export growth of small firms", Canadian Journal of Administrative Sciences. Vol. 21, Nº 1, pp. 22-34.

CAMISÓN Z. CÉSAR, LAPIEDRA A. RAFAEL, SEGARRA C. MERCEDES Y BORONAT N. MONTSE (2003) Marco conceptual de la relación entre innovación y tamaño organizativo. Revista Madrid. No. 9. Octubre-Noviembre. España.

COSH, A. y HUGHES, A. (1996), "International merger activity and the international regulation of mergers", a UK perspective, Empirica, Vol. 23, Nº 3, pp. 279-302.

DRUCKER, PETER (2002). The discipline of innovation. Harvard Business Review, Vol. 63, p. 95-103.

GRANT, R.M. (1991): "The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation", California Management Review, vol. 33, no. 3, (Spring), pp. 114-135.

HAMEL, G. (1996). Strategy as Revolution. Harvard Business Review. July-August 1996, 74, 69-82.

LIBROS

CAMISÓN, C. (1997): La competitividad de la pyme industrial española: estrategia y competencias distintivas. Madrid: Cívitas.

FREEMAN CHRISTOPHER (1982) The economics of industrial innovation. Segundaedición. FrancesPinter (Publishers). Londres.

GRANT, R.M. (2006). Dirección Estratégica. Conceptos, Técnicas y Aplicaciones. (5.a ed.). Madrid: Civitas. ISBN: 84-470-2658-2.

HAMEL, G. & PRAHALAD, C.K. (1995). Compitiendo por el futuro. Ariel, Barcelona.

HAX, A.C., & MAJLUF, N.S. (1984). The Corporate Strategic Planning Process. Interfaces January - February, 14, 47-60.

SCHUMPETER JOSEPH A. (1968) Capitalismo, socialismo y democracia. Aguilar S.A. Madrid, España.

SCHUMPETER JOSEPH A. (1976) Teorías del desenvolvimiento económico: Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico. Fondo de Cultura Económica. México.

DOCUMENTOS

CEPAL (COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE), (2003). Informe económico y financiero del sector pequeño y mediano.

ORGANIZATION FOR ECONOMIC COOPERATION AND DEVELOPMENT (OCDE) (2002).

OECD Smallandmedium Enterprise. Recuperado 30 de agosto 2017.

<https://www.oecd.org/cfe/smes/2737368.pdf>


<https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/07->

[julio/Boletin_Especial_-_Mipymes_Dominicanas_ante_el_COVID-19.pdf](https://www.micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/boletin/2020/07-julio/Boletin_Especial_-_Mipymes_Dominicanas_ante_el_COVID-19.pdf)

<https://micm.gob.do/images/pdf/transparencia/base-legal-de-la->

[institucion/resoluciones/leyes_carta_compromiso/LEY_ley_no._187_17_que_modifica_los_articulos_1__parrafo_1](https://micm.gob.do/images/pdf/transparencia/base-legal-de-la-institucion/resoluciones/leyes_carta_compromiso/LEY_ley_no._187_17_que_modifica_los_articulos_1__parrafo_1)

CURRICULUM

	<p>Gisela León.</p> <p>Master en Ciencia de la Gestión. Burdeaux-PUCMM. Especialidad de Pedagogía Universitaria PUCMM</p> <p>Master en Gerencia Financiera/PUCMM,</p> <p>Licda. En Contabilidad en la PUCMM-Magna Cum Laude, y en Administración de Empresas.</p> <p>Presidente Nacional del ICPARD 2018-2020</p> <p>Miembro adherente de AIC</p> <p>Miembro del Comité de Educación de AIC.</p>
<p>Experiencia Docente</p>	<p>Coordinadora Maestría en Gestión Bancaria y Financiera. (Actual)</p>

	<p>Coordinadora de maestría de Alta Gestión financiera. Burdeaux/Francia-PUCMM.</p> <p>Directora de GFA-PUCMM (2010-2016)</p> <p>Directora Contabilidad-PUCMM (1989-1995)</p> <p>Coordinadora Diplomado de Finanzas Estratégicas TEP-PUCMM</p> <p>Profesora de post grado y pregrado desde el 1987 en PUCMM.</p>
Experiencia Profesional	<p>Asesora Empresarial (Actual) en el área financieras. (actual)</p> <p>Gerente Financiero. Grupo M (1999-2010)</p> <p>Gerente Administrativo y Financiero. Guzmán &Asoc. (1994-1999)</p> <p>Contadora. Corporación Zona Franca. (1984-1994)</p>
Correo electrónico y celular	<p>gleon04@yahoo.com</p> <p>809-905-2822</p>

Seudónimo :COCO



**XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad
Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021**

**INFORME TECNICO DE LOS GRUPOS DE TRABAJO DE DISCUSION
DE LA COMISION TECNICA INTERAMERICANA DE GESTION
INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS
ORGANIZACIONES DE LA AIC**

1. AUTORIDADES DE LA COMISION

Presidente: Ruben HELOUANI (Argentina)
Vicepresidente: José Mancilla LIZONDO (Bolivia)
Secretario: Lidia FELIZ MONILLA (República Dominicana)

2. GRUPOS DE TRABAJO DE DISCUSIÓN AUTORIDADES DE LA COMISION

Han participado dirigiendo los Grupos de Trabajo de Discusión, en el cargo de presidente y secretario integrantes propuestos por esta comisión y designados por el Comité Ejecutivo de AIC y el cargo de vicepresidente designado por la Comisión Organizadora de la XXXIV, las siguientes personas:

GRUPO 1:

Presidente: Ruben HELOUANI (Argentina)
Vice-Presidente: Magda Regina WORMANN (Brasil)
Secretario: Lidia FELIZ MONTILLA (República Dominicana)

GRUPO 2:

Presidente: Marianella AGUILAR Y SANTILLAN (Perú)
Vice-Presidente: Magda Regina WORMANN (Brasil)
Secretario: Nancy ARAGON GRANJA (Ecuador)

GRUPO 3:

Presidente: Ruben HELOUANI (Argentina)
Vice-Presidente: Magda Regina WORMANN (Brasil)
Secretario: Olga CAMPOS (República Dominicana)

3. TEMARIO DESARROLLADO

Tema 1: El Contador Público, las Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones y la pandemia. Momento de decisión. Ayudando a su sobrevivencia y su proyección.



**XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad
Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021**

Tema 2: Planes de virtualización y transformación digital en los procesos administrativos, comerciales, financieros y productivos, adaptados a las posibilidades de las Micro, Pequeñas y medianas organizaciones.

Tema 3: Encuesta sobre: Los Efectos de la Pandemia en las MiPymes.

4. TRABAJOS PRESENTADOS:

Se presentaron un total de 4 trabajos, que se desglosa en 3 trabajos interamericanos y 1 trabajo nacional, de acuerdo al siguiente detalle:

TEMA: 8.1.		
TRABAJO INTERAMERICANO		
Título	Autor(es)	País
El Contador Público, las Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones y la pandemia. Momento de decisión. Ayudando a su sobrevivencia y su proyección.	Ruben Helouani Jose Mancilla Lizondo Lidia Feliz Montilla Marizol Guzman Singuri Matéu Alexandre Costa Dos Santos Didier Peñafiel Herminio Morel Bogado Marianella Aguilar y Santillán Angel Roberto Frisancho Olga Campos Rosa Perez Luis Gonzalez Rios Carlos Sotelo Luna (IM)	Argentina Bolivia Rep. Dominicana Bolivia Brasil Panamá Paraguay Perú Perú Rep. Dominicana Venezuela Uruguay Perú

TEMA: 8.2.		
TRABAJO INTERAMERICANO		
Título	Autor(es)	País
Planes de virtualización y transformación digital en los procesos administrativos, comerciales, financieros y productivos, adaptados a las posibilidades de las Micro, Pequeñas y medianas organizaciones.	Marianella Aguilar y Santillán Jose Mancilla Lizondo Nancy Aragon Granja Joseph Merchan Herminio Morel Bogado Olga Campos Carlos Sotelo Luna (IM)	Perú Bolivia Ecuador Ecuador Paraguay Rep. Dominicana Perú



**XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad
Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021**

TEMA:		
TRABAJO INTERAMERICANO		
Título	Autor(es)	País
Encuesta sobre: Los Efectos de la Pandemia en las MiPymes.	Ruben Helouani Olga Campos	Argentina Rep. Dominicana

TEMA:		
TRABAJOS NACIONALES		
Título	Autor(es)	País
La tecnología en la sostenibilidad del crecimiento de la Pymes en República Dominicana	Gisela León	Rep. Dominicana

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

VISTO:

Los trabajos interamericanos y nacionales presentados en los Grupos de Trabajo de Discusión.

El intenso y rico debate realizado en un ambiente de fraternal convivencia y pluralidad de ideas

Los comentarios, opiniones y aportes vertidos por los delegados y autoridades de la Comisión.

CONSIDERANDO:

1- Los Trabajos de investigaciones presentados durante esta conferencia que tomaron la forma de Trabajos Interamericanos y El Trabajo Nacional y el debate producido en los Grupos de discusión.

2- La pandemia Covid 19 irrumpió en forma sorpresiva y global generando daños económicos financieros y de diversos tipos a todos en general y en forma especial a los económicamente más débiles como lo son las Micro pequeñas y medianas organizaciones.



XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021

3- Los avances tecnológicos y sus adaptaciones a las necesidades y limitaciones económicas de micro, pequeñas y medianas organizaciones.

4- La debilidad económica de las Mipymos contraste con la fortaleza de espíritu de sus dueños y responsables para enfrentar los problemas y buscar intensamente soluciones a los problemas típicos de este contexto.

5- Las experiencias, recogidas mediante la encuesta realizada por la Comisión de los microempresarios, y profesionales que se desempeñan en este sector económico durante estos difíciles meses desde el inicio de la pandemia.

La Comisión Técnica Interamericana de Gestión Integral de Micro, Pequeñas y Medianas Organizaciones de la AIC.

Conclusiones

Respecto del Tema 8.1.

1.- Los estados dispusieron ayudas económicas y financieras y debido a limitaciones formales y requisitos informativos su eficacia y su eficiencia fueron menores a sus esfuerzos.

La debilidad económica de las Mipymos contraste con la fortaleza de espíritu de sus dueños y responsables para enfrentar los problemas y buscar intensamente soluciones a los problemas típicos de este contexto.

Sus objetivos fueron en primer lugar sobrevivir y después prepararse para la superación y seguir siendo parte de su proyecto económico el que a su vez es parte del proyecto de su país.

El aislamiento forzoso por cuestiones sanitarias genero grandes y muchas limitaciones de diversos tipos para la gestión. La innovación, la tecnología y el reconocimiento de la necesidad de una adecuada administración fueron los instrumentos excluyentes en la búsqueda de la mejor gestión posible es tan particular contexto.

La situación generada por la pandemia permitió reconocer la importancia de disponer de una administración moderna, con tecnología, adecuada al tamaño y ala necesidades informativas de las características particulares de cada organizacion.

El Contador Público como una microempresa de servicios sufrió similares efectos que el resto de las Mipymos, con problemas financieros, económicos y en forma muy especial debió atender una sobre carga de trabajo debido a las limitaciones del aislamiento forzoso y mayores requerimientos de las empresas que intentaron acceder las ayudas económicas estatales y solucionar sus múltiples nuevos problemas.



XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021

En este contexto el Profesional demostró estar muy bien formado y dispuesto a apoyar a los microempresarios de la mejor manera aun en estas situaciones tan difíciles.

Respecto del Tema 8.2.

1- Que, en la nueva normalidad originada por la pandemia, es casi una obligación e imperante la transformación digital para todas las organizaciones no solo para las grandes, medianas o pequeñas empresas sino para las Micro empresas, siendo un requisito para su continuidad y supervivencia, constituyendo un gran reto sumarse a la ruta de la transformación digital, dotándose de las herramientas tecnológicas que les permitirá ingresar a las cadenas de suministros mundiales para lo cual será necesario que los gobiernos brinden una infraestructura de calidad y acortar la brecha digital existente y permitirles acceder a la transformación digital.; además del acompañamiento y asistencia técnica.

Que, la transformación digital trae consigo un nuevo modelo de negocio con una nueva cultura organizacional más ágil donde el foco principal es el cliente; además que el flujo de datos que generan cada uno de los clientes permita conocer sus necesidades y satisfacerles de una forma más rápida también adelantarse a sus demandas.

Que, el mayor impacto de la transformación digital es la automatización de los procesos que permite la eficiencia en las tareas, reducción de tiempo, mejor uso de los recursos en los procesos de producción de bienes y servicios; consecuentemente el logro de una ventaja competitiva y la continuidad del negocio en el mercado global exigente.

Respecto del Trabajo 8.3. Encuesta.

1- Al analizar los resultados se observan algunas cuestiones generales muy importantes como las siguientes:

Los efectos de la pandemia fueran muy intensos y mayores a los sufridos por empresas grandes o globales según surge de la comparación realizada con datos ajenos a la encuesta.

Los resultados de esta encuesta confirman en general las estimaciones de muchos trabajos de investigación, de opinión y ensayos sobre el fenómeno originado por la pandemia y sus efectos económicos. Los efectos en las Mipymos y los comportamientos de sus administradores fueron similares en los 17 países de los encuestados, con cuestiones muy particulares en cada caso. Las más afectadas son las que tienen como actividad principal los servicios de distintos tipos debido a que son las tuvieron más limitaciones para su actividad económica.



XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021

Los principales problemas fueron los financieros debido que el aislamiento provoco la necesidad de dar cumplimiento casi total a los compromisos y una disminución muy pronunciada de los ingresos, que en algunos casos fue total. La innovación y la incorporación de la tecnología fueron los mayores cambios en la gestión tanto en los aspectos comerciales, industriales como en los administrativos, indicando los encuestados que, al término de la pandemia, se mantendrán muchos de los cambios producidos.

5- La firme decisión de los responsables de estas organizaciones para enfrentar los efectos de la pandemia, adaptarse rápidamente a la nueva situación y concretar los cambios que resultaron necesarios.

En la gran mayoría de los casos se considera que con posterioridad a la pandemia realizaran un replanteo general para confirmar los cambios concretados y analizar los que resulten necesarios.

Los resultados comentados en puntos anteriores reflejan una gran paradoja. El pragmatismo de sus administradores origina que su tamaño, es su fragilidad, su debilidad y el mismo pequeño tamaño es su fortaleza, la que le permite su flexibilidad para ir en busca rápidamente de los cambios y su proyección, todo lo cual conduce a su crecimiento.

Se Recomienda

1.- Que los Responsables de los estados, nacionales y departamentales, que tan criteriosamente decidieron ayudas a este sector, en forma análoga a la creación de Comisiones de expertos sanitarios para enfrentar la pandemia, constituyan Comisiones de asesoramiento para conocer y atender las necesidades de las Mipymos. Estas Comisiones deberían estar compuestas en forma excluyente por profesionales de Ciencias Económicas con experiencias en este sector. De este modo se lograría diseñar los planes de ayuda cuyos resultados sean mayores a los esfuerzos dedicados por ser diseñados en forma más eficaz y permitir un seguimiento que facilite una mayor eficiencia.

2.- Los responsables de la conducción de estas organizaciones deberían rescatar y mantener las reformas realizadas para adaptarse a los efectos de la pandemia ya que muchas de estas permitirían una mayor eficiencia de la gestión, aun en épocas normales. De este modo transformaría en habituales los esfuerzos dedicados a la innovación para atender los nuevos requerimientos y a la incorporación de la tecnología como un instrumento de adaptación a la gestión del futuro.

3- Con la experiencia de la gestión en pandemia los microempresarios deberían reflexionar y reconocer la importancia de disponer una sector o una sección dedicada a la administración que sea adecuada a sus necesidades, lo que le permitirá transitar el camino de la planificación, la profesionalización y le permitirá verificar que el costo de la administración no es un gasto sino una inversión para obtener los mejores resultados.



**XXXIV Conferencia Interamericana de Contabilidad
Porto Alegre – Brasil – Octubre 2021**

4- Que las organizaciones profesionales se vinculen con el gobierno con la finalidad de las MIPYMES tengan acompañamiento y asistencia técnica de los gobiernos en cuanto a la capacitación y acortar la brecha digital existente para acceder a la transformación digital. Los Contadores como asesores de las MIPYMES capaciten a sus clientes sobre la nueva visión de organización ágil donde el foco principal es el cliente; además generen estrategias de uso de los datos que se generen en los canales digitales para la toma de decisiones.

5-Tomar en cuenta que la ruta de la transformación digital es sinónimo de automatización de procesos sea parcial o total que generara reducción de costos e incremento de la rentabilidad; además de maximizar oportunidades de crecimiento y expansión mundial. Las MIPYMES deben dotar de protocolos de seguridad y protección de las huellas digitales realizadas en las plataformas que pueden ser manipuladas por los *cyber* delincuentes; así como los robo de identidad referido a la suplantación de identidad, al uso de información confidencial como las contraseñas, también a los malware que son códigos maliciosos que dañan los sistemas deben contar con protección de sus procesos y de sus clientes.

Dado en la sala de discusión de la Comisión Técnica Interamericana de COMISION TECNICA INTERAMERICANA DE GESTION INTEGRAL DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS ORGANIZACIONES DE LA AIC en Porto Alegre, Brasil, a los veinte días del mes de octubre del año dos mil veintiuno.

Lidia Feliz Montilla
SECRETARIA

José Mancilla Lizondo
VICEPRESIDENTE

Ruben Helouani
PRESIDENTE