

LA DIGITALIZACIÓN DE LAS MIPYMES ¿PARA CUANDO?

***Por: John Eider Vásquez Hernández**

Los resultados de la tercera y última jornada del día sin IVA del 2021 en nuestro país, arrojó unas cifras alentadoras, reportando ventas totales de \$12,5 billones. Dicha cifra, representa un crecimiento del 196% frente al resultado obtenido en el primer día del año 2020 y un aumento del 17,7% frente al primer día sin IVA del año pasado.

La Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) hizo hincapié en que el 70% del comercio organizado reportó importante crecimiento en ventas. Risaralda presentó un crecimiento del 32%, una cifra muy tímida si la comparamos con la mayoría de departamentos el país que crecieron a tres dígitos. Por ejemplo, Atlántico 157% y el Norte de Santander 104%.

Por el lado del comercio electrónico, la Cámara Colombia de Comercio electrónico reportó un incremento del 7% en las transacciones cibernéticas; y la DIAN a través de la dirección de gestión de impuestos puntualizó que en promedio se emitieron 267.000 facturas electrónicas por hora.

Sin duda son cifras que demuestran un panorama de reactivación económica para el país, pero, ¿qué pasa con la micro y pequeña empresa? Estoy seguro que este tipo de negocio no hace parte de las estadísticas antes mencionadas, además hoy carecen de estructura para trabajar con factura electrónica, la mayoría no tienen sitios web, escasamente cuentan con algunas cuentas en redes sociales, recordemos que más de la mitad del comercio de nuestro país trabaja en la informalidad.

Nos podemos preguntar ¿Por qué digitalizar la mipymes si durante varios lustros no lo han hecho y han sobrevivido? El tema es evidente y solo es cuestión de revisar lo que está pasando con el comportamiento de compra de los consumidores en nuestro país, que con el transcurrir de la pandemia cambió y aceleró la inmersión en un mundo más digital en el proceso de adquisición de los bienes de consumo.

Estos son algunos de los argumentos. Actualmente, los canales usados para descubrir nuevas marcas son el 33,6% por recomendaciones o comentarios en redes sociales. Las aplicaciones descargadas en los teléfonos inteligentes de los consumidores corresponden el 97,9% a redes sociales y el 66,3% a aplicaciones de compras.

Adicionalmente, el gasto a través del comercio electrónico no solo incluye viajes, moda y belleza, artículos de tecnología y electrónica, con el paso de la pandemia ahora también incluye alimentos y cuidado personal. Entonces ¿la digitalización de las mipymes para cuándo?, ¿será responsabilidad del Estado, de la academia, de las organizaciones gremiales?; no podemos dejar la digitalización solo para las grandes marcas.

*Docente Universidad Católica de Pereira.