



Volumen **6** No. **1**
traves. emprend.
Ene - Jun 2021
e-ISSN: 2539-0376

Impacto del e-commerce en las pymes durante la pandemia covid-19

María Camila Patiño Folleco

Programa de Administración de Negocios Internacionales

Universidad Mariana

Introducción

La coyuntura económica actual, debida a los impactos generados por el COVID-19 y las medidas adoptadas por los gobiernos para evitar su propagación, han planteado diferentes retos para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en Colombia, las cuales se han visto afectadas por una drástica reducción de ventas. Con el fin de sobrevivir a este nuevo entorno lleno de incertidumbre, ellas han tenido que aprovechar la transformación digital y adoptar herramientas de comercio electrónico para fortalecerse, seguir en el mercado y salir de la crisis.

Desarrollo

La pandemia ha causado una grave crisis sanitaria y económica a nivel mundial, de la cual muchas pymes resultaron gravemente afectadas. Según información recolectada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2020, citado por Portafolio, 2021), “de cada 100 empresas, aproximadamente 75 manifiestan haber presentado una disminución de su flujo de efectivo en el 2020” (párr. 1).

En Colombia, las pymes componen más del 90 % del sector productivo y, promueven el desarrollo económico y social, en la medida en que contribuyen con el bienestar de la población y la disminución del desempleo y la pobreza (El Tiempo, 2019). Según datos expuestos por el DANE (2020, citado por la Fundación Universitaria San Martín, 2020), “las pymes generan el 81 % de los empleos y cerca del 45% del Producto Interno Bruto” (párr. 3).

En tiempos de pandemia se evidenció el gran rezago de las pymes en la transformación digital, por lo que, para sobrevivir en este contexto, tuvieron que recurrir al uso de herramientas digitales e implementar nuevas estrategias de servicio al cliente, con el fin de mitigar los efectos negativos en el sector empresarial.



Subsistir en un entorno lleno de incertidumbre se convirtió en el principal reto que debían enfrentar las pymes, quienes mucho antes de la crisis de 2020, ya enfrentaban una realidad poco alentadora. “Las medidas adoptadas por los países para enfrentar la emergencia sanitaria han llevado a un aumento del uso de tecnologías digitales por las empresas en su relación con los consumidores” (CEPAL, 2020, p. 20).

Así pues, el comercio electrónico, e-commerce se convierte en una herramienta clave dentro del nuevo funcionamiento de las pymes, el cual ha contribuido en gran medida a la reactivación económica del sector empresarial. Es importante destacar que la transformación digital de las pymes llegó para quedarse y que el e-commerce es una gran oportunidad que tienen las empresas para mantenerse en el mercado.

Importancia del e-commerce en las pymes

Es una de las herramientas más importantes que adoptaron las pymes frente a los cambios en el comportamiento de los consumidores; sin embargo, aprovechar la oportunidad de transformación digital en las pymes implica que tengan que incurrir en altos costos de implementación y financiamiento, pues muchas de estas empresas, al inicio de la pandemia, no tenían consolidada ninguna plataforma de venta en línea.

En ese orden de ideas, se define como comercio electrónico, “el proceso de comprar y vender bienes y servicios electrónicamente, mediante transacciones a través de Internet, redes y otras tecnologías digitales” (Laudon, 2002, p. 25). En efecto, se evidencia que las plataformas e-commerce han sido claves para la reactivación económica, en tanto han aportado a sostener el abastecimiento de los hogares y a generar ingresos para las pymes (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2020a).

Según información recopilada por el MinTIC y la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (s.f.) y en el informe “Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia”, se afirma que:

El comercio electrónico ha sido una herramienta clave para el abastecimiento de los hogares colombianos, lo que se evidencia en el crecimiento que han presentado las categorías de deportes (86,5 %), retail (52,9 %), salud (38,2 %) y tecnología (26,9 %). En contraste, otras categorías de productos y servicios que se venden a través de comercio electrónico se han visto fuertemente afectadas por la pandemia del COVID-19. Por ejemplo, el sector turismo y las aerolíneas presentan una caída del 90,5 % y 87,6 % respectivamente, así como las ventas empresa a empresa - B2B, -79,4 % y el transporte, cayendo 73,2 %. (p. 3)

Por consiguiente y, frente a la crisis que enfrentan las pymes, el poner en marcha un proceso de transformación digital e implementar una plataforma de comercio electrónico, resulta menos costoso que no hacerlo.

Así las cosas, en las pymes se ha desarrollado una gran importancia frente a la implementación de plataformas digitales y de e-commerce, con el fin



de mantenerse a flote en el mercado. Para su implementación, las pymes requieren de una buena conexión a internet y de dispositivos tecnológicos como computadores y otros. Asimismo, resulta importante el hacer uso de plataformas de comercio electrónico, herramientas de CRM¹, sistemas de mercadeo digital, uso de redes sociales, entre otras, que proporcionen una adecuada operación y que les permitan mitigar los efectos negativos de la pandemia.

Los gobiernos: un gran apoyo para las pymes

Es claro que, para las pymes, adaptar sus modelos de negocio tradicionales a una transformación digital, se convierte en un enorme desafío, en la medida en que deben destinar una gran cantidad de recursos para su implementación, razón por la cual resulta importante y necesario el apoyo de los gobiernos para fomentar su transformación digital, otorgando financiamientos e implementando políticas y estrategias de digitalización que les permitan recuperarse y seguir aportando al desarrollo económico y social del país.

Frente a lo expuesto, el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), aprobó la Política Nacional de Comercio Electrónico, la cual será clave para fortalecer la transformación de los procesos digitales en las pymes, cuyo objetivo es impulsar el comercio electrónico en las empresas y ciudadanía en general, para generar valor social y económico en el país (Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, 2020b).

Adicionalmente, de acuerdo con el Gobierno Nacional, el aprobar el nuevo CONPES para el comercio electrónico, permitirá aumentar el dinamismo empresarial frente a la coyuntura actual, haciendo uso de estrategias que impulsen la adaptación del e-commerce por parte de empresas y ciudadanos, con el fin de aportar a la reactivación económica del país, aumentar la eficiencia y promover la innovación (El Espectador, 2020).

Igualmente, el MinTIC (2021a) implementó el programa 'Vende digital', por medio del cual se busca apoyar a comerciantes, empresarios o emprendedores en el uso e implementación de plataformas digitales para sus negocios, que permitan fortalecer el sector del comercio electrónico, generar ventas digitales para las empresas y superar la crisis de 2020.

En el mismo sentido, el MinTIC, Findeter y Vendeporinternet.co, pusieron a disposición de los emprendedores del país, el programa 'Quiero mi tienda virtual', con el cual se pretende brindar un apoyo técnico para la puesta en marcha del comercio electrónico (MinTIC, 2021b).

Quiero Mi Tienda Virtual es un programa que fue creado por el Ministerio TIC, [...] como una de las estrategias para incentivar la reactivación económica de los microempresarios y emprendedores del país. Dicho programa tiene como finalidad, ayudar a 6.400 empresas a que creen y

¹Se refiere a: Customer Relationship Management

establezcan gratis su propia tienda virtual, a través de capacitaciones online. (MinTIC, 2021b, párr. 2)

Esta es una muestra clara de cómo las pymes necesitan un completo apoyo del gobierno nacional, para poder subsistir, seguir formando parte del tejido empresarial, aportar a la generación de empleo y, permitir el desarrollo integral del territorio nacional.

Conclusiones

El e-commerce en Colombia y a nivel mundial, presentó un alto crecimiento durante la pandemia COVID-19, debido a las políticas y medidas adoptadas por los gobiernos para evitar su propagación, como el confinamiento social. Estas medidas fueron drásticas para las pymes, quienes venían experimentando una situación poco alentadora y manejando un modelo de negocio netamente tradicional, contexto ante el cual se vieron forzadas a transformar sus operaciones y adaptarlas a plataformas digitales como el comercio electrónico.

Dado que las pymes son un elemento clave para el desarrollo económico, social, integral y sustentable de la región, se requiere un apoyo continuo por parte del gobierno nacional quien, con sus recursos, políticas y programas, puede impulsar la digitalización de las empresas, con el fin de incentivar la reactivación económica y la recuperación de los impactos negativos que la pandemia causó en las empresas y en la sociedad en general.

Los cambios en el comportamiento del consumidor y los procesos de transformación digital llegaron para quedarse, razón por la cual, las pymes y emprendedores en general deberán adoptar y potencializar la innovación en el uso de herramientas digitales para sus actividades comerciales.

Referencias

- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2020a). Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia. <https://www.ccce.org.co/wp-content/uploads/2017/06/Informe-Impacto-Covid.pdf>
- Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (2020b). Comunicado oficial. <https://www.ccce.org.co/noticias/comunicado-oficial-conpes-politica-nacional-de-comercio-electronico/>
- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/45734/S2000438_es.pdf
- El Espectador. (2021, 4 de mayo). Así será la Política Nacional de Comercio Electrónico en Colombia. <https://www.elespectador.com/economia/asi-sera-la-politica-nacional-de-comercio-electronico-en-colombia-article/>



El Tiempo. (2019, 26 diciembre). ¿Cómo fortalecer la competitividad de las pymes para 2020? <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/competitividad-de-las-pymes-en-colombia-para-2020-446922>

Fundación Universitaria San Martín. (2020). La Fundación Universitaria San Martín lanza SOS por las pymes del país. [https://www.sanmartin.edu.co/1/noticias/fundacion-universitaria-san-martin-lanza-sos-pymes-del-pais/#:~:text=%E2%87%92%20PYMES%20aportan%20cerca%20del,empresas\)%20en%20la%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica](https://www.sanmartin.edu.co/1/noticias/fundacion-universitaria-san-martin-lanza-sos-pymes-del-pais/#:~:text=%E2%87%92%20PYMES%20aportan%20cerca%20del,empresas)%20en%20la%20recuperaci%C3%B3n%20econ%C3%B3mica)

Laudon, K. y Laudon, J. (2002). *Sistemas de información gerencial. Organización y tecnología de la empresa conectada en red* (6.ª ed.). Prentice Hall.

MinTIC y Cámara Colombiana de Comercio Electrónico. (s.f.). Impacto del COVID-19 sobre el comercio electrónico en Colombia. https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-151267_recurso_1.pdf

MinTIC. (2021a). 'Vende Digital' impulsa las ventas digitales de las mipymes. <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/172516:Vende-Digital-impulsa-las-ventas-digitales-de-las-mipymes>

MinTIC. (2021b). Quiero Mi Tienda Virtual, el programa para la reactivación de mipymes. <https://mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/175736:Quiero-Mi-Tienda-Virtual-el-programa-para-la-reactivacion-de-mipymes>

Portafolio. (2021). Lanzan nueva línea de factoring. <https://www.portafolio.co/tendencias/lanzan-nueva-linea-de-factoring-548844>