



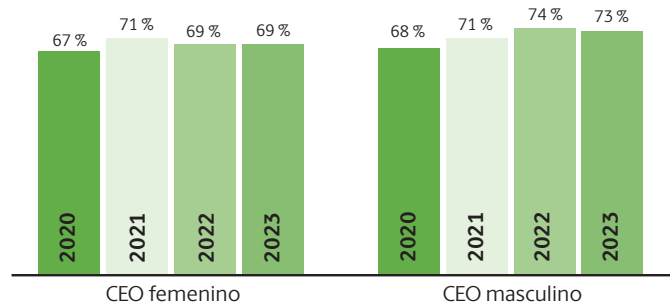
MÉXICO



EL CAMINO HACIA LA RECUPERACIÓN

Tanto las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres como por hombres en México se han estado recuperando de manera constante de la caída provocada por el COVID. Por ejemplo, en 2022, el 69 % de las empresas lideradas por mujeres registraron un crecimiento positivo de los ingresos, frente al 67 % en 2020 (gráfico 1).

Porcentaje de pequeñas y medianas empresas con crecimiento positivo de ingresos en 2020-23, según el género del CEO (gráfico 1).



Tendencias y desafíos del comercio electrónico

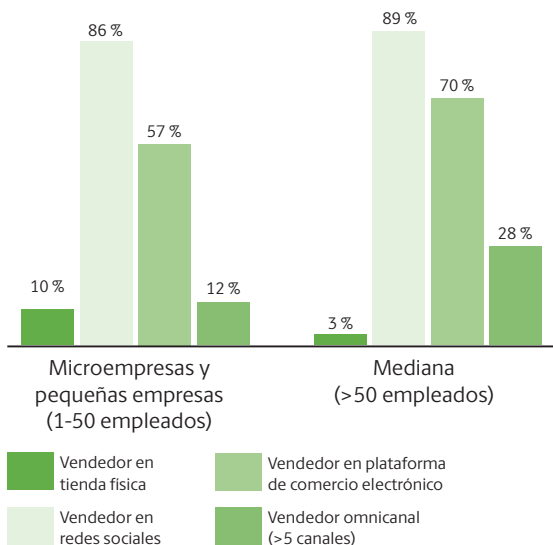
Principales desafíos del comercio electrónico en 2023

Hasta el 57 % de las microempresas y pequeñas empresas de México utilizaron algún tipo de mercado para vender sus bienes y servicios. El 12 % de las microempresas y pequeñas empresas y el 28 % de las medianas empresas eran vendedores omnicanal (gráfico 2).

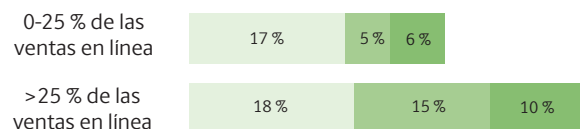
¿El comercio electrónico es una prioridad?

A su vez, el comercio electrónico está permitiendo que las pequeñas y medianas empresas mexicanas participen en el comercio y accedan a nuevos mercados. El 43 % de las empresas que utilizan intensivamente el comercio electrónico diversificaron sus mercados de exportación en 2021-22 (gráfico 3). En 2022, el 25 % de las microempresas y pequeñas empresas y el 37 % de las medianas empresas exportaron a tres o más mercados, frente al 18 % y el 34 % en 2020 (gráfico 4).

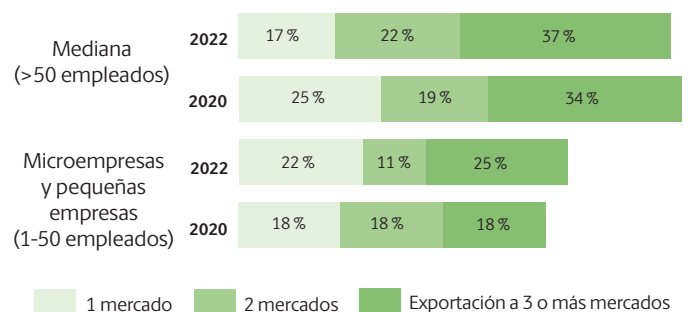
Utilización de canales digitales de mercadotecnia y ventas en 2022, por tamaño de empresa (gráfico 2)



% de pequeñas y medianas empresas que diversificaron los mercados de exportación en 2022 en comparación con 2020, por intensidad de ventas en línea (gráfico 3)



Número de mercados de exportación en 2020 y 2022, por tamaño de empresa (gráfico 4)

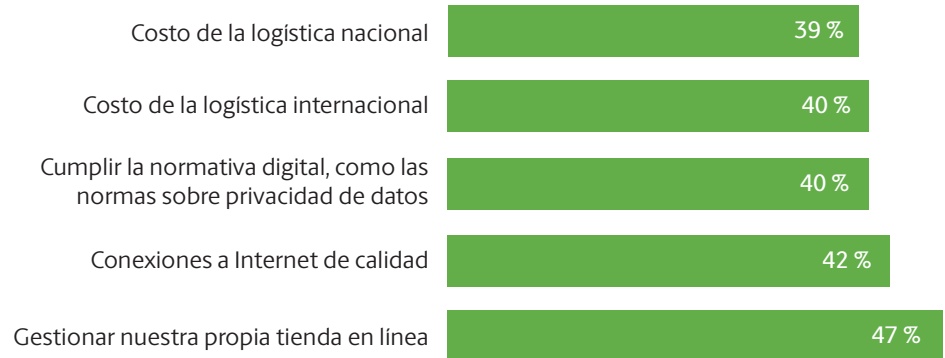




Desafíos para las pequeñas y medianas empresas

Mantener y gestionar su propia tienda en línea sigue siendo un desafío para las empresas mexicanas que aspiran a crecer a través del comercio y el comercio electrónico. Alrededor del 40 % de las pequeñas y medianas empresas exportadoras encuestadas citaron como “barreras extremadamente importantes” la calidad de las conexiones a Internet, el cumplimiento de la normativa digital, y el costo de la logística internacional y nacional (gráfico 5).

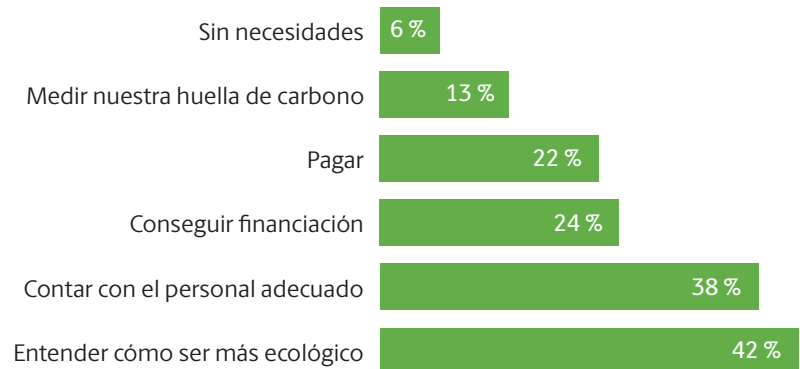
Los 5 desafíos “más importantes” a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas para aumentar sus ingresos y exportaciones en 2023-24 (gráfico 5)



Las pequeñas y medianas empresas necesitan ser más sostenibles.

Para llevar a cabo su transición ecológica, las pequeñas y medianas empresas reclaman una mejor comprensión de las formas en que pueden volverse más ecológicas y el acceso a las capacidades del personal adecuado para que sus operaciones sean más ecológicas (gráfico 6).

Las pequeñas y medianas empresas necesitan ser más sostenibles (gráfico 6)



Recomendaciones de políticas



Resiliencia: Para garantizar la resiliencia de las pequeñas y medianas empresas, los gobiernos deben centrarse en reducir los costos comerciales mediante la simplificación de los procesos comerciales, la liberalización del comercio y la mejora de la calidad logística.



Comercio y comercio electrónico: Fomentar las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas a través del comercio electrónico, garantizar conexiones a Internet de calidad y el desarrollo de capacidades para aumentar la presencia en los mercados mundiales en línea, y procesos comerciales digitalizados para agilizar la exportación de las pequeñas y medianas empresas vendedoras en línea.



Género: Apoyar el crecimiento continuo de las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres, promover el acceso de las mujeres a las tecnologías digitales, la financiación y los nuevos mercados de exportación.



Sostenibilidad: Apoyar a las pequeñas y medianas empresas en su transición ecológica mediante la creación de conciencia sobre metodologías óptimas para ecologizar sus negocios, la medición de su huella de carbono y la financiación.