



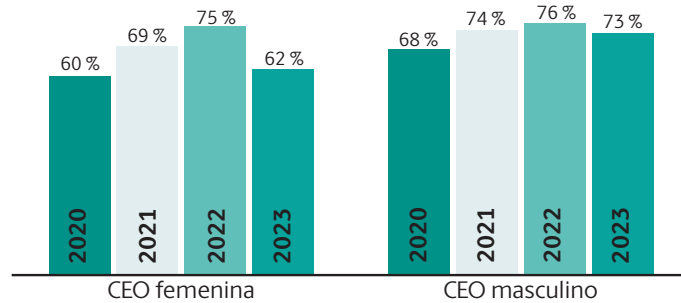
EE. UU.



EL CAMINO HACIA LA RECUPERACIÓN

Tanto las pymes dirigidas por mujeres como las dirigidas por hombres en EE. UU. se han ido recuperando a un ritmo constante de la recesión causada por la COVID. Por ejemplo, en 2022, el 75 por ciento de las empresas lideradas por mujeres registraron un crecimiento positivo de los ingresos, frente al 60 por ciento en 2020 (gráfico 1).

Porcentaje de pymes con crecimiento positivo de los ingresos en 2020-23, por género de CEO (dirección ejecutiva) (gráfico 1)



Tendencias y retos del comercio electrónico

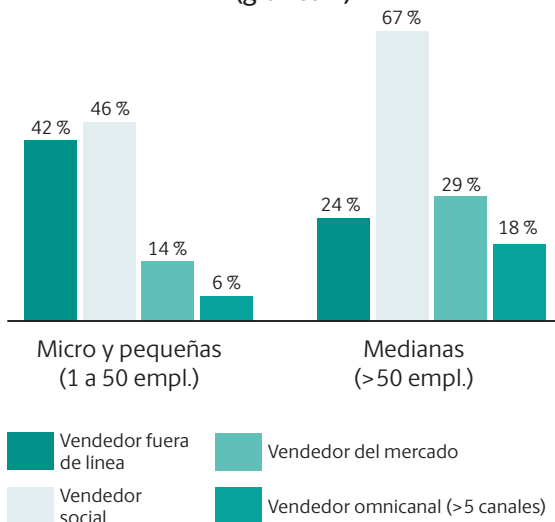
Principales retos del comercio electrónico en 2023

Hasta el 14 por ciento de las microempresas y las pequeñas empresas de EE. UU. utilizaban algún tipo de mercado para vender sus mercancías y servicios. El 6 por ciento de las microempresas y las pequeñas empresas, y el 18 por ciento de las medianas empresas eran vendedores omnicanal (gráfico 2).

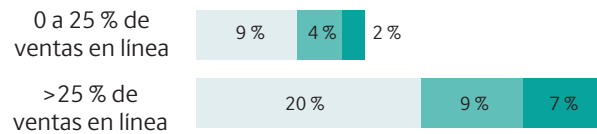
¿El comercio electrónico es una prioridad?

Por su parte, el comercio electrónico está permitiendo a las pymes estadounidenses participar en el comercio y acceder a nuevos mercados: El 36 por ciento de las empresas que utilizan el comercio electrónico de forma intensiva diversificaron sus mercados de exportación en 2021-22 (gráfico 3). En 2022, el 8 por ciento de las microempresas y las pequeñas empresas y el 31 por ciento de las medianas empresas exportaron a tres o más mercados, frente al 7 por ciento y el 27 por ciento en 2020 (gráfico 4).

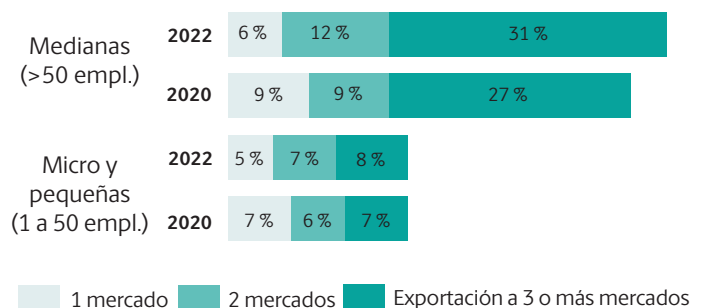
Uso de canales digitales de mercadeo y ventas en 2022, por tamaño de empresa (gráfico 2)



Porcentaje de pymes que diversificaron los mercados de exportación en 2022 respecto a 2020, por intensidad de ventas en línea (gráfico 3)



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





Retos para las pymes

La calidad del almacenaje sigue siendo un reto para las empresas estadounidenses que pretenden crecer a través de la comercialización y el comercio electrónico. Aproximadamente un tercio de las pymes exportadoras encuestadas mencionaron la calidad de la conexión a Internet y la logística internacional, el costo de la logística nacional y la gestión de su propia tienda online como “obstáculos sumamente importantes” (gráfico 5).

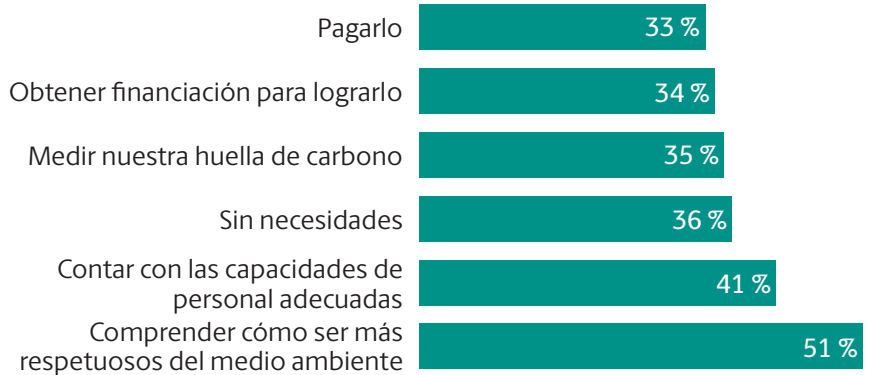
Los 5 principales retos “sumamente importantes” a los que se enfrentan las pymes para aumentar sus ingresos y sus exportaciones en 2023-24 (gráfico 5)



Las pymes deben ser más sustentables.

Para llevar a cabo su transición hacia la sustentabilidad, las pymes deben conocer mejor las formas en que pueden ser más respetuosas con el medio ambiente y tener acceso a las capacidades del personal adecuado para que sus operaciones sean más sustentables (gráfico 6).

Las pymes deben ser más sustentables (gráfico 6)



Recomendaciones en materia de políticas



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



Género: Para apoyar el crecimiento continuo de las pymes dirigidas por mujeres, hay es necesario promover el acceso de las mujeres a las tecnologías digitales, la financiación y los nuevos mercados de exportación.



Comercio electrónico y comercialización: Para impulsar las exportaciones de las pymes por medio del comercio electrónico, hay que garantizar conexiones a Internet de calidad y el desarrollo de capacidades para aumentar la presencia en los mercados mundiales en línea, además de la digitalización de los procesos comerciales para agilizar la exportación de las pymes que venden en línea.



Sustentabilidad: Para apoyar a las pymes en su transición ecológica, es necesario concientizarlas sobre las metodologías óptimas para que sus negocios sean más respetuosos del medio ambiente, medir su huella de carbono y ofrecerles financiación.