



Transformación digital para MiPyMes

Agenda

1. Tendencias clave	6
2. Transformación digital	16
3. Trabajo remoto	20
4. Ciberseguridad	28
5. Talento y capacitación	33
6. Hábitos de compra y consumo de información	40
7. Microsoft: soluciones y liderazgo	48
8. Principales conclusiones	53

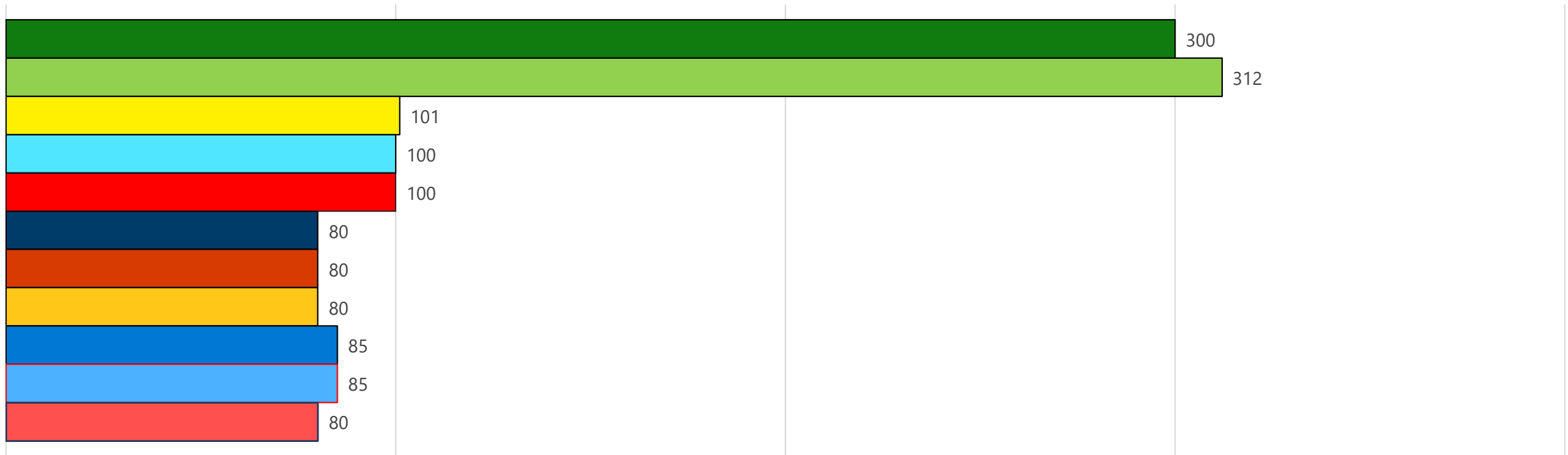
Objetivos y metodología

Comprender la experiencia de transformación digital que han atravesado las MiPyMes casi tres años después de la pandemia, considerando tendencias, expectativas y necesidades en torno a factores clave de digitalización como:

- Adopción de tecnología
- Ciberseguridad
- Trabajo híbrido
- Talento y habilidades
- Rol y liderazgo de Microsoft



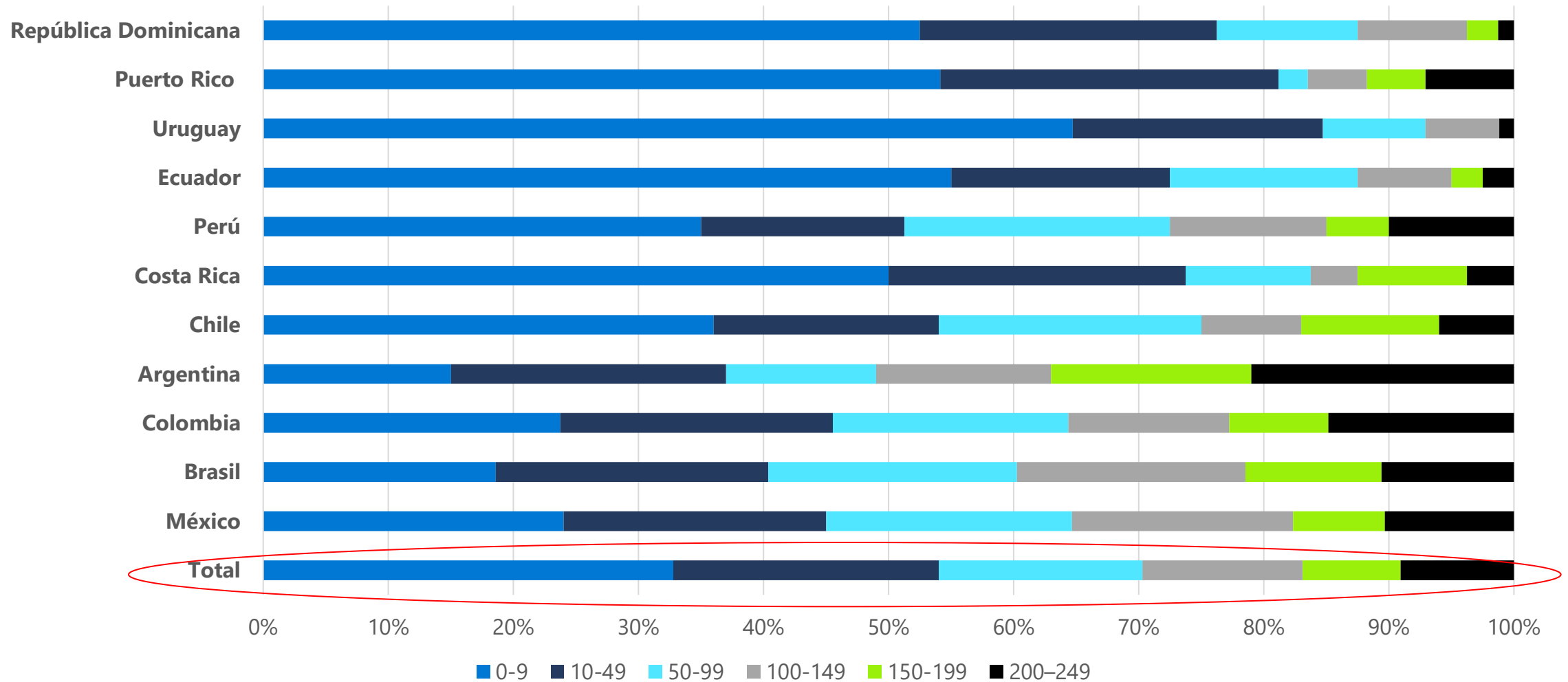
Muestra total por país



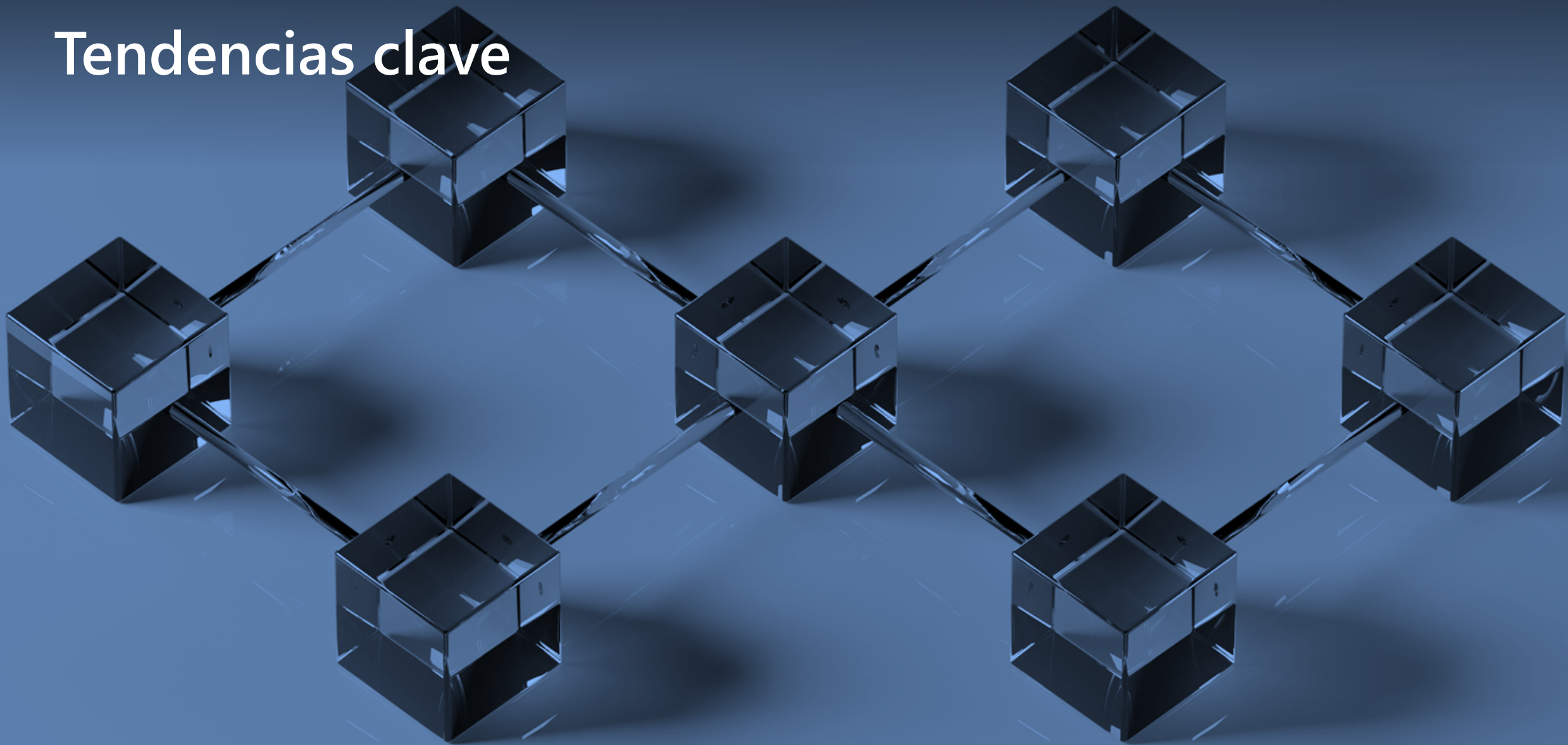
■ México ■ Brasil ■ Colombia ■ Argentina ■ Chile ■ Costa Rica ■ Perú ■ Ecuador ■ Uruguay ■ Puerto Rico ■ República Dominicana

Perfil de las empresas

Tamaño de las empresas (cantidad de empleados)



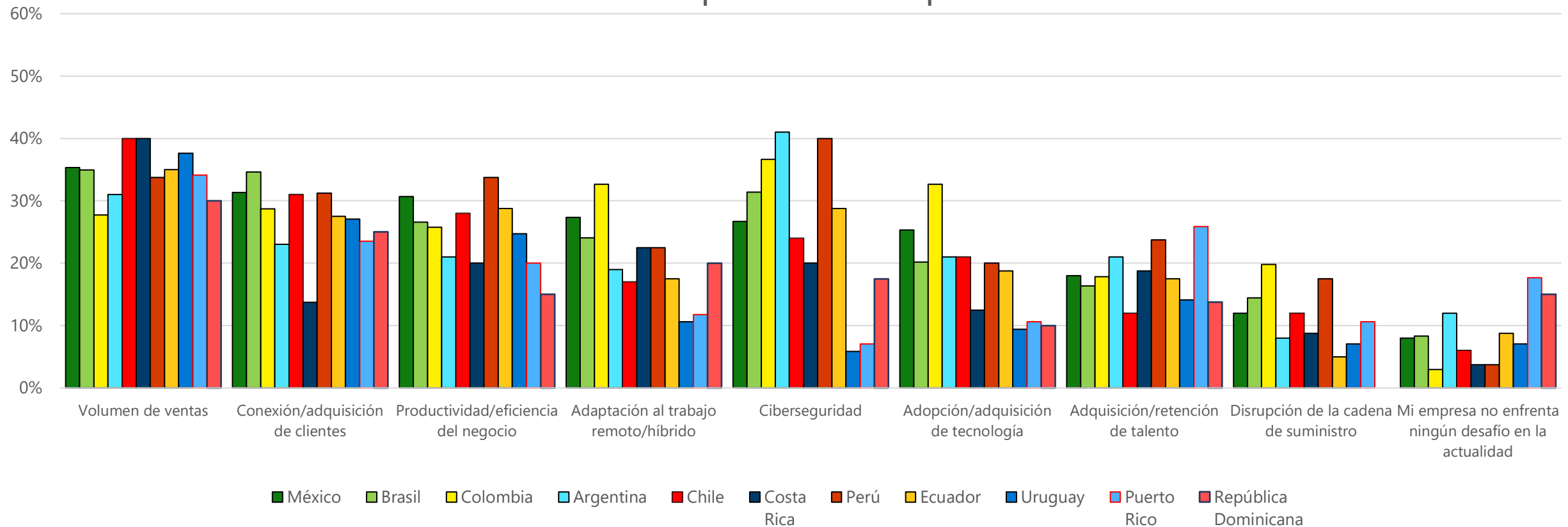
Tendencias clave



Principales desafíos de las empresas

El **volumen de ventas** es uno de los desafíos más mencionados por las empresas en la mayoría de los mercados. **Argentina y Perú son los países que más citaron a la ciberseguridad**, mientras que Uruguay y Puerto Rico son los que menos enfrentan este tipo de problemas. Colombia se destaca en términos de desafíos de adquisición de tecnología y adaptación al trabajo remoto/híbrido.

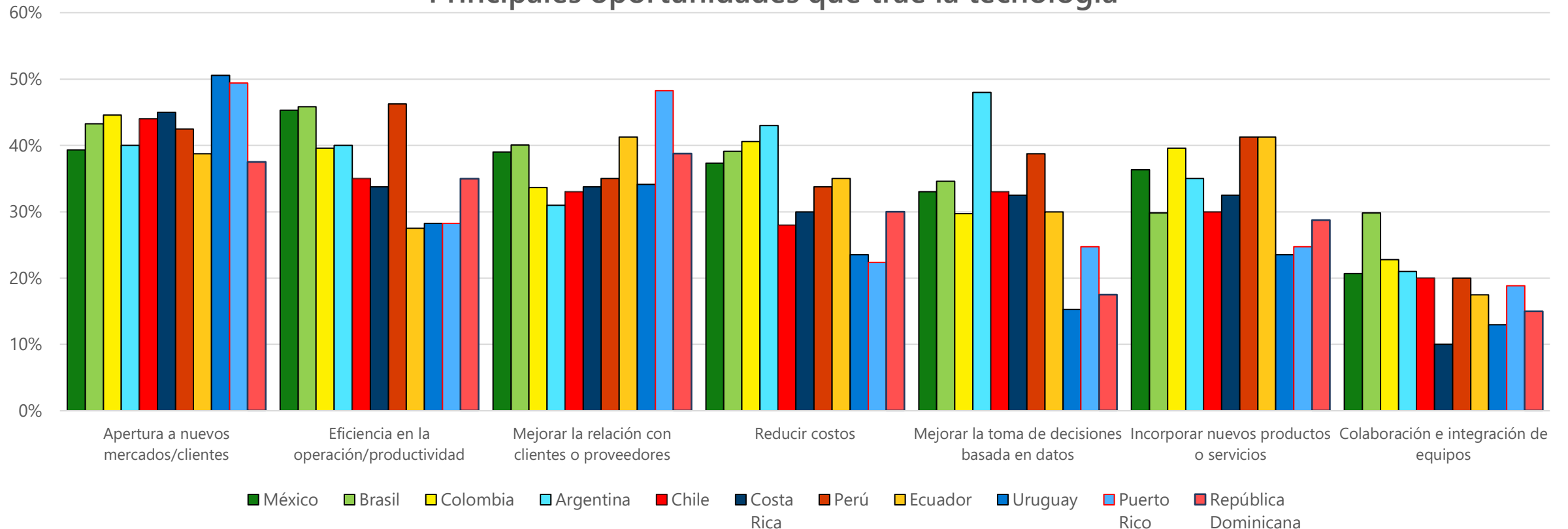
Desafíos que enfrenta la empresa



Oportunidades ofrecidas por la tecnología

Las oportunidades comerciales que ofrece la tecnología (**apertura a nuevos mercados**) son frecuentemente mencionadas por todos los países, seguido de la eficiencia en la operación y la mejora de la relación con clientes. Las empresas argentinas mencionan más la mejora de decisiones basadas en datos como oportunidad mientras que la reducción de costos es particularmente relevante en México, Brasil, Colombia y Argentina.

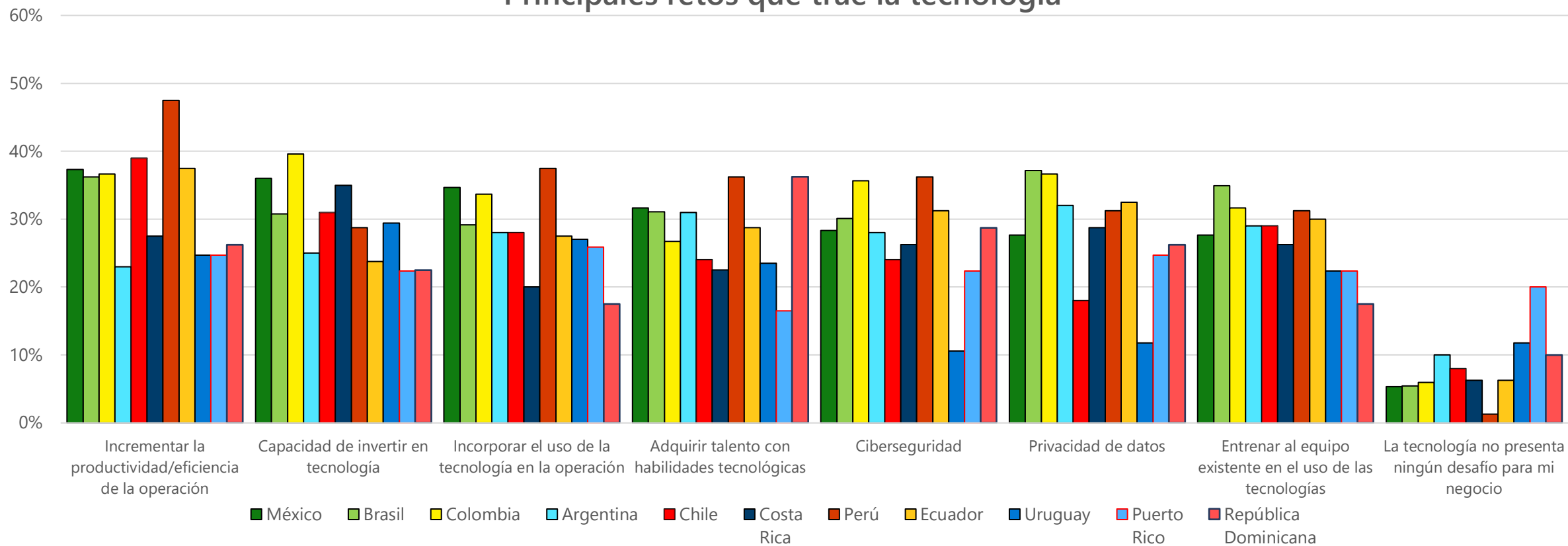
Principales oportunidades que trae la tecnología



Desafíos que presenta la tecnología

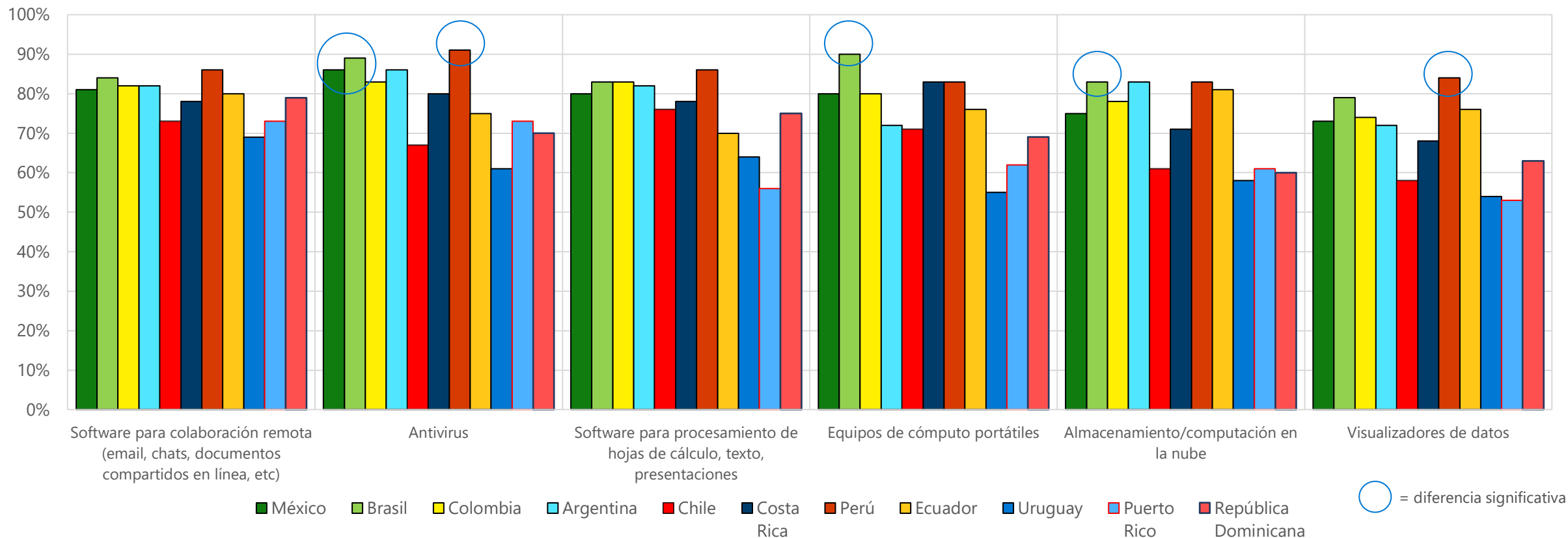
Incrementar la eficiencia de la operación es el desafío más mencionado en general, especialmente en las empresas peruanas. La capacidad de invertir en tecnología, a su vez, es un desafío más importante en México y Colombia. Vale la pena señalar que una quinta parte de las empresas en Puerto Rico informan que no enfrentan desafíos relacionados con la tecnología.

Principales retos que trae la tecnología



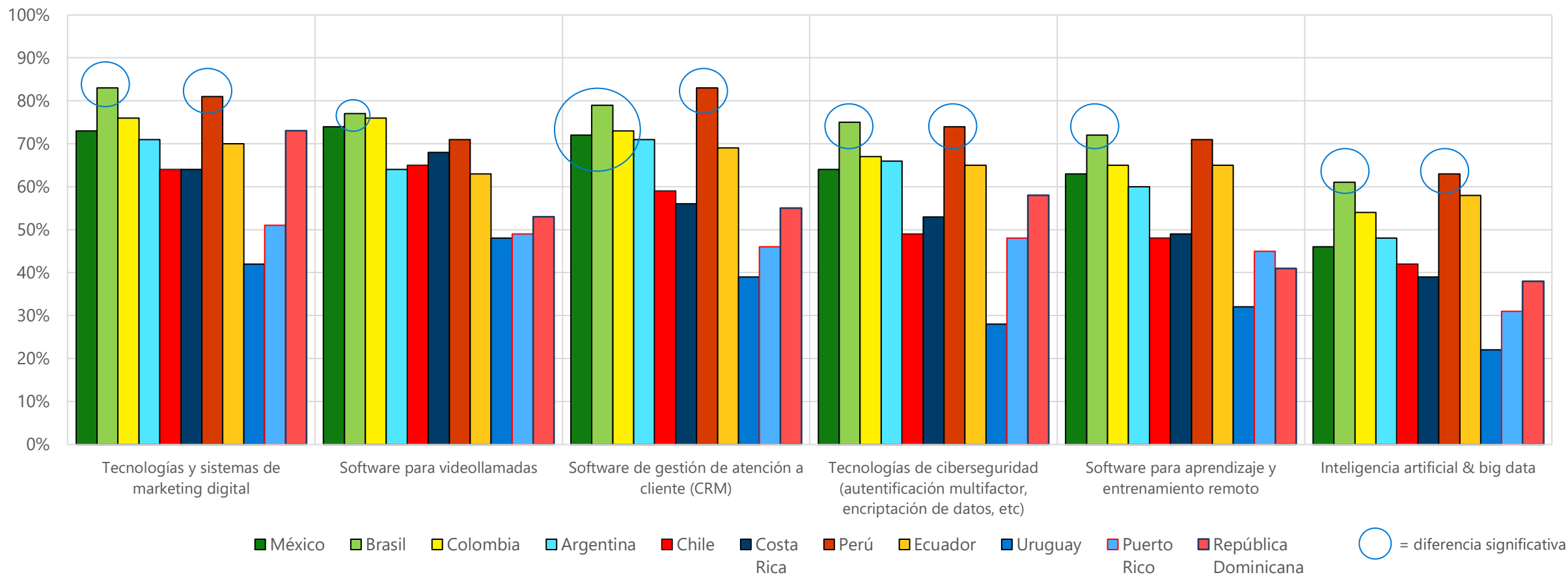
Uso de tecnología

Software para colaboración remota, antivirus, equipos portátiles, paquete Office y similares son los más utilizados por las empresas en general. Las brasileñas se encuentran entre las que más utilizan antivirus, computadoras portátiles y almacenamiento en la nube, mientras que las peruanas se encuentran entre las que más utilizan antivirus y visualizadores de datos. El Caribe, Costa Rica, Uruguay y Chile son los países con los porcentajes más bajos para todas las tecnologías evaluadas.



Uso de tecnología - continuación

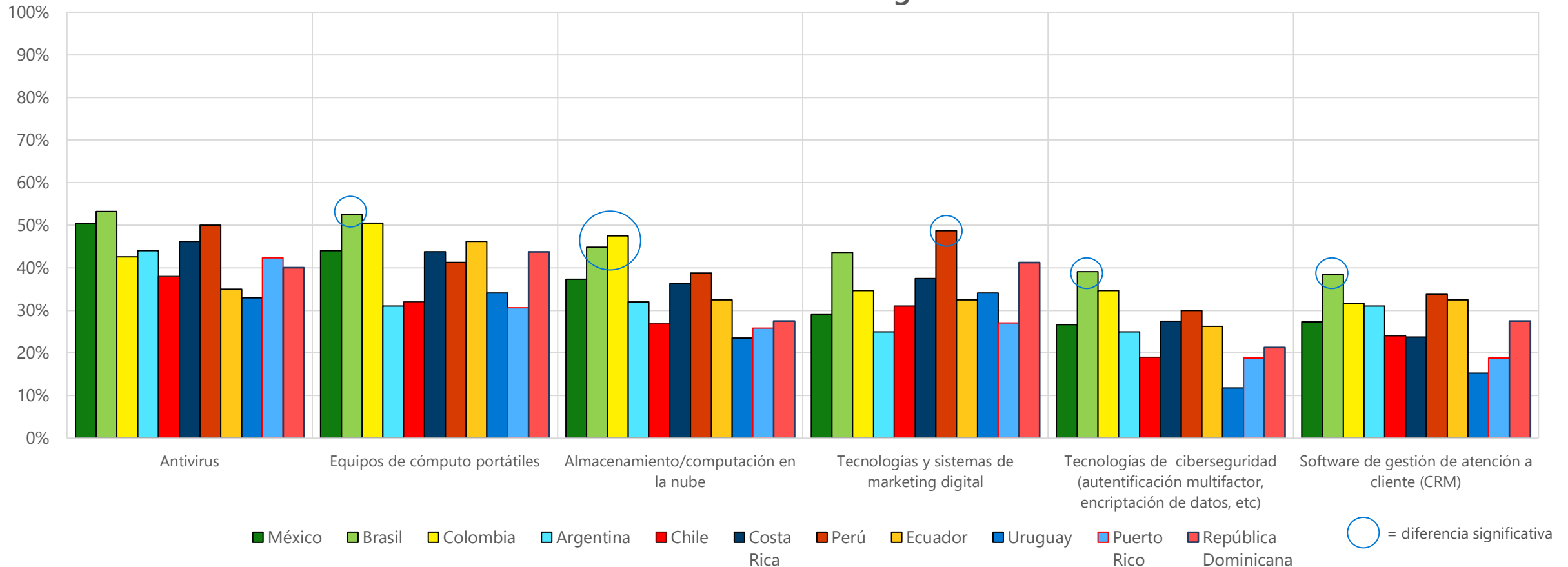
Las empresas brasileñas y peruanas se encuentran entre las que más utilizan las tecnologías evaluadas que requieren mayor competencia digital, como IA, CRM y aprendizaje remoto, además de ser las que más utilizan tecnologías de *marketing* digital.



Cultura de inversión en tecnología

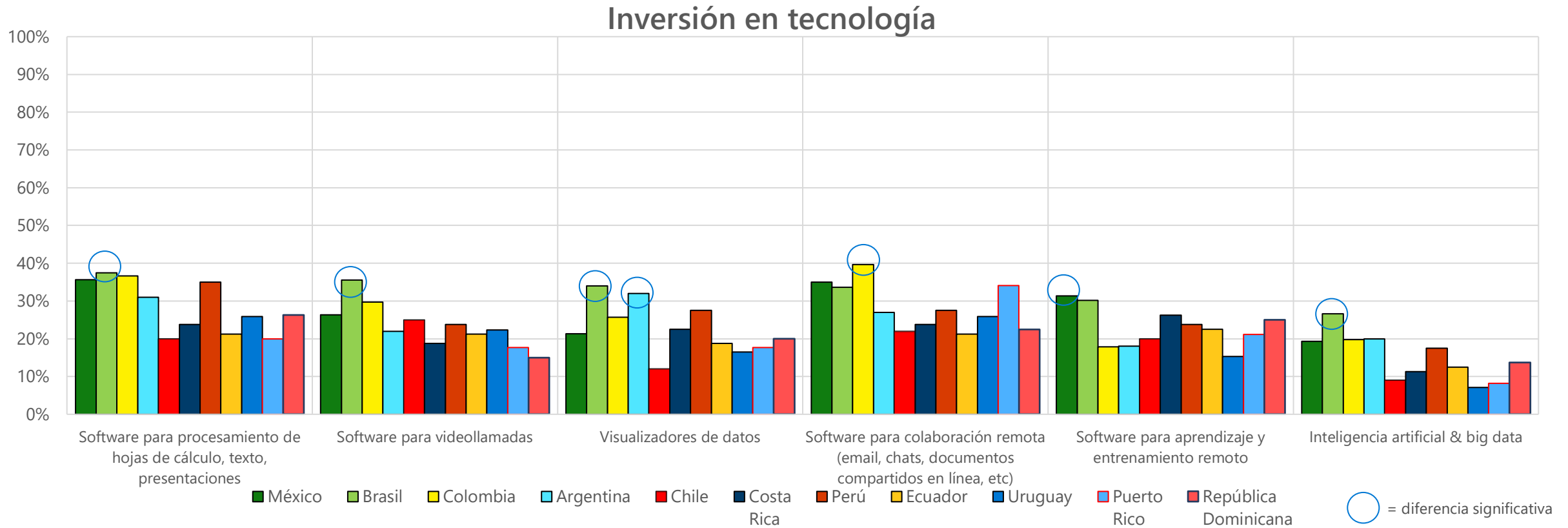
Desde el punto de vista de las inversiones, Brasil también es un país destacado, con liderazgo en inversiones en casi todas las tecnologías. Además México, Perú y Colombia destacan positivamente en inversiones en tecnología, mientras que Puerto Rico y Uruguay destacan negativamente. **La mayoría de los mercados concentran sus inversiones en antivirus, equipos de cómputo y nube.**

Inversión en tecnología



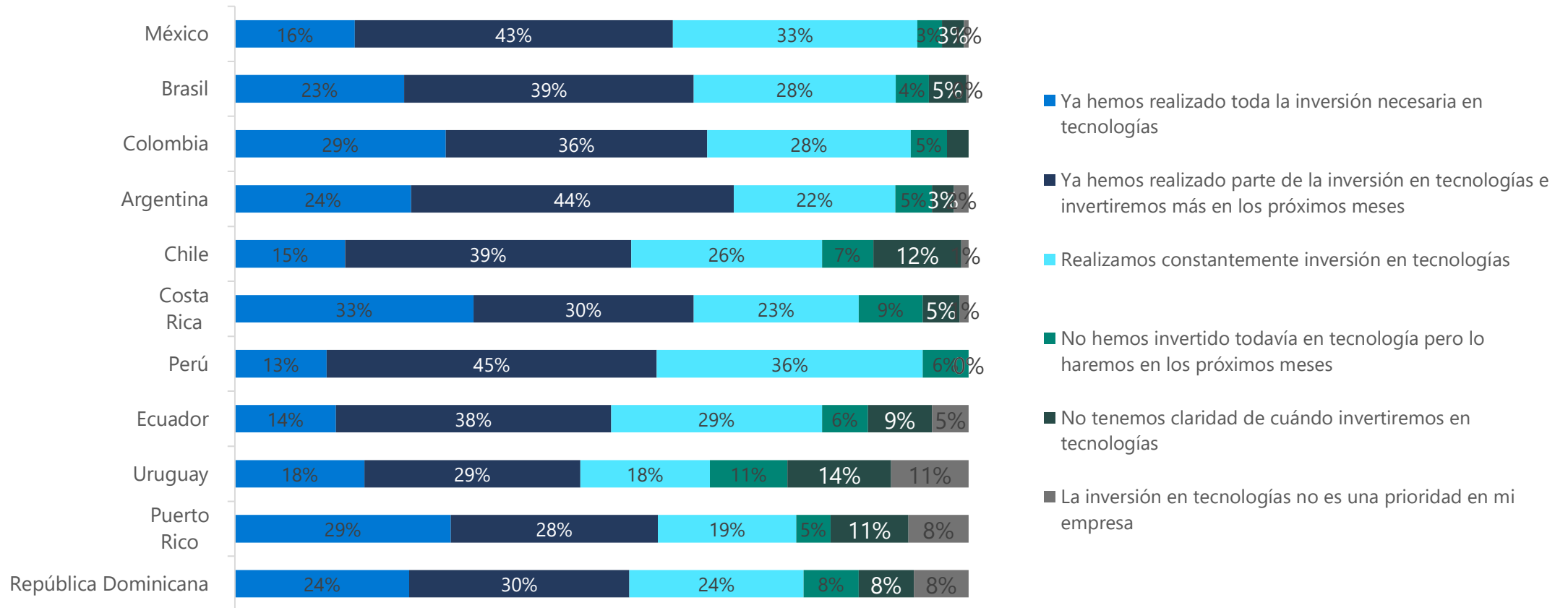
Cultura de inversión en tecnología – continuación

No todas las tecnologías más utilizadas son también las que más inversiones recibieron en el último año. El *software* para procesamiento de hojas de cálculo, textos o presentaciones y *software* para colaboración remota, están entre las más utilizadas, pero en general menos del 40% de las empresas invirtieron en esta tecnología.



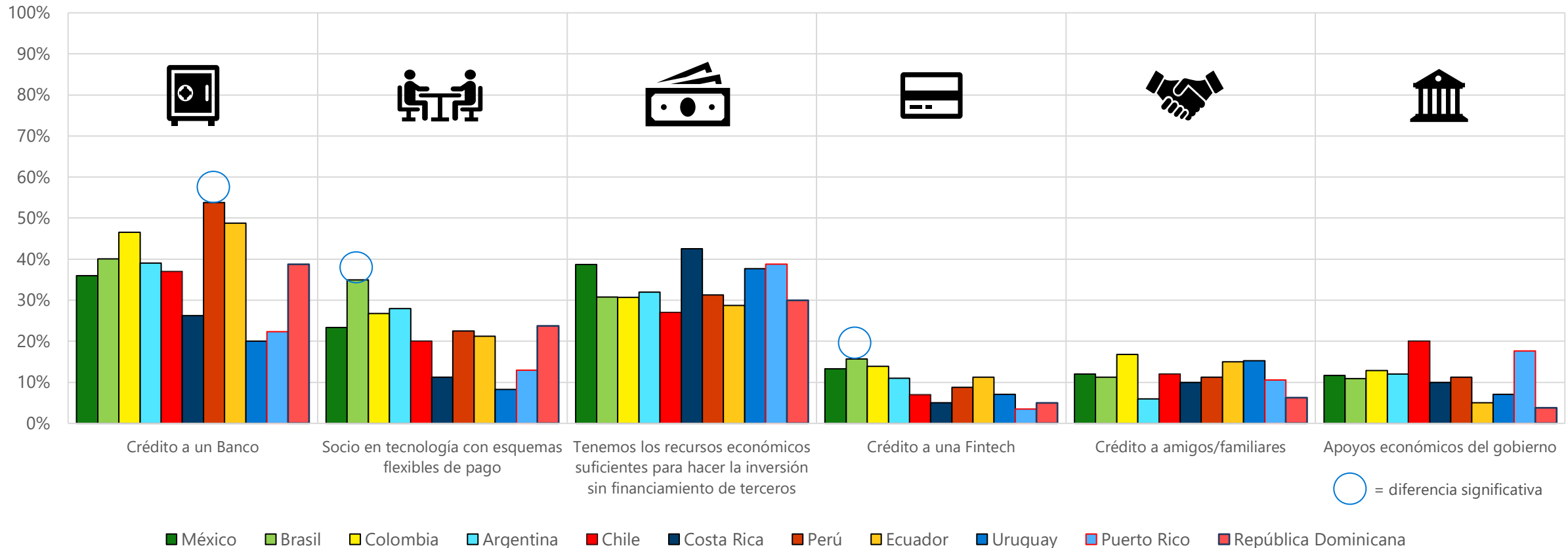
Estilo de inversión en tecnología

La mayor parte de las empresas declaran que ya han invertido parte de su presupuesto en tecnologías pero pretenden invertir más en los próximos meses, seguidas de aquellas que afirman invertir constantemente en tecnología. **Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay** se destacan por tener un mayor porcentaje de empresas que no consideran las inversiones en tecnología como una prioridad mientras que **Perú destaca como el mercado que más realiza constantemente inversión.**



Financiación de la inversión en tecnología

El crédito bancario sigue siendo la forma más común de financiamiento de tecnología por parte de las empresas, especialmente entre las peruanas. Los esquemas flexibles de pago negociados directamente con socios en tecnología se erigen como la tercera forma más recurrente, particularmente en Brasil (donde también es frecuente recurrir a las *fintechs*). Las empresas de los mercados menos digitalizados se encuentran entre las que más consideran contar con recursos suficientes para financiar tecnología.



Transformación digital



Transformación digital

Se encuentran en proceso de transformación digital...

98% de las empresas peruanas	Según el 69%
95% de las empresas colombianas	Según el 83%
92% de las empresas brasileras	Según el 81%
92% de las empresas mexicanas	Según el 71%
88% de las empresas dominicanas	Según el 69%
85% de las empresas ecuatorianas	Según el 63%
80% de las empresas argentinas	Según el 75%
78% de las empresas costarriqueñas	Según el 53%
76% de las empresas chilenas	Según el 54%
76% de las empresas puertorriqueñas	Según el 63%
73% de las empresas uruguayas	Según el 45%

Perú tiene el mayor porcentaje de empresas en proceso de transformación digital, pero para casi 3 de cada 10 empresas este proceso no ha avanzado mucho en el último año.

... la transformación avanzó mucho en el último año*

*2 cajas superiores

Transformación digital

Se encuentran en proceso de transformación digital...

98% de las empresas **peruanas**

Según el 69%

95% de las empresas **colombianas**

Según el 83%

92% de las empresas **brasileras**

Según el 71%

92% de las empresas **mexicanas**

Según el 71%

88% de las empresas **dominicanas**

Según el 69%

85% de las empresas **ecuatorianas**

Según el 67%

80% de las empresas **argentinas**

Según el 63%

78% de las empresas **costarriqueñas**

Según el 51%

76% de las empresas **chilenas**

Según el 54%

76% de las empresas **puertorriqueñas**

Según el 63%

73% de las empresas **uruguayas**

Según el 45%

tiene el mayor porcentaje

95%

de todas las empresas entrevistadas consideran positivo el impacto de la transformación digital en la eficiencia de su negocio

mucho en el último año*

*2 cajas superiores

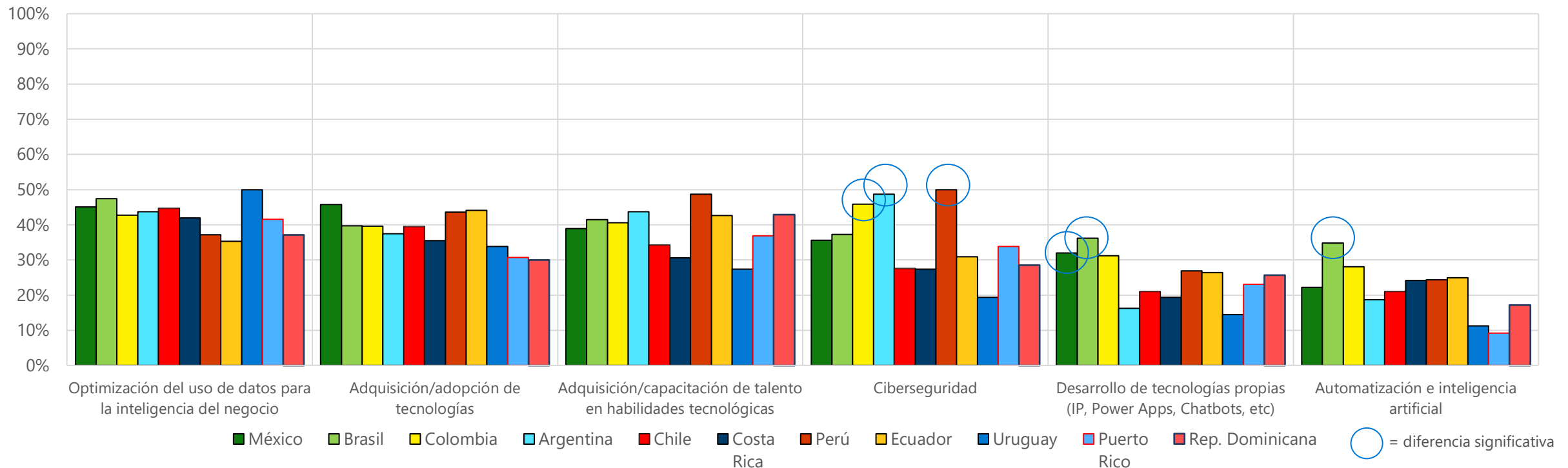
P14. ¿Consideras que tu empresa se encuentra actualmente en un proceso de transformación digital (entendiendo transformación digital como la aplicación de tecnologías a los diversos procesos operativos de una empresa)? (RU). Bases: empresas en transformación digital de cada país

P15. ¿Qué tanto han avanzado en transformación digital/digitalización en tu empresa en el último año? (RU). Bases: empresas en transformación digital de cada país

Classified as Microsoft Confidential. ¿Cómo crees que la transformación digital está impactando la productividad de tu negocio? (RU). Bases: empresas en proceso de transformación digital de cada país

Prioridades de la transformación digital

La prioridad de la transformación digital más citada por el conjunto de los mercados es la **optimización del uso de datos para la inteligencia del negocio**. Se destaca la **ciberseguridad como elemento con grandes variaciones entre los países**, y es significativamente más alta en países como Argentina, Colombia y Perú. **Desarrollo de aplicaciones y automatización e IA** presentan mayor avance en los países más digitalizados (Brasil y México).



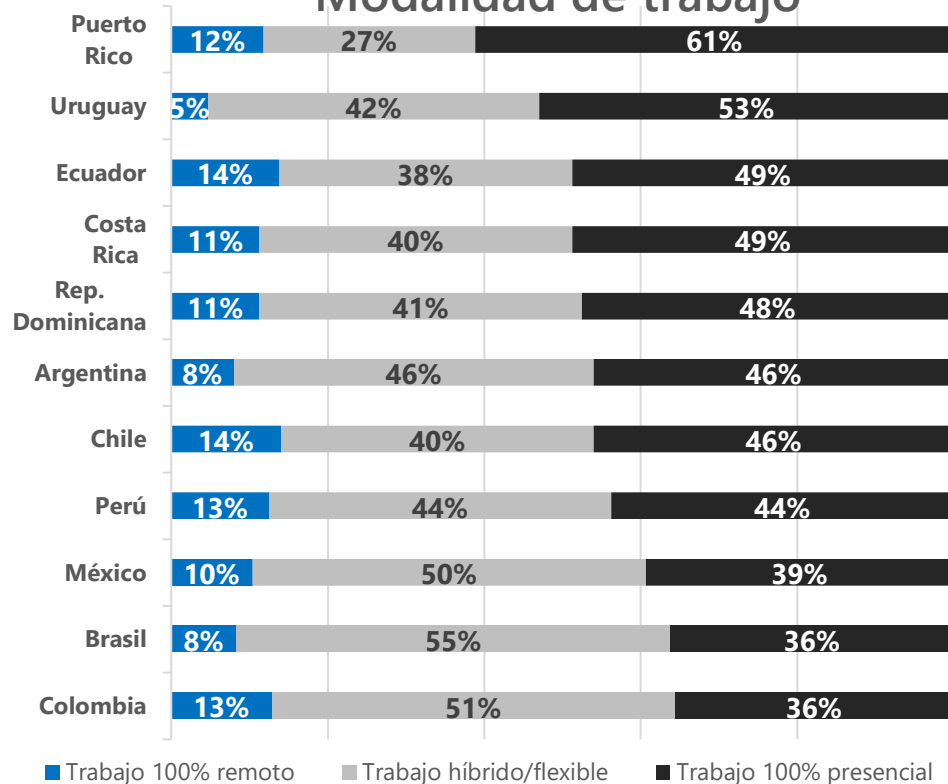
Trabajo remoto



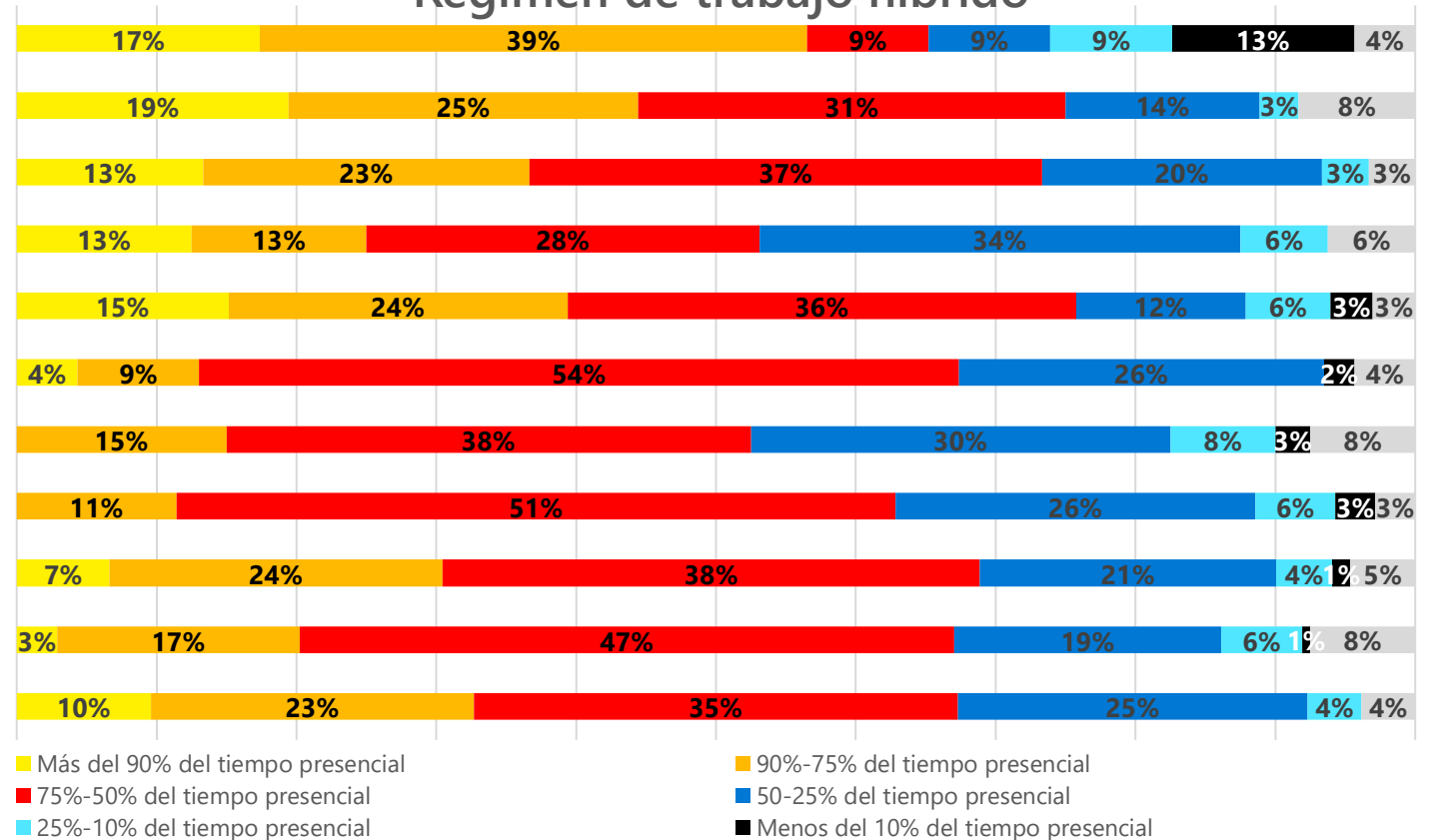
Modalidades de trabajo

Puerto Rico se destaca por la prevalencia del trabajo presencial, seguido de Uruguay. Mientras que el trabajo remoto es adoptado por menos del 15% de las empresas de todos los mercados, **el trabajo híbrido es la modalidad con mayor peso, principalmente entre las brasileñas, colombianas y mexicanas**. En todos los mercados, dentro de aquellas que aplican la modalidad híbrida, la carga de trabajo presencial ocupa más de la mitad del tiempo de los trabajadores.

Modalidad de trabajo



Régimen de trabajo híbrido

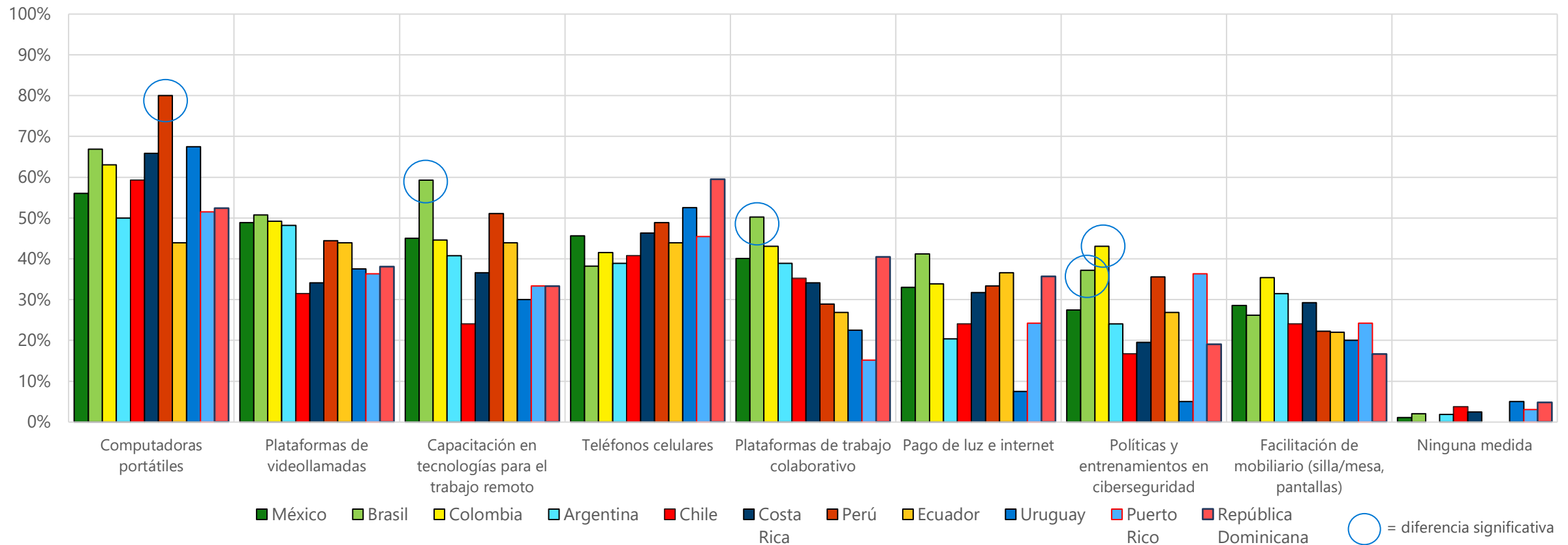


P18. ¿Qué modalidad de trabajo aplican actualmente en tu empresa? (RU). Bases totales de cada país.

P19. ¿Qué porcentaje del tiempo destinan al trabajo presencial en la modalidad de trabajo híbrido? (RU). Bases: empresas de cada país que realizan trabajo híbrido

Inversiones y medidas de adaptación al trabajo remoto

Notebooks y plataformas de videollamadas son las principales medidas adoptadas por las empresas de todos los mercados para facilitar el trabajo remoto. Exceptuando la provisión de teléfonos celulares y mobiliario, Brasil destaca por ser el mercado que adopta todas las medidas en proporción superior al promedio de los mercados.

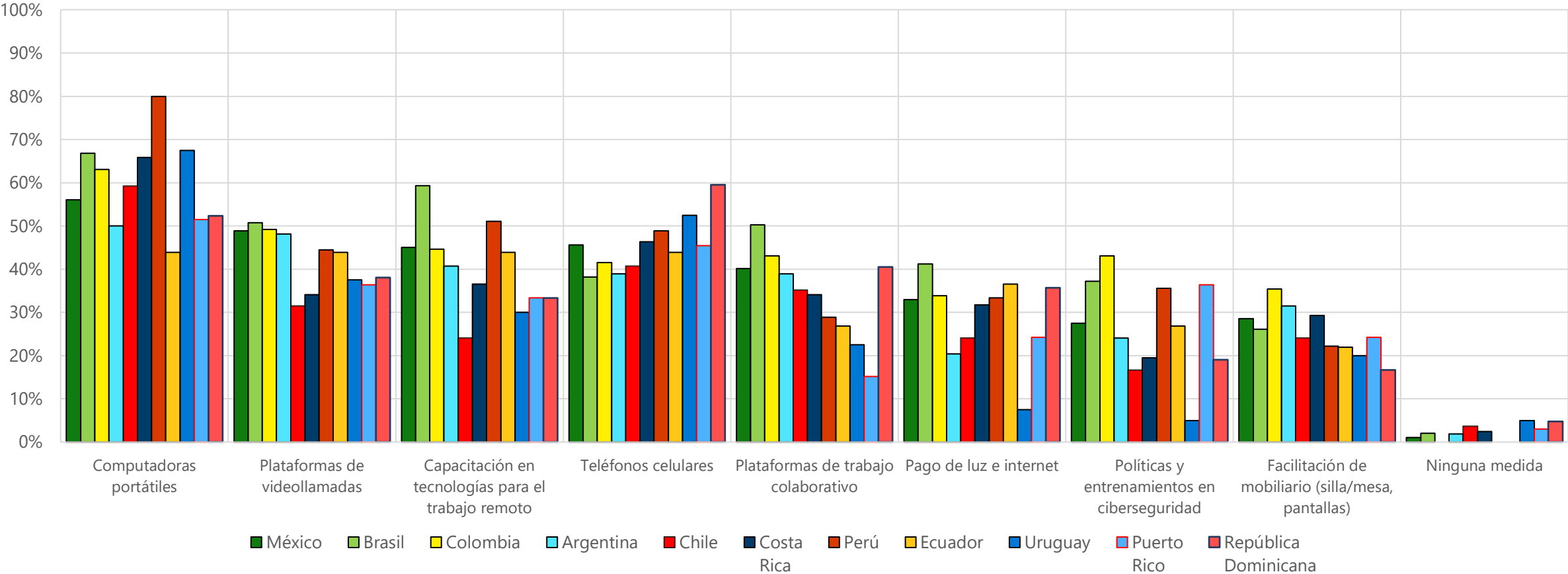


P23. ¿Qué medidas aplican en tu empresa para facilitar el trabajo remoto/híbrido? (RM). Bases: empresas de cada país que realizan trabajo remoto o híbrido

P23. ¿Qué porcentaje del presupuesto total de tecnología se invierte en tecnologías para el trabajo remoto/híbrido? (Numérica - hasta 50%). Bases: empresas de cada país que realizan trabajo remoto o híbrido

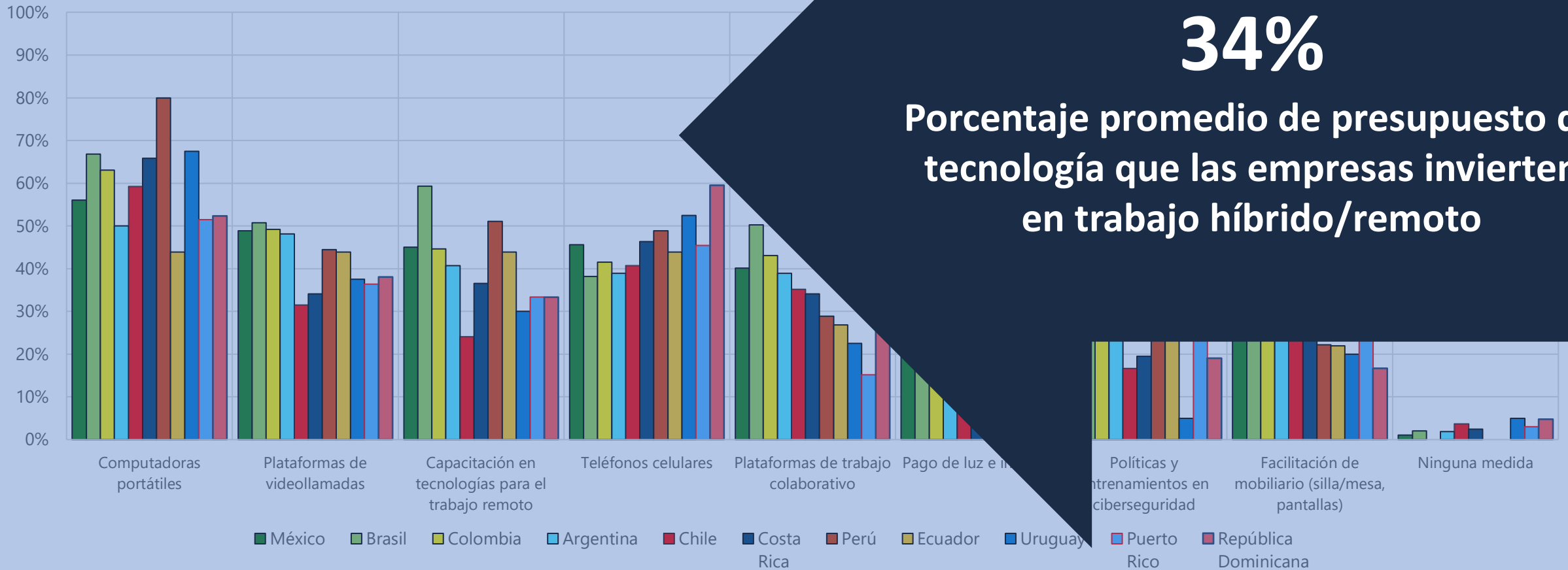
Inversiones y medidas de adaptación al trabajo remoto

Notebooks y plataformas de videollamadas son las principales medidas adoptadas por las empresas de todos los mercados para facilitar el trabajo remoto. Exceptuando la provisión de teléfonos celulares y mobiliario, **Brasil destaca** por ser el mercado que adopta todas las medidas en proporción superior al promedio de los mercados.



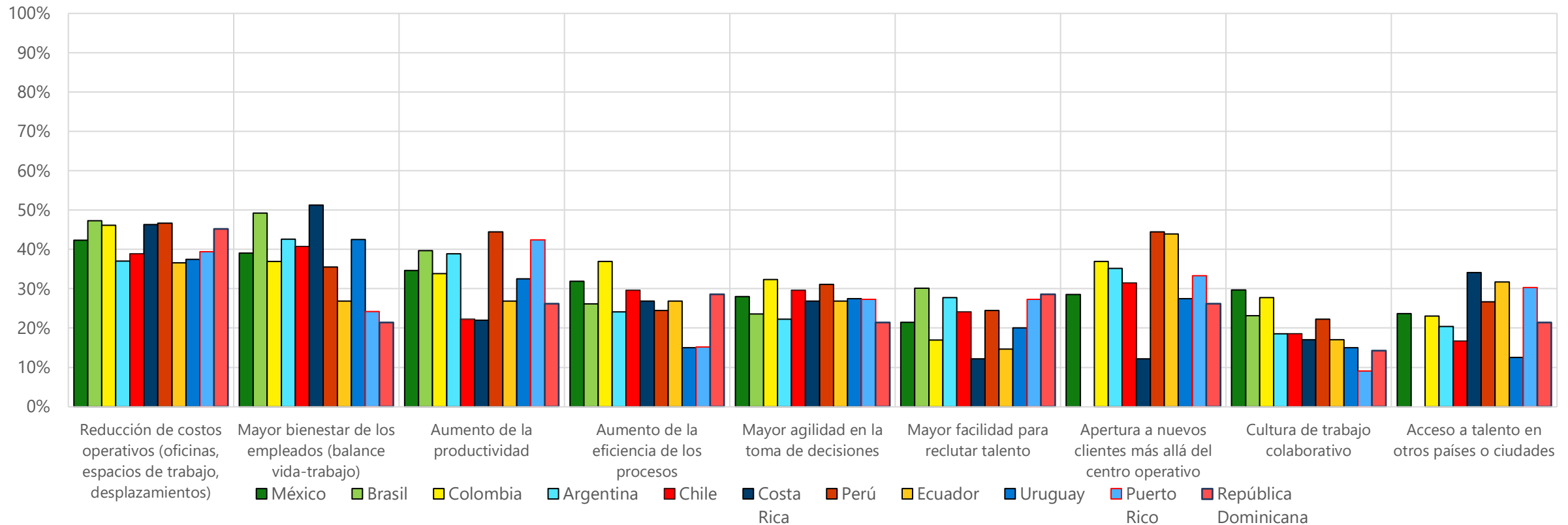
Inversiones y medidas de adaptación al trabajo remoto

Notebooks y plataformas de videollamadas son las principales medidas adoptadas por las empresas de todos los mercados para facilitar el trabajo remoto. Exceptuando la provisión de teléfonos celulares y mobiliario, **Brasil destaca** por ser el mercado que adopta todas las medidas en proporción superior al promedio.



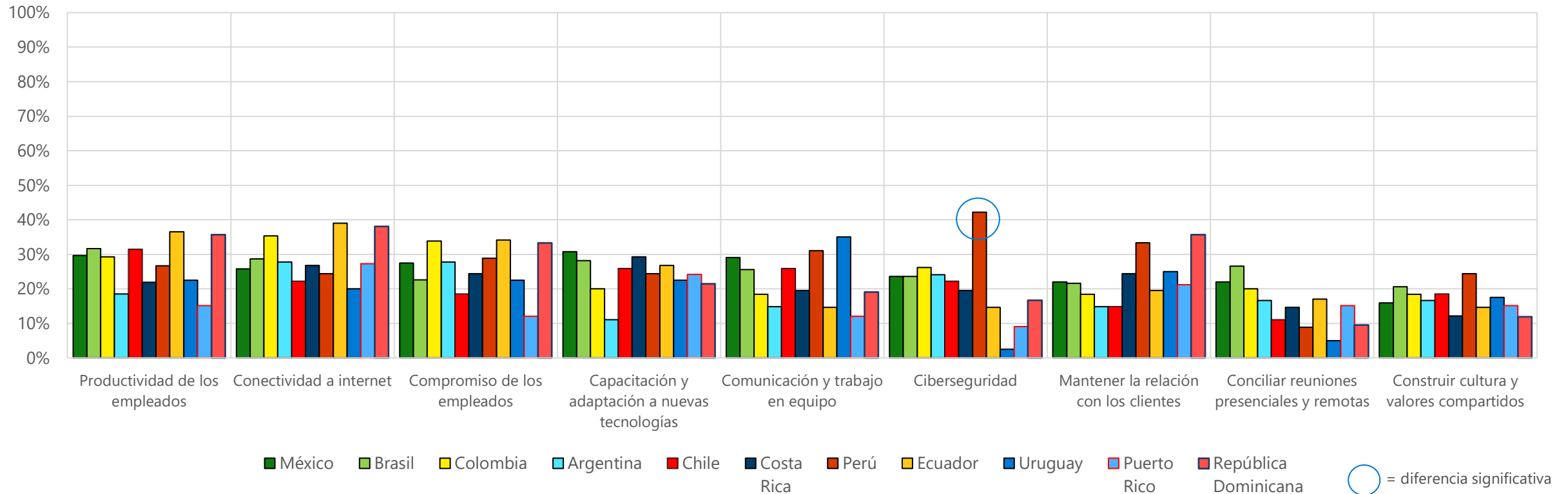
Ventajas del trabajo híbrido

La **reducción de costos operativos** y el **mayor bienestar de los empleados** son las ventajas del trabajo híbrido/remoto más mencionadas por el conjunto de los mercados, esta última principalmente en las empresas brasileñas y costarricenses.



Barreras del trabajo híbrido

Cuanto a las barreras para su implementación, en el conjunto de los mercados destacan la **conectividad a Internet y la productividad de los empleados**. Llama la atención el alto porcentaje de empresas peruanas que, en comparación con el promedio de los mercados, citan a la ciberseguridad como principal barrera para el trabajo remoto/híbrido.



Opiniones sobre el trabajo híbrido

Ya es una realidad y se reconocen sus beneficios

Entre el 85% y el 95% de las empresas dicen estar satisfechas con el trabajo híbrido y una proporción ligeramente inferior se dice adaptada, al paso que más del 70% reconoce beneficios de productividad a nivel individual y de la organización.

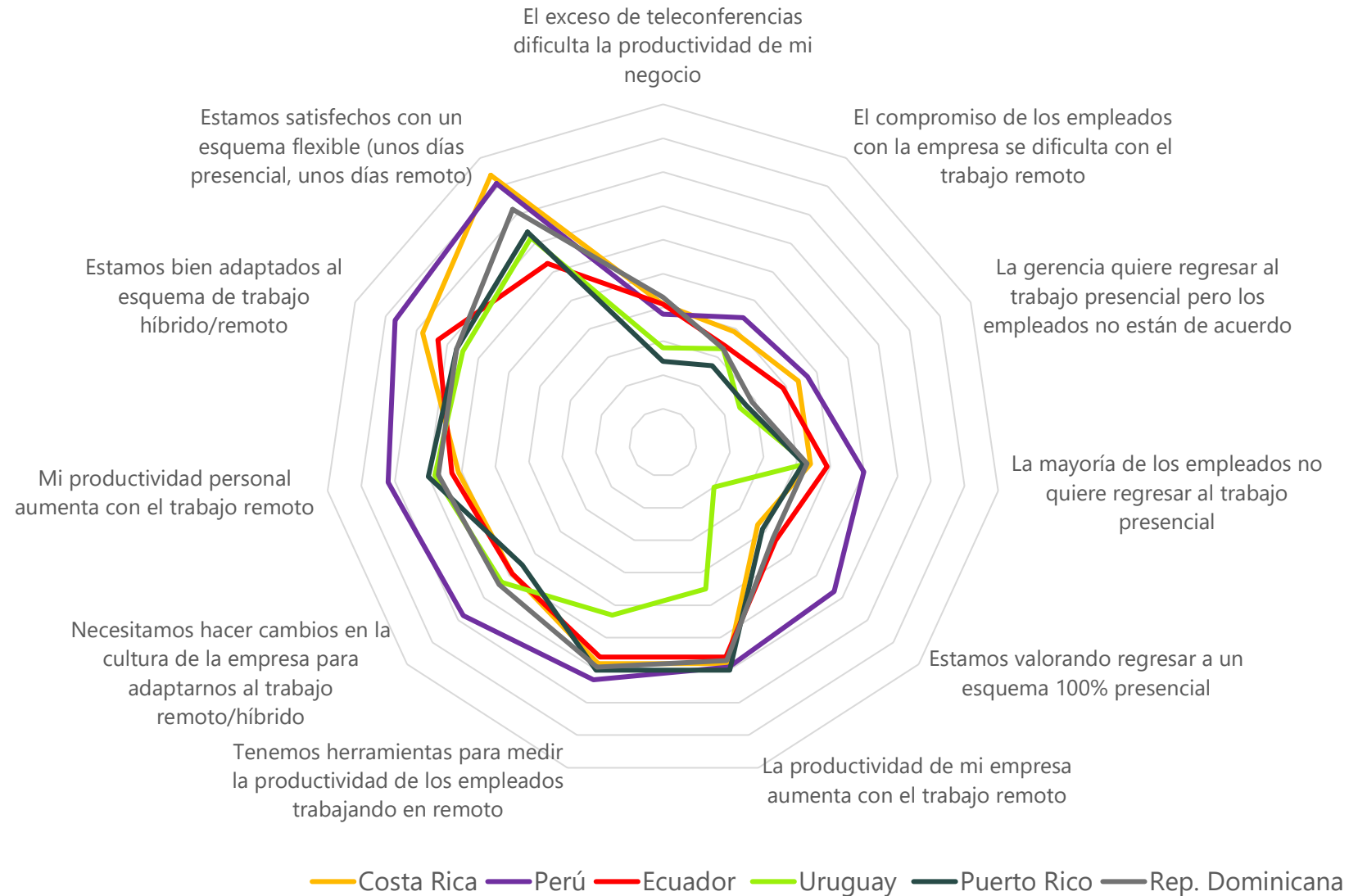
Pero hay puntos a mejorar

Una buena parte de las empresas, especialmente las colombianas, experimentan problemas bajo el esquema remoto/híbrido, como el compromiso de los empleados y el exceso de teleconferencias, lo que parece repercutir en la voluntad de más de la mitad de las empresas colombianas de regresar al trabajo presencial.



Opiniones sobre el trabajo híbrido - continuación

Perú y Costa Rica destacan por sus opiniones positivas acerca del trabajo híbrido/remoto, sin embargo especialmente en el primer mercado se reconoce la necesidad de hacer cambios en la cultura de la empresa para adaptarse y tres cuartas partes de las empresas están valorando regresar a un esquema 100% presencial, opinión que contrasta con la opinión al respecto que se tiene en los demás mercados, especialmente Uruguay.

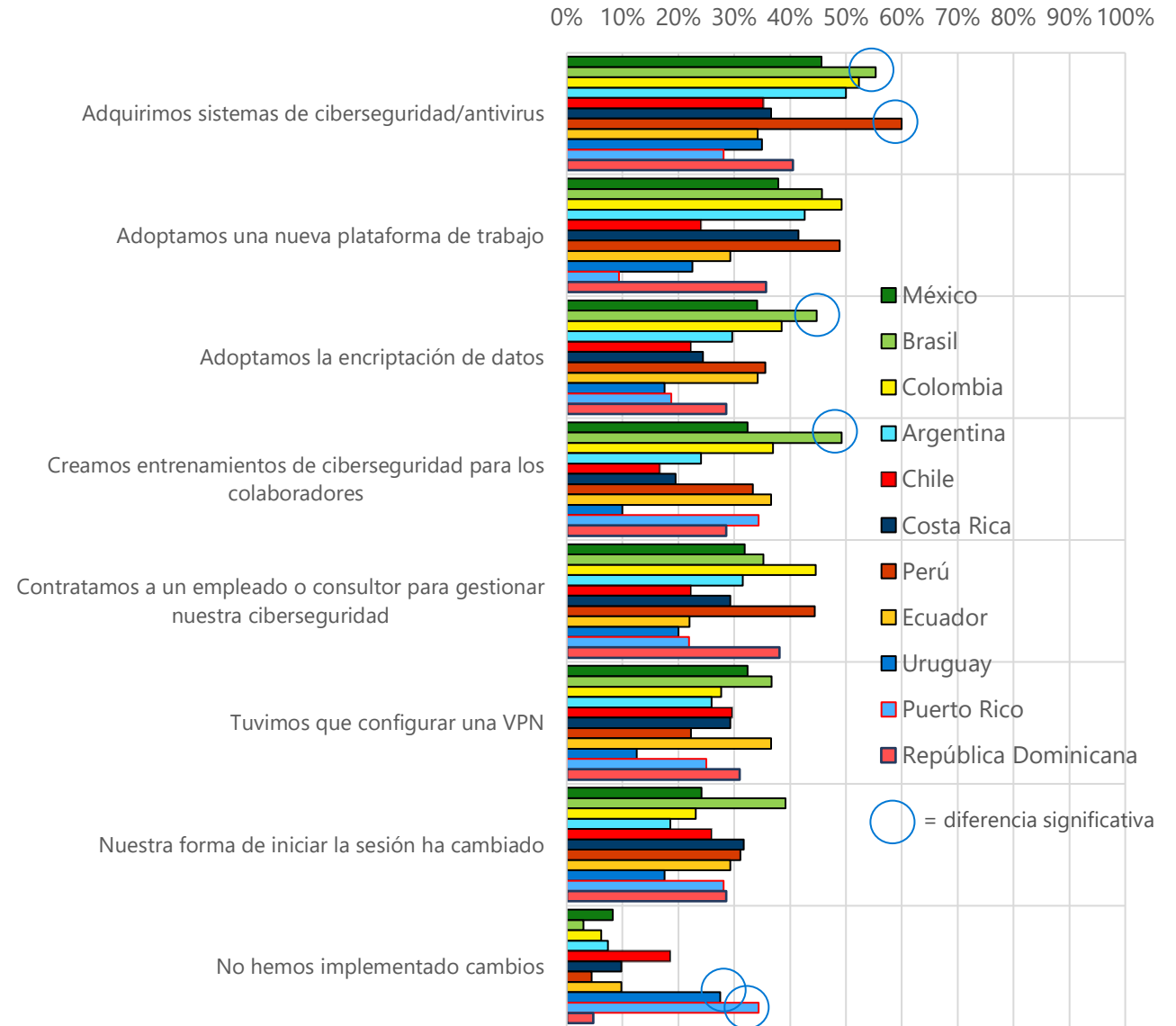


Ciberseguridad



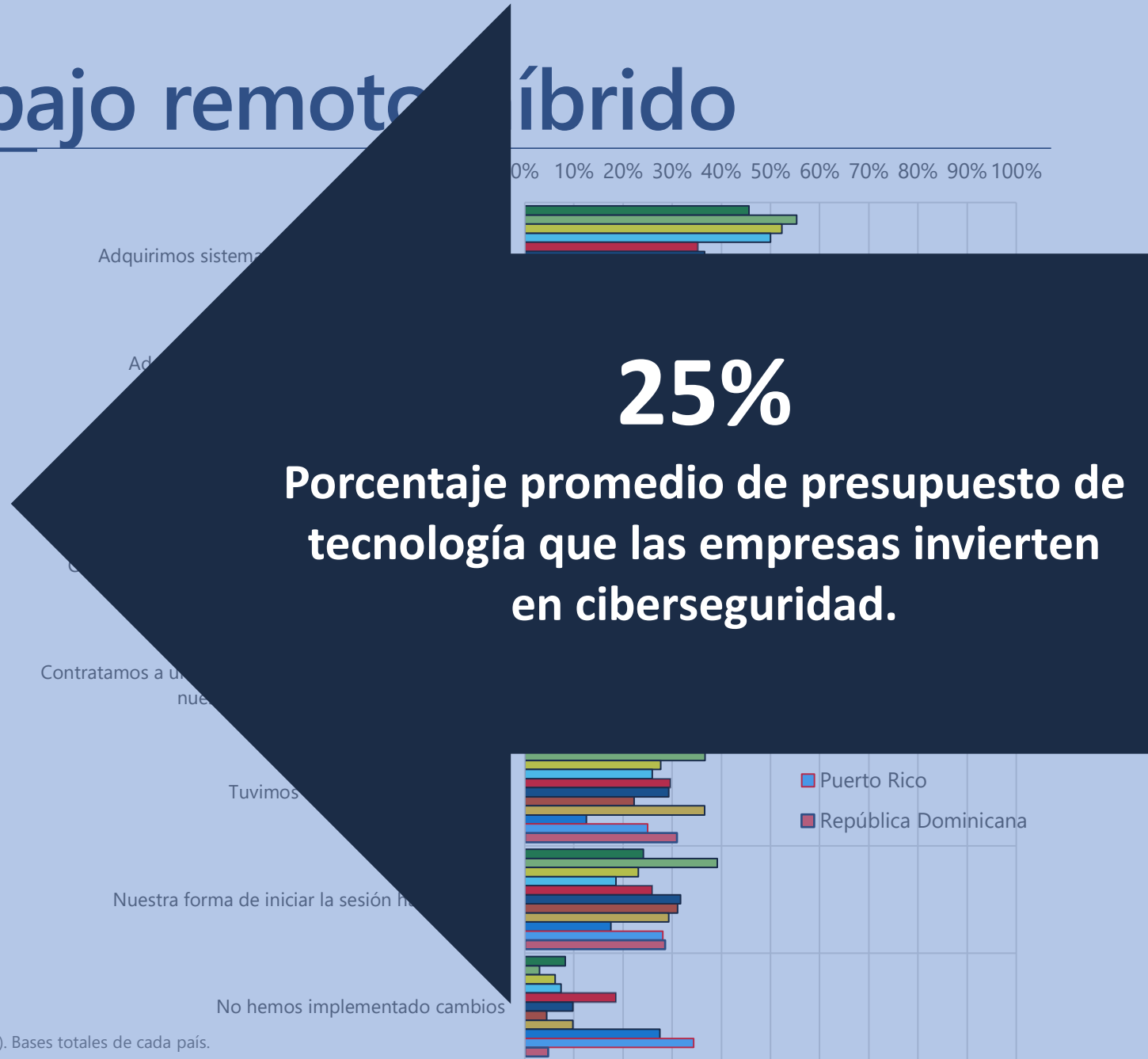
Ciberseguridad y trabajo remoto/híbrido

Para adaptarse al trabajo remoto, la **adquisición de sistemas de ciberseguridad/antivirus y la adopción de nuevas plataformas de trabajo** son las principales medidas adoptadas por el conjunto de las empresas de todos los mercados. **Brasil y Colombia, y en menor medida Perú, sobresalen** como aquellos donde no sólo se adoptan más medidas de ciberseguridad, sino que, especialmente en el primer mercado, las soluciones son más refinadas. **Uruguay y Puerto Rico, por el contrario, se destacan por los altos porcentajes de empresas que expresaron no haber implementado ningún cambio** para adaptarse, además de los bajos porcentajes en casi todos los ítems citados.



Ciberseguridad y trabajo remoto híbrido

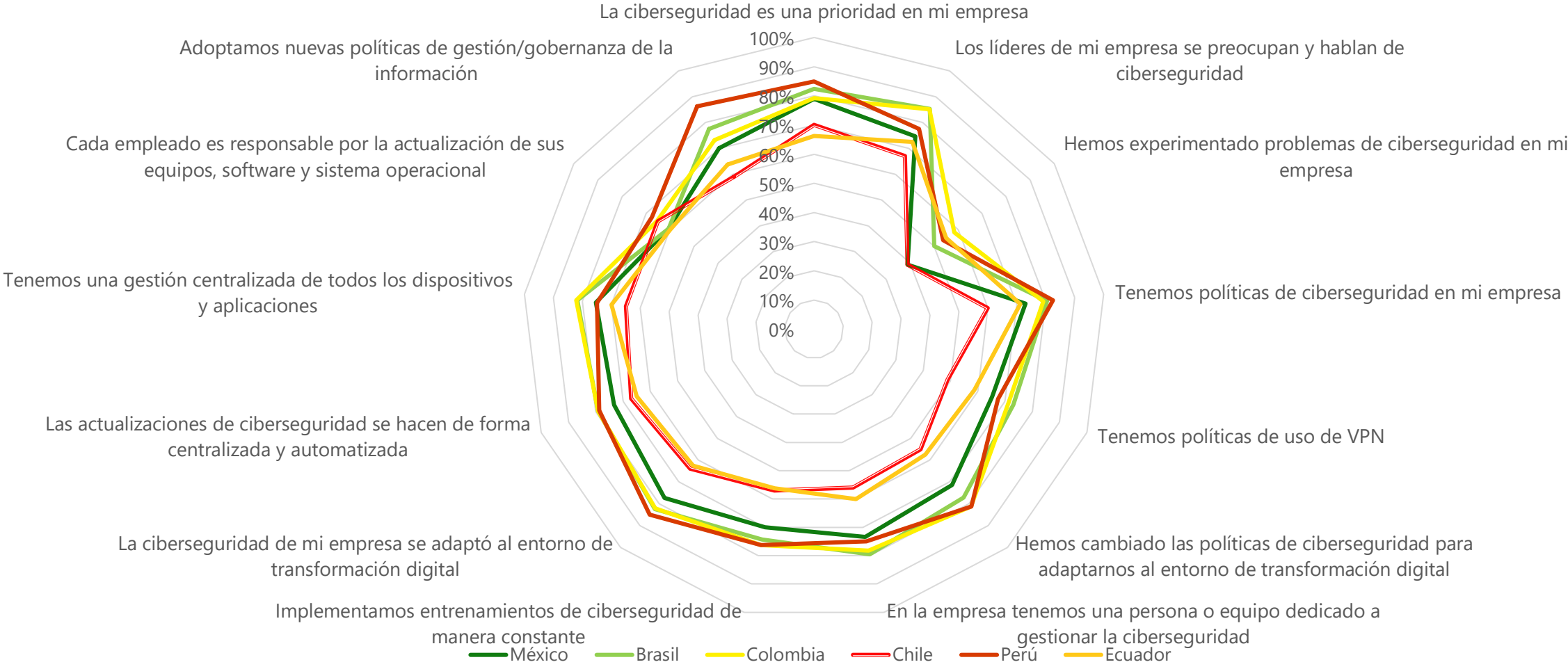
Para adaptarse al trabajo remoto, la **adquisición de sistemas de ciberseguridad/antivirus y la adopción de nuevas plataformas de trabajo** son las principales medidas adoptadas por el conjunto de las empresas de todos los mercados. **Brasil y Colombia, y en menor medida Perú, sobresalen** como aquellos donde no sólo se adoptan más medidas de ciberseguridad, sino que, especialmente en el primer mercado, las soluciones son más refinadas. **Uruguay y Puerto Rico, por el contrario, se destacan por los altos porcentajes de empresas que expresaron no haber implementado ningún cambio** para adaptarse, además de los bajos porcentajes en casi todos los ítems citados.



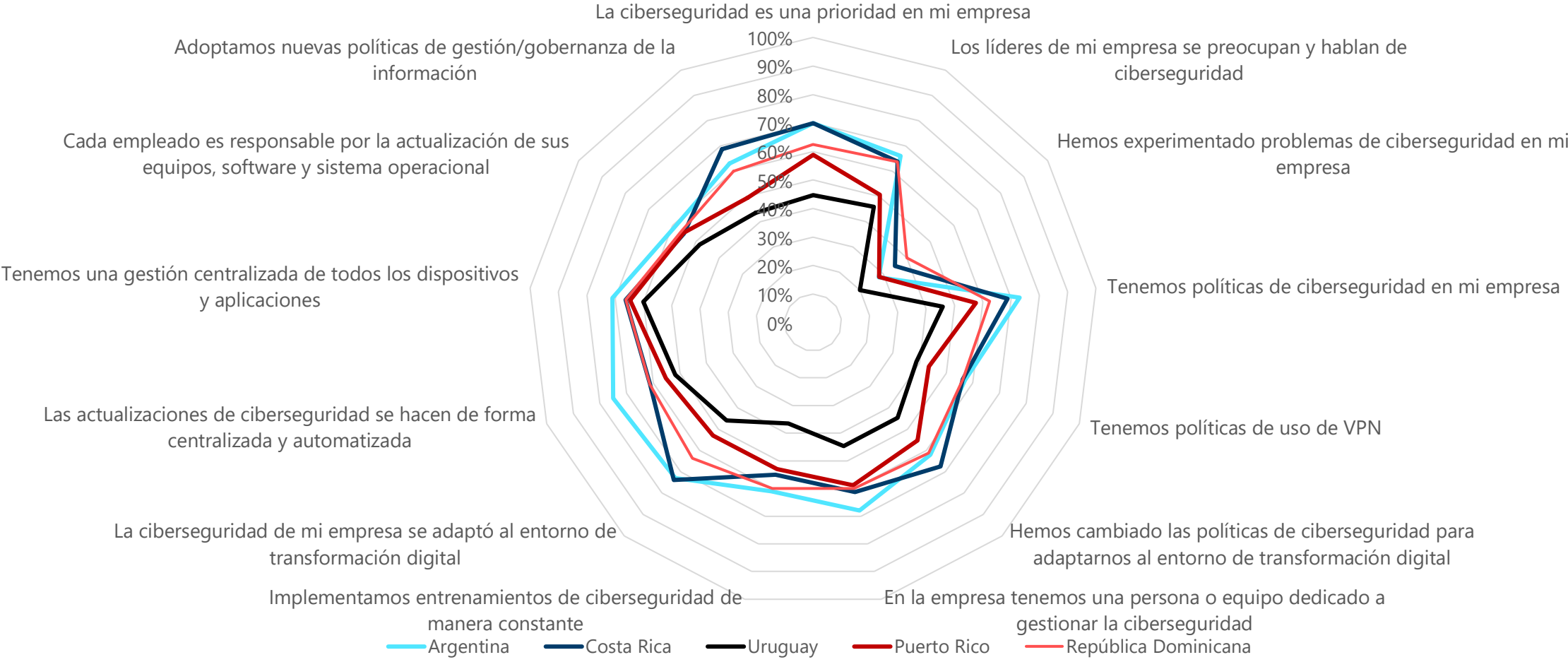
P28. ¿Qué porcentaje del presupuesto total de tecnología se invierte en ciberseguridad? (Numérica – hasta 50%). Bases totales de cada país.

La mayoría de las empresas latinoamericanas coincide en que la ciberseguridad es una preocupación y una prioridad. Si bien toman medidas como políticas, entrenamientos y gestión centralizada, entre el 20% y 50% de las empresas ha experimentado algún problema de ciberseguridad.

Opiniones sobre ciberseguridad



Opiniones sobre ciberseguridad



Talento y capacitación

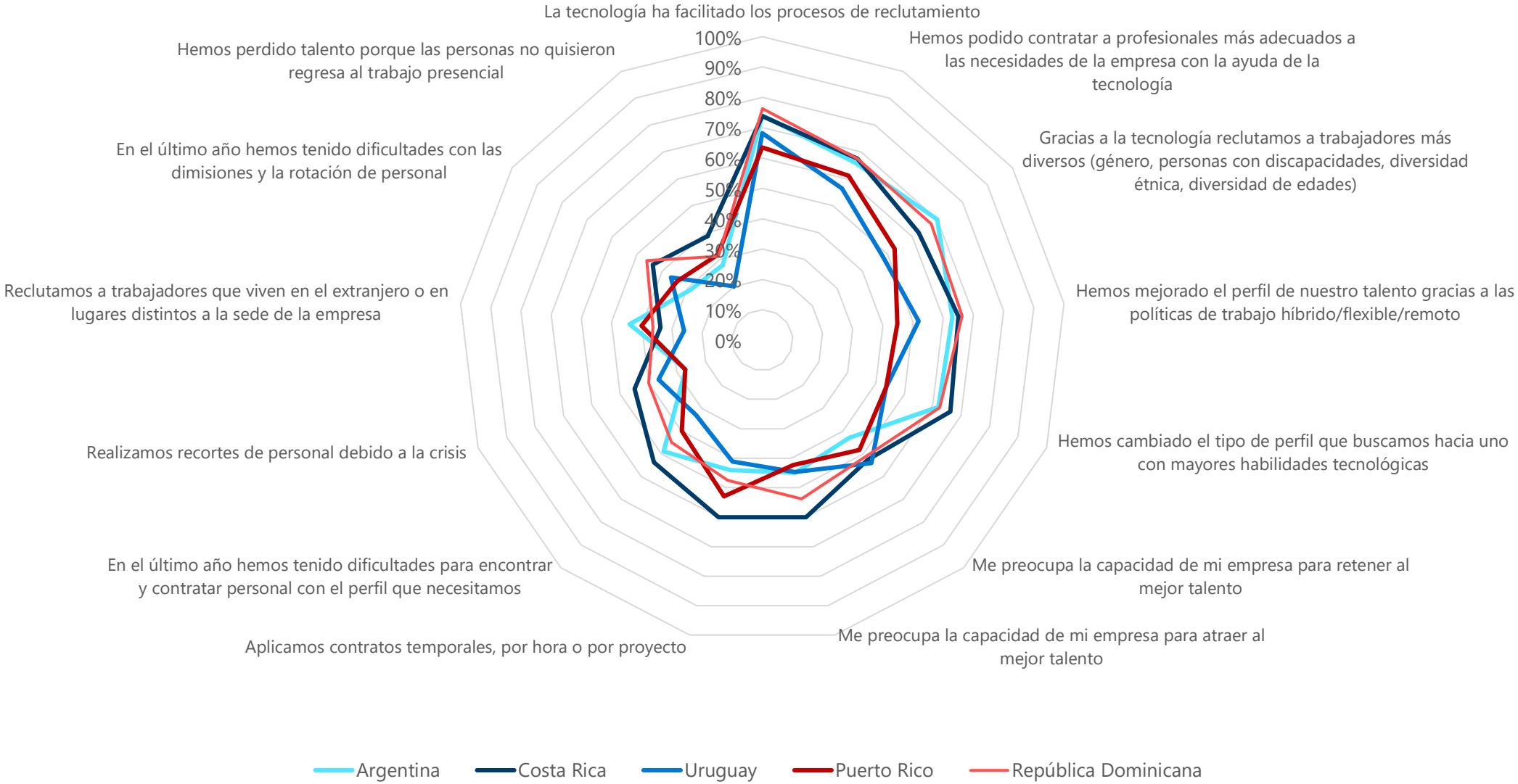


La mayoría de las empresas latinoamericanas coincide en que la tecnología ha facilitado los procesos de reclutamiento o ha ayudado a encontrar profesionales más adecuados. Alrededor del 30% de las empresas enfrenta problemas de retención y dimisiones.

Opiniones sobre tecnología, talento y reclutamiento



Opiniones sobre tecnología, talento y reclutamiento - continuación



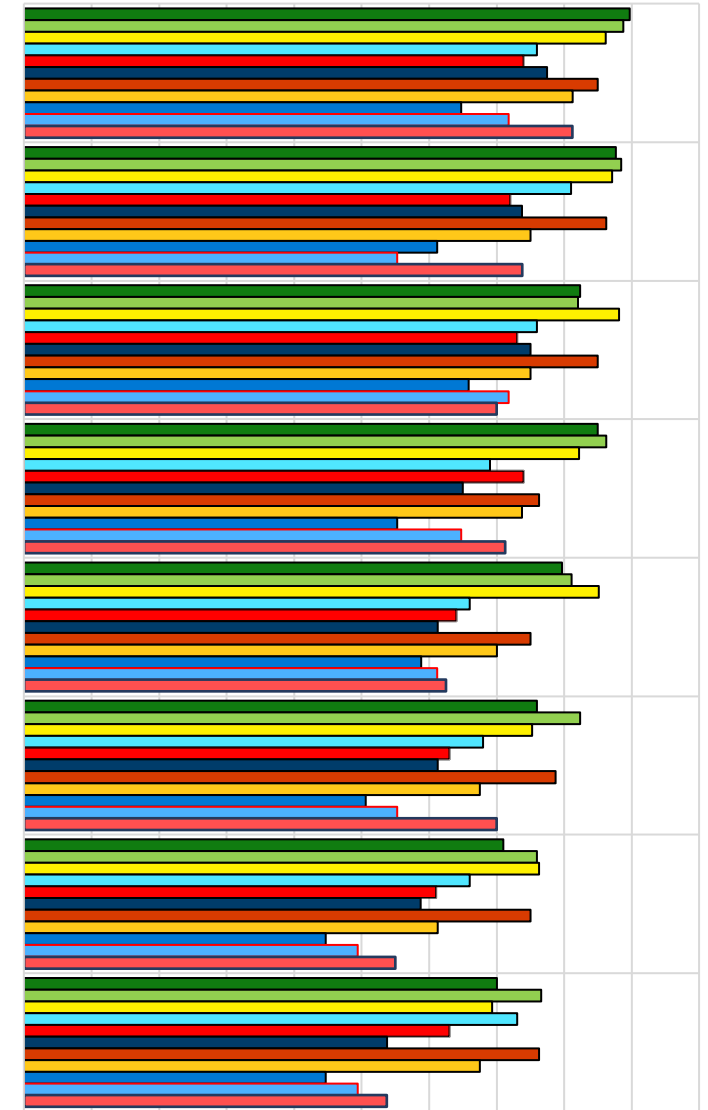
Fortaleza de las habilidades

Las habilidades en las que las empresas latinoamericanas tienen más fuerza en general son las de **trabajo colaborativo, digitales y blandas** mientras que **ciberseguridad, marketing digital y tecnologías avanzadas** son las más débiles.

Brasil, México y Colombia son los mercados que presentan mayor fortaleza en las habilidades de su personal.



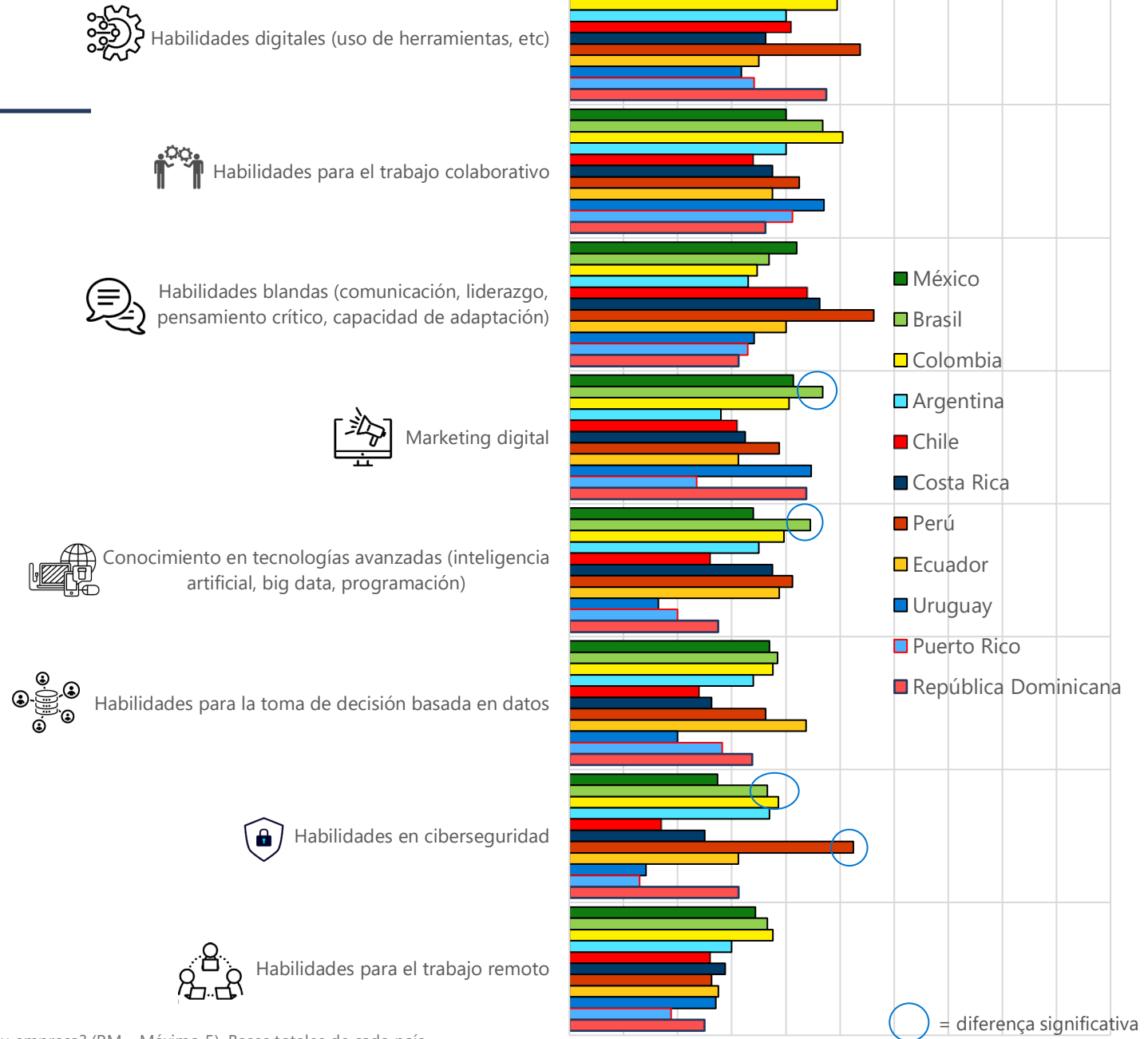
0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



- México
- Brasil
- Colombia
- Argentina
- Chile
- Costa Rica
- Perú
- Ecuador
- Uruguay
- Puerto Rico
- República Dominicana

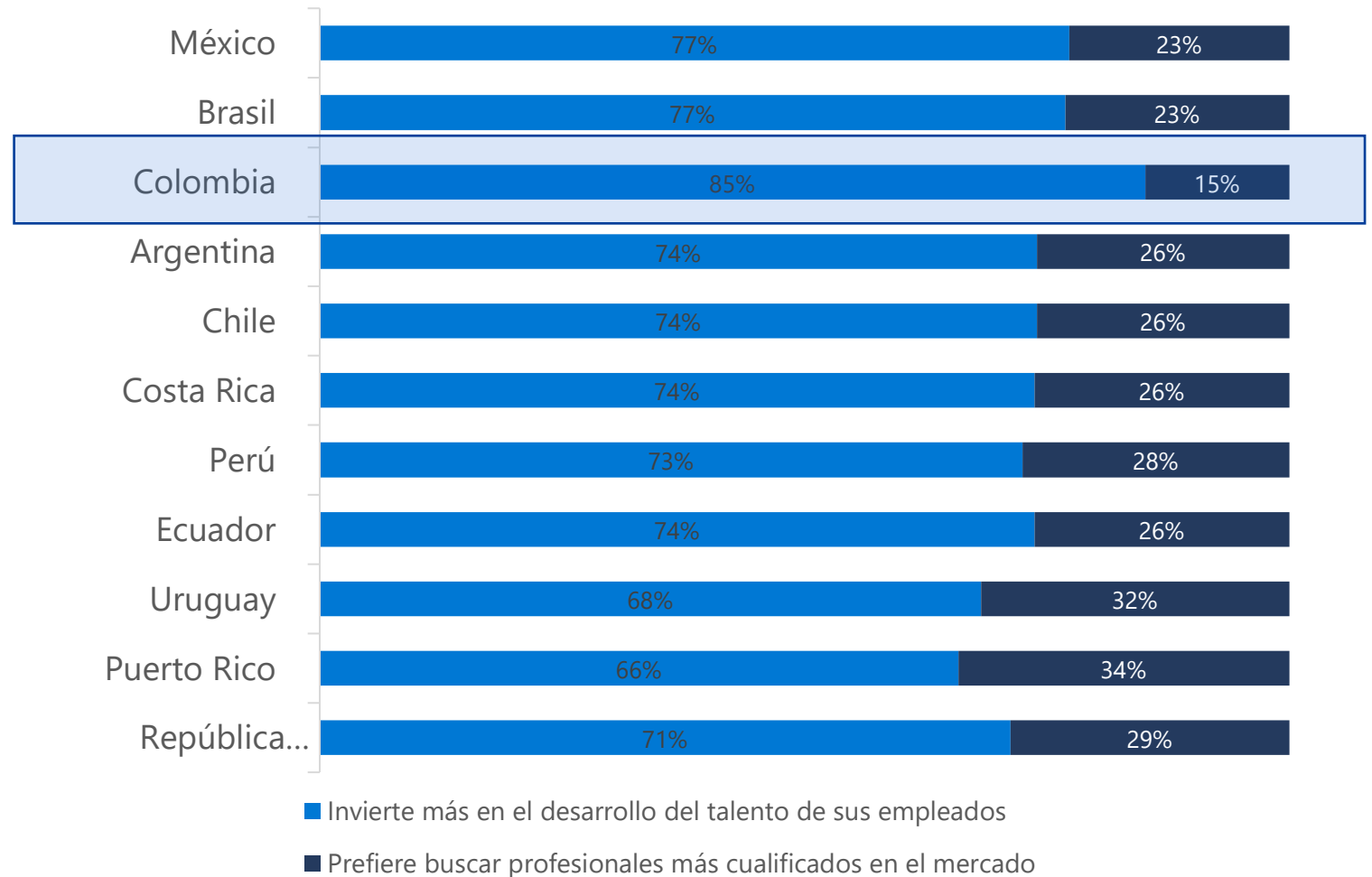
Habilidades prioritarias

Cuando se trata de las habilidades prioritarias para adquirir o capacitar empleados, hay **mayor relevancia de las habilidades digitales, para el trabajo colaborativo y el marketing digital**. En países como Brasil, Argentina y Colombia, hay más empresas que priorizan las habilidades digitales sobre las blandas. Además, cabe señalar que la ciberseguridad es una habilidad relevante para el 53% de las empresas peruanas, 39% de las colombianas y 37% de las brasileñas.



Prioridades en la composición del personal

Más de 6 de cada 10 empresas latinoamericanas invierten más en el desarrollo de sus empleados que en buscar profesionales más calificados en el mercado, opinión que es más común entre las empresas colombianas y menos frecuente en Uruguay y Puerto Rico.

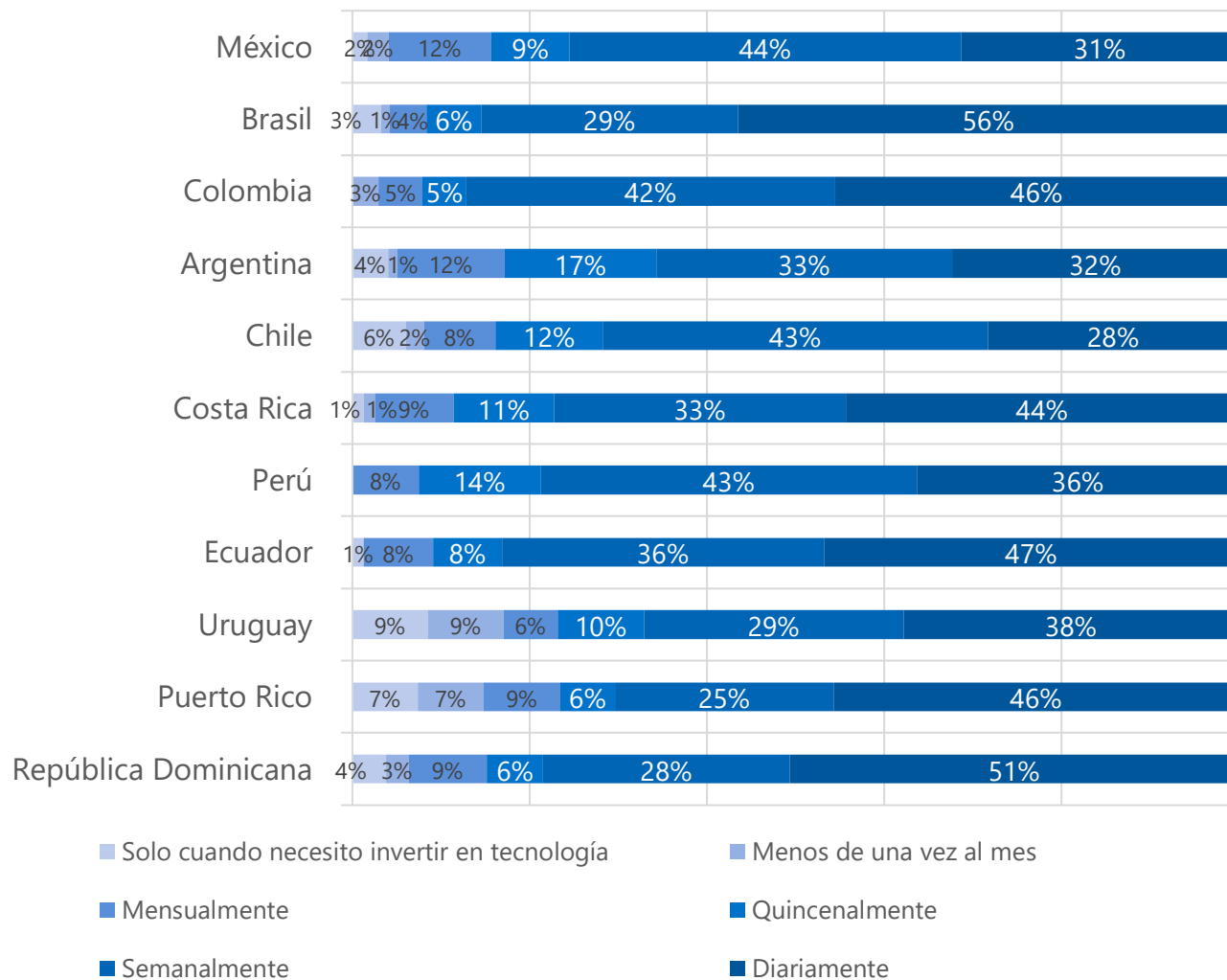


Hábitos de compra y consumo de información



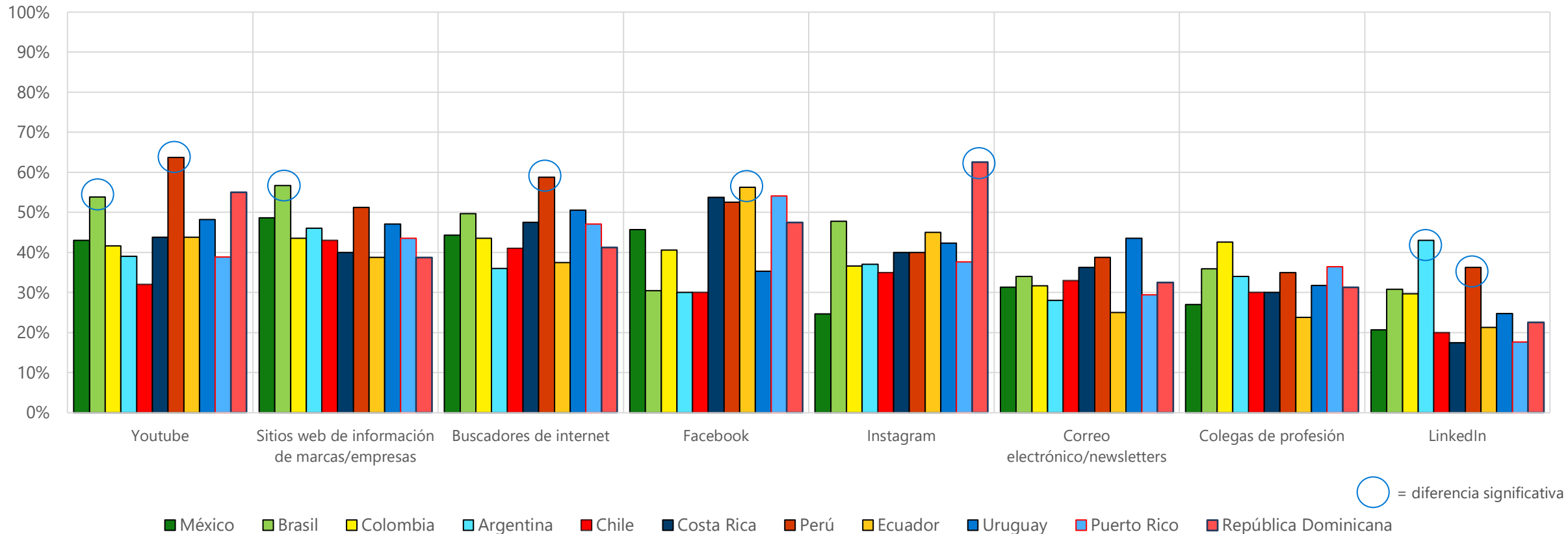
Frecuencia de consumo de información

La mayoría de las empresas latinoamericanas **consumen información sobre tendencias e innovaciones tecnológicas al menos semanalmente**, y en Brasil y República Dominicana más de la mitad de las empresas lo hacen diariamente.



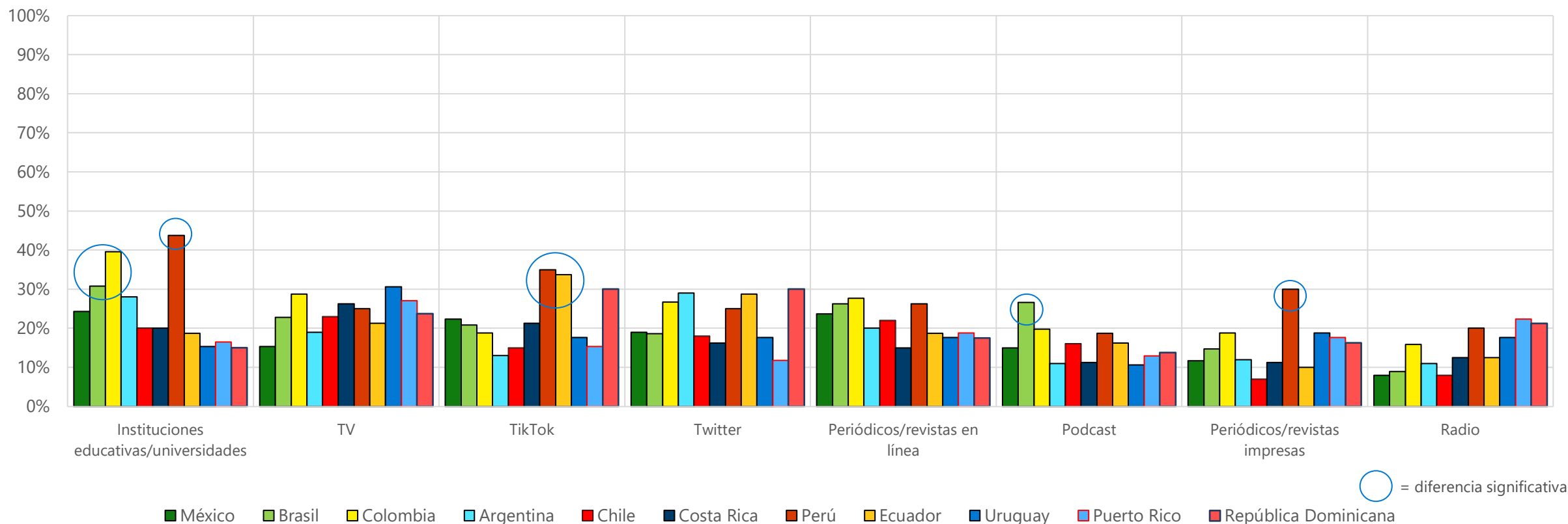
Canales de información utilizados

Canales digitales como redes sociales, sitios web y buscadores son las principales fuentes de información, aunque existen variaciones según el mercado, particularmente en el rubro de redes sociales. LinkedIn destaca en Argentina y Perú, Youtube en Perú y Brasil e Instagram en República Dominicana y Brasil. Facebook, si bien es muy popular en todos los mercados, adquiere mayor relevancia en Ecuador, Puerto Rico y Costa Rica.



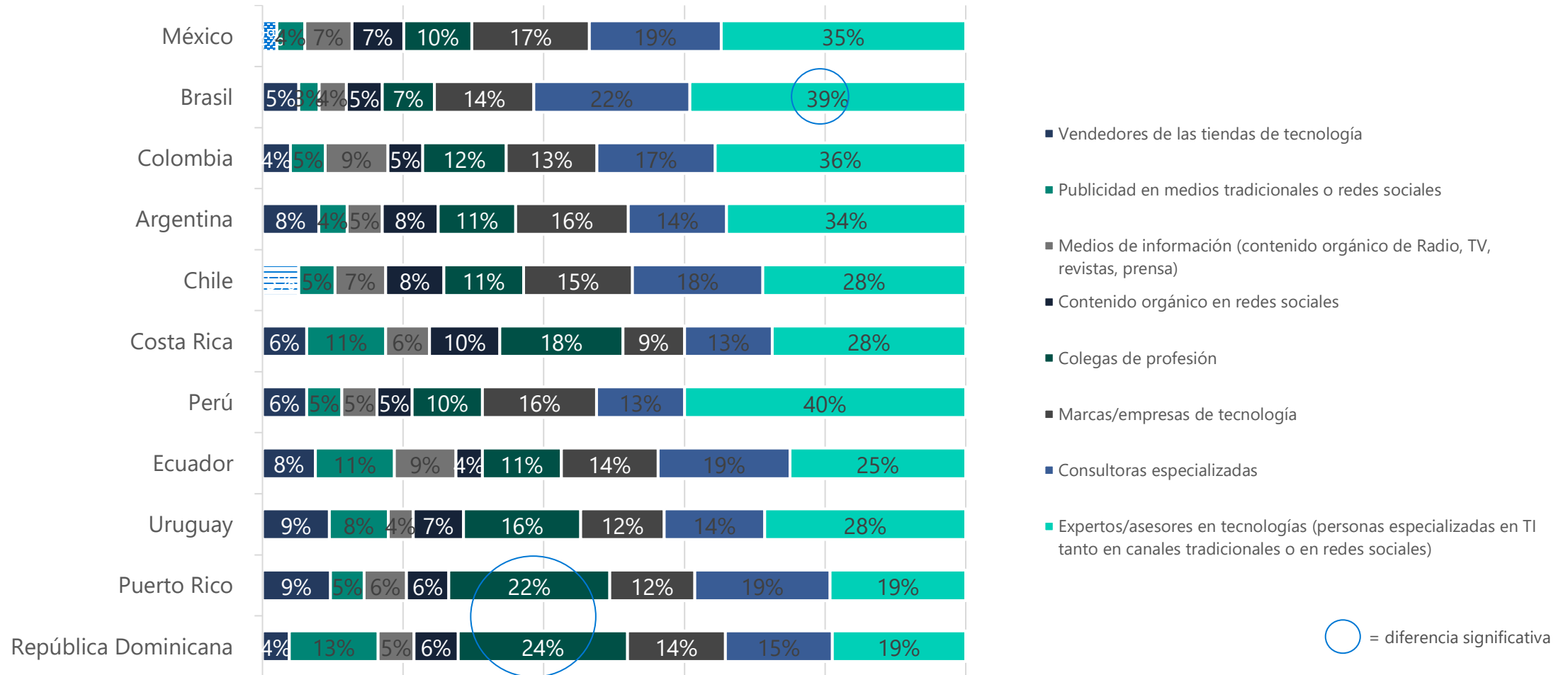
Canales de información utilizados – continuación

Perú es el mercado que mencionó una mayor variedad de canales de información utilizados (promedio de 6 por empresa entrevistada). La penetración de **TikTok en Ecuador (35%) y Perú (34%)** es notable y puede indicar una oportunidad interesante para operar en el mercado, así como los **podcasts en Brasil**, que son fuente de información para una de cada cinco empresas brasileñas entrevistadas.



Confianza en las fuentes de información

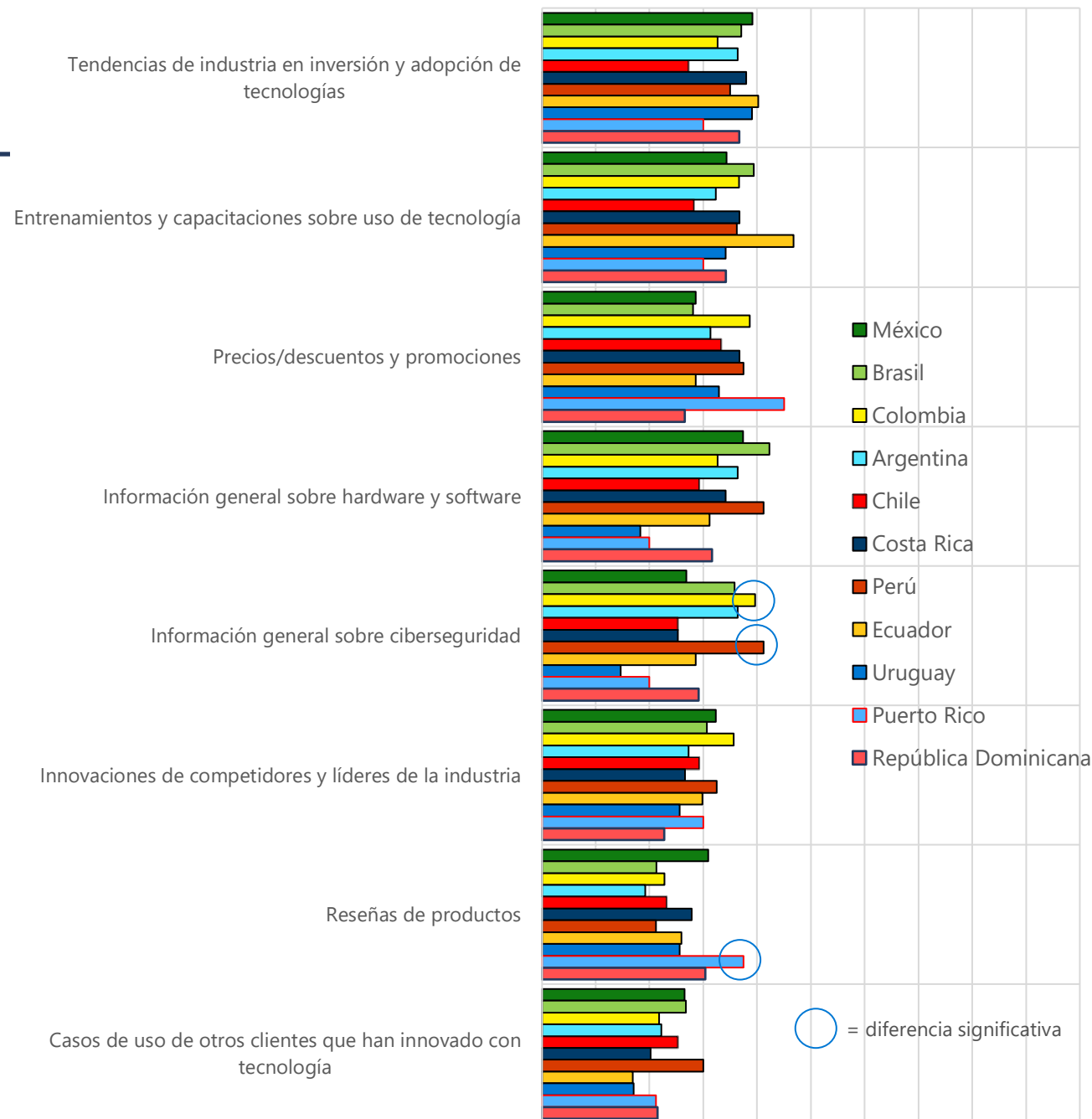
Los expertos y asesores en tecnología son las fuentes de información más confiables. Puerto Rico y República Dominicana son excepciones: en ambos países los colegas de profesión son las fuentes más confiables para entre el 22% y el 24% de las empresas.



Consumo de contenidos sobre tecnología

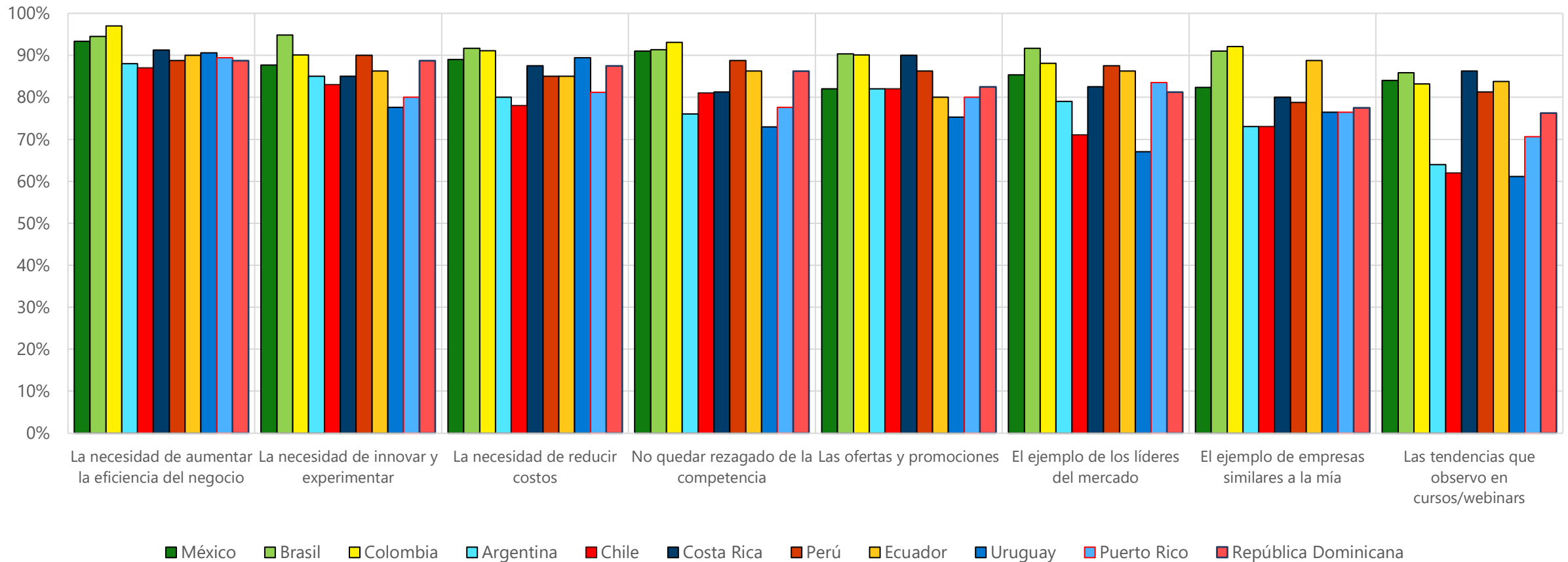
En general, los contenidos que más consumen las empresas entrevistadas son relativos a **tendencias en inversiones y adopción de tecnologías, capacitaciones y precios/descuentos**. La información sobre ciberseguridad es más buscada por empresas peruanas (41%) y colombianas (40%), mientras que en Puerto Rico las reseñas de productos son muy relevantes (38%).

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



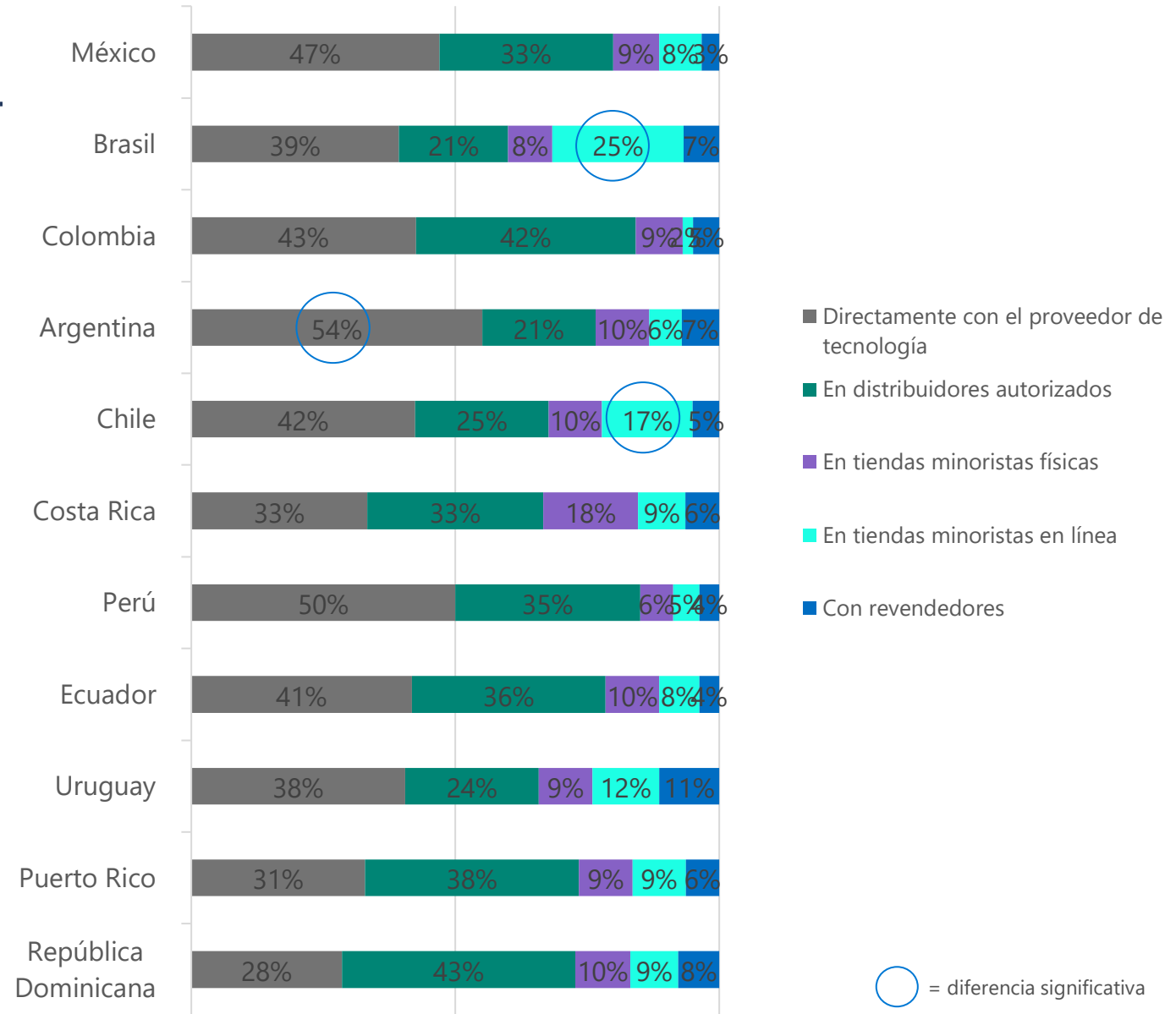
Elementos importantes al comprar tecnología

En cuanto a los impulsores de compra de tecnología, todos los ítems fueron considerados importantes por más de la mitad de las empresas en todos los mercados, con énfasis en la necesidad de aumentar la eficiencia empresarial, innovar o reducir costos.



Lugar de compra de tecnología

La adquisición de tecnología directamente del proveedor es la forma más común en América Latina, principalmente en Argentina. Brasil y Chile se destacan por la mayor penetración del tipo de compras en tiendas minoristas en línea.

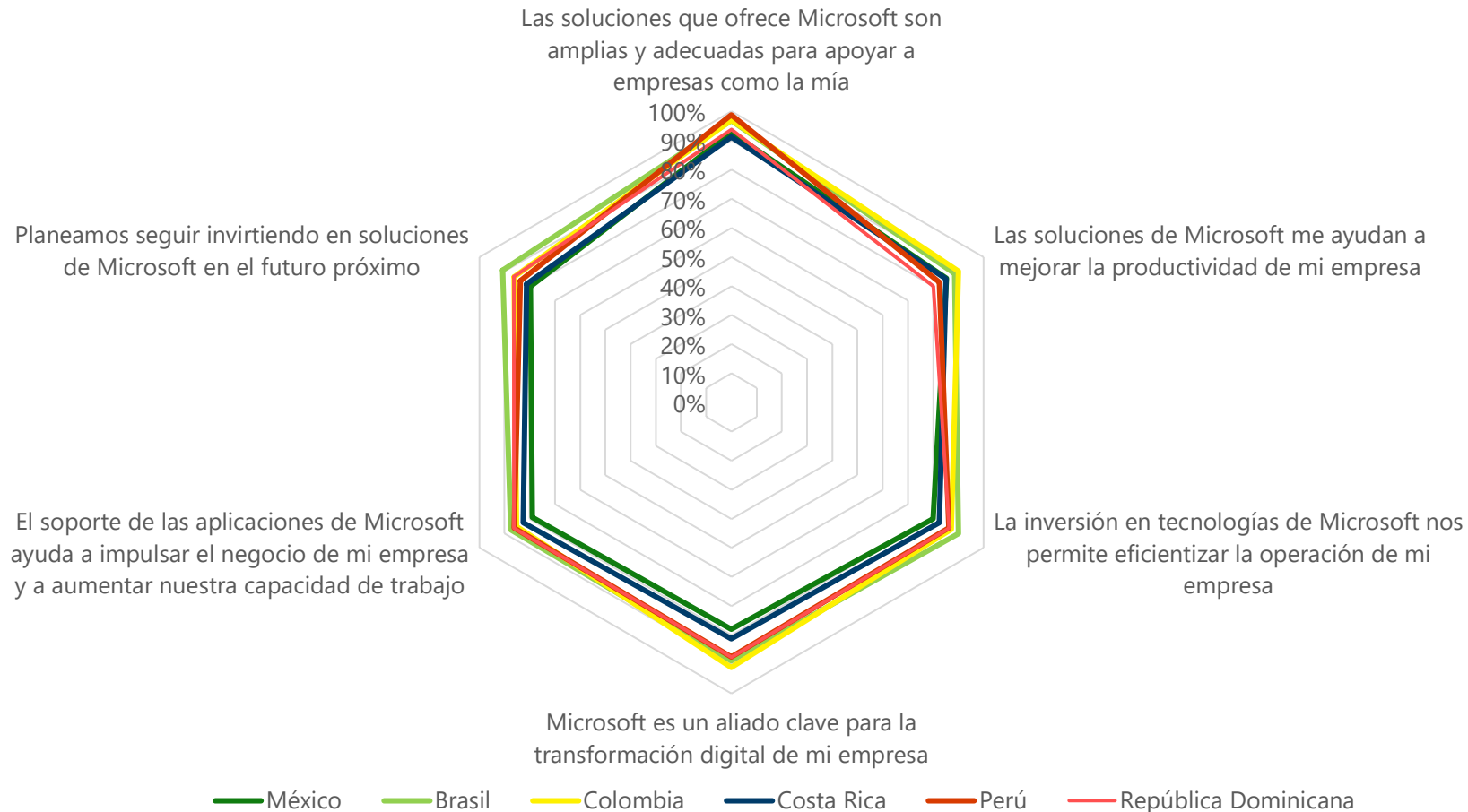




Microsoft: soluciones y liderazgo

Experiencia de la empresa con Microsoft: Opiniones

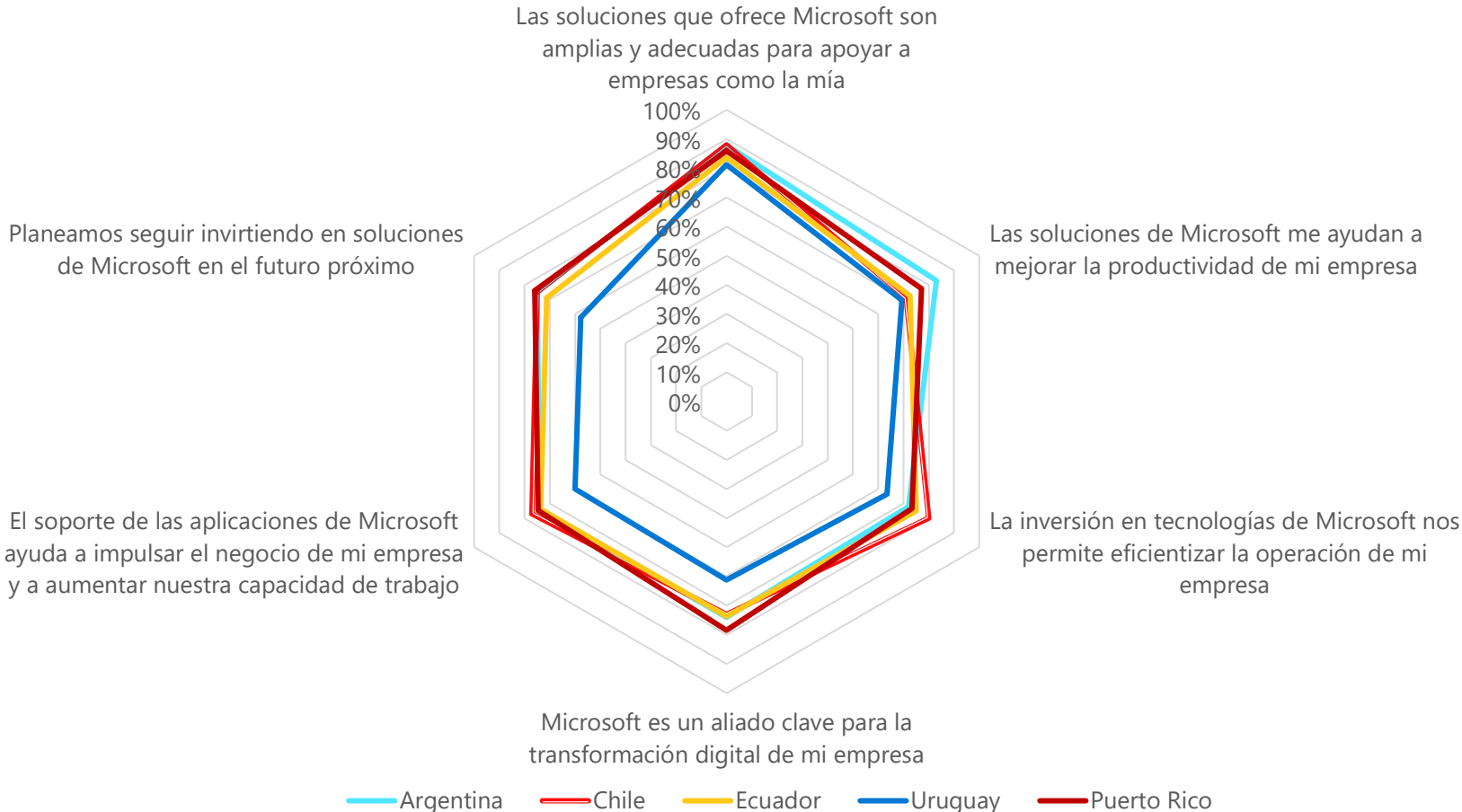
Las opiniones sobre Microsoft son positivas en todos los países analizados, y la concordancia con la frase “Las soluciones que ofrece Microsoft son amplias y adecuadas para dar soporte a empresas como la mía” es muy alta.



— México — Brasil — Colombia — Costa Rica — Perú — República Dominicana

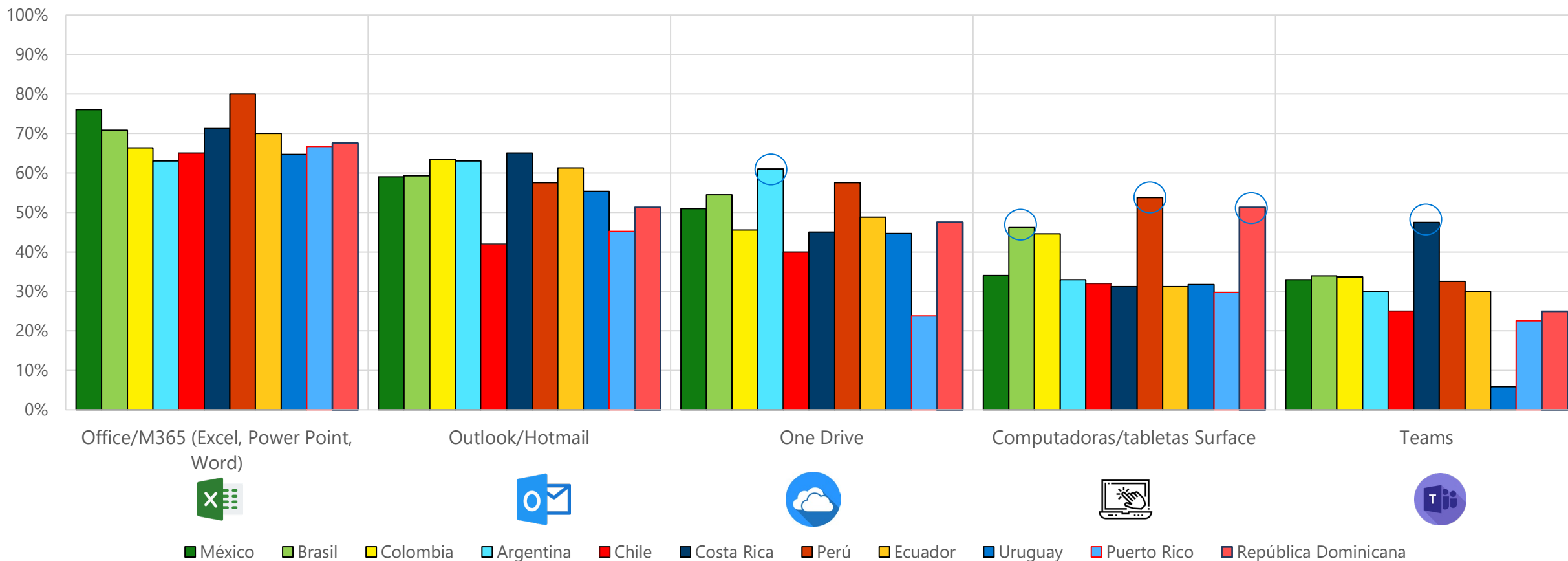
Experiencia de la empresa con Microsoft: Opiniones - continuación

Uruguay es el país con menor porcentaje de opiniones positivas sobre Microsoft, pero cabe señalar que también es uno de los menos digitalizados.



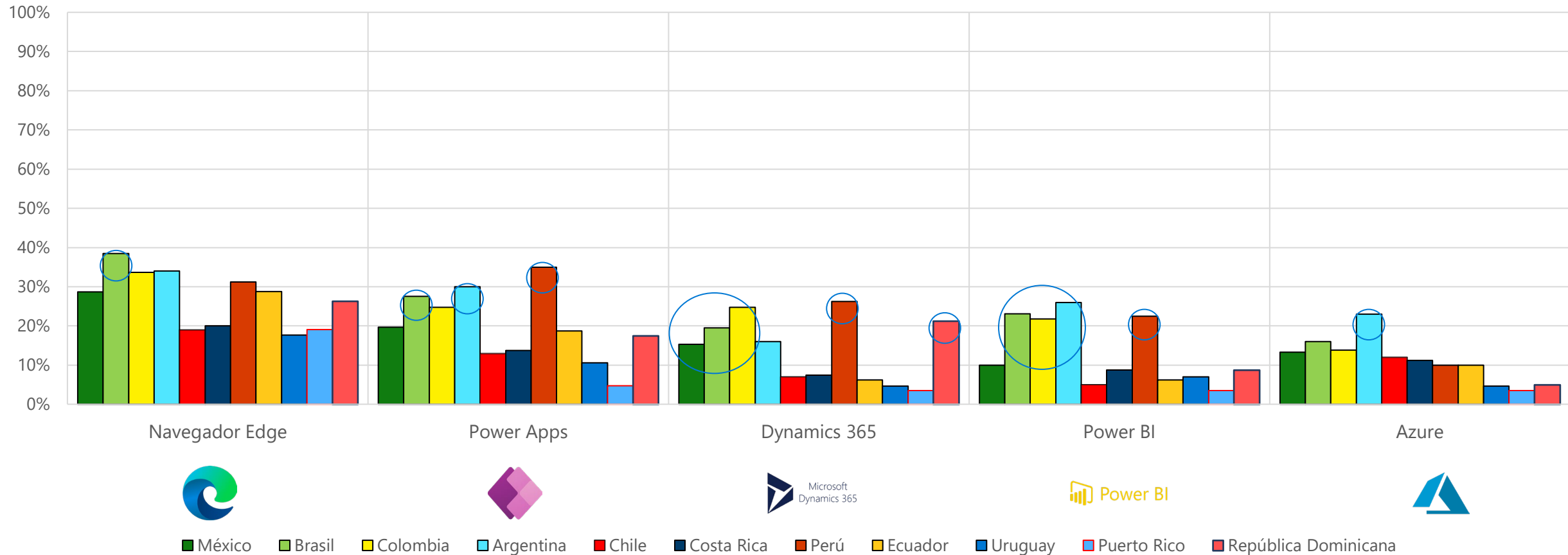
Experiencia de la empresa con Microsoft: Usos

En general, **las tecnologías de Microsoft más utilizadas en las empresas hoy en día son el paquete Office, Outlook y One Drive.** En el caso de este último, está más presente en las empresas argentinas. Teams tiene más presencia entre las costarriqueñas y los dispositivos Surface en Brasil, Perú y República Dominicana.



Experiencia de la empresa con Microsoft: Usos - continuación

Considerando las soluciones de Microsoft más refinadas que se analizaron, se destacaron Brasil, Argentina, Colombia y Perú como los mercados con mayor penetración.



■ México
 ■ Brasil
 ■ Colombia
 ■ Argentina
 ■ Chile
 ■ Costa Rica
 ■ Perú
 ■ Ecuador
 ■ Uruguay
 ■ Puerto Rico
 ■ República Dominicana

○ = diferencia significativa



Principales conclusiones

Principales conclusiones

Tendencias clave y transformación digital

1. Los principales desafíos que enfrentan las empresas de América Latina son comerciales como ventas, adquisición de clientes y productividad mientras que Perú y Argentina observan la ciberseguridad como uno de sus principales desafíos. La productividad en relación con la tecnología es vista tanto como una oportunidad como un desafío.
2. Brasil es el país que más y mayor variedad de herramientas tecnológicas utiliza, así como el que más invierte. México, Colombia y Perú también destacan positivamente en este sentido.
3. Uruguay y Puerto Rico son los países menos digitalizados, así como los que menos invierten en tecnología. Por otro lado, son los que menos reportan haberse enfrentado a problemas de ciberseguridad.
4. Aparte de las empresas que utilizan recursos propios, el financiamiento para la adquisición de tecnologías a través de bancos tradicionales es el más común entre las empresas latinoamericanas.
5. Entre el 73% (Uruguay) y el 98% (Perú) de las empresas se encuentran en proceso de transformación digital, cuyo impacto en el negocio de las empresas se considera positivo para una gran mayoría.
6. La optimización del uso de datos para la inteligencia del negocio es la prioridad de digitalización más citada por el conjunto de los mercados. La ciberseguridad destaca como elemento con grandes variaciones, siendo significativamente alta en países como Argentina, Colombia y Perú.

Principales conclusiones

Trabajo remoto

1. Puerto Rico y Uruguay presentan mayor incidencia de trabajo presencial. Por otro lado, aunque el trabajo remoto sea adoptado por menos del 15% de las empresas de todos los mercados, el trabajo híbrido es la modalidad con mayor peso, principalmente entre las brasileñas.
2. *Notebooks* y plataformas de videollamadas son las principales medidas adoptadas por las empresas para facilitar el trabajo remoto. Brasil destaca por ser el mercado que adopta casi todas las medidas en proporción superior al promedio de los mercados.
3. Entre el 85% y el 95% de las empresas están satisfechas con el trabajo híbrido y una proporción ligeramente inferior se dice adaptada.
4. Sin embargo, una gran mayoría enfrenta barreras para su implementación como productividad y compromiso de los empleados e inclusive de infraestructura, como la conectividad a Internet. Perú destaca por el alto porcentaje de empresas que, en comparación con el promedio, citan a la ciberseguridad como principal barrera.
5. Aunque haya alta incidencia de opiniones positivas acerca del trabajo híbrido/remoto y aunque reconocen que la mayoría de los empleados no quieren regresar al trabajo presencial, entre el 20% (Uruguay) y 67% (Perú) de las empresas están valorando regresar a un esquema 100% presencial.

Principales conclusiones

Ciberseguridad, talento y reclutamiento

1. La mayoría de las empresas latinoamericanas coincide en que la ciberseguridad es una preocupación y una prioridad. Si bien toman medidas como políticas, entrenamientos y gestión centralizada, entre el 20% y 50% de las empresas ha experimentado algún problema de ciberseguridad.
2. Brasil se destaca en materia de ciberseguridad, seguido de Colombia y Perú: son los países que más han sufrido problemas de ciberseguridad, pero también los que más la consideran prioritaria y más medidas aplican. En el extremo opuesto, si bien alrededor de la mitad de las empresas uruguayas y puertorriqueñas consideran a la ciberseguridad como una prioridad, menos de un tercio ha experimentado problemas y, al mismo tiempo, son los mercados con menores porcentajes de medidas adoptadas en ese tema.
3. Más de la mitad de las empresas latinoamericanas entrevistadas afirman que la tecnología ayuda a mejorar los procesos de reclutamiento y a reclutar profesionales más adecuados a las necesidades de las empresas. Además, aproximadamente 30% de las empresas enfrenta desafíos de dimisión del personal.
4. Considerando el reclutamiento y la capacitación, las habilidades digitales se encuentran entre las más citadas como prioridades, mientras que la ciberseguridad comienza a aparecer como una prioridad para países como Perú, Brasil y Colombia.

Principales conclusiones

Hábitos de compra, consumo de información y opiniones sobre Microsoft

1. Las redes sociales (principalmente YouTube, Facebook e Instagram) son importantes canales de información sobre tecnologías para la mayoría de las empresas latinoamericanas, junto con los sitios *web* de las propias marcas y los buscadores. La relevancia de cada red social varía considerablemente de mercado a mercado.
2. Los expertos en tecnología son la fuente de información más confiable para la mayoría de los países, seguidos por las consultoras especializadas.
3. Office, Outlook y OneDrive son los productos de Microsoft con mayor penetración, aunque destaca la penetración de productos más refinados en Brasil, Colombia, Argentina y Perú.
4. Existe una opinión muy positiva sobre Microsoft, sus soluciones/productos y alianzas, y la mayoría pretende seguir contratando sus servicios, con excepción de las empresas uruguayas.



¡Gracias!