

# DIARIO FINANCIERO

Inicio > DF LAB > Innovación y Startups

Innovación y Startups

## Corfo: la pandemia empuja a las empresas a potenciar uso de canales digitales, pero intensifica brechas

Encuesta reveló que 32% de las firmas ha creado una página web o cuentas en redes sociales y 18% está concentrando sus ventas en el e-commerce.

Por: Sofía Neumann | Publicado: Lunes 6 de julio de 2020 a las 04:00 hrs.



Compartir





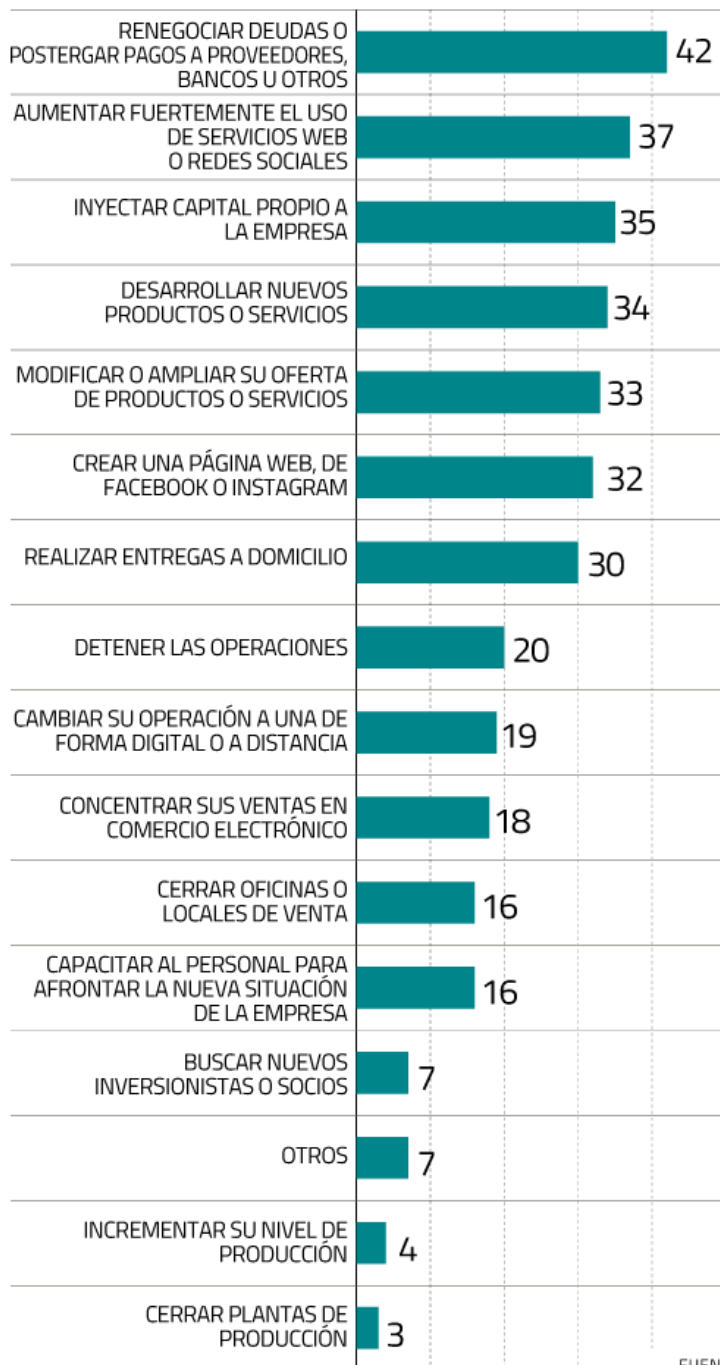
A casi cuatro meses de la llegada del coronavirus a Chile y sus efectos en la continuidad operativa de diversas empresas, se están comenzando a develar las estrategias de las firmas para seguir funcionando en medio de la crisis sanitaria.

La encuesta “Efectos, Respuestas y Necesidades de las empresas chilenas frente a la pandemia Covid-19 en Chile 2020”, elaborada por Corfo, identificó que las firmas -independiente del tamaño- han optado por intensificar el uso de canales digitales o crearlos, y desarrollar nuevos productos y servicios relacionados con el coronavirus.



**MEDIDAS IMPLEMENTADAS POR EMPRESAS LOCALES FRENTE A LA PANDEMIA**

PORCENTAJE



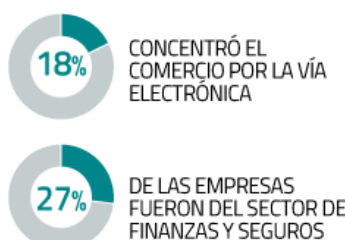
FUENTE: CORFO 2020

**RESPUESTAS DE LAS EMPRESAS A LA PANDEMIA**

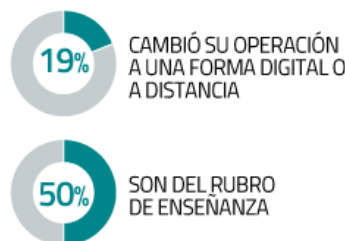
**Creación de una página web**



**Concentración de ventas en el comercio electrónico**



**Cambio en las operaciones**



**Desarrollo de nuevos productos o servicios**



El sondeo considera respuestas online de 24.382 empresas -grandes (319), medianas (1.122), pequeñas (6.340) y microempresas (14.206)- a nivel nacional, de sectores como salud, comercio por mayor y menor; turismo y alojamiento; restaurantes, bares y servicio de comida.



resultados es el alza en el uso de los canales digitales. El 37% aumentó el uso de sitios web o redes sociales para seguir operando, mientras un tercio creó su página web o cuentas en redes sociales, siendo los sectores de salud, restaurantes, bares y servicios de comida, y comercio por mayor y menor, los más optaron por esta estrategia.

“Es un buen número (...) esto se complementa con que un 32% de las empresas respondieron creando páginas web, Facebook o Instagram, lo que viene a complementar y profundizar la penetración de los medios digitales. En suma, un 69% de las empresas o ha creado sitios web o redes sociales, o están profundizando su uso”, señala Terrazas.

Además, el 18% de las empresas ha concentrado sus ventas por canales digitales, más del doble de 2019, año en que solo un 7,4% de las ventas minoristas se concretaron por esta vía, según la Cámara de Comercio de Santiago.

“Por supuesto que quisiéramos ir más rápido (...) Es evidente que tenemos un desafío enorme en materia de digitalización, y por eso estamos abordándolo desde múltiples aristas”, afirma Terrazas.

Añade que si bien las cifras de la encuesta son un avance, la pandemia dejó al descubierto e intensificó las brechas digitales entre las PYME y las grandes empresas. Explica que muchas firmas pequeñas no cuentan con capacidades para avanzar en el comercio online y otras tienen una menor capacidad para competir con las grandes compañías que invierten en medios digitales.

### **Nuevos productos y servicios**

Otra de las estrategias por la que están optando las empresas es el desarrollo de nuevos productos o servicios en respuesta a la pandemia (34%), medida que más se repite en las pequeñas firmas (35%).

“Está más concentrado en Tecnologías de la información, con un 55%, en las industrias manufactureras, con un 46%, y en el sector servicios, tanto profesionales como administrativos y de apoyo, con un 44% de las empresas de su respectivo rubro. Lo anterior es un buen indicador de que las crisis generan buenas oportunidades”, afirma Terrazas.