

**Contacto:** Lina Londoño  
COMUNICANDES CONSULTING  
**Teléfonos:** (593) 2-2259-388 / (593) 99 8012 628  
**E-mail:** [lina@comunicandes.com](mailto:lina@comunicandes.com)

## **PYMES DE LA REGIÓN PREVEEN UN BUEN 2015**

- Encuesta de Brother International a pymes confirma interés en adquirir nuevas tecnologías gracias a previsible crecimiento en el 2015.
- La mitad de los altos ejecutivos están abrumados por la cantidad de avances tecnológicos y por lo tanto buscan más apoyo de proveedores de tecnología, un área donde -con su larga atención a las pequeñas y medianas empresas-, Brother espera distinguirse en la región.
- El 49% de empresarios de la región cree que los equipos tradicionales como computadoras, impresoras, copiadoras y teléfonos son las herramientas tecnológicas más importantes para su negocio, mientras que el 12% indica lo mismo para herramientas móviles como celulares y tablets.
- En Ecuador, 1 de cada 3 empresarios le apuesta a las redes sociales como un aliado en adquisición de tecnología.

**Quito, Ecuador (Marzo, 2015).**- El sector de pequeñas y medianas empresas de 4 países de Latinoamérica muestra su optimismo para el 2015: un 88 % de altos ejecutivos considera que su negocio mejorará en el 2015 y el 58% cree que será “mucho mejor”. Gracias a ello, planifican tener una mayor inversión de capital enfocada en la tecnología (34%), por encima de la compra de maquinaria (29%) o mejoras en las instalaciones para sus negocios (27%).

El 49% de ellos afirma que sin tecnología de oficina sus negocios simplemente no podría existir, sumado a que uno de cada cinco de ellos (21%) planea invertir en nuevas impresoras, copiadoras o escáneres durante este año.

Los datos son el resultado de un estudio realizado por Brother International Corporation, (sucursal de la multinacional japonesa Brother Industries, Ltd.) a microempresas y a pequeñas y medianas empresas de la región con el fin de conocer sus planes y visión en cuanto a tecnología

para el 2015. El estudio se enfocó en 4 naciones: Colombia, Ecuador, Panamá y Costa Rica; realizando un mínimo de 200 encuestas por país a altos ejecutivos, gerentes o dueños de pymes.

En el estudio, similar al realizado durante 6 años consecutivos en Estados Unidos, se ha podido comparar y determinar que las cifras y resultados de los cuatro países entrevistados son muy similares: las pymes en la región viven una realidad muy parecida, por lo tanto, el patrón de comportamiento en cuanto a cambios estratégicos en el negocio e inversión tecnológica para el 2015 será similar para los cuatro países.

Otros resultados del estudio de Brother International Corporation revelan que el 50% de los altos ejecutivos de pymes se siente abrumado con el alto nivel de avances tecnológicos, por lo que busca de varias fuentes de información.

La principal fuente de información tecnológica de las pymes, según el estudio, es la página web del fabricante, mientras que las redes sociales son consideradas como el canal que más influye a la hora de comprar tecnología para la oficina.

En el Ecuador, 1 de cada 3 empresarios cree que invertir en redes sociales en este año incrementará la eficiencia de su negocio. Una cantidad similar ve a las redes sociales como el canal que más influye en la decisión de compra de tecnología. Por otro lado, para un 23 % la decisión de compra es influenciada por los anuncios publicitarios en televisión.

“Los resultados del estudio son muy importantes porque nos motivan a seguir acompañando adecuadamente a las pymes en su vital aporte a las economías de nuestros países”, comenta Joyce Santos, Directora de Marketing de Brother International. “Durante décadas, hemos construido un liderazgo en el mercado de América del Norte, Europa y Asia, centrándonos en las necesidades de las pequeñas y medianas empresas. Este estudio, realizado por primera vez en América Latina, nos ayudará a entender mejor las necesidades y apoyar a las pequeñas y medianas empresas de esta Región”, agregó Santos.

Los propietarios de pequeñas empresas están divididos con respecto a riesgos de inversión tecnológica: el 44% ve riesgo en la inversión en tecnología con demasiada rapidez y no recibir un retorno de la inversión suficiente; y, el 47% ve el riesgo de no invertir en tecnología y dar ventaja a los competidores. Sin embargo, las inversiones en tecnología relacionada con su negocio encabezan las prioridades de inversión en el 2015, con un 34%, según el estudio de Brother International Corporation.

Los teléfonos inteligentes (tabletas, *smartphones*) y las redes sociales, ambas con un 12%, son algunas de las herramientas tecnológicas que los empresarios consideran necesarias para su negocio. A la cifra anterior le siguen las herramientas de Customer Relationship Management

(10%) –CRM por sus siglas en inglés-, y los servicios en la nube (5%). Sin embargo, estas herramientas están muy por debajo de equipos tecnológicos de oficina tradicionales, como ordenadores, impresoras, fotocopiadoras y teléfonos, con un 49%.

### **Metodología de la encuesta**

Esta encuesta fue realizada telefónicamente a 820 dueños y administradores de pequeñas y medianas empresas en Colombia, Costa Rica, Ecuador y Panamá. Los negocios con menos de 100 empleados que utilizan tecnología de oficina fueron seleccionados al azar para esta encuesta. Al menos 200 entrevistas telefónicas fueron realizadas en cada país y supervisadas por entrevistadores profesionales en México, D.F. Los datos fueron validados y analizados por analistas de Opinion Works en Estados Unidos. Las encuestas se llevaron a cabo entre el 7 de noviembre y el 11 de diciembre de 2014.

### ***Acerca de Brother***

*Brother International Corporation es uno de los principales proveedores de productos para el hogar y la oficina. La sede corporativa, ubicada en Bridgewater, Nueva Jersey, fue fundada en abril 21 de 1954 y actualmente promociona una gran variedad de equipos industriales, electrodomésticos y productos para empresas que son manufacturados por su compañía matriz, Brother Industries, Ltd. de Nagoya, Japón. Estos productos incluyen la galardonada línea de Centros Multifuncionales® e impresoras. Brother es además el fabricante número uno de equipos de fax en los Estados Unidos y es líder en el mercado de rotuladoras electrónicas gracias a su sistema de etiquetado electrónico P-touch®. Para más información, visite nuestra página web en <http://latinamerica.brother.com>.*