



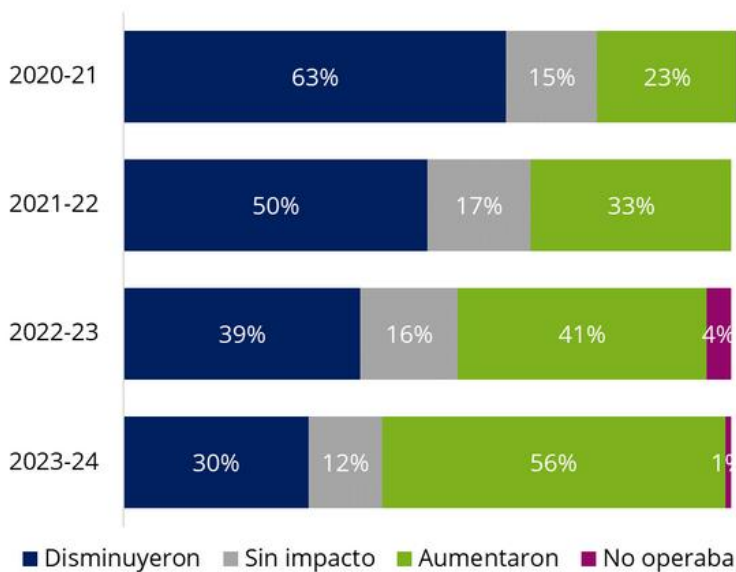
ENCUESTA DE SEGUIMIENTO COVID-19

Resultados totales para los 6 países del proyecto WE3A del cuestionario en línea (2024)

Respondientes:

- 2022: **466** propietarias de empresas; Formalmente constituidas: **83%**; Tiempo en operación: **54%** menos de 5 años.
- 2023: **295** propietarias de empresas; Formalmente constituidas: **79%**; Tiempo en operación: **60%** entre 2 y 10 años.
- 2024: **785** propietarias de empresas; Formalmente constituidas: **66%**; Tiempo en operación: **84%** menos de 10 años.

EL IMPACTO DE LA PANDEMIA SOBRE LAS VENTAS DE LOS NEGOCIOS SE HA IDO DISIPANDO



En Guyana y El Salvador un elevado porcentaje de las empresarias entrevistadas seguían reportando disminuciones en las ventas aún en el periodo 2022-2023 (50% y 48%, respectivamente).

Para 2024, más de la mitad de las empresarias de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Guyana y Honduras declararon que sus ventas aumentaron. A diferencia de Ecuador, donde 39% de ellas dijeron que sus ventas disminuyeron y 40% que aumentaron.

LOS NEGOCIOS ENFRENTARON DESAFÍOS A RAÍZ DE LA PANDEMIA POR COVID-19

	1°	2°	3°
2022	Caída en la demanda	Productividad disminuida	Altos costos de producción
2023	Caída en la demanda	Abastecimiento de insumos	Productividad disminuida
2024	Caída en la demanda	Abastecimiento de insumos	Altos costos de producción

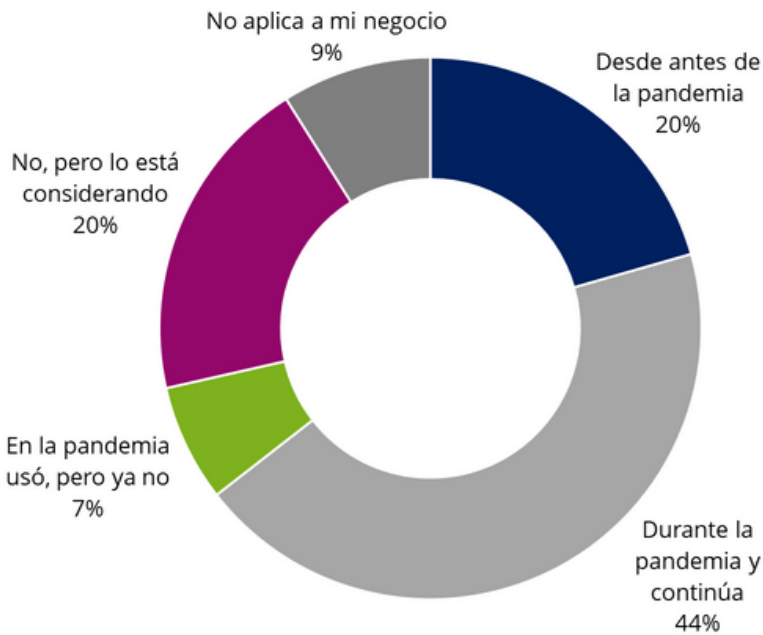
La caída en la demanda fue el principal desafío en 2022 en todos los países excepto en Honduras y en Guyana, donde fueron aún más relevantes el alza en los costos de producción y la disminución en la productividad, respectivamente.

En 2023 la demanda seguía siendo el principal desafío comercial en la mayoría de los países, salvo en Guatemala y Honduras, donde fue más intensa la preocupación por el abastecimiento de insumos.

En 2024, las empresarias de Costa Rica, Ecuador y Guatemala continuaban identificando la caída en la demanda de productos y servicios como el mayor desafío. Las entrevistadas de El Salvador y Honduras mencionaron como principal reto a raíz de la pandemia el abastecimiento de insumos, y las de Guyana la ansiedad que les produjo este fenómeno y redujo su desempeño.

ENCUESTA DE SEGUIMIENTO COVID-19

Resultados totales para los 6 países del proyecto WE3A del cuestionario en línea (2024) USO DE CANALES DIGITALES PARA VENTAS DEL NEGOCIO



- 71% de las empresarias entrevistadas venden o han vendido por medios digitales.
- 64% usan canales de ventas digitales en 2024, ya sea que lo hacían desde antes de la pandemia o que empezaron durante la pandemia y continuaron.
- 36% de ellas no utiliza estos canales de venta en la actualidad: 20% lo está considerando, 9% porque no aplica a su negocio y 7% los usó durante la pandemia, pero ya no.

TOP 10 DESAFÍOS DE LAS VENTAS DIGITALES

- Capacitación y actualización (17%)
- Llegar al mercado meta (11%)
- Giro del negocio (10%)
- Costos para implementar (8%)
- Infraestructura y procesos (8%)
- Posicionamiento y visibilidad (6%)
- Cobertura y costos de envío (5%)
- Credibilidad (5%)
- Competencia (5%)
- Crear contenidos (5%)

TOP 10 APOYOS REQUERIDOS

(Nivel de importancia promedio en una escala de a 1 a 5 con 5 = "Muy necesario")

- Conseguir nuevos clientes (4,25)
- Networking para acceder a nuevos mercados (4,08)
- Mejorar acceso a productos financieros (4,06)
- Capacitación para empresarias PYME (4,02)
- Acceder a organizaciones de apoyo, mentorías, asesorías (4,00)
- Apoyo para digitalizar el negocio (3,97)
- Desarrollar capacidades para administrar el negocio (3,97)
- Aceleradoras e incubadoras de negocios (3,86)
- Contactar con áreas de compras en grandes empresas (3,74)
- Encontrar mercados para exportar (3,74)