

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA MIPYMES

Fortalecimiento de capacidades digitales para la transformación digital y la promoción del comercio internacional

9 al 16 de septiembre de 2025

Presentación

El Programa de formación para micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) de la Alianza del Pacífico (AP) es una iniciativa conjunta del Sector de Productividad, Comercio e Innovación (PTI) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Grupo de Trabajo de Agenda Digital de la AP.

Público objetivo

Empresarios de mipymes de los países miembros de la AP que se encuentran en las etapas iniciales de su proceso de internacionalización.

Objetivo general

El objetivo de la actividad es ofrecer a las empresas un espacio de formación que les permita adquirir y fortalecer competencias digitales para competir de manera efectiva en el mercado regional y global, así como aprovechar las oportunidades del comercio electrónico, contribuyendo a la inserción de las mipymes en el comercio internacional.

Este programa virtual acompaña de forma progresiva a empresarias, empresarios y personas emprendedoras en el proceso de transformación digital e internacionalización de sus mipymes. Cada sesión ha sido diseñada para abordar un momento o un componente clave de este recorrido.

Objetivos específicos

La capacitación se enfocará en tres áreas clave para fortalecer la competitividad y la capacidad exportadora de las mipymes en el contexto de la era digital:

1. *Economía digital y comercio electrónico*: desarrollar las capacidades necesarias para que las mipymes accedan y aprovechen plataformas globales de comercio electrónico, facilitando la venta de sus productos y servicios en mercados internacionales.
2. *Inclusión digital para una mayor competitividad*: reducir la brecha digital y asegurar que las mipymes, sin importar su tamaño o ubicación, puedan participar activamente en la economía digital.
3. *Habilidades para la transformación digital*: proveer las herramientas para digitalizar procesos internos, optimizando la eficiencia y permitiendo una mayor escalabilidad en el entorno global.

Formato de la actividad

El programa se desarrollará en seis encuentros virtuales de una hora y media, a través de Zoom, con la participación de especialistas internacionales, expertos del BID y referentes de los países de la Alianza del Pacífico.

PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA MIPYMES

Fortalecimiento de capacidades digitales para la transformación digital y la promoción del comercio internacional

9 al 16 de septiembre de 2025

Los horarios indicados en el programa corresponden al huso horario de Washington D. C. – Eastern Time (ET). Todas las sesiones comenzarán a las 11:00 a. m. (ET), equivalente a las siguientes horas:

- 09:00 a. m. (Ciudad de México)
- 10:00 a. m. (Lima - Bogotá)
- 12:00 p. m. (Santiago de Chile)

MARTES 9 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN INAUGURAL

Hora	Tema	Oradores
11:00 – 11:15	Palabras de apertura	Sebastián González Saldarriaga Jefe de la Unidad de Sector Privado, Sinergias y Comercio, Banco Interamericano de Desarrollo
		Leonardo Correa Coordinador Nacional adjunto de Colombia, Presidencia Pro-Témpore de la Alianza del Pacífico

SESIÓN 1: Plataformas digitales, tiendas en línea, y sistemas de pago

Objetivo: Brindar a las mipymes exportadoras de la AP, herramientas prácticas para optimizar el uso de plataformas digitales, crear tiendas en línea y facilitar el uso de sistemas de pago y facturación electrónicos.

Hora	Tema	Oradores
11:15 – 11:55	1.1 Plataformas globales y regionales de comercio electrónico · Principales plataformas internacionales y regionales: Amazon, eBay, MercadoLibre. · Elección de plataformas en el marco de los países de la Alianza del Pacífico.	Bernardo Díaz de Astarloa Investigador Asociado, Instituto Interdisciplinario de Economía Política de Buenos Aires (IIEP Baires, UBA-CONICET)

	- Optimización en el uso de plataformas de e-commerce. 1.2 Creación y optimización de tiendas en línea - Cómo abrir y gestionar una tienda en línea. - Gestión de inventarios, atención al cliente y posicionamiento.	
11:55-12:25	1.3 Integración de sistemas de pago y facturación electrónica - Opciones de pago y consideraciones para ventas transfronterizas. - Facturación electrónica y compatibilidades legales.	Hugo Cuevas-Mohr CEO, CrossTech Consulting Jennifer Holguin Directora de Consultoría, CrossTech Consulting
12:25-12:35	1.4 Espacio de debate	

MIÉRCOLES 10 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN 2 - Marketing digital y redes sociales

Objetivo: Brindar a las y los líderes empresariales herramientas analíticas para actualizar sus estrategias de marketing digital, mejorar su visibilidad en línea, aprovechar la publicidad en buscadores y redes sociales, y fortalecer su presencia en nuevos mercados internacionales.

Hora	Tema	Oradores
11:00 –11:30	2.1 Definición general de estrategias de marketing digital en el contexto actual - Diferencias entre marketing tradicional vs. digital. - Conceptualización de la marca e imagen. - Estrategias clave de marketing digital para mipymes: embudo de conversión simple, definición del “cliente ideal”, estrategias de bajo presupuesto (marketing de contenidos, email, etc.)	Mauricio Roverssi Alvarado Científico de Datos, Director de Nauta Digital.
11:30 – 12:15	2.2 Publicaciones a través de redes sociales - Selección de plataformas según el negocio (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok). - Tipos de contenido que generan interacción (educativo, emocional, promocional). - Herramientas simples para crear contenido (Canva, CapCut, ChatGPT). 2.3 Optimización de motores de búsqueda (SEO) y visibilidad orgánica - SEO autogestionado: título, descripciones, Google Mi Negocio.	Eduardo Ríos Sapia Director Académico, Asociación de Dirigentes de Marketing del Uruguay.

	· Blog vs sitio web. 2.4 Marketing en motores de búsqueda (SEM) · Explicación del funcionamiento de los anuncios de Google y redes sociales. · Consejos para campañas efectivas con bajo presupuesto. 2.5 Herramientas de análisis y crecimiento · Herramientas de análisis para captar nuevos mercados. · Herramientas para crecer y fortalecer la presencia internacional. · Automatizaciones básicas (Mailchimp, WhatsApp Business). · Rutina semanal de marketing digital para emprendedores y recursos gratuitos.	
12:15 – 12:30	2.6 Espacio de debate	

JUEVES 11 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN 3 - Estrategias para la internacionalización de mipymes

Objetivo: Fortalecer las capacidades de inserción internacional de las empresas del bloque, brindándoles herramientas que les permitan comprender cabalmente la globalización de la economía digital, optimizar la identificación de mercados potenciales, y utilizar certificaciones digitales y otros instrumentos para acceder a mercados externos.

Hora	Tema	Oradores
11:00 – 11:40	3.1 Introducción a la internacionalización en la economía digital · ¿Qué significa la internacionalización en el contexto digital? · Beneficios de la globalización para las mipymes. 3.2 Identificación de mercados potenciales · Cómo realizar un análisis de mercado digital. · Herramientas para identificar mercados con alta demanda. · Factores clave para seleccionar mercados internacionales.	Tatiana Ocampo López Socia fundadora de <i>Tinka Smart Connection</i> . Directora de Alianzas de Bosanet, Socia – Líder en Desarrollo de Nuevos Mercados de JCT Empresarial S.A.S
11:40 – 12:15	3.3 Uso de certificaciones digitales para acceder a mercados extranjeros · Qué son las certificaciones digitales y su importancia para el acceso a mercados extranjeros.	Patricia Rengifo Especialista en negociación de acuerdos comerciales y sinergias público-privadas.

	· Certificaciones relevantes para mipymes en comercio internacional. · Cómo obtener y utilizar estas certificaciones para facilitar la exportación.	
12:15 – 12:30	3.4 Espacio de debate	

VIERNES 12 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN 4 - Regulaciones y normativas del comercio electrónico

Objetivo: Analizar el marco normativo internacional y local que guía el proceso de internacionalización y que deben tenerse en cuenta para comenzar a exportar. Se prestará especial atención a las regulaciones de los países de la Alianza del Pacífico para garantizar el cumplimiento de los requisitos legales y facilitar el proceso de exportación.

Hora	Tema	Oradores
11:00 – 11:20	4.1 Introducción a las regulaciones en el comercio electrónico global y regional · Conceptos básicos sobre normativas y regulaciones. · Breve revisión del marco regulatorio global (GDPR, regulaciones sobre datos y privacidad, propiedad intelectual). Estándares y acuerdos internacionales (WTO, normas de la OCDE y otros tratados internacionales relevantes para mipymes). · Breve revisión del marco regulatorio en la Alianza del Pacífico.	Julissa Castro Silva Profesora e Investigadora, Pontificia Universidad Católica de Perú (PUCP)
11:20 – 12:20	4.2 Regulaciones existentes en los países de la Alianza del Pacífico <i>Distintos oradores presentarán un breve análisis de la situación regulatoria general de cada uno de los países de la AP (15 min por país)</i> <i>Se abordarán las siguientes temáticas:</i> · Derechos del consumidor: Regulaciones sobre protección al consumidor en el comercio electrónico. · Impuestos y regulaciones fiscales: Normativas fiscales para el comercio electrónico en los países miembros. · Regulaciones aduaneras: Requisitos para exportación e importación de bienes a través de plataformas digitales.	Yana Dumaresq Directora de Política Económica para América Latina, Meta Natalia Martínez Gerente Legal y de Políticas Públicas, Cámara Colombiana de Comercio Electrónico Karina Tejada Coordinadora de Comercio de Servicios, Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú Patricio Muñoz Rojas Subdirector de Asistencia al Contribuyente,

		Servicio de Impuestos Internos, Chile Josefa Vicencio Sanhueza Abogada, División de Competencia y Mejora Regulatoria, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo de Chile
12:20 – 12:30	4.3 Espacio de debate	

LUNES 15 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN 5 – Liderazgo empresarial en el marco de la transformación digital. Eficiencia en la adopción de nuevas tecnologías y herramientas basadas en la inteligencia artificial (IA)

Objetivo: Brindar conocimientos y herramientas para fortalecer el liderazgo e impulsar la transformación digital en las organizaciones, con el fin de mejorar su competitividad.

Hora	Tema	Oradores
11:00 – 11:10	5.1 Transformación y chequeo digital · Qué es la transformación digital y cómo impacta a las mipymes. · Presentación de la herramienta Chequeo Digital, desarrollada por la División de Competitividad, Tecnología e Innovación del BID / PTI y la Fundación País Digital.	Pauline Henríquez Leblanc Especialista de la División de Competitividad, Tecnología e Innovación del BID
11:10 - 11:50	5.2 Liderazgo y gestión del cambio · Rol del liderazgo digital: visión, comunicación, toma de decisiones. · Desafíos comunes y casos de éxito inspiradores. · Estrategias para liderar el cambio tecnológico en las organizaciones. · Herramientas para gestionar resistencia y fomentar cultura digital. · Enfoques de liderazgo adaptativo en contextos de transformación.	Iván Vera Fundador y Presidente de Innspiral, Magical Startups y Turingo, experto en innovación y conferencista internacional
11:50 – 12:20	5.3 Incorporación de herramientas basadas en IA al trabajo diario · Introducción práctica a herramientas basadas en IA. · Aplicaciones concretas para automatización, análisis de datos y atención al cliente. · Casos de uso reales en mipymes.	Mauricio Roverssi Alvarado Científico de Datos, Director de Nauta Digital.

12:20 – 12:30	5.4 Espacio de debate	
----------------------	------------------------------	--

MARTES 16 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN 6 - Logística internacional y envíos

Objetivo: Proporcionar conocimientos operativos que faciliten la gestión de envíos internacionales, elegir operadores logísticos, cumplir con requisitos aduaneros y reducir costos y tiempos de entrega.

Hora	Tema	Oradores
11:00 – 12:20	6.1 Introducción al ciclo de envío internacional · Etapas clave del envío internacional. · Identificación de desafíos comunes en el proceso. 6.2 Caso práctico: Preparación de un envío · Se analizarán los pasos logísticos, documentación requerida y costos asociados a envíos reales entre miembros de la Alianza del Pacífico. Se presentarán casos tales como: ▫ Envío de confecciones de Perú a México ▫ Envío de cosméticos naturales de Colombia a Chile ▫ Envío de alimentos procesados de México a Perú 6.3 Despacho aduanero: Claves y errores comunes · Etapas del proceso aduanero. · Documentación necesaria y errores frecuentes. 6.4 Estrategias para reducir costos y tiempos · Comparación de opciones logísticas: <i>couriers</i> vs. consolidadores. · Uso de plataformas digitales para comparar tarifas y tiempos. · Prácticas recomendadas para agrupar envíos y negociar tarifas.	Giovanni Andrés Gómez Camelo Director de Asuntos Económicos, Asociación Nacional de Comercio Exterior (ANALDEX) en Colombia Fabián Villarroel Ríos Profesor, Instituto Chileno de Comercio Internacional (ICHCI)
12:20 – 12:30	6.5 Espacio de debate	

MARTES 16 DE SEPTIEMBRE

SESIÓN DE CLAUSURA

Hora	Tema	Oradores
12:30 – 12:40	Palabras de cierre	Rodrigo Contreras Huerta Especialista Sectorial en Integración y Comercio, Sector de Productividad, Comercio e Innovación, BID
		Gonzalo Lara Espinoza Coordinador del Grupo de Agenda Digital, AP