



Luz María García, ACTI A.G.

“Para las empresas SMB, invertir en tecnología es estratégico y necesario”

El segmento SMB es un pilar clave de la economía chilena, impulsando empleo, innovación y dinamismo productivo. En este contexto, Luz María García, Gerenta General de la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información (ACTI A.G.), analiza su avance digital, brechas de adopción y el rol del canal en llevar soluciones integradas.



¿Cómo describirían el nivel del segmento SMB en términos de adopción tecnológica?

Hoy, el segmento SMB en Chile y la región muestra un nivel creciente de adopción tecnológica, con 90% de pymes chilenas considerando la digitalización como relevante para su sostenibilidad. Desde ACTI creemos que esto refleja un impulso importante y necesario hacia herramientas digitales, aunque el uso estratégico pleno todavía está en desarrollo.

A nivel global, los SMB también están acelerando su digitalización para competir y escalar en mercados globales, lo que es necesario para no quedarse atrás.

¿Qué tendencias están marcando pauta en este sector?

Entre las tecnologías más adoptadas por las empresas SMB en 2025 destaca la nube, donde más del 60% de las cargas de trabajo y datos del segmento ya se gestionan en servicios del área.

La inteligencia artificial y la automatización también ganan tracción como motores de eficiencia, mientras que el comercio electrónico sigue creciendo impulsado por el comportamiento del consumidor digital, y, por su parte, la ciberseguridad es un foco creciente, aunque su adopción todavía presenta brechas frente a la demanda de protección avanzada.

¿Han observado cambios en la demanda tecnológica de las empresas SMB?

Desde el gremio hemos observado que la demanda tecnológica de SMB se ha des-

plazado de soluciones aisladas hacia plataformas integradas: el uso de servicios gestionados por proveedores externos supera el 50% entre SMB según encuestas recientes de 2025.

Esto indica una mayor necesidad de soporte continuo en tecnología, no solo herramientas puntuales.

También aumenta el interés en soluciones que permitan gestionar operaciones completas, como ventas, finanzas, seguridad, de forma unificada.

¿Qué desafíos tecnológicos enfrentan estas organizaciones?

Un desafío clave que identificamos desde ACTI es cerrar la brecha entre la intención y la implementación. Aunque el 90% de las pymes reconoce la importancia de digitalizarse, solo una fracción ha definido e implementado estrategias tecnológicas completas.

Limitaciones presupuestarias y escasez de talento digital profundizan claramente esta brecha. Además, la protección contra riesgos cibernéticos y el retorno de inversión siguen siendo barreras frecuentes.

¿Qué tipo de soluciones tecnológicas están demandando con mayor urgencia?

Las SMB demandan con urgencia software de gestión empresarial (ERP/CRM), plataformas de colaboración y soluciones de seguridad, pero también infraestructura en la nube.



El mercado global de software para SMB se proyecta en crecimiento, con un incremento estimado de USD 74,7 mil millones entre 2024 y 2029, lo que refleja la ampliación de estas necesidades. Esto demuestra que las soluciones integradas y escalables son prioritarias frente a herramientas aisladas.

¿Cómo ven el rol de los canales de distribución en acercar soluciones tecnológicas a este segmento de empresas?

Los canales de distribución son, a nuestro juicio, vitales para traducir soluciones tecnológicas en valor de negocio para SMB, facilitando implementación, soporte y capacitación especializada.

En 2025, más de la mitad de las SMB recurren a proveedores externos para gestionar y monitorear parte de su tecnología. Esto resalta el papel de los integradores y socios tecnológicos como

Los canales de distribución son, a nuestro juicio, vitales para traducir soluciones tecnológicas en valor de negocio para SMB, facilitando implementación, soporte y capacitación especializada.

puente entre la oferta tecnológica y la adopción efectiva por parte de las empresas.

¿Cómo visualizan la evolución del mercado SMB y la relación con el canal hacia 2027?

Desde ACTI proyectamos que, hacia 2027, el mercado SMB será más digitalizado y conectado, con un crecimiento

continuo en uso de servicios en la nube, automatización e inteligencia artificial.

Los canales se consolidarán como socios estratégicos permanentes, no solo vendedores de soluciones, apoyando la planificación, implementación y escalamiento tecnológico. Esto responderá a la complejidad creciente de entornos híbridos de trabajo, datos y seguridad.

¿Qué es lo más importante que deben considerar las SMB al invertir en tecnología?

Una frase que consideramos fundamental al momento de pensar en incorporar estas herramientas es: "invertir en tecnología es estratégico y necesario, ya que es la base para mejorar la productividad y competitividad. Esto exige no solo adoptar herramientas, sino integrarlas en procesos que generen impacto medible en el negocio". **CHN**