



Boletín de Prensa

ICC México y TikTok presentaron los Digital Commerce Labs para impulsar a emprendedores y MiPymes de México y Latinoamérica

- *La iniciativa busca acercar herramientas y conocimientos de comercio digital a los negocios de la región.*
- *El encuentro reunió a representantes del sector público y privado, especialistas en comercio digital y emprendedores mexicanos que compartieron sus experiencias de crecimiento a través de herramientas digitales.*
- *Durante el evento, emprendedores de Xilinat y NuCycles compartieron sus experiencias de crecimiento, mientras que TikTok presentó las oportunidades de TikTok Shop para impulsar las ventas de los negocios mexicanos.*

Ciudad de México, 14 de octubre de 2026. — La International Chamber of Commerce (ICC) México y TikTok presentaron ayer en la Ciudad de México el programa **Digital Commerce Labs**, una iniciativa global que busca ayudar a las micro, pequeñas y medianas empresas, personas emprendedoras y emprendimientos de México y Latinoamérica a aprovechar las oportunidades de la economía digital, fortalecer sus negocios y llegar a nuevas audiencias.

El encuentro reunió a representantes del sector público y privado, especialistas en comercio digital y emprendedores. En la bienvenida participaron Alberto Espinosa Desigaud, presidente de ICC México; Vicente Gutiérrez Camposeco, presidente de CANACO; Manola Zabalza Aldama, titular de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México; Fernando Díaz Barrero, director general de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía; Edgar Rodríguez Rudich, director de Asuntos Públicos de TikTok LATAM, y Yesica González Pérez, directora general de ICC México.

Alberto Espinosa Desigaud, presidente de ICC México, destacó que el comercio digital se ha convertido en uno de los motores del crecimiento económico y que esta alianza permitirá acercar conocimientos y herramientas a empresas que todavía enfrentan dificultades para aprovecharlo.

“Confiamos en que esta nueva etapa en la que unen fuerzas ICC y TikTok, sin duda, va a potenciar la formación de emprendedores digitales y, sobre todo, impulsará la capacitación de los líderes empresariales del futuro, asegurando que ninguna empresa, sin importar su tamaño o recursos, quede rezagada de las oportunidades disponibles en el ecosistema del comercio digital”, dijo el presidente de ICC México.

Durante su participación, Edgar Rodríguez destacó la importancia de acercar herramientas digitales a los negocios para que puedan desarrollar su potencial y aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento.

“En TikTok creemos que el talento y las buenas ideas merecen encontrar nuevas audiencias y oportunidades para crecer. A través de iniciativas como Digital Commerce Labs y de herramientas como TikTok Shop, buscamos acercar conocimientos y soluciones prácticas a emprendedoras, emprendedores y MiPymes de México y Latinoamérica para que puedan fortalecer sus negocios, conectar con sus comunidades y participar en la economía digital. Cuando los negocios crecen, también se generan nuevas oportunidades para las comunidades que los rodean”, destacó el director de Asuntos Públicos de TikTok LATAM.

TikTok Shop: nuevas oportunidades para los negocios mexicanos

Como parte de la jornada, José María Álvarez, TikTok Shop Home & Living Manager, impartió la conferencia magistral *Conecta, cautiva y vende: cómo acelerar las ventas de tu negocio con TikTok Shop*, en la que presentó las oportunidades que ofrece el comercio por descubrimiento y compartió herramientas prácticas para que los emprendimientos puedan aprovechar la plataforma.

Durante su intervención, destacó que el 65% de los usuarios que descubren productos en TikTok ya compran a través de TikTok Shop. A nivel global, más de 15 millones de vendedores, empresarios y marcas locales ofrecen sus productos a través de la plataforma.

En México, el crecimiento también refleja el potencial de esta oportunidad para los negocios: desde el inicio de operaciones de TikTok Shop en febrero de 2025, el total de transacciones generadas en la plataforma ha crecido 133 veces, mientras que la oferta de productos ha aumentado 144 veces.

Estas cifras ilustran las oportunidades que el comercio digital puede representar para los emprendimientos mexicanos, al facilitar el descubrimiento de productos y conectar a los negocios con consumidores potenciales.

La conferencia también abordó el papel de las transmisiones en vivo como una forma de recuperar un componente humano en la experiencia de compra digital, mediante la interacción directa entre vendedores y consumidores. Además de presentar las oportunidades de la plataforma, José María Álvarez ofreció capacitación para que los emprendimientos conocieran cómo utilizar TikTok Shop y aprovechar sus funcionalidades.

Emprendedores mexicanos comparten sus historias de crecimiento

Uno de los momentos centrales del evento fue el panel *Creator Economy Spotlight: Historias reales de crecimiento digital*, que reunió a Javier Larragoti, CEO de [Xilinat](#), y Mónica Guevara, CEO de [NuCycles](#), dos emprendimientos que forman parte del programa #EmprendeEnTikTok. La conversación fue moderada por Alexander Bardales, gerente de Políticas Públicas para México de TikTok.

A través de sus experiencias, ambos participantes compartieron perspectivas sobre el desarrollo de sus negocios y el papel que las herramientas digitales pueden desempeñar para dar visibilidad a sus proyectos, conectar con nuevas audiencias y generar oportunidades de crecimiento.

Su participación puso de relieve la importancia de que los programas de capacitación y acompañamiento se traduzcan en herramientas prácticas para los negocios, reconociendo a los propios emprendedores como protagonistas de la innovación y del desarrollo económico de sus comunidades.

Capacitación para impulsar la economía digital

Posteriormente, Santiago Quiroga, coordinador global de Digital Commerce Labs por parte de ICC y TikTok; Miguel Calderón Lelo de Larrea, presidente de la Comisión de Economía Digital de ICC México, y Luis López Linaldi, presidente de la Comisión de Mercadotecnia y Publicidad de ICC México, presentaron los alcances de la iniciativa.

Digital Commerce Labs busca fortalecer las capacidades digitales de las mipymes mediante recursos de formación, contenidos prácticos y espacios de aprendizaje e intercambio. La iniciativa busca acercar conocimientos sobre comercio digital y herramientas que permitan a los negocios ampliar sus oportunidades en un entorno cada vez más conectado.

El lanzamiento en México forma parte de una primera fase global que contempla diez mercados de América Latina, África y Tailandia, con el objetivo de facilitar que más emprendedores y empresas aprovechen las oportunidades del comercio digital.

Con esta iniciativa, ICC y TikTok reafirman su compromiso con el fortalecimiento del ecosistema emprendedor y empresarial, acercando recursos y conocimientos a las mipymes y los emprendimientos de México y Latinoamérica para que puedan desarrollar sus capacidades, llegar a nuevas audiencias y crecer en la economía digital.

NOTA: Se anexa en la primera imagen el Código QR para que los emprendedores y MiPymes de todo México se puedan registrar a la capacitación en línea.

PIES DE FOTO

1.- Código QR para que las micro, pequeñas, medianas empresas y emprendedores puedan acceder a la capacitación gratuita de los Laboratorios de Comercio Digital.

2.- La International Chamber of Commerce (ICC) México y TikTok presentaron ayer en la Ciudad de México el programa Digital Commerce Labs.

3.- Alberto Espinosa Desigaud, presidente de ICC México.

4.- Edgar Rodríguez Rudich, director de Asuntos Públicos de TikTok LATAM. A su izquierda, Fernando Díaz Barrero, director general de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía federal.

5.- Yesica González Pérez, directora general de ICC México y Vicente Gutiérrez Camposeco, presidente de CANACO.

6.- Manola Zabalza Aldama, titular de la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México, entre Gutiérrez Camposeco y Espinosa Desigaud.

7.- José María Álvarez, TikTok Shop Home & Living Manager, impartió la conferencia *Conecta, cautiva y vende*.

8.- Mónica Guevara, CEO de NuCycles, Alexander Bardales, gerente de Políticas Públicas para México de TikTok y Javier Larragoti, CEO de Xilinat.

9.- Santiago Quiroga, coordinador global de Digital Commerce Labs por parte de ICC y TikTok.

10.- Miguel Calderón Lelo de Larrea, presidente de la Comisión de Economía Digital de ICC México, y Luis López Linaldi, presidente de la Comisión de Mercadotecnia y Publicidad de ICC México.

-----ooo0ooo-----

Contacto para medios: Renato Consuegra (difunet@gmail.com) 5549097370