



COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS

Bruselas, 13.3.2001
COM(2001) 136 final

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL CONSEJO, AL PARLAMENTO
EUROPEO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL Y AL COMITÉ DE LAS
REGIONES**

**AYUDAR A LAS PYME
A PASAR A LA FASE DIGITAL**



ES

**COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN AL CONSEJO, AL PARLAMENTO
EUROPEO, AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL Y AL COMITÉ DE LAS
REGIONES**

**AYUDAR A LAS PYME
A PASAR A LA FASE DIGITAL**

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	4
2.	LAS INICIATIVAS «GODIGITAL».....	4
3.	COMERCIO ELECTRÓNICO Y PYME: OPORTUNIDADES IMPORTANTES Y NUEVOS RETOS	5
4.	«GODIGITAL»: PRIORIDADES, ACCIONES Y CALENDARIO	9

Línea de acción 1:		
Entorno favorable para el comercio electrónico y el espíritu empresarial.....		9

<u>Acción 1:</u>	Evaluación comparativa de los resultados de las estrategias nacionales y regionales de apoyo al comercio electrónico.....	10
------------------	--	----

<u>Acción 2:</u>	Medición de la adopción de las TIC y del comercio electrónico	10
------------------	---	----

<u>Acción 3:</u>	Mejora del acceso a la información y consideración de las observaciones de las empresas a la hora de elaborar políticas en el ámbito de la..... legislación sobre comercio electrónico	11
------------------	---	----

<u>Acción 4:</u>	Interoperabilidad del comercio electrónico	12
------------------	--	----

Línea de acción 2: Adopción del comercio electrónico		13
---	--	-----------

<u>Acción 5:</u>	Fomento de la sensibilización para el paso a la fase digital.....	13
------------------	---	----

<u>Acción 6:</u>	Adopción del comercio electrónico	14
------------------	---	----

<u>Acción 7:</u>	Creación de un mecanismo de garantía de préstamos para las PYME	14
------------------	---	----

<u>Acción 8:</u>	Fomento de una mejor utilización de los Fondos Estructurales	15
Línea de acción 3: Competencias relacionadas con las TIC		16
<u>Acción 9:</u>	Apoyo a las iniciativas industriales para nuevos programas de estudios <u>centrados en las TIC</u>	16
<u>Acción 10:</u>	Creación de un grupo de control de las competencias TIC en los..... Estados miembros	17
<u>Acción 11:</u>	Puesta en marcha de un programa de prácticas en PYME	17
5.	LAS FASES SIGUIENTES	18

1. INTRODUCCIÓN

Los Estados miembros de la UE adoptaron el Plan de acción eEurope 2002 en el Consejo Europeo de Feira de junio de 2000. El tercer objetivo del Plan de acción, «Estimular el uso de Internet», incluye una iniciativa encaminada a alentar a las pequeñas y medianas empresas (PYME) a que «pasen a la fase digital». El Plan¹ considera a las PYME un elemento esencial para la realización de la iniciativa eEurope y define objetivos específicos para prepararlas para esta fase. El objetivo perseguido es el siguiente:

«Alentar a las PYME a que 'pasen a la fase digital' mediante actividades coordinadas de creación de redes para el intercambio de conocimientos sobre mejores prácticas, capacidad de llevar a cabo comercio electrónico y evaluación comparativa ('benchmarking'). Los 'centros de referencia' podrían ayudar a las PYME a introducir el comercio electrónico en su estrategia empresarial».

En respuesta al Plan de acción eEurope 2002, la Comisión emprenderá iniciativas específicas «GoDigital» destinadas a:

- identificar los principales obstáculos con que se topan las PYME en las operaciones de comercio electrónico;
- proponer medidas específicas para ayudar a las PYME a que «pasen a la fase digital», inspirándose, en particular, en las políticas e iniciativas existentes;
- garantizar la coherencia entre las distintas políticas e iniciativas para el paso de las PYME a la fase digital, a nivel europeo, nacional, regional y local;
- aprovechar la experiencia práctica y proceder a una evaluación comparativa de los resultados de las distintas estrategias de apoyo a las PYME para pasar a la fase digital.

El objetivo de la presente Comunicación es identificar las necesidades específicas de las PYME para aprovecharse plenamente de las ventajas que ofrece el comercio electrónico y presentar las iniciativas «GoDigital» que la Comisión aplicará en 2001. Se adoptarán algunas medidas suplementarias en 2002 y en los años siguientes. «GoDigital» puede contribuir a crear condiciones más favorables para el paso de las PYME a la fase digital, pero no puede sustituir al espíritu empresarial ni a la empresa, que es la que decide en último término.

2. LAS INICIATIVAS «GODIGITAL»

El objetivo general de «GoDigital» es reunir y, si es preciso, adaptar medidas de apoyo para que las PYME puedan utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) con la máxima eficacia. Para ello, el presente Plan de aplicación «GoDigital» se inspirará en programas comunitarios existentes orientados a las necesidades específicas de las PYME. Entre estos programas cabe citar el programa plurianual de la DG Empresa (MAP), el programa de trabajo anual «Tecnologías de la sociedad de la información» (IST) de la DG

¹ http://europa.eu.int/comm/information_society/europe/actionplan/index_es.htm

Sociedad de la Información², y los Fondos Estructurales. El plan de aplicación estará también vinculado a las iniciativas y programas nacionales y regionales con objetivos similares. La aplicación será flexible y descentralizada, perseguirá objetivos comunes y reflejará la necesidad de una mayor cooperación entre los distintos instrumentos europeos de apoyo a las PYME. Se trata de garantizar que las PYME saquen el máximo partido de las iniciativas y programas de apoyo existentes a nivel nacional y europeo.

Las prioridades de «GoDigital» son las siguientes:

- *fomentar un entorno favorable y las condiciones generales requeridas para estimular el comercio electrónico y el espíritu empresarial;*
- *facilitar la adopción del comercio electrónico, difundiendo ampliamente los resultados de la investigación y el desarrollo tecnológico (IDT) y permitiendo a las PYME de todos los sectores beneficiarse de los mismos; y*
- *contribuir al suministro de conocimientos en materia de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), subsanando la falta de estos conocimientos en las PYME y buscando y desarrollando nuevas competencias empresariales para la nueva economía.*

Para favorecer la iniciativa «GoDigital», la Comisión pedirá el apoyo total y la participación activa de los Estados miembros, de las autoridades regionales y de la comunidad empresarial. Para garantizar la participación de las PYMES, una conferencia será organizada durante el mes de abril. Asimismo, se constituirán grupos de trabajo con la colaboración de los Estados miembros y la participación de las Comunidades Autónomas y la comunidad empresarial en los programas de la Comisión. Si la mayoría de las PYME europeas pueden beneficiarse del proyecto, será posible explotar las sinergias entre el plan de aplicación «GoDigital» y las iniciativas existentes de los sectores público y privado a nivel nacional, regional y local. «GoDigital» se concebirá como plan progresivo, que se aplicará durante los próximos dos años. No obstante, numerosas actividades continuarán después de 2002. La Comisión hará un balance de la situación en 2001, sobre la base de las distintas medidas de «GoDigital» y la evaluación comparativa de los resultados, en particular, la adopción del comercio electrónico y las TIC por parte de las PYME en los diferentes Estados miembros y sectores de actividad.

Durante los próximos años, «GoDigital» se extenderá al conjunto de las PYME interesadas por la economía digital. Para facilitar su aplicación y el intercambio de ideas, la Comisión ha creado un sitio Web específico³ que reúne bajo un mismo logotipo todas las ideas relacionadas con el proyecto «GoDigital». Este sitio, administrado por la Comisión, ofrece un enlace virtual entre todos los participantes en el proyecto «GoDigital» y un foro para intercambiar las mejores prácticas de comercio electrónico a través de toda Europa.

² Dentro del Programa marco comunitario de investigación.

³ <http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/godigital> y un mecanismo de intercambio de información mediante la dirección de correo electrónico info-godigital@cec.eu.int.

3. COMERCIO ELECTRÓNICO Y PYME: OPORTUNIDADES IMPORTANTES Y NUEVOS RETOS

Europa cuenta hoy con más de 19 millones de PYME. En la mayoría de los Estados miembros, éstas representan más del 99 % de las empresas. Las PYME generan una parte importante del PIB, son un factor clave para la creación de empleo y un ámbito idóneo para el desarrollo del espíritu empresarial y de nuevas ideas comerciales. Las PYME se beneficiarán también de manera especial de la supresión de los obstáculos para el acceso a los mercados que ofrece el comercio electrónico. Por todo ello, el comercio electrónico a menudo se describe como la puerta de acceso de las PYME al comercio y los mercados mundiales.

Para que *e*Europe sea un éxito será necesario por tanto que las PYME participen plenamente en este proceso. Europa sólo se convertirá en el centro neurálgico del comercio electrónico si las PYME europeas se comprometen a utilizar Internet como herramienta puntera para las empresas.

Dado que su organización interna es más flexible que la de las empresas de mayor tamaño, las PYME pueden adaptarse muchas veces a las fluctuaciones de los mercados de manera más rápida y eficaz. No obstante, aunque las cifras sobre la utilización de Internet varían según los Estados miembros y los sectores de actividad, la utilización de Internet con fines comerciales es, en general, directamente proporcional al tamaño de la empresa; es decir, cuanto más pequeña es la empresa, menos utiliza las TIC. Por lo tanto, el predominio de las PYME en la economía europea no va parejo con una utilización por éstas de las herramientas del comercio electrónico (véase cuadro 1). No obstante, conviene observar que la mayoría de las empresas incipientes activas en el sector del comercio electrónico son PYME.

Por término medio, sólo un 42% de las PYME tiene acceso a Internet en Europa. En algunos Estados miembros, este porcentaje es incluso inferior al porcentaje de penetración de Internet en los hogares. Sólo el 20% de las PYME utiliza Internet para sus operaciones comerciales. Entre las empresas conectadas, la mayoría sólo recurre Internet con fines de información. Incluso en los Estados miembros más avanzados tecnológicamente, solamente una minoría de PYME puede llevar a cabo las operaciones electrónicamente (compras, ventas, subastas electrónicas, pagos electrónicos). Habida cuenta del desarrollo espectacular del comercio electrónico en el mundo, en particular en Estados Unidos, estas cifras son alarmantes y revelan que las PYME europeas aún no han asumido completamente Internet. La OCDE considera que el valor de las operaciones realizadas mediante Internet se duplica cada 12-18 meses⁴. Así pues, las PYME europeas corren el riesgo de perder oportunidades económicas importantes.

⁴ OCDE, Economic Working Papers 252, 2000.

Cuadro 1 : Utilización de Internet según el tamaño de la empresa, Europa - 1999

	Número de asalariados				
	1	1-9	10-49	50-249	Total
Con acceso directo a Internet	33 %	49 %	67 %	86 %	42 %
Difusión de información sobre sus productos a través de Internet	14 %	27 %	42 %	59 %	21 %
Distribución de sus productos a través de Internet	6 %	7 %	9 %	13 %	7 %
Recepción de pedidos	8 %	10 %	15 %	20 %	10 %
Confirmación de pedidos	6 %	9 %	12 %	16 %	8 %
Pago a través de Internet	4 %	5 %	8 %	9 %	4 %
Recepción de pagos a través de Internet	3 %	3 %	4 %	7 %	3 %
Cooperación para ofrecer conjuntamente productos o servicios	9 %	13 %	19 %	29 %	12 %

Fuente : ENSR Enterprise Survey 1999, tal como se utiliza en el Observatorio Europeo de las PYME - Sexto informe, Comisión Europea, 2000.

Con el fin de ayudar a las PYME tradicionales a «pasar a la fase digital», deben suprimirse varios «obstáculos» percibidos y bien conocidos⁵, a saber:

- **La coyuntura electrónica actual.** La inestabilidad de las empresas «dot.com» está siendo objeto de notoriedad y debates considerables. La tasa de desgaste es mucho más elevada entre las empresas «dot.com» especializadas en comercio electrónico que entre las PYME más tradicionales, lo que puede desalentar aún un poco más a las PYME. Los fracasos económicos forman parte integrante de la vida de las empresas, en particular en un entorno en continua mutación como Internet. En muchos Estados miembros existen leyes estrictas sobre quiebras que no animan en absoluto a asumir riesgos. Pero junto a los fracasos, existen también notables éxitos. Lo importante realmente es que no falte la iniciativa empresarial.
- **Normativa.** Aunque el marco regulador actual parece adecuado para el comercio electrónico a nivel nacional, pueden surgir problemas cuando las PYME efectúan operaciones transfronterizas de comercio electrónico. Aunque los esfuerzos destinados a armonizar la legislación en Europa deberían desembocar en un marco jurídico claro y previsible, persisten cuestiones de fondo, como la protección de los consumidores, que deben seguirse desarrollando. Contrariamente a las empresas de mayor tamaño, que cuentan con equipos de abogados y asesores, las PYME prefieren en general evitar los riesgos jurídicos vinculados al comercio transfronterizo. Es capital, por lo tanto, que estas empresas puedan disponer fácilmente de información jurídica básica y, en particular, de asesoramiento jurídico mínimamente normalizado. En efecto, más que cualquier otra empresa, las PYME necesitan sencillez y previsión. De la misma manera, se considera que un acceso poco costoso a mecanismos alternativos de resolución de litigios es una condición previa esencial para participar en el comercio electrónico transfronterizo.

⁵ Véase por ejemplo la ENSR Enterprise Survey 1999, tal como se utiliza en el Observatorio Europeo de las PYME - Sexto informe, Comisión Europea, 2000.

- **Cualificaciones.** La falta de personal técnico y de gestión adecuado con conocimientos suficientes en materia de TIC constituye otro obstáculo de envergadura. Las PYME son muy dependientes de las competencias adquiridas en el lugar de trabajo. Según las estimaciones, Europa necesita en la actualidad en torno a 1,9 millones de expertos en TIC y profesionales del comercio electrónico. Esta cifra podría pasar a 3,8 millones en 2003⁶. Algunos Estados miembros han adoptado medidas para atraer a expertos en TIC de terceros países. La obtención en el exterior de mano de obra cualificada es costosa y ante la competencia salvaje que reina hoy en el mercado de los especialistas en TIC, las grandes sociedades y las empresas incipientes de TIC en pleno desarrollo poseen clara una ventaja sobre las PYME «tradicionales».
- **Tecnología y normas.** Más que cualquier otro usuario empresarial, las PYME buscan soluciones TIC normalizadas y plenamente compatibles que se mantengan relativamente estables con el paso del tiempo. La complejidad y la falta de solidez de numerosas soluciones TIC desalientan actualmente a muchas PYME. Cuando los programas informáticos o los sistemas resultan incompatibles con los de los clientes y proveedores, existe un riesgo importante de perder las inversiones en TIC. Las PYME trabajan con clientes muy distintos. No obstante, con frecuencia deben ajustarse a las normas tecnológicas y comerciales de sus principales clientes y corren el riesgo de «quedar atados» a una tecnología específica utilizada únicamente por uno de los contratistas.
- **Coste.** El coste de participación en el comercio electrónico incluye una planificación previa, la adquisición de material y/o programas informáticos (instalación, formación y reorganización posterior), el mantenimiento permanente, los costes de mantenimiento y los gastos de telecomunicaciones. El coste de la inversión inicial ha disminuido estos últimos años. No obstante, la obtención del material TIC adecuado solamente es uno de los elementos de la ecuación. Los costes de mantenimiento siguen siendo determinantes para numerosas PYME. La incertidumbre vinculada a la viabilidad de la inversión inicial y al coste creciente de los servicios de mantenimiento puede disuadir a las PYME de proceder a las inversiones necesarias. Además, deben estar dispuestas a externalizar los servicios de TIC, a adquirir competencias profesionales y a recurrir a asesores que les ayuden a llevar a cabo los cambios organizativos que exige el comercio electrónico.

Esta lista de obstáculos potenciales requiere una respuesta estratégica coherente. Las políticas nacionales y europeas aplicadas en numerosos ámbitos deben velar por garantizar un entorno más favorable - y más previsible - para las empresas. Esta es una de las condiciones previas para que las PYME sigan siendo competitivas, aprovechen lo mejor posible las ventajas de Internet y se beneficien plenamente del comercio electrónico. Las iniciativas «GoDigital» abordan directamente estos problemas a través de medidas específicas. El principal reto que afrontan los responsables políticos es eliminar los obstáculos que dificultan el acceso al mercado y fomentar el espíritu empresarial.

⁶ Informe del Observatorio Europeo de las Tecnologías de la Información, 2001.

4. «GoDIGITAL»: PRIORIDADES, ACCIONES Y CALENDARIO

El presente Plan describe un primer conjunto de medidas que deben adoptarse en apoyo de eEurope para las PYME. Estas medidas se aplicarán en 2001-2002, sobre la base del programa plurianual en favor de las PYME y del programa IST. El objetivo primordial para 2001 será seguir fomentando la adopción del comercio electrónico, en particular a través de los Centros Europeos de Información Empresarial (EIC), y evaluar y comparar los resultados de las políticas nacionales de apoyo a las TIC y al comercio electrónico. Con el fin de ayudar a las PYME en este proceso, conviene en primer lugar aprender de las experiencias de los demás. Durante 2001 se prepararán algunas iniciativas suplementarias para abordar de manera más específica las necesidades de las PYME en el paso a la nueva economía.

LÍNEA DE ACCIÓN 1:

ENTORNO FAVORABLE PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y EL ESPÍRITU EMPRESARIAL

En su Comunicación titulada *«Los retos de la política de empresa en la economía del conocimiento»*⁷, la Comisión considera que la falta de espíritu empresarial constituye un reto fundamental para Europa respecto a sus socios comerciales. Por tradición, numerosas empresas se oponen a la asunción de riesgos y pueden favorecer, a corto plazo, la reducción de los costes en detrimento del desarrollo de nuevos productos y nuevos modelos de empresa. Por lo tanto, la mayoría de los avances tecnológicos relacionados con Internet y las innovaciones comerciales han tenido lugar fuera de nuestras fronteras.

El comercio electrónico abre hoy nuevas perspectivas para el espíritu empresarial. Mientras que en las primeras fases de utilización comercial de Internet se hacía hincapié en las inversiones en infraestructuras TIC, hoy se busca convertir a Internet en una nueva herramienta destinada a las empresas. No obstante, ello no significa que el desarrollo de una infraestructura de banda ancha sea suficiente. Deben tomarse medidas suplementarias para estimular un mayor desarrollo de la infraestructura de banda ancha y el comercio móvil.

El comercio electrónico, tanto entre empresas y consumidores como entre empresas (B2C y B2B), está modificando radicalmente los métodos de organización de las empresas y los mercados. Con el fin de impulsar y complementar estos cambios estructurales, la mayoría de los Estados miembros ha puesto en marcha iniciativas nacionales ambiciosas para estimular el espíritu empresarial en general, y la utilización de las TIC y el comercio electrónico en particular. Para maximizar el impacto de los proyectos de investigación en el mercado y garantizar la igualdad de oportunidades entre los operadores económicos, cualquiera que sea su tamaño, la Comisión seguirá prestando su apoyo a los esfuerzos más amplios de búsqueda de consenso, tanto a nivel sectorial como a través de los organismos europeos de normalización.

Las iniciativas «GoDigital» deben contribuir a crear sinergias entre las distintas estrategias nacionales. La evaluación comparativa de los resultados de «GoDigital» y la coordinación de las políticas a nivel europeo pueden generar un verdadero valor añadido al permitir a los

⁷ COM (2000) 256 final de 26.04.2000.

Estados miembros aprender de las experiencias e iniciativas de los demás, a medida que el mercado interior del comercio electrónico va tomando forma y Europa se incorpora a la nueva economía mundial. A tal efecto, en 2001-2002 se emprenderán las acciones siguientes:

ACCIÓN 1: EVALUACIÓN COMPARATIVA DE LOS RESULTADOS DE LAS ESTRATEGIAS NACIONALES Y REGIONALES DE APOYO AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Describir y evaluar comparativamente los resultados de las políticas e instrumentos nacionales y regionales desarrollados para promover el comercio electrónico en las PYME. Los Estados miembros y las regiones podrán así evaluar sus políticas e identificar las mejores prácticas sobre la base de su experiencia nacional. Esta acción debería permitir también determinar de qué manera los fondos europeos y otras iniciativas de la UE pueden complementar las estrategias regionales y nacionales.

Aplicación: La evaluación comparativa de los resultados de las estrategias nacionales y regionales en materia de TIC y comercio electrónico se efectuará en estrecha colaboración con los Estados miembros, en el marco del programa BEST 2001⁸. Durante estos últimos años se han puesto en marcha numerosas iniciativas destinadas a fomentar las TIC y el comercio electrónico, en particular entre las PYME, a nivel nacional y europeo. Aunque la información al respecto es fácilmente accesible, el método concreto de funcionamiento y las repercusiones de estas iniciativas no siempre se han evaluado de forma suficientemente precisa. Conviene también comprender mejor los distintos enfoques y determinar el entorno más propicio para su funcionamiento.

Responsables: La Comisión Europea y los Estados miembros.

Calendario: La primera fase, en 2001, se consagrará a la recopilación de información y a la definición de indicadores de referencia. La segunda fase, que comenzará en 2002, incluirá la evaluación de la información con los Estados miembros y la determinación de las mejores prácticas sobre la base de los indicadores elegidos.

ACCIÓN 2: MEDICIÓN DE LA ADOPCIÓN DE LAS TIC Y DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Elaborar un cuadro general de indicadores «GoDigital» para medir el grado de adopción de las TIC y el comercio electrónico por las PYME en los Estados miembros y en los distintos sectores de actividad.

Aplicación: La DG Empresa desarrollará y publicará regularmente un cuadro de indicadores «GoDigital» basados en una metodología común. Este trabajo se efectuará conjuntamente con la evaluación comparativa de las estrategias nacionales de apoyo al comercio electrónico y estará apoyado por proyectos de investigación realizados bajo los auspicios del programa IST⁹. Los resultados servirán de base para celebrar periódicamente debates con los Estados

⁸ BEST es un procedimiento de desarrollo progresivo de la política de empresa. Tiene por objeto identificar e intercambiar buenas prácticas entre los Estados miembros y entre los Estados miembros y la Comisión.

⁹ En 2000 se publicó un programa IST que incluye una convocatoria de propuestas sobre herramientas, métodos, indicadores y aplicaciones estadísticos para la sociedad de la información. Los proyectos que resulten de esta convocatoria se iniciarán a principios de 2001. Está previsto celebrar una convocatoria de propuestas para el análisis socioeconómico y los indicadores sobre la sociedad de la información en 2001.

miembros. Informes sectoriales e intersectoriales publicados periódicamente analizarán los cambios estructurales y las tendencias de los mercados en los distintos sectores, como resultado de la transición a la nueva economía. En una serie de seminarios se estudiarán y validarán las conclusiones empíricas y se buscarán las respuestas estratégicas pertinentes.

Además, la Comisión podrá financiar los seminarios/conferencias organizados por las federaciones de empresas, las cámaras de comercio y las redes de apoyo a las empresas, como los EIC y los Centros de Enlace de la Innovación, bajo los auspicios de «GoDigital». Estas iniciativas irán dirigidas sobre todo a los responsables políticos. Las dos acciones -el cuadro de indicadores estadísticos y los seminarios- se llevarán a cabo en el marco del programa de trabajo plurianual 2001.

Responsables: La Comisión Europea y los Estados miembros, las asociaciones industriales, las cámaras de comercio, los EIC, los Centros de Enlace de la Innovación y otros.

Calendario: Principio de 2001, en paralelo con el Programa plurianual 2001-2005. El análisis sectorial se efectuará durante todo el periodo del programa plurianual.

ACCIÓN 3: MEJORA DEL ACCESO A LA INFORMACIÓN Y CONSIDERACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LAS EMPRESAS A LA HORA DE ELABORAR POLÍTICAS EN EL ÁMBITO DE LA LEGISLACIÓN SOBRE COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Informar y asesorar a las PYME de forma pertinente y asequible sobre los aspectos jurídicos y reglamentarios del comercio electrónico, analizar los problemas prácticos con que se topan las empresas que operan en el mercado interior y tener en cuenta estos problemas para futuras estrategias.

Aplicación:

- Mejor información: La Comunidad Europea ya ha abordado las cuestiones de inseguridad jurídica que plantean las operaciones transfronterizas de comercio electrónico. No obstante, el aparente desconocimiento de las PYME sobre la legislación relativa a la competencia judicial y a las leyes aplicables a las operaciones transfronterizas de comercio electrónico constituye un obstáculo importante para las PYME que desean conectarse a la red. Ello invita a reforzar las labores de difusión de información y de sensibilización. En los últimos años, la Comunidad Europea ha adoptado una serie de actos jurídicos con objeto de que los consumidores y las empresas aprovechen mejor las ventajas del comercio electrónico transfronterizo. Entre ellos, cabe citar la Directiva (1995/46/CE) del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, la Directiva (1997/7/CE) del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia, y la Directiva (1999/93/CE) del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un marco comunitario para la firma electrónica. Además, la plena aplicación de la Directiva sobre comercio electrónico (2000/31/CE) contribuirá sin duda a la creación de un entorno más favorable y predecible para el comercio electrónico en Europa.

Por otro lado, el Reglamento (CE) n° 44/2001 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, tiene por objeto elaborar disposiciones mediante las que se unifiquen las normas

sobre conflictos de jurisdicción en materia civil y mercantil, y simplificar los trámites para un reconocimiento y una ejecución rápidos y simples de las resoluciones judiciales de los Estados miembros, abordando, entre otras cosas, el comercio electrónico en el mercado interior.

En el marco de la iniciativa de la Comisión Europea «Diálogo con las empresas», se creó un sitio Web (<http://europa.eu.int/business>) para facilitar a las empresas informaciones prácticas en 11 lenguas sobre un amplio abanico de temas. Este sitio Web se ampliará para abarcar los aspectos jurídicos del comercio electrónico. Ofrece también enlaces con la red de Centros Europeos de Información Empresarial, que ya posee cierta experiencia en este ámbito. Con el fin de facilitar la aplicación de «GoDigital», se propone la creación en este sitio de una nueva sección dedicada al comercio electrónico.

- **Retroalimentación:** Para la elaboración de las políticas, conviene tener en cuenta permanentemente las consultas formuladas por las PYME y los problemas que encuentran en la UE. El comercio electrónico se incluirá por tanto en la nueva iniciativa de la Comisión denominada «Elaboración interactiva de las políticas» cuyo objeto es recoger, mediante Internet, las reacciones espontáneas del mercado con ayuda de las redes existentes (como la red de EIC). La Comisión podrá así valorar sobre el terreno las repercusiones de sus políticas (o la ausencia de políticas), evaluar las propuestas de nuevas acciones, responder rápidamente y con precisión a los problemas o cuestiones que se planteen y ser responsable de sus acciones.

Responsables: La Comisión Europea, con la participación de la red de EIC.

Calendario: Finalización en 2001 de la nueva sección sobre comercio electrónico del sitio Web «Diálogo con las empresas»; a mediados de 2001 podría comenzar un proyecto de apoyo IST relativo a un portal jurídico.

ACCIÓN 4: INTEROPERABILIDAD DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Promover soluciones interoperables en materia de comercio electrónico a través de la normalización europea y la búsqueda de consenso.

Aplicación: Los organismos europeos de normalización han sido invitados a ofrecer estructuras de búsqueda de consenso a nivel sectorial, con la participación directa de la industria. Estas estructuras permitirán comprender mejor las necesidades futuras de normas técnicas y comerciales en los mercados electrónicos emergentes, en particular, en el comercio entre las empresas. La Comisión organizará en Bruselas un seminario que reunirá a los protagonistas del mercado electrónico, foros industriales, organismos europeos de normalización y PYME. Se mantendrá el apoyo aportado a la aplicación del Plan de acción progresivo de normalización de los organismos de normalización CEN, CENELEC y ETSI.

Responsables: La Comisión Europea, en cooperación con los foros industriales y los organismos europeos de normalización.

Calendario : Organización de un seminario relativo a las normas en los mercados electrónicos en abril/mayo de 2001; publicación en junio de 2001 de una línea de subvención sobre iniciativas de búsqueda de consenso en apoyo de «GoDigital»; subvenciones al CEN, a CENELEC y ETSI para los trabajos de normalización en junio de 2001.

LÍNEA DE ACCIÓN 2: ADOPCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Entrar en el mundo del comercio electrónico sigue siendo un paso difícil de dar para numerosas PYME, ya que exige una inversión considerable, importantes competencias técnicas y de gestión y la asunción de riesgos. Antes de examinar las necesidades específicas, sectoriales y locales, es necesario comprender bien estos retos. Las iniciativas concebidas para fomentar la adopción del comercio electrónico deben ir dirigidas a sectores precisos y a categorías específicas de PYME. Aunque el comercio electrónico ya no es algo desconocido, en la práctica siguen existiendo barreras para su adopción. La Comisión organizará una campaña «GoDigital», no sólo para informar a las PYME sobre las posibilidades de financiación existentes, sino también para ayudar a comprender mejor los verdaderos problemas a los cuales se enfrentan las PYME, en particular, en las zonas y sectores menos favorecidos.

Las medidas de asimilación previstas por el programa IST tienen por objeto transmitir al sector de actividad y a otras organizaciones conocimientos de vanguardia y metodologías bien establecidas pero insuficientemente utilizadas para mejorar la eficacia, la calidad y la rentabilidad. Por último, se adoptarán medidas para facilitar el acceso de las PYME a los préstamos de inversión en TIC y ofrecerles mejores servicios de apoyo a las empresas. Estas medidas de asimilación deberán perfeccionarse y tener en cuenta los resultados de los estudios de evaluación comparativa y las consultas con las PYME efectuadas en 2001.

En 2001, se llevarán a cabo las acciones siguientes:

ACCIÓN 5: MAYOR SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL PASO A LA FASE DIGITAL

Objetivo: Informar suficientemente a las PYME sobre las necesidades y herramientas vinculadas a un uso ampliado de las TIC y el comercio electrónico, inspirándose en las iniciativas de las regiones y las empresas.

Aplicación: La Comisión organizará distintas manifestaciones «GoDigital» en toda la Unión Europea con el fin de reunir a PYME, vendedores de TIC y operadores del mercado electrónico. El objeto de las mismas será ayudar a las PYME a comprender mejor las herramientas y aplicaciones disponibles en relación con el comercio electrónico, además de animar a las PYME a participar plenamente en los mercados electrónicos emergentes. Estas manifestaciones de sensibilización serán organizadas por centros de referencia y otras plataformas relacionadas con el comercio electrónico a nivel regional y nacional, bajo los auspicios de «GoDigital» y, posiblemente, con la participación financiera de la Comisión.

A continuación, se invitará a las asociaciones industriales, las cámaras de comercio y las redes de apoyo a las empresas (en particular, EIC, Centros de Enlace de la Innovación, entre otros) a difundir informaciones prácticas sobre estrategias de comercio electrónico que hayan tenido éxito, sobre la base de la documentación existente y actividades piloto. Las redes de apoyo a las empresas desempeñan un papel importante a la hora de sensibilizar a las PYME, por su capacidad de actuar en concertación con las iniciativas nacionales y locales y su proximidad a las PYME. Todas las actividades previstas deberán referirse a las necesidades específicas de las PYME para participar y competir en la nueva economía (tipos de material TIC, calidad de los servicios y productos, etc.). La Comisión financiará -mediante líneas de subvención-

distintos seminarios destinados a proporcionar una asistencia práctica a las PYME y permitirles participar más eficazmente en los mercados electrónicos.

Responsables: La Comisión Europea, con el apoyo de las cámaras de comercio, asociaciones industriales y redes de apoyo a las empresas (EIC, Centros de Enlace de la Innovación, etc.).

Calendario: La Comisión invitará a asociaciones europeas, cámaras de comercio, redes de apoyo a las empresas y demás entidades que puedan desempeñar un papel multiplicador, a una reunión de lanzamiento en mayo de 2001. La publicación de una línea de subvención para financiar manifestaciones regionales y sectoriales de apoyo a «GoDigital» tendrá lugar después de la adaptación del programa plurianual 2001-2005. Está previsto celebrar una cumbre «GoDigital» a finales de 2001, en la que se compartirán resultados y experiencias.

ACCIÓN 6: ADOPCIÓN DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

Objetivo: Facilitar la adopción del comercio electrónico por parte de las PYME, mediante proyectos piloto en el marco del programa IST.

Aplicación: Las medidas de asimilación del programa IST son las siguientes:

- *Ensayos* (para PYME usuarias y proveedores) sobre adaptación e introducción de tecnologías punta (con futuro pero no completamente establecidas) en aplicaciones industriales/de servicios y evaluación conjunta por proveedores y usuarios.
- *Acciones de buenas prácticas* (para PYME usuarias) que favorezcan la mejora de las prácticas, métodos y operaciones en la industria y los servicios mediante la introducción de tecnologías y métodos contrastados, pero no suficientemente aplicados, con el fin de alcanzar una mayor eficacia y una calidad superior a menor coste en la organización del usuario.
- *Proyectos de demostración* concebidos para probar la viabilidad de nuevas tecnologías que ofrecen una ventaja económica potencial, pero que todavía no se han comercializado directamente.

Responsables: La Comisión Europea.

Calendario: La DG Sociedad de la información puso en marcha 15 acciones en materia de buenas prácticas y 20 ensayos durante el año 2000, que aún no han finalizado. Durante la primavera de 2001, se iniciarán nuevos proyectos. Incluirán 6 ensayos y 9 acciones de buenas prácticas. En 2001, se organizará una nueva convocatoria de propuestas para acciones piloto de comercio electrónico a nivel regional y sectorial. Se celebrará otra convocatoria de propuestas de asimilación en junio de 2001.

ACCIÓN 7: CREACIÓN DE UN MECANISMO DE GARANTÍA DE PRÉSTAMOS PARA LAS PYME

Objetivo: Proponer a las PYME préstamos para invertir en TIC y activos inmateriales (hardware, software, formación e iniciación a Internet y a prácticas de comercio electrónico).

Aplicación: Se implantará un mecanismo de garantía de préstamos destinado a las PYME mediante instrumentos de co/contra-garantía en los Estados miembros. El Fondo Europeo de

Inversiones extenderá las garantías de préstamos a los mecanismos de garantía nacionales y a las sociedades de garantía recíproca. El FEI ha suscrito acuerdos con 19 intermediarios financieros para cubrir carteras de garantías por un total de 1 400 millones de euros. Este instrumento tiene también por objeto convencer a los Estados miembros de que los mecanismos de garantía son buenos catalizadores que mejoran el acceso de las PYME a la financiación en forma de préstamos.

Responsables: El Fondo Europeo de Inversiones, en estrecha colaboración con los intermediarios financieros de los Estados miembros y la DG Empresa.

Calendario: Principio de 2001.

ACCIÓN 8: FOMENTO DE UNA MEJOR UTILIZACIÓN DE LOS FONDOS ESTRUCTURALES

Objetivo: Utilizar mejor los Fondos Estructurales para favorecer la adopción del comercio electrónico por las PYME.

Aplicación: El acceso a las nuevas tecnologías y a la sociedad de la información se considera una prioridad esencial para el período de programación 2000-2006 de los Fondos Estructurales con el fin de reducir la «fractura digital». Las intervenciones financiadas por los Fondos Estructurales deberán centrarse en medidas de ayuda regional que actúen sobre la demanda, para desarrollar, por ejemplo, aplicaciones y contenidos locales, y ayudar a las PYME a adoptar y utilizar eficazmente las TIC.

Cuando la fase de programación llegue a su término, la Comisión realizará distintas acciones para garantizar una utilización eficaz de los Fondos Estructurales destinados a la sociedad de la información y a la economía del conocimiento, y para mejorar las sinergias entre el programa IST y los Fondos Estructurales, en línea con las conclusiones de la conferencia organizada en Lyon en diciembre de 2000 y titulada: «La sociedad de la información y la cohesión económica, social y territorial».

Por otro lado, se han destinado 400 millones de euros procedentes del FEDER a las nuevas acciones innovadoras¹⁰ para el período 2000-2006, con el fin de contribuir, a nivel regional, al paso a la sociedad del conocimiento, desarrollando y probando nuevos enfoques por medio de acciones piloto y de demostración.

Uno de los tres temas estratégicos de las nuevas acciones innovadoras previstas por el FEDER es *e-EuropaRegio: La sociedad de la información al servicio del desarrollo regional*. Se invitará a las autoridades regionales interesadas a presentar sus propuestas de programas antes del 31 de mayo de cada año entre 2001 y 2005, con el objetivo, entre otros, de animar a las PYME a incorporar el comercio electrónico a sus estrategias de desarrollo y responder adecuadamente a las necesidades de sus trabajadores en materia de competencias informáticas, recurriendo, en su caso, a aplicaciones desarrolladas en el marco del programa IST.

Responsable: La Comisión Europea.

Calendario: Principio de 2001.

¹⁰ COM (2001) 60 final de 31.1.2001: Las regiones en la nueva economía. Orientaciones para las acciones innovadoras del FEDER del período 2000-2006.

LÍNEA DE ACCIÓN 3: COMPETENCIAS RELACIONADAS CON LAS TIC

La economía digital genera una demanda cada vez mayor de expertos en TIC. El rápido crecimiento de esta demanda ha provocado ya una escasez de especialistas, lo que complica la contratación de expertos por las PYME. Las consecuencias de esta situación no sólo se harán notar a corto plazo: si no se encuentra una solución, esta falta de personal cualificado podría obstaculizar la futura penetración de las TIC y del comercio electrónico en las empresas. La adaptación de los sistemas de educación y el mercado laboral a las exigencias de la nueva economía constituye un reto fundamental para la política de empresa a nivel nacional y europeo.

La importancia de esta cuestión y sus repercusiones para el mercado de trabajo, que refleja la Comunicación de la Comisión «Aprovechar al máximo las capacidades de la Unión Europea: consolidación y ampliación de la estrategia de Lisboa»¹¹, han llevado a proponer la creación de un grupo operativo sobre cualificaciones de alto nivel y movilidad, con la tarea de analizar y buscar soluciones al déficit de cualificaciones TIC, sí como de favorecer la movilidad de los trabajadores.

La inquietud ante esta situación es una de las razones para poner en marcha la iniciativa «eLearning: concebir la educación del futuro»¹². Esta ambiciosa iniciativa pretende movilizar al mundo de la educación y la cultura, y a los agentes económicos y sociales europeos con el fin de acelerar la reforma de los sistemas de educación y formación y permitir a Europa incorporarse a la sociedad del conocimiento. Los Estados miembros de la Unión Europea han decidido colaborar en la armonización de sus políticas en el ámbito de la tecnología de la educación y compartir su experiencia. La iniciativa eLearning tiene por objeto apoyar y coordinar sus esfuerzos y acelerar la adaptación de los sistemas de educación y formación en Europa.

«GoDigital» se aplicará paralelamente con la iniciativa eLearning. Se emprenderán las acciones siguientes en este ámbito:

ACCIÓN 9: APOYO A LAS INICIATIVAS INDUSTRIALES PARA NUEVOS PROGRAMAS DE ESTUDIOS CENTRADOS EN LAS TIC

Objetivo: Apoyar las iniciativas conjuntas de la comunidad industrial y educativa destinadas a definir nuevas exigencias en materia de competencias TIC y a adaptar los programas de estudios en consecuencia.

Aplicación: Once importantes empresas de TIC y la *European ICT Association* (EICTA) han puesto en marcha el proyecto «Espacio carrera», con el apoyo de la Comisión. Se trata de un esfuerzo conjunto para definir las competencias que las industrias TIC y usuarios solicitan a los especialistas en TIC y para desarrollar directrices para los programas de estudios. El proyecto se basa en una cooperación entre la industria, las asociaciones profesionales, las

¹¹ Aprovechar al máximo las capacidades de la Unión Europea: consolidación y ampliación de la estrategia de Lisboa. COM(2001) 79 final.

¹² COM(2000) 318 final de 24.5.2000
<http://europa.eu.int/comm/education/elearning/index.html>.

universidades y otras instituciones de enseñanza. La primera fase se centró en la definición de los «perfiles de empleo y competencias» de los principales puestos y ámbitos de trabajo del sector de las TIC. Esta fase se coronó con éxito. La fase actual se refiere a la preparación, en colaboración con organizaciones de educación superior, de directrices para los programas de estudios que reflejen las necesidades de educación y formación de la industria y la demanda de mano de obra de la nueva economía.

Considerando la importancia de paliar el creciente desajuste entre oferta y demanda de personal con cualificaciones en TIC, y la urgencia de encontrar soluciones concretas, se reforzará y ampliará la cooperación con el proyecto «Espacio carrera», en el marco de la iniciativa de la Comisión «eLearning: concebir la educación del futuro».

Responsables: La Comisión Europea, *European ICT Association* (EICTA), instituciones de enseñanza y otros participantes.

Calendario: El proyecto «Espacio carrera» está en curso.

ACCIÓN 10: CREACIÓN DE UN GRUPO DE CONTROL DE LAS COMPETENCIAS TIC EN LOS ESTADOS MIEMBROS

Objetivo: Crear un grupo de trabajo, en colaboración con los Estados miembros, para controlar la demanda del mercado de competencias relacionadas con las TIC y el comercio electrónico, así como la oferta existente de formación sobre este tema y de mano de obra cualificada procedente de los sectores público y privado.

Aplicación: Los Estados miembros han adoptado distintas iniciativas para adaptar los programas de estudios y de formación profesional y para atraer a expertos en TIC de terceros países. En el marco del programa BEST 2001, se creará un grupo de expertos para definir las necesidades del sector y para controlar las acciones destinadas a mejorar la disponibilidad de competencias relacionadas con las TIC. Al centrarse específicamente en las necesidades de los profesionales de TIC y de las PYME en particular, el grupo de expertos podría aportar una contribución útil al trabajo del grupo operativo propuesto sobre cualificaciones de alto nivel y movilidad.

Responsables: La Comisión Europea, en estrecha cooperación con los Estados miembros.

Calendario: Puesta en marcha en 2001 (primer trimestre), con la idea de publicar un primer informe a finales de 2001.

ACCIÓN 11: PUESTA EN MARCHA DE UN PROGRAMA DE PRÁCTICAS EN PYME

Objetivo: Ayudar a los estudiantes europeos a desarrollar el espíritu empresarial mediante un programa de prácticas en PYME. Éstas se beneficiarán de los conocimientos técnicos y la disponibilidad de los estudiantes para crear y apoyar sus futuros sistemas de comercio electrónico.

Aplicación: La función y las modalidades de funcionamiento del programa se definirán en cooperación con los centros de referencia del comercio electrónico y la DG Educación y Cultura, entre otros. Es esencial elegir candidatos adecuados que tengan competencias suficientes en TIC, como un conocimiento básico de la utilización de aplicaciones de ofimática corrientes, y experiencia en materia de conexión a Internet y de utilización de

aplicaciones básicas de Internet. En el marco de este programa de prácticas, se apoyará a los candidatos elegidos durante un periodo de 5 a 6 meses para ayudar in situ a las PYME a poner en marcha aplicaciones de comercio electrónico y a utilizar las TIC. El programa favorecerá así un intercambio dinámico de conocimientos entre las PYME, por una parte, y los ayudantes de comercio electrónico (los estudiantes), por otra. Esta acción va dirigida en particular a los estudiantes de las escuelas técnicas e institutos de enseñanza superior y hace especial hincapié en el comercio electrónico.

Responsable: La Comisión Europea.

Calendario: Las consultas se iniciarán en 2001. Estudio de viabilidad en el marco del programa IST.

5. LAS FASES SIGUIENTES

La presente Comunicación enumera una primera serie de acciones para ayudar a las PYME a pasar a la fase digital. Estas acciones se aplicarán en estrecha colaboración con los Estados miembros. En el sitio Web «GoDigital»¹³ se podrá encontrar más información sobre la aplicación.

El Plan de aplicación «GoDigital» se actualizará de forma continua y se desarrollará posteriormente para apoyar el Plan de acción eEurope 2002. Se investigarán sistemáticamente nuevos ámbitos que puedan ser objeto de iniciativas, por ejemplo, las interacciones entre las empresas y la Administración pública, el fomento de la adopción de las TIC y la mejora de las cualificaciones profesionales. El Grupo de Política de Empresa será el principal responsable de la posterior coordinación con los Estados miembros.

¹³ <http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/godigital>.