

I

(Resoluciones, recomendaciones y dictámenes)

DICTÁMENES

COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO

554.º PLENO DEL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO, 16.9.2020 – 18.9.2020

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre «El mercado único digital: tendencias y perspectivas para las pymes»

(Dictamen de iniciativa)

(2020/C 429/01)

Ponente: **Pedro ALMEIDA FREIRE**

Decisión del Pleno	30.3.2017
Fundamento jurídico	Artículo 32, apartado 2, del Reglamento interno Dictamen de iniciativa
Sección competente	Mercado Único, Producción y Consumo
Aprobado en sección	4.9.2020
Aprobado en el pleno	18.9.20
Pleno n.º	554
Resultado de la votación	220/0/0
(a favor/en contra/abstenciones)	

1. Conclusiones y recomendaciones

1.1. El Comité Económico y Social Europeo (CESE) presta una especial atención al impacto de la tecnología digital en las pequeñas y medianas empresas (pymes) de Europa. No en vano, los veinticinco millones de pymes son la columna vertebral de la economía de la Unión Europea (UE). Emplean a alrededor de cien millones de personas, representan más de la mitad del PIB de Europa y desempeñan una función clave al aportar valor añadido a todos los sectores de la economía.

1.2. El CESE comprobó, durante las audiencias organizadas en varios países seleccionados en relación con el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI) correspondiente a 2019 (Bélgica, Alemania, Portugal y Rumanía), que numerosas pymes europeas —en particular las microempresas y las pequeñas empresas (93 % de las empresas de Europa)— han tardado en adoptar soluciones digitales. Aquellas que sí dieron el paso le hicieron saber que encontraron numerosos obstáculos que entorpecieron su despliegue.

1.3. El CESE recomienda hacer todo lo posible para eliminar el primer obstáculo derivado de la ausencia de una cobertura de banda ancha óptima en el territorio.

1.4. Señala, asimismo, que las necesidades de formación en tecnologías digitales de las pymes en ámbitos como la ciberseguridad, la inteligencia artificial o la cadena de bloques son cruciales o, cuando menos, urgentes. El CESE recomienda, a tal efecto, que los sistemas de enseñanza escolar ofrezcan clases obligatorias sobre tecnologías digitales y que las pymes puedan disfrutar de cursos de formación sobre estas herramientas. Además, hay que apoyar y fomentar en mayor medida una formación continua adecuada y asequible destinada a los trabajadores por cuenta propia, los directivos de pymes y sus empleados.

1.5. El CESE aboga por una coordinación fiscal nacional adecuada, pues su falta genera costes proporcionalmente más importantes para las pymes que para las grandes empresas de la mitad de los países cuyos casos se analizaron y dificulta las operaciones transfronterizas. De hecho, garantizar una competencia leal entre las pymes y las grandes empresas es fundamental para el correcto funcionamiento del mercado interior.

1.6. El CESE desea que se supriman las disparidades legislativas y el exceso de reglamentación, normas y etiquetas: son importantes obstáculos para la expansión digital y transfronteriza de las pymes, pues generan costes de cumplimiento y gastos salariales y de asesoramiento especializado externo que afectan negativamente a su crecimiento.

1.7. El CESE considera que el acceso de las pymes a la financiación es prioritario para apoyar las inversiones que estas empresas realizan con el objetivo de adaptarse a la digitalización de la sociedad, el comercio y los modos de consumo, así como a la internacionalización del comercio. También observa que las pymes de Europa y los centros de innovación digital financiados por la Unión Europea no conocen ni utilizan suficientemente la «Entreprise Europe Network» (EEN). El refuerzo del diálogo y la cooperación entre la red EEN y las organizaciones de pymes incrementaría la eficacia del sistema.

2. Impacto de la tecnología digital en las pymes

2.1. Cuando se publicó el Índice de la Economía y la Sociedad Digitales correspondiente a 2020, el 11 de junio de 2020, la vicepresidenta ejecutiva de la Comisión Europea, Marghrete Vestager, declaró: «Esta crisis del coronavirus ha demostrado hasta qué punto resulta crucial para los ciudadanos y las empresas estar conectados y poder interactuar entre sí en línea» ⁽¹⁾.

2.2. El comisario europeo de Mercado Interior, Thierry Breton, añadió lo siguiente: «Los datos que publicamos (del DESI) ⁽²⁾ demuestran que la industria está recurriendo más que nunca a las soluciones digitales. Debemos velar por que esto también suceda con las pymes y por que las tecnologías digitales más avanzadas se extiendan a toda la economía».

2.3. El CESE también presta una especial atención al impacto de la tecnología digital en las pymes. No en vano, los veinticinco millones de pymes son la columna vertebral de la economía de la UE. Emplean a alrededor de cien millones de personas, representan más de la mitad del PIB de Europa y desempeñan una función clave, al aportar valor añadido a todos los sectores de la economía ⁽³⁾.

2.4. Las pymes están profundamente integradas en el tejido económico y social de Europa. Son, además, muy diversas en cuanto a modelos de negocio, tamaños, edades y perfiles de los empresarios, y se basan en gran variedad de talentos de mujeres y hombres. Abarcan las profesiones liberales —aunque las profesiones liberales reguladas y sujetas a normas específicas de su sector de actividad (farmacéutico, judicial, etc.) no se incluyen como tales en la definición de pyme—, las microempresas, las empresas industriales de gama media, los oficios tradicionales y las empresas emergentes de alta tecnología.

2.5. Consciente del impacto de las tecnologías digitales en las pymes, el CESE apoya el análisis de la Comisión y considera que los tres pilares sobre los que se fundamenta el enfoque de la Estrategia para las Pymes en pro de una Europa Sostenible y Digital de la Comisión ⁽⁴⁾ (desarrollo de capacidades y apoyo a la transición hacia la sostenibilidad y la digitalización, reducción de la carga normativa y mejora del acceso al mercado y a la financiación) son, en efecto, prioritarios. El CESE hace hincapié en que las pymes necesitan ayuda financiera inmediata, ya que han sido muy afectadas por el impacto económico de la pandemia de COVID-19 y, por lo tanto, sus trabajadores tienen más probabilidades de perder su empleo.

A este respecto, el CESE lamenta que el Plan de recuperación para Europa destinado a reparar los daños económicos y sociales causados por la pandemia de COVID-19, adoptado por el Consejo Europeo extraordinario de los días 17 a 21 de julio de 2020, se limite a 750 000 millones de euros y que los 27 Estados miembros hayan ajustado a la baja sus ambiciones, especialmente en el ámbito digital, para obtener el apoyo de los países denominados «frugales», ya que ello repercutirá en el apoyo financiero para la digitalización de las pymes.

⁽¹⁾ Comunicado de prensa de la Comisión Europea, 11 de junio de 2020, Bruselas.

⁽²⁾ Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI).

⁽³⁾ COM(2020) 103 final.

⁽⁴⁾ Véase la nota pie de página 3.

2.6. El CESE señala que los pilares de la Estrategia para las Pymes en pro de una Europa Sostenible y Digital de la Comisión coinciden con las expectativas expresadas por los representantes de las pymes en las audiencias que el CESE celebró en cuatro países seleccionados a partir del DESI correspondiente a 2019 (Bélgica, Alemania, Portugal y Rumanía) para valorar el impacto de las tecnologías digitales en las pymes, antes de que la crisis del coronavirus y la obligación de confinamiento interrumpieran el proceso. Por lo tanto, el CESE no ha podido celebrar la audiencia en Estonia e Irlanda, países seleccionados por ocupar los puestos más altos en la clasificación del DESI correspondiente a 2019.

3. Observaciones generales

3.1. La digitalización es un factor de crecimiento para las pymes (artesanos, comerciantes, profesiones liberales, proveedores de servicios, etc.). Internet influye en más de la mitad de las ventas minoristas en Europa, ya se trate de ventas en línea o de ventas realizadas en la propia tienda tras una búsqueda en línea (actividad conocida como «ROPO» por sus siglas en inglés: búsqueda online, compra offline) ⁽⁵⁾.

3.2. El desarrollo de las páginas web, las redes sociales, la mercadotecnia digital o los programas de gestión de la relación con los clientes (CRM) favorecen el desarrollo de «pymes digitalizadas». Los paquetes de software y los programas de análisis de datos también contribuyen a optimizar los procesos empresariales. El CESE observa, a este respecto, que la existencia de programas de formación debería permitir a los usuarios, incluidos los directivos de pymes, aprender a utilizar estas herramientas.

3.3. La digitalización también puede resultar disruptiva y conllevar cambios radicales. La innovación «disruptiva», innovación «de ruptura», es un proceso de transformación de un mercado desencadenado por los desafíos de la tecnología digital. La disrupción transforma un mercado abriéndolo al máximo y permite a nuevos agentes captar («desviar») volumen de negocio en las cadenas de valor tradicionales.

3.4. Por ejemplo, la relación de confianza y proximidad entre una pyme y su clientela puede dar la impresión de que la actividad de la pyme está protegida frente a la penetración de la tecnología digital. Sin embargo, la experiencia demuestra que esta relación de proximidad con el cliente no constituye, en modo alguno, una garantía de protección. Lo cierto es que los consumidores están dispuestos a decantarse por otras ofertas si estas resultan más prácticas y ventajosas ⁽⁶⁾.

3.5. En la economía digital, la protección jurídica del consumidor no afecta a su comportamiento. Una oferta digital dirigida a un consumidor acostumbrado a un servicio desmaterializado, accesible y fácil de utilizar, que incluya una protección jurídica que preserve sus intereses pero que sea menos cómoda de utilizar, no tendrá repercusión alguna en su comportamiento ⁽⁷⁾.

3.6. El discurso positivo, incluso retórico, sobre la disrupción digital suele estar centrado en las grandes empresas dotadas de recursos suficientes para invertir en investigación e innovación y en mercadotecnia. Sin embargo, este discurso omite que la disrupción digital puede afectar, por ejemplo, a determinadas profesiones liberales, muy fragmentadas por naturaleza y que con frecuencia carecen de un presupuesto destinado a la investigación y la innovación. Solo pueden acceder a soluciones digitales ya existentes en el mercado, no desarrollarlas por sí mismas, y son, de hecho, más vulnerables a la digitalización de su actividad.

3.7. El espacio digital también destruye algunas ilusiones de las pymes. El hecho de prestar servicios reducidos y restringidos a una determinada zona geográfica con un potencial de desarrollo también limitado puede llevar a estas empresas a creer equivocadamente que la mutación ocasionada por la era digital no les afecta. La realidad, no obstante, demuestra lo contrario. Parece, por ejemplo, que la oferta del sector de la hostelería no se puede deslocalizar. Sin embargo, las plataformas de reservas han logrado acaparar una parte significativa del valor en cuestión, hasta el punto de que los representantes del sector de la restauración y la hotelería afirman que habrían debido anticiparse y crear su propia plataforma para conservar el control sobre las reservas y así no encontrarse en tal situación de dependencia frente a agentes externos al sector ⁽⁸⁾.

3.8. Por añadidura, la disrupción digital conlleva una redistribución del trabajo. Cabe citar, en este punto, varios ejemplos extraídos de las profesiones liberales: en el ámbito de la auditoría y la contabilidad, cada vez es más frecuente que sean los propios clientes quienes lleven a cabo la introducción de los datos contables, una labor muy manual, lo que reduce el trabajo de ejecución de los expertos contables y sus márgenes, sin olvidar que surgen competidores que ofrecen contabilidad en línea.

⁽⁵⁾ Forrester, European Cross-Channel Retail Sales Forecast, de 2015 a 2020.

<https://www.forrester.com/report/European+CrossChannel+Retail+Sales+Forecast+2015+To+2020/-/E-RES115375>.

⁽⁶⁾ Los negocios de alquiler de DVD, debilitados por el auge del vídeo a la carta (VOD) y de las descargas, son un claro ejemplo de esta fragilidad. La aparición de agentes como Amazon, que ofrece por el mismo precio una entrega a domicilio fiable y rápida a partir de la venta por catálogo, ha llevado a muchos consumidores a priorizar las compras en línea, aunque sigan paseando por las librerías durante su tiempo de ocio.

⁽⁷⁾ *Le numérique déroutant*. Estudio de BPI France Le Lab, 19 de febrero de 2015.

⁽⁸⁾ Estudio de BPI France Le Lab, citado anteriormente.

3.9. Si bien el riesgo generado por la redistribución del trabajo en la profesión notarial es menor, parte de las actividades de los notarios pueden ser realizadas por terceros, de ahí que algunas empresas emergentes ya propongan crear testamentos legalmente válidos por setenta euros ⁽⁹⁾.

3.10. La redistribución del trabajo también afecta al sector médico: existen páginas web de petición de citas en línea o que ofrecen servicios de telemedicina para cubrir las zonas que carecen de una cobertura adecuada.

3.11. También sucede que algunas plataformas de colaboración con una finalidad comercial desconocen las exigencias que deben respetar en aplicación de las legislaciones europea y nacional, como por ejemplo la obligación de registrar las sociedades o los requisitos en materia de seguros obligatorios, de salud y de seguridad, de protección de los trabajadores, los consumidores, etc.

3.12. En vista de todos estos grandes cambios económicos y sociales, parece, asimismo, que los desafíos de la digitalización deberían ser un punto permanente en el diálogo social.

3.13. Las pymes constituyen una categoría heterogénea de agentes económicos que van desde el panadero hasta el farmacéutico, pasando por las profesiones liberales, lo que implica que la política relativa al desarrollo de capacidades y el apoyo a la digitalización de las pymes debe ser inclusiva y de fácil aplicación por parte de estas, y que su cumplimiento no debe generarles costes adicionales desproporcionados ni ralentizar su actividad principal.

3.14. Las necesidades de las pymes, sin embargo, no se limitan a una legislación inteligente e inclusiva, sino que se extienden al desarrollo de capacidades y la formación continua y se basan en una nueva visión de la empresa. Y es que la transformación digital de las pymes también afecta a la organización y a la cultura empresarial. Pese a todo, numerosos directivos de pymes no hacen de la transformación digital una estrategia para sus empresas. La digitalización no consiste en herramientas y procesos digitales, es una nueva forma de aportar valor añadido adaptando el modelo de negocio al contexto digital, cuya iniciativa depende del directivo correspondiente.

3.15. Además, las pymes se enfrentan a numerosos obstáculos en términos de acceso a la financiación, a una formación asequible y al apoyo a la internacionalización. La Red Europea para las Empresas, que se dedica a la innovación y a la internacionalización de las empresas y ofrece a las pymes un servicio de información, asesoramiento en derecho europeo y apoyo, no es muy conocida sobre el terreno. Los centros de innovación digital financiados por la Unión Europea (por ejemplo, los European Digital Innovation Hubs gestionados por Innoviris en Bruselas ⁽¹⁰⁾) también contribuyen a apoyar la digitalización de las pymes mediante la formación y la financiación, y a desarrollar una cultura empresarial digital. No obstante, un refuerzo del diálogo, del análisis de las necesidades de las pymes y de la cooperación entre la red EEN y las organizaciones de pymes incrementaría la eficacia del sistema.

4. Observaciones específicas

4.1. El presente Dictamen se basa, en parte, en las conclusiones de las audiencias organizadas entre julio de 2019 y el primer trimestre de 2020 con interlocutores sociales, federaciones de pymes, asociaciones de consumidores y entes públicos, entre otros, en cuatro Estados miembros: Alemania, Bélgica, Portugal y Rumanía. Estonia e Irlanda, que también habían sido seleccionados, no pudieron participar en las audiencias debido a la crisis del coronavirus.

4.2. El CESE señala que el objeto de las audiencias realizadas en los citados países era apoyar y alimentar con testimonios «directos» las iniciativas y las políticas europeas relativas a la integración de la tecnología digital por las pymes.

4.3. Con el fin de evaluar el impacto de la tecnología digital en las pymes, el CESE ha seleccionado entre los cinco indicadores del DESI ⁽¹¹⁾:

— la integración de la tecnología digital en su dimensión comercial, que incluye, a su vez, tres indicadores que el CESE ha considerado pertinentes, a saber, el porcentaje de pymes que realiza operaciones comerciales en línea, el volumen de negocios de las pymes derivado del comercio en línea y el porcentaje de pymes que realiza operaciones comerciales transfronterizas en línea (comercio electrónico).

4.4. De los países seleccionados por el CESE en función del indicador anteriormente citado del DESI correspondiente a 2019, Irlanda y Estonia encabezan la clasificación en términos de comercio electrónico e integración de la tecnología digital en su dimensión comercial, seguidos por Bélgica, que también está por encima de la media.

4.5. Alemania se sitúa en la media y Portugal por debajo de la media. Rumanía se encuentra en la cola del pelotón.

⁽⁹⁾ <https://testamento.fr/fr/>.

⁽¹⁰⁾ Programa Europa Digital 2021-2027.

⁽¹¹⁾ La conectividad, el capital humano, la utilización de internet, la integración de la tecnología digital y los servicios públicos digitales;

4.6. La mayoría de las audiencias (Bélgica, Alemania, Portugal) ponen de manifiesto una cobertura de redes de banda ancha heterogénea: las zonas urbanas disfrutan de buena cobertura, a diferencia de las zonas rurales y periféricas, y la tecnología 4G ni siquiera está disponible en ciertas partes del país (Portugal). No obstante, configurar el futuro digital de Europa y de sus pymes implica desarrollar soluciones digitales a gran escala y garantizar la interoperabilidad de las infraestructuras digitales esenciales. El CESE observa que, en efecto, la conectividad es el pilar esencial de la digitalización de las pymes.

4.7. La formación en materia de tecnologías digitales es una necesidad que señalan todos los interlocutores entrevistados en las audiencias. Por desgracia, la educación y la formación profesional en las tecnologías digitales brillan por su ausencia, lo que impide a las pymes contratar personal competente en este ámbito (Portugal, Rumanía). Ofrecer a los empleados de las pymes cursos digitales para garantizar que adquieran dominio y se mantengan al día en ámbitos como el de la ciberseguridad, la inteligencia artificial o la cadena de bloques, es crucial o, cuando menos, urgente (Bélgica). La situación actual, que se caracteriza por un conocimiento superficial de las herramientas digitales pronto resultará inaceptable (Alemania).

Los trabajadores también necesitan competencias digitales para conservar su puesto de trabajo y tener éxito en un mercado laboral cada vez más digitalizado y con una evolución más rápida (Alemania). De hecho, la digitalización puede llevar a los trabajadores de ciertos sectores fuertemente automatizados a temer perder su empleo (Alemania).

4.8. Las pymes no poseen ni los recursos ni la formación necesarios para gestionar los riesgos derivados de la ciberactividad maliciosa (Bélgica, Alemania). Por ello, ciertas pymes tradicionales dudan de la conveniencia incluso de desarrollar una actividad en línea (Portugal). Aquellas que se han decantado por la digitalización encuentran problemas para aprovechar grandes repositorios de datos que empresas más grandes tienen a su disposición y evitan las herramientas y aplicaciones avanzadas basadas en la IA, por ejemplo, lo que las coloca en una situación desfavorable en términos de competencia frente a las grandes empresas (Alemania). Al mismo tiempo, las pymes de todos los sectores son muy vulnerables a las ciberamenazas y a menudo deben recurrir a expertos externos, lo que genera costes adicionales.

4.9. La ausencia de una coordinación fiscal nacional adecuada genera costes proporcionalmente más importantes para las pymes que para las grandes empresas de la mitad de los países cuyos casos se analizaron (Bélgica, Portugal) y dificulta las operaciones transfronterizas.

4.10. Las disparidades legislativas y el exceso de reglamentación, normas y etiquetas son obstáculos para la expansión digital y transfronteriza de las pymes (Bélgica, Portugal), pues generan costes de cumplimiento y gastos salariales, hasta el punto de que algunas pymes incluso se plantean la posibilidad de deslocalizarse (Bélgica). Por ejemplo, la entrada en vigor del Reglamento general de protección de datos obligó a las pymes a movilizar personal para desarrollar procedimientos internos de tratamiento de los datos de carácter personal, informar a sus clientes, etc.; en ocasiones tuvieron que recurrir a consultores externos, lo que las desvió de su objetivo prioritario, el desarrollo comercial, generó costes y ralentizó su actividad principal (Bélgica).

4.11. El desarrollo digital de las pymes también puede verse obstaculizado por la inercia del legislador nacional: la formación y la educación en la tecnología digital y el apoyo a las pymes en su despliegue digital no se consideran prioridades estratégicas (Rumanía).

4.12. Teniendo en cuenta los riesgos económicos y sociales derivados de la revolución digital, los interlocutores de todos los países cuyos casos se analizaron consideran fundamental que los interlocutores sociales y los representantes de las pymes participen en la elaboración de la legislación que les concierne y en el diálogo social.

Bruselas, 18 de septiembre de 2020.

Presidente
del Comité Económico y Social Europeo
Luca JAHIER
