

La digitalización como vía frente al desafío de la competitividad: explorando en la realidad de las microempresas que se enfrentan a la transición digital

Digitalization as a way to face the challenge of competitiveness: exploring the reality of micro-businesses that face the digital transition

M^a del Mar Llopis Orrego

Universidad Pablo de Olavide . Sevilla España

PALABRAS CLAVE:

Inclusión social
cultura digital
alfabetización
informativa
tecnología y cambio
social
brecha digital.

RESUMEN:

Detrás de cada micro empresa hay un autónomo en riesgo de exclusión que se enfrenta al proceso de digitalización de su negocio presionado por los avances tecnológicos. El objetivo de este artículo es analizar las posibilidades inclusión social que ofrecen los bonos digitales, a través de los programas de acompañamiento gubernamentales. Para ello, se ha analizado el programa "Kit Digital" dentro del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia económica, en el marco del programa Next Generation de la Unión Europea. y se ha realizado entrevistas a profesionales que guían al empresariado autónomo en su proceso de digitalización. Entre los resultados la dificultad para el aprovechamiento de ayudas en micro empresas en las que se observa la necesidad de una "cultura digital" como paso previo a la implantación tecnológica. Así como la necesidad de "alfabetización informativa" como un paso previo a la alfabetización digital del autónomo.

PALAVRAS-CHAVE:

Social Inclusion
Digital Culture
Information Literacy
Technology and Social
Change
Digital Gap

ABSTRACT:

Behind each micro-business, there is a self-employed person at risk of exclusion who is facing the process of digitalizing their business under pressure by technological advances. The objective of this article is to analyze the possibilities of social inclusion that digital vouchers offer through government programs. To this end, the "Kit Digital" program has been analyzed within the Economic Recovery, Transformation and Resilience Plan, within the framework of the Next Generation program of the European Union, and interviews have been conducted with professionals who guide self-employed entrepreneurs in their digitalization process. Among the results is the difficulty in taking advantage of aid in micro-businesses in which the need of a "digital culture" can be observed as a step prior to the implementation of technology, as well as the need of "information literacy" as a step prior to the digital literacy of the self-employed.

KEYWORDS:

Inclusive education
critical thinking
higher education
reflection
educational policies

RESUMO:

Atrás de cada microempresa há um trabalhador autônomo em risco de exclusão que enfrenta o processo de digitalização do seu negócio, pressionado pelos avanços tecnológicos. O objetivo deste artigo é analisar as possibilidades de inclusão social oferecidas pelos bônus digitais, por meio dos programas de acompanhamento governamentais. Para isso, foi analisado o programa "Kit Digital" dentro do Plano de Recuperação, Transformação e Resiliência econômica, no âmbito do programa Next Generation da União Europeia, e foram realizadas entrevistas com profissionais que orientam os empresários autônomos no seu processo de digitalização. Entre os resultados, destaca-se a dificuldade de aproveitamento das ajudas nas microempresas, onde se observa a necessidade de uma "cultura digital" como passo prévio à implementação tecnológica, assim como a necessidade de "alfabetização informativa" como um passo prévio à alfabetização digital do autônomo.

CÓMO CITAR: Llopis, M. (2024). La digitalización como vía frente al desafío de la competitividad: explorando en la realidad de las microempresas que se enfrentan a la transición digital. *Retis*, 1(1), 35-43, DOI: [10.70664/retis.v1i1.004](https://doi.org/10.70664/retis.v1i1.004)

* C-e: mmlloorr@upo.es

1. INTRODUCCIÓN

El nacimiento, mantenimiento y perdurabilidad de las pequeñas y medianas empresas, se vio fuertemente comprometida con la pandemia COVID-19. En situación de aislamiento, el camino de la digitalización parecía ser la única vía para mantenerse en un mercado que luchaba frente a la competitividad. Si bien la digitalización se observaba como una oportunidad para abrirse a nuevos mercados y llegar a un mayor número de clientes, las dificultades que planteaba la digitalización de las pymes se manifestaban en la falta de recursos, de medios tecnológicos, de conectividad, y de necesidades formativas manifiestas en la brecha digital de trabajadores autónomos administradores de esas pequeñas empresas. El COVID-19, ha dejado al descubierto debilidades y carencias digitales en el sector empresarial de la economía española y en especial en las pymes; cuestiones como la falta de conectividad, falta de equipamientos y la baja capacitación en materia digital, ha hecho que las políticas gubernamentales presten especial atención al problema de la digitalización en España.

Como se ha referido, la situación derivada del COVID-19 acelera el proceso de digitalización en España. En este contexto, reconoce la necesidad de dar un impulso a la digitalización de las empresas “especialmente pymes y startups” (p.61). En abril de 2021 con el apoyo financiero de los fondos europeos Next Generation, se presenta en España, el Plan de Recuperación, Transformación, y resiliencia. En noviembre de 2022 sale la primera convocatoria de ayudas, dentro del programa “iniciativa “Generación Digital””, en julio del 2023 se lanza la segunda y en julio de 2024 el Gobierno de España saca la tercera convocatoria del programa “Generación Digital Pymes”, programa orientado al impulsar la formación digital de autónomos y trabajadores de estas empresas cuya debilidad ha quedado al descubierto con la pandemia, entendiendo que la formación puede actuar como palanca para la transformación digital de estas pequeñas empresas.

1.1. ESTADO DEL ARTE: PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA ORIENTADO A LA DIGITALIZACIÓN DE PYMES

En el marco europeo y en línea con la Agenda 2030, se acuerda la redacción de Planes de Recuperación, Transformación y Resiliencia para todos los estados miembros de la Unión Europea; en 2021 se presenta en España. Entre los ejes que vertebran este Plan está el “avanzar hacia una España “más digital”. Poniendo el acento en la digitalización y en concreto a las medidas relativas a pymes y autónomos, incluyendo unos componentes que describen las medidas orientadas a este colectivo ocupando estas un lugar relevante en el conjunto del Plan, que centra sus esfuerzos de inversión en tecnología y digitalización, como elementos clave para que estas empresas sean competitivas. A la competitividad se suma, en este Plan, la resiliencia como factor restaurador del efecto causado por la pandemia (Álvarez & Biurrun;2022)

El Plan de Recuperación, Transformación y resiliencia se presenta como una apuesta por “la internacionalización y el crecimiento de las pymes, por los trabajadores autónomos y la economía social” (P.14) en la que todos los esfuerzos van orientados a garantizar la inclusión digital; su objetivo es “no dejar a nadie atrás en el proceso de digitalización y avanzar en el desarrollo de competencias básicas de la ciudadanía” (P5)

Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia hace referencia a la incidencia de crisis generada por la pandemia en el tejido empresarial “especialmente en los sectores más afectados y del ecosistema de pymes y autónomos” (p.43) y se reconoce la importancia de incluir a las pymes en el proceso de modernización y digitalización. Con este fin se prevén fuertes inversiones entre 2021 y 2023. 4.066 M€ para llevar a cabo el Plan de “Digitalización de Pymes” (p.34). La difícil situación por la que pasan estos autónomos y sus empresas, ponen de manifiesto la necesidad de agilizar la ejecución del Plan de Recuperación desde 2021. Así en el primer trimestre del año comienzan las primeras reformas llevando a consulta pública la futura “Ley de creación, crecimiento empresarial y mejora del clima de negocios y la publicación de los planes estratégicos de competencias digitales de digitalización de Pymes. En total para todos los proyectos previstos se movilizan más de 120.000 millones de euros en créditos destinándose un 98% de las operaciones para pymes y autónomos (p.51).

El Plan, en su apoyo a las empresas, hace especial mención a las pymes y micro pymes, argumentando su vulnerabilidad ya que debido a “su reducida dimensión tienen mayores dificultades para abordar sus procesos de transformación” (p.91). Dentro del Plan de Recuperación se prevén siete planes estratégicos contenidos en la agenda España Digital 2025, entre ellos el “Plan de Digitalización de las pymes” impulsando la innovación y el emprendimiento para darles solidez, ayudarlas en la internacionalización y apoyar al comercio; en definitiva, ayudarlas a aumentar la productividad y la competitividad. Para ello se incluyen actuaciones orientadas a la formación de las pymes en competencias digitales o los bonos de conectividad para pymes (p.67). Entre las recomendaciones incluidas en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia para España, para la transformación económica, referidas a la pymes en 2020 está el:

“asegurar la aplicación efectiva de las medidas encaminadas a proporcionar liquidez a las pymes y a los trabajadores autónomos, particularmente, evitando retrasos en los pagos” (p.85).

En este sentido entre las iniciativas más destacadas del Plan, referidas a las pymes, destaca el “impulso de la conectividad digital y el desarrollo de competencias digitales” (p.95) a lo que se suman las inversiones orientadas a fortalecer las capacidades de ciberseguridad de pymes y autónomos. En este sentido, para impulsar el perfeccionamiento y el reciclaje profesional, dos planes: El Plan Nacional de Competencias Digitales (digital skills), encaminado a la formación en competencias digitales para pymes y el Plan estratégico de impulso a la formación profesional.

Para lograr los objetivos el Plan de Recuperación, Transformación y resiliencia se alinea políticamente con “la agenda nacional de reformas, que se venía desarrollando, y las principales agendas de desarrollo sostenible europeas y globales” (p.114) en coherencia con estas políticas recoge un conjunto de reformas e inversiones. Entre las reformas se encuentra el propósito de “aumentar el capital tecnológico mediante la modernización del tejido productivo” en este sentido, se hace mención a la necesidad

de prestar “particular atención a las pymes” (p.120) y a su digitalización, ya que tras la pandemia, se configura prioritaria para el Plan de Recuperación.

En línea con las políticas de digitalización europeas, en 2020 se presenta en España la “Agenda España Digital 2025” en la que se plantean actuaciones y objetivos que recogidos en el Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia. La “Agenda España Digital 2025” integra siete planes de “Inversión y Reformas” para impulsar el proceso, entre ellos el “Plan de Digitalización de las Pymes” (p.126). Varios son los componentes del plan que contemplan medidas para la digitalización de Pymes:

Componente 13: orientado al “impulso a la pyme”. En este punto, se reconoce que las pymes desempeñan un papel fundamental en la economía española, llegando a tener un peso mayor en nuestro país que en el conjunto de la UE;

Pymes y autónomos tienen necesidad de actuaciones e inversiones específicas que les ayuden a afrontar los retos a los que se enfrentan. Retos específicos que es necesario abordar para impulsar su competitividad, considerando un objetivo el fomento de su crecimiento, y con ello el crecimiento del empleo. Asimismo, en este punto del Plan, se reconoce que “Las pymes y los autónomos se han visto especialmente castigados por la crisis generada por la pandemia de COVID-19” por lo que es necesario contar con instrumentos de apoyo específicos.

El Plan contempla reformas e inversiones orientadas a reforzar “el ecosistema empresarial español”, con especial interés en atender a las necesidades que tienen las pymes, con objeto de que estas puedan aumentar su productividad, reforzar sus capacidades y su resiliencia. (p.156). Se persigue la eliminación de obstáculos que puedan dificultar el crecimiento de las pymes. Se busca su modernización para hacerlas más eficientes económicamente y más innovadoras en el ámbito tecnológico. Para ello se contemplan inversiones, en cinco ámbitos estratégicos: “emprendimiento, crecimiento, digitalización e innovación, apoyo al comercio e internacionalización”. (p.67) Todo ello a través de un intenso plan de digitalización consistente en:

“Una aproximación horizontal (para proporcionar un paquete básico de digitalización a un porcentaje importante del tejido de pymes) y vertical (para impulsar la digitalización de procesos y la innovación tecnológica en las empresas” (P 156)

La inversiones dirigidas a la digitalización e innovación, incluyen programas de subvenciones como parte de de la estrategia europea de promoción de la competitividad y de innovación de las pymes: El apoyo a la creación y fortalecimiento de cluster de innovación reconocidos como Agrupaciones Empresariales Innovadoras” (AEI) y de apoyo a las pymes a través de la prestación de servicios de asesoramiento para implantación de tecnologías digitales Digital Innovation Hubs (p.156).

Componente 15: tres objetivos “Conectividad digital, el impulso de la ciberseguridad y despliegue de 5G. Tres retos que se observan como elementos tructores necesarios para el crecimiento y la transformación de la economía española y para la modernización de las pymes. (p.158) En este sentido, las inversiones irán dirigidas a posibilitar la adquisición de “Bonos de conectividad” para las pymes y colectivos vulnerables. Financiando la inversión de las pymes en gastos derivados de conectividad a banda ancha. Esfuerzos también encaminados al fortalecimiento de las capacidades de ciberseguridad de pymes y profesionales

Componente 16 Estrategia nacional de inteligencia artificial. Se plantea la creación de repositorios de datos “de amplio acceso” para pymes, a sumar a las inversiones destinadas a la innovación en Inteligencia Artificial (IA). Con ello se pretende la modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, reconociendo su importancia dentro del tejido empresarial, y de ahí, la necesidad de integrar la IA en las cadenas de valor para transformar el tejido económico. (P 159)

Componente 17: su objetivo es impulsar la I+D+I. y la Transferencia del Conocimiento, a través de convocatorias de ayudas a las pymes españolas que han conseguido sello de excelencia europeo y medidas de capital riesgo, co-inversión e inversión en empresas con tecnologías estratégicas”. (p.160)

Componente 19: Alude al Plan Nacional de Competencias Digitales (digital skills) citado anteriormente. Se trata de un plan de actuación cuyo objetivo es plantear las medidas precisas que aseguren las herramientas necesarias para adquirir y desarrollar competencias digitales, todo ello en un contexto calificado en el documento como de “transición dual digital y verde”.

Entre las actuaciones, un programa para la transformación digital de pymes, para su formación en competencias digitales y su adaptación a la denominada en el Plan como “nueva economía digital”. Este plan se integra en la Agenda Digital 2025 presentada en julio de 2020 como línea estratégica para reforzar las competencias digitales básicas. y en 2022 en la Agenda Digital 2026 Plan de Impulso a la Digitalización de pymes como parte del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. El objetivo es acelerar los procesos de digitalización de las pymes mediante la adopción de nuevas tecnologías y el fomento del emprendimiento digital.

El “Impulso a las pyme” mencionado en el componente 13 del Plan de Recuperación, Transformación y resiliencia, comienza su andadura en el plan de digitalización de pyme 2021-25 que marcará el itinerario de la digitalización de las pymes en España.

Se trata de una “Digitalización básica” que faciliten las herramientas necesarias y su uso para que los autónomos puedan abordar el proceso de digitalización de sus pequeñas empresas materializada a través de los siguientes programas: Kit Digital; los Bonos de Conectividad pyme; el Programa Protege tu Empresa, orientado a la ciberseguridad de las empresas; y el programa Acelera Pyme, programa cuyo fin es asesorar a los autónomos en su proceso de digitalización (Agenda Digital 2026; p.83). Programas en los que nos detendremos en este artículo para analizar su incidencia en el empresariado autónomo. Antes, hay que indicar que la hoja de ruta de la digitalización continua y en el horizonte 2030 el Marco Estratégico en Política de Pyme MEPP plantea estrategias de consolidación posicionamiento de las pymes a largo plazo a través de 7 ejes: emprendimiento empresarial y talento, regulatorio, financiación, innovación, digitalización, sostenibilidad e internacionalización. En este informe se alude la situación de contexto generado por el COVID19 cuya vigencia se mantiene en este horizonte 2030 considerando necesario seguir avanzando en el proceso de digitalización bajo el paraguas de financiación europeo en el marco del Plan de Recuperación y Resiliencia. (P1)

1.2. TRABAJADORES AUTÓNOMOS: DIGITALIZACIÓN COMO FACTOR DE EXCLUSIÓN SOCIAL

Las pymes son organizaciones que por un lado se adaptan a las nuevas tecnologías con cierta facilidad debido a sus dimensiones y organización, ya a que no necesitan grandes inversiones para su digitalización, pero, por otro lado, su perdurabilidad en el mercado depende de alcanzar un desarrollo empresarial que le permita afrontar la competencia (Pozos y Acosta; 2016). En España, las pymes parecen ir en progreso en su transición digital, aunque el tamaño de las empresas influye y hace que no todas se encuentren en el mismo estadio evidenciándose, en términos generales, una mayor brecha digital en las empresas más pequeñas (Mínguez; 2022). Si bien hay autores, que consideran que las empresas españolas han superado la primera fase de la digitalización, por su alto nivel de conectividad y de equipamientos, estos perciben que aún existen, entre las pequeñas y medianas empresas, ciertas carencias o debilidades en el empresariado, respecto al uso y aplicación de herramientas TIC. Así, como dificultades para el aprovechamiento de las ventajas que ofrece la digitalización, (Mínguez; 2019) lo que repercute de manera directa, no solo en su competitividad y crecimiento, también en el mantenimiento de estos negocios que pueden llegar a quedar en riesgo de exclusión social. Una situación especialmente crítica en el caso de autónomos cuyas pymes son la única fuente de ingresos familiares.

Contextualizando, hay que señalar que la pandemia COVID-19 aceleró los procesos de digitalización dejando al descubierto las desigualdades que, al igual que en otros grupos sociales, se manifestó en el empresariado autónomo no solo en el acceso a la tecnología sino también en el conocimiento de su uso (Aragón; 2021). Una brecha digital que según Cabeza “crece en contra de los grupos más victimizados y precarios”. La digitalización actúa como “factor de fractura del mercado de trabajo” incidiendo no solo en trabajos de baja cualificación, también en cualificaciones intermedias, configurándose como uno de los motivos de exclusión social en el mercado laboral capaz de producir desequilibrios sociales (2020). Desigualdades que se reflejan en el proceso de digitalización poniéndose de manifiesto en una pluralidad de brechas digitales, algunas como el acceso a infraestructuras digitales, la falta de conectividad o el acceso a los recursos, incluso la brecha formativa como parte de los objetivos expuestos en el Plan de Transformación Digitalización y Resiliencia, pero las derivadas de las capacidades y habilidades individuales de las personas para la adaptación de su trabajo a un nuevo entorno digital dependen de factores como “los niveles educativos, la edad, el nivel de renta, el tipo de municipio o el género”. A los jóvenes considerados “nativos digitales” y a las personas de mayor edad, aquellas que no han nacido en la era de la digitalización y su formación no ha tenido lugar en un entorno digital, se les considera “migrantes digitales”, (Aragón; 2021) lo que se traduce en una reducción de la brecha digital de los jóvenes emprendedores respecto a las personas de mayor edad, que insertos en el mundo laboral se esfuerzan contra ella en medio del acelerado avance de la tecnología.

Por todo ello, siguiendo a Álvarez y Biurrun, el análisis de la transformación digital se podría agrupar en tres dimensiones: en primer lugar, el efecto en la transformación del tejido productivo y empresarial, por los cambios que producen tanto en los procesos como en las organizaciones. En segundo lugar, por configurarse como elemento conductor del cambio. Y, en tercer y último lugar, la dimensión que vendría a justificar la importancia de este trabajo, “la relevancia de atender a las implicaciones sociales e institucionales, aspecto en el que las habilidades de los individuos tienen un papel fundamental” (2022). Atendiendo a las habilidades, hay que decir que estas juegan un papel importante en el proceso de digitalización, pero también lo hacen la predisposición, la formación y la información, el conocimiento certero sobre la adecuación de la tecnología a las necesidades particulares y profesionales de cada trabajador autónomo. De todo ello trataremos en este trabajo que parte de la hipótesis de que la cultura digital de la empresa y la relación que, con las nuevas tecnologías, tenga el empresario autónomo, determinarán la eficacia en cada pyme de los programas destinados a su transformación tecnológica y digitalización. Para su estudio, os centraremos en el empresariado autónomo, En concreto, el denominado por Guerrero Padrón, como “el genuino trabajador por cuenta propia: comerciantes, agricultores, ...” (2020). Al referirnos al empresariado “Autónomo” lo haremos en genérico, atendiendo a un sector que engloba tanto a mujeres como a hombres, empresarias y empresarios que ejercen su profesión por cuenta propia. Se trata de un colectivo que, se esfuerza por la adaptar su actividad a los avances tecnológicos; encontrado barreras que, pese a las ayudas, encuentran dificultades para llevar a cabo el proceso de transformación tecnológica digital de sus empresas. Retos como la brecha digital dejan en situación de desigualdad al empresariado de mayor edad, con falta de formación, información o de habilidades. Para ello,

Es objetivo de este trabajo analizar las barreras y limitaciones de la brecha digital, para ello nos centraremos en las posibles limitaciones que el programa “Kit digital” tiene en su implementación, en la importancia de una cultura digital empresarial y en las competencias digitales como condición para que la transición digital pueda ser efectiva.

2. APROXIMACIÓN METODOLÓGICA

Este trabajo tiene un carácter exploratorio. A través de una metodología cualitativa nos acercaremos al problema de investigación planteado al inicio, con objeto abordar la incidencia de los programas destinados a la transformación digital de pymes y su influencia en el empresariado autónomo. Como método de aproximación al problema, trataremos de analizar el impacto del programa: “Kit Digital” como medida destinada a la transformación digital de pymes. Para su abordaje realizaremos una lectura de la información que se recoge en los distintos portales del Gobierno de España. Así como en los documentos elaborados para promocionar la medida. Acompañando este análisis se sumará el de los discursos recogidos en las distintas entrevistas realizadas a profesionales de entidades que trabajan en el fomento de la digitalización de pymes en el entorno del proyecto Kit Digital. En concreto se han realizado cinco entrevistas con las que esperamos aproximarnos a la realidad objeto de estudio, conocer las barreras y limitaciones que pese a las ayudas que se plantean, encuentran los trabajadores autónomos.

1 El Kit Digital es un programa de Apoyo a la Digitalización del Comercio Minorista. que ofrece herramientas y servicios gratuitos para ayudar a las empresas a mejorar su presencia en línea, optimizar sus procesos o mejorar la experiencia del cliente. (Álvarez y Lorente 2023)

Referencia	Adscripción institucional
E1 (Bll)	Fundación Bit: Fundación Balear de Innovación Tecnológica
E2 (FC)	Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones S.A (Junta de Andalucía)
E4 (EC)	Agencia de Estrategia y Marketing Digital
E5 (EX)	Agencia de Marketing Digital
E6 (CS)	Cámara de Comercio de Sevilla (kit Digital)

3. RESULTADOS

3.1. KIT DIGITAL COMO IMPULSOR DE DIGITALIZADOR DE LAS PYMES Y SUS LIMITACIONES EN LA IMPLEMENTACIÓN

El impulso a las pymes, anunciado en el Plan de Transformación y Resiliencia se concreta en un plan de choque a través de la plataforma de recursos “Acelera Pyme”, a través del que los autónomos pueden acceder a ayudas y subvenciones mediante bonos digitales de una cuantía de 3000 a 12.000 € dependiendo del número de empleados de la empresa. Para emprender el camino hacia la transformación digital de sus empresas se plantea un programa de acompañamiento hacia la transformación digital: “kit digital” El objetivo general de este programa es que pequeñas y medianas empresas que conforman casi el 60% (Plan Nacional de competencias Digitales; (P.39) del tejido productivo español, se sumen a la digitalización.

Las subvenciones van dirigidas poner en marcha la transformación digital de las pymes y micro pymes abordando el problema desde las necesidades más básicas, como es el acceso a internet o la conectividad. Las subvenciones se configuran a través de paquetes “básicos de digitalización” que han sido considerados como los requisitos necesarios para que las empresas alcancen “la madurez digital”:



Fuente: Elaboración propia a partir de (Álvarez y Lorente 2023)

Dentro de cada una de estas secciones de digitalización, las soluciones son infinitas porque hay muchos tipos de tecnología que se pueden utilizar para abordar un mismo problema. Una situación que conduce al autónomo a cuestionarse cuál será el camino correcto para emprender el proceso de digitalización. La primera pregunta es: yo quiero automatizar mis procesos ¿qué tecnología compro o qué tecnología invierto para digitalizar mi empresa? ¿cuánto va a durar esta tecnología? ¿va a ser obsoleta pronto?; se trata de decisiones previas que hay que tomar y que pueden resultar críticas para el futuro de su empresa.

“Según el ciclo de vida de esta tecnología sí está probado, si no está probado, si es incipiente, si está madura” (Bll)

Definir la estrategia y los pasos a desarrollar es una labor de responsabilidad. Se puede tener una guía de lo que ha de tener en cuenta según los objetivos, pero se enfrenta a

“determinar qué tecnología voy a comprar y por qué está en otra porque la tecnología es infinita y es el punto clave y crítico, es lo que puede hacer que la pyme tenga más recorrido en el tiempo. (Bll)

El autónomo sabe que para poder mantenerse en el mercado necesita un Plan de digitalización y conoce la labor de asesoramiento y la financiación a la que puede acceder, pero esto no es una garantía de éxito, es un camino largo hacia un mundo desconocido al que se ve abocado ante la presión social y del mercado.

“Si la PYME no tiene un plan de digitalización claro ¿qué hará? es decir, puede prueba de error, es decir, debe tener unos objetivos y por qué va a digitalizar la PYME el empresario, con qué objetivos, con qué finalidad; es decir tiene que estar dentro de un plan de digitalización (Bll)

2 La información referida al Kit Digital, proviene de la página del Gobierno de España y se encuentra alojada en la siguiente dirección de internet <https://espanadigital.gob.es/lineas-de-actuacion/programa-kit-digital>. El programa Kit Digital se enmarca en el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, la agenda España Digital 2025 y el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025. Además, está financiado por la Unión Europea – NextGenerationEU.

Estas decisiones se toman, confiando en los “Agentes Digitalizadores”, pero en muchos casos, desde el total desconocimiento de lo que puede implicar su resultado, que puede ofrecer una determinada tecnología.

Los agentes digitalizadores son empresas cualificadas y acreditadas por el Ministerio para llevar a cabo la prestación de sus servicios como tramitadores de la subvención Kit Digital. Estos se enfrentan a la realización de un diagnóstico de la pyme, con objeto de conocer su madurez digital, pero este diagnóstico no depende solo de la tecnología, sino del empresario autónomo, de sus objetivos, no es algo genérico, es particular. Habría que tener en cuenta que no todos los autónomos son innovadores, no todos tienen el mismo grado de madurez digital, algunos se muestran reticentes a los cambios. No todos los empresarios autónomos enfrentan con ilusión la transformación digital de sus empresas. Algunos sienten que sus métodos tradicionales de gestión han funcionado, los conocen y se sienten seguros en el control de sus procesos. Algunos automatizan parte de la gestión, utilizan la tecnología más común, participan en redes sociales, pero no entran de lleno en la digitalización de todos los procesos, porque tienen miedo a hacer frente las antiguas formas de trabajar que consideran hasta el momento le habían estado dando buenos resultados. Según un Informe de CaixaBank las causas de la resistencia al cambio de las empresas son muy variadas, pero casi todas tienen relación con el factor humano de las empresas ya que son las personas quienes realizan la transformación digital (2020).

A esto se suma que no todos empleados, tienen predisposición a adoptar la integración de la tecnología, tienen dificultades para el aprendizaje, se resisten a invertir tiempo y esfuerzos en formación y en algunos casos se observa el miedo a ser sustituidos por las máquinas. (Foncubierta y Sánchez-Montero; 2019). Según un informe realizado por Kyocera, sobre el grado de digitalización de los procesos de negocio, en el que se analizan los principales retos frente a la adopción de tecnología adoptar las empresas, se observa que el 71% de las compañías españolas apuntan a los trabajadores como el principal factor de resistencia al cambio. Según este informe, El grado de madurez es desigual en las empresas, por lo que más de la mitad de las empresas españolas, el 58%, en 2018, aún trabajaban bajo procesos estáticos o predefinidos. (2018). Había que preguntarse cómo es la pyme, si es innovadora, madura, conservadora. Porque no todas las pymes son iguales, no atienden a los mismo sectores de producción; muchas de ellas son pequeños comercios, con pocos o ningún empleado, empresas tradicionales acostumbradas a una forma manual de controlar sus compras, ventas y almacén; no todas las pymes y sus autónomos tienen una estructura interna para llevar a cabo el cambio a lo que se suma “un personal que se resiste y no arriesga” (CaixaBank 2020).

Por otra parte, digitalizar una empresa implica seguir una serie de pasos, un test para conocer la madurez digital de la pyme, un diagnóstico previo para saber a dónde se quiere llegar con el proceso, pero el diagnóstico de digitalización no depende solo de la tecnología, sino que también depende de los propios objetivos de la pyme. es decir, no es un tema genérico, sino particular. El autónomo puede tener una guía de todo lo que ha de tener en cuenta según sus objetivos, pero en la parte de infraestructuras ha de tomar decisiones de peso, decisiones críticas para el futuro de su empresa:

“Determinar qué tecnología voy a comprar y por qué está en otra porque la tecnología es infinita y es el punto clave y crítico” (Bll)

Según el ciclo de vida de la tecnología sí está probado, si no está probado, si es incipiente, si está madura, de todo ello dependerá su recorrido. Se trata de decisiones que el autónomo, no siempre formado en competencias digitales, ha de tomar para afrontar el proceso de transformación digital de su pyme;

La transformación digital de una empresa es que saber que esa empresa tenga web, que venda por internet que tenga acceso a precio y proveedores. Si no tiene acceso en el mercado local, que analice si hay algún proceso que se pueda automatizar. Ver si se puede incorporar tecnología, qué tecnología y cómo se puede amortizar y rentabilizar esa inversión. (FC)

La transformación digital es un proceso tremendamente amplio y aunque muy necesario, requiere de decisiones que, en algunos casos, por falta de conocimiento y contacto previo con la tecnología digital, se pone en manos de los agentes de digitalización confiando en ellos el futuro de su pyme. Sin embargo, se trata de un proceso que según las personas expertas:

“Tiene que estar liderado desde la máxima desde la máxima dirección en la organización, personas específicamente formadas y cualificadas para liderar y gestionar ese proceso, capaces de traccionar al resto de empleados que han de tener un nivel de competencia suficiente” (FC)

En cualquier caso, ni como se ha apuntado anteriormente todas las empresas son iguales ni el punto de partida hacia la digitalización es el mismo para todas las pymes. Si bien la pandemia actuó de manera disruptiva empujando a un tiempo a pymes y autónomos a la digitalización, no todas las empresas han empezado de cero este proceso. Hay jóvenes empresarios, nativos digitales que acostumbrados al entorno digital que en pre-pandemia ya contaban con página web, o tenían implantado el comercio electrónico en sus pymes. En esos casos el Kit digital, puede ser un instrumento útil para seguir dinamizando estos procesos, pero aquellos casos en los que la digitalización es un proceso novedoso y se encuentran en la necesidad de decidir qué tipo de comercio electrónico implantar, se encuentran en una encrucijada debido a la diversidad de soluciones de las que se dispone en el mercado, de su tipología, la decisión en este sentido si puede ser crítica para el autónomo que no siempre está respaldado por un equipo y no siempre está capacitado.

La digitalización la transformación digital de la empresa para que se produzca realmente el proceso de transformación digital ese proceso solamente será efectivo en sí viene respaldado por un equipo de trabajo que tenga la capacitación necesaria. (FC)

Para liderar un proceso de transformación digital hay que tener una formación y una competencia suficiente y avanzada. Un proceso de transformación digital implica un cambio completo de la de la organización no basta con acompañar

Los empresarios que tienen que liderar el proceso deben ser personas que tengan un nivel de competencia avanzado. (FC)

La dirección que será quien tenga que abordar las distintas fases por las distintas actuaciones con la suficiente garantía entendiendo los riesgos, la madurez digital de la empresa tendrá que estar sustentada por una cultura organizativa orientada a digitalización y por supuesto a contar con la implicación activa de todos los empleados

3.2. LA CULTURA DIGITAL COMO EJE VERTEBRADOR DEL PROCESO DE DIGITALIZACIÓN EMPRESARIAL

La cultura digital se ha materializado en los discursos como eje central para explicar la transformación digital de las pymes. La figura del autónomo y su liderazgo, aparecen como el elemento tractor necesario para que la digitalización cristalice en la empresa. Cultura digital entendida como la predisposición de las personas a digitalizar su trabajo, se muestra como condición para que la digitalización de una pyme se haga realidad:

“La infraestructura sin la cultura digital tampoco funciona ¿si antes se hacía en papel y ahora no se hace a través de la digitalización para que se para que sirve la tecnología? si la comunicaciones es personal y no quiere hablar nada de procesos, ¿para qué sirve? si en los procesos solo está la mitad de la comunicación, si no está toda la información o no se pueden trazar las decisiones, ¿para qué sirve?”. (Bll)

La cuestión es que las generaciones tradicionales hoy en día siguen teniendo una alta presencia sobre todo en las pymes. En este sentido, se espera que el relevo generacional, con la incorporación de los llamados nativos digitales, puedan llegar a actualizar la visión de las empresas promoviendo el cambio cultural necesario para que en el tejido empresarial se produzca lo que se podría denominar la transición o la transformación digital. Desde esta perspectiva, tal como se muestra en el informe de Caixabank, observar la transformación digital como un proceso con resultados a corto plazo puede resultar erróneo. Esta transformación al que son más proclive las nuevas generaciones ha de ir acompañada de la transformación cultural de la organización, para facilitar el proceso de cambio y eso no es necesariamente un proceso que dé resultados a corto plazo.

Conforme a ello, los resultados tampoco se observarán de igual forma en todos los sectores, porque como se ha apuntado anteriormente, ni todas las empresas son iguales, ni todos los sectores empresariales se encuentran en el mismo estado de madurez de la implantación de la tecnología. En este sentido, se puede llegar a observar como una debilidad de las políticas públicas, es considerar el tejido empresarial como un conjunto sobre el que diseñar programas y aplicar medidas con carácter generalista. Hay sectores como el sector turístico o la hostelería, por ejemplo, que se muestran más propensos a adaptarse con rapidez a las tecnologías, otros como el alimentario, que en términos de digitalización tienen otras necesidades, requieren de un abordaje diferente:

“Cuando hemos abordado este tipo de programas el tratar a la empresa tanto para diagnosticar como para tomar decisiones como un conjunto, nos ha dado peores resultados que cuando hemos analizado la empresa por sectores de actividad [...] cuando hemos tratado el problema identificando distintos sectores de actividad dentro del mundo de la empresa, incluso hemos llegado a diferentes conclusiones” (FC)

En cualquier caso, los empresarios autónomos entienden la necesidad de incorporar de herramientas digitales que les permitan mantenerse en el mercado, mantener su competitividad o simplemente comunicarse con la administración. Sin embargo, se observa que existe un cierto retraso en su incorporación y aunque poco a poco se han ido integrando herramientas digitales de manera espontánea, no lo han hecho como parte de una cultura de empresa desde la dirección al trabajador, que es cuando se puede llegar a considerar que la empresa pasa por una verdadera transformación digital.

“Si la dirección de la empresa no cree en la transformación digital no es imposible que se consiga la transformación digital” (EX)

Aunque en algunos casos no se trata de creer en la transformación digital, sino que el cambio cultural digital de una pyme puede verse también obstaculizado por las inseguridades que nacen de lo desconocido, como el miedo a innovar, la incertidumbre que genera el cambio o el temor a que las pequeñas estructuras e infraestructuras de las pymes no puedan dar respuesta a un mercado infinito como el de internet.

3.3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DIGITALES COMO VEHÍCULO NECESARIO, PARA MANTENER A FLOTE A LA PYME EN LA ERA TECNOLÓGICA

La falta competencias digitales se muestra como una de las primeras barreras a las que se enfrenta el empresario autónomo, para el que la “alfabetización informacional” se configura como un paso previo a la “alfabetización digital”:

“La digitalización no es solo tener una web o gestionar redes sociales, es usar cualquier medio digital para hacer una empresa más rentable y más óptima”. (EC)

La falta de formación o la formación pospuesta, forma parte de la realidad de este colectivo que antes de la experiencia pandémica seguía la senda de la digitalización, de forma lenta, a través de un aprendizaje autoinstruido, mediante el uso de herramientas básicas. Sin embargo, ser competente digitalmente parece ir más allá de ese uso informal de las tecnologías:

“Ser competente digitalmente implica tener la capacidad de hacer un uso eficiente crítico y responsable de las tecnologías en sentido amplio. Además de saber manejar dispositivos móviles o las principales aplicaciones informáticas, deben tener conocimientos sobre herramientas avanzadas y por supuesto la comprensión de oportunidades y los riesgos potenciales que ofrece hoy en día la tecnología y la red”. (FC)

El concepto de competencia digital ha de entenderse en sentido amplio, relacionado con desarrollo de competencias digitales, a la vez que un vehículo para el desarrollo de la creatividad y la innovación. Ser competente digitalmente implica estar al corriente de cuestiones relacionadas con la validez y la fiabilidad de la información a la que podemos tener acceso, de los principios

legales y éticos, que rigen en el uso de la tecnología. Cuestiones todas ellas que pueden llegar a configurarse como una barrera o un camino hacia la exclusión, para aquellos autónomos que no han podido formarse. Dueños de comercios familiares, pequeños agricultores, podrían ser un ejemplo de autónomos que encuentran dificultades para mantener sus empresas en un mercado cada vez más competitivo, que se mueve por la senda de la digitalización. Para estas personas, el formarse o adquirir nuevas competencias en materia digital y ponerse al día con una tecnología que avanza de forma rápida no resulta tarea fácil.

“Todo el tema de las redes sociales, que esto nos lo han puesto muy fácil, pero tener el resto, solo decidir qué tecnología van a utilizar es una decisión estratégica y crítica” (BII)

Sin formación previa, las subvenciones se convierten en ayudas para emprender un camino desconocido. En este sentido, tal como se indicaba al inicio de este párrafo, concepto de competencia digital es mucho más amplio que el uso democratizado de la tecnología, que es en el que se podría integrar el llamado “Nativo digital”, el “autónomo joven” que gozaría de una mejor situación de partida más favorable hacia la formación y adquisición de competencias necesarias para afrontar los procesos de digitalización de sus empresas, que la del empresario que ha formado y ha desarrollado sus competencias en lo analógico. En todo caso, para ambos, para atender a los avances tecnológicos, la única salida se encuentra en el aprendizaje continuo:

“En todas las fases de la vida, el ciclo de aprendizaje en una persona incluso cuando en su edad adulta se tienen que seguir trabajando y desarrollando las competencias. Si vivimos un poco al margen de los nuevos avances tecnológicos, nos volveremos a alejar de lo que de lo que es ser competente digitalmente. (FC)

El autónomo, para poder atender al proceso de transformación digital de su negocio, ha de recibir formación, a la par que contar con la experiencia suficiente, para situarlo en la nueva situación de mercado. A la formación del empresario se encaminan algunas de las recomendaciones de los Agentes de digitalización, proveedores homologados que implantan soluciones digitales.

“Estos, tienen más un papel de acompañamiento digital, le van a formar, van a hacer que desarrolle esas capacidades. Por la parte de beneficiarias, si juega un papel que tiende más a la transformación. (CS)

Una figura que ayudará en el proceso de gestión/tramitación de la subvención y acompañamiento de la implantación de soluciones digitales en su empresa. Estos agentes, también observan necesaria la formación del empresario autónomo y se suman a la consideración de que ha de ser requisito previo a la digitalización

“Lo primero que hago es recomendarle la formación que necesita les hago certificarse en diferentes cosas [...] porque tiene que ponerse a la altura mínima de lo que debería conocer un profesional” (EX)

Los discursos coinciden en afirmar la necesidad de que el autónomo esté bien formado para tener la capacidad de proponer un plan de digitalización que responda a su estrategia y sus objetivos. En este sentido, la formación se configura como un reto, no es una barrera fácil de superar en todos los casos, tiempo, dinero, capacidad y otras muchas variables, entran a formar parte de este paso que se supone previo a introducir su empresa en el espacio digital, en el que la tecnología por su carácter cambiante progresa a un ritmo difícil de alcanzar.

4. CONCLUSIONES, PROPUESTAS Y SOLUCIONES

Al inicio de la investigación, partíamos de la hipótesis de que la cultura digital de la empresa y la relación que, con las nuevas tecnologías, tenga el empresario autónomo, se muestran como condiciones que determinan la eficacia de los programas destinados a la transformación tecnológica y digitalización de las pymes. A tenor de los resultados, se ha podido observar que estas cuestiones han resultado ser claves para que la transición digital de las pymes pueda ser efectiva, pero también lo han sido, la necesidad percibida de formación, la deficiencia de competencias adquiridas en materia de digitalización y la falta de habilidades derivadas de un uso de la tecnología a nivel usuario y no como un instrumento útil necesario para dinamizar los procesos de digitalización de la empresa. El desconocimiento de las posibilidades que la tecnología puede ofrecer para su negocio, el desconocimiento de su aplicación a procesos concretos o la acomodación a la gestión tradicional de la empresa, hace que muchos empresarios no se sumen a la oportunidad que le ofrecen los programas y subvenciones.

La incertidumbre a lo desconocido, pero también el miedo a que su empresa no pueda dar respuesta a las necesidades del mercado, “morir de éxito” es otro de los factores que hacen que el autónomo no se aventure hacia la digitalización. En este sentido, el asesoramiento especializado y la labor de los Agentes de Digitalización pueden resultar un instrumento útil para mostrar las posibilidades de aplicación de la tecnología y orientar sobre la tecnología adecuada para su empresa. Evitando así, que el propio autónomo se autoexcluya a priori, por temor a no poder satisfacer la demanda.

La “alfabetización informacional” del autónomo, se configura como un paso previo a la “alfabetización digital”, porque en el escaparate de internet todas las empresas pueden parecer grandes y lo importante es hacerse visible, pero para ello el autónomo ha de creer en la tecnología, entender qué tecnología necesita y saber aplicar esa tecnología a los procesos de su empresa; implicando a sus trabajadores y animándolos al cambio; en definitiva, ha de liderar la cultura digital de su negocio.

El proceso de digitalización que toma velocidad durante la pandemia ha obligado a las empresas al cambio, sin tener en cuenta el tipo de empresa y su ritmo de acomodación. Esta cuestión ha de tenerse en cuenta en los planes y en los proyectos orientados a reforzar el tejido empresarial, que han de ser menos generalistas y tratar de abordar los problemas atendiendo a los distintos sectores de actividad de las empresas.

La revolución tecnológica ha llegado y los empresarios autónomos se encuentran atrapados en un camino de no retorno que amenaza con excluirlos del mercado si no son capaces de afrontar la digitalización. Por ello, se han recogido, a modo de conclusión, dos propuestas relacionadas, que pueden ayudar a que estos autónomos puedan sumarse al proceso de digitalización, de

transformación digital de sus empresa. Estas propuestas a su vez están en relación con la capacitación digital, como elemento clave, ya que se considera que estar capacitado puede tener un efecto en la confianza y la seguridad en el uso y acceso a la tecnología.

La primera propuesta sería la sensibilización: para conseguirlo, es necesario que los autónomos conozcan bien las oportunidades que brindan las TIC como herramienta de apoyo a la creatividad, a la innovación al día a día en el trabajo. Que se entienda bien la necesidad y que se entienda que aportan beneficios. La segunda, sería la formación, tener acceso a formación adecuada que le demos la importancia que merece a la competencia digital, y para ello, se propone como práctica la metodología Learning by doing el concepto de aprender a hacer mientras estás trabajando en lo que necesitas, mientras se realiza un trabajo se aprende a realizarlo, una metodología activa que puede resultar muy útil para adentrar al empresario autónomo en el contexto tecnológico, restando así la incertidumbre del desconocimiento y mejorando sus habilidades, ya que este método permite adaptar el aprendizaje a la rapidez con la que evoluciona la tecnología, dotando a la persona de los tiempos necesarios.

Este trabajo es de carácter exploratorio dejando como línea abierta de investigación, la importancia de abordar el discurso del empresariado autónomo acogido al programa Kit Digital, para conocer su experiencia y determinar su impacto.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, I., & Biurrun, A. (2022). La digitalización como baza de recuperación pospandemia. *ICE, Revista de Economía*, (924). <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/2d11da7c-e50f-4c16-8342-a9e2b6fcec35/content>
- Álvarez, A. P., & Lorente, D. H. (2023). El Kit Digital como oportunidad de digitalización para las Pymes. Estudio en una muestra de Pymes de la Región de Murcia. *Gestión: revista de economía*, 77, 5-11. <https://portalinvestigacion.um.es/documentos/65fb3bea967b115948ae0191?lang=en>
- Aragón, J. (2021). Las brechas digitales: el derecho a la conexión y al conocimiento digital. *IALES Y TR*. <https://www.ccoo.es/34c4b225a6638609968933a76bc9bf3f000001.pdf#page=194>
- Beltrán, A., Oslé, S., Ferrándiz, L., González, E., & Fernández, S. (2017). La reinención digital: una oportunidad para España. <https://cotec.es/proyectos-cpt/reinencion-digital-una-oportunidad-para-espana/?bq=0>
- Cabeza Pereiro, J. (2020). La digitalización como factor de fractura del mercado de trabajo. *Temas laborales: Revista and aluza de trabajo y bienestar social*, (155), 13-40
- Caixabank (2020) Transformación digital de las empresas y resistencia al cambio. Informe. <https://blog.caixabank.es/blogcaixabank/transformacion-digital-de-las-empresas-y-resistencia-al-cambio/#>
- Calderón, D. (2019). Panorámica de la desigualdad digital en España: operacionalización y dimensionamiento de las brechas digitales de accesibilidad, habilidades y formas de uso. *Arxius de Ciències Socials*. 41, 109-122. <https://roderic.uv.es/rest/api/core/bitstreams/09204a36-685e-423c-aa85-d18082e43ae7/content>
- De España, G. Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia <https://planderecuperacion.gob.es>
- De España, G. España digital (2025). Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. https://avancedigital.mineco.gob.es/programas-avance-digital/Documents/EspanaDigital_2025_TransicionDigital.pdf
- De España, G. España digital 2026. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital https://espanadigital.gob.es/sites/espanadigital/files/2022-07/EspanaDigital_2026.pdf
- De España, G. Marco estratégico en política de pyme 20230 MEPP <https://industria.gob.es/es-es/Servicios/MarcoEstrategicoPYME/informe-pyme2020.pdf>
- De España, G. Componente 19: Plan Nacional de Competencias Digitales (digital skills). 2023. En: Plan de Recuperación Transformación y Resiliencia https://planderecuperacion.gob.es/sites/default/files/2023-10/0310203_adenda_plan_de_recuperacion_componente19.pdf
- Foncubierta-Rodríguez, M.J. y Sánchez-Montero, J.M. (2019). Hacia la felicidad laboral: Atender motivaciones y eliminar «temores digitales». *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(18), 239-257. <https://doi.org/10.17163/ret.n18.2019.04>
- Guerrero Padrón, T. (2020). La protección por desempleo de los trabajadores autónomos en el derecho comparado europeo. Cap. XV 315-339 En: Trabajo autónomo: regulación jurídica y perspectivas. Régimen profesional modalidades y seguridad social <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/30890/2020%20Tirant%20lo%20Blanch%20Desempleo%20autonomos%20UE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mínguez, R. (2019). ¿Cómo abordar la cuestión de la digitalización de las pymes y microempresas españolas? <https://fundacionalternativas.org/wp-content/uploads/2022/07/adeb01146943509f6dea951d466c7322.pdf>
- Pozos, D., Lucila, F., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & gestión*, (40), 184-202. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Kiocera(2018) La transformación de los procesos en un mundo digital <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/about-us/contact-us/press/el-reto-de-digitalizar-procesos-de-negocio.html>