

Plan de TIC en PYME y comercio electrónico

Junio 2013



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN GENERAL	1
PLAN DE TIC EN PYME Y COMERCIO ELECTRÓNICO	5
INTRODUCCIÓN.....	5
SITUACIÓN ACTUAL.....	7
OBJETIVOS DEL PLAN	9
ESTRUCTURA DEL PLAN	10
MEDIDAS	11
<i>Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME</i>	11
<i>Eje II: Fomentar la Factura Electrónica</i>	14
<i>Eje III: Fomento del comercio electrónico</i>	15

Introducción general

El 15 de febrero de 2013 el Gobierno aprobó la Agenda Digital para España como “marco de referencia para establecer una hoja de ruta en materia de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (TIC) y de administración electrónica; establecer la estrategia de España para alcanzar los objetivos de la Agenda Digital para Europa; maximizar el impacto de las políticas públicas en TIC para mejorar la productividad y la competitividad; y transformar y modernizar la economía y sociedad española mediante un uso eficaz e intensivo de las TIC por la ciudadanía, empresas y Administraciones”.

La Agenda, configurada como estrategia global, define los objetivos a alcanzar y sus indicadores asociados, así como las líneas de actuación que se deben desarrollar para conseguirlos. Como estrategia global, la Agenda se ha utilizado y se sigue utilizando como guía principal de las actuaciones que el Gobierno ha desarrollado y desarrolla en el ámbito de las TIC en España.

Para el desarrollo óptimo de la Agenda se contemplaba la elaboración de un conjunto de planes específicos, de los cuales siete de ellos estarían disponibles en la primera parte del año y dos en la segunda parte, una vez se dispusiera de las conclusiones de la Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas.

En este documento se presenta el Plan de TIC en PYME y comercio electrónico, uno de los siete planes que debía estar disponible en la primera parte del año. Este Plan concreta en medidas específicas, con calendarios precisos y con los presupuestos requeridos las actuaciones a desarrollar para conseguir los objetivos establecidos en la Agenda. En este sentido, se podría decir que muestra cómo hacer lo que la Agenda indicaba que había que hacer.

En el proceso de elaboración de todos los planes se ha partido de un análisis detallado de la situación actual y de los resultados de planes anteriores; se han analizado las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la situación actual así como las consecuencias de las distintas alternativas de actuación que se presentaban. Finalmente se ha realizado la selección de las medidas que se incluyen en cada uno de los planes.

Las medidas presentadas tienen un alcance temporal hasta el 2015, si bien, de acuerdo con lo establecido en la Agenda, cada año se realizará una revisión de los planes para evaluar los resultados conseguidos, determinar la necesidad o no de adaptación de objetivos y medidas y, en su caso, prolongar el alcance temporal para cumplir los objetivos ya marcados en la Agenda Digital para Europa o aquellos adicionales que se establezcan. Este mecanismo de revisión podrá extenderse hasta el año 2020.

En el proceso de elaboración de cada uno de los planes han participado diversos agentes, dependiendo del contenido y alcance del plan. Existen planes cuyo desarrollo corresponde íntegramente a la Administración General del Estado y otros en los que no sólo en su concepción, sino que incluso en su desarrollo, se contempla ya de partida la participación de otros agentes.

Estos planes han sido elaborados, mayoritariamente, en el marco de las actuaciones de la Administración General del Estado pero tienen la vocación de ser “planes abiertos”. Es decir, planes sometidos a un proceso de revisión y adaptación continuo, abiertos a la participación y a la colaboración con el resto de Administraciones y con los agentes económicos y sociales, así como con las actuaciones que estos desarrollen.

La publicación de los planes facilita la coordinación con las actuaciones que tanto administraciones como sociedad están desarrollando y permite buscar sinergias adicionales a las ya presentes en los planes actuales. Los siete planes correspondientes a la primera mitad del año 2013 son:

Plan de telecomunicaciones y redes ultrarrápidas

El Plan de telecomunicaciones y redes ultrarrápidas tiene como objetivo impulsar el despliegue de redes de acceso ultrarrápido a la banda ancha, tanto fijo como móvil, y fomentar su adopción por ciudadanos, empresas y administraciones. Para ello, el Plan combina medidas normativas con el fomento de la oferta de redes y el estímulo de la demanda. Si bien las medidas tienen un alcance temporal al 2015, el Plan se ha diseñado con un horizonte a 2020 para dar cumplimiento a los objetivos de banda ancha fijados por la Agenda Digital para Europa.

Plan de TIC en PYME y comercio electrónico

Las TIC son una de las palancas para mejorar la competitividad de las empresas de forma sostenible, fomentar su crecimiento e innovación, ayudar en su expansión internacional y contribuir a la mejora del empleo desde una perspectiva tanto cuantitativa como cualitativa. El Plan de TIC en PYME y comercio electrónico se orienta a conseguir que las empresas realicen un uso más eficiente e intensivo de las tecnologías digitales, transformando así sus procesos y estructuras en aras de mejorar su productividad y competitividad. Para ello el Plan establece medidas para incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME, para fomentar el uso de la factura electrónica y para impulsar el comercio electrónico en España.

Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales

En España, la importancia estratégica de la economía digital y de los contenidos digitales ha sido reconocida por la Agenda Digital para España como motor de crecimiento, de empleo y de oportunidades futuras. El Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales ha sido diseñado con la participación de la administración pública y el sector privado, y persigue el desarrollo de la economía digital mediante un conjunto integral de medidas que impactan en los distintos agentes del ecosistema de la economía digital. Para ello el Plan establece medidas para incrementar el talento en torno a este nuevo sector, facilitar el emprendimiento y el crecimiento de las empresas, incrementar la producción de contenidos digitales y fomentar la reutilización de la información del sector público.

Plan de Internacionalización de empresas tecnológicas

El Plan de Internacionalización de empresas tecnológicas, acordado en el marco del Grupo de Trabajo Interministerial para la Internacionalización de la Empresa, tiene como objetivo ayudar a las empresas tecnológicas a iniciar el camino de la internacionalización, proporcionarles las

condiciones y soporte necesario para continuar en ese camino con las mayores garantías de éxito y facilitar la inversión extranjera directa en el sector TIC.

Plan de confianza en el ámbito digital

El Plan de Confianza Digital hace suyo el mandato conjunto de la Agenda Digital para España, de la Estrategia Europea de Ciberseguridad y de la Estrategia de Seguridad Nacional para avanzar en los objetivos conjuntos de construir un clima de confianza que contribuya al desarrollo de la economía y la sociedad digital, disponer de un ciberespacio abierto, seguro y protegido, garantizar un uso seguro de las redes y los sistemas de información, y responder a los compromisos internacionales en materia de ciberseguridad.

Plan de desarrollo e innovación del sector TIC

El Plan de Desarrollo e Innovación del sector TIC tiene como objetivo general la mejora de la competitividad de las industrias del sector TIC. Este Plan se alinea con el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016 en el que se ha recogido una Acción Estratégica en Economía y Sociedad Digital 2013-2016. El Plan implementa los instrumentos transversales de la Agenda Digital para, a través de mecanismos de competencia competitiva, impulsar el desarrollo de la I+D+i para superar los retos planteados en la evolución hacia una economía y una sociedad digital.

Plan de inclusión digital y empleabilidad

El Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad se ha desarrollado con la participación de un conjunto amplio de agentes público y privados y sirve de paraguas a las iniciativas de todos ellos, aúna esfuerzos y multiplica el efecto de las medidas que se adopten. El Plan es el resultado de las aportaciones de múltiples actores, públicos y privados, que se han incorporado para sumar esfuerzos en el objetivo común de aumentar la accesibilidad de Internet, avanzar en la alfabetización digital, disminuir la brecha digital de género y mejorar la empleabilidad en España.

Introducción

La competitividad e innovación de las empresas de un país determina la competitividad del mismo y finalmente el dinamismo de la actividad empresarial, el crecimiento y el empleo. Nuestro tejido industrial está constituido fundamentalmente por pequeñas y medianas empresas (PYME), con un 95,4% del total de las empresas con un máximo de 9 empleados¹. Mejorar su competitividad de forma sostenible, fomentar su crecimiento y apostar por la innovación, su expansión internacional y mejorar el empleo desde una perspectiva tanto cuantitativa como cualitativa, supone uno de los principales retos a los que se debe dar respuesta.

Una de las palancas tractoras para afrontar este reto es el uso intensivo e inteligente de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), como se indica en la Agenda Digital para España. La Agenda establece las líneas de actuación principales que se deberán desarrollar y el valor objetivo de los indicadores de impacto que se utilizarán para medir el avance en la consecución de los objetivos fijados. Por su parte, el Plan de TIC en PYME y comercio electrónico concreta estas líneas de actuación en medidas específicas y asigna el presupuesto necesario para su ejecución.

El conjunto de medidas que se incluyen en este Plan atienden al cumplimiento de los objetivos y las líneas de actuación establecidas en la Agenda Digital para España y en los objetivos fijados en la Agenda Digital para Europa para 2015, estando orientadas a conseguir que las empresas realicen un uso más eficiente e intensivo de las tecnologías digitales, transformando así sus procesos y estructuras, en aras de mejorar su productividad y competitividad.

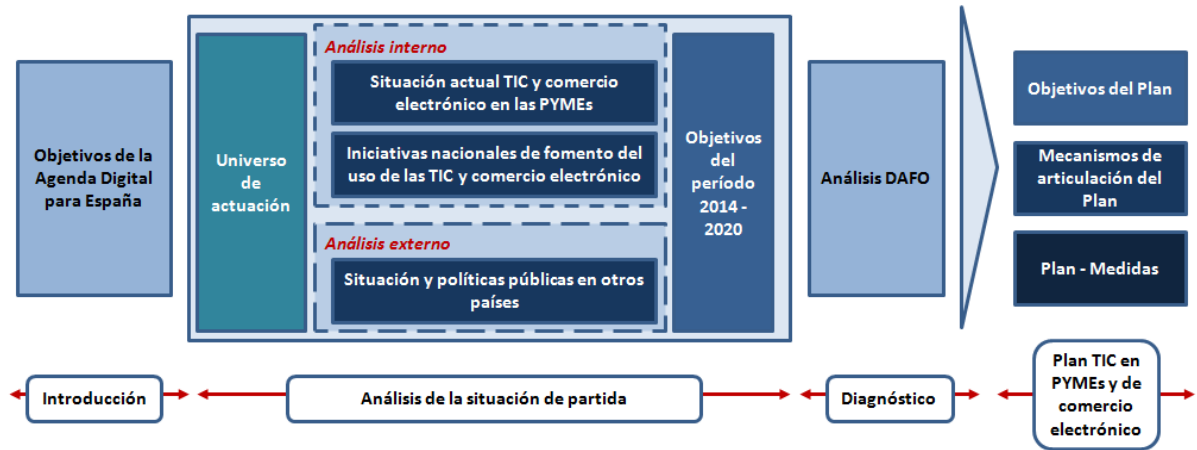
Los vectores de diseño seguidos en su elaboración y seguimiento han sido los siguientes:

- Aproximación integral en el diseño de las medidas de forma que den respuesta no a una sino a varias líneas de actuación y objetivos de la Agenda Digital para España y se complementen con otras actuaciones que pudieran estar recogidas en otros Planes derivados de la Agenda o planes específicos de otros agentes.
- Objetivo transformador, estableciendo objetivos específicos y sus indicadores para que sobre cada una de las medidas se asegure el seguimiento y medición, integrando las distintas posiciones que vayan emergiendo.
- Innovación realista, tomando como base de partida la situación actual de las PYME y la madurez de las TIC y el comercio electrónico, impulsando actuaciones para alcanzar mejores tasas de competitividad y/o creación de nuevas oportunidades de negocio.
- Fomento de la colaboración público-privada para asegurar el alineamiento tanto en el diseño de las medidas, dando así respuesta a las principales necesidades manifestadas por las empresas durante el proceso de elaboración de la Agenda Digital para España, como en el ámbito de la puesta en marcha y financiación de la mismas, desde la

¹ Según los datos del Directorio Central de Empresas del INE, a enero del 2012

convicción de que sólo mediante esta conexión y apoyo mutuo pueden conseguirse los fines perseguidos.

A continuación se presenta el esquema seguido para el desarrollo del Plan:



Situación actual

En enero de 2012 la distribución de empresas en España y en la UE era la siguiente:

	Micro (sin asalariados)	Micro (1-9)	Pequeñas (10-49)	Medianas (50-249)	PYME (0-249)	Grandes (≥250)	Total
España	1.763.120	1.286.587	121.601	20.108	3.191.416	3.794	3.195.210
	55,2%	40,3%	3,8%	0,6%	99,9%	0,1%	100%
UE-27	92,2%		6,5%	1,1%	99,8%	0,2%	100%

Fuente: INE, DIRCE 2012 (datos 1 de enero de 2012) y Comisión Europea, "Annual Reporto on EU Small and Medium Enterprises 2012"

Las agrupaciones de mayor peso en el tejido de las PYME y grandes empresas son las correspondientes a la industria (20,3%), la construcción (13,1%) y el comercio mayorista (9,6%). El siguiente bloque está formado por las actividades inmobiliarias y administrativas (7,3%), transporte y almacenamiento (5,9%), actividades profesionales (6%), comercio minorista (5,1%) y venta y reparación de vehículos a motor (3%). El último bloque está compuesto por sectores de actividad que concentran alrededor del 5% de las PYME y grandes empresas españolas (informática, telecomunicaciones y servicios audiovisuales; hoteles, campings y agencias de viaje).

En resumen, el universo de las PYME en España es muy heterogéneo, con empresas de muy diverso tamaño (mayoritariamente con menos de nueve empleados), de diferentes sectores, y que llevan a cabo una amplia gama de actividades.

El "Informe e-Pyme 2012", publicado en abril de 2013 por Fundetec y el ONTSI, muestra algunos datos interesantes sobre el uso de las TIC por parte de la PYME:

- En comparación con la evolución histórica, se observa una notable evolución tecnológica del tejido empresarial (pe. en 2008 la media de penetración de Internet era del 48% en las microempresas, siendo ahora cercano al 65%).
- La página web corporativa alcanza una penetración media del 28,6% entre las microempresas frente al 71% de las pymes y grandes empresas.
- La movilidad sigue siendo una asignatura pendiente. Y es que sólo el 13,9% de las microempresas ofrece a sus empleados un dispositivo móvil. Las grandes y pymes lo hacen en un 47,5%.
- El software empresarial de código abierto presenta el mejor porcentaje de aceptación, ya que tanto las grandes como las pequeñas empresas lo utilizan en un más de 80% de los casos.
- Las redes sociales están de moda pero a la hora de la verdad su uso es muy reducido. Sólo el 4,4% de las microempresas y el 10% de las pymes las utilizan.
- Sólo el 30,9% de las pymes y grandes empresas y el 25,7% de las microempresas con página web ofrecen la posibilidad de realizar pedidos online, lo que supone únicamente el 16,5% del total de pymes y grandes empresas y el 3,1% de microempresas.

Asimismo, los Informes de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones "en la microempresa española" y "en la PYME y grandes empresas españolas" elaborados por el

ONTSI, revelan una serie de datos muy significativos relativos a la inmersión tecnológica de las empresas y concretamente del comercio electrónico, destacando en 2011 que:

- El peso del comercio electrónico en la facturación de microempresas que venden por este medio es superior al de pymes y grandes empresas. Así en las microempresas que venden por comercio electrónico, de cada 10 € de ventas por cualquier vía (tradicional u on-line), 3,6 € corresponden a ventas por comercio electrónico, mientras que entre pymes y grandes empresas, por cada 10 € de ventas, 3,2 € es por ventas on-line.
- El comercio electrónico entre empresas (B2B) genera el 67,7% del volumen total de ventas electrónicas del conjunto de microempresas españolas, pero el B2C viene ganando terreno, con el 30% frente al 24,4% de 2009.

Objetivos del Plan

El Plan de TIC en PYME y comercio electrónico tiene los siguientes objetivos:

- Impulsar y favorecer la adopción y utilización de las TIC por parte de la PYME, poniendo énfasis en el uso de soluciones basadas en el modelo “cloud computing”, por los ahorros de costes y resto de beneficios (una más eficiente fuerza móvil de trabajo, productividad más alta, la posibilidad de abrir nuevas localizaciones y entrar en nuevas áreas de negocio) que el cloud computing aporta a la empresas frente al uso de soluciones basadas en modelos tradicionales.
- Apoyar la extensión del uso del comercio electrónico, contribuyendo a incrementar el número de empresas que comercializan sus productos a través de internet.
- Facilitar la implantación de procesos telemáticos entre las empresas y con la Administración, en particular el uso de la firma y factura electrónica.
- Realizar actuaciones de capacitación y formación específica de TIC en PYME.
- Fomentar la innovación en el ámbito TIC.

En cuanto a los indicadores, se hacen propios los de la Agenda Digital para España en este ámbito, que incluyen tanto los objetivos establecidos en la Agenda Digital para Europa para 2015 en materia de comercio electrónico, como objetivos adicionales de especial impacto para el caso de España.

Indicadores objetivo del Plan de TIC en PYME y comercio electrónico	Valor a alcanzar	Año	Valor base España (2011)	Valor base UE27 (2011)
Empresas que envían o reciben factura electrónica en un formato estandarizado	40%	2015	23,5%	21,2%
Microempresas con página Web propia	55%	2015	28,6% (2012)	s.d.
Empresas que usan soluciones software, como CRM para analizar información sobre clientes con fines de marketing	25%	2015	20% (2010)	17% (2010)
Población que realiza compras online	50%	2015	27,3%	42,7%
Población que realiza compras online transfronterizas	20%	2015	8,8%	9,6%
PYME que realizan ventas online	33%	2015	10,7%	12,4%
PYME que realizan compras online	33%	2015	19,7%	18,6%

Estructura del Plan

Las medidas inciden en aquellos aspectos que dificultan o impiden el aprovechamiento del potencial de las TIC y del comercio electrónico por parte de las PYME y que han sido detectados en el diagnóstico realizado, combinando medidas particulares para determinados sectores que requieran un tratamiento especial con medidas globales. Las medidas se agrupan en tres ejes de acción: incentivar el uso transformador de las TIC en nuestras empresas, fomentar el uso de la factura electrónica, y fomentar el comercio electrónico

Las medidas se articularán a través de convenios de colaboración entre las Administraciones y agentes que por razón de su competencia, representatividad o por su participación material en la ejecución, sean necesarios para una exitosa culminación de las actuaciones. Asimismo, para algunas medidas se propone el desarrollo de mecanismos de colaboración público privada con empresas tecnológicas o proveedoras de soluciones TIC para las PYME.

Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME

La finalidad de las medidas establecidas dentro de este eje será favorecer y fomentar un uso más eficiente e intensivo de las TIC por parte de las empresas y alcanzar los objetivos establecidos en la Agenda Digital para España en 2015. Las medidas se clasifican en tres vectores de acción:

- Apoyo financiero directo a las pymes para implantación de soluciones tecnológicas.
- Dinamización y conexión oferta-demanda en materia TIC.
- Formación y capacitación a microempresas.

Eje II: Fomentar el uso de la factura electrónica

Fomento de la adopción y extensión de la factura electrónica, y establecimiento de un servicio central de recepción de facturas electrónicas en la Administración General del Estado (FACE) que unifique los puntos de entrada de las facturas dirigidas a la Administración y permita agilizar su tramitación interna. Las medidas del plan se clasifican en los siguientes tipos:

- Desarrollo del marco normativo adecuado
- Impulso al funcionamiento del servicio de facturas electrónicas en la AGE (FACE)

Eje III: Fomentar el Comercio Electrónico

La finalidad de las medidas establecidas dentro de este eje será alcanzar los objetivos para el 2015 establecidos en la Agenda Digital para España en términos de comercio electrónico, coincidentes con los establecidos por la Agenda Digital para Europa. Las medidas se clasifican en los siguientes vectores de acción:

- Apoyo financiero directo a las empresas para incrementar el número de negocios que ofrecen servicios y productos a través de Internet.
- Grupo de trabajo público-privado para el análisis de las oportunidades y obstáculos del comercio electrónico y elaboración de recomendaciones para medidas futuras.
- Impulso de la oferta de profesionales formados en las nuevas disciplinas y tecnologías asociadas al comercio electrónico.

Medidas

Plan de TIC en PYME y Comercio Electrónico		163,7M€
Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME		150,8 M€
1	<p>Plataforma de servicios y recursos para la PYME</p> <p>Plataforma web de colaboración público - privada para favorecer y promover el uso de las TIC por parte de las Pymes, y servir de centro de apoyo y de encuentro entre los proveedores de bienes y servicios TIC con las empresas.</p> <p>La Plataforma contempla una triple funcionalidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actuar como punto centralizado que aglutine, unifique y facilite el acceso a cualquier tipo de información sobre recursos o servicios en el ámbito TIC que puedan ser de utilidad para las PYME, disponibles por parte de la Administración General del Estado y todas aquellas administraciones, instituciones, asociaciones y grandes empresas del sector privado que se quieran sumar al proyecto. • Potenciar la relación y cooperación entre las empresas. • Conectar la oferta y demanda de solución TIC para las pymes permitiendo a las empresas proveedoras de soluciones tecnológicas orientadas a PYME y profesionales TIC, promocionar sus productos o servicios. <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Análisis de la situación actual y diseño de la Plataforma • Fase II (2014): Construcción de la Plataforma • Fase III (2014): Implantación y puesta en marcha 	0,5 M€
2	<p>Talleres y materiales formativos</p> <p>Conjunto de actuaciones para incentivar la implantación de soluciones tecnológicas para la gestión de pequeñas y medianas empresas, a través de, entre otros, los siguientes mecanismos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jornadas de divulgación sobre los beneficios del uso de las TIC en las pymes. • Talleres prácticos sobre el uso de soluciones tecnológicas de uso general por las empresas. • Talleres prácticos sobre el uso de soluciones tecnológicas de comercio electrónico. • Talleres prácticos sobre el uso de soluciones tecnológicas de carácter sectorial. • Generación de materiales formativos on-line <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Diseño detallado de la actuación • Fase II (2014): Ejecución de las actividades formativas 	0,8 M€
3	<p>Programa de fomento de la demanda de soluciones cloud para PYME</p> <p>Programa para promover la adopción por parte de las pymes y autónomos de soluciones empresariales fundamentalmente basadas en servicios "cloud</p>	135 M€

	<p>computing” así como el uso de redes de banda ancha ultrarrápida (4G para acceso móvil, +100Mbps para acceso fijo) que garantice una utilización óptima de dichos servicios.</p> <p>La medida contempla su aplicación sobre un número elevado de PYMEs y se articulará con mecanismos de colaboración público-privada, alineando esfuerzos con el sector privado.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Diseño detallado del programa • Fase II (2014-2015): Puesta en marcha del programa 	
4	<p>Alojamientos conectados</p> <p>Alojamientos Conectados se dirige a los Establecimientos Hoteleros y Alojamientos de Turismo Rural y contempla ayudas en especie por las cuales los beneficiarios recibirán los siguientes paquetes de soluciones y servicios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actuaciones para la informatización de la gestión: solución de gestión de la propiedad. Hardware y software asociado. • Actuaciones para mejorar la web: reportaje fotográfico, vídeo marketing y auditoría web. • Actuaciones de marketing online: plan de marketing online, mejora de la gestión de clientes, adecuación de sistemas a la LOPD y LSSICE, mejora de la reputación online, suscripción a canales de búsqueda y reserva a través de internet. <p>Se pretende impactar sobre 3.000 empresas.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2103): Publicación Convocatoria de ayudas. • Fase II (2013): Provisión de la solución a pymes beneficiarias 1ª Convocatoria. • Fase III (2014): Provisión de la solución a pymes beneficiarias 2ª Convocatoria. 	6,8 M€
5	<p>Centro Demostrador en materia de innovación turística</p> <p>Creación de un Centro Demostrador de referencia internacional en materia de Innovación Turística que aglutine a los principales actores del sector turístico y de las Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, que sirva como centro de encuentro entre grandes corporaciones, PYME, emprendedores e inversores.</p> <p>La creación del Hub impulsará el diseño, desarrollo, difusión y validación de aplicaciones y soluciones TIC a lo largo de toda la cadena de valor del sector turístico.</p> <p>Se pretende contribuir al desarrollo de destinos turísticos inteligentes (Smart Destinations) de forma alineada con las Ciudades Inteligentes (Smart Cities), mediante la incorporación eficiente de las TIC que proporcionen una mejora en la calidad y sostenibilidad en la prestación de los servicios turísticos, convirtiendo a España en ejemplo internacional de buenas prácticas e innovación en la aplicación de las TIC en el sector turístico.</p> <p>El Centro Demostrador se ubicará en Las Palmas de Gran Canaria.</p>	1,2 M€

	<p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Firma convenio • Fase II (2014): Proyecto técnico, equipamiento y establecimiento de acuerdos con el sector privado • Fase III (2014): Apertura del centro e inicio de la actividad 	
6	<p>Centro demostrador de Smart Cities, tecnologías ubicuas y contenidos digitales</p> <p>Creación de un Centro Público Demostrador de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para Innovación en Ciudades Inteligentes, Tecnologías Ubicuas y Contenidos Digitales.</p> <p>El Centro Público Demostrador proporciona a las empresas TIC interesadas una plataforma para mostrar a clientes potenciales, productos y servicios tecnológicos dirigidos a mejorar su productividad y competitividad y sirve de punto de encuentro entre la innovación TIC y las necesidades de la PYME.</p> <p>Como parte integrante del Centro Público Demostrador se pondrá en marcha un laboratorio urbano que estará dotado de la infraestructura necesaria para el desarrollo de productos y servicios relacionados con la eficiencia energética y la ciudad inteligente, así como el desarrollo de proyectos pilotos y demostradores en un entorno real. La creación de este Centro Demostrador y Laboratorio Urbano permitirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la creación de espacios de encuentro entre la oferta del sector TIC para ‘Smart Cities’, movilidad y contenidos digitales, y la potencial demanda de las empresas. • Facilitar la transferencia de tecnología, servicios especializados y conocimiento a las empresas del sector TIC para ‘Smart Cities’, movilidad y contenidos digitales; así como el desarrollo de nuevos proyectos, productos y servicios que incrementen la capacidad competitiva de las empresas. • Asesorar, capacitar y formar tecnológicamente a las empresas. • Poner los medios para la realización de pruebas e innovación de tecnologías, plataformas, productos, servicios, modelos de negocio, procesos, metodologías, etc. al servicio de las empresas. <p>El Centro Demostrador se ubicará en Málaga.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Firma convenio de colaboración Red.es Ayto. Málaga. • Fase II (2014): Proyecto técnico y dotación de equipamiento • Fase III (2014): Apertura del centro e inicio de la Actividad del Centro 	1,5 M€
7	<p>Desarrollo de la oferta TIC bajo el modelo Cloud Computing en PYME</p> <p>En materia de oferta, se realizarán acciones de sensibilización, capacitación y asesoramiento personalizado e individualizado, que permitan ayudar a las empresas a construir su modelo de transición al “cloud computing” bajo la perspectiva tecnológica y de negocio. Posteriormente, se apoyará a las empresas en la migración de soluciones al cloud.</p> <p>En cuanto a la demanda, se realizarán acciones de difusión y sensibilización para acercar el concepto cloud a las empresas y que éstas puedan conocer en profundidad sus beneficios. En una segunda etapa, estas labores se</p>	5 M€

	<p>complementarán con servicios de asesoramiento individualizado y especializado para acompañar a las pymes en el proceso de migración.</p> <p>Se prevé arrancar esta medida en Andalucía, como piloto de ejecución, con posibilidad de ampliarlo posteriormente a otras regiones.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Diseño detallado, publicación licitaciones, invitaciones y convocatorias públicas a empresas beneficiarias. • Fase II (2014-2015): Ejecución actuaciones. 	
Eje II: Fomentar la Factura Electrónica		0,6 M€
8	<p>Desarrollo normativo y difusión de recomendaciones en materia de factura electrónica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer las condiciones de relación entre las administraciones y sus empresas proveedoras en materia de factura electrónica e impulsar la facturación electrónica en el sector privado. • Facilitar el intercambio de experiencias y buenas prácticas en el proceso de desarrollo e implantación de la factura electrónica en España a través de la creación del Foro Nacional Multilateral sobre la facturación electrónica. <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013-2014): Ley de impulso de la factura electrónica y creación del registro contable de facturas en el sector público que recogerá así mismo una modificación de la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de medidas de impulso de la sociedad de la información. 	-
9	<p>Desarrollo y puesta en marcha del servicio FACe - Punto general de entradas de Factura Electrónica de la AGE</p> <p>Proporcionar un punto único de presentación de facturas electrónicas para toda la Administración que facilite las relaciones con la Administración de los proveedores, eliminando la necesidad de interactuar con múltiples sistemas y organismos.</p> <p>El Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas desarrolla un sistema que permite a proveedores la remisión de las facturas electrónicas a los distintos organismos pertenecientes a la Administración General del Estado (AGE).</p> <p>El sistema remite la factura electrónica al órgano destinatario, simplificando a los proveedores el envío de las mismas, al centralizar en un único punto todos los organismos de la AGE y al unificar el formato de factura electrónica siendo único para todos los organismos.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Puesta en producción del sistema, Orden Ministerial de regulación de FACe 	0,1 M€
10	<p>Implantación y promoción del uso del FACe</p> <p>Actuaciones para impulsar la implantación del servicio FACe –Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la AGE, así como la promoción de su uso en las AAPP y en las empresas que con ellas se relacionan.</p>	0,5 M€

	<p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013-2014): Acciones de promoción del FACE y adaptación de la aplicación “Gestión de la facturación electrónica” del MINETUR para su integración con el sistema FACE 	
Eje III: Fomento del comercio electrónico		12,3 M€
11	<p>Asesoramiento en Comercio Electrónico</p> <p>Convocatorias de ayudas financieras para contratar servicios de asesoramiento individual y especializado (mentoring) en la puesta en marcha de un canal online, seguida de una línea de ayudas para la implantación de soluciones tecnológicas de comercio electrónico. Se pretende asesorar a un número significativo de empresas.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Invitación Homologación servicios asesoramiento + Convocatoria a pymes • Fase II (2014-2015): Prestación Servicio Asesoramiento + Ayudas a la implantación 	12 M€
12	<p>Vendes en Internet</p> <p>Programa de capacitación a empresas que deseen poner en marcha una solución de comercio electrónico mediante la impartición de talleres, jornadas y acciones formativas. El programa promoverá servicios de asesoramiento y soporte multicanal (presencial, telefónico y telemático), así como la generación y publicación de contenidos digitales sobre productos, proveedores, noticias, casos de éxito.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013). Finaliza el 30 de junio • Todos los recursos generados y disponibles en el portal www.vendeseninternet.es se integrarán en la Plataforma de Recursos y Servicios para la Pyme 	0,3 M€
13	<p>Foro de Comercio Electrónico</p> <p>Constitución de un Grupo de trabajo público-privado para el análisis de las oportunidades y obstáculos del comercio electrónico y elaboración de un informe de recomendaciones.</p> <p><u>Fases</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Fase I (2013): Constitución del Grupo de Trabajo • Fase II (2014): Informe de recomendaciones 	-
14	<p>Centro de Referencia Nacional en Comercio Electrónico y Marketing Digital</p> <p>Creación de una oferta de profesionales formados en las nuevas disciplinas que se necesitan para montar con éxito un negocio online. La descripción de la medida se encuentra en el Plan de Inclusión Digital y Empleabilidad.</p>	<i>Contemplado en el plan de Inclusión Digital y Empleabilidad</i>