

Agenda Digital para España

PLAN DE TIC EN PYME Y COMERCIO ELECTRÓNICO

INFORME DE SEGUIMIENTO

Noviembre 2014

CONTENIDO

1. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA AGENDA
2. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA
3. DESARROLLO DE ACTIVIDADES
4. INDICADORES CLAVE

1. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LA AGENDA

- La Agenda Digital para España representa la estrategia del Gobierno en materia de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, cuyo objetivo principal es el desarrollo de la economía y la sociedad digital en España, cumpliendo asimismo con los objetivos establecidos en la Agenda Digital para Europa.
- Para ello, la Agenda Digital para España establece un marco de gobernanza que define los instrumentos adecuados para el seguimiento, evaluación y revisión de los planes específicos de la Agenda.
- Este marco incluye la publicación de un **informe anual** sobre los resultados de todas las actividades desarrolladas en la Agenda Digital para España y un **plan de acción anual** que permita añadir, modificar y extender los planes específicos que la componen.
- El presente documento muestra un avance del estado del **Plan de TIC en PYME y comercio electrónico** según la situación existente a finales del tercer trimestre de 2014.
- Los datos e indicadores proporcionados en este informe son provisionales y están pendientes de su consolidación en el informe anual de la Agenda Digital para España, que se publicará en próximas fechas, y en el Plan de acción anual, que permitirá, si fuese necesario, actualizar las medidas de los planes en función del alcance logrado en los objetivos marcados por la Agenda.

2. OBJETIVOS Y ESTRUCTURA

Descripción del plan

- El uso intensivo e inteligente de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones es una de las palancas tractoras 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.
- Para ello, la Agenda Digital para España establece el Plan de TIC en PYME y comercio electrónico, orientado 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.



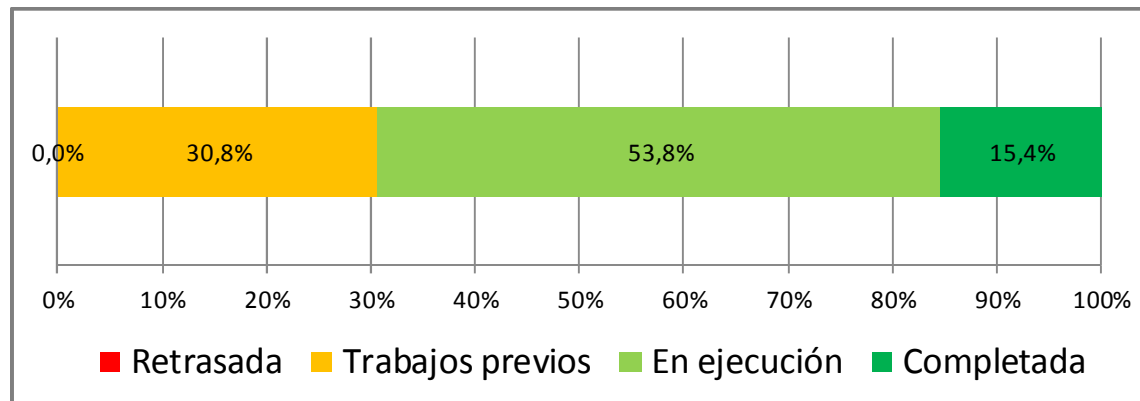
Estructura del plan

- Eje I: Incentivar el uso transformador de las TIC en las PYME
- Eje II: Fomentar la factura electrónica
- Eje III: Fomentar el comercio electrónico

3. DESARROLLO DE ACTIVIDADES

Aspectos clave

- Se ha recibido un elevado número de solicitudes en los programas de asesoramiento e implantación de soluciones tecnológicas de comercio electrónico.
- También existe una gran demanda de solicitud de ayudas para el fomento de la oferta de soluciones *cloud* por parte de las pymes de varias Comunidades Autónomas.
- Los proyectos de Centros Demostradores de soluciones TIC para los sectores de Turismo y *Smartcities* se encuentran en fase avanzada de ejecución.
- Se están dando los pasos necesarios para la puesta en marcha del Centro de Referencia Nacional en Comercio electrónico y Marketing digital, que permitirá impulsar la formación y emprendimiento de profesionales en el ámbito del comercio electrónico y el marketing digital.



4. INDICADORES CLAVE

| I2 | 2. Indicadores Plan TIC en PYME | Objetivo 2015 | 2014 | Valor inicial ES 2011 | Valor actual EU |
|-----|---|---------------|-------|-----------------------|-----------------|
| I21 | Empresas que envían o reciben factura electrónica en un formato estandarizado | 40% | 21,0% | 23,5% | 29,0% |
| I22 | Microempresas con página web propia | 55% | 28,7% | 28,6% 2012 | -- |
| I23 | Empresas que usan soluciones software, como CRM para analizar información sobre clientes con fines de marketing | 25% | 28,5% | 20% 2010 | 19,0% |
| I24 | Población que realiza compras online | 50% | 37,4% | 27,3% | 47,0% |
| I25 | Población que realiza compras online transfronterizas | 20% | 14,6% | 8,8% | 12,0% |
| I26 | PYME que realizan ventas online | 33% | 16,0% | 10,7% | 14,0% |
| I27 | PYME que realizan compras online | 33% | 25,0% | 19,7% | 18,0% |

Disponibilidad de información: Para el seguimiento de este Plan se han establecido un total de 7 indicadores y se tiene información de 2014 para todos ellos del ONTSI (*"Indicadores destacados de la sociedad de la información"*. Octubre 2014).