

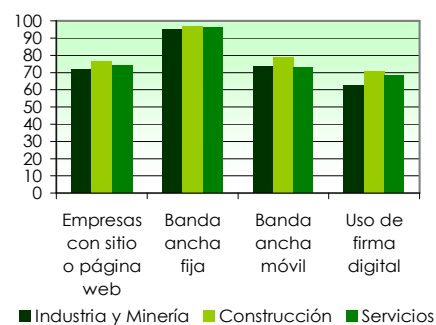
En 2016 el 97% de las empresas cántabras con 10 o más empleados disponían de conexión a Internet

Según el informe realizado por el Instituto Cántabro de Estadística a partir de la Encuesta sobre el uso de TIC y del Comercio Electrónico en las empresas que realiza el INE, en el primer trimestre de 2016 el 96,9% de las empresas cántabras con 10 o más empleados disponían de conexión a Internet. El 95,8% de estas empresas acceden a la red mediante alguna solución de banda ancha fija y el 73,9% mediante banda ancha móvil. Las tecnologías más utilizadas para acceder a la red fueron la conexión mediante soluciones DSL (79,7%) (10,8 puntos menos respecto al año anterior) y el teléfono móvil con tecnología 3G o superior (65,2%). Cabe destacar que las redes de cable y fibra óptica han aumentando 18 puntos respecto al año anterior hasta llegar al 35,6%.

El sector de la industria y minería fue el que registró un mayor porcentaje de empresas con conexión a Internet con un 98,9%, seguido del sector servicios (98,6%) y de la construcción (88,3%). En el sector de la construcción un 78,5% de dichas conexiones fueron de banda ancha móvil, mientras que en la industria y minería y en los servicios estos porcentajes fueron de un 73,5% y 72,8% respectivamente.

El 67% de empresas cántabras con 10 o más empleados utilizó la firma digital para enviar información. De éstas el 21,8% la utilizó para relacionarse con sus clientes o proveedores y el 100% para relacionarse con la Administración Pública.

Uso de las Tecnologías de la Información por sectores de actividad (%)



Especialistas en TIC

En el año 2015, un 20,8% de las empresas emplearon especialistas en TIC. En el caso de las empresas de 250 o más empleados, este porcentaje fue del 58,3%.

Un 18,3% de las empresas proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados, registrando el sector de la industria y minería el mayor porcentaje (25,0%) seguido del sector servicios (17,2%) y de la construcción (10,0%).

Disponibilidad y uso de página web

El 73,9% de las empresas contaba con sitio o página web. Los principales servicios ofertados son la presentación de la empresa (88,7%) y la declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (61,2%).

El 100% de las empresas de 250 o más empleados disponía de sitio o página web.

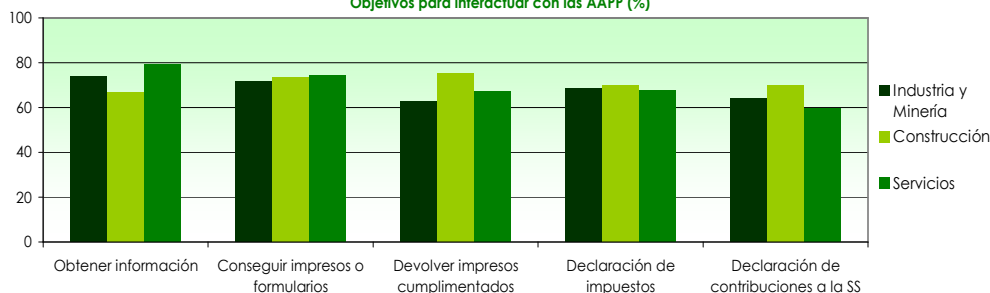
Un 76,6% de las empresas de construcción con conexión a Internet tenía a su vez página Web, frente a un 74,3% en el sector servicios y a un 71,8% en la industria y minería.

Uso de Internet para relacionarse con las Administraciones Públicas

En el año 2015, el 88,8% de las empresas interactuó con las Administraciones Públicas a través de Internet. El sector de la construcción fue el que registró un mayor porcentaje (97,0%), seguido del sector servicios y la industria y minería con un 91,3% y 80,2% respectivamente. El principal objetivo fue la obtención de información (75,7%).

Un 97,7% de las empresas de 50 a 249 empleados interactuaron con las Administraciones Públicas, mientras que en el caso de las de 250 o más empleados, este porcentaje fue de 95,8%.

Objetivos para interactuar con las AAPP (%)



Publicidad dirigida

En el año 2015, un 17,1% de las empresas pagaron por anunciarse en Internet, usando algún método de publicidad dirigida. En el caso del sector servicios este porcentaje alcanza el 20%, en la industria y minería el 19,8% y en la construcción un 1,7%. El método más usado de publicidad dirigida es el basado en contenido de páginas web o búsqueda de palabras clave por los usuarios, con un 82,4%.

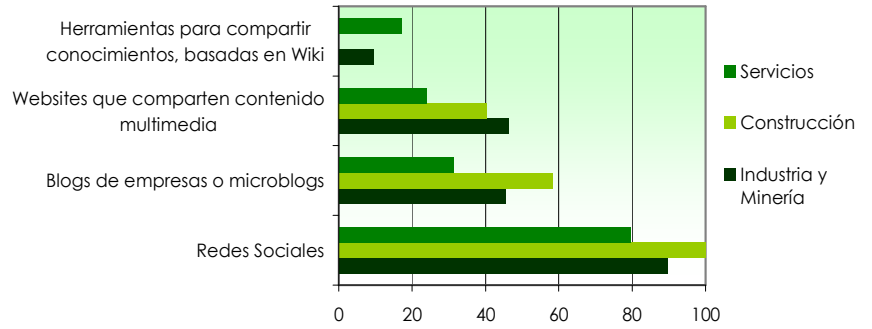
Un 97,7% de las empresas de 50 a 249 empleados utilizan publicidad dirigida, mientras que para las empresas de 250 o más este porcentaje fue de 95,8%.

Medios sociales

Un 36,6% de las empresas utilizaron medios sociales, 4,7 puntos más que el año anterior. Este porcentaje alcanzó el 58,3% en las empresas con 250 o más empleados.

El 85,8% de las empresas usaron redes sociales, siendo el sector de la construcción donde se registró un mayor porcentaje de empresas (100%), seguido de la industria y minería (89,7%) y por último del sector servicios (79,5%).

Medios sociales (% de empresas)



Cloud computing

El 14,6% de las empresas compran soluciones de Cloud Computing en el año 2015. El principal servicio de Cloud Computing comprado por estas empresas ha sido el e-mail con un 75,5%.

En las empresas de 250 o más empleados, un 29,2% compran soluciones de Cloud Computing.

El 85,1% de las empresas que compran Cloud Computing lo hacen pagando algún servicio que reside en servidores compartidos, 22 puntos más que el año anterior, mientras que tan sólo un 20,0% lo hacen pagando servicios exclusivamente para su empresa.

Big data

En el año 2015, el 6,6% de las empresas realizaron análisis de Big Data. De estas empresas, un 53,2% usó como fuente los datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles, seguido de los datos generados por medios sociales (39,1%) y en último lugar con un 14,7% los datos de la propia empresa con sensores o dispositivos inteligentes y otras fuentes de Big Data.

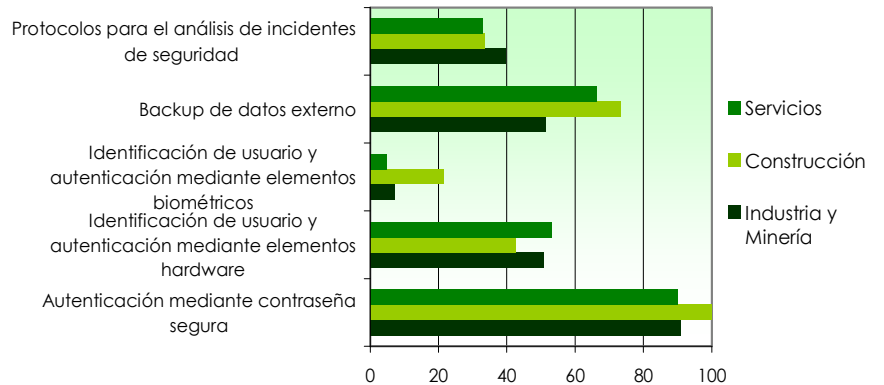
En cuanto al personal que realizó el análisis de Big Data, un 78,3% de las empresas lo realizaron con su propio personal.

Seguridad TIC

El 83,8% de las empresas emplea sistemas internos de seguridad, registrando el sector servicios el mayor porcentaje (85,2%) seguido de la industria y minería (85,1%) y de la construcción (77,1%). En el caso de las empresas de 250 o más empleados, este porcentaje alcanzó el 91,7%.

El más sistema de seguridad más usado es la autenticación mediante contraseña segura, con un 91,9%, seguido del backup de datos externo, con un 62,9%.

Seguridad TIC (% de empresas)

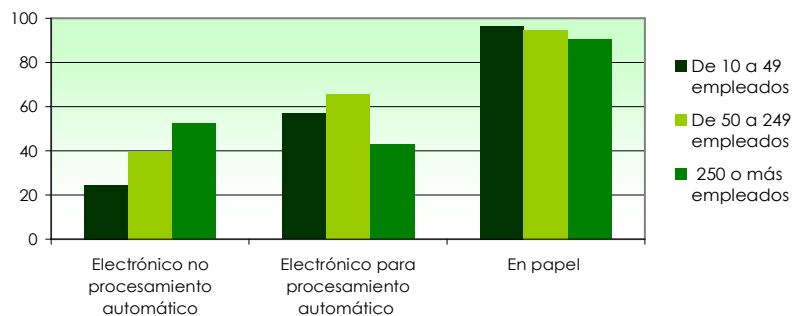


Factura electrónica

En el año 2015, un 80,1% de las empresas enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas. De estas empresas, un 27,2% lo hicieron en formato electrónico que permite su procesamiento informático automático.

En el caso de las empresas con 250 o más empleados, un 87,5% enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas. De estas empresas, un 52,4% lo hicieron en formato electrónico que permite su procesamiento automático.

Factura electrónica (% de empresas)

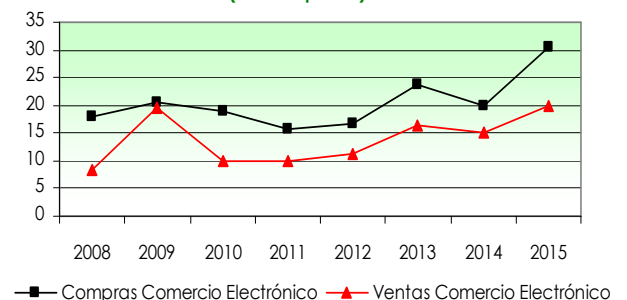


Comercio Electrónico

El 30,5% de las empresas con 10 o más asalariados realizaron compras a través del comercio electrónico por Internet. Este porcentaje fue superior en los servicios (37,5%) que en el resto de los sectores, cuyos porcentajes fueron de un 23,6% en la industria y minería y de un 21,1% en la construcción.

Por otro lado, solo un 19,9% de las empresas con 10 o más empleados realizó ventas a través del comercio electrónico por Internet. Un 26,1% de las empresas de industria y minería vendieron a través del comercio electrónico por Internet, en el caso de los servicios y el sector de la construcción este porcentaje fue del 20,8% y 6,2% respectivamente.

Empresas que realizan comercio electrónico (% de empresas)



Resultados por Sector de Actividad

Sector de actividad	Cantabria				España			
	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total

I. Información general sobre el uso de las TIC

1.1 % Empresas que:

Disponían de ordenador (ordenador portátil, PDA, Blackberry, smartphone, etc.)	100,0	94,1	98,8	98,4	98,9	99,2	99,2	99,1
Disponían de Internet	98,9	88,3	98,6	96,9	97,7	98,9	98,5	98,4
Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil (3)	54,8	70,2	56,1	57,9	60,0	61,8	63,4	62,3
Pagaron por anunciarse en Internet (3)	20,7	1,7	23,6	19,3	18,8	16,2	26,0	22,9

1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores con fines empresariales	49,5	25,3	59,1	52,1	52,1	44,6	64,1	59,6
Utiliza ordenadores conectados a internet con fines empresariales	42,3	24,8	43,7	41,2	43,6	43,0	55,0	51,2
Se le proporciona un dispositivo portátil que permita la conexión móvil a internet para uso empresarial (1)	19,0	16,0	15,3	16,7	22,4	28,8	26,1	25,3

1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	87,7	88,3	90,0	89,0	85,2	87,9	86,1	86,1
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	37,1	32,6	48,1	42,1	37,0	38,0	40,6	39,4
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	85,8	85,6	87,0	86,4	80,4	83,5	81,7	81,6
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	56,0	64,2	68,4	64,0	57,6	65,4	60,0	60,0
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	28,9	22,9	23,2	24,9	25,3	25,9	30,8	28,7
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	13,6	20,9	15,7	15,9	23,5	15,0	26,0	24,0
Otras, como software de seguridad (p.e. Open SSL, SSH), plataformas de aprendizaje (p.e. Moodle...), servidores de correo electrónico (p.e. Send Mail, Postfix) ...	34,3	34,0	34,6	34,4	31,5	33,3	38,8	36,2

1.3.1 % Empresas cuyos motivos para no usar software de código abierto eran los siguientes (10):

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	4,9	0,0	1,3	2,1	5,7	4,6	5,4	5,4
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	0,6	0,0	4,1	2,3	6,2	5,9	6,2	6,2
La inercia del mercado	2,7	0,0	2,0	1,9	5,1	5,1	4,7	4,9
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	2,4	0,0	2,8	2,2	4,4	3,6	4,0	4,1
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	3,7	0,0	2,9	2,7	5,2	4,8	4,8	4,9
Otros	0,6	5,9	0,0	1,2	1,9	1,1	2,0	1,9

1.4 Integración de la información dentro de la empresa:

% Empresas que disponen de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	30,9	18,4	32,6	29,7	32,4	23,5	40,8	36,4
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	26,5	18,4	31,6	27,8	30,6	22,3	38,8	34,6
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	19,1	12,1	28,2	22,7	23,7	14,2	31,3	27,2

2. Especialistas en TIC

2.1 % Empresas que:

Emplearon especialistas en TIC	21,8	21,8	19,9	20,8	26,5	14,1	28,8	26,3
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	25,0	10,0	17,2	18,3	23,3	16,1	25,0	23,4
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	47,0	26,6	55,5	49,3	56,4	35,4	59,6	56,7
Proporcionaron actividades formativas en TIC a otro personal empleado de la empresa (2)	87,3	100,0	62,8	76,3	80,7	85,5	80,0	80,7
Contrataron o intentaron contratar especialistas en TIC	9,2	11,7	7,2	8,6	10,8	7,5	15,3	13,2
Tuvieron dificultad para cubrir alguna vacante de especialista en TIC	0,0	0,0	0,3	0,2	1,2	0,6	3,1	2,3

2.2 Desarrollo de las funciones TIC en la empresa:

2.2.1 % Empresas donde fueron principalmente los propios empleados los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	35,2	34,7	28,3	31,5	29,6	24,6	32,0	30,5
Soporte para el software de la oficina	56,2	45,2	45,3	48,6	42,5	40,2	46,1	44,4
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	15,8	12,4	8,9	11,6	17,9	12,4	18,4	17,5
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	17,4	10,3	18,1	16,6	19,7	14,4	21,2	20,0
Desarrollo de soluciones web	15,1	13,6	13,8	14,2	13,9	10,0	18,8	16,4
Soporte de soluciones web	11,6	13,6	13,0	12,7	13,8	9,4	19,3	16,6
Seguridad y protección de datos	27,4	34,5	20,0	24,7	24,5	22,1	27,3	25,9

2.2.2 % Empresas donde fueron principalmente los proveedores externos los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	61,3	49,5	63,0	60,2	58,9	62,0	57,5	58,4
Soporte para el software de la oficina	35,2	40,4	46,1	41,9	45,1	46,8	42,7	43,9
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	52,6	59,8	60,7	58,1	52,7	49,2	54,9	53,6
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	51,5	52,5	58,1	55,2	54,4	47,8	55,3	54,2
Desarrollo de soluciones web	43,3	47,3	41,2	42,9	51,9	40,7	48,8	48,6
Soporte de soluciones web	39,7	39,9	45,5	42,8	50,1	40,0	47,7	47,3
Seguridad y protección de datos	61,2	43,8	67,1	61,4	59,0	57,6	59,6	59,2

Resultados por Sector de Actividad

Sector de actividad	Cantabria				España			
	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total

3. Acceso y uso de Internet

3.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Banda ancha (fija o móvil)	100,0	100,0	100,0	100,0	99,1	100,0	99,6	99,5
Banda ancha fija	95,1	96,4	96,0	95,8	92,8	95,6	95,6	94,9
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	80,4	74,8	80,8	79,7	73,2	75,1	70,0	71,5
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	39,5	30,3	35,0	35,6	33,9	30,8	46,7	41,4
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	3,8	8,7	3,6	4,4	7,1	4,8	5,7	5,9
Banda ancha móvil	73,5	78,5	72,8	73,9	83,1	83,0	82,7	82,9
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	57,5	58,6	61,5	59,8	63,7	59,1	64,6	63,7
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	66,7	78,5	60,5	65,2	70,8	72,1	71,6	71,4
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	15,0	28,9	25,3	22,7	25,8	25,9	25,8	25,8

3.2 % Empresas con banda ancha fija cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	2,5	6,7	2,6	3,2	1,4	1,8	1,0	1,2
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	33,5	31,7	35,6	34,3	35,4	33,5	23,2	27,7
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	28,8	18,9	22,0	23,6	25,3	29,4	26,3	26,4
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	20,2	19,1	17,9	18,8	15,4	15,9	19,8	18,2
100 Mb/seg o superior	10,2	20,0	18,0	15,9	15,4	15,1	25,2	21,4

3.3 % Empresas que proporcionan dispositivo portátil con conexión móvil para (1) (3)

Acceder a correo electrónico de la empresa	64,9	88,2	70,0	71,2	80,0	80,2	79,1	79,5
Acceder y modificar documentos de empresa	33,6	43,4	41,7	39,5	47,4	42,9	46,5	46,3
Usar aplicaciones informáticas de la empresa	33,9	36,5	46,7	41,2	49,2	41,8	51,6	49,7

3.4 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web

% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para (3):	71,8	76,6	74,3	73,9	80,7	68,9	77,9	77,5
Presentación de la empresa (4)	88,7	88,2	88,9	88,7	91,0	84,5	89,3	89,3
Recepción de pedidos o reservas online (4)	14,0	0,0	21,4	15,8	12,4	3,6	25,7	19,7
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	46,9	31,2	35,9	38,4	53,0	29,1	52,0	49,8
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	8,9	8,7	5,0	6,8	4,3	3,3	9,7	7,5
Seguimiento online de pedidos (4)	3,9	0,0	7,3	5,1	7,0	2,9	15,0	11,5
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	4,8	0,0	5,7	4,5	5,9	5,8	9,5	8,1
Vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales (4)	39,3	50,5	36,8	39,7	33,5	28,6	51,9	44,3
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	54,9	77,4	59,9	61,2	62,1	61,3	73,8	69,3
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	16,6	13,3	17,4	16,5	15,4	19,6	26,2	22,5
Posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones (4)	27,6	44,0	19,0	25,6	23,1	26,5	31,9	28,9

3.5 Interacción con las AAPP (3)

% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	80,2	97,0	91,3	88,8	89,7	93,0	91,7	91,3
Obtener información	73,9	66,6	79,4	75,7	83,2	86,7	85,2	84,9
Conseguir impresos o formularios	71,7	73,6	74,2	73,4	82,3	85,4	84,1	83,8
Devolver impresos cumplimentados	62,9	75,0	67,1	67,0	73,9	74,2	75,2	74,7
Declaración de impuestos	68,2	70,1	67,7	68,2	76,8	74,9	78,0	77,3
Declaración de contribuciones a la SS	64,1	70,0	59,4	62,5	60,4	65,5	63,6	63,0

3.6. Publicidad dirigida

% Empresas que pagan por anunciarse en Internet usando métodos de publicidad dirigida (3)	19,8	1,7	20,0	17,1	17,1	14,5	23,2	20,5
Basada en contenido de pág web o búsqueda de palabras clave por usuarios (12)	76,4	100,0	85,4	82,4	81,3	86,2	83,6	83,4
Basada en rastreo de actividades anteriores de usuarios o perfiles en Internet (12)	49,2	100,0	41,5	45,2	28,4	29,8	40,1	36,6
Basada en geolocalización de usuarios de Internet (12)	43,9	0,0	43,1	42,8	28,3	19,5	34,1	31,5
Con otro método de publicidad dirigida distinto de los anteriores (12)	51,6	0,0	52,9	51,6	46,3	41,3	50,4	48,7

3.7 Firma digital

% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para (3):	62,4	70,8	68,5	67,0	74,8	76,7	74,8	75,1
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	22,6	31,3	18,6	21,8	24,8	23,1	29,2	27,3
Relacionarse con la Administración Pública (5)	100,0	100,0	100,0	100,0	98,9	99,3	98,8	98,9

4. Medios sociales

4.1 % Empresas que utilizaron Medios Sociales (3):

% Empresas que utilizaron Medios Sociales	35,5	37,1	37,1	36,6	35,7	27,5	49,1	42,9
---	------	------	------	------	------	------	------	------

4.2 % Empresas que utilizaron los siguientes tipos de medios sociales (9):

Redes Sociales	89,7	100,0	79,5	85,8	92,1	89,5	95,8	94,5
Blogs de empresas o microblogs	45,5	58,3	31,4	39,8	38,3	25,8	47,5	43,8
Websites que comparten contenido multimedia	46,4	40,4	23,9	33,2	45,1	29,2	43,2	42,5
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	9,5	0,0	17,1	12,1	7,9	8,4	11,8	10,7

4.3 % Empresas que consideran que los medios sociales son (9):

Muy útiles para la generación o desarrollo de su negocio	37,2	8,1	39,4	33,8	38,6	41,4	52,6	48,7
Algo útiles para la generación o desarrollo de su negocio	51,7	90,4	43,8	53,5	51,4	51,4	39,2	42,8
Nada útiles para la generación o desarrollo de su negocio	1,6	1,5	16,7	9,8	4,3	3,2	3,3	3,5

Resultados por Sector de Actividad

Sector de actividad	Cantabria				España			
	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total

5. Cloud computing

5.1 % Empresas que compraron algún servicio de cloud computing (3):

% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	10,9	0,0	21,0	14,6	16,9	11,1	22,0	19,3
--	------	-----	------	------	------	------	------	------

5.2 % Empresas que compraron los siguientes servicios de cloud computing (6):

E-mail	63,6	0,0	79,0	75,5	68,8	68,1	72,2	71,2
Software Office	25,1	0,0	56,7	49,5	37,5	31,4	39,5	38,5
Servidor de bases de datos de la empresa	64,4	0,0	39,3	45,0	50,4	48,0	63,7	59,6
Almacenamiento de ficheros	30,3	0,0	36,5	35,1	66,2	67,4	69,6	68,7
Aplicaciones de software financiero o contable	23,6	0,0	31,8	29,9	21,1	35,6	28,9	27,6
Aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	17,3	0,0	35,1	31,0	23,1	14,8	33,2	29,5
Capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa	17,3	0,0	16,3	16,5	22,4	31,3	32,4	30,0

5.3 % Empresas que compraron servicios de cloud computing desde (6):

Servidores de proveedores de servicios compartidos	84,4	0,0	85,4	85,1	70,6	57,9	69,7	69,1
Servidores de proveedores de servicios reservados exclusivamente para su empresa	22,5	0,0	19,3	20,0	43,6	47,9	50,4	48,7

6. Big Data

6.1 % Empresas que analizaron Big Data:

% Empresas que analizaron Big Data	5,2	0,0	9,6	6,6	5,7	5,6	10,4	8,5
------------------------------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----

6.2 % Empresas que analizaron Big Data por tipo de fuente (11):

Datos de la propia empresa con sensores o dispositivos inteligentes	35,2	0,0	8,3	14,7	41,2	18,7	34,6	34,5
Datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles	25,7	0,0	61,7	53,2	33,2	72,7	52,0	50,4
Datos generados por medios sociales	55,3	0,0	34,1	39,1	45,1	37,6	50,6	48,6
Otras fuentes de Big Data	5,4	0,0	17,5	14,7	14,3	10,6	23,3	20,7

6.3 % Empresas cuyo análisis de Big Data lo hicieron (11):

Sus propios empleados	39,3	0,0	90,3	78,3	85,4	98,1	80,2	82,6
Proveedores externos	77,0	0,0	60,6	64,5	29,0	9,3	36,7	33,1

7. Seguridad TIC

7.1 % Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:

% Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:	85,1	77,1	85,2	83,8	85,9	85,2	89,7	88,1
Autenticación mediante contraseña segura (7)	90,8	100,0	90,2	91,9	94,8	95,2	94,7	94,8
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos hardware (7)	50,9	42,7	53,2	50,8	55,9	54,0	54,1	54,6
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos biométricos (7)	7,3	21,5	4,9	8,2	14,2	11,4	15,6	14,7
Backup de datos externo (7)	51,4	73,4	66,4	62,9	59,4	52,6	66,4	63,0
Protocolos para el análisis de incidentes de seguridad (7)	39,8	33,6	32,9	35,1	40,5	33,2	47,5	44,0

8. Factura electrónica

8.1 % Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas:

% Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas	79,8	83,8	79,1	80,1	81,2	85,7	84,5	83,8
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...) (8)	24,3	33,4	26,7	27,2	24,2	47,6	30,6	31,2
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas (8)	6,9	1,8	5,9	5,5	5,5	11,0	6,7	6,9
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel) (8)	57,5	70,3	53,7	57,8	66,3	60,0	70,6	68,1
En papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	96,4	92,6	97,2	96,1	94,1	90,5	91,4	92,0
Sólo en papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	36,7	24,2	35,9	34,1	24,9	17,2	21,0	21,5

8.2 % Empresas que recibieron facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	18,0	21,6	17,6	18,4	17,7	15,5	19,7	18,6
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas	1,4	0,0	6,8	4,0	1,4	2,5	3,5	2,8
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	67,0	67,7	67,4	67,3	73,5	65,9	74,6	73,2

9. Gasto en las TIC

9.1 Gasto en las TIC durante 2015 (miles de euros)

Gasto total en bienes de Tecnologías de la Información y de Comunicación	5.359,6	199,3	4.671,7	10.230,6	629.822,2	51.516,4	2.828.512,3	3.509.850,9
Gasto total en software, estándar o a medida	5.854,2	327,5	3.883,5	10.065,2	658.792,3	54.437,4	2.473.418,0	3.186.647,7
Gasto total en servicios y consulta de tecnologías de la información, servicios de telecomunicaciones o de otros servicios TIC	6.375,8	355,5	6.060,3	12.791,7	1.027.941,4	91.709,5	3.547.943,6	4.667.594,5
Otros gastos en TIC	3.486,9	4,0	1.403,8	4.894,7	349.163,4	22.036,0	1.493.083,8	1.864.283,3

Resultados por Sector de Actividad

Sector de actividad	Cantabria				España			
	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total	Industria y minería	Construcción	Servicios (exc. CNAE 56, 75, 95, 1 y financieras)	Total

10. Uso de comercio electrónico

10.1 Compras comercio electrónico:

% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	23,6	21,1	37,5	30,5	27,5	24,5	35,6	32,1
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	200.749	16.620	427.569	644.938	85.251.895	836.905	111.227.470	197.316.270
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	4,6	6,9	14,3	8,5	22,2	2,3	20,2	20,3
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	34,5	29,2	28,3	30,0	44,3	6,8	42,2	42,1

10.1.1 Origen geográfico de las compras (14):

% Con origen España	42,2	100,0	99,2	81,5	79,7	85,6	80,7	80,3
% Con origen otros países de la UE (13)	51,1	0,0	0,6	16,3	16,9	9,0	15,8	16,2
% Con origen el resto de países	6,6	0,0	0,2	2,2	3,4	5,4	3,5	3,5

10.2 Compras comercio electrónico mediante WEB:

% Empresas que han comprado mediante página web	22,3	14,9	35,8	28,2	26,4	23,6	34,1	30,8
Importe de las compras mediante página web (miles euros)	45.078	1.744	221.574	268.395	26.734.743	743.967	41.727.026	69.205.736
% Compras mediante página web sobre total de compras	1,0	0,7	7,4	3,5	7,0	2,0	7,6	7,1

10.2.1 Origen geográfico de las compras (15):

% Con origen España	98,0	100,0	98,6	98,5	86,5	86,6	79,4	82,3
% Con origen otros países de la UE (13)	1,2	0,0	1,1	1,1	10,4	7,4	17,2	14,5
% Con origen el resto de países	0,8	0,0	0,4	0,4	3,1	6,0	3,4	3,3

10.3 Compras comercio electrónico mediante mensajes tipo EDI o similar:

% Empresas que han comprado mediante mensajes tipo EDI o similar	3,1	6,2	7,8	6,1	3,8	2,9	5,1	4,5
Importe de las compras mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	155.672	14.877	205.995	376.543	58.517.152	92.938	69.500.444	128.110.534
% Compras mediante mensajes tipo EDI o similar sobre total de compras	3,6	6,1	6,9	5,0	15,2	0,3	12,6	13,2

10.3.1 Origen geográfico de las compras (16):

% Con origen España	26,1	100,0	100,0	69,4	76,6	77,3	81,5	79,3
% Con origen otros países de la UE (13)	65,6	0,0	0,0	27,1	19,8	21,8	14,9	17,2
% Con origen el resto de países	8,3	0,0	0,0	3,4	3,6	0,9	3,6	3,6

10.4 Ventas comercio electrónico:

% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	26,1	6,2	20,8	19,9	19,2	3,7	23,9	20,1
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	1.406.866	10.929	142.325	1.560.120	109.621.665	807.622	107.788.716	218.218.003
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	23,6	2,2	3,5	14,8	20,6	1,3	13,5	15,7
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	34,5	30,0	10,2	28,3	46,8	32,9	29,3	36,1

10.5 Ventas página Web:

% Empresas que han realizado ventas por página web	10,0	0,0	14,9	10,9	9,4	2,5	19,3	14,6
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	229.739	0	67.423	297.162	18.094.391	320.344	51.284.772	69.699.507
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	3,9	0,0	1,6	2,8	3,4	0,5	6,4	5,0
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	13,8	0,0	6,1	10,7	16,4	29,2	17,8	17,4

10.5.1 Tipo de cliente (17):

% Con destino a los hogares (B2C)	4,8	0,0	47,9	14,6	12,2	33,5	38,9	32,0
% Con destino a otras empresas (B2B)	94,6	0,0	48,8	84,2	85,1	63,7	58,7	65,6
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	0,7	0,0	3,3	1,3	2,7	2,8	2,4	2,5

10.5.2 Destino geográfico de las ventas (17):

% Con destino España	86,5	0,0	91,8	87,7	88,5	90,5	82,4	84,0
% Con destino otros países de la UE (13)	13,5	0,0	6,7	12,0	9,5	2,1	12,8	11,9
% Con destino el resto de países	0,0	0,0	1,5	0,3	2,0	7,4	4,9	4,1

10.6 Ventas EDI o similar:

% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	17,5	6,2	11,2	12,2	12,4	1,5	6,9	7,7
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	1.177.127	10.929	74.903	1.262.958	91.527.274	487.278	56.503.944	148.518.496
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	19,8	2,2	1,8	12,0	17,2	0,8	7,1	10,7
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	47,4	30,0	10,1	38,8	47,9	34,7	38,5	43,7

10.6.1 Tipo de cliente (18):

% Con destino a otras empresas (B2B)	100,0	80,0	99,2	99,8	13,0	1,1	7,6	10,9
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	0,0	20,0	0,8	0,2	2,5	0,3	4,2	3,1

10.6.2 Destino geográfico de las ventas (18):

% Con destino España	55,1	100,0	100,0	58,1	97,9	93,0	93,4	96,2
% Con destino otros países de la UE (13)	38,1	0,0	0,0	35,5	2,1	7,0	6,6	3,8
% Con destino el resto de países	6,9	0,0	0,0	6,4	84,5	98,6	88,2	86,0

Resultados para la Industria y los Servicios

Industria y Servicios	Industria				Servicios			
	Alimentación bebidas y tabaco	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	Resto de industria y minería	Comercio	Hostería (excluida CNAE 56, servicio de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95.1 y financieras)	

I. Información general sobre el uso de las TIC

1.1 % Empresas que:

Disponían de ordenador (ordenador portátil, PDA, Blackberry, smartphone, etc.)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	92,1	100,0
Disponían de Internet	95,7	100,0	100,0	100,0	100,0	92,1	99,2
Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil (3)	39,6	62,1	58,5	51,1	31,8	55,3	71,0
Pagaron por anunciarse en Internet (3)	30,5	4,6	25,0	16,3	67,8	3,4	32,9

1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores con fines empresariales	38,4	49,5	53,5	68,1	52,5	59,3	48,5
Utiliza ordenadores conectados a internet con fines empresariales	30,7	40,8	47,3	40,7	39,4	43,7	48,3
Se le proporciono un dispositivo portátil que permita la conexión móvil a internet para uso empresarial (1)	11,6	14,8	23,9	14,7	4,5	19,9	15,7

1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	75,7	99,0	87,6	92,0	92,2	83,9	89,5
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	26,8	52,6	33,5	52,4	33,9	37,8	50,2
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	69,3	99,0	87,0	87,1	92,2	83,9	87,0
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	51,2	51,7	61,3	71,3	45,7	59,5	74,2
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	21,9	33,6	30,1	22,1	13,9	13,2	32,5
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	16,7	13,3	12,1	20,2	13,9	10,4	11,6
Otras, como software de seguridad (p.e. Open SSL, SSH), plataformas de aprendizaje (p.e. Moodle...), servidores de correo electrónico (p.e. Send Mail, Postfix) ...	28,4	31,4	39,3	31,1	21,6	21,0	50,3

1.3.1 % Empresas cuyos motivos para no usar software de código abierto eran los siguientes (13):

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	19,0	0,0	0,0	2,2	0,0	0,0	0,8
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	1,1	0,0	0,6	3,0	7,8	2,1	5,9
La inercia del mercado	10,6	0,0	0,0	2,4	7,8	0,0	0,8
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	9,5	0,0	0,0	0,8	7,8	0,0	5,9
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	9,5	0,0	2,7	2,5	0,0	0,0	5,9
Otros	0,0	1,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0

1.4 Integración de la información dentro de la empresa:

% Empresas que disponen de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	32,2	34,8	27,8	43,6	19,6	2,1	34,0
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	18,5	34,8	26,0	43,3	15,5	2,1	32,1
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	20,5	12,7	22,2	41,7	11,8	1,1	24,8

2. Especialistas en TIC

2.1 % Empresas que:

Emplearon especialistas en TIC	11,7	11,8	33,4	22,0	13,9	6,3	25,0
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	20,9	23,8	28,0	14,9	16,3	10,4	24,6
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	32,5	12,7	70,4	15,3	0,0	100,0	94,5
Proporcionaron actividades formativas en TIC a otro personal empleado de la empresa (2)	89,6	95,8	82,1	90,4	100,0	10,2	41,0
Contrataron o intentaron contratar especialistas en TIC	12,7	1,7	11,7	3,3	15,5	10,0	9,7
Tuvieron dificultad para cubrir alguna vacante de especialista en TIC	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,5

2.2 Desarrollo de las funciones TIC en la empresa:

2.2.1 % Empresas donde fueron principalmente los propios empleados los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	17,5	45,0	39,2	24,3	9,8	32,1	37,5
Soporte para el software de la oficina	45,3	50,4	65,8	48,0	35,9	40,3	46,1
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	11,1	22,5	14,5	6,9	0,0	21,2	8,2
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	6,8	28,5	16,6	14,4	7,8	25,1	23,4
Desarrollo de soluciones web	6,4	26,1	13,4	2,7	7,8	21,9	29,0
Soporte de soluciones web	2,2	16,4	14,0	2,1	7,8	29,8	23,2
Seguridad y protección de datos	17,4	32,2	30,1	18,2	4,1	16,8	28,7

2.2.2 % Empresas donde fueron principalmente los proveedores externos los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	78,2	46,4	60,8	70,9	90,2	46,0	51,9
Soporte para el software de la oficina	50,5	35,9	26,4	47,2	64,1	37,8	43,9
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	47,7	48,4	57,8	66,7	80,0	35,6	58,9
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	57,2	38,6	56,1	69,0	72,2	43,7	44,5
Desarrollo de soluciones web	50,5	23,9	51,0	51,0	80,0	33,3	19,7
Soporte de soluciones web	54,7	26,6	39,2	50,8	80,0	25,5	38,0
Seguridad y protección de datos	78,4	54,1	56,0	68,6	95,9	59,2	61,3

Resultados para la Industria y los Servicios

Industria y Servicios	Industria				Servicios			
	Alimentación bebidas y tabaco	Metallurgia y fabricación de productos metálicos	Resto de industria y minería	Comercio	Hostelería (excluida CNAE 56, servicio de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95.1 y financieras)	

3. Acceso y uso de Internet

3.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Banda ancha (fija o móvil)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Banda ancha fija	100,0	84,6	98,8	100,0	100,0	100,0	86,8
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	92,1	79,5	74,8	83,0	100,0	90,3	67,7
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	42,8	22,8	47,6	41,0	12,2	24,0	36,5
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	0,0	2,0	6,9	6,7	0,0	0,0	1,1
Banda ancha móvil	68,7	69,1	78,7	77,1	47,8	80,2	69,1
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	39,6	56,6	67,6	66,2	38,0	52,1	64,7
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	53,2	65,4	74,5	64,7	27,8	63,1	61,2
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	9,0	2,0	25,9	22,7	2,0	40,2	28,8

3.2 % Empresas con banda ancha fija cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	0,0	0,0	5,2	0,0	0,0	9,0	4,3
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	37,0	36,3	29,9	40,0	51,8	38,3	22,9
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	45,0	26,8	21,4	31,3	14,3	15,8	12,2
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	16,9	8,7	28,9	14,1	11,8	16,4	26,1
100 Mb/seg o superior	1,1	12,8	13,4	14,6	22,0	20,5	21,2

3.3 % Empresas que proporcionan dispositivo portátil con conexión móvil para (1) (3)

Acceder a correo electrónico de la empresa	44,5	65,7	75,2	71,2	47,8	80,2	69,1
Acceder y modificar documentos de empresa	17,1	19,7	50,6	46,6	35,5	43,6	34,6
Usar aplicaciones informáticas de la empresa	13,8	19,7	52,9	51,7	47,8	48,2	37,8

3.4 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web

% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para (3):	77,6	59,1	76,4	67,7	100,0	83,2	73,9
Presentación de la empresa (4)	87,2	81,0	93,1	78,2	100,0	89,7	100,0
Recepción de pedidos o reservas online (4)	38,4	0,0	7,3	13,8	67,8	11,7	21,2
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	77,7	19,8	42,9	40,1	63,3	4,1	36,8
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	12,8	6,2	8,2	5,3	9,8	10,3	0,0
Seguimiento online de pedidos (4)	11,5	0,0	1,6	9,5	23,7	4,1	0,0
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	3,3	0,0	7,8	7,0	19,6	0,0	1,8
Vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales (4)	63,5	20,3	34,9	33,9	55,5	26,6	39,8
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	49,8	31,8	68,4	51,8	63,3	51,7	74,9
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	10,5	12,5	21,8	16,0	21,6	12,4	20,6
Posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones (4)	41,7	16,9	25,0	17,3	7,8	28,8	20,3

3.5 Interacción con las AAPP (3)

% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	75,7	86,3	79,0	91,8	87,8	100,0	87,3
Obtener información	75,7	65,9	77,8	74,6	67,8	93,3	83,5
Conseguir impresos o formularios	71,3	65,9	75,4	62,6	75,5	93,3	83,5
Devolver impresos cumplimentados	50,2	55,5	74,0	64,5	52,2	86,6	66,1
Declaración de impuestos	63,6	65,9	72,1	68,7	47,8	80,0	65,6
Declaración de contribuciones a la SS	63,6	64,2	64,4	46,2	47,8	71,4	78,2

3.6. Publicidad dirigida

% Empresas que pagan por anunciarse en Internet usando métodos de publicidad dirigida (3)	30,5	4,6	23,2	14,1	60,0	2,3	27,1
Basada en contenido de pág web o búsqueda de palabras clave por usuarios (12)	91,6	100,0	63,0	82,6	73,5	0,0	98,0
Basada en rastreo de actividades anteriores de usuarios o perfiles en Internet (12)	77,0	21,7	33,1	43,3	19,7	0,0	54,5
Basada en geolocalización de usuarios de Internet (12)	40,8	0,0	51,3	40,9	3,4	0,0	70,1
Con otro método de publicidad dirigida distinto de los anteriores (12)	31,4	0,0	71,8	43,3	42,9	100,0	64,9

3.7 Firma digital

% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para (3):	44,8	72,5	65,7	67,7	60,0	67,3	72,5
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	32,9	2,8	31,9	13,6	12,9	11,6	30,3
Relacionarse con la Administración Pública (5)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

4. Medios sociales

4.1 % Empresas que utilizaron Medios Sociales (3):

% Empresas que utilizaron Medios Sociales	51,6	20,7	35,9	31,9	75,9	29,7	38,5
---	------	------	------	------	------	------	------

4.2 % Empresas que utilizaron los siguientes tipos de medios sociales (9):

Redes Sociales	95,6	82,4	87,6	95,5	100,0	77,5	48,3
Blogs de empresas o microblogs	54,2	41,8	40,2	34,0	18,3	32,6	34,2
Websites que comparten contenido multimedia	54,2	27,3	47,0	24,5	15,6	26,3	26,4
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	4,4	0,0	16,6	1,1	0,0	3,9	52,4

4.3 % Empresas que consideran que los medios sociales son (9):

Muy útiles para la generación o desarrollo de su negocio	41,4	0,0	46,7	29,5	38,7	77,5	39,1
Algo útiles para la generación o desarrollo de su negocio	45,5	77,2	47,6	55,9	61,3	22,5	26,4
Nada útiles para la generación o desarrollo de su negocio	0,0	9,8	0,0	14,6	0,0	0,0	34,4

Resultados para la Industria y los Servicios

Industria y Servicios	Industria				Servicios			
	Alimentación bebidas y tabaco	Metallurgia y fabricación de productos metálicos	Resto de industria y minería	Comercio	Hoteles (excluida CNAE 56, servicios de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95.1 y financieras)	

5. Cloud computing

5.1 % Empresas que compraron algún servicio de cloud computing (3):

% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	9,9	6,4	14,1	14,8	7,8	16,8	36,5
--	-----	-----	------	------	-----	------	------

5.2 % Empresas que compraron los siguientes servicios de cloud computing (6):

E-mail	100,0	68,4	48,8	86,3	100,0	6,8	88,7
Software Office	0,0	26,3	34,1	28,4	100,0	39,8	76,4
Servidor de bases de datos de la empresa	0,0	68,4	87,2	44,9	0,0	46,6	36,2
Almacenamiento de ficheros	0,0	57,9	34,1	31,5	0,0	46,6	39,6
Aplicaciones de software financiero o contable	0,0	26,3	31,7	21,6	0,0	0,0	47,1
Aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	0,0	42,1	17,1	33,2	0,0	0,0	46,0
Capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa	0,0	42,1	17,1	9,9	0,0	39,8	16,3

5.3 % Empresas que compraron servicios de cloud computing desde (6):

Servidores de proveedores de servicios compartidos	100,0	84,2	78,7	90,3	100,0	79,5	82,6
Servidores de proveedores de servicios reservados exclusivamente para su empresa	0,0	42,1	25,6	23,3	0,0	20,5	17,4

6. Big Data

6.1 % Empresas que analizaron Big Data:

% Empresas que analizaron Big Data	11,9	0,0	4,5	6,5	0,0	9,3	17,1
------------------------------------	------	-----	-----	-----	-----	-----	------

6.2 % Empresas que analizaron Big Data por tipo de fuente (11):

Datos de la propia empresa con sensores o dispositivos inteligentes	0,0	0,0	86,7	0,0	0,0	34,0	6,3
Datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles	20,5	0,0	33,3	49,1	0,0	34,0	77,0
Datos generados por medios sociales	79,5	0,0	20,0	50,9	0,0	66,0	15,1
Otras fuentes de Big Data	0,0	0,0	13,3	31,0	0,0	0,0	14,2

6.3 % Empresas cuyo análisis de Big Data lo hicieron (11):

Sus propios empleados	20,5	0,0	66,7	100,0	0,0	34,0	100,0
Proveedores externos	79,5	0,0	73,3	31,0	0,0	66,0	77,0

7. Seguridad TIC

7.1 % Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:

% Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:	77,7	90,0	86,3	82,7	80,0	78,8	93,8
Autenticación mediante contraseña segura (7)	87,8	93,3	90,8	97,9	100,0	82,2	80,6
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos hardware (7)	45,4	59,1	48,6	43,8	71,9	67,7	55,8
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos biométricos (7)	4,2	6,4	9,4	5,2	0,0	12,7	2,3
Backup de datos externo (7)	35,2	61,6	53,2	60,9	35,2	59,3	84,3
Protocolos para el análisis de incidentes de seguridad (7)	24,3	57,8	36,4	21,8	44,9	26,7	48,5

8. Factura electrónica

8.1 % Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas:

% Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas	77,1	84,5	78,4	74,7	87,8	66,7	90,2
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...) (8)	19,9	20,7	29,1	24,5	27,0	12,4	34,8
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas (8)	8,4	1,2	9,9	0,5	8,8	0,0	14,6
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel) (8)	60,9	61,4	53,2	58,2	95,3	37,6	43,1
En papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	97,2	100,0	93,6	98,9	100,0	100,0	93,3
Sólo en papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	37,7	37,4	35,8	33,8	4,7	60,8	37,3

8.2 % Empresas que recibieron facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	21,6	14,7	18,0	13,4	37,6	11,0	22,4
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas	0,0	0,0	3,0	4,6	7,8	0,0	13,4
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	54,0	56,9	80,2	72,8	67,8	48,4	68,4

9. Gasto en las TIC

9.1 Gasto en las TIC durante 2015 (miles de euros)

Gasto total en bienes de Tecnologías de la Información y de Comunicación	259,4	509,9	4.590,3	954,1	87,5	688,5	2.941,7
Gasto total en software, estándar o a medida	399,6	897,1	4.557,5	660,5	92,5	573,6	2.556,9
Gasto total en servicios y consulta de tecnologías de la información, servicios de telecomunicaciones o de otros servicios TIC	244,7	707,5	5.423,7	683,6	169,5	624,4	4.582,7
Otros gastos en TIC	132,4	295,7	3.058,8	318,0	0,0	113,0	972,8

Resultados para la Industria y los Servicios

Industria y Servicios	Industria				Servicios			
	Alimentación bebidas y tabaco	Metalurgia y fabricación de productos metálicos	Resto de industria y minería	Comercio	Hostelería (excluida CNAE 56, servicios de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95.1 y financieras)	

10. Uso de comercio electrónico

10.1 Compras comercio electrónico:

% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	26,5	11,1	29,4	42,7	21,6	21,2	41,8
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	25.328	30.362	145.059	409.306	2.388	4.680	11.195
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	3,5	8,0	4,5	19,0	7,4	0,7	8,4
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	16,6	29,4	44,6	37,8	24,3	1,3	23,0

10.1.1 Origen geográfico de las compras (14):

% Con origen España	100,0	21,4	36,5	99,8	95,9	90,8	81,3
% Con origen otros países de la UE (12)	0,0	78,6	54,3	0,2	4,1	5,3	13,2
% Con origen el resto de países	0,0	0,0	9,2	0,0	0,0	4,0	5,4

10.2 Compras comercio electrónico mediante WEB:

% Empresas que han comprado mediante página web	26,5	7,3	28,8	42,4	13,9	15,1	41,8
Importe de las compras mediante página web (miles euros)	25.328	5.000	14.749	205.770	1.193	4.196	10.415
% Compras mediante página web sobre total de compras	3,5	1,3	0,5	9,6	3,7	0,6	7,8

10.2.1 Origen geográfico de las compras (15):

% Con origen España	100,0	99,8	94,0	99,7	97,3	89,7	79,9
% Con origen otros países de la UE (12)	0,0	0,2	3,6	0,3	2,7	5,9	14,2
% Con origen el resto de países	0,0	0,0	2,4	0,0	0,0	4,4	5,8

10.3 Compras comercio electrónico mediante mensajes tipo EDI o similar:

% Empresas que han comprado mediante mensajes tipo EDI o similar	0,0	4,8	3,8	4,3	11,8	7,2	12,6
Importe de las compras mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	0	25.362	130.310	203.536	1.195	484	780
% Compras mediante mensajes tipo EDI o similar sobre total de compras	0,0	6,7	4,0	9,5	3,7	0,1	0,6

10.3.1 Origen geográfico de las compras (16):

% Con origen España	0,0	5,9	30,0	100,0	94,6	100,0	100,0
% Con origen otros países de la UE (12)	0,0	94,1	60,0	0,0	5,4	0,0	0,0
% Con origen el resto de países	0,0	0,0	10,0	0,0	0,0	0,0	0,0

10.4 Ventas comercio electrónico:

% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	43,4	28,2	15,1	15,8	67,8	11,0	21,3
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	157.758	77.846	1.171.262	52.478	37.224	40.228	12.396
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	17,2	8,9	28,2	2,0	40,8	4,6	2,6
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	28,1	53,9	34,7	6,0	49,5	10,1	25,0

10.5 Ventas página Web:

% Empresas que han realizado ventas por página web	28,6	0,0	5,6	7,7	67,8	8,9	15,5
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	11.956	0	217.783	18.308	36.765	1.808	10.542
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	1,3	0,0	5,2	0,7	40,3	0,2	2,2
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	9,0	0,0	14,2	2,9	48,9	0,5	25,1

10.5.1 Tipo de cliente (17):

% Con destino a los hogares (B2C)	80,3	0,0	0,6	52,7	57,4	80,5	0,9
% Con destino a otras empresas (B2B)	19,7	0,0	98,7	47,2	41,1	19,5	83,4
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	0,0	0,0	0,7	0,1	1,5	0,0	15,7

10.5.2 Destino geográfico de las ventas (17):

% Con destino España	96,7	0,0	85,9	97,4	86,2	100,0	100,0
% Con destino otros países de la UE (12)	3,3	0,0	14,1	2,6	11,0	0,0	0,0
% Con destino el resto de países	0,0	0,0	0,0	0,0	2,7	0,0	0,0

10.6 Ventas EDI o similar:

% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	20,2	28,2	9,5	9,1	7,8	3,2	19,4
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	145.801	77.846	953.479	34.170	459	38.420	1.854
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	15,9	8,9	22,9	1,3	0,5	4,4	0,4
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	29,4	53,9	51,7	11,7	5,0	9,9	4,0

10.6.1 Tipo de cliente (18):

% Con destino a otras empresas (B2B)	99,8	100,0	100,0	100,0	97,0	99,0	90,1
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	0,2	0,0	0,0	0,0	3,0	1,0	9,9

10.6.2 Destino geográfico de las ventas (18):

% Con destino España	79,4	50,4	51,7	100,0	100,0	99,9	100,0
% Con destino otros países de la UE (12)	20,6	46,1	40,1	0,0	0,0	0,1	0,0
% Con destino el resto de países	0,0	3,5	8,2	0,0	0,0	0,0	0,0

Resultados por tamaño de la empresa

Número de empleados	Cantabria				España			
	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total

I. Información general sobre el uso de las TIC

1.1 % Empresas que:

Disponían de ordenador (ordenador portátil, PDA, Blackberry, smartphone, etc.)	98,1	100,0	100,0	98,4	99,0	99,7	99,9	99,1
Disponían de Internet	96,4	100,0	100,0	96,9	98,1	99,5	99,8	98,4
Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil (3)	55,4	69,4	87,5	57,9	57,7	83,0	92,6	62,3
Pagaron por anunciarse en Internet (3)	17,1	32,9	20,8	19,3	22,3	25,0	32,5	22,9

1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores con fines empresariales	47,3	55,1	55,5	52,1	54,9	59,3	62,6	59,6
Utiliza ordenadores conectados a internet con fines empresariales	43,2	45,8	33,5	41,2	50,5	53,1	50,7	51,2
Se le proporcionó un dispositivo portátil que permita la conexión móvil a internet para uso empresarial (1)	19,4	16,4	13,3	16,7	24,8	25,3	25,6	25,3

1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	89,3	88,0	83,3	89,0	85,9	87,1	87,7	86,1
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	39,6	55,3	66,7	42,1	37,6	45,9	57,9	39,4
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	86,6	86,1	79,2	86,4	81,2	83,6	81,6	81,6
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	64,6	62,0	50,0	64,0	60,9	56,6	52,1	60,0
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	22,2	38,6	50,0	24,9	26,2	38,6	54,8	28,7
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	13,2	31,6	29,2	15,9	21,3	35,5	45,1	24,0
Otras, como software de seguridad (p.e. Open SSL, SSH), plataformas de aprendizaje (p.e. Moodle...), servidores de correo electrónico (p.e. Send Mail, Postfix) ...	31,6	50,6	50,0	34,4	34,9	41,6	47,0	36,2

1.3.1 % Empresas cuyos motivos para no usar software de código abierto eran los siguientes (13):

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	2,2	2,0	0,0	2,1	5,8	3,2	2,4	5,4
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	1,6	6,5	8,3	2,3	6,3	5,3	6,0	6,2
La inercia del mercado	1,8	2,6	0,0	1,9	5,1	3,9	3,3	4,9
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	1,9	3,6	4,2	2,2	4,1	3,6	3,7	4,1
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	2,5	3,6	4,2	2,7	5,2	3,4	3,1	4,9
Otros	1,2	0,7	4,2	1,2	1,8	2,1	3,5	1,9

1.4 Integración de la información dentro de la empresa:

% Empresas que disponen de alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	27,7	38,0	58,3	29,7	33,2	50,2	62,2	36,4
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	25,8	36,7	54,2	27,8	31,5	47,9	60,0	34,6
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	20,7	31,7	50,0	22,7	24,4	38,8	51,7	27,2

2. Especialistas en TIC

2.1 % Empresas que:

Emplearon especialistas en TIC	15,8	47,4	58,3	20,8	20,4	51,9	75,3	26,3
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	15,0	34,6	54,2	18,3	19,0	41,9	63,6	23,4
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	43,7	56,8	84,6	49,3	48,6	70,6	83,2	56,7
Proporcionaron actividades formativas en TIC a otro personal empleado de la empresa (2)	72,6	86,9	76,9	76,3	80,4	80,9	82,6	80,7
Contrataron o intentaron contratar especialistas en TIC	7,6	12,1	25,0	8,6	10,6	23,0	39,4	13,2
Tuvieron dificultad para cubrir alguna vacante de especialista en TIC	0,0	1,3	0,0	0,2	1,7	4,3	9,7	2,3

2.2 Desarrollo de las funciones TIC en la empresa:

2.2.1 % Empresas donde fueron principalmente los propios empleados los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	29,7	40,4	50,0	31,5	26,3	48,4	65,9	30,5
Soporte para el software de la oficina	47,7	52,2	62,5	48,6	41,2	58,4	71,6	44,4
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	10,4	15,0	37,5	11,6	14,8	28,5	43,8	17,5
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	15,4	20,9	37,5	16,6	16,7	33,3	49,9	20,0
Desarrollo de soluciones web	13,6	17,5	16,7	14,2	14,7	22,9	36,5	16,4
Soporte de soluciones web	12,0	16,8	16,7	12,7	14,5	24,6	39,4	16,6
Seguridad y protección de datos	21,2	41,8	62,5	24,7	22,5	40,0	57,3	25,9

2.2.2 % Empresas donde fueron principalmente los proveedores externos los que realizaron:

Mantenimiento de las infraestructuras TIC	61,8	51,8	45,8	60,2	61,5	45,7	30,4	58,4
Soporte para el software de la oficina	42,7	37,8	33,3	41,9	46,1	34,3	24,0	43,9
Desarrollo de sistemas/software de gestión empresarial	57,0	66,9	50,0	58,1	53,4	56,2	47,3	53,6
Soporte de los sistemas/software de gestión empresarial	54,4	61,3	50,0	55,2	54,6	53,8	42,9	54,2
Desarrollo de soluciones web	41,1	51,0	66,7	42,9	47,9	53,4	47,0	48,6
Soporte de soluciones web	41,5	48,5	58,3	42,8	47,1	49,5	42,3	47,3
Seguridad y protección de datos	64,7	45,0	25,0	61,4	61,2	51,4	36,8	59,2

Resultados por tamaño de la empresa

Número de empleados	Cantabria				España			
	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total

3. Acceso y uso de Internet

3.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Banda ancha (fija o móvil)	100,0	100,0	100,0	100,0	99,4	99,7	100,0	99,5
Banda ancha fija	95,4	98,0	100,0	95,8	94,4	97,0	98,8	94,9
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	78,7	85,4	87,5	79,7	71,8	68,5	78,3	71,5
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	32,2	49,7	83,3	35,6	37,3	58,0	76,7	41,4
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	2,3	13,7	33,3	4,4	4,0	12,9	28,4	5,9
Banda ancha móvil	72,9	77,6	91,7	73,9	80,7	92,3	97,6	82,9
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	57,6	68,8	91,7	59,8	60,4	77,4	90,0	63,7
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	63,3	73,3	87,5	65,2	68,4	84,6	94,0	71,4
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	22,2	22,4	45,8	22,7	23,6	34,1	48,3	25,8

3.2 % Empresas con banda ancha fija cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	3,5	1,3	0,0	3,2	1,4	0,3	0,0	1,2
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	36,9	20,9	16,7	34,3	29,0	22,2	14,6	27,7
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	22,3	31,2	29,2	23,6	26,6	26,5	22,5	26,4
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	18,3	21,1	25,0	18,8	17,7	20,1	23,6	18,2
100 Mb/seg o superior	14,4	23,5	29,2	15,9	19,7	27,8	38,1	21,4

3.3 % Empresas que proporcionan dispositivo portátil con conexión móvil para (1) (3)

Acceder a correo electrónico de la empresa	69,6	78,7	91,7	71,2	76,9	91,3	97,1	79,5
Acceder y modificar documentos de empresa	36,7	53,0	66,7	39,5	42,2	63,2	80,5	46,3
Usar aplicaciones informáticas de la empresa	39,7	46,9	62,5	41,2	46,2	64,4	81,1	49,7

3.4 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web

% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para (3):	70,8	89,3	100,0	73,9	74,9	89,5	95,2	77,5
Presentación de la empresa (4)	86,9	96,8	95,8	88,7	87,9	94,0	96,9	89,3
Recepción de pedidos o reservas online (4)	15,2	18,4	16,7	15,8	18,8	22,4	26,0	19,7
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	36,7	46,5	41,7	38,4	48,5	55,1	53,1	49,8
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	5,8	11,2	8,3	6,8	7,2	8,5	11,8	7,5
Seguimiento online de pedidos (4)	2,9	15,9	8,3	5,1	10,3	15,2	20,3	11,5
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	2,4	15,3	4,2	4,5	7,7	8,9	15,0	8,1
Vínculos o referencias a los perfiles de la empresa en medios sociales (4)	37,6	49,9	41,7	39,7	42,0	52,2	60,3	44,3
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	57,5	75,3	87,5	61,2	66,7	77,7	87,3	69,3
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	11,4	35,7	54,2	16,5	17,5	37,9	65,7	22,5
Posibilidad de envío electrónico de hojas de reclamaciones (4)	22,2	39,7	41,7	25,6	26,6	36,3	46,6	28,9

3.5 Interacción con las AAPP (3)

% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	87,2	97,7	95,8	88,8	90,2	96,6	98,5	91,3
Obtener información	73,4	87,1	95,8	75,7	83,1	92,6	97,2	84,9
Conseguir impresos o formularios	70,6	87,1	95,8	73,4	81,9	92,4	96,8	83,8
Devolver impresos cumplimentados	63,6	84,1	95,8	67,0	71,7	88,1	94,6	74,7
Declaración de impuestos	63,3	95,7	91,7	68,2	74,3	91,0	95,2	77,3
Declaración de contribuciones a la SS	58,9	81,7	87,5	62,5	59,2	79,8	90,9	63,0

3.6. Publicidad dirigida

% Empresas que pagan por anunciarse en Internet usando métodos de publicidad dirigida (3)	14,7	32,2	16,7	17,1	19,9	22,8	28,5	20,5
Basada en contenido de pág web o búsqueda de palabras clave por usuarios (12)	88,5	63,3	100,0	82,4	83,2	83,0	87,3	83,4
Basada en rastreo de actividades anteriores de usuarios o perfiles en Internet (12)	48,6	32,8	75,0	45,2	34,8	42,2	52,0	36,6
Basada en geolocalización de usuarios de Internet (12)	47,4	30,8	25,0	42,8	30,5	34,5	41,0	31,5
Con otro método de publicidad dirigida distinto de los anteriores (12)	46,8	65,5	50,0	51,6	47,4	53,2	57,3	48,7

3.7 Firma digital

% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para (3):	64,6	77,7	91,7	67,0	73,1	84,0	87,7	75,1
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	21,4	21,4	36,4	21,8	25,4	32,5	47,2	27,3
Relacionarse con la Administración Pública (5)	100,0	100,0	100,0	100,0	98,8	99,3	99,2	98,9

4. Medios sociales

4.1 % Empresas que utilizaron Medios Sociales (3):

% Empresas que utilizaron Medios Sociales	34,1	49,3	58,3	36,6	40,1	54,4	68,1	42,9
---	------	------	------	------	------	------	------	------

4.2 % Empresas que utilizaron los siguientes tipos de medios sociales (9):

Redes Sociales	85,7	86,2	85,7	85,8	94,6	94,1	94,8	94,5
Blogs de empresas o microblogs	38,9	44,6	35,7	39,8	40,3	53,6	64,8	43,8
Websites que comparten contenido multimedia	26,7	54,6	71,4	33,2	38,4	54,4	67,1	42,5
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	10,3	17,0	28,6	12,1	9,2	13,6	24,0	10,7

4.3 % Empresas que consideran que los medios sociales son (9):

Muy útiles para la generación o desarrollo de su negocio	30,8	46,4	35,7	33,8	48,0	50,0	55,5	48,7
Algo útiles para la generación o desarrollo de su negocio	56,7	43,0	35,7	53,5	43,2	42,4	37,6	42,8
Nada útiles para la generación o desarrollo de su negocio	11,3	1,3	21,4	9,8	3,7	3,1	2,6	3,5

Resultados por tamaño de la empresa

Número de empleados	Cantabria				España			
	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total

5. Cloud computing

5.1 % Empresas que compraron algún servicio de cloud computing (3):

% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	13,8	17,5	29,2	14,6	16,0	33,1	45,7	19,3
--	------	------	------	------	------	------	------	------

5.2 % Empresas que compraron los siguientes servicios de cloud computing (6):

E-mail	80,5	55,3	57,1	75,5	72,2	70,2	64,2	71,2
Software Office	53,3	39,8	14,3	49,5	38,0	38,8	42,7	38,5
Servidor de bases de datos de la empresa	39,3	66,5	71,4	45,0	60,7	56,0	60,6	59,6
Almacenamiento de ficheros	33,7	39,8	42,9	35,1	70,5	64,2	65,9	68,7
Aplicaciones de software financiero o contable	32,9	15,5	28,6	29,9	29,2	23,8	24,8	27,6
Aplicaciones de software para tratar información sobre clientes	29,1	41,6	28,6	31,0	28,9	29,8	35,1	29,5
Capacidad de computación para ejecutar el propio software de la empresa	15,4	19,3	28,6	16,5	31,3	25,5	33,9	30,0

5.3 % Empresas que compraron servicios de cloud computing desde (6):

Servidores de proveedores de servicios compartidos	86,6	85,1	57,1	85,1	68,9	68,9	71,8	69,1
Servidores de proveedores de servicios reservados exclusivamente para su empresa	13,4	47,2	42,9	20,0	46,5	52,0	58,5	48,7

6. Big Data

6.1 % Empresas que analizaron Big Data:

% Empresas que analizaron Big Data	5,5	13,8	8,3	6,6	7,3	13,4	21,5	8,5
------------------------------------	-----	------	-----	-----	-----	------	------	-----

6.2 % Empresas que analizaron Big Data por tipo de fuente (11):

Datos de la propia empresa con sensores o dispositivos inteligentes	0,0	44,7	100,0	14,7	27,6	48,4	61,0	34,5
Datos por geolocalización a partir de dispositivos portátiles	59,8	31,8	100,0	53,2	53,1	43,1	46,4	50,4
Datos generados por medios sociales	40,2	40,0	0,0	39,1	50,9	43,3	41,8	48,6
Otras fuentes de Big Data	0,0	54,1	0,0	14,7	18,8	23,2	32,1	20,7

6.3 % Empresas cuyo análisis de Big Data lo hicieron (11):

Sus propios empleados	73,6	88,2	100,0	78,3	80,0	88,8	89,7	82,6
Proveedores externos	69,0	58,8	0,0	64,5	34,1	29,1	36,1	33,1

7. Seguridad TIC

7.1 % Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:

% Empresas que utilizan sistemas internos de seguridad:	83,0	87,8	91,7	83,8	86,8	94,3	97,4	88,1
Autenticación mediante contraseña segura (7)	90,9	97,4	95,5	91,9	94,2	97,2	98,4	94,8
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos hardware (7)	50,0	52,7	72,7	50,8	54,4	55,0	57,0	54,6
Identificación de usuario y autenticación mediante elementos biométricos (7)	7,6	10,4	18,2	8,2	13,0	20,9	29,8	14,7
Backup de datos externo (7)	60,1	77,4	81,8	62,9	60,8	71,4	78,3	63,0
Protocolos para el análisis de incidentes de seguridad (7)	29,9	63,6	59,1	35,1	40,6	56,8	72,2	44,0

8. Factura electrónica

8.1 % Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas:

% Empresas que enviaron facturas a otras empresas o administraciones públicas	79,4	83,6	87,5	80,1	82,9	87,5	90,0	83,8
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...) (8)	24,6	39,4	52,4	27,2	28,3	41,7	59,3	31,2
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas (8)	5,2	5,1	19,0	5,5	5,8	11,1	18,2	6,9
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel) (8)	57,0	65,5	42,9	57,8	67,8	70,3	67,3	68,1
En papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	96,5	94,6	90,5	96,1	92,1	91,4	90,6	92,0
Sólo en papel a otras empresas o administraciones públicas (8)	35,3	26,5	33,3	34,1	22,8	16,3	12,6	21,5

8.2 % Empresas que recibieron facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	17,3	26,2	16,7	18,4	17,6	21,7	34,6	18,6
Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML) en un porcentaje igual o mayor al 50% del total de facturas enviadas	3,4	7,2	8,3	4,0	2,5	3,6	8,8	2,8
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	66,9	72,0	54,2	67,3	72,6	76,9	74,0	73,2

9. Gasto en las TIC

9.1 Gasto en las TIC durante 2015 (miles de euros)

Gasto total en bienes de Tecnologías de la Información y de Comunicación	1.951,8	5.893,0	2.385,8	10.230,6	369.766,4	752.461,2	2.387.623,3	3.509.850,9
Gasto total en software, estándar o a medida	1.893,2	5.624,9	2.547,0	10.065,2	429.083,8	843.784,4	1.913.779,5	3.186.647,7
Gasto total en servicios y consulta de tecnologías de la información, servicios de telecomunicaciones o de otros servicios TIC	2.041,3	8.052,8	2.697,5	12.791,7	463.181,1	1.171.951,6	3.032.461,8	4.667.594,5
Otros gastos en TIC	431,6	2.718,7	1.744,3	4.894,7	166.471,2	459.126,9	1.238.685,2	1.864.283,3

Resultados por tamaño de la empresa

Número de empleados	Cantabria				España			
	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total	De 10 a 49	De 50 a 249	250 ó más	Total
10. Uso de comercio electrónico								
10.1 Compras comercio electrónico:								
% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	31,6	22,6	37,5	30,5	30,2	41,1	41,8	32,1
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	219.123	49.561	376.255	644.938	16.692.401	21.404.035	159.219.834	197.316.270
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	11,4	1,6	14,6	8,5	6,8	9,3	32,0	20,3
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	27,8	16,1	35,8	30,0	20,7	23,2	53,9	42,1
10.1.1 Origen geográfico de las compras (14):								
% Con origen España	99,3	94,1	69,5	81,5	85,7	62,2	82,2	80,3
% Con origen otros países de la UE (12)	0,4	4,7	27,1	16,3	10,5	32,4	14,6	16,2
% Con origen el resto de países	0,3	1,2	3,5	2,2	3,9	5,5	3,2	3,5
10.2 Compras comercio electrónico mediante WEB:								
% Empresas que han comprado mediante página web	29,0	22,6	29,2	28,2	29,3	38,7	35,4	30,8
Importe de las compras mediante página web (miles euros)	195.879	47.008	25.509	268.395	12.219.030	13.554.723	43.431.983	69.205.736
% Compras mediante página web sobre total de compras	10,1	1,5	1,0	3,5	5,0	5,9	8,7	7,1
10.2.1 Origen geográfico de las compras (15):								
% Con origen España	99,3	94,0	100,0	98,5	88,4	63,2	86,5	82,3
% Con origen otros países de la UE (12)	0,4	4,8	0,0	1,1	7,9	32,3	10,7	14,5
% Con origen el resto de países	0,3	1,2	0,0	0,4	3,7	4,5	2,8	3,3
10.3 Compras comercio electrónico mediante mensajes tipo EDI o similar:								
% Empresas que han comprado mediante mensajes tipo EDI o similar	5,8	6,2	16,7	6,1	4,0	5,4	12,6	4,5
Importe de las compras mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	23.244	2.553	350.746	376.543	4.473.370	7.849.312	115.787.852	128.110.534
% Compras mediante mensajes tipo EDI o similar sobre total de compras	1,2	0,1	13,6	5,0	1,8	3,4	23,3	13,2
10.3.1 Origen geográfico de las compras (16):								
% Con origen España	98,9	96,7	67,3	69,4	78,3	60,5	80,6	79,3
% Con origen otros países de la UE (12)	1,1	3,3	29,0	27,1	17,3	32,4	16,1	17,2
% Con origen el resto de países	0,0	0,0	3,7	3,4	4,4	7,1	3,3	3,6
10.4 Ventas comercio electrónico:								
% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	17,3	34,7	33,3	19,9	18,0	29,0	39,8	20,1
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	98.114	578.579	883.428	1.560.120	20.947.612	43.602.049	153.668.342	218.218.003
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	3,3	13,7	26,4	14,8	6,0	13,2	21,6	15,7
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	19,2	23,2	35,3	28,3	26,7	37,4	37,5	36,1
10.5 Ventas página Web:								
% Empresas que han realizado ventas por página web	9,9	16,4	16,7	10,9	13,6	19,1	23,0	14,6
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	36.198	98.961	162.002	297.162	11.187.651	15.376.828	43.135.028	69.699.507
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	1,2	2,3	4,8	2,8	3,2	4,7	6,1	5,0
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	20,5	6,2	16,2	10,7	22,4	23,1	15,2	17,4
10.5.1 Tipo de cliente (17):								
% Con destino a los hogares (B2C)	49,8	17,0	5,2	14,6	25,4	23,5	36,7	32,0
% Con destino a otras empresas (B2B)	48,6	81,4	93,8	84,2	72,5	74,7	60,5	65,6
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	1,6	1,7	0,9	1,3	2,0	1,8	2,9	2,5
10.5.2 Destino geográfico de las ventas (17):								
% Con destino España	94,5	95,9	81,1	87,7	81,0	78,7	86,7	84,0
% Con destino otros países de la UE (12)	4,1	3,5	18,9	12,0	15,1	15,3	9,8	11,9
% Con destino el resto de países	1,4	0,5	0,0	0,3	3,9	6,1	3,5	4,1
10.6 Ventas EDI o similar:								
% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	10,5	21,5	25,0	12,2	5,9	14,9	24,3	7,7
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	61.915	479.617	721.426	1.262.958	9.759.961	28.225.221	110.533.314	148.518.496
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	2,1	11,3	21,5	12,0	2,8	8,6	15,5	10,7
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	16,8	48,8	37,8	38,8	26,3	38,7	48,2	43,7
10.6.1 Tipo de cliente (18):								
% Con destino a otras empresas (B2B)	95,6	99,9	100,0	99,8	9,0	15,9	9,8	10,9
% Con destino a la Administración Pública (B2G)	4,4	0,1	0,0	0,2	3,4	4,1	2,9	3,1
10.6.2 Destino geográfico de las ventas (18):								
% Con destino España	100,0	67,5	48,3	58,1	95,8	97,0	96,0	96,2
% Con destino otros países de la UE (12)	0,0	30,3	42,0	35,5	4,2	3,1	4,0	3,8
% Con destino el resto de países	0,0	2,3	9,7	6,4	87,7	80,0	87,4	86,0

VARIABLES Y SU DEFINICIÓN

USO DE ORDENADORES Y REDES TELEMÁTICAS (TIC): Se entiende por TIC, el conjunto de herramientas, habitualmente de naturaleza electrónica, utilizadas para la recogida, almacenamiento, tratamiento, difusión y transmisión de la información.

Se consideran TIC, tanto los dispositivos físicos (equipos informáticos, redes de telecomunicación, terminales, etc.) como el software o aplicaciones informáticas que funcionan sobre estos equipos.

La información dentro de la empresa está integrada cuando se comparte electrónicamente y automáticamente entre las distintas áreas, utilizando una única herramienta de software ó varias que comparten la información extraída de una base de datos común. Las herramientas informáticas CRM (Customer Relationship Management) están dedicadas a la gestión integrada de información sobre clientes.

ESPECIALISTAS EN TIC: En esta sección se informa sobre el personal contratado que es especialista TIC, si se proporciona actividades formativas sobre las TIC al personal y quien desarrolla principalmente las funciones TIC en la empresa.

ACCESO Y USO DE INTERNET: Esta sección pretende medir el uso de Internet, es decir, cuantificar las principales características asociadas a la utilización de Internet por parte de las empresas.

Publicidad dirigida: aquella cuyos anuncios varían en función del comportamiento on-line de los individuos.

Conexión móvil a Internet: acceso a Internet con dispositivos móviles a través de redes de conexión móvil.

MEDIOS SOCIALES: información sobre el uso de los Medios Sociales o aplicaciones basadas en tecnologías de Internet o plataformas de comunicación para conectar, crear o intercambiar contenido online con clientes, proveedores/socios, o dentro de la propia empresa en el ejercicio de la propia actividad.

CLOUD COMPUTING: Es un modelo tecnológico que permite el acceso ubicuo, adaptado y bajo demanda en red a un conjunto compartido de recursos de computación configurables (p.ej. redes, servidores, almacenamiento, aplicaciones y servicios); algunos ejemplos de soluciones de cloud computing son Dropbox, Google appEngine, Microsoft Azure, Vcloud, eyeOS,...).

ANÁLISIS DE BIG DATA: Big Data son datos generados a partir de actividades realizadas electrónicamente y a partir de comunicaciones machine to machine -M2M- (p.e.: datos generados de actividades de medios sociales, de procesos...).

El análisis de Big Data se refiere al uso de técnicas, tecnologías y herramientas de software para analizar los grandes conjuntos de datos extraídos de fuentes de la propia empresa y de otras fuentes.

SEGURIDAD TIC: El objetivo de este módulo es conocer si las empresas tienen definidas medidas, controles y procedimientos aplicados a los sistemas TIC para asegurar la integridad, autenticidad y disponibilidad de sus sistemas para sus clientes.

FACTURA ELECTRÓNICA: El objetivo principal de este módulo es conocer el grado de implantación del documento electrónico que contiene información referente a la factura de la empresa.

GASTO EN LAS TIC: Gastos realizados en productos TIC desglosado por grupos de productos.

COMERCIO ELECTRÓNICO: (eCommerce) se entiende todas las transacciones realizadas a través de redes basadas en protocolos de Internet (TCP/IP) o sobre otras redes telemáticas distintas de Internet. Los datos de comercio electrónico a nivel de Comunidad Autónoma no son significativos (% de empresas con compras y/o ventas de comercio electrónico es inferior al 30% del total).