

## En 2013 el 96,4% de las empresas cántabras con 10 o más asalariados 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 enero de 2013 el 96,4% de las empresas cántabras con 10 o más asalariados disponían de conexión a Internet, 1,7 puntos menos que el año anterior. El 75,1% contaba con sitio o página web. Las tecnologías más utilizadas para acceder a la red fueron la conexión mediante soluciones DSL (95,1%) (0,3 puntos menos respecto al año anterior) y la banda ancha móvil (59,4%) (11,3 puntos más respecto al año anterior). Le siguen con un peso más pequeño el acceso mediante otras conexiones móviles (GSM, GRPS, etc.) (21,7%) y por módem tradicional o RDSI (11,4%).

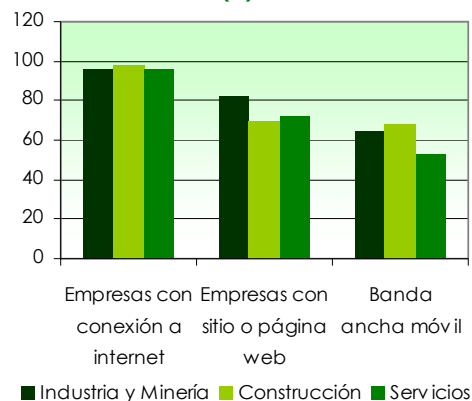
El sector construcción fue el que registró mayor porcentaje de empresas con conexión a Internet (un 97,8%), mientras que en el sector servicios este porcentaje fue de un 96,2% y en la industria y minería de un 96,0%. En el sector de la construcción un 68,2% de dichas conexiones fueron de banda ancha móvil, mientras que en la industria y minería y en los servicios estos porcentajes fueron de un 64,2% y 53,1% respectivamente. Un 82,5% de las empresas de industria y minería con conexión a Internet tenía a su vez página Web, frente a un 72,3% en los servicios y a un 69,5% en la construcción.

### Uso de Internet

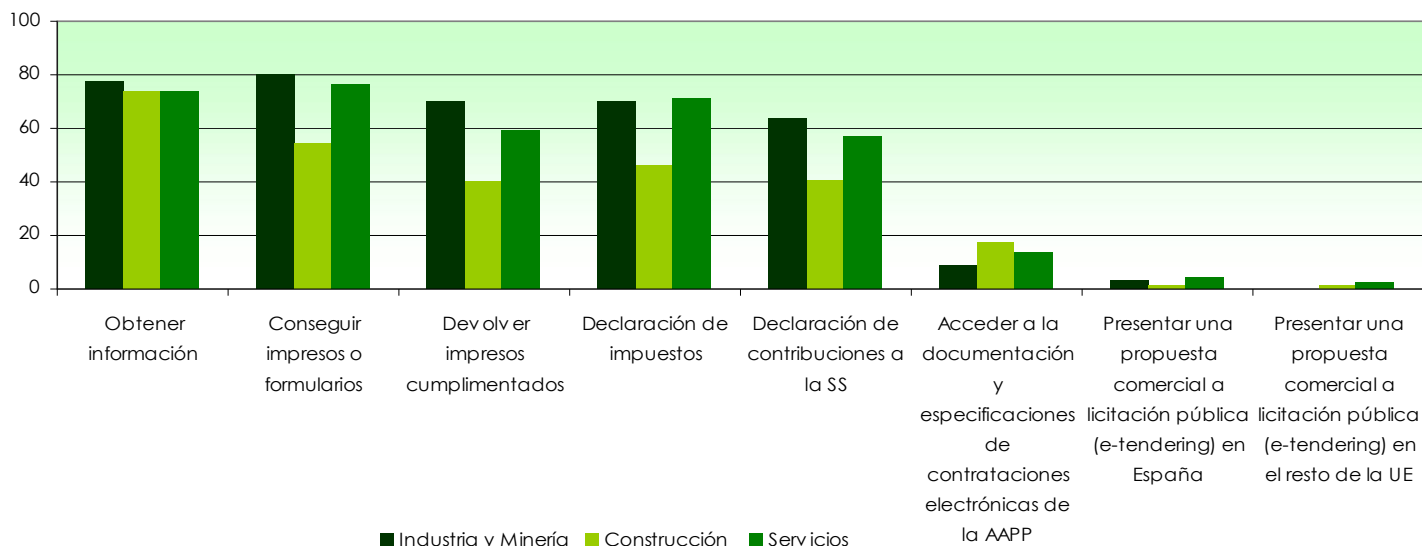
En el año 2012, el 86,1% de las empresas interactuó con las Administraciones Públicas a través de internet, un aumento de 4,2 puntos respecto al año anterior. Los principales objetivos fueron la obtención de información (75,0%) y la descarga de impresos o formularios (73,6%).

El 63,0% de empresas cántabras con 10 o más asalariados utilizó la firma digital para enviar información. De éstas el 20,0% la utilizó para relacionarse con sus clientes o proveedores y el 99,7% para relacionarse con la Administración Pública.

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



Objetivos para interactuar con las AAPP (%)

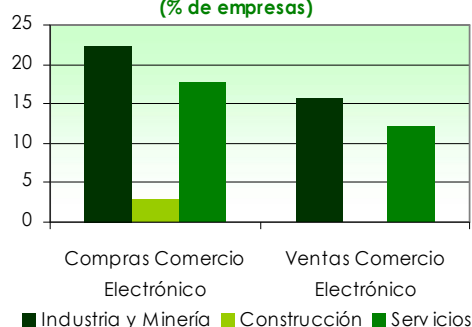


### Comercio Electrónico

El 16,6% de las empresas con 10 o más asalariados realizaron compras a través del comercio electrónico por Internet. Este porcentaje fue superior en la industria y minería (22,3%) que en el resto de los sectores, cuyos porcentajes fueron de un 17,6% en los servicios y de un 3,0% en la construcción.

Por otro lado, solo un 11,1% de las empresas con 10 o más asalariados realizó ventas a través del comercio electrónico por Internet. Un 15,7% de las empresas de la industria y minería vendieron a través del comercio electrónico por Internet, en el caso de los servicios este porcentaje fue del 12,1%, mientras que las empresas de construcción no realizaron ventas a través del comercio electrónico por Internet.

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	100,0	97,3	98,7	98,8	99,1	98,9	98,9
Red de área local (LAN)	78,4	82,4	80,9	80,4	85,7	80,3	86,7	85,4
Red de área local sin hilos	51,9	58,9	49,2	51,8	53,2	49,6	58,3	55,6
Internet	96,0	97,8	96,2	96,4	97,5	98,0	98,2	98,0
Telefonía Móvil	95,2	97,8	92,3	94,2	94,2	98,3	93,9	94,7
Otras tecnologías (GPS, TPV, etc.)	25,5	10,5	44,9	32,4	24,8	24,7	43,4	35,3
Correo electrónico (e-mail)	96,0	97,8	96,2	96,4	97,4	97,6	98,0	97,8

### 1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores al menos una vez por semana	48,2	25,0	62,2	51,9	49,7	38,8	63,3	57,4
Utiliza ordenadores conectados a internet al menos una vez por semana	37,5	24,7	47,8	40,7	38,7	36,6	54,4	48,5
Se le proporcionó un dispositivo portátil que permitía la conexión móvil a internet (1)	10,9	8,2	8,8	9,6	13,3	16,1	17,3	16,1
Que recibieron formación en TIC (especialistas o usuarios) (7)	20,7	18,6	42,6	27,8	23,9	22,7	27,0	25,9

### 1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	74,7	79,3	65,5	71,0	68,7	71,3	71,2	70,5
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	39,0	41,5	31,4	35,7	32,5	30,6	33,7	32,9
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	69,4	79,3	65,1	69,1	65,9	69,0	68,6	67,9
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	51,9	66,7	54,0	55,6	49,6	50,5	51,0	50,5
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	16,5	32,0	20,1	21,1	21,5	18,2	28,2	24,8
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	23,0	17,2	14,3	17,7	19,2	10,4	22,4	19,7
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) ...	30,5	41,1	31,4	32,8	25,4	23,2	31,3	28,4

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

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	13,1	20,7	21,0	18,3	18,3	20,5	14,6	16,6
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	17,5	17,2	17,3	17,4	17,7	15,5	16,8	16,8
La inercia del mercado	11,7	13,1	15,4	13,8	14,4	14,9	11,7	13,0
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	12,6	11,9	6,3	9,4	11,4	10,0	10,2	10,5
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	12,5	9,4	11,2	11,3	15,5	14,3	13,1	14,0
Otros	0,7	4,1	1,7	1,8	4,7	1,4	5,5	4,6

### 1.4 % Empresas que:

Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil	55,4	65,1	53,5	56,2	62,9	59,9	68,3	65,5
Disponía de empleados conectados a los sistemas TIC de la empresa por redes telemáticas externas	23,3	17,4	18,7	20,0	20,3	25,5	30,6	27,0
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	12,3	7,3	14,6	12,5	17,8	13,6	23,1	20,2
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	44,1	0,0	51,9	44,0	48,7	22,4	50,0	46,9
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal usuario (2)	98,3	100,0	95,2	96,7	91,0	97,5	93,0	93,0

## 2. Utilización de Internet

### 2.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Módem tradicional o RDSI	9,3	7,3	14,4	11,4	10,1	6,7	11,1	10,2
Banda ancha (fija o móvil)	98,1	100,0	98,0	98,4	99,4	99,5	99,6	99,5
Banda ancha fija	97,1	92,7	98,0	96,7	97,9	97,4	99,1	98,5
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	94,1	92,7	96,6	95,1	93,2	91,0	94,4	93,6
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	10,7	16,3	16,0	14,3	17,2	16,7	24,9	21,5
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	4,5	7,3	6,4	5,9	8,0	5,4	6,9	7,0
Telefonía móvil de banda ancha	64,2	68,2	53,1	59,4	69,7	77,0	74,7	73,6
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	51,9	55,3	45,5	49,3	49,2	53,4	56,1	53,8
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	60,1	67,0	52,6	57,6	65,6	70,2	69,6	68,6
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	27,4	16,8	19,7	21,7	21,3	22,5	26,5	24,5

### 2.2 % Empresas cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	1,9	0,0	2,0	1,6	0,6	0,5	0,4	0,5
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	66,1	60,4	44,2	54,3	63,6	50,9	52,1	55,1
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	22,0	34,7	41,5	33,9	25,1	33,2	29,8	29,0
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	5,9	4,9	9,1	7,3	6,4	12,0	10,5	9,6
100 Mb/seg o superior	4,1	0,0	3,2	2,9	4,3	3,5	7,3	5,9

### 2.3 % Empresas que utilizan Internet con los siguientes fines (3):

Para buscar información	97,9	95,5	99,1	98,1	96,8	97,4	96,7	96,8
Para obtener servicios bancarios y financieros	90,3	88,5	86,3	88,0	91,9	91,7	91,2	91,5
Para formación y aprendizaje	46,9	51,7	49,1	48,8	41,6	38,1	48,4	45,0
Para observar el comportamiento del mercado	42,9	48,2	43,9	44,4	50,1	41,4	55,7	51,9
Para obtener servicios postventa/preventa	42,5	55,8	45,4	46,3	49,5	47,0	55,8	52,7
Como plataforma de comunicación (email, VoIP, ...)	90,9	100,0	91,3	92,7	90,6	91,2	91,6	91,3

# 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
<b>2.4 Conexión móvil a Internet para uso empresarial (1)</b>								
% Empresas que proporcionaron a sus empleados dispositivos portátiles con conexión móvil a Internet para uso empresarial:	49,0	32,7	33,8	38,6	49,2	47,4	53,7	51,5
<b>2.4.1 Tipo de dispositivo portátil proporcionado (1):</b>								
Ordenador portátil (notebook, laptop, Ultra Mobile PC-UMPC, tablet PC, ...)	39,4	16,0	25,9	28,5	36,4	31,4	41,1	38,3
Otros dispositivos portátiles (smartphone, PDA phone, ...)	44,2	31,5	33,8	36,8	45,8	43,6	49,0	47,3
<b>2.5 Interacción con las AAPP (3)</b>								
% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	88,0	73,8	89,4	86,1	89,7	91,3	90,0	90,1
Obtener información	77,3	73,8	74,0	75,0	76,3	79,4	77,8	77,6
Conseguir impresos o formularios	80,3	54,7	76,1	73,6	74,3	79,2	75,2	75,5
Devolver impresos cumplimentados	70,2	39,9	59,7	59,5	66,5	59,9	64,5	64,4
Declaración de impuestos	70,0	46,3	71,0	66,2	72,8	66,5	74,0	72,5
Declaración de contribuciones a la SS	63,7	40,6	56,6	56,0	54,0	53,0	53,2	53,4
Acceder a la documentación y especificaciones de contrataciones electrónicas de la AAPP	9,0	17,6	13,8	12,9	12,0	34,3	19,0	19,3
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	3,3	1,0	4,7	3,6	2,8	6,4	5,9	5,1
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en el resto de la UE	0,2	1,0	2,4	1,4	0,5	0,3	1,2	0,9
<b>2.6 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web (3)</b>								
% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para:	82,5	69,5	72,3	75,1	76,3	59,5	72,5	71,6
Presentación de la empresa (4)	97,4	89,5	92,3	93,6	94,0	90,3	94,2	93,6
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	50,5	31,3	57,8	50,7	57,8	54,4	68,0	63,2
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	59,5	21,1	63,6	55,0	61,0	31,6	59,5	56,4
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	2,5	0,0	2,9	2,3	5,3	1,8	8,6	6,8
Realización de pedidos o reservas online (4)	11,5	0,0	16,2	11,8	9,1	0,3	21,7	15,2
Pagos online (4)	5,2	10,5	10,8	8,8	5,6	1,1	12,7	9,1
Seguimiento online de pedidos (4)	9,9	0,0	9,4	8,0	7,3	2,6	14,7	11,0
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	2,0	6,1	7,2	5,2	5,0	4,7	9,1	7,3
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	13,6	17,7	12,0	13,5	13,9	19,1	26,6	21,9
<b>2.7 Firma digital (3)</b>								
% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para:	72,2	43,0	64,3	63,0	71,4	70,5	72,4	71,8
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	29,0	5,1	17,0	20,0	20,5	14,2	23,6	21,3
Relacionarse con la Administración Pública (5)	99,7	100,0	99,7	99,7	98,6	99,4	98,4	98,6
<b>3. Medios sociales</b>								
<b>3.1 % Empresas que utilizaban los siguientes tipos de medios sociales (3):</b>								
Redes Sociales	19,7	22,0	21,8	21,2	22,3	21,5	34,4	29,1
Blogs de empresas o microblogs	10,2	4,2	6,7	7,4	9,8	6,9	17,7	13,9
Websites que comparten contenido multimedia	14,0	4,2	7,1	8,8	12,2	10,0	18,2	15,3
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	1,3	0,0	3,7	2,2	3,8	3,0	6,7	5,3
No utilizaban ninguno de los medios sociales o los usaban solo para insertar anuncios de pago	62,0	65,2	55,4	59,3	54,2	56,6	46,6	50,3
<b>3.2 % Empresas que utilizaban medios sociales para (6):</b>								
Desarrollar la imagen de la empresa o productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos,...)	19,8	13,5	20,1	18,8	17,7	14,3	28,2	23,2
Recibir o enviar opiniones de clientes, críticas, reseñas, preguntas...	16,2	0,0	19,3	14,8	13,3	10,6	23,7	18,8
Involucrar a los clientes en el desarrollo o innovación de bienes o servicios	6,4	0,0	6,9	5,5	7,0	5,2	13,6	10,5
Colaborar con socios comerciales u otras organizaciones (p.e. autoridades públicas, ONG's, ...)	5,0	0,0	6,1	4,6	5,5	5,7	11,1	8,7
Selección de personal	1,6	0,0	1,8	1,4	3,4	1,4	8,3	5,9
Intercambio de opiniones o conocimientos dentro de la empresa	6,4	0,0	5,2	4,7	6,2	6,0	12,2	9,6
<b>3.3 Política de utilización de medios sociales (6):</b>								
% Empresas que tenían una política formal para la utilización de medios sociales (objetivos, reglas, procedimientos,...)	5,6	4,2	4,1	4,6	6,2	4,2	12,3	9,4
<b>4. Cloud computing</b>								
<b>4.1 % Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing (3):</b>								
% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	11,6	13,9	11,9	12,2	16,3	17,4	22,1	19,8
<b>4.1.1 Soluciones cloud computing usadas (3):</b>								
Almacenamiento	70,3	100,0	94,8	88,3	82,9	83,6	84,0	83,7
Backup	19,0	8,6	58,4	35,8	45,7	39,5	55,6	51,2
Software	25,0	8,6	31,8	24,9	39,7	40,8	52,4	47,9
Plataforma tecnológica completa	3,2	0,0	22,0	11,6	13,4	10,4	25,3	20,6
Otras	32,8	8,6	16,8	20,0	19,2	15,6	20,7	19,7
<b>4.1.2 Motivos para no usar este modelo tecnológico (3):</b>								
No es necesaria para el desarrollo del negocio	60,0	59,0	56,3	58,0	62,3	63,1	59,9	61,1
No se tiene un conocimiento muy elevado de este tipo de tecnologías	50,2	51,8	54,6	52,6	56,8	57,0	50,9	53,6
Costes	26,5	34,6	18,2	23,8	32,3	31,3	32,2	32,1
Seguridad y confidencialidad de los datos corporativos	42,4	44,4	33,2	38,2	39,7	37,0	40,1	39,5
Otros motivos	21,8	26,8	14,6	19,1	20,0	16,0	20,0	19,4

# 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. Factura electrónica

### 5.1 % Empresas que enviaban facturas electrónicas en un formato :

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	15,4	0,0	5,9	7,9	7,9	21,9	26,4	7,3
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	47,2	54,5	45,9	47,9	51,2	71,9	71,4	56,2

### 5.2 % Empresas que recibían facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	35,5	6,5	22,1	23,7	27,9	21,9	26,4	26,1
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	67,5	65,9	58,5	62,8	69,5	71,9	71,4	71,0

## 6. Integración de la información dentro de la empresa

### 6.1 % Empresas que disponían de:

Herramientas informáticas ERP para compartir información sobre compras/ventas con otras áreas de la empresa	33,7	1,9	27,9	25,1	37,4	20,3	34,4	33,1
Alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	33,2	10,3	29,0	27,1	28,3	18,5	36,0	31,2
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	32,5	10,3	28,3	26,5	26,6	16,2	34,0	29,2
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	21,9	0,0	22,2	18,1	21,8	13,4	29,3	24,8

## 7. Uso de comercio electrónico

### 7.1 Compras comercio electrónico:

% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	22,3	3,0	17,6	16,6	19,0	16,6	26,0	22,6
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	1.924.092	437	357.317	2.281.846	89.315.221	993.728	92.637.939	182.946.888
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	22,2	0,2	16,1	20,5	21,6	2,1	21,0	20,3
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	69,8	2,7	35,8	60,5	45,4	8,9	47,3	45,3

#### 7.1.1 Origen geográfico de las compras (8):

% Con origen España	60,4	98,4	99,4	66,5	35,6	8,1	36,8	35,4
% Con origen otros países de la UE (12)	30,2	1,6	0,6	25,5	8,2	0,5	6,0	6,9
% Con origen el resto de países	9,4	0,0	0,0	7,9	1,7	0,3	4,5	3,0

### 7.2 Ventas comercio electrónico:

% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	15,7	0,0	12,1	11,1	14,1	0,8	18,2	14,4
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	2.119.727	0	276.785	2.396.512	111.304.011	366.170	71.439.562	183.109.743
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	22,2	0,0	9,1	18,2	19,3	0,5	10,9	14,0
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	30,0	0,0	41,6	31,0	40,5	39,6	24,4	32,2

#### 7.2.1 Tipo de cliente (9):

% Con destino a otras empresas	98,0	0,0	94,4	97,6	97,0	95,3	78,8	89,9
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	1,2	0,1	1,3	2,3	3,2	2,0
% Con destino a los consumidores finales	2,0	0,0	3,1	2,1	1,8	2,5	18,0	8,1

#### 7.2.2 Destino geográfico de las ventas (9):

% Con destino a España	68,7	0,0	99,1	72,2	81,3	99,9	83,2	2,0
% Con destino a otros países de la UE (12)	14,5	0,0	0,7	12,9	15,3	0,1	13,8	8,1
% Con destino al resto de países	16,8	0,0	0,2	14,9	3,4	0,1	3,1	82,0

### 7.3 Ventas página Web:

% Empresas que han realizado ventas por página web	9,1	0,0	10,7	8,3	6,4	0,2	15,3	10,5
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	408.576	0	30.985	439.561	18.379.629	70.825	31.403.332	49.853.786
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	4,3	0,0	1,0	3,3	3,2	0,1	4,8	3,8
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	7,4	0,0	8,9	7,5	11,7	20,9	13,3	12,7

#### 7.3.1 Tipo de cliente (10):

% Con destino a otras empresas	89,5	0,0	54,7	87,1	88,9	87,3	56,2	68,3
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	5,9	0,4	0,6	0,0	2,8	2,0
% Con destino a los consumidores finales	10,5	0,0	39,4	12,5	10,6	12,7	41,0	29,7

#### 7.3.2 Destino geográfico de las ventas (10):

% Con destino a España	41,2	0,0	91,9	44,8	90,3	99,9	82,7	85,6
% Con destino a otros países de la UE (12)	8,7	0,0	6,5	8,5	6,8	0,1	11,7	9,9
% Con destino al resto de países	50,1	0,0	1,6	46,7	2,9	0,0	5,6	4,6

### 7.4 Ventas EDI o similar:

% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	11,1	0,0	1,6	4,4	9,1	0,6	4,4	5,1
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	1.711.150	0	245.800	1.956.950	92.924.382	295.345	40.036.229	133.255.957
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	17,9	0,0	8,1	14,9	16,1	0,4	6,1	10,2
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	67,9	0,0	50,1	65,0	49,4	48,2	38,1	45,4

#### 7.4.1 Tipo de cliente (11):

% Con destino a otras empresas	100,0	0,0	99,4	99,9	98,6	97,2	96,6	98,0
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	0,6	0,1	1,4	2,8	3,4	2,0

#### 7.4.2 Destino geográfico de las ventas (11):

% Con destino a España	75,3	0,0	100,0	78,4	79,5	99,8	83,5	80,7
% Con destino a otros países de la UE (12)	15,9	0,0	0,0	13,9	17,0	0,1	15,5	16,5
% Con destino al resto de países	8,9	0,0	0,0	7,7	3,5	0,1	1,1	2,8

# 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: servicio de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95, 1 y financieros)	

## 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	100,0	90,9
Red de área local (LAN)	65,9	72,3	87,9	89,1	75,5	68,1	77,1
Red de área local sin hilos	46,1	49,9	55,9	55,3	34,2	38,5	49,7
Internet	91,1	100,0	95,9	100,0	100,0	93,7	90,9
Telefonía Móvil	83,1	96,6	100,0	97,4	84,8	100,0	82,0
Otras tecnologías (GPS, TPV, etc.)	27,1	23,8	25,7	67,5	56,8	35,5	12,4
Correo electrónico (e-mail)	91,1	100,0	95,9	100,0	100,0	93,7	90,9

### 1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores al menos una vez por semana	30,4	54,6	50,7	78,5	48,8	33,8	59,7
Utiliza ordenadores conectados a internet al menos una vez por semana	22,8	40,4	41,0	50,0	44,2	25,1	59,4
Se le proporcionó un dispositivo portátil que permita la conexión móvil a internet (1)	3,2	12,0	13,0	7,8	2,2	7,3	12,2
Que recibieron formación en TIC (especialistas o usuarios) (7)	7,7	40,1	11,0	52,2	10,0	0,0	41,5

### 1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	63,3	87,9	72,1	72,9	51,1	76,1	51,7
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	27,8	42,7	42,1	31,2	32,1	21,5	37,1
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	59,2	80,9	67,3	72,9	51,1	73,6	51,7
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	36,1	55,4	57,2	56,1	43,5	67,9	45,4
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	9,1	5,7	26,4	13,8	9,5	34,9	23,9
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	18,0	15,4	29,9	14,2	15,2	8,2	17,7
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) ...	31,1	36,3	26,7	30,2	20,7	35,8	33,2

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

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	22,8	3,7	14,2	15,3	41,4	18,2	26,2
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	15,7	8,0	24,1	21,1	16,9	5,7	18,3
La inercia del mercado	11,6	3,7	16,5	17,3	24,5	12,6	11,8
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	20,5	3,7	14,3	4,8	16,9	5,7	6,4
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	11,6	3,7	18,2	13,4	16,9	12,6	5,7
Otros	0,0	0,0	1,4	1,3	0,0	0,0	3,8

### 1.4 % Empresas que:

Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil	36,3	59,6	61,7	55,2	49,2	38,5	60,6
Disponía de empleados conectados a los sistemas TIC de la empresa por redes telemáticas externas	19,0	11,5	32,4	24,2	16,9	10,8	15,4
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	13,2	16,3	9,5	13,9	20,7	0,0	22,5
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	43,7	34,7	53,9	48,9	18,4	0,0	62,5
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal usuario (2)	100,0	100,0	95,4	100,0	100,0	0,0	89,5

## 2. Utilización de Internet

### 2.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Módem tradicional o RDSI	12,4	5,6	10,1	15,3	0,0	19,6	13,7
Banda ancha (fija o móvil)	91,2	100,0	100,0	95,8	100,0	100,0	100,0
Banda ancha fija	91,2	96,6	100,0	95,8	100,0	100,0	100,0
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	91,2	86,7	100,0	95,8	100,0	100,0	95,0
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	11,8	15,0	7,5	7,3	11,4	7,6	37,0
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	0,0	7,7	4,4	0,9	0,0	9,3	15,6
Telefonía móvil de banda ancha	54,4	56,2	73,5	58,0	30,4	45,4	55,5
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	28,2	46,4	65,7	50,7	22,8	29,4	52,3
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	53,3	49,2	69,9	58,0	30,4	44,5	54,2
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	14,4	28,1	32,7	16,2	3,8	16,9	31,7

### 2.2 % Empresas cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	8,8	0,0	0,0	4,2	0,0	0,0	0,0
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	44,4	74,5	70,4	52,6	34,0	21,1	46,2
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	38,7	16,9	17,8	39,8	34,0	78,0	25,0
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	6,3	4,4	6,7	1,5	24,5	0,0	23,3
100 Mb/seg o superior	1,8	4,2	5,1	1,9	7,6	0,9	5,5

### 2.3 % Empresas que utilizan Internet con los siguientes fines (3):

Para buscar información	90,2	100,0	100,0	98,7	100,0	98,2	100,0
Para obtener servicios bancarios y financieros	81,4	90,8	93,9	94,6	84,8	85,5	73,3
Para formación y aprendizaje	48,0	35,1	53,7	40,3	19,0	59,1	66,2
Para observar el comportamiento del mercado	30,0	40,3	50,1	48,6	60,3	38,1	35,1
Para obtener servicios postventa/preventa	45,2	45,0	39,8	47,1	58,4	33,2	46,1
Como plataforma de comunicación (email, VoIP, ...)	86,7	89,4	93,7	89,2	100,0	88,2	94,3

# 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: servicio de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95, 1 y financieras)	

## 2.4 Conexión móvil a Internet para uso empresarial (1)

% Empresas que proporcionaron a sus empleados dispositivos portátiles con conexión móvil a Internet para uso empresarial:	21,6	40,8	66,7	46,9	3,8	24,6	26,4
---	------	------	------	------	-----	------	------

### 2.4.1 Tipo de dispositivo portátil proporcionado (1):

Ordenador portátil (notebook, laptop, Ultra Mobile PC-UMPC, tablet PC, ...)	17,5	23,4	59,2	38,0	3,8	3,3	25,7
Otros dispositivos portátiles (smartphone, PDA phone, ...)	16,5	33,9	63,3	46,9	3,8	24,6	26,4

## 2.5 Interacción con las AAPP (3)

% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	81,4	82,6	94,3	86,3	75,5	100,0	92,3
Obtener información	72,4	63,0	88,4	64,7	67,9	81,7	86,9
Conseguir impresos o formularios	70,5	82,6	83,1	66,7	43,5	99,1	87,4
Devolver impresos cumplimentados	70,5	61,9	75,2	50,5	43,5	88,2	62,7
Declaración de impuestos	72,4	73,6	66,8	61,3	51,1	93,1	79,9
Declaración de contribuciones a la SS	66,0	65,1	61,7	40,2	43,5	85,7	70,8
Acceder a la documentación y especificaciones de contrataciones electrónicas de la AAPP	11,8	4,9	10,3	3,4	7,6	23,9	27,2
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	3,6	0,0	5,3	0,6	0,0	7,8	10,9
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en el resto de la UE	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	7,8	4,0

## 2.6 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web (3)

% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para:	73,1	77,0	90,0	79,7	83,1	53,6	67,7
Presentación de la empresa (4)	100,0	94,6	97,9	90,4	100,0	100,0	89,8
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	59,3	59,1	42,7	61,8	77,2	42,5	50,7
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	72,9	33,9	68,4	75,1	90,9	42,5	41,4
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	2,5	2,8	2,2	1,9	18,3	0,0	1,2
Realización de pedidos o reservas online (4)	46,7	0,9	4,6	9,7	61,4	12,5	15,8
Pagos online (4)	8,7	4,4	4,4	4,0	34,0	12,5	15,8
Seguimiento online de pedidos (4)	46,7	0,0	2,1	10,6	22,8	0,0	6,9
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	2,5	0,0	2,9	8,0	9,1	4,9	6,2
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	14,9	6,4	16,9	8,5	6,9	6,6	23,4

## 2.7 Firma digital (3)

% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para:	76,9	67,3	73,1	64,1	60,3	55,0	71,0
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	41,2	22,7	26,9	9,5	37,4	20,2	22,4
Relacionarse con la Administración Pública (5)	100,0	100,0	99,4	100,0	100,0	100,0	98,9

## 3. Medios sociales

### 3.1 % Empresas que utilizaban los siguientes tipos de medios sociales (3):

Redes Sociales	39,5	12,8	15,4	19,1	20,7	26,7	23,9
Blogs de empresas o microblogs	16,2	3,7	11,6	4,0	1,9	11,6	9,9
Websites que comparten contenido multimedia	8,2	18,3	13,8	5,0	7,6	4,9	11,7
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	0,0	0,0	2,7	0,3	0,0	13,4	4,7
No utilizaban ninguno de los medios sociales o los usaban solo para insertar anuncios de pago	54,2	60,7	66,2	62,7	58,6	43,3	49,3

### 3.2 % Empresas que utilizaban medios sociales para (6):

Desarrollar la imagen de la empresa o productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos,...)	39,5	15,0	14,2	18,4	24,5	26,7	17,6
Recibir o enviar opiniones de clientes, críticas, reseñas, preguntas...	19,8	15,7	14,9	19,1	18,8	26,7	15,6
Involucrar a los clientes en el desarrollo o innovación de bienes o servicios	11,6	3,7	5,7	4,5	16,9	13,3	4,4
Colaborar con socios comerciales u otras organizaciones (p.e. autoridades públicas, ONG's, ...)	3,6	6,6	4,7	3,4	16,9	15,2	2,3
Selección de personal	0,0	2,9	1,5	1,6	0,0	1,8	2,6
Intercambio de opiniones o conocimientos dentro de la empresa	5,4	9,9	4,7	0,6	18,8	8,5	7,3

### 3.3 Política de utilización de medios sociales (6):

% Empresas que tenían una política formal para la utilización de medios sociales (objetivos, reglas, procedimientos,...)	9,8	0,0	7,2	1,9	0,0	6,7	7,3
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

## 4. Cloud computing

### 4.1 % Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing (3):

% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	12,7	0,7	17,8	13,7	5,7	2,6	16,1
--	------	-----	------	------	-----	-----	------

#### 4.1.1 Soluciones cloud computing usadas (3):

Almacenamiento	64,3	100,0	71,4	90,6	100,0	100,0	100,0
Backup	14,3	0,0	21,0	53,0	0,0	100,0	67,7
Software	50,0	0,0	17,7	2,2	33,3	100,0	67,7
Plataforma tecnológica completa	0,0	0,0	4,3	2,2	0,0	0,0	54,7
Otras	0,0	100,0	41,3	9,4	33,3	0,0	27,5

#### 4.1.2 Motivos para no usar este modelo tecnológico (3):

No es necesaria para el desarrollo del negocio	80,3	46,7	60,6	59,1	75,8	41,0	55,7
No se tiene un conocimiento muy elevado de este tipo de tecnologías	47,1	54,1	48,7	59,4	57,9	47,6	49,8
Costes	47,4	15,7	24,8	10,3	19,9	13,9	34,5
Seguridad y confidencialidad de los datos corporativos	47,4	30,7	49,0	33,8	62,0	14,9	35,7
Otros motivos	33,0	12,2	23,8	12,7	17,9	10,5	19,8

# 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: servicio de comidas y bebidas)	Transporte y almacenamiento	Resto de servicios (excluidas CNAE 75, 95, 1 y financieras)

## 5. Factura electrónica

### 5.1 % Empresas que enviaban facturas electrónicas en un formato :

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	41,1	5,8	9,2	5,4	0,0	11,2	4,9
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	44,3	58,9	41,5	51,3	26,6	22,1	56,0

### 5.2 % Empresas que recibían facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	52,7	42,5	23,3	22,5	34,0	5,0	28,3
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	52,5	53,5	82,8	76,4	30,2	40,5	48,2

## 6. Integración de la información dentro de la empresa

### 6.1 % Empresas que disponían de:

Herramientas informáticas ERP para compartir información sobre compras/ventas con otras áreas de la empresa	33,8	18,6	42,6	39,1	5,7	14,4	23,8
Alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	32,7	27,6	36,9	37,3	9,5	21,0	25,8
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	32,7	26,1	36,2	36,1	9,5	21,0	25,3
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	23,8	17,8	23,5	32,3	9,5	13,6	14,9

## 7. Uso de comercio electrónico

### 7.1 Compras comercio electrónico:

% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	17,2	16,9	28,0	20,6	22,8	9,6	16,4
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	378	737.236	1.186.478	335.541	930	1.209	19.636
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	0,0	52,5	18,3	17,7	2,8	0,7	16,5
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	1,0	62,2	77,4	36,6	4,8	7,9	42,2

#### 7.1.1 Origen geográfico de las compras (8):

% Con origen España	87,4	50,0	66,9	99,9	99,6	59,4	93,8
% Con origen otros países de la UE (12)	12,6	27,0	32,2	0,1	0,4	40,4	5,9
% Con origen el resto de países	0,0	23,0	0,9	0,0	0,0	0,2	0,3

### 7.2 Ventas comercio electrónico:

% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	45,1	5,8	8,0	10,7	43,5	6,3	9,7
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	74.405	644.475	1.400.847	259.735	10.548	3.215	3.287
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	7,9	48,6	19,2	11,8	14,9	0,8	0,8
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	23,9	76,9	23,7	44,7	20,2	47,0	13,1

#### 7.2.1 Tipo de cliente (9):

% Con destino a otras empresas	97,4	100,0	97,1	98,0	42,4	30,0	39,3
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	0,0	0,5	0,8	0,0	53,1
% Con destino a los consumidores finales	2,2	0,0	2,9	0,0	56,8	70,0	7,6

#### 7.2.2 Destino geográfico de las ventas (9):

% Con destino a España	100,0	15,8	91,4	100,0	81,3	90,0	93,9
% Con destino a otros países de la UE	0,0	29,6	8,3	0,0	15,0	10,0	3,0
% Con destino al resto de países	0,0	54,6	0,3	0,0	3,7	0,0	3,0

### 7.3 Ventas página Web:

% Empresas que han realizado ventas por página web	31,1	0,7	4,0	7,7	43,5	6,3	9,7
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	3.189	204.535	200.852	13.935	10.548	3.215	3.287
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	0,3	15,4	2,8	0,6	14,9	0,8	0,8
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	1,7	35,0	4,2	5,3	20,2	47,0	13,1

#### 7.3.1 Tipo de cliente (10):

% Con destino a otras empresas	39,4	100,0	79,6	73,3	42,4	30,0	39,3
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	53,1
% Con destino a los consumidores finales	60,6	0,0	20,4	26,7	56,8	70,0	7,6

#### 7.3.2 Destino geográfico de las ventas (10):

% Con destino a España	100,0	0,0	82,3	100,0	81,3	90,0	93,9
% Con destino a otros países de la UE	0,0	0,0	17,6	0,0	15,0	10,0	3,0
% Con destino al resto de países	0,0	100,0	0,0	0,0	3,7	0,0	3,0

### 7.4 Ventas EDI o similar:

% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	32,0	5,8	4,5	3,5	0,0	0,0	0,0
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	71.216	439.939	1.199.995	245.800	0	0	0
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	7,6	33,2	16,5	11,2	0,0	0,0	0,0
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	24,9	52,5	86,0	50,1	0,0	0,0	0,0

#### 7.4.1 Tipo de cliente (11):

% Con destino a otras empresas	100,0	100,0	100,0	99,4	0,0	0,0	0,0
% Con destino a la AAPP	0,0	0,0	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0

#### 7.4.2 Destino geográfico de las ventas (11):

% Con destino a España	100,0	23,2	92,9	100,0	0,0	0,0	0,0
% Con destino a otros países de la UE	0,0	43,3	6,8	0,0	0,0	0,0	0,0
% Con destino al resto de países	0,0	33,5	0,4	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.)	98,5	100,0	100,0	98,7	98,8	99,3	99,9	98,9
Red de área local (LAN)	77,8	98,1	100,0	80,4	83,7	95,2	98,0	85,4
Red de área local sin hilos	48,5	73,5	86,7	51,8	52,6	71,9	79,4	55,6
Internet	95,9	100,0	100,0	96,4	97,8	99,1	99,9	98,0
Telefonía Móvil	93,6	98,4	100,0	94,2	94,1	97,8	99,5	94,7
Otras tecnologías (GPS, TPV, etc.)	30,0	51,2	31,0	32,4	34,6	38,7	42,9	35,3
Correo electrónico (e-mail)	95,9	100,0	100,0	96,4	97,5	99,0	99,9	97,8

### 1.2 % Personal que:

Utiliza ordenadores al menos una vez por semana	42,6	55,8	68,2	51,9	52,2	57,1	61,1	57,4
Utiliza ordenadores conectados a internet al menos una vez por semana	37,9	44,3	42,1	40,7	46,5	49,5	49,4	48,5
Se le proporcionó un dispositivo portátil que permitía la conexión móvil a internet (1)	7,1	12,0	11,9	9,6	13,2	16,5	18,0	16,1
Que recibieron formación en TIC (especialistas o usuarios) (7)	30,7	32,4	20,5	27,8	34,8	28,1	23,5	25,9

### 1.3 Uso de software de código abierto:

% Empresas que utilizaba la tipología de software de código abierto:	68,4	88,5	93,8	71,0	69,6	74,3	85,1	70,5
Sistemas operativos (p.e. Linux, ...)	32,7	57,3	50,6	35,7	30,9	41,9	58,5	32,9
Navegadores de internet (p.e. Mozilla Firefox, Chromium, ...)	66,5	87,7	83,1	69,1	67,0	71,8	78,0	67,9
Aplicaciones ofimáticas (p.e. Open Office, ...)	53,2	73,2	63,9	55,6	50,2	51,5	55,2	50,5
Servidores de web / internet (p.e. Apache, Tomcat, Cherokee, ...)	18,4	37,4	53,2	21,1	22,3	36,2	57,4	24,8
Aplicaciones de código abierto para procesamiento automático de información tipo ERP o CRM	14,1	43,9	35,5	17,7	17,4	30,8	45,6	19,7
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	40,9	44,3	32,8	27,1	34,1	46,7	28,4

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

Desconocimiento de soluciones y falta de referencias sobre productos de software libre	19,8	9,2	0,0	18,3	17,7	10,5	5,9	16,6
Los problemas que puede conllevar la migración (p. e. problemas de interoperabilidad con otros productos ya implantados)	18,2	12,2	8,9	17,4	16,9	16,4	14,5	16,8
La inercia del mercado	14,8	6,5	6,2	13,8	13,5	10,4	7,8	13,0
La percepción de falta de calidad de este tipo de soluciones	10,0	5,8	0,0	9,4	10,6	10,4	8,7	10,5
Falta de apoyo o desconocimiento del mismo por parte de organismos públicos a las empresas para la adopción de software libre	12,1	6,7	0,0	11,3	14,6	10,7	6,8	14,0
Otros	2,1	0,0	0,0	1,8	4,4	5,7	6,2	4,6

### 1.4 % Empresas que:

Proporcionaba a sus empleados acceso remoto al correo electrónico, documentos o aplicaciones de la empresa mediante conexión a internet fija, inalámbrica o móvil	52,9	78,4	86,7	56,2	62,4	82,3	92,4	65,5
Disponía de empleados conectados a los sistemas TIC de la empresa por redes telemáticas externas	16,4	44,5	49,4	20,0	23,4	44,4	63,5	27,0
Proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados	9,6	30,5	49,4	12,5	17,1	35,4	53,6	20,2
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal especialista (2)	32,0	65,5	82,1	44,0	40,7	58,9	76,5	46,9
Proporcionaron actividades formativas en TIC a su personal usuario (2)	95,9	100,0	91,0	96,7	94,3	89,2	91,1	93,0

## 2. Utilización de Internet

### 2.1 % Empresas que disponían de internet según tipo de acceso (3):

Módem tradicional o RDSI	11,7	11,3	0,0	11,4	10,1	10,0	13,1	10,2
Banda ancha (fija o móvil)	98,2	100,0	100,0	98,4	99,5	99,9	100,0	99,5
Banda ancha fija	96,3	100,0	100,0	96,7	98,3	99,5	99,7	98,5
Conexión DSL (ADSL, HDSL, SDSL, etc.)	94,7	98,1	95,6	95,1	93,8	92,3	92,2	93,6
Redes de cable y fibra óptica (FTTH)	10,9	33,9	62,7	14,3	18,1	36,8	62,9	21,5
Otras conexiones fijas (PLC, leased line, satélite, ...)	4,9	9,7	32,8	5,9	5,4	12,6	32,7	7,0
Telefonía móvil de banda ancha	54,9	88,9	95,6	59,4	71,0	87,5	96,0	73,6
Mediante módem 3G con un ordenador portátil o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	45,7	72,1	84,9	49,3	49,9	73,8	88,8	53,8
Mediante móvil 3G con smartphone, PDA o similar (conexión UMTS, CDM200, HSDPA, ...)	53,5	84,1	95,6	57,6	65,9	82,8	92,0	68,6
Otras conexiones móviles (móviles analógicos que utilicen GSM, GPRS, EDGE, etc.)	20,5	26,5	55,0	21,7	21,4	38,9	57,8	24,5

### 2.2 % Empresas cuya velocidad máxima de bajada contratada era (3):

Por debajo de 2 Mb/seg	1,8	0,0	0,0	1,6	0,5	0,1	0,0	0,5
Mayor o igual que 2Mb/seg e inferior a 10 Mb/seg	55,4	48,0	39,0	54,3	56,3	50,7	37,4	55,1
Mayor o igual que 10Mb/seg e inferior a 30 Mb/seg	34,0	33,3	35,5	33,9	28,8	29,7	30,1	29,0
Mayor o igual que 30 Mb/seg e inferior a 100 Mb/seg	6,8	11,3	4,4	7,3	9,3	10,1	15,7	9,6
100 Mb/seg o superior	2,0	7,3	21,1	2,9	5,0	9,5	16,8	5,9

### 2.3 % Empresas que utilizan Internet con los siguientes fines (3):

Para buscar información	97,8	100,0	100,0	98,1	96,5	98,9	99,2	96,8
Para obtener servicios bancarios y financieros	86,8	97,1	86,7	88,0	91,0	94,4	93,9	91,5
Para formación y aprendizaje	45,7	69,1	73,4	48,8	41,6	62,0	77,7	45,0
Para observar el comportamiento del mercado	40,1	72,3	76,1	44,4	49,7	63,6	72,4	51,9
Para obtener servicios postventa/preventa	43,9	61,5	71,6	46,3	51,1	60,6	69,6	52,7
Como plataforma de comunicación (email, VoIP, ...)	93,3	90,5	80,5	92,7	91,1	92,5	92,4	91,3



# 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
<b>2.4 Conexión móvil a Internet para uso empresarial (1)</b>								
% Empresas que proporcionaron a sus empleados dispositivos portátiles con conexión móvil a Internet para uso empresarial:	34,0	69,3	82,3	38,6	46,8	76,3	91,3	51,5
<b>2.4.1 Tipo de dispositivo portátil proporcionado (1):</b>								
Ordenador portátil (notebook, laptop, Ultra Mobile PC-UMPC, tablet PC, ...)	23,8	58,8	82,3	28,5	33,1	65,4	85,8	38,3
Otros dispositivos portátiles (smartphone, PDA phone, ...)	32,2	66,7	82,3	36,8	42,7	71,5	86,4	47,3
<b>2.5 Interacción con las AAPP (3)</b>								
% Empresas que interactuaron con las AAPP mediante internet para:	84,2	98,9	100,0	86,1	88,9	96,7	98,8	90,1
Obtener información	72,9	88,6	95,6	75,0	75,3	90,3	95,6	77,6
Conseguir impresos o formularios	70,8	91,0	100,0	73,6	72,9	90,1	95,2	75,5
Devolver impresos cumplimentados	55,6	85,9	86,7	59,5	61,1	81,9	91,5	64,4
Declaración de impuestos	62,4	91,0	100,0	66,2	89,9	92,7	92,1	90,4
Declaración de contribuciones a la SS	52,0	80,7	95,6	56,0	49,5	73,0	89,5	53,4
Acceder a la documentación y especificaciones de contrataciones electrónicas de la AAPP	10,6	28,2	28,4	12,9	17,7	27,2	36,9	19,3
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en España	2,6	7,6	28,4	3,6	4,4	8,1	13,9	5,1
Presentar una propuesta comercial a licitación pública (e-tendering) en el resto de la UE	0,8	4,8	13,3	1,4	0,6	2,3	4,7	0,9
<b>2.6 Empresas con conexión a Internet y sitio/página Web (3)</b>								
% Empresas con conexión a internet y sitio/página web para:	73,4	84,8	100,0	75,1	68,6	87,8	93,8	71,6
Presentación de la empresa (4)	93,4	94,5	95,6	93,6	93,0	96,0	98,3	93,6
Declaración de política de intimidad o certificación relacionada con la seguridad del sitio Web (4)	48,4	62,8	73,4	50,7	61,0	71,6	79,9	63,2
Acceso a catálogos de productos o listas de precios (4)	53,8	61,4	62,7	55,0	55,7	59,7	58,8	56,4
Posibilidad de personalizar o diseñar productos por los clientes (4)	1,4	5,9	12,2	2,3	6,4	8,2	8,9	6,8
Realización de pedidos o reservas online (4)	11,8	9,2	27,3	11,8	14,4	18,6	19,7	15,2
Pagos online (4)	9,5	1,5	21,1	8,8	8,3	12,0	16,1	9,1
Seguimiento online de pedidos (4)	7,8	6,1	27,3	8,0	10,3	13,4	18,3	11,0
Personalización de la página web para usuarios habituales (4)	4,8	5,8	16,6	5,2	7,0	8,2	11,6	7,3
Anuncios de ofertas de trabajo o recepción de solicitudes de trabajo online (4)	10,8	23,5	61,0	13,5	17,7	35,5	63,4	21,9
<b>2.7 Firma digital (3)</b>								
% Empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa para:	58,2	94,4	100,0	63,0	69,1	87,1	91,6	71,8
Relacionarse con sus clientes y/o proveedores (5)	18,3	23,2	53,9	20,0	19,2	28,1	45,4	21,3
Relacionarse con la Administración Pública (5)	100,0	99,0	95,6	99,7	98,5	99,1	98,8	98,6
<b>3. Medios sociales</b>								
<b>3.1 % Empresas que utilizaban los siguientes tipos de medios sociales (3):</b>								
Redes Sociales	19,4	31,2	47,7	21,2	27,6	35,5	45,9	29,1
Blogs de empresas o microblogs	5,7	16,7	34,4	7,4	12,2	22,3	32,4	13,9
Websites que comparten contenido multimedia	6,6	22,3	31,0	8,8	13,6	23,5	32,9	15,3
Herramientas para compartir conocimientos, basadas en Wiki	2,3	1,1	8,9	2,2	4,6	8,3	14,7	5,3
No utilizaban ninguno de los medios sociales o los usaban solo para insertar anuncios de pago	60,8	49,8	47,9	59,3	51,1	47,0	37,7	50,3
<b>3.2 % Empresas que utilizaban medios sociales para (6):</b>								
Desarrollar la imagen de la empresa o productos de mercado (publicidad, lanzamiento de productos,...)	16,9	30,1	43,2	18,8	21,4	31,8	41,3	23,2
Recibir o enviar opiniones de clientes, críticas, reseñas, preguntas...	13,2	24,2	34,4	14,8	17,3	26,4	33,2	18,8
Involucrar a los clientes en el desarrollo o innovación de bienes o servicios	4,1	13,8	21,1	5,5	9,5	15,3	19,3	10,5
Colaborar con socios comerciales u otras organizaciones (p.e. autoridades públicas, ONG's, ...)	3,3	13,0	17,7	4,6	8,3	10,2	15,8	8,7
Selección de personal	0,6	4,5	22,2	1,4	4,4	12,6	22,5	5,9
Intercambio de opiniones o conocimientos dentro de la empresa	3,5	11,2	21,1	4,7	8,7	13,2	22,5	9,6
<b>3.3 Política de utilización de medios sociales (6):</b>								
% Empresas que tenían una política formal para la utilización de medios sociales (objetivos, reglas, procedimientos,...)	4,4	3,7	22,2	4,6	7,9	16,2	25,2	9,4
<b>4. Cloud computing</b>								
<b>4.1 % Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing (3):</b>								
% Empresas que utilizaban soluciones de cloud computing:	10,7	21,8	21,1	12,2	18,2	27,4	34,8	19,8
<b>4.1.1 Soluciones cloud computing usadas (3):</b>								
Almacenamiento	86,1	95,1	100,0	88,3	86,4	75,6	65,4	83,7
Backup	29,0	60,9	42,1	35,8	52,7	46,4	41,7	51,2
Software	17,2	51,5	42,1	24,9	46,3	51,7	62,0	47,9
Plataforma tecnológica completa	10,7	10,7	42,1	11,6	18,9	24,9	35,1	20,6
Otras	19,3	22,6	21,1	20,0	17,9	25,4	29,8	19,7
<b>4.1.2 Motivos para no usar este modelo tecnológico (3):</b>								
No es necesaria para el desarrollo del negocio	57,0	66,1	64,0	58,0	61,5	59,4	55,9	61,1
No se tiene un conocimiento muy elevado de este tipo de tecnologías	54,7	38,4	24,7	52,6	55,9	40,4	25,2	53,6
Costes	22,0	38,1	39,3	23,8	32,3	31,3	28,0	32,1
Seguridad y confidencialidad de los datos corporativos	37,3	43,4	58,4	38,2	38,1	47,2	56,9	39,5
Otros motivos	19,6	13,8	24,7	19,1	18,5	24,8	28,9	19,4

# 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. Factura electrónica

### 5.1 % Empresas que enviaban facturas electrónicas en un formato :

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	5,2	24,4	45,0	7,9	5,2	29,2	37,7	7,3
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	46,0	59,2	71,6	47,9	54,9	77,0	78,7	56,2

### 5.2 % Empresas que recibían facturas electrónicas en un formato:

Estándar adecuado para el procesamiento automático (p.e. EDI, UBL, XML, facturae...)	22,2	34,4	31,7	23,7	25,4	29,2	37,7	26,1
Electrónico no adecuado para el procesamiento automático (p.e. emails, emails con adjunto en formato PDF, emails con facturas escaneadas en papel)	61,7	67,7	86,7	62,8	69,9	77,0	78,7	71,0

## 6. Integración de la información dentro de la empresa

### 6.1 % Empresas que disponían de:

Herramientas informáticas ERP para compartir información sobre compras/ventas con otras áreas de la empresa	20,8	52,0	77,8	25,1	28,3	58,4	75,4	33,1
Alguna aplicación informática para gestionar información de clientes (herramientas CRM) para:	23,4	51,5	60,1	27,1	28,6	43,8	56,7	31,2
Capturar, almacenar y compartir información sobre clientes	23,1	49,3	55,7	26,5	26,7	42,4	54,3	29,2
Analizar la información disponible acerca de los clientes con fines comerciales y de marketing	14,8	40,4	49,4	18,1	22,5	36,4	47,5	24,8

## 7. Uso de comercio electrónico

### 7.1 Compras comercio electrónico:

% Empresas que han comprado mediante comercio electrónico	14,7	28,0	41,7	16,6	21,4	28,5	35,8	22,6
Importe de las compras mediante comercio electrónico (miles euros)	42.663	236.909	2.002.274	2.281.846	9.799.890	16.429.590	156.717.409	182.946.888
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras	0,8	10,7	60,9	20,5	4,2	7,6	34,6	20,3
% Compras mediante comercio electrónico sobre total de compras de las empresas que compran por comercio electrónico	18,9	29,2	73,3	60,5	18,3	25,0	55,1	45,3

#### 7.1.1 Origen geográfico de las compras (8):

% Con origen España	97,2	84,8	63,7	66,5	15,5	16,5	43,5	35,4
% Con origen otros países de la UE (12)	1,7	15,1	27,3	25,5	2,1	6,9	7,8	6,9
% Con origen el resto de países	1,0	0,1	9,0	7,9	0,7	1,5	3,8	3,0

### 7.2 Ventas comercio electrónico:

% Empresas que han realizado ventas por comercio electrónico	9,7	16,9	46,8	11,1	12,4	25,1	33,5	14,4
Importe de las ventas mediante comercio electrónico (miles euros)	103.934	446.607	1.845.970	2.396.512	12.890.398	35.880.132	134.339.212	183.109.743
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas	1,5	14,8	54,7	18,2	3,8	11,5	20,4	14,0
% Ventas mediante comercio electrónico sobre total de ventas de las empresas que venden por comercio electrónico	2,3	53,0	79,5	31,0	22,1	35,5	32,9	32,2

#### 7.2.1 Tipo de cliente (9):

% Con destino a otras empresas	51,0	99,2	99,8	97,6	83,5	92,5	89,8	89,9
% Con destino a la AAPP	1,8	0,3	0,0	0,1	1,9	1,0	2,3	2,0
% Con destino a los consumidores finales	47,0	0,5	0,0	2,1	14,6	6,4	7,9	8,1

#### 7.2.2 Destino geográfico de las ventas (9):

% Con destino a España	98,4	71,4	70,9	72,2	84,6	83,8	81,3	2,0
% Con destino a otros países de la UE	1,3	28,3	9,8	12,9	11,3	13,1	15,5	8,1
% Con destino al resto de países	0,3	0,3	19,2	14,9	4,1	3,1	3,2	82,0

### 7.3 Ventas página Web:

% Empresas que han realizado ventas por página web	8,0	7,8	27,3	8,3	9,6	15,6	17,7	10,5
Importe de las ventas mediante página web (miles euros)	61.713	11.993	365.855	439.561	5.416.039	9.835.127	34.602.621	49.853.786
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas	0,9	0,4	10,8	3,3	1,6	3,1	5,2	3,8
% Ventas mediante página web sobre el total de ventas de las empresas que venden por página web	1,4	5,4	32,1	7,5	14,6	19,4	11,3	12,7

#### 7.3.1 Tipo de cliente (10):

% Con destino a otras empresas	17,4	80,8	99,0	87,1	63,6	75,0	67,1	68,3
% Con destino a la AAPP	3,0	0,0	0,0	0,4	1,6	1,5	2,2	2,0
% Con destino a los consumidores finales	79,6	19,2	1,0	12,5	34,8	23,4	30,7	29,7

#### 7.3.2 Destino geográfico de las ventas (10):

% Con destino a España	97,3	92,3	34,4	44,8	74,8	82,1	88,2	85,6
% Con destino a otros países de la UE	2,1	6,4	9,7	8,5	16,4	12,3	8,1	9,9
% Con destino al resto de países	0,6	1,3	55,9	46,7	8,7	5,6	3,7	4,6

### 7.4 Ventas EDI o similar:

% Empresas que han realizado ventas mediante mensajes tipo EDI o similar	2,8	12,0	40,6	4,4	3,6	12,7	21,0	5,1
Importe de las ventas mediante mensajes tipo EDI o similar (miles euros)	42.221	434.614	1.480.115	1.956.950	7.474.360	26.045.006	99.736.591	133.255.957
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas	0,6	14,4	43,9	14,9	2,2	8,3	15,1	10,2
% Ventas mediante mensajes tipo EDI o similar sobre el total de ventas de las empresas que venden mediante mensajes tipo EDI o similar	37,8	54,6	70,4	65,0	29,8	38,3	49,7	45,4

#### 7.4.1 Tipo de cliente (11):

% Con destino a otras empresas	100,0	99,7	100,0	99,9	97,9	99,1	97,7	98,0
% Con destino a la AAPP	0,0	0,3	0,0	0,1	2,1	0,9	2,3	2,0

#### 7.4.2 Destino geográfico de las ventas (11):

% Con destino a España	100,0	70,8	80,0	78,4	91,7	84,5	78,9	80,7
% Con destino a otros países de la UE	0,0	28,9	9,9	13,9	7,6	13,4	18,0	16,5
% Con destino al resto de países	0,0	0,3	10,2	7,7	0,7	2,2	3,1	2,8

## NOTAS

- (1) No contempla aquellos dispositivos que sólo sean utilizados vía wifi y no vía redes de telefonía móvil pagadas total o parcialmente por la empresa
- (2) Porcentaje sobre el total de empresas que proporcionaron actividades formativas en TIC a sus empleados
- (3) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet
- (4) Porcentaje sobre el total de empresas con conexión a Internet y página web
- (5) Porcentaje sobre el total de empresas que utilizó firma digital en alguna comunicación enviada desde su empresa
- (6) Porcentaje sobre el total de empresas que utilizan medios sociales
- (7) Porcentaje sobre el personal de empresas que realizaron formación en TIC

## METODOLOGÍA

### INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

El Instituto Cántabro de Estadística, a partir de los microdatos para Cantabria de la "Encuesta de uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación y del Comercio Electrónico en las empresas" (ETICCE) proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística, ha realizado una tabulación de la encuesta para conocer con detalle la situación de las empresas cántabras en relación al comercio electrónico y a la dotación y uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Esta publicación es el resultado de la difusión de la actividad estadística número 15.02 recogida en la Ley de Cantabria 3/2013, de 13 de junio, del Plan Estadístico 2013-2016.

### ÁMBITOS

- Poblacional: esta investigación estadística estudia la población formada por las empresas cuya actividad principal se describe en las secciones C, D, E, F, G, H, I, J, L, las divisiones 69 a la 74 de la sección M, la sección N y el grupo 95.1 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009).
- Territorial: constituyen objeto de investigación todas las unidades estadísticas ubicadas en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Temporal: la ETICCE considera doble ámbito temporal; las variables sobre uso de TIC van referidas a enero del año 2013, mientras que el periodo de referencia para las variables de comercio electrónico es 2012. Como en las pasadas ediciones, los datos referentes al empleo se solicitan como media anual del año 2012. Los datos económicos relativos a ventas y compras están referidos a la totalidad del año 2012.

### UNIDAD ESTADÍSTICA

La unidad estadística de análisis para la ETICCE 2012-2013 es la empresa que realiza como actividad económica principal alguna de las incluidas en el ámbito poblacional antes referido.

### DISEÑO MUESTRAL

El marco poblacional de la encuesta es el Directorio Central de Empresas (DIRCE). Atendiendo al ámbito poblacional definido con anterioridad, a partir del citado Directorio, la población de empresas objeto de esta Encuesta se ha estratificado mediante el cruce de las siguientes variables:

a) Tamaño de la empresa según número de asalariados. Se consideran los siguientes intervalos:

- |              |                |
|--------------|----------------|
| - De 0 a 2   | - De 50 a 99   |
| - De 3 a 9   | - De 100 a 199 |
| - De 10 a 19 | - De 200 a 499 |
| - De 20 a 49 | - De 500 ó más |

b) Agrupaciones de actividad de la CNAE- 2009. Se consideran las siguientes agrupaciones de actividad:

- Divisiones 10 a 18: alimentación, bebidas, tabaco; textil; cuero y calzado; madera y corcho; papel; edición, artes gráficas.
- Divisiones 19 a 23: coquerías, petróleo; química; caucho, materias plásticas y productos minerales no metálicos.
- Divisiones 24 a 25: metalurgia y fabricación de productos metálicos.
- Divisiones 26 a 33: maquinaria y equipo mecánico; material y equipo eléctrico; material de transporte.

- (8) Porcentaje sobre el total de empresas con compras mediante comercio electrónico
- (9) Porcentaje sobre el total de empresas con ventas mediante comercio electrónico
- (10) Porcentaje sobre el total de empresas con ventas mediante página web
- (11) Porcentaje sobre el total de empresas con ventas mediante mensajes tipo EDI o similar
- (12) Otros países de la UE: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, República Eslovaca, Rumania, Suecia.

- División 35: producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua.
- División 36 a 39: suministro de agua, actividades de saneamiento, gestión de residuos y descontaminación.
- Divisiones 41 a 43: construcción.
- División 45 a 47: venta y reparación de vehículos a motor, comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos de motor y motocicletas.
- Divisiones 49 a 53: transporte y almacenamiento.
- Divisiones 55: servicios de alojamiento.
- Divisiones 56: servicios de comidas y bebidas.
- Divisiones 58 a 63: información y comunicaciones.
- División 68: actividades inmobiliarias.
- Divisiones 69 a 74: actividades profesionales, científicas y técnicas, exceptuando las actividades veterinarias.
- Divisiones 77 a 82: actividades administrativas y servicios auxiliares.
- Grupo 95.1: reparación de ordenadores y equipos de comunicación.

c) La sede social de las empresas que forman parte de este estudio es la Comunidad Autónoma de Cantabria.

### TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra para Cantabria de las empresas de 10 y más asalariados es de 341 empresas, una vez excluido el sector financiero, la división 56 y el grupo 95.1.

### TABULACIÓN DE RESULTADOS

Se presentan los resultados para la Comunidad Autónoma de Cantabria atendiendo a dos variables de clasificación:

1. Agrupación de actividad económica principal, según los códigos de la CNAE-2009:

- Industria y minería: secciones C, D y E
  - \* Alimentación, bebidas y tabaco: divisiones 10 a 12
  - \* Metalurgia y fabricación de productos metálicos: divisiones 24 a 25
  - \* Resto industria y minería: divisiones 13 a 23, 26 a 39
- Construcción: sección F
- Servicios: secciones G y H, división 55, secciones J y L, divisiones 69 a 74, sección N y grupo 95.1
  - \* Comercio: sección G
  - \* Hostelería: división 55
  - \* Transporte y almacenamiento: sección H
  - \* Resto servicios: secciones J y L, divisiones 69 a 74 y la sección N

En esta tabulación de resultados no se presentan datos del estudio específico del sector financiero. Además, para permitir la comparabilidad con España tampoco se han tenido en cuenta los resultados de las divisiones 56 y 75 y el grupo 95.1.

2. Dimensión de la empresa según el número de empleados: En la tabulación de los resultados solo se consideran las empresas con 10 o más empleados y se establece la siguiente clasificación:

- De 10 a 49 empleados
- De 50 a 249 empleados
- De 250 ó más empleados