

## Informe Ejecutivo

Encuesta de caracterización de las **MIPYME** colombianas y su relación con la tecnología

### Componente **Cuantitativo**

Informe de empresas mayores a 3 empleados

En el marco del contrato de consultoría No. 2015123 cuyo objeto es "Caracterización de las Mipymes colombianas formales e informales y conocer su relación con la tecnología"



**Ver informe**

Mayo de 2016





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

El informe presenta la siguiente estructura y con el respectivo botón se accede a:

**Introducción**

Descripción general del informe.

**Metodología**

Al objetivo del estudio y su la ficha técnica.

**Resultados**

Los resultados generales del estudio.

**Conclusiones**

Las principales conclusiones del estudio



Indica que se puede dar click a los enlaces



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Objetivos

Ficha Técnica



- **Caracterizar a las Mipyme colombianas, formales e informales, y conocer su relación con las Tecnologías de Información y las Comunicaciones - TIC.**
- **Identificar los sectores y subsectores productivos de mayor participación conectarse a la red internet en el universo Mipyme en Colombia.**
- **Identificar el tipo de necesidades insatisfechas relacionadas con su actividad económica, que permitan inferir soluciones o mejoras en la productividad y competitividad a través de la implementación de TI.**



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Objetivos

Ficha Técnica

Parte 1

Parte 2

<b>EMPRESA CONTRATANTE</b>	Bancoldex - iNNpulsa Colombia
<b>EMPRESA CONTRATADA</b>	Consultores en Información Infométrika S.A.S.
<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b>	Caracterización de las MiPyME colombianas y su relación con la tecnología
<b>POBLACIÓN OBJETIVO</b>	Conformado por todas las empresas MiPyME formales colombianas (de acuerdo a ley 905 de 2004), se trabajó con el marco actualizado del RUES (Registro Único Empresarial y Social) de Confecámaras, a octubre de 2015, el cual cuenta con un total de 1.434.421 empresas.
<b>MÉTODO DE MUESTREO</b>	Muestreo probabilístico, bietápico, estratificado de municipios por número de MiPyMes con selección sistemática de empresas a partir de RUES y de manzanas con base en el registro geográfico disponibles para cada municipio.
<b>MARCO MUESTRAL</b>	Marco dual, basado en RUES (Registro Único Empresarial y Social) de Confecámaras, a octubre de 2015 y marco geoestadístico nacional
<b>MUESTRA</b>	Se realizó un total 68.632 contactos para obtener 5.087 entrevistas (efectividad 12:1), que representan a 1.434.421 empresas
<b>CUBRIMIENTO GEOGRÁFICO</b>	Áreas urbanas de 29 municipios en 19 departamentos del territorio colombiano, incluyendo ciudades principales e intermedias..

Cobertura y errores muestrales



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Objetivos

Ficha Técnica

Parte 1

Parte 2

**Infométrika**  
Consultoras en información

¿Quién habla en este estudio?

<b>UNIDAD OBSERVADA</b>	Empresas MIPYME. En caso de tener establecimientos estos se agregan a la información de la empresa.
<b>TÉCNICA DE RECOLECCIÓN</b>	Entrevistas presenciales con aplicación de cuestionario estructurado haciendo uso de Dispositivos móviles de Captura (DMC).
<b>PROCEDIMIENTO DE ABORDAJE</b>	Consecución de citas con el respondiente idóneo y cubrimiento de la misma en el lugar acordado.
<b>PERSONA ENTREVISTADA</b>	Encargados de las decisiones sobre TIC en las empresas, (dueños, propietarios, gerentes, directores / gerentes / coordinadores de áreas relacionadas con las TIC, directores / gerentes administrativos o financieros o de recursos físicos).
<b>PERIODO DE REFERENCIA</b>	El periodo de referencia sobre el cual se indaga a la MIPYME hace referencia al <b>1 de enero y el 31 de diciembre de 2015</b> .
<b>TRABAJO DE CAMPO</b>	El levantamiento de la información se realizó entre la <b>primera semana de marzo y la tercera semana de mayo de 2016</b> .
<b>TRATAMIENTO DE LOS DATOS</b>	Expansión al marco de lista utilizado (RUES, Registro Único Empresarial y Social, de Confecámaras, a octubre de 2015).
<b>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</b>	Para los resultados de datos, y tomando en cuenta que al interior de los microestablecimientos se distinguen diferencias importantes entre los que tienen hasta 3 empleados y los de mayor a 3 empleados, los gráficos totales tendrán una comparación entre los resultados de TOTAL GENERAL y SIN MICRO DE 3 EMPLEADOS O MENOS.

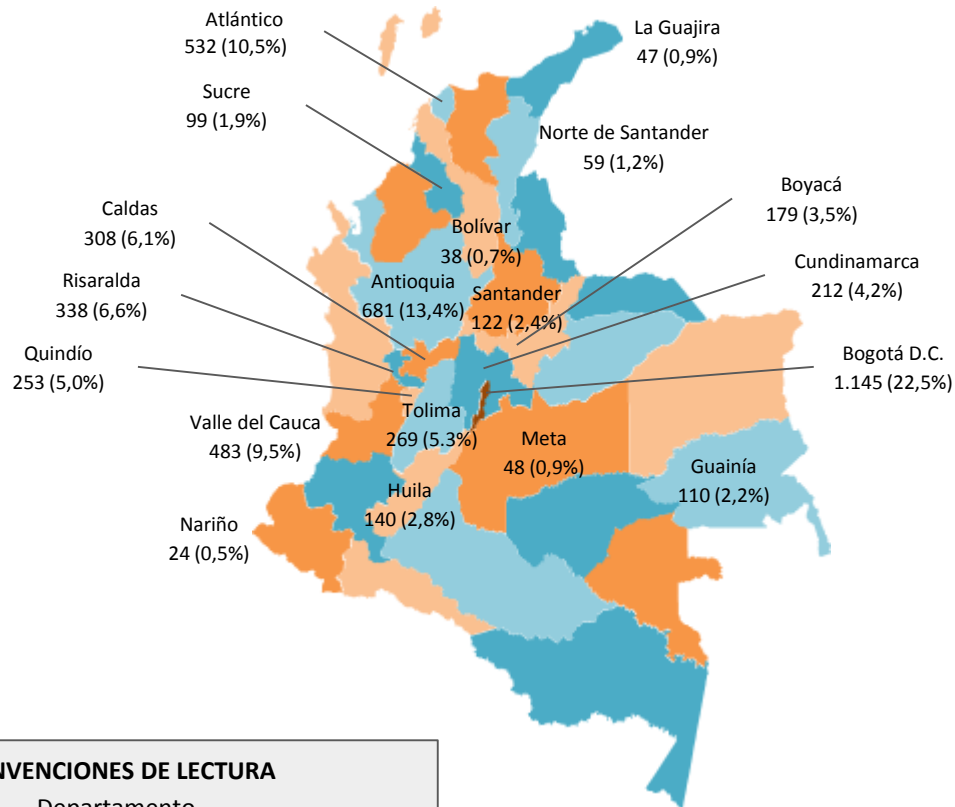


VOLVER A FICHA  
TÉCNICA

## DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Encuestas realizadas  
**5.087**

TAMAÑO	UNIVERSO	MUESTRA OBTENIDA	ERROR OBTENIDO
Micro	1.369.061	3.460	3,5%
Pequeña	53.304	1.052	1,2%
Mediana	12.056	575	1,1%
<b>TOTAL</b>	<b>1.434.421</b>	<b>5.087</b>	<b>3,0%</b>



### CONVENCIONES DE LECTURA

Departamento

Cantidad de encuestas (% Porcentaje sobre el total)



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

## En resumen...

### ¿Quiénes hablan en este estudio?

Empresas MIPYME oficiales (según ley 905 de 2004).

El informante es el encargado o decisor de temas de TIC dentro de las mismas.

### ¿Cuántos encuestas se hicieron?

Se realizó un total de 68.632 contactos para obtener 5.087 encuestas efectivas, en 29 municipios de 18 departamentos y el Distrito Capital, las cuales representan a 1.434.421 empresas Mipyme en el país.

### ¿De qué periodo se habla en el estudio?

El periodo de referencia corresponde al periodo comprendido entre el **1 de enero y el 31 de diciembre de 2015**.

### ¿Cuándo se recolectó la información?

La recolección de la información se realizó entre la **primera semana de marzo y la tercera semana de mayo de 2016**..



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario en tecnología

Conexión a internet

Página Web

Aplicaciones (app)

Compras / ventas internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Cantidad de empleados

Cargo del entrevistado

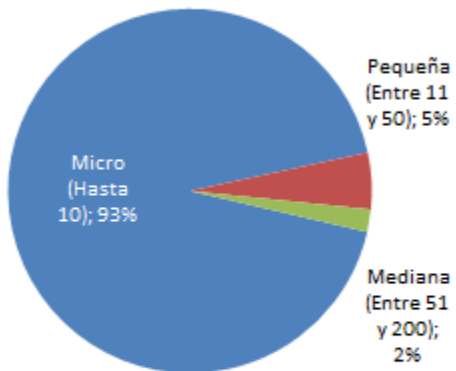
TOTAL

40.889

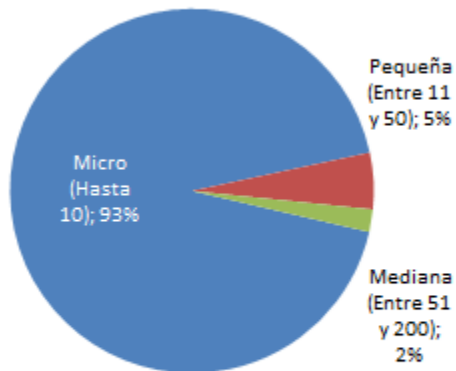
4

## Promedio de empleados

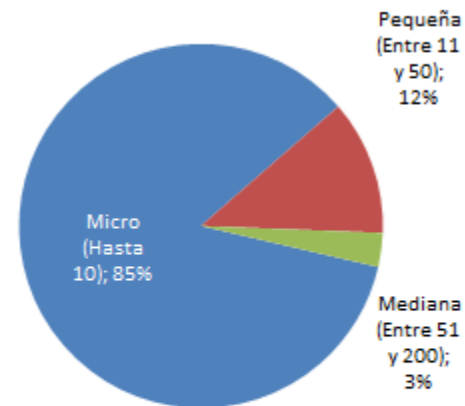
2013



2014



2015



PROMEDIO

Micro  
5,7

Pequeña  
24,7

Mediana  
70,3

Micro  
5,4

Pequeña  
25,9

Mediana  
118,1

Micro  
6,0

Pequeña  
22,0

Mediana  
100,5

F1. ¿Cuántos empleados en promedio tuvo de forma permanente en el transcurso de 2015?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

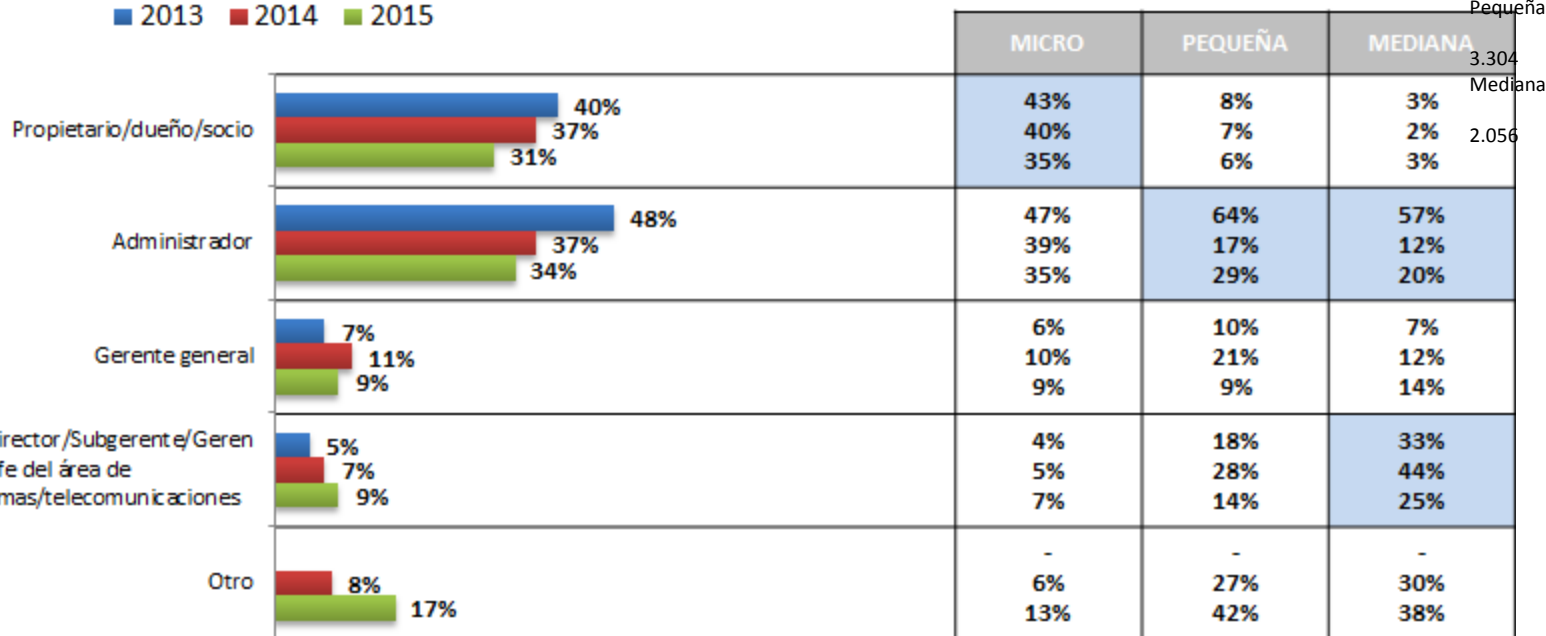
Cantidad de empleados

Cargo del entrevistado

TOTAL

## Cargo del entrevistado

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



F2. ¿Me puede decir por favor que cargo / rol tiene en esta empresa?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

**Inventario TIC**

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

Mediana

1

2.056

## Equipos promedio - computadores

COMPUTADORES

TABLET / TABLETA

### Promedio de COMPUTADORES

Empresas con este equipo para sus labores  
2013 (67%) - 2014 (75%) - 2015 (59%)

2013

2014

2015

TOT. 6,4

TOT. 4,7

TOT. 5,6

Micro 2,7

Micro 3,0

Micro 4,3

Pequ. 12,9

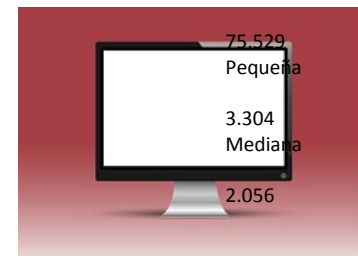
Pequ. 13,4

Pequ. 7,6

Med. 129,2

Med. 53,2

Med. 27,1





Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

## Equipos promedio - Tablet / tablet

COMPUTADORES

TABLET / TABLETA

### Promedio de TABLETAS / TABLET

Empresas con este equipo para sus labores  
2013 (8%) - 2014 (14%) - 2015 (14%)

**2013**

**TOT. 1,7**

Micro 1,4

Pequ. 2,6

Med. 5,0

**2014**

**TOT. 1,9**

Micro 1,4

Pequ. 3,4

Med. 12,2

**2015**

**TOT. 1,8**

Micro 1,7

Pequ. 2,6

Med. 2,9

TOTAL

40.889

Micro

75.529

Pequeña

3.304

Mediana

2.056





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

40.889

4

## Inventario de equipos por área

ÁREAS	Presencia del área	PROMEDIOS			Relación empleados Vs. computadores
		Empleados	Computadores	Computadores con internet	
Dirección	53%	2,2	1,8	1,8	1,2
Modelo de negocios	37%	4,1	2,9	2,8	1,4
Procesos productivos	52%	6,4	4,1	3,9	1,6
Administración de la empresa	57%	3,1	2,8	2,7	1,1

1. De las siguientes áreas organizacionales, ¿cuáles tiene su empresa / negocio?
2. ¿Cuántos empleados tiene en ésta área?
3. ¿Y cuántos computadores tiene asignada esta área (si hay computadores compartidos por varias áreas cuéntenos para cada una)?
4. De estos computadores, ¿cuántos tienen acceso a internet?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

40.889

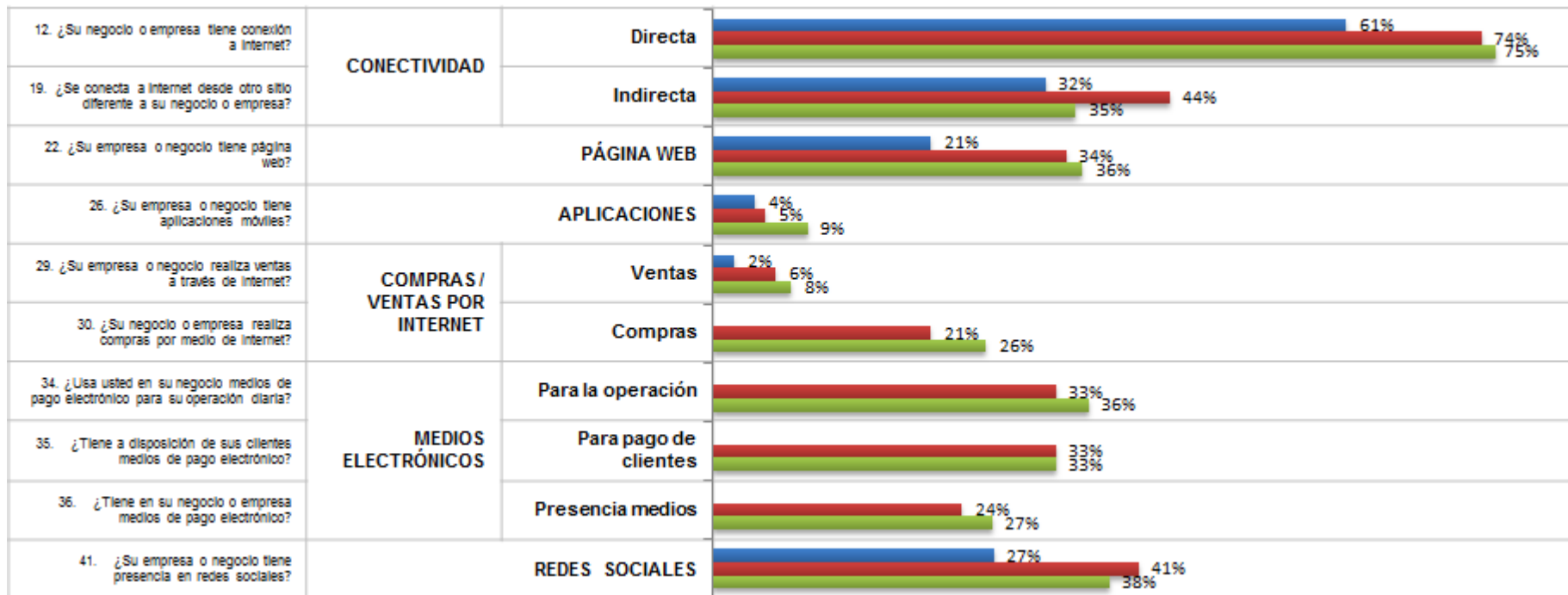
4

## Penetración de actividades On Line en la empresa

■ 2013

■ 2014

■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

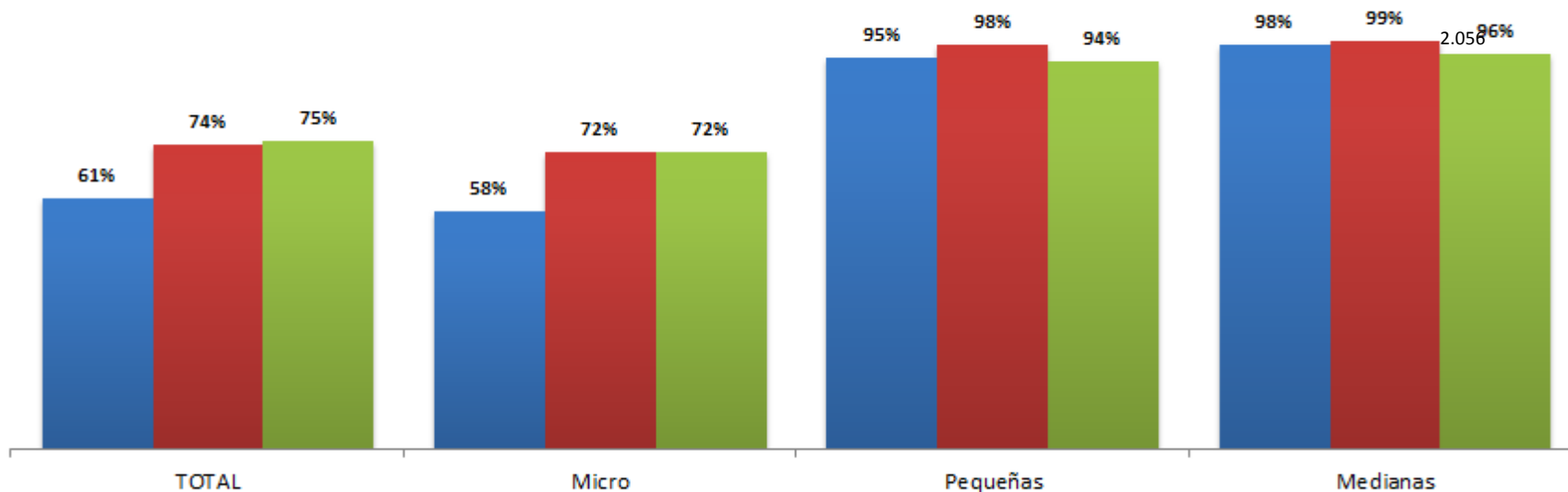
3.304

Mediana

1

2.056

## Penetración de Conectividad Directa - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

**Conexión a internet**

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

TOTAL

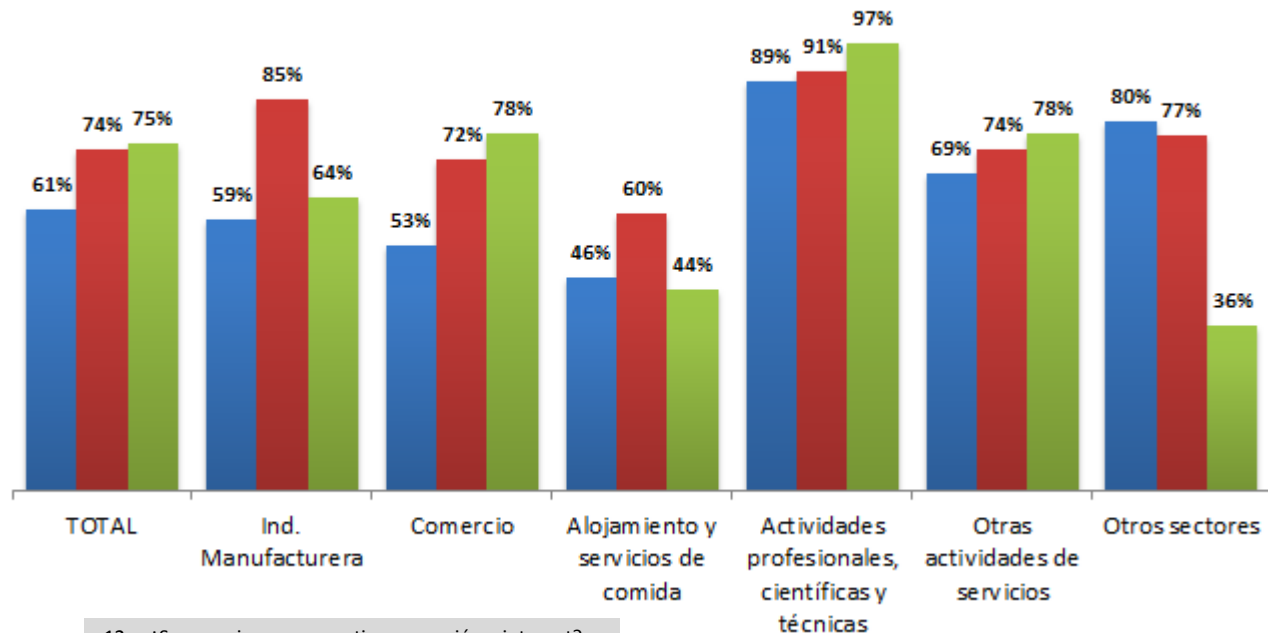
Tamaño

**Sectores**

440.889

## Penetración de Conectividad Directa - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



12. ¿Su negocio o empresa tiene conexión a internet?





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

**Conexión a internet**

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

**Tamaño**

Sectores

TOTAL

1

08.247

Micro

1

04.735

Pequeña

3.

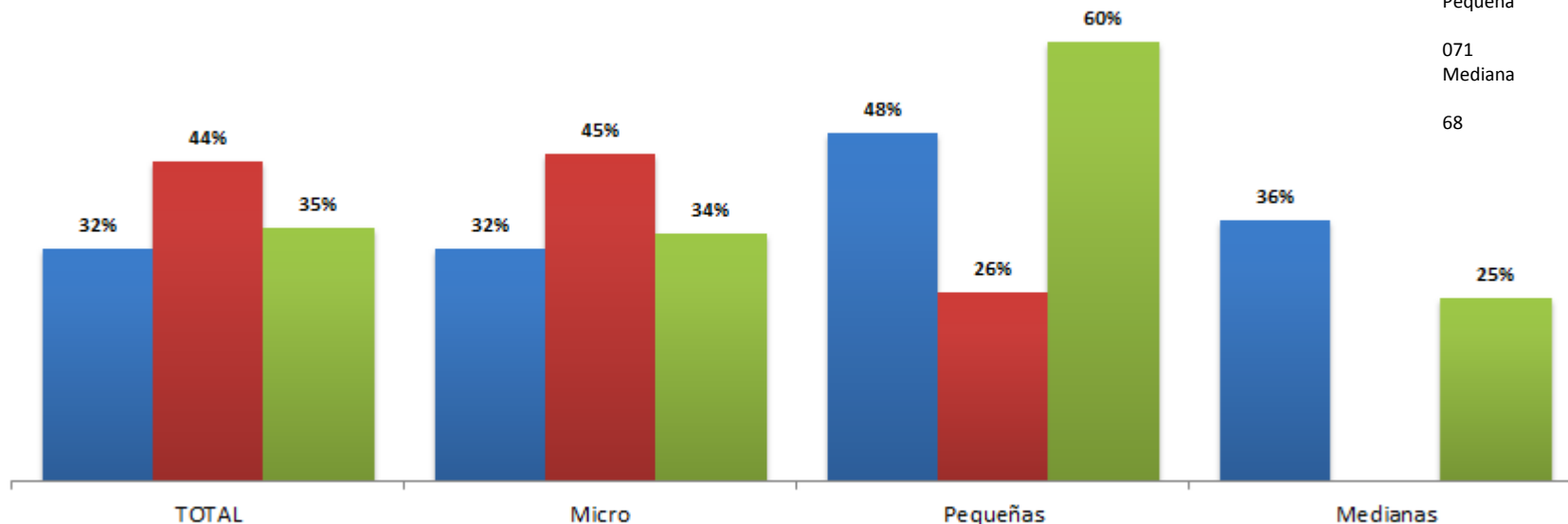
071

Mediana

4

68

## Penetración de Conectividad Indirecta - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

**Conexión a internet**

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

TOTAL

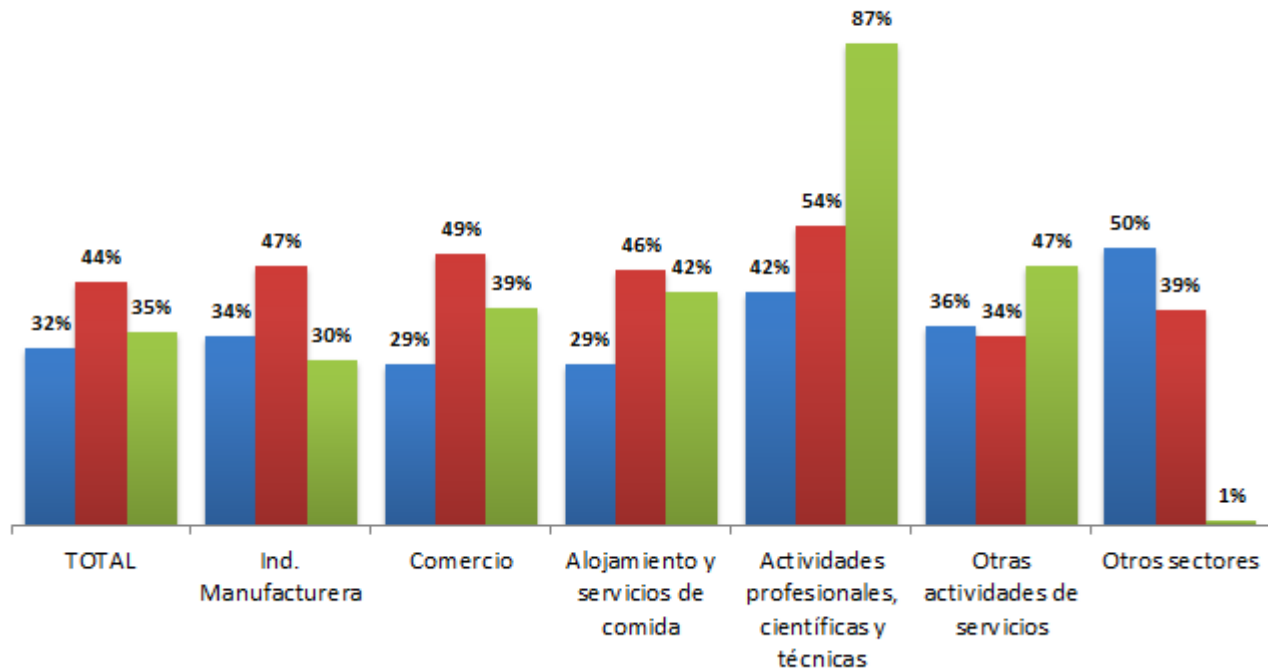
108.247

Tamaño

Sectores

## Penetración de Conectividad Directa - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

**Página web**

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

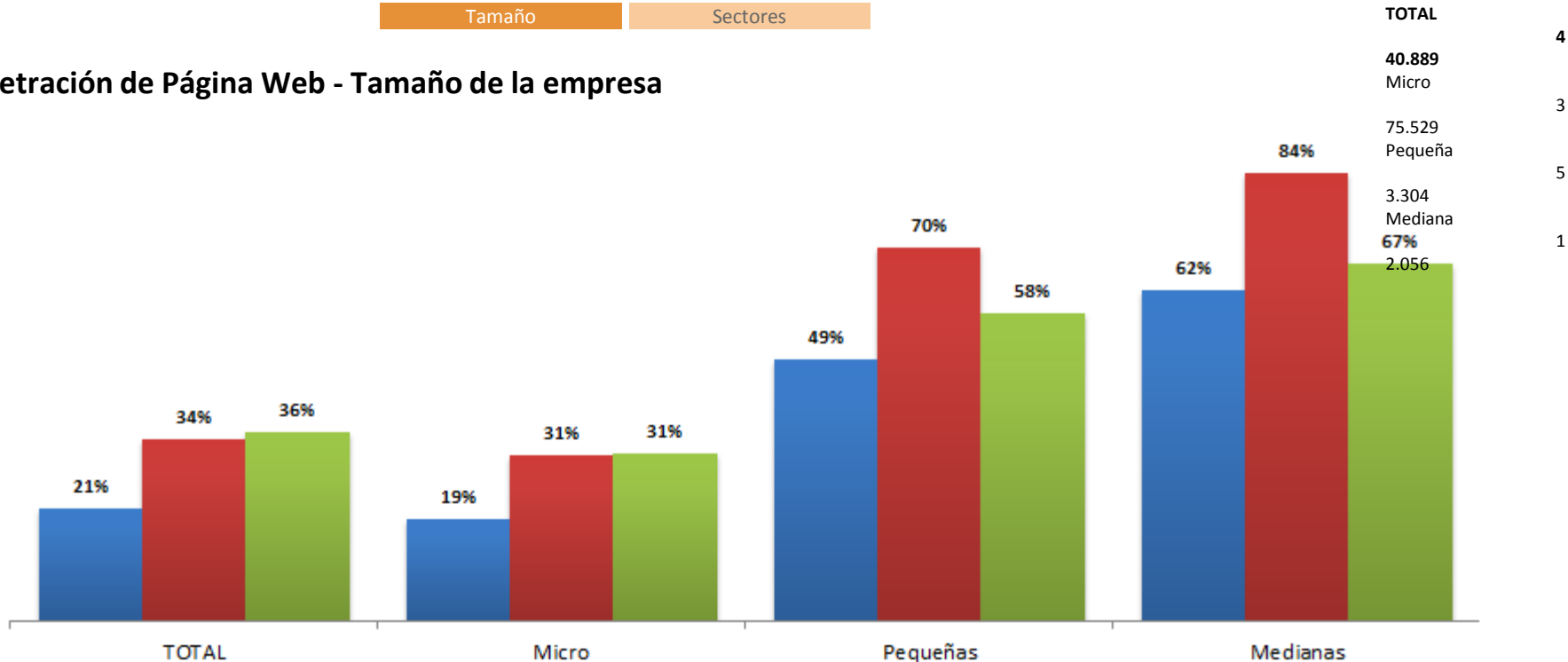
Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

## Penetración de Página Web - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

**Página web**

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

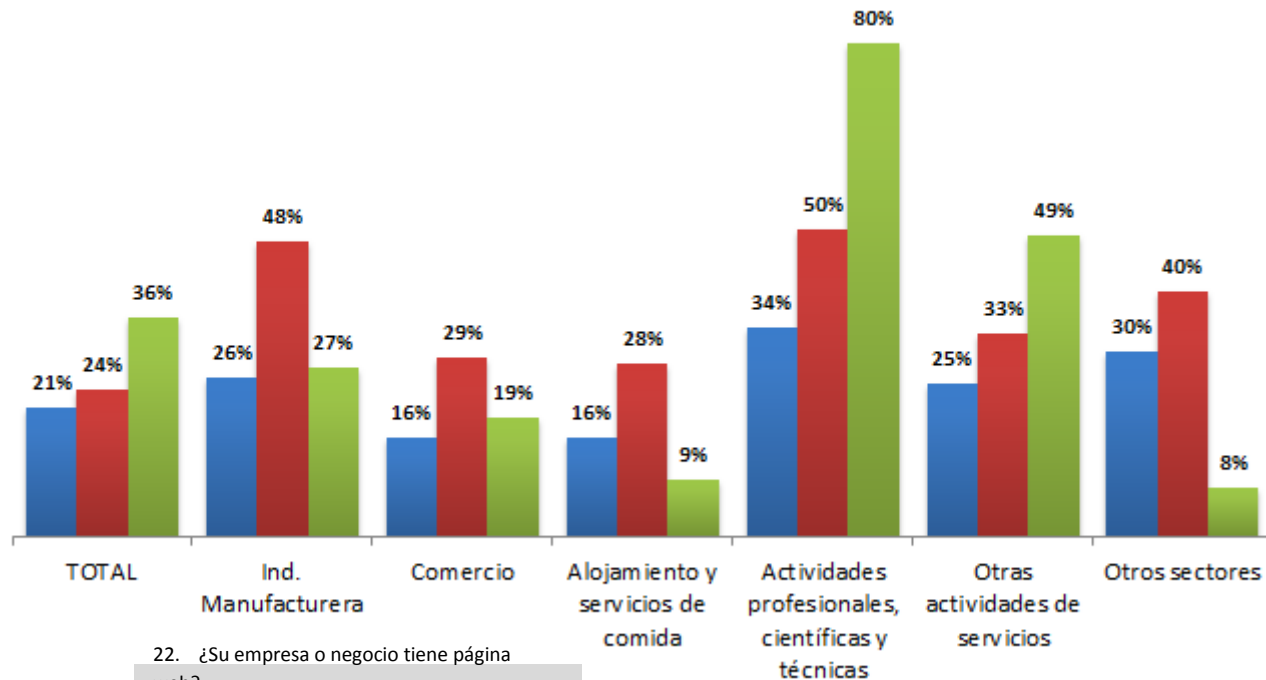
Sectores

TOTAL

440.889

## Penetración de Página Web - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



22. ¿Su empresa o negocio tiene página web?





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

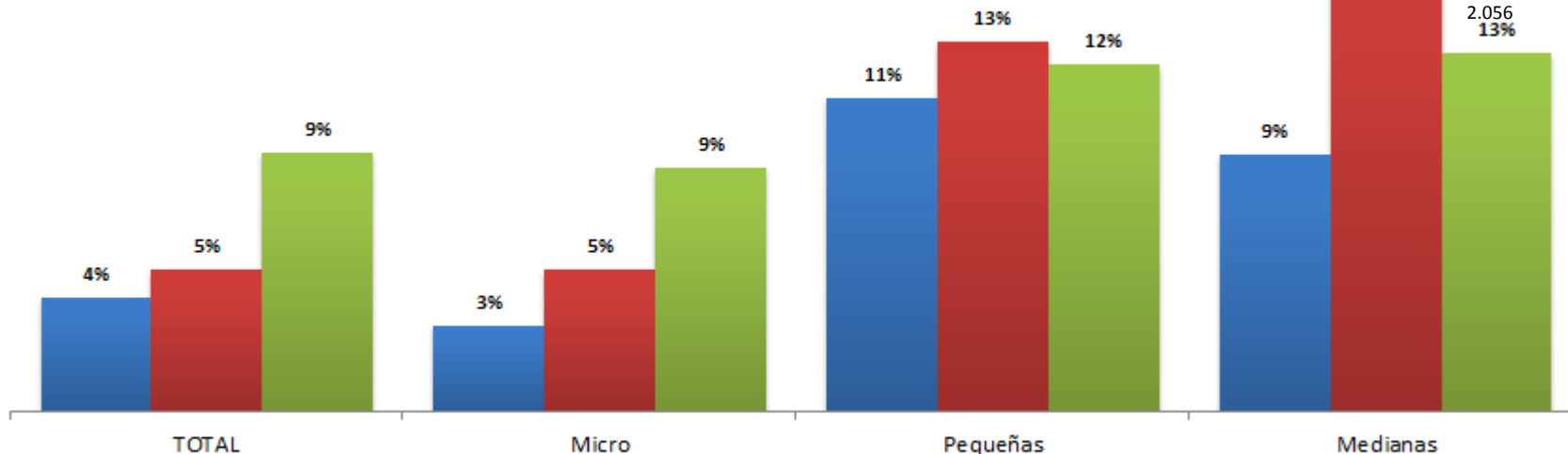
Mediana

1

2.056

13%

## Penetración de Aplicaciones (apps) - Tamaño de la empresa



26. ¿Su empresa o negocio tiene aplicaciones móviles (para teléfonos inteligentes)?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

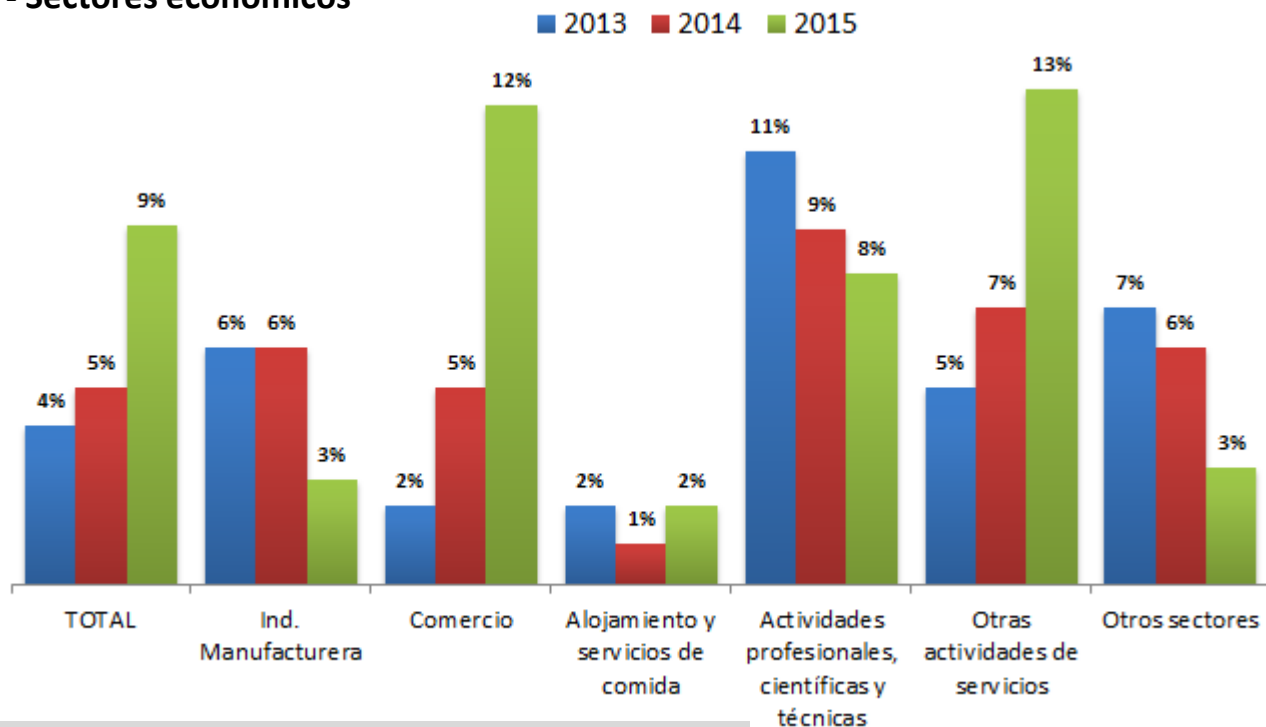
Tamaño

Sectores

TOTAL

440.889

## Penetración de Aplicaciones (apps) - Sectores económicos



26. ¿Su empresa o negocio tiene aplicaciones móviles (para teléfonos inteligentes)?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

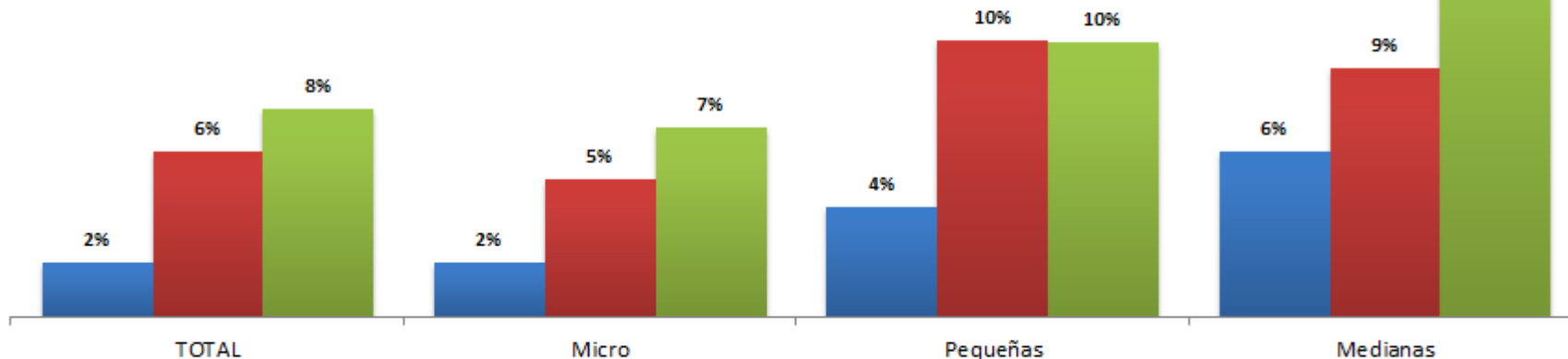
3.304

Mediana

1

2.056

## Penetración de Ventas por internet - Tamaño de la empresa



29. ¿Su empresa o negocio realiza ventas a través de Internet por medio de carrito de compras, pagos online o alguna aplicación App?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

TOTAL

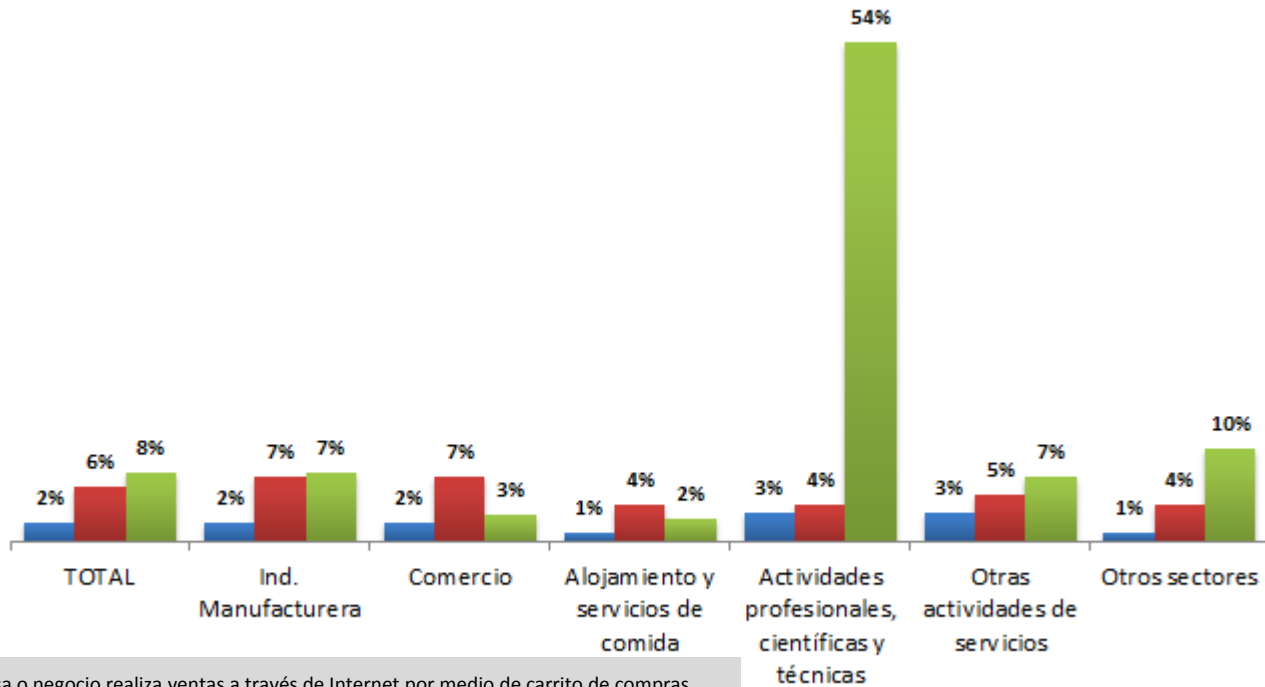
440.889

Tamaño

Sectores

## Penetración de Ventas por internet - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



29. ¿Su empresa o negocio realiza ventas a través de Internet por medio de carrito de compras, pagos online o alguna aplicación App?





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

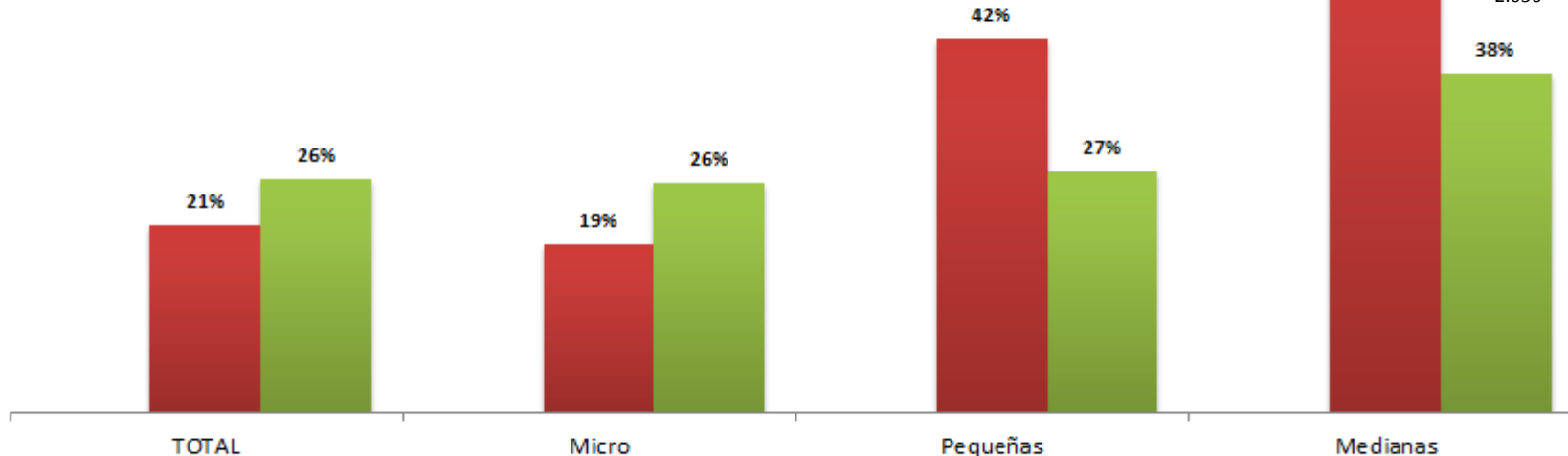
3.304

Mediana

1

2.056

## Penetración de Compras por internet - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

TOTAL

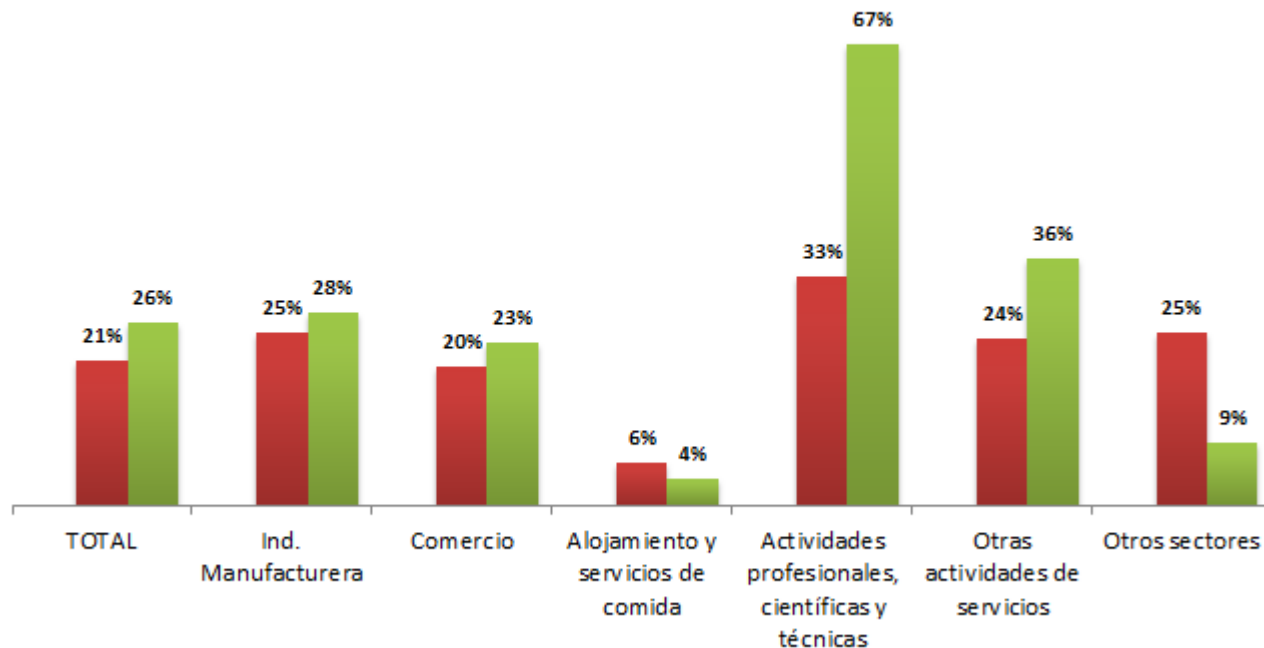
440.889

Tamaño

Sectores

## Penetración de Compras por internet - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

**Medios electrónicos**

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

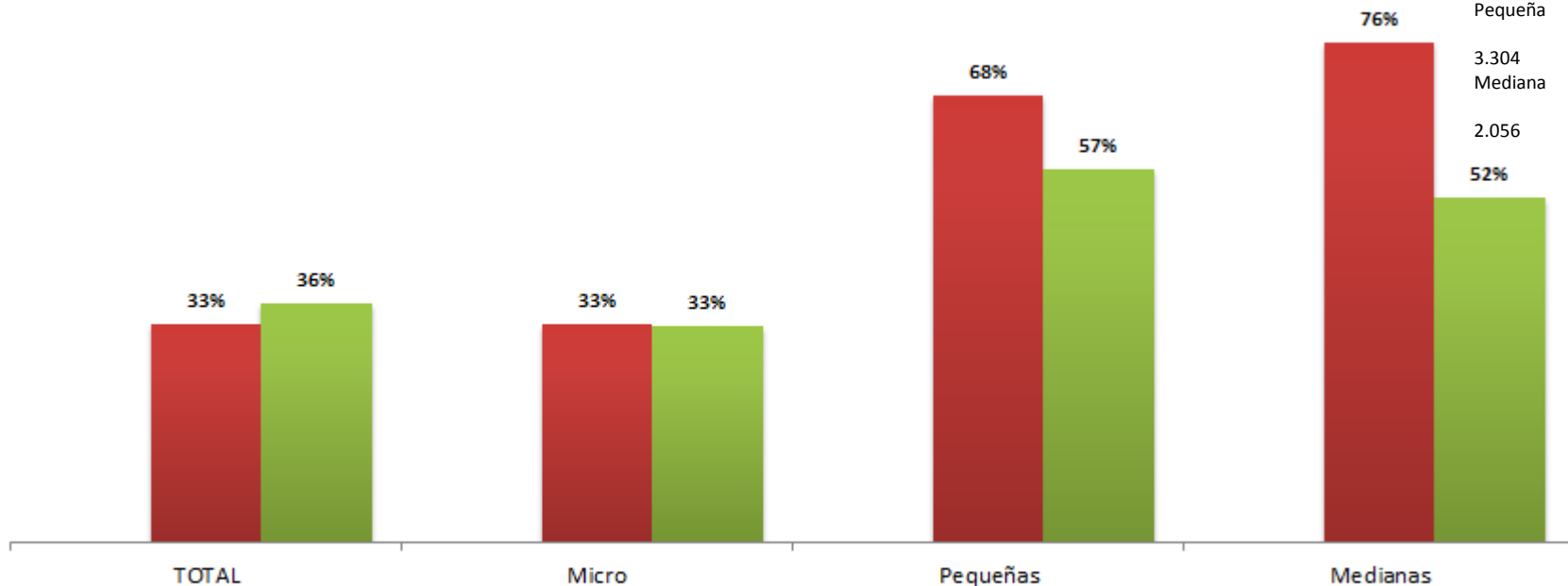
Mediana

1

2.056

52%

## Penetración de Medios Electrónicos para la operación de la empresa - Tamaño de la empresa



34. ¿Usa usted en su negocio medios de pago electrónico para su operación diaria?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

TOTAL

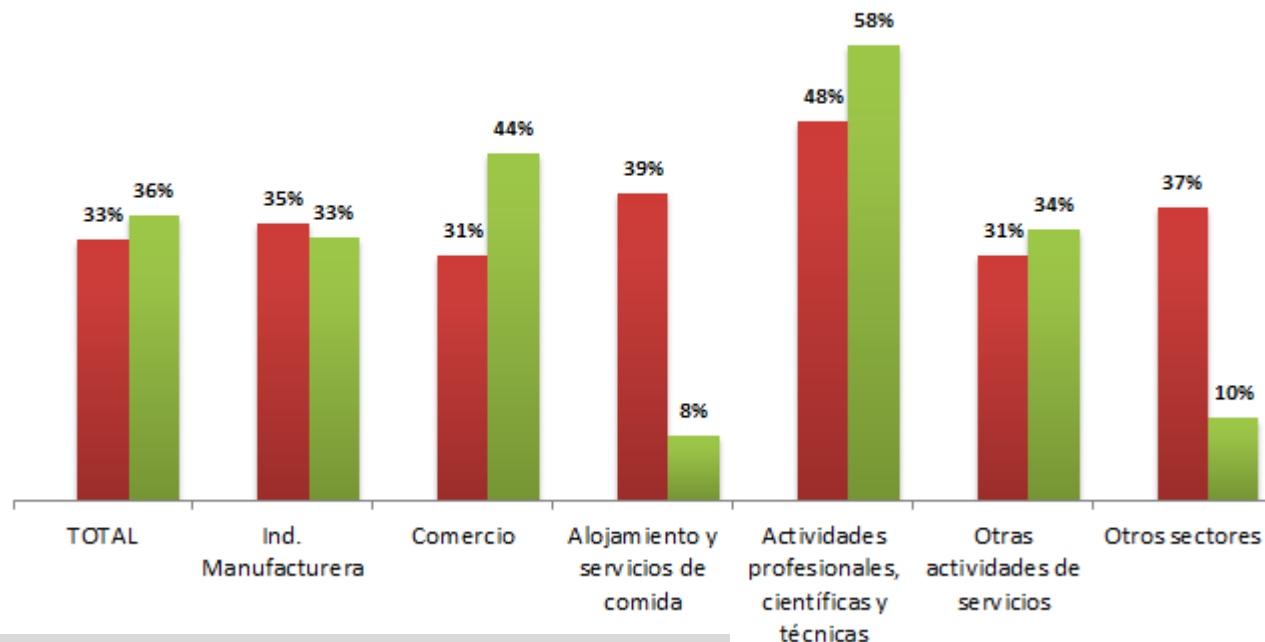
440.889

Tamaño

Sectores

## Penetración de Medios Electrónicos para la operación de la empresa - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

**Medios electrónicos**

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

**Tamaño**

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

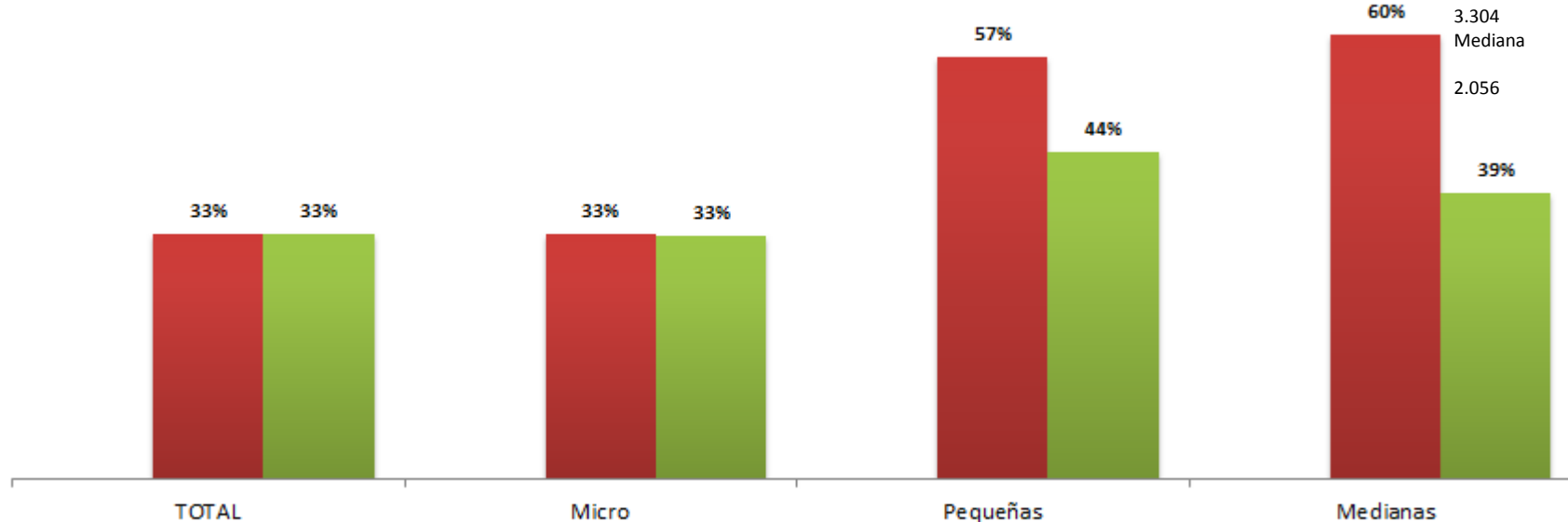
3.304

Mediana

1

2.056

## Penetración de Medios Electrónicos para pago de clientes - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

TOTAL

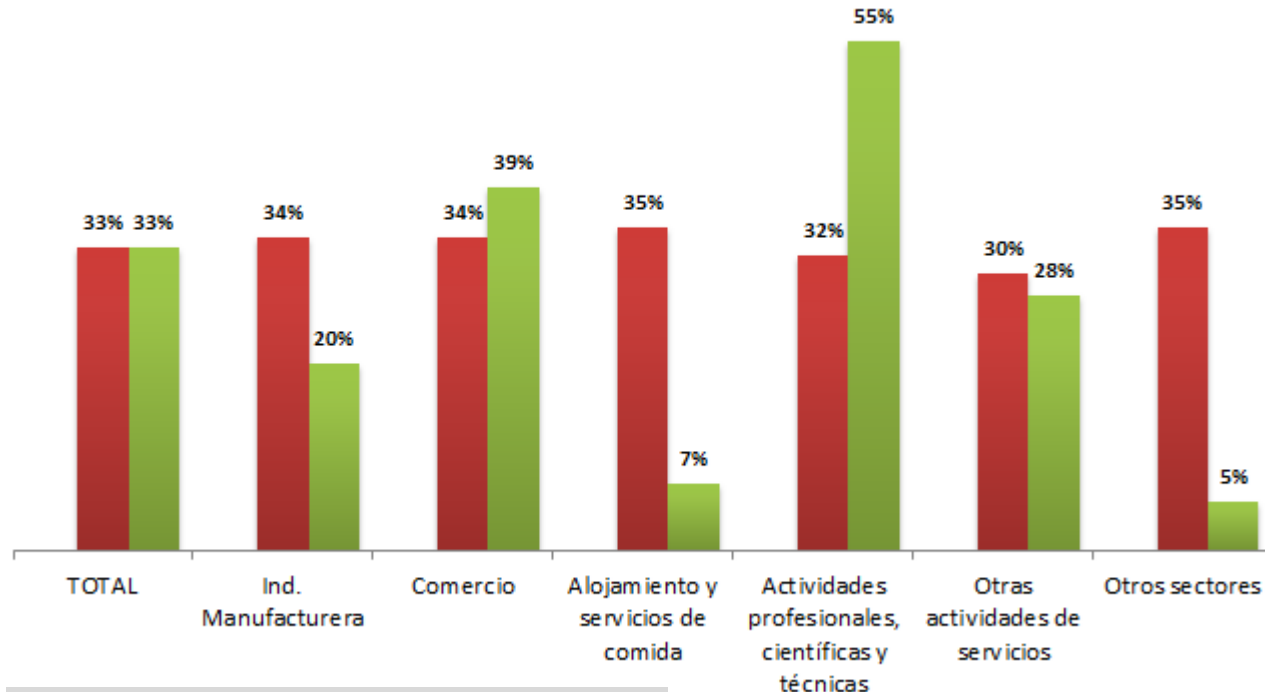
440.889

Tamaño

Sectores

## Penetración de Medios Electrónicos para la operación de la empresa - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

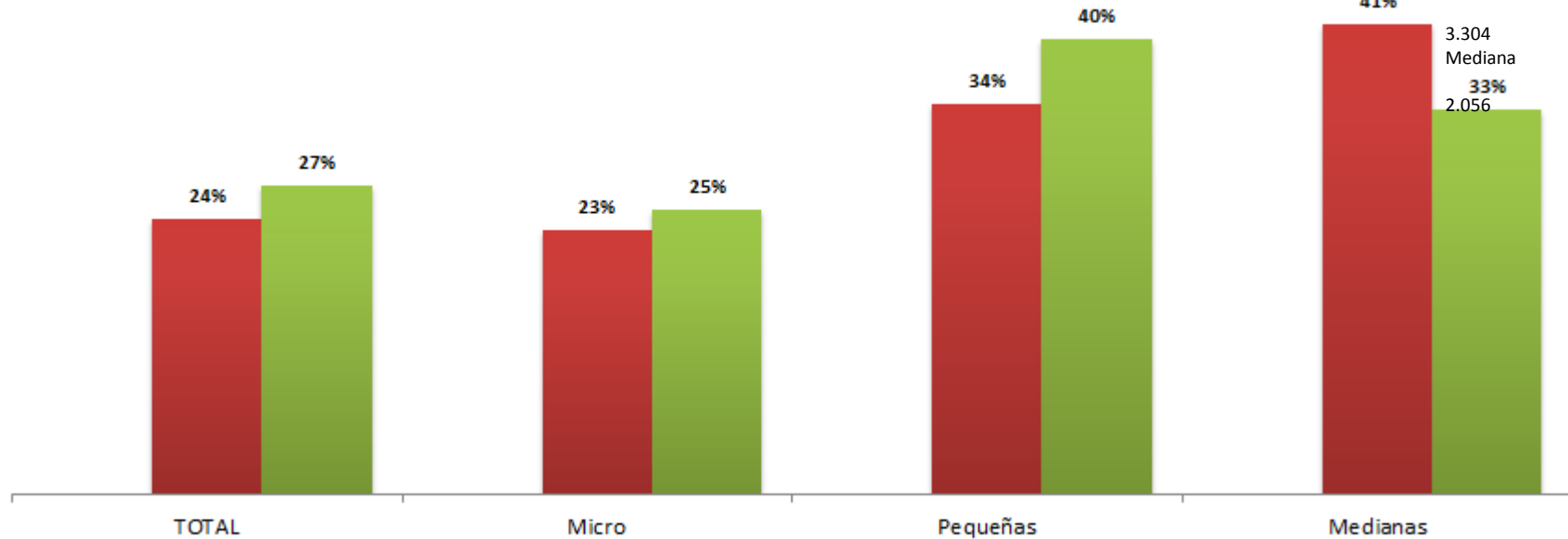
Mediana

1

2.056

33%

## Penetración de Medios Electrónicos general - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

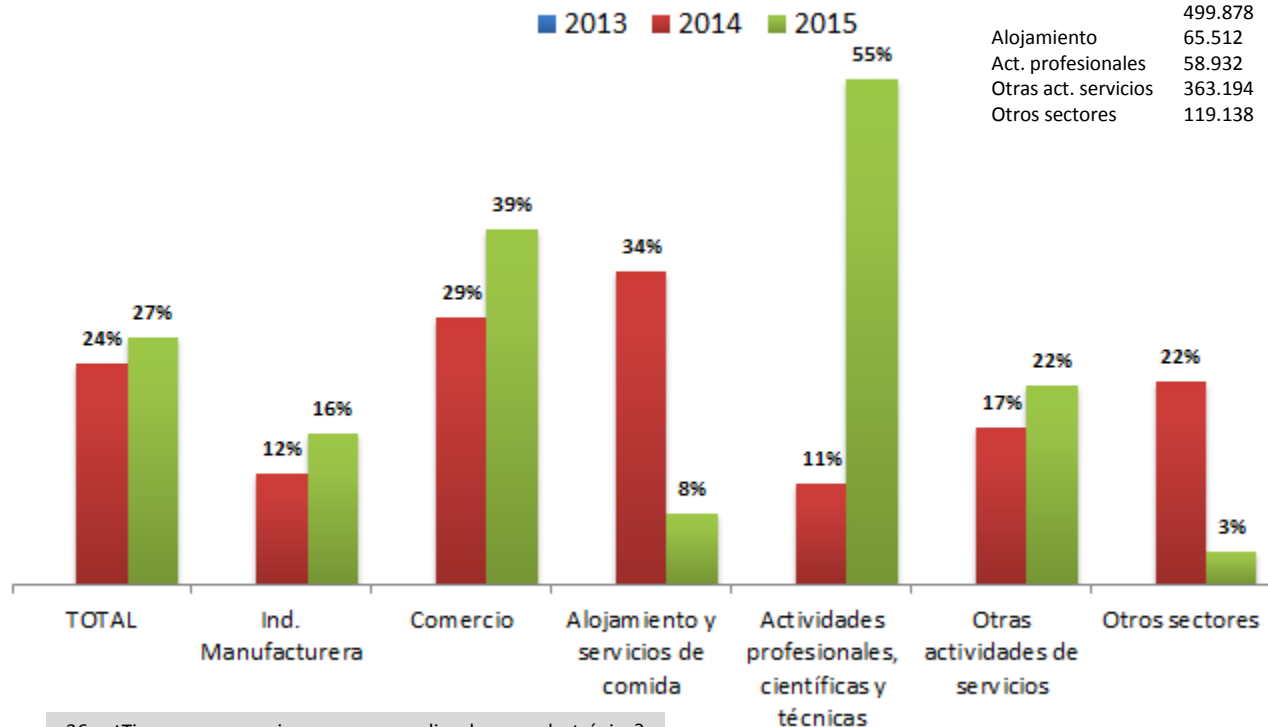
Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

## Penetración de Medios Electrónicos general - Sectores económicos



TOTAL	1.434.421
Ind. Manufacturera	126.973
Comercio	499.878
Alojamiento	65.512
Act. profesionales	58.932
Otras act. servicios	363.194
Otros sectores	119.138





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

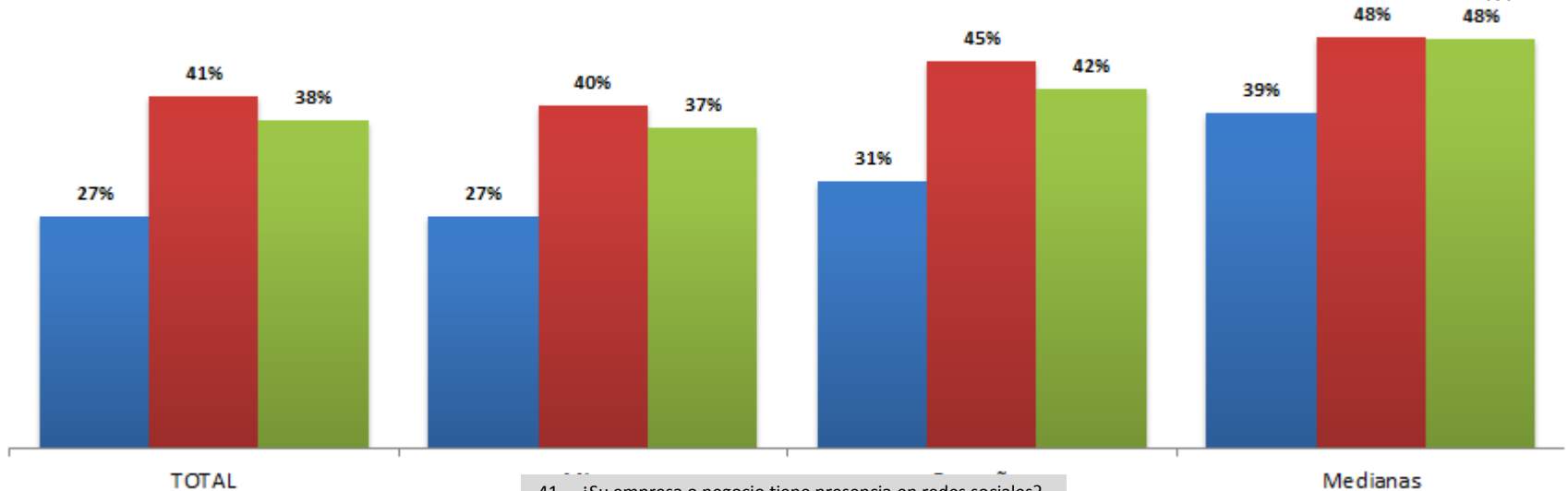
Mediana

1

2.056

48%

## Penetración de Redes Sociales - Tamaño de la empresa



41. ¿Su empresa o negocio tiene presencia en redes sociales?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

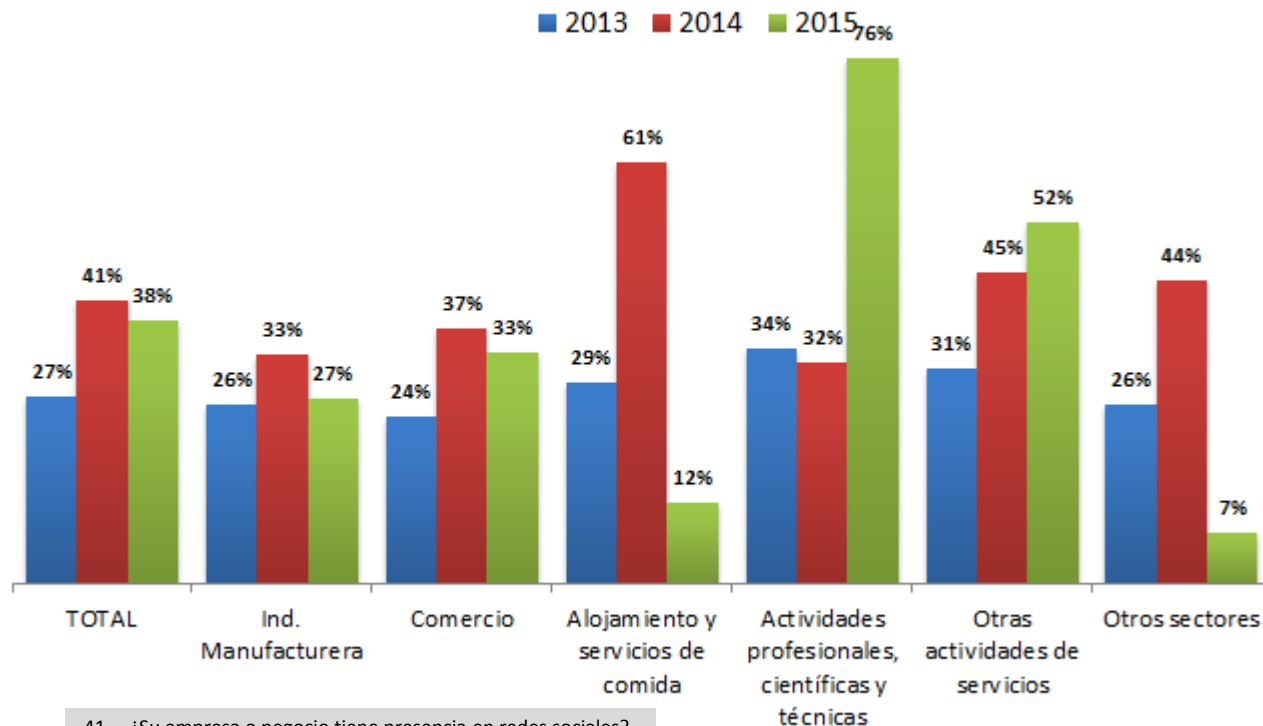
Tamaño

Sectores

TOTAL

440.889

## Penetración de Redes Sociales - Sectores económicos



41. ¿Su empresa o negocio tiene presencia en redes sociales?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

Trámites en línea

TOTAL

40.889

4

## Solicitud de información sobre Trámites y Servicios ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD	35%	38%	46%
PREFERENCIA INTERNET	2%	53%	63%
SATISFACCIÓN	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>

44. ¿Ha solicitado para su empresa o negocio información sobre trámites y/o servicios relacionados con entidades públicas?

45. ¿Para buscar información sobre trámite y/o servicios de entidades públicas, usted prefiere hacerlo?

46. ¿Qué tan satisfecho se siente, en una escala donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

Trámites en línea

TOTAL

40.889

4

## Interposición de Peticiones, Quejas y Reclamos ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD	16%	25%	21%
PREFERENCIA INTERNET	1%	31%	35%
SATISFACCIÓN	No se midió	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>

47. ¿Su empresa o negocio ha realizado solicitudes, quejas y reclamos ante entidades públicas?

48. ¿Para realizar solicitudes, quejas y reclamos ante entidades públicas, usted prefiere hacerlo?

49. ¿Qué tan satisfecho se siente en una escala donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

Trámites en línea

TOTAL

40.889

4

## Realización de Trámites y Servicios en línea ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD		88%	57%
PREFERENCIA INTERNET	No se midió	35%	64%
SATISFACCIÓN		<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>	<p>■ Muy insatisfecho ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ Muy satisfecho</p>

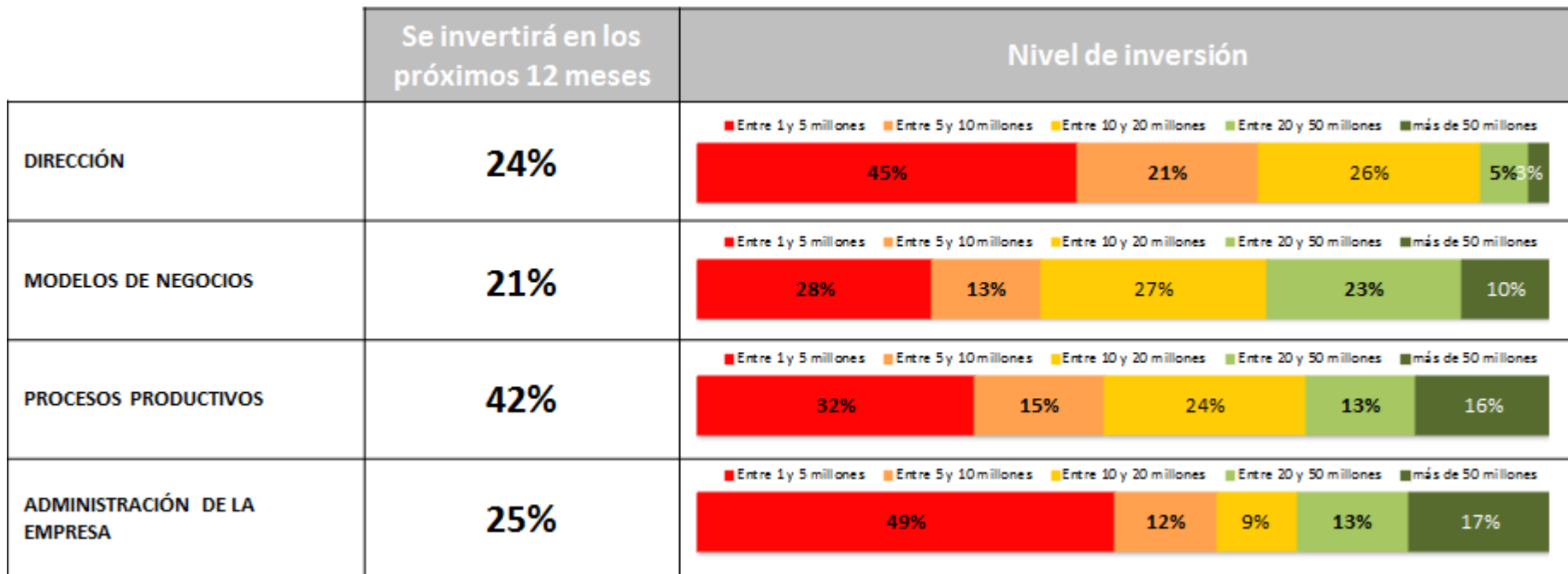
51. ¿Ha realizado algún trámite ante el gobierno por internet? Como los relacionados con el pago de impuestos, seguridad social, RUT, entre otros?

50. ¿Para realizar trámites ante el gobierno, como los relacionados con el pago de impuestos, seguridad social, RUT, entre otros, usted prefiere hacerlo?

52. ¿Qué tan satisfecho se siente en una escala donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho?



## Necesidades de inversión por área de la empresa



55. ¿En cuáles de las áreas de su empresa requiere inversión para el desarrollo de su negocio en los próximos 12 meses?

56. Específicamente en esta área, de cuánto sería la inversión?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

**Necesidades de inversión**

Inversión próximos 12 meses

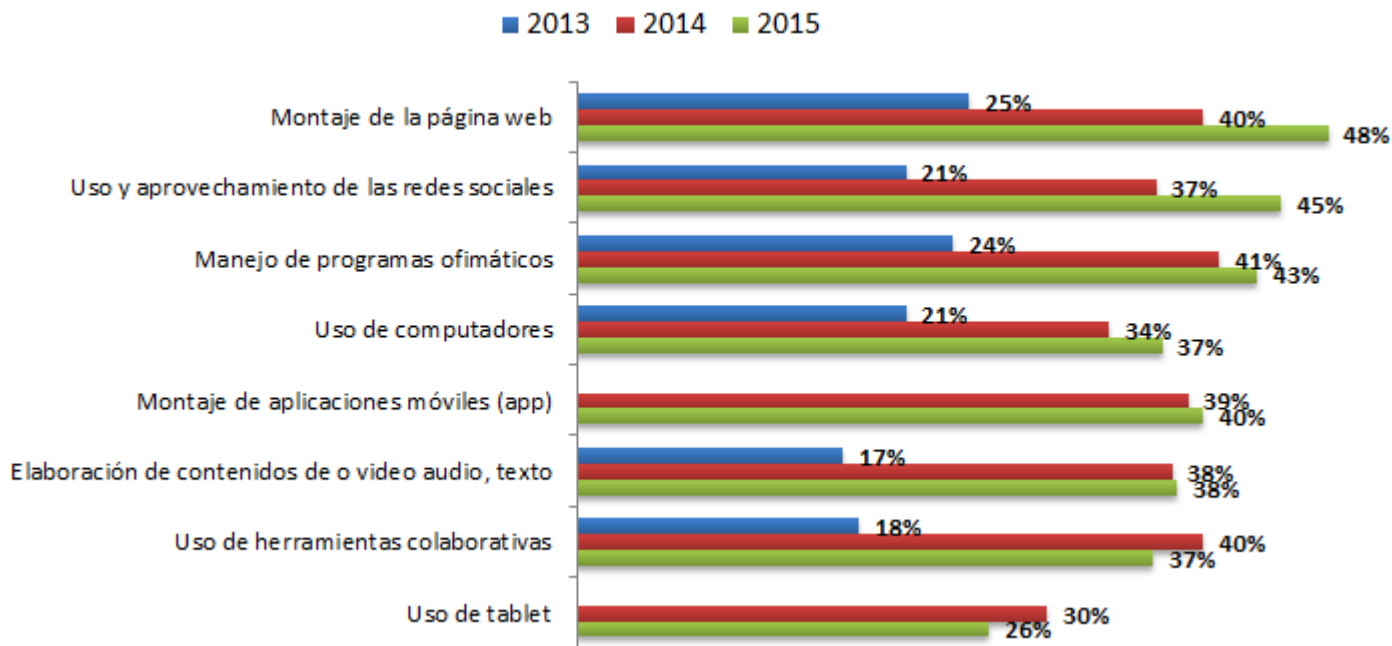
Necesidades de capacitación

TOTAL

40.889

4

## Necesidades de capacitación



57. En términos de capacitación, su negocio o empresa necesita...



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Conclusiones

Recomendaciones

Las cifras obtenidas a través de la encuesta dejan como principales resultados:

- La conectividad se reduce a nivel nacional al comportamiento de las microempresas (95%) del total. En el comparativo se observó que los resultados 2015 son consolidados sobre una población de microempresas entre uno y cinco empleados (siguiendo la tendencia en los resultados publicados por el DANE).
- La presencia de equipos de cómputo relacionadas con la labor de la empresa muestra una tendencia al descenso dentro de las MIPIME.
- Dentro de las áreas empresariales, el promedio de empleados es muy parejo al de computadores presentes por áreas, así mismo es parejo el promedio de computadores conectados a Internet.
- La conectividad de las MIPYME en Colombia muestra niveles de mantenimiento en las empresas pequeñas y medianas, las actividades que se realizan relacionadas con esta , el panorama es el siguiente:
  - Página Web, aplicaciones (apps) y compras / ventas por Internet mantienen la penetración que se viene presentando desde el año 2013
  - Las actividades de uso de medios electrónicos (para la operación interna y clientes), así como la presencia de redes sociales para uso de la empresa presentan descensos.
- En los que se refiere al relacionamiento con el estado de las empresas MIPYME, se encuentra que:
  - La solicitud de información sobre trámites y servicios se mantiene en los mismos niveles, sin embargo la preferencia de hacerlos a través de internet viene en ascenso
  - La interposición de solicitudes, quejas y reclamos ante entidades estatales sigue siendo baja, sin embargo la preferencia de hacerlo a través de internet se mantiene frente al año anterior
  - La preferencia de realización de trámites y servicios ante el estado a través Internet viene en aumento frente al año anterior.





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Conclusiones

Recomendaciones

Tomando en cuenta los resultados obtenidos y desde nuestra óptica como investigadores consideramos importante tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Tener en cuenta la composición interna dentro de las microempresas, dado que el comportamiento difiere de acuerdo al tamaño de los mismos. En este sentido, las acciones que se tomen con las empresas entre 1 y 3 empleados tiene que ser más profundo y de aspectos que le permitan mayor involucramiento hacia las TIC. Las empresas de más de tres empleados muestran una vinculación más alta con las TIC, mostrando un comportamiento similar a las empresas pequeñas, para estas se debería implementar estrategias de reforzamiento y mayor capacitación en temas tecnológicos relacionados a los que atañen al estudio.
- En lo que se refiere a conectividad, se requiere un mayor incentivo, ya sea en términos de política pública para la masificación del Internet o a través de proveedores de servicio privados (ISP). Tendiente a que se logre una mayor adopción de las Mipyme de la conexión a Internet, haciendo un énfasis mayor en las microempresas de menos de 3 empleados, las cuales son la que menos penetración tienen en este aspecto.
- Con el fin de lograr un mayor y mejor uso de herramientas informáticas como la página web, aplicaciones móviles y el uso de redes sociales, se invita a encaminar recursos tendientes a reforzar capacitaciones que le permitan a las empresas Mipyme contar con mejores ayudas y destrezas. Como consecuencia el mejor uso de estas tecnologías serán aprovechadas en las labores misionales de las empresas.
- Se requiere generar una mayor confianza en los empresarios para el uso de transacciones electrónicas, lo cual fomentaría el uso de compras / ventas por internet así como la implementación de medios electrónicos de pago; esta misma generación de confianza ayudará al acercamiento de las Mipyme a las entidades del Estado Colombiano