



Percepciones y Uso de Internet 2021

Enero de 2022



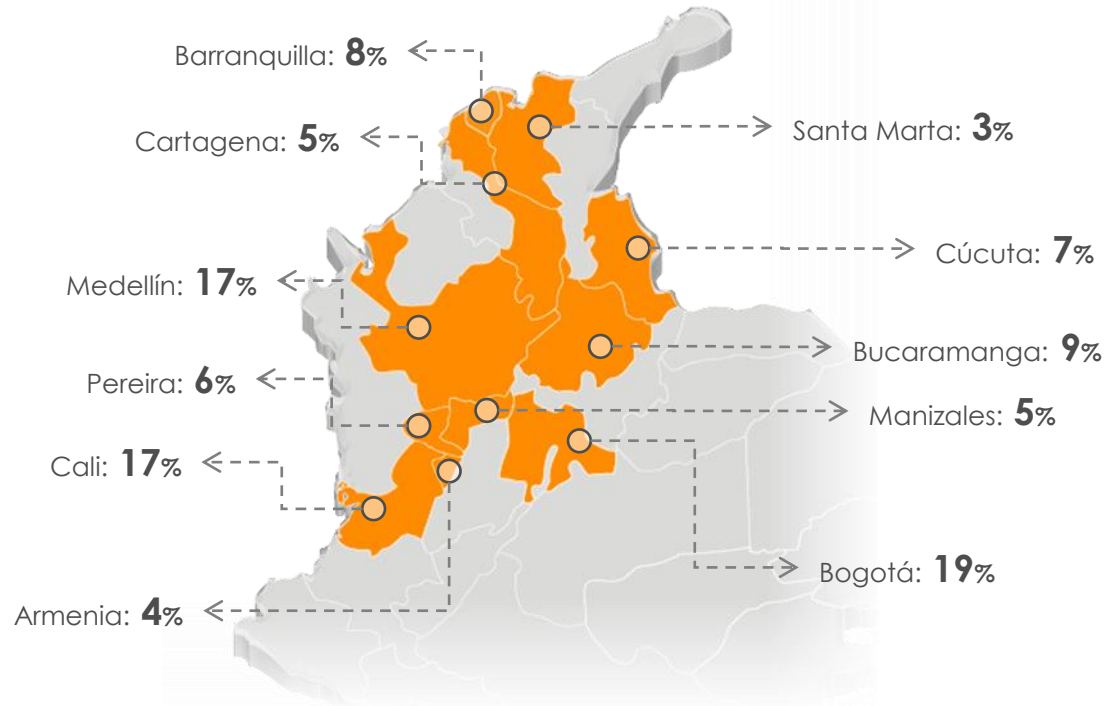
Entidad Contratante:	.CO Internet S.A.S.
Entidad financiadora de la Investigación:	.CO Internet S.A.S.
Proveedor de Investigación:	Centro Nacional de Consultoría S.A.
Nombre o Referencia del proyecto:	Encuesta online de opiniones y actitudes hacia Internet.
Naturaleza y temática del estudio:	Estudio cuantitativo que busca conocer las opiniones y actitudes de los usuarios hacia Internet y su evolución en el tiempo.
Población objetivo:	Hombres y mujeres entre 18 y 60 años de todos los estratos.
Cobertura:	Bogotá, Medellín, Cali, Caribe (Barranquilla, Santa Marta, Cartagena), Santanderes (Bucaramanga, Cúcuta) y Eje Cafetero (Pereira, Manizales, Armenia).
Método de muestreo:	No probabilístico. Por cuotas. Se envía un mail con invitación a participar y el link de la encuesta a panel de informantes. Control por rango de edad, ciudad, estrato y sexo.
Tamaño de la muestra:	1.040 encuestas.
Cambios en la muestra:	Ninguno.
Perfil del informante:	Usuarios de Internet.

Técnica de recolección de datos:	Encuesta online autoplicada a través de panel.
Fechas de trabajo de campo:	13 de diciembre de 2021 a 11 de enero de 2022.
Número de Encuestadores:	No aplica. Encuesta online autoplicada a través de panel.
Métodos de supervisión de entrevistadores:	No aplica.
Procedimientos de imputación:	Ningún dato de la base de datos fue imputado: todos corresponden a los de las encuestas.
Errores no-muestrales (indicador):	Durante la revisión de las etapas del estudio, no se identificó este tipo de error.
Subcontratación:	El CNC se apoya en subcontratistas en etapas como la recolección y análisis de los datos, siempre verificando la calidad de la información entregada.
<i>Nota: El Centro Nacional de Consultoría (CNC) recolecta datos personales únicamente con fines estadísticos o de investigación atendiendo su Política de Tratamiento y Protección de Datos Personales y lo establecido en la Ley 1581 de 2012. Para garantizar lo anterior, la información que se entrega es anonimizada, con excepción de los casos en los cuales el entrevistado haya dado autorización.</i>	
Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252:2012	

Entender cuáles son las opiniones y actitudes generales de los colombianos hacia Internet y comparar los cambios en los comportamientos frente al uso de Internet en las mediciones de 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

Medición **2021**

D3. Ciudad de Residencia



Base: Total Encuestados 1.040



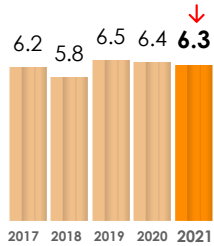
Uso De Internet

- Entendiendo los usos como algunas actividades que pueden ser realizadas a través de Internet, se observa que revisar correos continúa siendo la actividad de mayor relevancia para los encuestados, sin embargo, ha venido perdiendo importancia en los últimos dos años. En segundo lugar está ver redes sociales, seguida de exploración de contenido.
- Si bien en 2020 la educación virtual mostró un mayor uso, en 2021 tuvo una pérdida de importancia que probablemente se debe al retorno de actividades educativas presenciales. Por su parte, la compra en línea alcanza el nivel de uso más alto desde 2017.
- 6 de cada 10 entrevistados considera que Internet debe ser un espacio libre, sin límites al contenido y a las posibilidades de expresión; dicho indicador presenta un incremento significativo respecto a 2020, manteniendo una diferencia importante por género: los hombres son más afines a esta percepción y muestran un crecimiento significativo en esta medición.
- El acceso a Internet debería ser considerado como un derecho fundamental para el 96% de los informantes. Al observar este indicador en retrospectiva se observa que se mantiene intacto desde 2019. Dicha apreciación no varía por ciudad, género, estrato ni rango de edad.

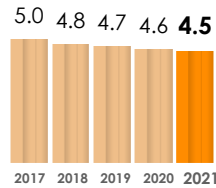
Promedios

P1. Ordene las siguientes funciones de Internet siendo 1 la función más utilizada por usted y 7 la menos utilizada

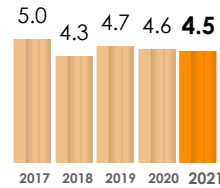
Buscar amigos/pareja



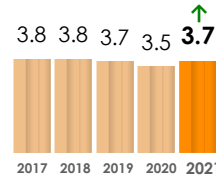
Comprar en Línea



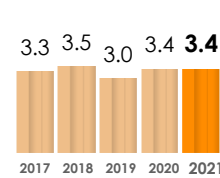
Buscar Empleo



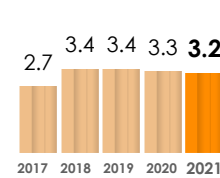
Educación Virtual (Cursos, Clases en línea)



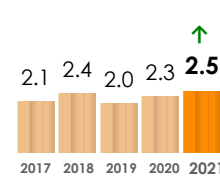
Explorar contenidos



Ver redes Sociales



Revisar Correos



	TOTAL					REGIÓN																													
						Bogotá					Medellín					Cali					Caribe (Barranquilla, Santa Marta, Cartagena)					Santanderes (Bucaramanga, Cúcuta)					Eje Cafetero (Pereira, Manizales, Armenia)				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	200	200	200	170	200	180	180	180	160	180	180	180	180	160	180	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160
Buscar amigos/pareja	6.2	5.8	6.5	6.4	6.3 ↓	6.3	5.8	6.5	6.6	6.4 ↓	6.2	5.5	6.4	6.2	6.4	6.1	5.8	6.5	6.3	6.3	6.1	5.9	6.5	6.5	6.3	6.3	5.9	6.5	6.5	6.0 ↓	6.0	5.8	6.4	6.5	6.2 ↓
Comprar en Línea	5.0	4.8	4.7	4.6	4.5	5.1	4.6	4.6	4.2	4.5	4.9	4.7	4.6	4.7	4.5	5.1	4.8	4.7	4.7	4.6	5.1	5.2	4.7	4.6	4.7	5.0	4.9	4.8	4.7	4.4	4.9	4.8	4.5	4.6	4.6
Buscar Empleo	5.0	4.3	4.7	4.6	4.5	5.0	4.4	5.0	5.0	4.5 ↓	5.2	4.2	4.7	4.6	4.5	5.0	4.3	4.8	4.5	4.6	4.4	3.9	4.2	4.0	4.0	5.0	4.4	4.3	4.4	4.6	5.4	4.3	5.1	4.9	4.8
Educación Virtual (Cursos, Clases en línea)	3.8	3.8	3.7	3.5	3.7 ↑	3.6	3.9	3.8	3.6	3.5	3.9	3.9	3.8	3.5	3.7	3.7	3.8	3.6	3.5	3.7	4.0	3.7	3.9	3.6	3.8	3.8	3.8	3.4	3.2	3.7 ↑	3.5	3.9	3.8	3.2	3.6 ↑
Explorar contenidos	3.3	3.5	3.0	3.4	3.4	3.1	3.5	2.7	3.2	3.3	3.1	3.5	3.0	3.3	3.4	3.4	3.3	3.0	3.4	3.2	3.6	3.5	3.2	3.6	3.6	3.3	3.5	3.3	3.4	3.4	3.2	3.6	3.0	3.4	3.3
Ver redes Sociales	2.7	3.4	3.4	3.3	3.2	2.6	3.4	3.4	3.4	3.4	2.6	3.6	3.5	3.1	3.2	2.7	3.6	3.4	3.4	3.3	2.5	3.5	3.4	3.2	3.3	2.6	3.2	3.5	3.2	2.9	3.0	3.1	3.2	3.1	2.8
Revisar Correos	2.1	2.4	2.0	2.3	2.5 ↑	2.2	2.4	1.9	1.9	2.4 ↑	2.1	2.6	2.0	2.5	2.3	2.1	2.5	2.0	2.1	2.4 ↑	2.2	2.3	2.1	2.5	2.3	2.1	2.3	2.1	2.5	3.0 ↑	2.0	2.5	2.0	2.4	2.8

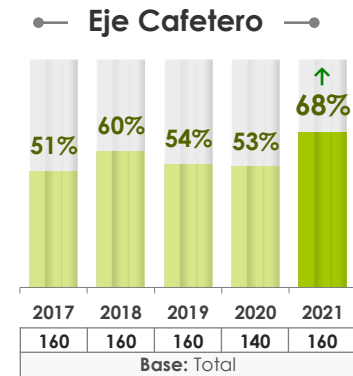
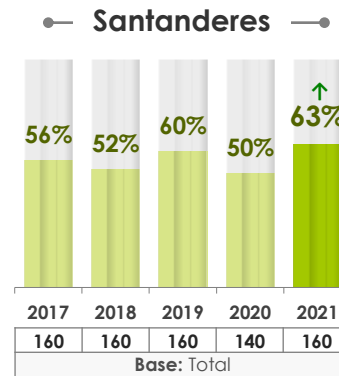
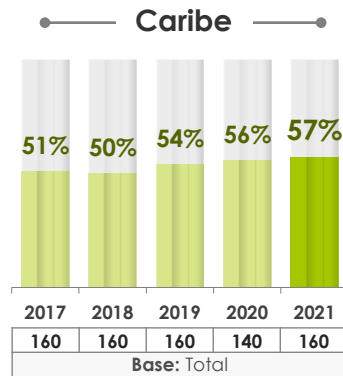
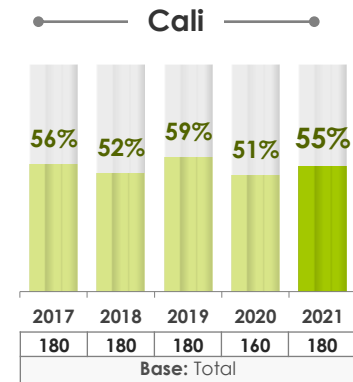
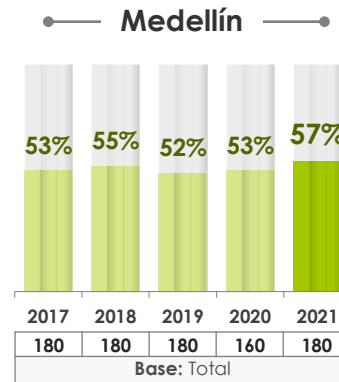
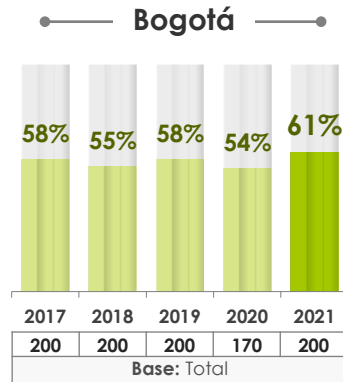
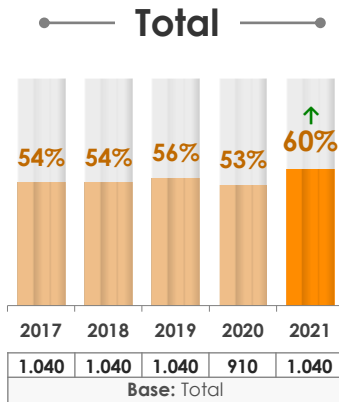
Promedios

P1. Ordene las siguientes funciones de Internet siendo 1 la función más utilizada por usted y 7 la menos utilizada

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD															ESTRATO																			
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Promedio Buscar amigos/pareja	6.2	5.8	6.5	6.4	6.3 ↓	6.0	5.7	6.4	6.3	6.2	6.3	6.0	6.6	6.6	6.4 ↓	6.2	5.7	6.5	6.4	6.2 ↓	6.4	5.9	6.5	6.4	6.4	5.9	5.8	6.4	6.4	6.3	6.1	5.8	6.4	6.2	6.2	6.2	5.8	6.5	6.5	6.2 ↓	6.1	5.9	6.6	6.5	6.6
Promedio Comprar en Línea	5.0	4.8	4.7	4.6	4.5	5.0	4.7	4.7	4.5	4.6	5.1	4.9	4.6	4.6	4.5	5.2	5.0	4.7	4.6	4.5	4.8	4.8	4.6	4.6	4.5	5.1	4.6	4.7	4.5	4.6	5.5	5.3	5.2	5.1	5.0	4.9	4.8	4.6	4.5	4.5	4.9	4.3	4.2	4.1	4.2
Promedio Buscar Empleo	5.0	4.3	4.7	4.6	4.5	5.1	4.5	4.8	4.8	4.4 ↓	4.9	4.0	4.6	4.4	4.5	4.8	3.9	4.3	4.2	4.6 ↑	4.8	4.2	4.6	4.6	4.4	5.4	4.8	5.0	5.0	4.4 ↓	4.5	3.7	4.1	3.7	3.9	5.0	4.3	4.7	4.8	4.5 ↓	5.7	4.9	5.2	5.3	4.9 ↓
Promedio Educación Virtual (Cursos, Clases en línea)	3.8	3.8	3.7	3.5	3.7 ↑	3.9	3.8	3.7	3.5	3.7	3.7	3.8	3.7	3.4	3.6 ↑	3.7	3.8	3.8	3.3	3.6	3.8	3.8	3.8	3.6	3.7	3.7	3.8	3.6	3.5	3.7 ↑	3.5	3.7	3.5	3.5	3.6	3.8	3.8	3.7	3.4	3.6 ↑	3.9	4.2	4.1	3.9	4.1
Promedio Explorar contenidos	3.3	3.5	3.0	3.4	3.4	3.1	3.3	2.9	3.2	3.3	3.4	3.6	3.3	3.5	3.5	3.4	3.6	3.4	3.7	3.5	3.3	3.4	3.0	3.3	3.4	3.1	3.3	2.9	3.1	3.1	3.5	3.6	3.3	3.7	3.7	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	2.8	3.0	2.7	2.9	2.9
Promedio Ver redes Sociales	2.7	3.4	3.4	3.3	3.2	2.8	3.5	3.5	3.4	3.4	2.6	3.3	3.2	3.1	2.9	2.3	3.1	2.9	2.8	2.7	2.8	3.5	3.5	3.3	3.2	3.0	3.7	3.6	3.6	3.6	2.7	3.4	3.4	3.3	3.2	2.6	3.4	3.4	3.2	3.1	2.9	3.4	3.3	3.4	3.2
Promedio Revisar Correos	2.1	2.4	2.0	2.3	2.5 ↑	2.1	2.5	2.0	2.3	2.5 ↑	2.1	2.3	1.9	2.4	2.5	2.4	2.8	2.4	2.9	3.0	2.1	2.3	2.0	2.1	2.4 ↑	1.8	2.1	1.7	1.9	2.2 ↑	2.2	2.6	2.3	2.5	2.5	2.1	2.4	2.0	2.3	2.6 ↑	1.7	2.2	1.9	1.9	2.1

Respondieron **SÍ**

P2. ¿Cree que Internet debe ser un espacio libre sin ningún tipo de restricciones en cuanto a contenido y libertad de expresión?

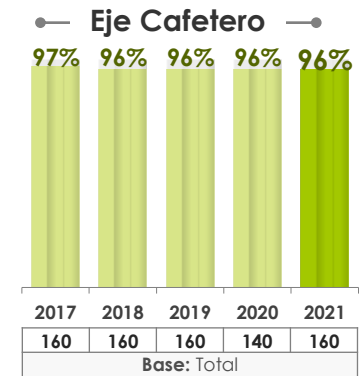
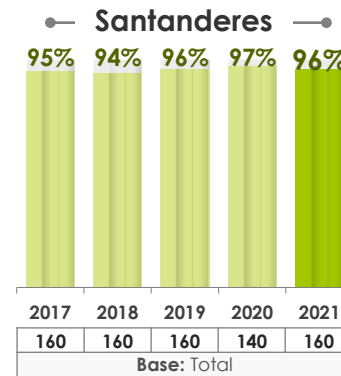
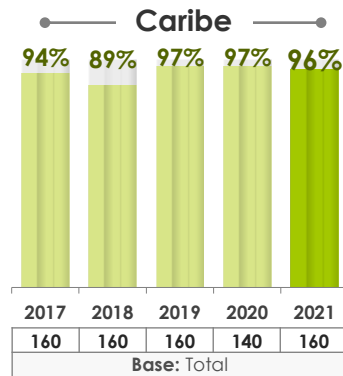
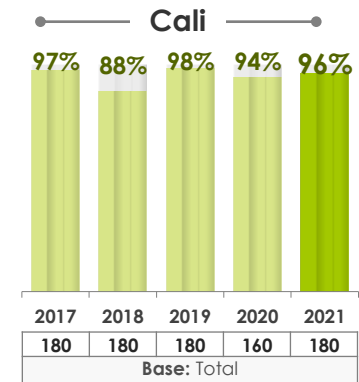
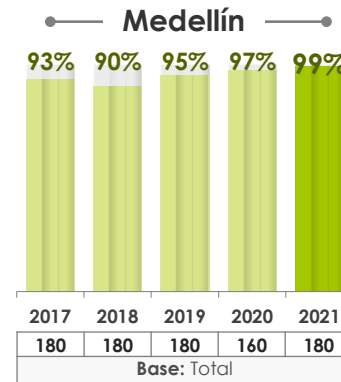
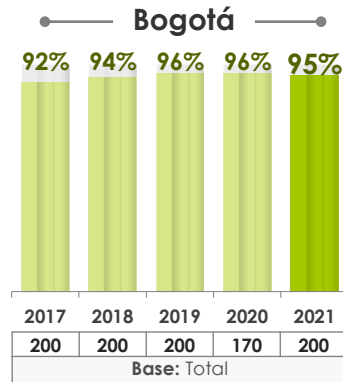
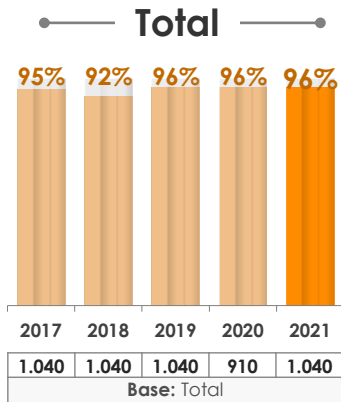


P2. ¿Cree que Internet debe ser un espacio libre sin ningún tipo de restricciones en cuanto a contenido y libertad de expresión?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2			Estrato 3-4			Estrato 5-6																		
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021					
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	54	54	56	53	60 ↑	65	65	69	61	68 ↑	44	40	37	45	51	60	52	59	57	65 ↑	51	54	55	53	60	51	56	56	48	53	54	47	49	48	59 ↑	54	54	58	55	60	58	61	54	50	59
No	38	43	42	43	38 ↓	29	33	30	37	30 ↓	46	54	59	50	46	33	44	37	38	31	41	42	43	44	39	40	42	42	48	43	37	47	48	47	38	38	43	39	41	38	36	36	45	49	36
No Sabe / No Responde	8	3	2	4	2	6	2	1	2	2	10	6	4	5	3	7	4	4	5	4	8	4	2	3	1 ↓	9	2	2	4	4	9	6	3	5	3	8	3	3	4	2 ↓	6	3	1	1	5

Respondieron **SÍ**

P3. Para usted, ¿El acceso a Internet debería ser considerado un derecho para todos?



P3. Para usted, ¿El acceso a Internet debería ser considerado un derecho para todos?

%	TOTAL						GÉNERO					EDAD					ESTRATO																												
							Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2		Estrato 3-4			Estrato 5-6																		
	2017	2018	2019	2020	2021		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021				
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	95	92	96	96	96	97	94	97	97	97	92	89	96	95	97	92	90	98	96	96	96	92	96	96	96	96	94	96	96	97	89	87	95	93	96	96	92	96	97	96	97	97	99	96	98
No	4	6	3	3	3	2	5	2	3	3	6	8	4	3	2	6	8	1	3	3	3	6	4	3	3	3	5	3	2	3	9	10	4	6	4	3	6	3	2	3	2	2	1	1	2
No Sabe / No Responde	1	2	1	1	1	1	1	1	-	-	2	3	-	2	1	2	2	1	1	1	1	2	-	1	1	1	1	1	2	-	2	3	1	1	-	1	2	1	1	1	1	1	-	3	-



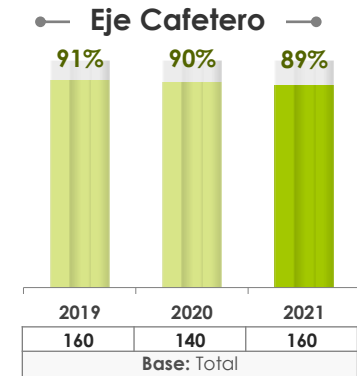
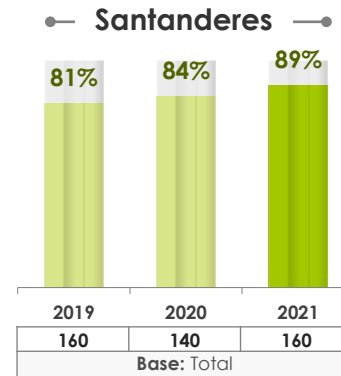
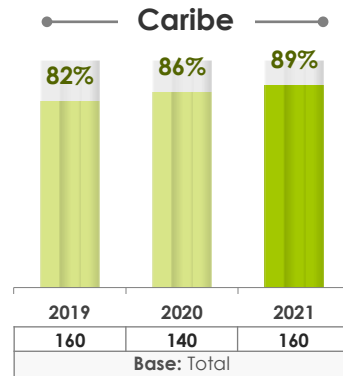
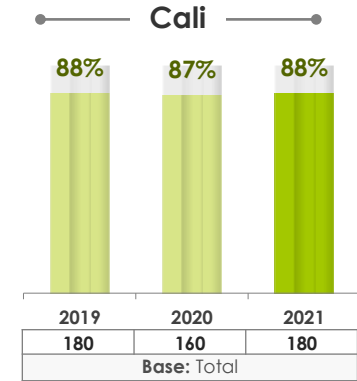
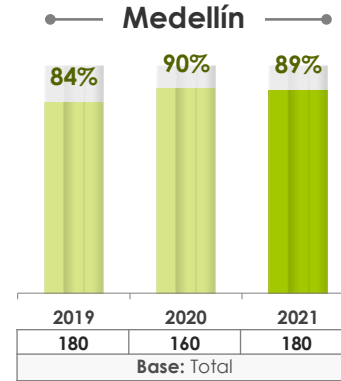
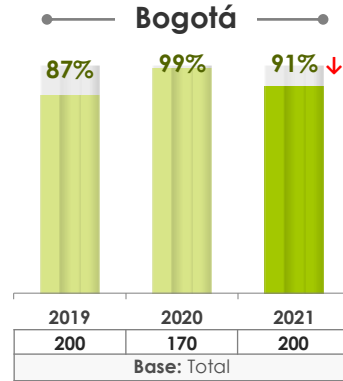
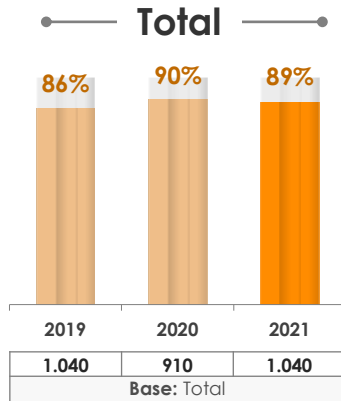
Compras en Internet

- En el contexto impuesto por el Covid 19 se identificó un impulso en el comercio electrónico en 2020, realidad que se mantiene en esta nueva medición. Los datos revelan que:
 - a. 9 de cada 10 personas realizó compras a través de página web o redes sociales. No obstante, Bogotá pasó de un 99% a 91%. Por su parte, los nse 1 y 2 presentan un incremento, alcanzando su punto más alto.
 - b. Si bien el porcentaje de los entrevistados que ha vendido algo a través de página web o redes sociales es menor (46%), se mantiene estable frente a 2020. En este sentido, se destaca Medellín, como la única ciudad que presenta un crecimiento significativo frente al año anterior, mientras que Eje Cafetero se reduce.
- La percepción de la seguridad con respecto al proceso de compra en Internet se mantiene estable: 75% de las personas se sienten más seguras hoy. Este indicador presenta una disminución significativa en el grupo de los hombres y en el grupo de 46 a 60. Sin embargo, en línea con lo visto anteriormente, la percepción de seguridad se incrementa en los estratos 1 y 2.

- Si bien las páginas web propias de los establecimientos continúan siendo el canal que genera mayor seguridad para una compra en línea, este indicador se reduce para dar paso a un incremento de las apps o aplicaciones, jalonado principalmente por Bogotá, los mayores de 46 años y los estratos 3 y 4.
- El que sea un lugar oficial de una marca o que sea reconocido, más la garantía /respaldo, son las principales razones por las cuáles se sienten seguros los encuestados comprando en páginas web propias o aplicaciones. En redes sociales en esta nueva medición se destaca nuevamente la seriedad/responsabilidad del vendedor y el poder conocer la opinión de otros compradores, y empieza a ser mencionado también el pago contra entrega.
- Las redes sociales continúan siendo percibidas como el canal de venta más efectivo para vender productos, manteniendo la tendencia vista en 2020. La principal razón de esta percepción es la alta cobertura / alcance que se les atribuye, alcanzando un 78% frente a otras razones, donde la divulgación del producto “más agresiva” y que son más visitadas, se reducen. Para quienes se inclinan por las páginas web propias o las aplicaciones, se destaca la percepción de ser más confiables/seguras.

Respondieron **SÍ**

P4. ¿En el último año ha comprado algo por una página web o redes sociales?



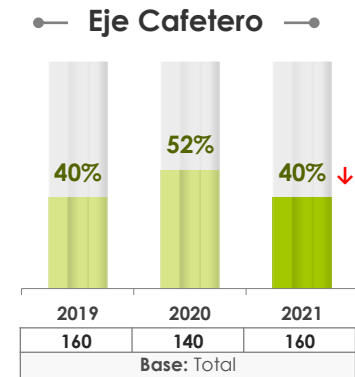
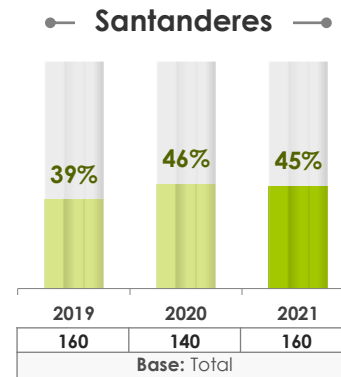
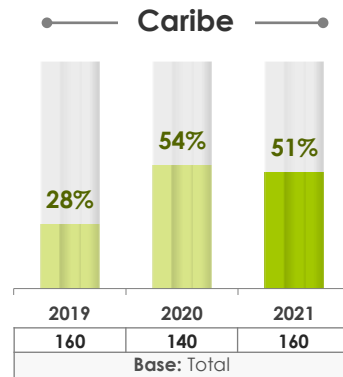
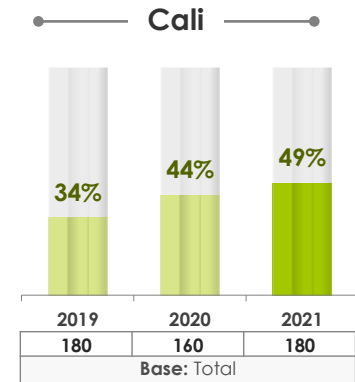
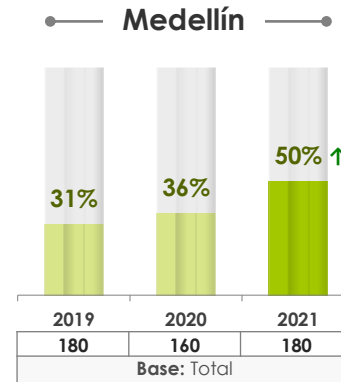
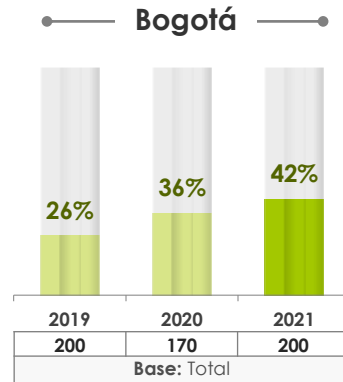
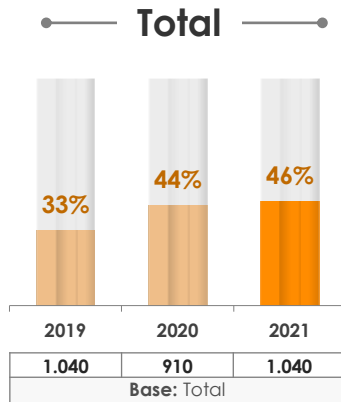
P4. ¿En el último año ha comprado algo por una página web o redes sociales?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2			Estrato 3-4		Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	-	-	86	90	89	-	-	87	91	88	-	-	84	88	91	-	-	89	91	89	-	-	88	91	93	-	-	80	87	86	-	-	70	76	85 ↑	-	-	88	94	90 ↓	-	-	93	97	91
No	-	-	14	10	11	-	-	13	9	12	-	-	16	12	9	-	-	11	9	11	-	-	12	9	7	-	-	20	13	14	-	-	30	24	15 ↓	-	-	12	6	10 ↑	-	-	7	3	9
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

**Nota: Pregunta no disponible en la medición 2019. Para realizar una comparación frente a dicho año, se construyó un neto con los resultados de las preguntas P15A. ¿En el último año ha realizado compras en Internet? y P16A. ¿En el último año ha comprado algo por redes sociales?*

Respondieron **SÍ**

P5. ¿En el último año ha vendido algo por una página web o redes sociales?

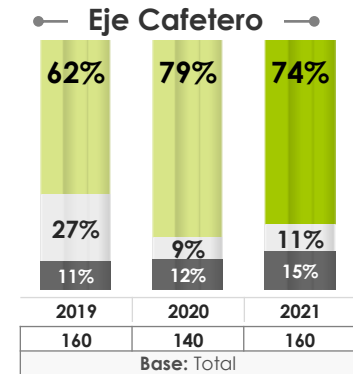
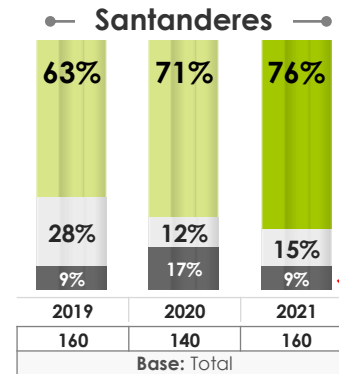
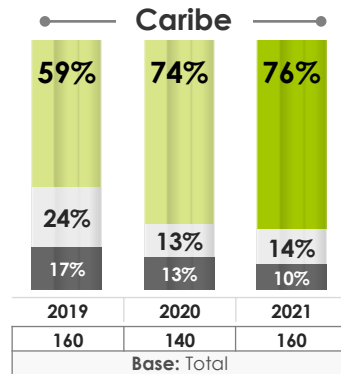
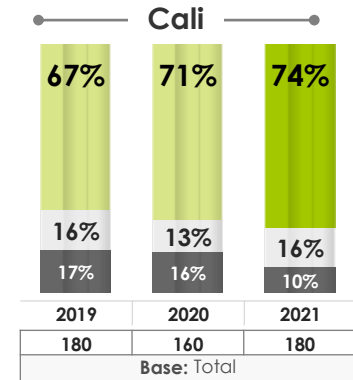
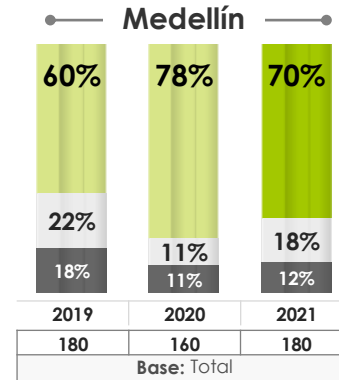
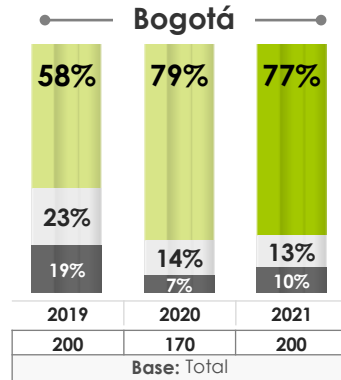
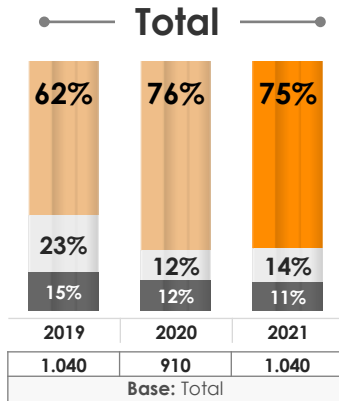
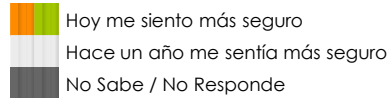


P5. ¿En el último año ha vendido algo por una página web o redes sociales?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2			Estrato 3-4		Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021					
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	-	-	33	44	46	-	-	36	43	45	-	-	28	45	46	-	-	41	53	51	-	-	39	44	50	-	-	21	36	36	-	-	30	43	46	-	-	34	46	46	-	-	31	39	43
No	-	-	67	56	54	-	-	64	57	55	-	-	72	55	54	-	-	59	47	49	-	-	61	56	50	-	-	79	64	64	-	-	70	57	54	-	-	66	54	54	-	-	69	61	57
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

**Nota: Pregunta no disponible en la medición 2019. Para realizar una comparación frente a dicho año, se construyó un neto con los resultados de las preguntas P15B. ¿En el último año ha vendido algo en Internet? y P16B. ¿En el último año ha vendido algo por redes sociales?*

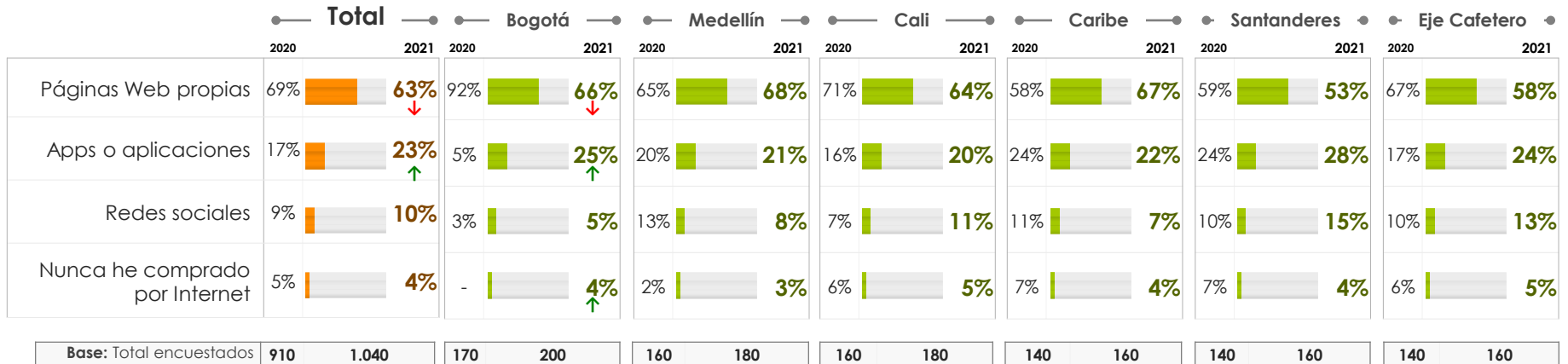
P6. ¿Usted se siente más seguro comprando en Internet hoy, que hace un año?



P6. ¿Usted se siente más seguro comprando en Internet hoy, que hace un año?

%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021								
Base: Total Encuestados	1.040	910	1.040	620	455	526	420	455	514	201	309	354	477	301	347	362	300	339	200	209	188	660	586	725	180	115	127
Hoy me siento más seguro	62	76	75	68	80	74 ↓	52	71	75	65	80	81	61	73	76	61	74	66 ↓	53	67	76 ↑	64	78	74	65	82	77
Hace un año me sentía más seguro	23	12	14	19	10	14	28	14	15	18	8	8	23	13	14	26	14	21 ↑	21	14	15	23	11	15	23	12	13
No Sabe / No Responde	15	12	11	13	10	12	20	15	10 ↓	17	12	11	16	14	10	13	12	13	26	19	9 ↓	13	11	11	12	6	10

P7. ¿Cuándo compra por Internet se siente más seguro al hacerlo a través de aplicaciones, de páginas web o a través de redes sociales?



P7. ¿Cuándo compra por Internet se siente más seguro **al hacerlo a través de aplicaciones, de páginas web o a través de redes sociales?**

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127
Páginas Web propias	69	63 ↓	68	61 ↓	71	65	61	58	73	66	74	64 ↓	58	62	72	62 ↓	77	67
Apps o aplicaciones	17	23 ↑	21	27 ↑	13	19 ↑	20	25	16	21	16	24 ↑	19	22	15	23 ↑	22	29
Redes sociales	9	10	6	8	11	12	15	13	6	10 ↑	5	6	11	11	10	11	-	3
Nunca he comprado por Internet	5	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	6	12	5 ↓	3	4	1	1

P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de PÁGINAS WEB PROPIAS?

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
Páginas Web propias P8.	 69% 2020	 63% 2021	 92% 2020	 66% 2021	 65% 2020	 68% 2021	 71% 2020	 64% 2021	 58% 2020	 67% 2021	 59% 2020	 53% 2021	 67% 2020	 58% 2021
Hay mayor seguridad	46%	38% ↓	47%	42%	45%	43%	43%	47%	41%	33%	57%	32% ↓	44%	29% ↓
Sitio web oficial / App reconocidas	18%	22%	13%	18%	12%	21%	22%	19%	24%	26%	24%	29%	19%	24%
Confianza / seguridad en la compra	17%	18%	13%	20%	19%	14%	19%	20%	29%	21%	11%	23% ↑	12%	9%
Brindan garantía / respaldo	17%	18%	17%	21%	20%	19%	15%	13%	18%	19%	16%	13%	18%	20%
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	9%	7%	5%	6%	10%	7%	11%	6%	10%	6%	12%	8%	10%	8%
Facilita / agiliza las compras	4%	5%	3%	4%	6%	7%	3%	3%	5%	7%	4%	1%	2%	4%
Brinda información clara / completa	-	3% ↑	-	2%	-	4% ↑	-	3% ↑	-	4%	-	5% ↑	-	2%
Base: Los que se sienten más seguros comprando por páginas web propias	633	653	156	132	104	122	114	116	82*	107	83*	84*	94*	92*

P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de PÁGINAS WEB PROPIAS?

% Base: LOS QUE SE SIENTEN MÁS SEGUROS COMPRANDO POR PÁGINAS WEB PROPIAS	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
	633	653	311	319	322	334	190	204	221	231	222	218	121	116	423	452	89*	85*
Hay mayor seguridad	46	38 ↓	50	39 ↓	42	38	46	35 ↓	47	37 ↓	45	43	47	37	47	39 ↓	43	36
Sitio web oficial / App reconocidas	18	22	18	22	19	23	25	24	17	22	14	22 ↑	23	21	17	23 ↑	16	19
Confianza / seguridad en la compra	17	18	15	19	19	16	19	19	17	19	15	16	21	28	15	16	19	15
Brindan garantía / respaldo	17	18	15	16	20	19	22	15	19	19	11	18 ↑	14	16	18	17	19	21
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	9	7	8	6	10	7	11	7	8	6	8	6	9	6	9	6	7	8
Facilita / agiliza las compras	4	5	3	5	5	4	8	6	2	5	2	2	5	5	4	5	1	-
Brinda información clara / completa	-	3 ↑	-	3 ↑	-	3 ↑	-	3 ↑	-	5 ↑	-	2 ↑	-	1	-	4 ↑	-	5 ↑
Practicidad para los pagos	4	2	3	3	5	2	4	3	5	3	3	1	2	3	4	2	3	4
Permite solicitar el reembolso del dinero si no esta satisfecho con el producto	-	2 ↑	-	3 ↑	-	1 ↑	-	4 ↑	-	2	-	1	-	3 ↑	-	2 ↑	-	-
Compra directa / sin intermediarios	12	2 ↓	13	2 ↓	12	2 ↓	9	3 ↓	12	1 ↓	15	2 ↓	9	1 ↓	12	2 ↓	17	2 ↓
Seguimiento del producto para la entrega	-	2 ↑	-	2 ↑	1	2	-	3 ↑	1	2	-	1	-	2	-	2	-	4
Permite consultar los comentarios de otros compradores	1	1	1	1	2	1	3	1	-	1	1	-	-	1	2	1	1	-
Nunca se ha presentado inconveniente alguno	-	1 ↑	-	1 ↑	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	1 ↑	-	1
Pagos contraentrega	-	1 ↑	-	1	-	1 ↑	-	1	-	1	-	-	-	3	-	1	-	-
Variedad en el portafolio de productos	1	1	2	1	1	-	2	1	1	-	1	-	2	1	1	-	2	1

P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de APPS O APLICACIONES?

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
Apps o aplicaciones P8.	 17% 2020	 23% 2021	 5% 2020	 25% 2021	 20% 2020	 21% 2021	 16% 2020	 20% 2021	 24% 2020	 22% 2021	 24% 2020	 28% 2021	 17% 2020	 24% 2021
Hay mayor seguridad	54%	36% ↓	88%	36%	44%	34%	36%	47%	73%	26% ↓	44%	36%	63%	36% ↓
Sitio web oficial / App reconocidas	17%	22%	-	30%	19%	16%	20%	17%	18%	20%	21%	31%	13%	15%
Brindan garantía / respaldo	16%	17%	-	20%	22%	18%	16%	11%	15%	17%	9%	11%	25%	23%
Confianza / seguridad en la compra	16%	13%	12%	10%	22%	8%	12%	11%	15%	20%	12%	18%	21%	13%
Facilita / agiliza las compras	6%	9%	-	10%	9%	18%	20%	11%	-	9%	-	2%	4%	5%
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	6%	7%	-	8%	9%	5%	4%	11%	6%	9%	9%	7%	4%	5%
Permite consultar los comentarios de otros compradores	3%	6%	-	2%	-	3%	4%	3%	6%	9%	6%	11%	-	8%
Base: Los que se sienten más seguros comprando por apps o aplicaciones	156	243	8**	50*	32*	38*	25*	36*	33*	35*	34*	45*	24*	39*

P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de APPS O APLICACIONES?

% Base: LOS QUE SE SIENTEN MÁS SEGUROS COMPRANDO POR APPS O APLICACIONES	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
	156	243	96*	143	60*	100	61*	90*	47*	72*	48*	81*	40*	42*	91*	164	25*	37*
Hay mayor seguridad	54	36 ↓	56	36 ↓	50	36	49	32 ↓	51	35	63	41 ↓	55	29 ↓	49	37	68	38 ↓
Sitio web oficial / App reconocidas	17	22	21	24	12	20	15	24	19	31	19	12	20	26	20	24	4	11
Brindan garantía / respaldo	16	17	17	20	15	13	20	21	19	17	8	12	18	14	19	18	4	16
Confianza / seguridad en la compra	16	13	21	12	8	15	13	16	26	13	10	11	13	19	21	11 ↓	4	16
Facilita / agiliza las compras	6	9	6	8	5	11	3	4	9	6	6	17	13	12	3	7	4	14
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	6	7	3	6	12	10	10	7	4	8	4	7	5	5	7	7	8	11
Permite consultar los comentarios de otros compradores	3	6	3	3	3	9	7	7	-	8 ↑	2	2	-	2	5	7	-	5
Brinda información clara / completa	-	3 ↑	-	3	-	3	-	3	-	6	-	1	-	2	-	4 ↑	-	-
Permite solicitar el reembolso del dinero si no está satisfecho con el producto	-	2 ↑	-	1	-	4	-	3	-	3	-	1	-	5	-	2	-	-
Nunca se ha presentado inconveniente alguno	-	2	-	1	-	2	-	-	-	1	-	4	-	2	-	2	-	-
Seguimiento del producto para la entrega	2	2	1	2	3	1	5	2	-	1	-	1	5	-	1	1	-	5
Compra directa / sin intermediarios	8	2 ↓	4	1	13	2 ↓	13	1 ↓	4	3	4	1	8	-	8	2 ↓	8	3
Pagos contraentrega	-	2	-	3	-	-	-	2	-	3	-	-	-	5	-	1	-	-
Practicidad para los pagos	3	1	3	1	3	1	-	1	9	1	2	1	8	2	1	1	4	3
No tiene que salir de casa / exponerse	-	1	-	-	-	2	-	2	-	-	-	-	-	2	-	1	-	-
Variedad en el portafolio de productos	3	1	1	1	7	- ↓	5	1	2	-	2	1	-	2	4	1 ↓	4	-
No responde	1	1	1	1	2	1	3	3	-	-	-	-	-	-	2	2	-	-

P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de REDES SOCIALES?

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
Redes Sociales P8.														
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	16%	16%	33%	-	10%	27%	18%	20%	27%	25%	23%	17%	-	5%
Permite consultar los comentarios de otros compradores	18%	16%	33%	-	20%	7%	9%	25%	20%	-	-	21%	29%	24%
Sitio web oficial / App reconocidas	6%	12%	-	27%	5%	7%	-	15%	13%	17%	8%	-	7%	14%
Hay mayor seguridad	22%	12%	17%	18%	25%	7%	9%	15%	40%	17%	15%	13%	14%	5%
Pagos contraentrega	-	11% ↑	-	36%	-	20% ↑	-	15%	-	8%	-	-	-	-
Facilita / agiliza las compras	3%	10%	-	-	-	-	9%	20%	-	17%	-	8%	7%	10%
Confianza / seguridad en la compra	24%	8% ↓	17%	18%	20%	13%	18%	10%	33%	- ↓	8%	4%	43%	5%
Base: Los que se sienten más seguros comprando por redes sociales	79*	103	6**	11*	20*	15*	11*	20*	15*	12*	13*	24*	14*	21*

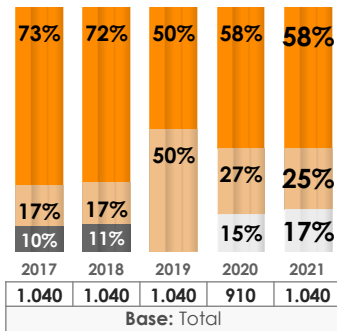
P8. ¿Por qué razón se siente más seguro comprando a través de REDES SOCIALES?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO									
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6					
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021				
	79*	103	28*	43*	51*	60*	47*	47*	17*	35*	15*	21*	22*	21*	57*	78*	-**	4**			
Base: LOS QUE SE SIENTEN MAS SEGUROS COMPRANDO POR REDES SOCIALES																					
Hay seriedad / responsabilidad del vendedor	16	16	11	16	20	15	19	13	12	26	13	5	14	24	18	14	-	-			
Permite consultar los comentarios de otros compradores	18	16	18	9	18	20	11	15	29	20	27	10	27	5	14	17	-	50			
Sitio web oficial / App reconocidas	6	12	-	12	10	12	9	9	6	14	-	14	5	29	↑	7	8	-	-		
Hay mayor seguridad	22	12	25	16	20	8	26	13	18	11	13	10	27	5	19	14	-	-			
Pagos contraentrega	-	11	↑	9	-	12	↑	6	-	17	-	10	-	24	↑	8	↑	-	-		
Facilita / agiliza las compras	3	10	-	7	4	12	4	9	-	6	-	19	5	-	2	12	↑	-	25		
Confianza / seguridad en la compra	24	8	↓	25	12	24	5	↓	28	11	↓	12	6	32	5	↓	21	8	↓	-	25
Compra directa / sin intermediarios	13	7	14	2	12	10	13	11	12	3	13	5	9	-	14	9	-	-			
Practicidad para los pagos	10	7	7	7	12	7	11	4	12	3	7	19	5	5	12	8	-	-			
Nunca se ha presentado inconveniente alguno	-	5	↑	2	-	7	-	4	-	3	-	10	-	5	-	5	-	-			
Brinda información clara / completa	-	4	-	9	-	-	-	6	-	3	-	-	-	5	-	4	-	-			
No tiene que salir de casa / exponerse	-	3	-	2	-	3	-	2	-	3	-	5	-	-	-	4	-	-			
Brindan garantía / respaldo	-	3	-	-	-	5	-	2	-	3	-	5	-	-	-	4	-	-			
Seguimiento del producto para la entrega	5	2	7	-	4	3	6	-	6	6	-	-	18	-	↓	3	-	-			
Permite solicitar el reembolso del dinero si no esta satisfecho con el producto	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	1	-	-			
Otro	1	1	-	2	2	-	-	2	-	-	7	-	5	-	-	1	-	-			
No responde	5	2	4	2	6	2	9	4	-	-	-	-	-	5	7	1	-	-			

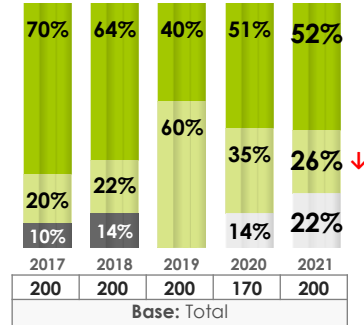
P9. ¿Qué es más efectivo para vender productos?

- Las redes sociales
- Las páginas web propias
- Las Apps o aplicaciones
- No sabe / No responde

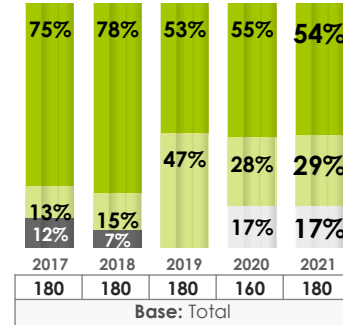
Total



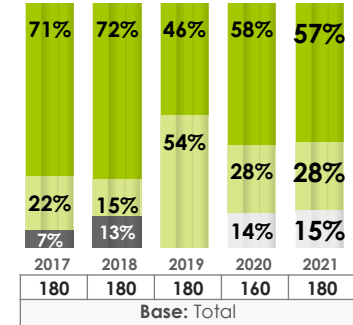
Bogotá



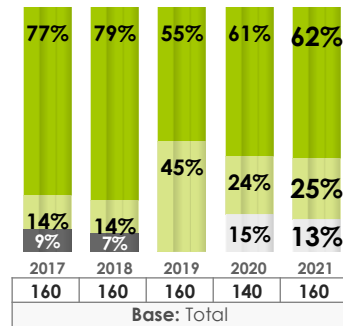
Medellín



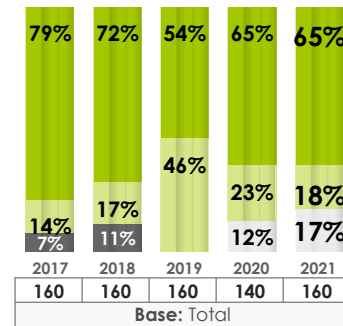
Cali



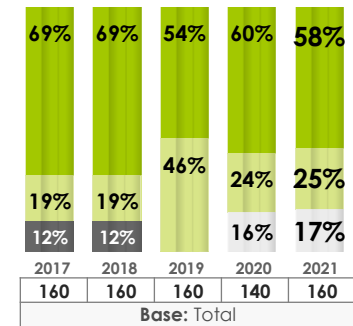
Caribe



Santanderes



Eje Cafetero



P9. ¿Qué es más efectivo para vender productos?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2			Estrato 3-4		Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Las redes sociales	73	72	50	58	58	72	70	48	51	52	75	74	53	65	64	78	81	60	66	64	78	72	51	63	63	63	62	43	44	46	72	71	53	62	60	74	75	47	57	59	69	64	56	57	51
Las páginas web propias	17	17	50	27	25	20	20	52	31	27	14	14	47	24	23	13	11	40	19	21	14	17	49	26	23	25	23	57	38	32	17	17	47	24	23	17	16	53	28	25	21	19	44	32	27
Las Apps o aplicaciones	-	-	-	15	17	-	-	-	18	21	-	-	-	11	13	-	-	-	15	15	-	-	-	11	14	-	-	-	18	22	-	-	-	14	17	-	-	-	15	16	-	-	-	11	22 ↑

P10. ¿Por qué razón las Redes Sociales son más efectivas para vender productos?

Las redes sociales P9.	Total					Bogotá					Medellín					Cali						
	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura		73%	72%	50%	58%	58%	70%	64%	40%	51%	52%	75%	78%	53%	55%	54%	71%	72%	46%	58%	57%	
		39%	67%	47%	48%	78% ↑	40%	63%	48%	51%	85% ↑	34%	61%	46%	47%	80% ↑	45%	71%	49%	48%	80% ↑	
La divulgación del producto es más agresiva		19%	3%	28%	28%	8% ↓	21%	2%	26%	28%	10% ↓	20%	4%	26%	33%	9% ↓	16%	3%	30%	29%	8% ↓	
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)		26%	26%	6%	9%	6%	24%	27%	2%	5%	5%	29%	31%	4%	6%	6%	24%	20%	6%	4%	6%	
Es más ágil / rápido		-	-	-	-	5% ↑	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	7% ↑	-	-	-	-	-	7% ↑
Son más visitadas		20%	2%	13%	27%	3% ↓	19%	5%	11%	24%	2% ↓	17%	1%	19%	27%	3% ↓	18%	2%	15%	29%	4% ↓	
Facilita la comunicación con los clientes		7%	6%	11%	6%	2% ↓	6%	9%	12%	6%	4%	7%	8%	8%	6%	2%	10%	5%	6%	3%	3%	
Llega a un tipo de cliente específico		1%	-	4%	2%	2%	-	-	5%	2%	1%	2%	-	2%	1%	1%	2%	-	6%	2%	-	
Base: Los Que Piensan Que Las Redes Sociales Son Más Efectivas Para Vender Productos		763	750	519	527	601	140	128	81*	86*	105	134	141	95*	88*	97*	128	129	82*	93*	103	

Continúa ...

P10. ¿Por qué razón las Redes Sociales son más efectivas para vender productos?

Las redes sociales P9.	Total					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero					
	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura		73%	72%	50%	58%	58%	77%	79%	55%	61%	62%	79%	72%	54%	65%	65%	69%	69%	54%	60%	58%
		39%	67%	47%	48%	78% ↑	39%	72%	50%	54%	74% ↑	35%	74%	38%	42%	76% ↑	39%	63%	53%	46%	73% ↑
La divulgación del producto es más agresiva		19%	3%	28%	28%	8% ↓	20%	1%	26%	31%	6% ↓	17%	6%	25%	16%	6% ↓	19%	4%	31%	32%	9% ↓
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)		26%	26%	6%	9%	6%	29%	29%	8%	15%	8%	26%	23%	8%	8%	7%	26%	26%	7%	14%	4% ↓
Es más ágil / rápido		-	-	-	-	5% ↑	-	-	-	-	5% ↑	-	-	-	-	5% ↑	-	-	-	-	5% ↑
Son más visitadas		20%	2%	13%	27%	3% ↓	22%	2%	13%	32%	5% ↓	25%	1%	11%	33%	3% ↓	17%	2%	10%	17%	4% ↓
Facilita la comunicación con los clientes		7%	6%	11%	6%	2% ↓	6%	6%	13%	6%	3%	4%	2%	21%	5%	- ↓	7%	9%	7%	7%	3%
Llega a un tipo de cliente específico		1%	-	4%	2%	2%	1%	-	1%	1%	1%	2%	-	6%	4%	4%	2%	-	2%	2%	3%
Base: Los Que Piensan Que Las Redes Sociales Son Más Efectivas Para Vender Productos		763	750	519	527	601	124	126	88*	85*	99*	126	115	87*	91*	104	111	111	86*	84*	93*

P10. ¿Por qué razón las Redes Sociales son más efectivas para vender productos?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Los que piensan que las redes sociales son más efectivas para vender productos	763	750	519	527	601	367	394	295	232	275	396	356	224	295	326	283	309	121	205	227	274	251	243	190	219	206	190	155	132	155	142	167	106	129	112	535	481	313	332	424	86*	102	100	66*	65*
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura	39	67	47	48	78 ↑	43	69	49	56	77 ↑	35	65	45	42	79 ↑	35	67	48	41	78 ↑	39	69	47	47	79 ↑	44	65	47	59	77 ↑	39	72	47	47	79 ↑	38	64	47	48	77 ↑	42	72	49	50	82 ↑
La divulgación del producto es más agresiva	19	3	28	28	8 ↓	16	3	27	29	7 ↓	22	3	28	27	9 ↓	18	3	27	32	10 ↓	20	2	28	26	7 ↓	19	5	27	25	5 ↓	14	2	26	33	8 ↓	21	4	29	28	8 ↓	17	3	23	18	9
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)	26	26	6	9	6	22	25	5	7	5	30	28	7	9	7	28	27	6	12	4 ↓	27	25	6	7	8	22	28	6	5	5	28	28	5	9	6	26	28	6	9	6	28	18	6	5	5
Es más ágil / rápido	-	-	-	-	5 ↑	-	-	-	-	4 ↑	-	-	-	-	6 ↑	-	-	-	-	5 ↑	-	-	-	-	4 ↑	-	-	-	-	7 ↑	-	-	-	-	5 ↑	-	-	-	-	6 ↑	-	-	-	-	2
Son más visitadas	20	2	13	27	3 ↓	19	3	10	23	4 ↓	20	2	17	31	3 ↓	22	3	15	26	2 ↓	19	2	14	31	4 ↓	17	2	12	23	5 ↓	23	4	18	27	4 ↓	18	2	12	26	3 ↓	22	1	13	32	6 ↓
Facilita la comunicación con los clientes	7	6	11	6	2 ↓	7	6	12	6	4	6	6	11	5	2 ↓	9	6	9	4	2	6	7	14	7	4	4	5	9	5	1 ↓	10	3	10	5	2	6	7	11	6	3 ↓	2	8	14	6	3
Llega a un tipo de cliente específico	1	-	4	2	2	2	-	4	3	2	1	-	3	2	2	-	-	5	2	2	2	-	3	3	-	2	-	4	2	3	1	-	1	2	-	1	-	4	2	2	2	-	4	3	3
Son más confiables / seguras	2	-	2	2	1	2	-	2	1	2	3	-	2	2	1	3	-	1	-	1	2	-	2	3	2	2	-	3	2	2	2	-	1	2	2	2	-	2	2	2	6	-	2	2	-
Las publicaciones son gratis / economía / ahorro en costos	2	5	1	2	1	2	6	1	3	2	1	5	1	2	1	2	5	2	2	1	1	6	-	3	1	2	5	-	2	2	1	5	2	3	1	2	5	1	2	1	1	6	-	3	3
Variedad de productos / se encuentra de todo	-	-	-	-	1 ↑	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2 ↑	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1 ↑	-	-	-	-	-

P10. ¿Por qué razón las PÁGINAS WEB PROPIAS son más efectivas para vender productos?

Las Páginas Web P9.	Total					Bogotá					Medellín					Cali					
	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
		17%	17%	50%	27%	25%	20%	22%	60%	35%	26%	13%	15%	47%	28%	29%	22%	15%	54%	28%	28%
Son más confiables / seguras		27%	29%	46%	47%	68% ↑	26%	37%	52%	48%	71% ↑	38%	42%	41%	42%	63% ↑	26%	15%	48%	42%	62%
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)		40%	15%	15%	13%	11%	49%	21%	20%	10%	20%	29%	4%	14%	13%	21%	36%	15%	12%	16%	10%
Interactúa directamente con el vendedor / empresa		-	-	-	-	6% ↑	-	-	-	-	6%	-	-	-	-	10% ↑	-	-	-	-	4%
Es más ágil / rápido		-	-	-	-	4% ↑	-	-	-	-	4%	-	-	-	-	2%	-	-	-	-	2%
Fácil de consultar / navegar		-	-	-	4%	4%	-	-	-	5%	2%	-	-	-	2%	2%	-	-	-	2%	4%
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura		6%	5%	3%	6%	3%	3%	5%	4%	-	-	4%	4%	5%	2%	4%	15%	11%	4%	13%	8%
Variedad de productos / se encuentra de todo		-	-	-	-	3% ↑	-	-	-	-	4%	-	-	-	-	6%	-	-	-	-	2%
Base: Los que piensan que las páginas web propias son más efectivas para vender productos		177	176	1.040	250	262	39*	43*	200	60*	51*	24*	26*	180	45*	52*	39*	27*	180	45*	50*

Continúa ...

P10. ¿Por qué razón las PÁGINAS WEB PROPIAS son más efectivas para vender productos?

Las Páginas Web P9.	Total					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero						
	Año	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	
		17%	17%	50%	27%	25%	14%	14%	45%	24%	25%	14%	17%	46%	23%	18%	19%	19%	46%	24%	25%	
Son más confiables / seguras		27%	29%	46%	47%	68% ↑	27%	27%	46%	44%	78% ↑	30%	29%	45%	47%	72% ↑	20%	20%	42%	59%	68%	
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)		40%	15%	15%	13%	11%	36%	14%	15%	21%	- ↓	48%	7%	18%	13%	3%	40%	27%	13%	6%	8%	
Interactúa directamente con el vendedor / empresa		-	-	-	-	6% ↑	-	-	-	-	8%	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	5%	
Es más ágil / rápido		-	-	-	-	4% ↑	-	-	-	3%	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	-	10%	
Fácil de consultar / navegar		-	-	-	4%	4%	-	-	6%	-	-	-	-	3%	10%	-	-	-	3%	8%	8%	
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura		6%	5%	3%	6%	3%	5%	5%	2%	3%	3%	-	4%	3%	6%	3%	3%	-	3%	12%	- ↓	
Variedad de productos / se encuentra de todo		-	-	-	-	3% ↑	-	-	-	3%	-	-	-	-	3%	-	-	-	-	-	-	-
Base: Los que piensan que las páginas web propias son más efectivas para vender productos		177	176	1.040	250	262	22*	22*	160	34*	40*	23*	28*	160	32*	29*	30*	30*	160	34*	40*	



Percepciones del proceso de venta a través de páginas Web (3)



Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑ ↓ del 95% de confianza

P10. ¿Por qué razón las PÁGINAS WEB PROPIAS son más efectivas para vender productos?

%	TOTAL					GÉNERO										EDAD										ESTRATO																			
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: LOS QUE PIENSAN QUE LAS PÁGINAS WEB PROPIAS SON MÁS EFECTIVAS PARA VENDER PRODUCTOS	177	176	1.040	250	262	102	110	620	139	143	75*	66*	420	111	119	45*	44*	201	58*	73*	50*	61*	477	79*	80*	82*	71*	362	113	109	33*	39*	200	50*	44*	118	106	660	163	184	26*	31*	180	37*	34*
Son más confiables / seguros	27	29	46	47	68 ↑	25	24	45	43	67 ↑	31	38	46	51	70 ↑	40	32	49	40	68 ↑	26	31	47	51	74 ↑	21	25	42	48	64 ↑	30	28	43	46	82 ↑	30	32	48	45	67 ↑	12	19	41	54	56
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)	40	15	15	13	11	42	9	14	12	10	37	26	17	14	13	40	9	19	19	12	46	21	16	13	10	37	14	13	10	12	39	26	17	18	5 ↓	40	12	15	12	13	42	13	16	8	15
Interactúa directamente con el vendedor / empresa	-	-	-	-	6 ↑	-	-	-	-	8 ↑	-	-	-	-	3	-	-	-	-	5	-	-	-	-	3	-	-	-	-	9 ↑	-	-	-	-	2	-	-	-	-	6 ↑	-	-	-	-	12 ↑
Es más ágil / rápido	-	-	-	-	4 ↑	-	-	-	-	3 ↑	-	-	-	-	4 ↑	-	-	-	-	5	-	-	-	-	4	-	-	-	-	3	-	-	-	-	2	-	-	-	-	5 ↑	-	-	-	-	-
Fácil de consultar / navegar	-	-	-	4	4	-	-	-	4	5	-	-	-	3	3	-	-	-	-	4	-	-	-	5	4	-	-	-	4	4	-	-	-	6	5	-	-	-	4	4	-	-	-	-	3
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura	6	5	3	6	3	7	5	4	7	2 ↓	4	3	3	4	4	-	5	2	7	1	10	3	4	8	1	6	6	4	4	6	6	3	2	8	2	6	4	4	4	2	4	10	4	11	9
Variedad de productos / se encuentra de todo	-	-	-	-	3 ↑	-	-	-	-	3 ↑	-	-	-	-	3	-	-	-	-	3	-	-	-	-	4	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 ↑	-	-	-	-	6
La divulgación del producto es más agresiva	3	3	4	4	3	3	4	3	6	2	4	3	4	2	3	-	2	3	5	3	2	3	4	4	3	6	4	4	4	3	-	-	6	4	5	3	3	2	4	2	8	10	5	5	3
Dan más credibilidad	6	18	5	26	2 ↓	4	21	4	27	3 ↓	8	12	6	24	1 ↓	2	23	4	29	- ↓	2	13	5	29	3 ↓	10	18	4	21	3 ↓	3	18	5	30	- ↓	6	20	5	28	3 ↓	8	9	5	11	-
Facilidad de medios de pago	-	-	-	4	2	-	-	-	4	1	-	-	-	5	3	-	-	-	10	4	-	-	-	3	1	-	-	-	2	1	-	-	-	6	2	-	-	-	4	2	-	-	-	3	-
Llega a un tipo de cliente específico	2	7	3	2	1	4	8	4	2	1	-	5	2	1	1	-	5	2	-	-	-	10	3	1	-	5	6	3	3	2	3	3	1	2	-	2	8	3	2	1	4	10	4	-	3
Puede hacer seguimiento al producto comprado	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

P10. ¿Por qué razón LAS APPS O APLICACIONES son más efectivas para vender productos?

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
Las Apps O Aplicaciones P9.														
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Son más confiables / seguras	31%	41%	33%	48%	22%	39%	27%	37%	48%	38%	24%	41%	32%	41%
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura	15%	12%	17%	9%	11%	13%	9%	11%	10%	5%	24%	11%	23%	26%
Fácil de consultar / navegar	11%	12%	8%	18%	7%	6%	5%	4%	10%	10%	6%	15%	27%	19%
Exclusiva de la marca / producto	-	10% ↑	-	7%	-	13%	-	7%	-	14%	-	19%	-	4%
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)	14%	8%	8%	7%	15%	13%	9%	11%	19%	10%	12%	-	18%	7%
Variedad de productos / se encuentra de todo	-	7% ↑	-	9%	-	10%	-	7%	-	-	-	-	-	11%
Es más ágil / rápido	-	5% ↑	-	5%	-	3%	-	7%	-	-	-	7%	-	7%
Base: Los que piensan que las apps o aplicaciones son más efectivas para vender productos	133	177	24*	44*	27*	31*	22*	27*	21*	21*	17*	27*	22*	27*

P10. ¿Por qué razón LAS APPS O APLICACIONES son más efectivas para vender productos?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
Base: LOS QUE PIENSAN QUE LAS APPS O APLICACIONES SON MÁS EFECTIVAS PARA VENDER PRODUCTOS	133	177	84*	108	49*	69*	46*	54*	32*	48*	55*	75*	30*	32*	91*	117	12*	28*
Son más confiables / seguras	31	41	26	43 ↑	39	39	26	46 ↑	25	29	38	45	23	47	33	38	33	50
Llega a más gente / todo el mundo las ve / tiene más cobertura	15	12	14	13	16	12	20	11	9	10	15	15	10	9	14	15	33	7 ↓
Fácil de consultar / navegar	11	12	14	12	4	13	11	26	13	8	9	5	13	16	11	12	-	11
Exclusiva de la marca / producto	-	10 ↑	-	10 ↑	-	10 ↑	-	2	-	13 ↑	-	15 ↑	-	3	-	14 ↑	-	4
Acceso a información más detallada (imágenes, videos, características, etc.)	14	8	12	8	16	7	11	4	16	8	15	11	27	9	11	7	-	11
Variedad de productos / se encuentra de todo	-	7 ↑	-	9 ↑	-	3	-	6	-	8	-	7	-	6	-	7 ↑	-	7
Es más ágil / rápido	-	5 ↑	-	6 ↑	-	3	-	7	-	2	-	5	-	-	-	5 ↑	-	11
Interactúa directamente con el vendedor / empresa	-	4 ↑	-	2	-	7	-	2	-	8	-	3	-	3	-	5 ↑	-	-
Facilidad de medios de pago	2	3	2	3	2	3	2	-	3	8	2	1	-	6	3	2	-	4
La divulgación del producto es más agresiva	14	3 ↓	17	2 ↓	10	4	22	2 ↓	6	4	13	3 ↓	23	6	9	3 ↓	33	- ↓
Llega a un tipo de cliente específico	5	2	6	3	2	1	2	-	6	4	5	3	-	-	7	3	-	4
Puede hacer seguimiento al producto comprado	-	2	-	2	-	1	-	6	-	-	-	-	-	-	-	3	-	-
No tiene que salir de casa / exponerse	-	1	-	-	-	3	-	2	-	-	-	1	-	6	-	-	-	-
Dan más credibilidad	19	1 ↓	15	1 ↓	24	- ↓	26	- ↓	25	- ↓	9	1 ↓	13	- ↓	21	1 ↓	17	- ↓
Son más visitadas	9	1 ↓	6	- ↓	14	1 ↓	7	-	9	2	11	- ↓	13	3	9	- ↓	-	-
No responde	1	2	1	1	-	4	-	4	-	2	2	1	-	-	1	3	-	4



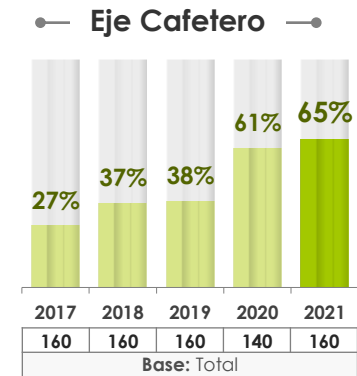
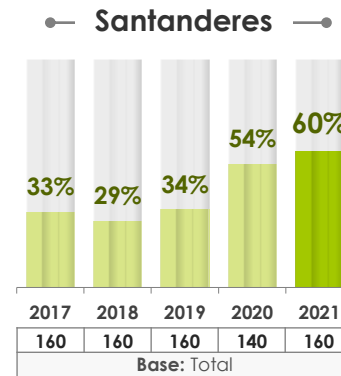
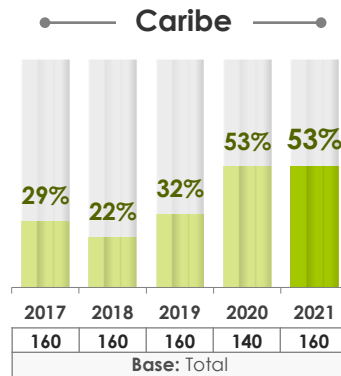
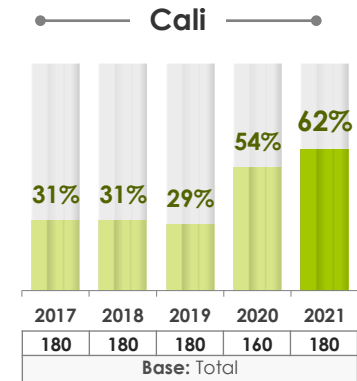
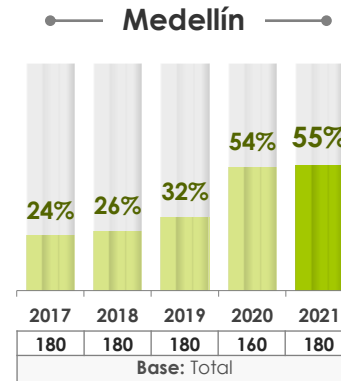
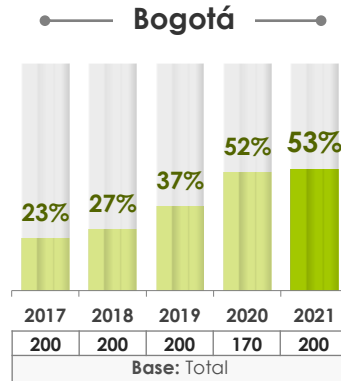
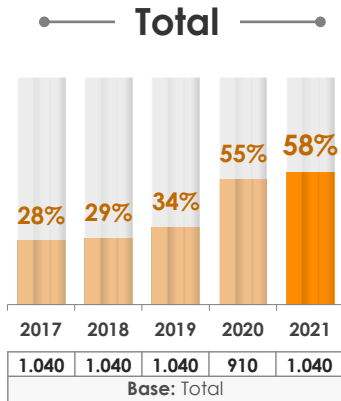
Seguridad en Internet, tecnología y vida de pareja

- La proporción de personas que afirman tener escritas las claves de acceso a archivos y/o aplicaciones de Internet (6 de cada 10) no presenta cambios significativos con respecto a la medición de 2020. Dicho comportamiento se mantiene en todas las ciudades, grupos de edad, género y estrato.
- El 36% de los encuestados considera que su pareja tiene derecho a acceder a sus cuentas de Internet y Redes sociales, indicador que no presenta variación desde 2019.
- Los encuestados consideran principalmente que las relaciones de pareja se han complicado a causa de las nuevas tecnologías (46% de los encuestados), cifra que se mantiene relativamente estable respecto a la medición de 2020.
- 4 de cada 10 encuestados afirma haber hecho o dicho algo a la pareja a través de Internet que no haría en persona. Si bien esta estimación a nivel general no presenta diferencias significativas frente a la medición anterior, Bogotá tiene un incremento de 15 puntos porcentuales, alcanzando niveles similares a los de 2017, mientras que las demás ciudades tienen ligeras tendencias negativas.

- Ingresar a páginas o aplicaciones para conocer personas es un comportamiento que no presenta cambios en los últimos 3 años (46% - 47%). Es importante señalar que después de la reducción que tuvo Bogotá en 2020, es esta medición vuelve a sus niveles históricos.
- 8 de cada 10 entrevistados que ingresan a páginas o aplicaciones para conocer personas, declaran que han conocido a alguien por Internet. Este indicador se mantiene en línea con la medición de 2020, que en su momento presentó un cambio en el comportamiento de los encuestados dados probablemente asociado al confinamiento / cuarentenas obligatorias. Bogotá continúa mostrando crecimiento en este indicador.

Respondieron **SÍ**

P24. ¿Tiene escritas y guardadas las claves de acceso a sus archivos o aplicaciones en Internet?



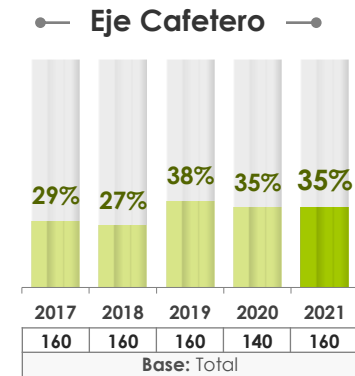
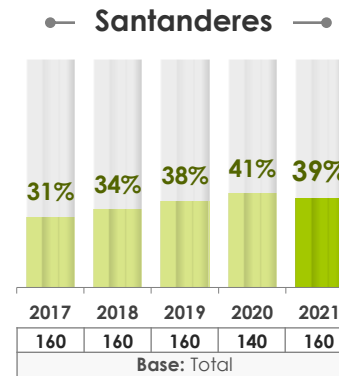
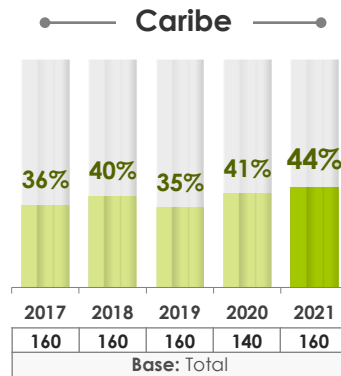
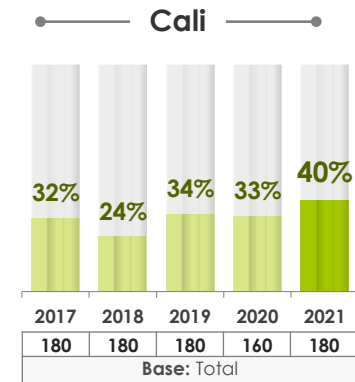
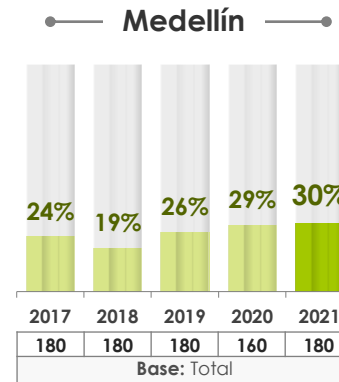
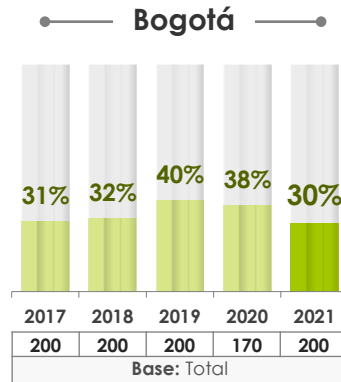
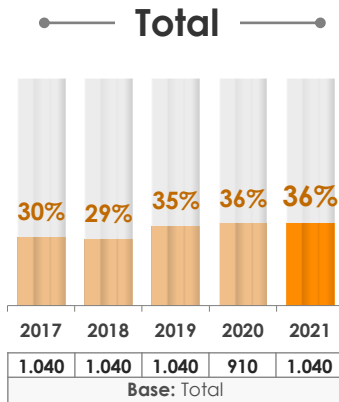
P24. ¿Tiene escritas y guardadas las claves de acceso a sus archivos o aplicaciones en Internet?

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑ ↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021					
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	28	29	34	55	58	31	32	35	53	58	25	24	32	56	58	29	29	32	59	61	23	27	34	46	53	32	30	35	59	59	24	29	36	53	53	28	26	32	55	57	29	39	37	54	68 ↑
No	68	70	64	43	39	65	66	64	46	38 ↓	70	74	65	40	39	65	70	66	39	36	74	71	64	50	43	64	69	63	40	38	68	70	62	45	41	68	72	66	42	41	69	59	60	44	26 ↓
No Sabe / No Responde	4	1	2	2	3	4	2	1	1	4 ↑	5	2	3	4	3	6	1	2	2	3	3	2	2	4	4	4	1	2	1	3	8	1	2	2	6	4	2	2	3	2	2	2	3	2	6

Respondieron **SÍ**

P25. ¿Cree usted que su pareja tiene derecho a acceder a sus cuentas de Internet y a sus redes sociales?



P25. ¿Cree usted que su pareja tiene derecho a acceder a sus cuentas de Internet y a sus redes sociales?

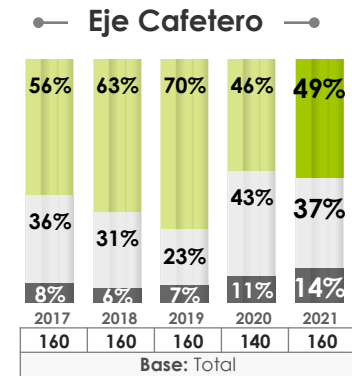
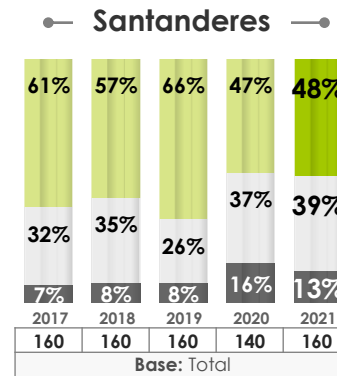
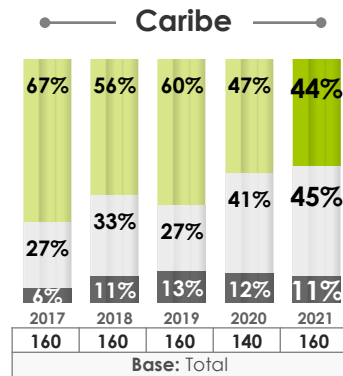
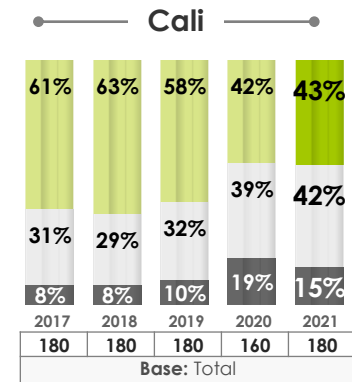
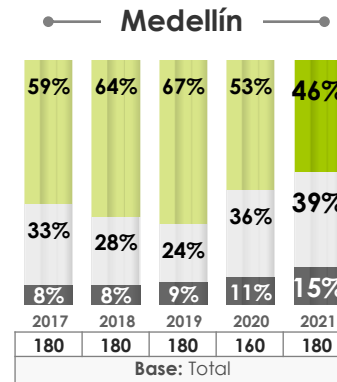
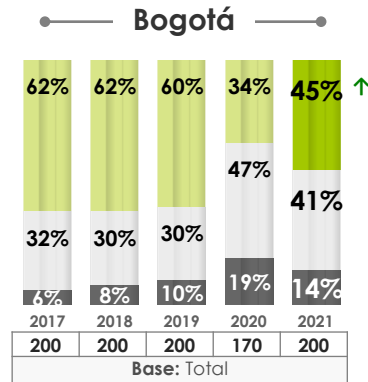
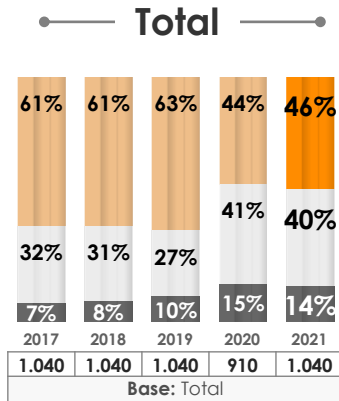
Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	30	29	35	36	36	34	33	40	41	41	27	25	28	32	32	24	24	34	29	30	33	33	33	40	36	34	31	39	40	43	32	36	38	35	42	30	28	36	36	35	26	24	28	37	37
No	65	67	60	59	61	62	63	55	54	56	68	72	67	64	65	70	71	61	66	66	63	65	61	55	63	63	66	58	57	53	64	60	54	58	55	65	69	60	60	62	70	72	69	58	58
No Sabe / No Responde	5	4	5	5	3	4	4	5	5	3	5	3	5	4	3	6	5	5	5	4	4	2	6	5	1 ↓	3	3	3	3	4	4	4	8	7	3	5	3	4	4	3	4	4	3	5	5

P26. ¿Cree usted que las nuevas tecnologías han complicado o han facilitado las relaciones de pareja?

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

■ Complicado
■ Facilitado
■ Ns/Nr



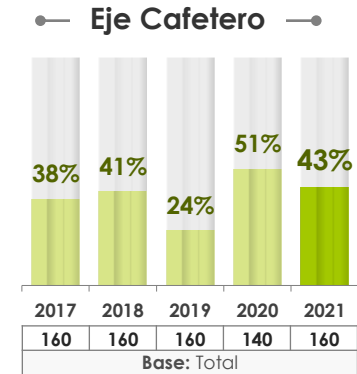
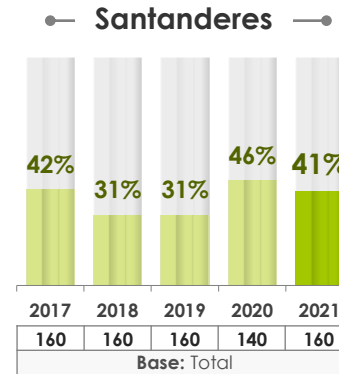
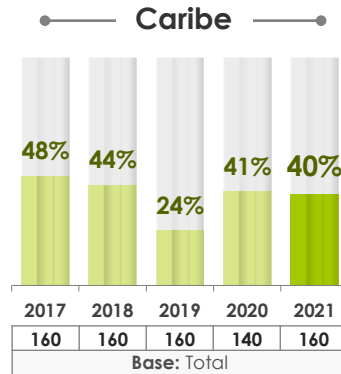
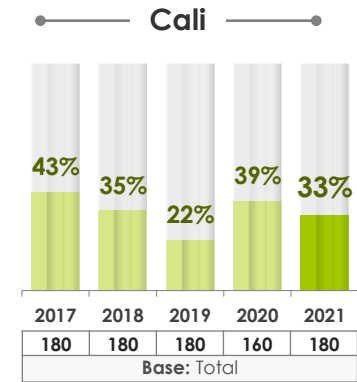
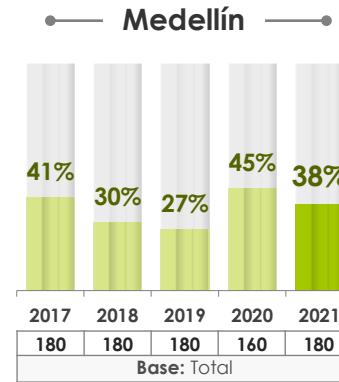
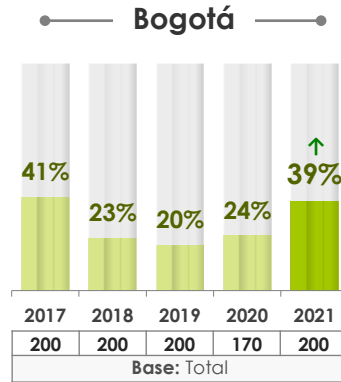
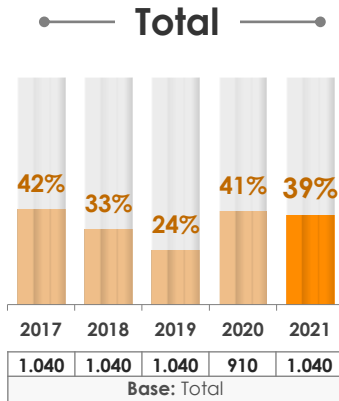
P26. ¿Cree usted que las nuevas tecnologías han complicado o han facilitado las relaciones de pareja?

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021					
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Complicado	61	61	63	44	46	55	58	59	45	42	66	64	69	44	50	67	69	65	52	48	66	62	66	45	47	48	50	59	37	43	66	63	66	48	49	61	62	63	44	47	49	52	61	41	34
Facilitado	32	31	27	41	40	37	35	32	43	45	27	26	20	39	36	26	23	26	36	39	29	29	25	36	40	42	43	30	50	42	27	32	24	36	39	32	29	28	42	40	40	37	29	40	48
No Sabe / No Responde	7	8	10	15	14	8	7	9	12	13	7	10	11	17	14	7	8	9	12	13	5	9	9	19	13 ↓	10	7	11	13	15	7	5	10	16	12	7	9	9	14	13	11	11	10	19	18

Respondieron **SÍ**

P27. ¿Ha hecho o dicho algo a su pareja a través de Internet que no haría en persona?



P27. ¿Ha hecho o dicho algo a su pareja a través de Internet que no haría en persona?

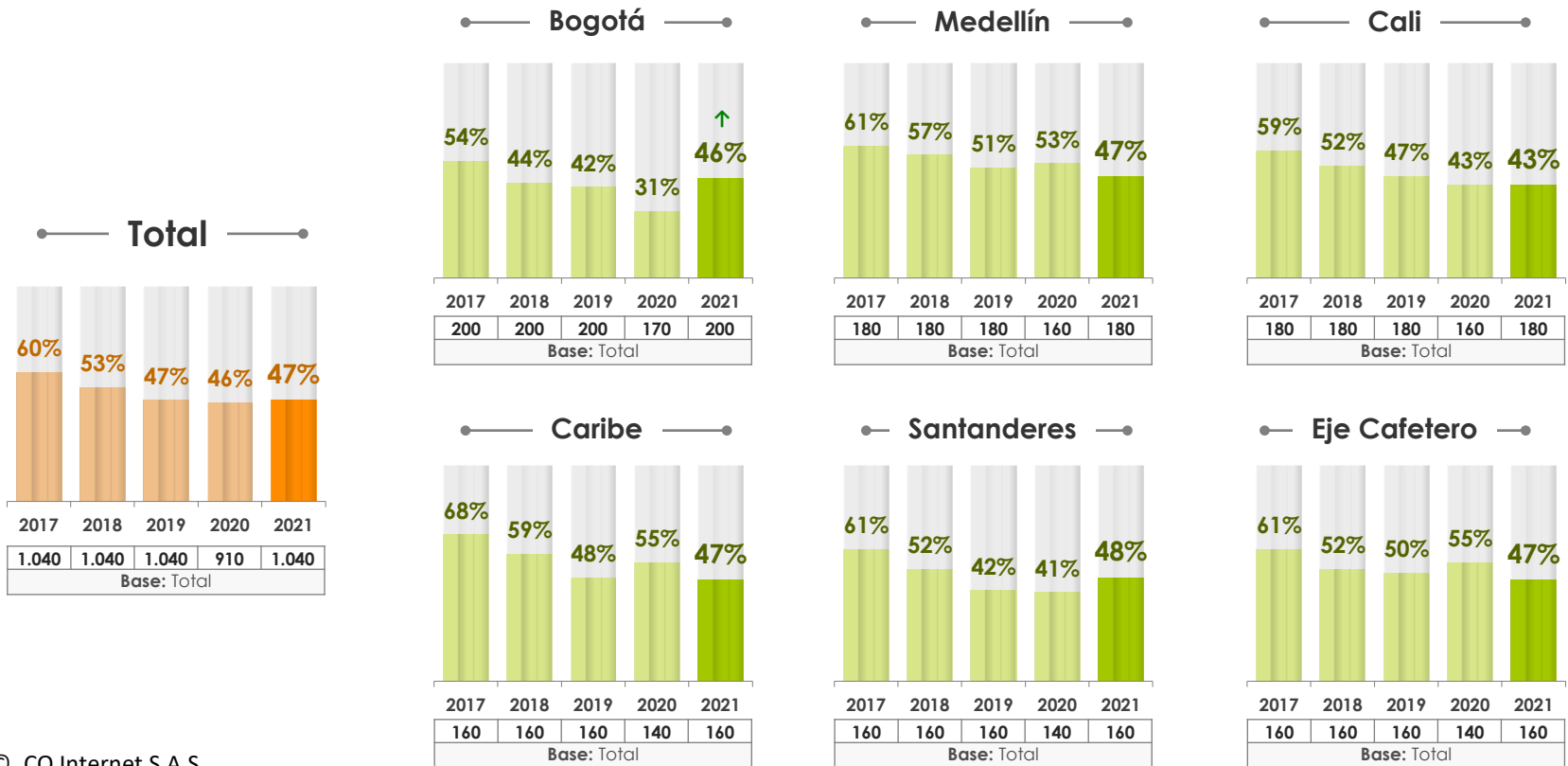
Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021					
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	42	33	24	41	39	42	34	24	43	39	41	32	25	38	39	59	46	37	57	51	44	29	25	38	39	21	22	16	26	27	47	36	27	47	44	43	34	24	41	40	27	25	21	29	24
No	56	65	73	56	57	55	65	74	54	57	57	65	71	58	57	38	51	58	41	45	54	69	71	58	58	77	77	83	70	69	50	61	67	50	52	54	64	73	56	56	72	74	77	68	72
No Sabe / No Responde	2	2	3	3	4	3	1	2	3	4	2	3	4	4	4	3	3	5	2	4	2	2	4	4	3	2	1	1	4	4	3	3	6	3	4	3	2	3	3	4	1	1	2	3	4

P28. ¿Ha ingresado a páginas/aplicaciones para conocer personas en Internet?

Diferencia Significativa: 2020-2021 ↑↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



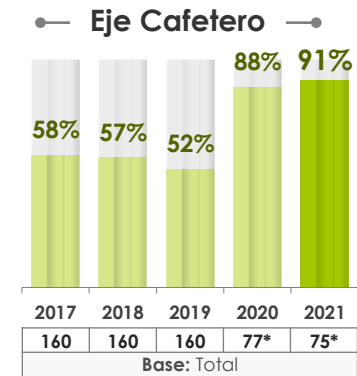
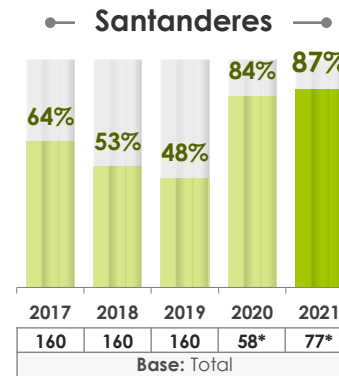
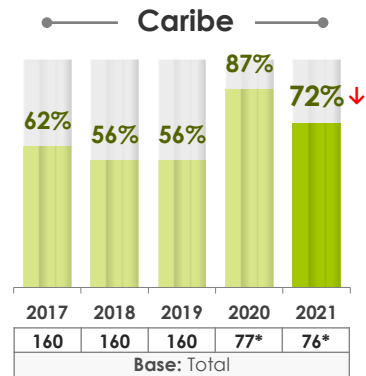
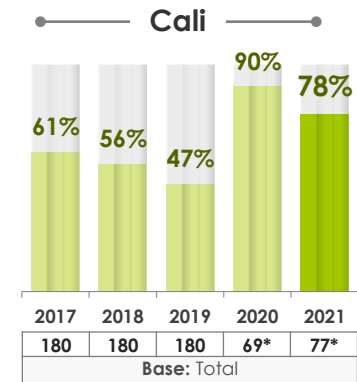
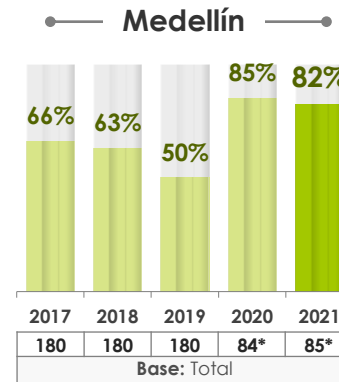
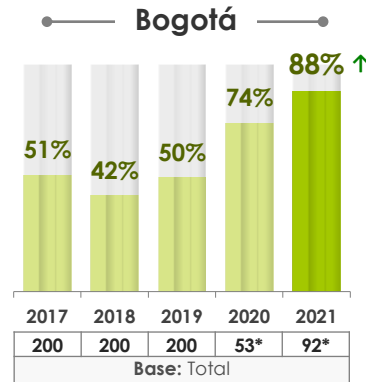
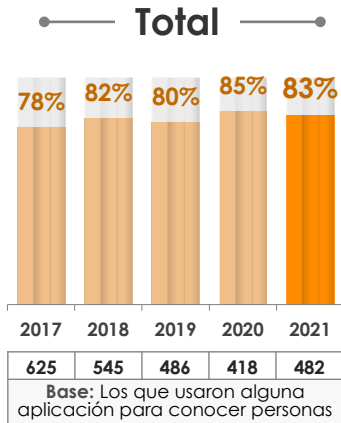
P28. ¿Ha ingresado a páginas/aplicaciones para conocer personas en Internet?

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Sí	60	53	47	46	47	67	63	53	52	54	53	40	37	40	38	62	58	54	57	53	62	55	49	43	48	55	43	40	37	37	59	54	52	53	49	62	54	49	45	47	51	46	33	39	38
No	39	47	52	53	52	32	37	46	46	45	46	59	62	60	60	37	42	46	42	45	37	45	50	55	50	44	57	60	62	62	41	46	46	45	49	37	46	50	54	51	49	54	66	61	62
No Sabe / No Responde	1	-	1	1	1	1	-	1	2	1	1	1	1	-	2	1	-	-	1	2	1	-	1	2	2	1	-	-	1	1	-	-	2	2	2	1	-	1	1	2	-	-	1	-	-

P29. ¿Ha conocido alguna persona por Internet?

Respondieron **SÍ**



P29. ¿Ha conocido alguna persona por Internet?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2			Estrato 3-4		Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: los que han ingresado a páginas para conocer personas	1.040	1.040	1.040	418	482	511	560	620	236	284	529	480	420	182	198	362	382	201	176	189	351	351	477	129	166	327	307	362	113	127	197	234	200	111	92*	719	646	660	262	342	124	160	180	45*	48*
Sí	60	54	50	85	83	64	61	54	84	85	57	46	43	86	81	70	66	63	90	86	59	58	53	89	83	50	35	39	73	80	61	58	54	93	74	61	55	52	82	86	52	46	39	84	81
No	39	46	49	15	17	36	39	45	16	15	43	53	56	14	19	30	33	36	10	14	41	42	46	11	17	49	65	61	27	20	39	42	44	7	26 ↑	38	45	47	18	14	48	54	61	16	19
No Sabe / No Responde	1	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-



Protección de los niños en Internet

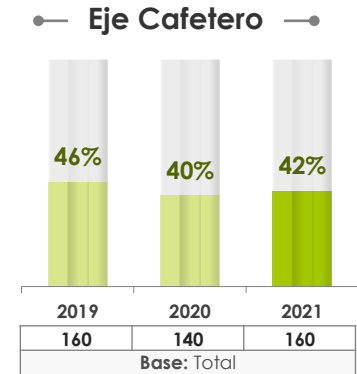
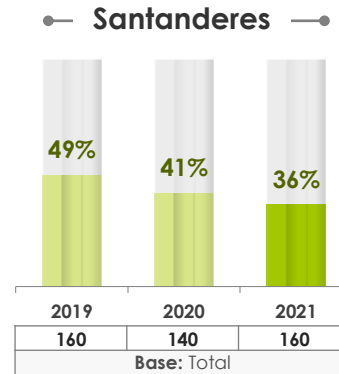
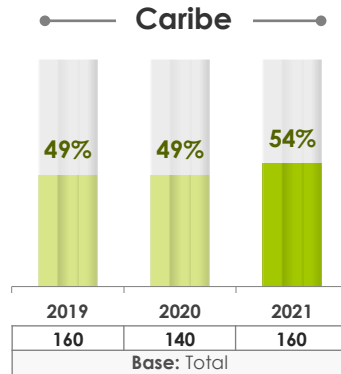
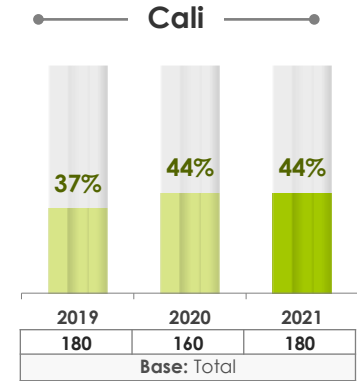
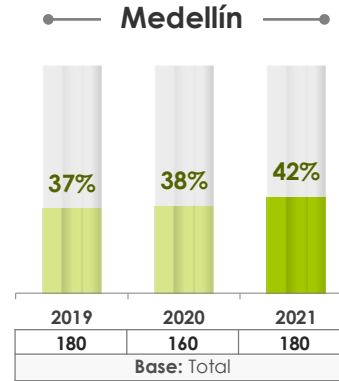
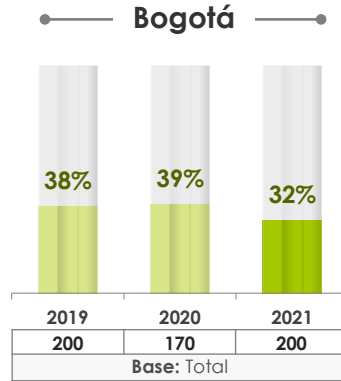
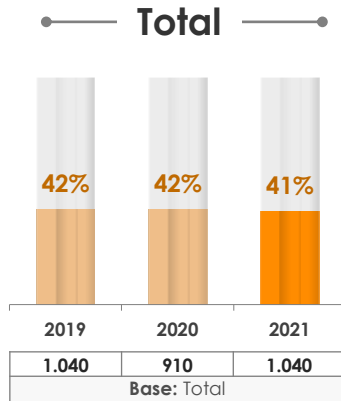
4 de cada 10 encuestados declara tener hijos menores de 18 años. Es en éste segmento entre quienes se exploran todas las percepciones y hábitos de protección de los menores frente al acceso de Internet:

- a. La percepción de la edad mínima en la que se debe permitir a un niño acceder libremente al contenido de Internet se mantiene relativamente estable frente a 2020: El 48% de los encuestados considera que la edad apropiada se encuentra en un rango de 14 a 17 años.
- b. En cuanto a redes sociales, la situación es similar, dado que no presenta cambios importantes. No obstante, es de destacar que el porcentaje que considera que 14 a 17 años es la edad de acceso apropiada a redes sociales, es más alto que el de contenidos de Internet (59%)
- c. La proporción de padres que declaran que su(s) hijo(s) han sido ofendidos o acosados en Internet no sufre cambios drásticos.
- d. Revisar el historial de Internet de los hijos no solo continúa siendo el principal mecanismo de protección de los padres (65%), sino que además crece significativamente este año. A esta medida le siguen el control parental (53%) y revisión de llamadas / mensajes en el celular (49%), las cuales se mantienen constantes.
- e. 9 de cada 10 padres consideran que deben poder acceder libremente a las cuentas de sus hijos en redes sociales o correo electrónico para protegerlos, indicador que se mantiene estable a lo largo del tiempo.

- f. Pese a lo anterior, solo 7 de cada 10 padres afirman haber revisado los contactos o mensajes de sus hijos en alguna ocasión, cifra que si bien se mantiene estable, alcanza el máximo valor histórico en 2021.
- g. Así mismo, 7 de cada 10 padres tienen algún tipo de protección para que sus hijos no accedan a todo el contenido de Internet, cifra que también se ha venido incrementado año a año.

Respondieron **SÍ**

M12. ¿Usted tiene hijos menores de 18 años?

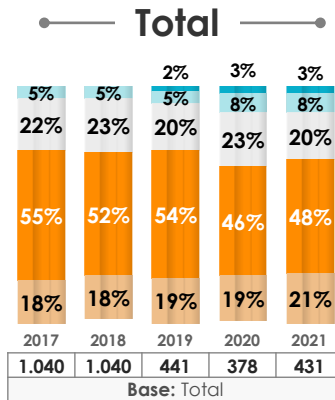
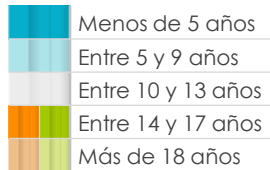


M12. ¿Usted tiene hijos menores de 18 años?

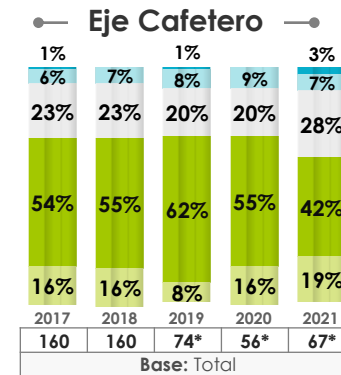
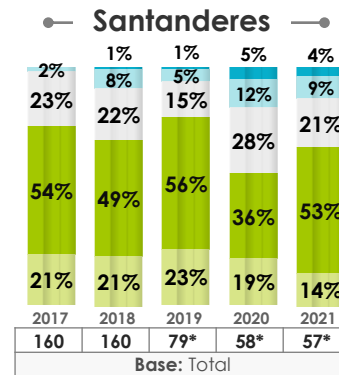
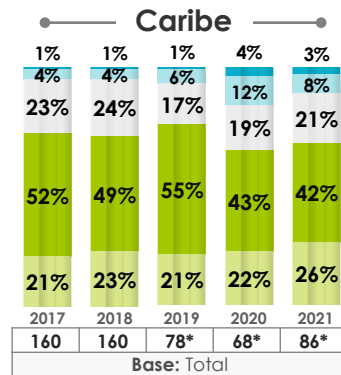
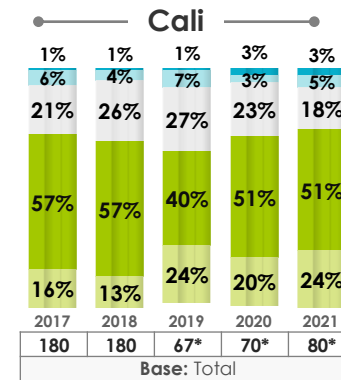
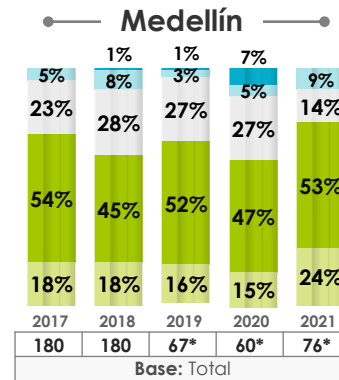
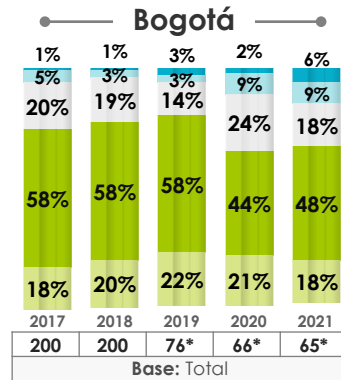
%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021								
Base: Total Encuestados	1.040	910	1.040	620	455	526	420	455	514	201	309	354	477	301	347	362	300	339	200	209	188	660	586	725	180	115	127
Sí	42	42	41	44	43	40	41	40	42	23	29	31	52	57	54	41	38	40	47	47	49	41	40	41	41	37	32
No	58	58	59	56	57	60	59	60	58	77	71	69	48	43	46	59	62	60	53	53	51	59	60	59	59	63	68
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

P30. ¿Cuál considera que es la edad mínima en la que se debe permitir a un niño acceder libremente al contenido de Internet?

Diferencia Significativa: 2020-2021 ↑ ↓ del 95% de confianza



*Base: Tienen hijos menores de 18 años. Para 2017 y 2018, total encuestados.



P30. ¿Cuál considera que es la edad mínima en la que se debe permitir a un niño acceder libremente al contenido de Internet?

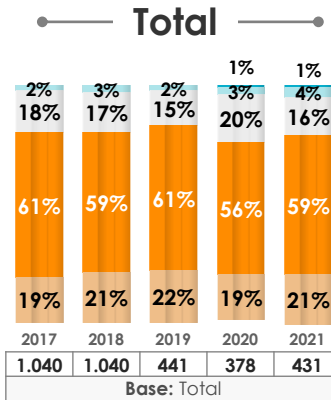
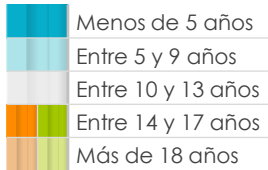
Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD															ESTRATO																			
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS*	1.040	1.040	441	378	431	511	560	270	194	213	529	480	171	184	218	362	382	47*	91*	111	351	351	247	173	186	327	307	147	114	134	197	234	94*	98*	92*	719	646	273	237	298	124	160	74*	43*	41*
Menos de 5 años	-	-	2	3	3	1	1	1	3	4	-	-	3	4	2	-	1	9	7	7	-	-	1	2	2	1	-	-	3	1	-	2	2	4	3	1	-	1	4	3	-	-	1	-	5
Entre 5 y 9 años	5	5	5	8	8	6	8	7	10	8	3	3	4	6	8	4	6	11	11	14	3	5	4	8	6	6	5	7	7	6	4	3	6	5	4	5	6	5	11	9	5	6	5	2	10
Entre 10 y 13 años	22	23	20	23	20	25	26	19	26	22	19	21	20	21	18	24	24	21	22	19	17	22	16	23	19	24	24	25	25	22	23	23	20	18	20	22	23	19	25	19	21	28	22	23	24
Entre 14 y 17 años	55	52	54	46	48	53	53	58	45	46	57	51	49	47	50	60	53	43	43	48	56	52	59	48	49	48	51	50	46	46	58	53	53	46	42	55	52	55	43	50	52	53	53	60	41
Más de 18 años	18	18	19	19	21	15	13	16	16	21	21	25	25	22	22	10	16	17	18	13	23	20	20	20	24	21	20	18	19	25	15	19	18	27	30	18	19	19	17	19	22	14	19	14	20

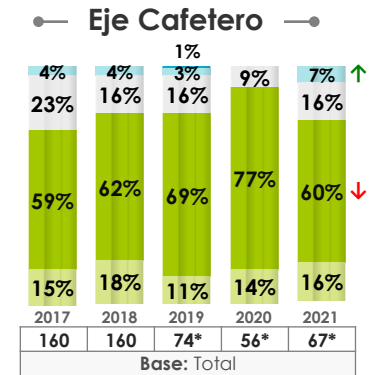
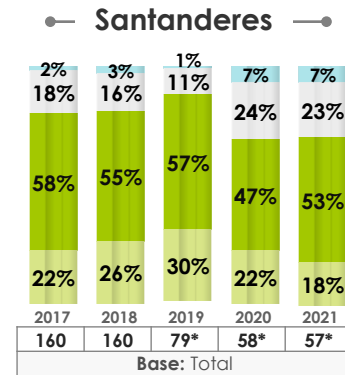
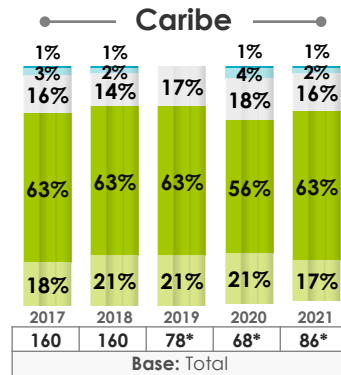
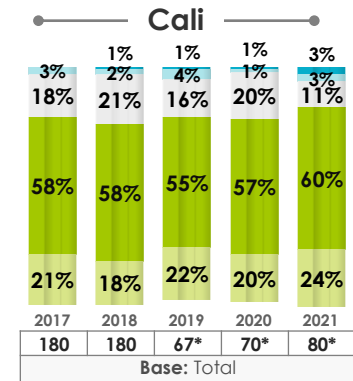
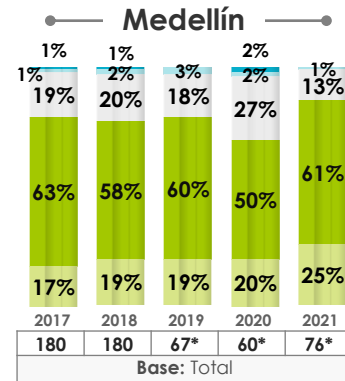
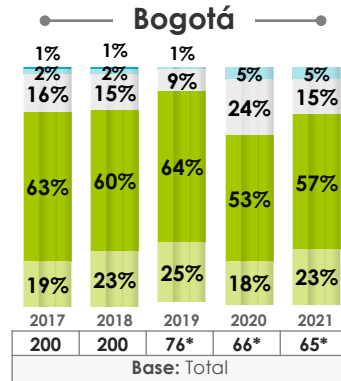
*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

P31. ¿Cuál considera que es la edad mínima en la que se debe permitir que un niño acceda libremente a las redes sociales?



*Base: Tienen hijos menores de 18 años. Para 2017 y 2018, total encuestados.



P31. ¿Cuál considera que es la edad mínima en la que se debe permitir que un niño acceda libremente a las redes sociales?

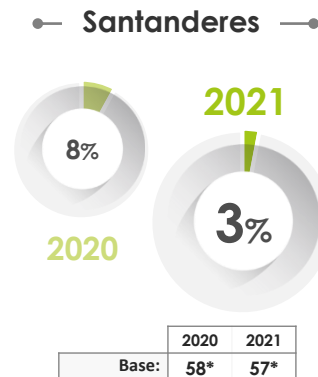
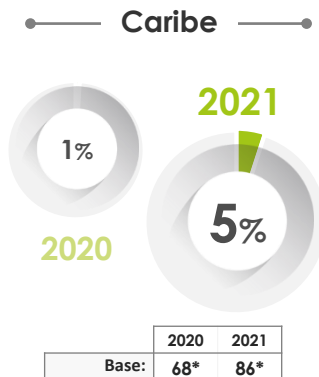
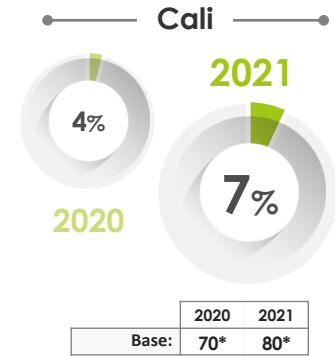
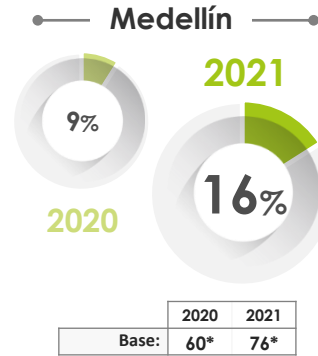
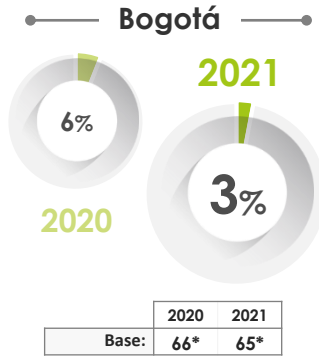
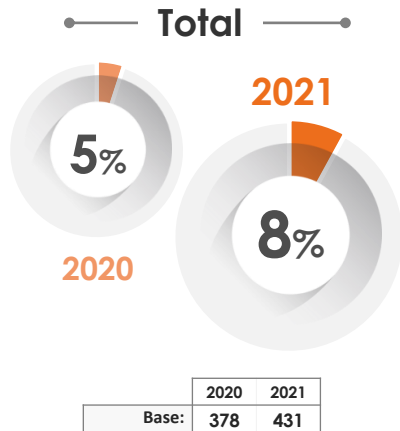
Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD															ESTRATO																			
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: tienen hijos menores de 18 años*	1.040	1.040	1.040	418	482	511	560	620	236	284	529	480	420	182	198	362	382	201	176	189	351	351	477	129	166	327	307	362	113	127	197	234	200	111	92*	719	646	660	262	342	124	160	180	45*	48*
Menos de 5 años	-	-	-	1	1	-	1	-	1	1	-	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	1	1	1	-	-	-	-	1	1	-	-	1	-	2
Entre 5 y 9 años	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	1	-	2	5	2	4	4	4	10	2	2	1	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	4	4	2	3	3	5	2
Entre 10 y 13 años	18	17	15	20	16	21	20	17	24	19	16	13	10	17	12	20	16	26	23	15	13	15	12	20	16	22	20	16	18	16	18	16	20	14	12	18	17	13	23	16 ↓	20	16	12	21	22
Entre 14 y 17 años	61	59	61	56	59	61	59	63	56	57	60	60	59	57	61	62	62	47	56	61	63	58	64	53	62	57	57	61	61	54	64	58	57	58	64	59	60	62	55	59	62	61	66	60	49
Más de 18 años	19	21	22	19	21	15	16	16	16	20	22	26	30	23	22	15	17	23	15	13	23	25	23	23	21	18	21	18	18	27	16	23	19	26	21	20	20	23	18	20	16	21	18	14	24

*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.

P32. ¿Su hijo ha sido ofendido o acosado en Internet?

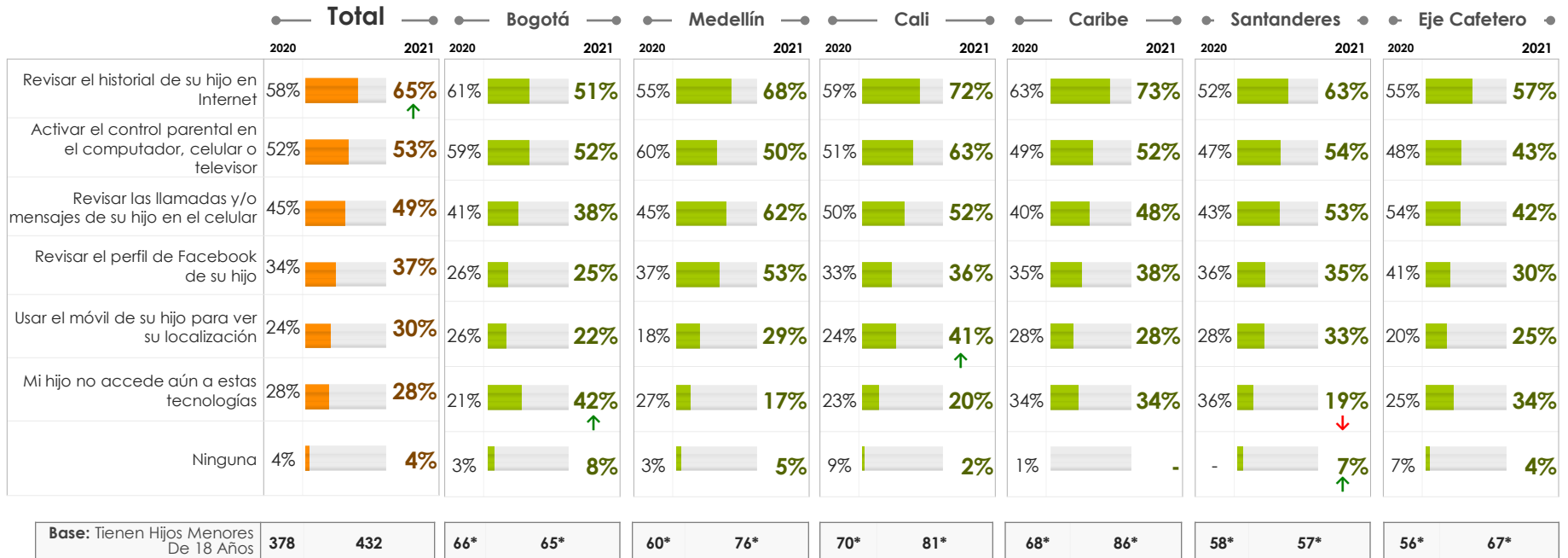
Respondieron **SÍ**



P32. ¿Su hijo ha sido ofendido o acosado en Internet?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021			
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127	
Sí	5	8	6	8	4	7	7	2	3	8	8	13	2	7	8	7	-	19	↑
No	91	88	91	84	92	92	96	93	87	88	82	95	92	88	88	100	76	↓	
No Sabe / No Responde	4	4	3	8	4	1	1	2	4	5	4	5	3	1	4	5	-	5	

P33. ¿Cómo protege a sus hijos en Internet?

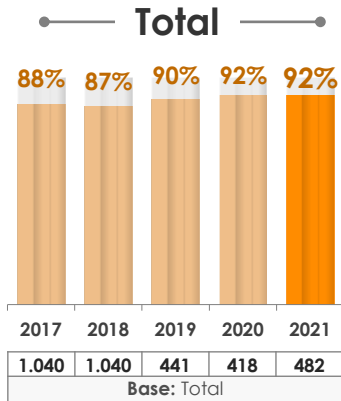


P33. ¿Cómo protege a sus hijos en Internet?

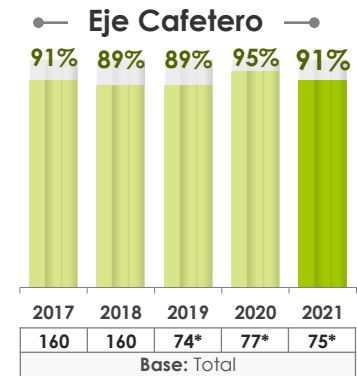
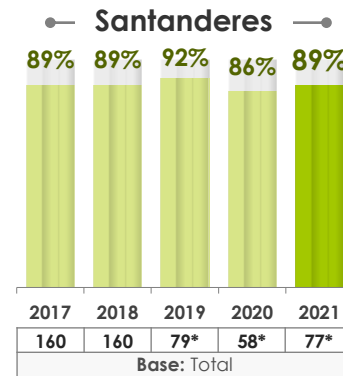
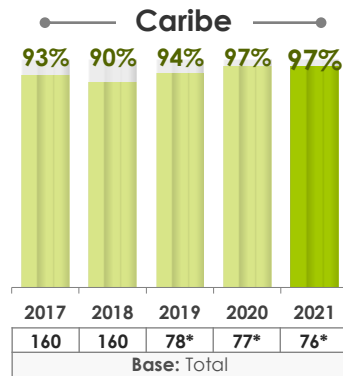
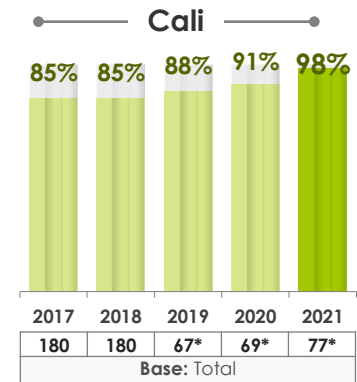
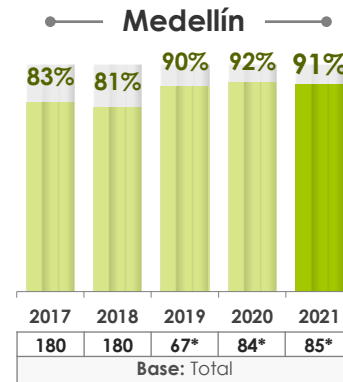
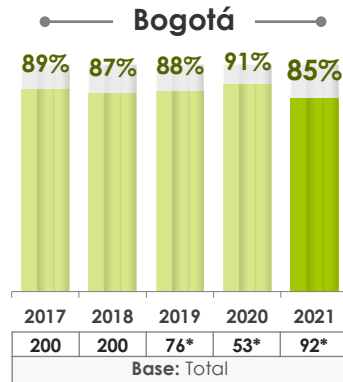
%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	378	432	194	213	184	219	91*	112	173	186	114	134	98*	93*	237	298	43*	41*
Revisar el historial de su hijo en Internet	58	65 ↑	61	63	54	67 ↑	49	47	55	69 ↑	68	74	56	71 ↑	58	62	60	68
Activar el control parental en el computador, celular o televisor	52	53	59	54	45	51	44	51	57	53	53	54	47	61 ↑	54	49	53	61
Revisar las llamadas y/o mensajes de su hijo en el celular	45	49	45	48	45	50	34	30	45	56 ↑	55	55	43	52	46	47	47	61
Revisar el perfil de Facebook de su hijo	34	37	39	35	30	38	27	23	34	41	41	42	40	45	34	35	26	29
Usar el móvil de su hijo para ver su localización	24	30	30	33	18	26 ↑	21	27	21	31 ↑	31	31	23	41 ↑	24	27	26	24
Mi hijo no accede aún a estas tecnologías	28	28	22	29	34	26	47	46	28	29	11	10	34	28	27	28	14	24
Ninguna	4	4	4	7	4	2	2	1	3	2	7	10	3	2	3	4	9	7

P34. ¿Cree usted que debe poder acceder libremente a las cuentas privadas de sus hijos en redes sociales o correo electrónico para protegerlos?

Respondieron **SÍ**



*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.



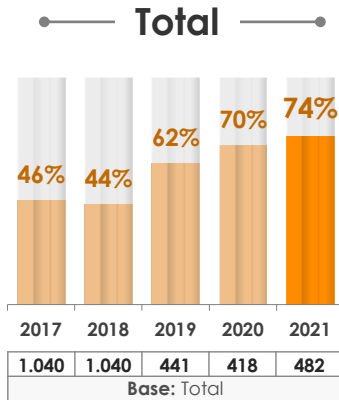
P34. ¿Cree usted que debe poder acceder libremente a las cuentas privadas de sus hijos en redes sociales o correo electrónico para protegerlos?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD															ESTRATO																			
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS*	1.040	1.040	441	378	431	511	560	270	194	213	529	480	171	184	218	362	382	47*	91*	111	351	351	247	173	186	327	307	147	114	134	197	234	94*	98*	92*	719	646	273	237	298	124	160	74*	43*	41*
Sí	88	87	90	92	92	87	85	89	90	92	89	88	92	95	93	85	79	91	92	94	91	93	90	92	94	89	88	90	91	88	87	89	90	97	92	89	87	90	90	93	86	83	89	91	88
No	9	9	10	8	8	10	11	11	10	8	7	7	8	5	7	10	13	9	8	6	6	5	10	8	6	9	10	10	9	12	8	6	10	3	8	8	9	10	10	7	10	12	11	9	12
No Sabe / No Responde	3	4	-	-	-	3	4	-	-	-	4	5	-	-	-	5	8	-	-	-	3	2	-	-	-	2	2	-	-	-	5	5	-	-	-	3	4	-	-	-	4	5	-	-	-

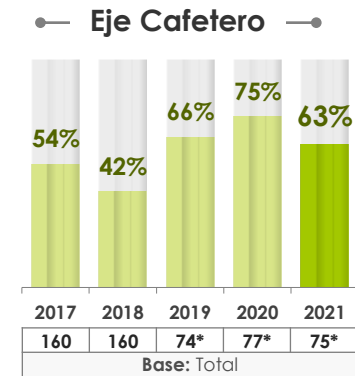
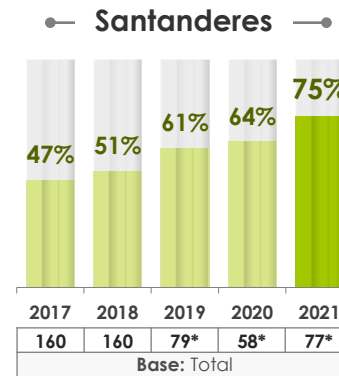
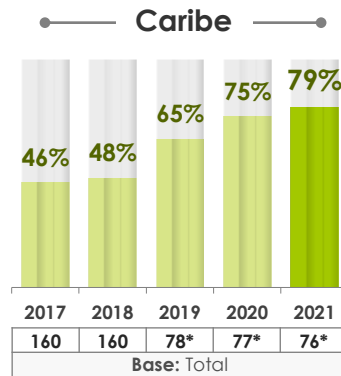
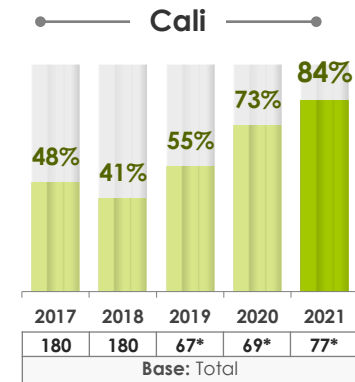
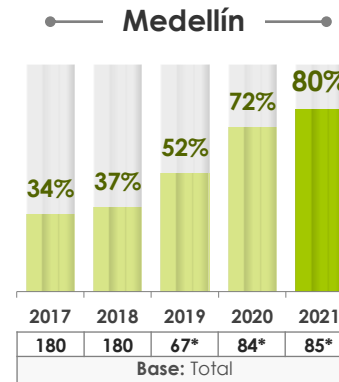
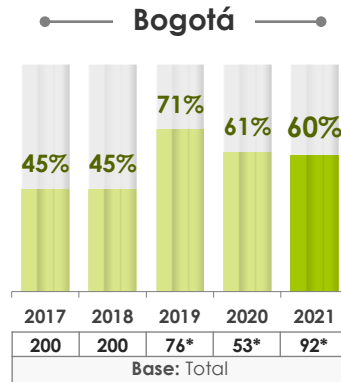
*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.

Respondieron **SÍ**

P35. ¿Usted ha revisado en alguna ocasión los contactos y/o mensajes de sus hijos en redes sociales o correo electrónico?



*Base: Tienen hijos menores de 18 años. Para 2017 y 2018, total encuestados.



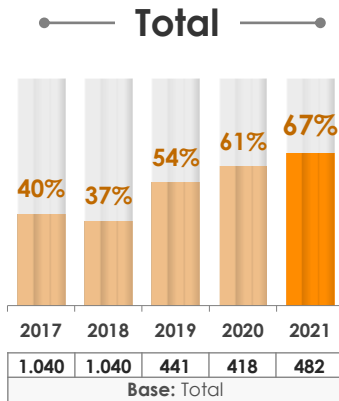
P35. ¿Usted ha revisado en alguna ocasión los contactos y/o mensajes de sus hijos en redes sociales o correo electrónico?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4			Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS*	1.040	1.040	441	378	431	511	560	270	194	213	529	480	171	184	218	362	382	47*	91*	111	351	351	247	173	186	327	307	147	114	134	197	234	94*	98*	92*	719	646	273	237	298	124	160	74*	43*	41*
Sí	46	44	62	70	74	43	42	59	71	73	48	45	67	68	76	29	29	32	59	59	50	51	60	71	78	59	54	75	76	81	38	46	57	69	80	46	46	66	70	73	51	34	54	67	71
No	45	37	38	30	26	51	42	41	29	27	40	32	33	32	24	56	38	68	41	41	42	32	40	29	22	37	42	25	24	19	49	34	43	31	20	46	37	34	30	27	39	40	46	33	29
No Sabe / No Responde	9	19	-	-	-	6	16	-	-	-	12	23	-	-	-	15	33	-	-	-	8	17	-	-	-	4	4	-	-	-	13	20	-	-	-	8	17	-	-	-	10	26	-	-	-

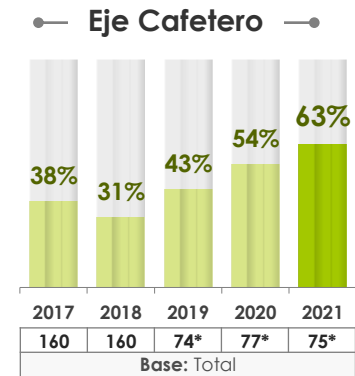
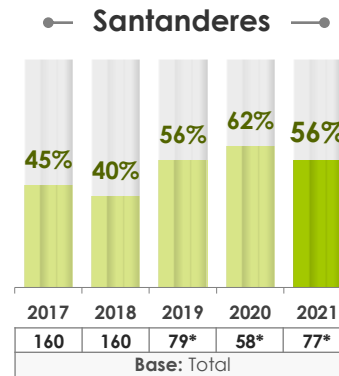
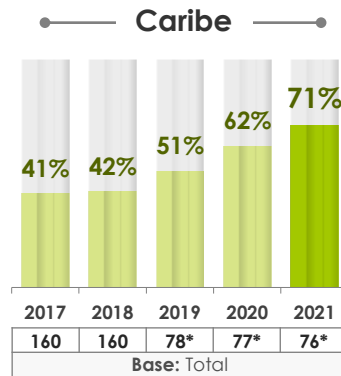
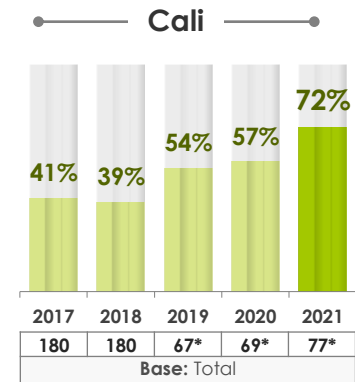
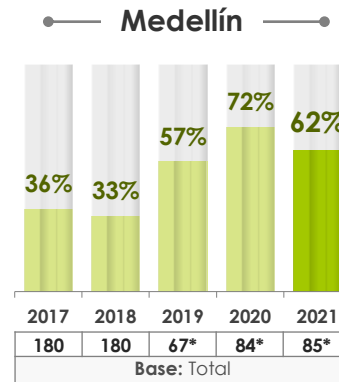
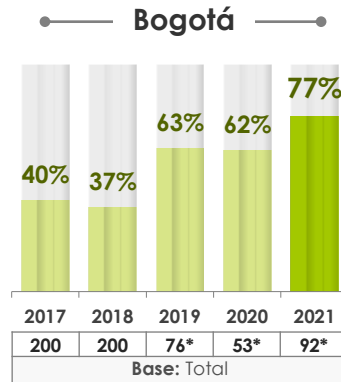
*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.

Respondieron **SÍ**

P36. ¿Tiene usted algún tipo de protección para que sus hijos no accedan a todo el contenido de Internet?



*Base: Tienen hijos menores de 18 años. Para 2017 y 2018, total encuestados.



P36. ¿Tiene usted algún tipo de protección para que sus hijos no accedan a todo el contenido de Internet?

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2			Estrato 3-4		Estrato 5-6																						
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS*	1.040	1.040	441	378	431	511	560	270	194	213	529	480	171	184	218	362	382	47*	91*	111	351	351	247	173	186	327	307	147	114	134	197	234	94*	98*	92*	719	646	273	237	298	124	160	74*	43*	41*
Sí	40	37	54	61	67	41	37	53	60	69	40	36	55	62	66	36	32	68	77	82	45	44	56	62	63	39	35	46	47	60 ↑	35	37	52	59	68	42	38	56	62	68	37	32	50	60	61
No	50	43	46	39	33	53	46	47	40	31	47	40	45	38	34	48	35	32	23	18	47	39	44	38	37	55	59	54	53	40	54	42	48	41	32	48	45	44	38	32	52	39	50	40	39
No Sabe / No Responde	10	20	-	-	-	6	17	-	-	-	13	24	-	-	-	16	33	-	-	-	8	17	-	-	-	6	6	-	-	-	11	21	-	-	-	10	17	-	-	-	11	29	-	-	-

*Base: Tienen hijos menores de 18 años.
Para 2017 y 2018, total encuestados.

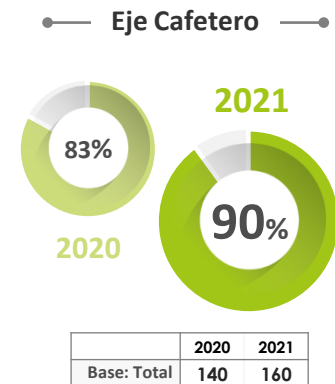
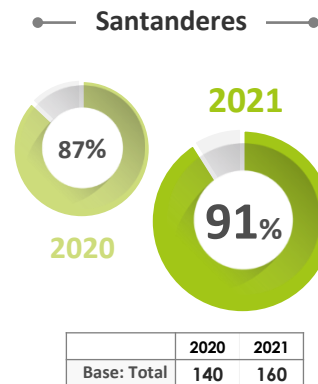
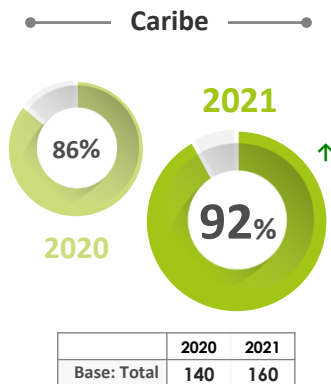
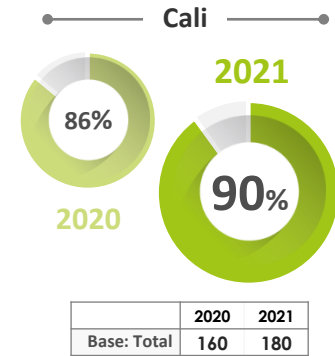
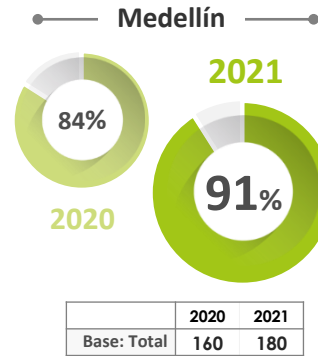
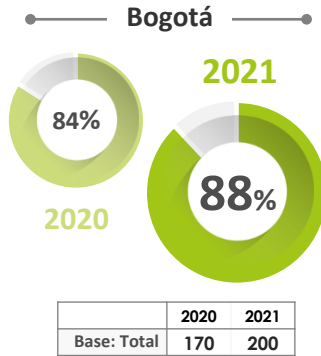
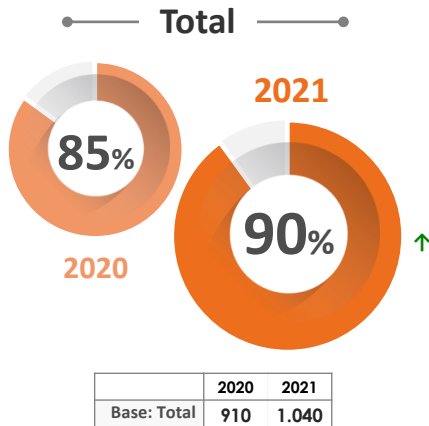


Impacto del COVID

- A casi 2 años de la llegada del COVID 19, más personas consideran que la pandemia ha llevado a que los colombianos emprendan: 9 de cada 10 entrevistados así lo consideran. Si bien la tendencia es positiva en todas las ciudades, es la región Caribe donde el incremento es significativo. Este efecto se da en hombres, los mayores de 31 años y el estrato 3 en adelante.
- 82% de los encuestados consideran que las empresas que antes de la pandemia ya vendían por Internet sufrieron menos los impactos del COVID 19. Pese a que la tendencia se mantiene a nivel general, en Bogotá se reduce, mientras que en la región Caribe se incrementa.
- Al pensar específicamente en su entorno, 7 de cada 10 encuestados conocen pequeños negocios que durante la pandemia implementaron venta en línea o canales de atención digitales. Este indicador es más alto frente a 2020 y dicho crecimiento viene principalmente de Medellín, hombres, los mayores de 31 años y los estratos 1 a 4.
- Así mismo, la compra por Internet o canales digitales también crece significativamente, fenómeno más observado en las ciudades diferentes a Bogotá, las mujeres y los estratos 1 y 2.
- Entre quienes incrementaron las compras por Internet durante la pandemia continúa existiendo una alta propensión a mantener la compra a través de este tipo de canales (92%) pese a la normalización de la situación que se ha venido dando.
- Prácticamente todos los entrevistados consideran que la pandemia aceleró el proceso de transformación digital de las empresas (97%), percepción que no cambia frente a 2020.
- El crecimiento tecnológico / modernización es ahora el principal atributo que los encuestados consideran que mitigó el impacto del COVID 19 sobre las empresas del país (39% frente a 16% en 2020).

Respondieron **SÍ**

P37. ¿En su concepto la pandemia ha hecho que más colombianos busquen crear empresa?

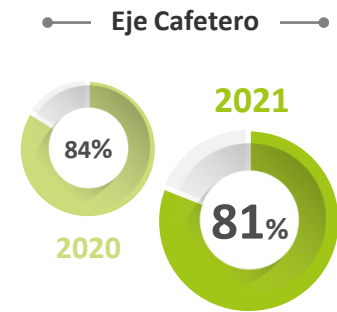
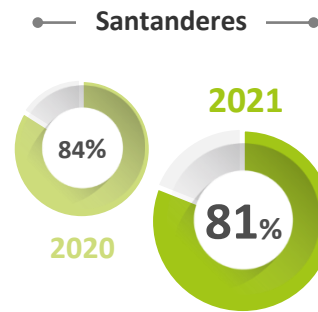
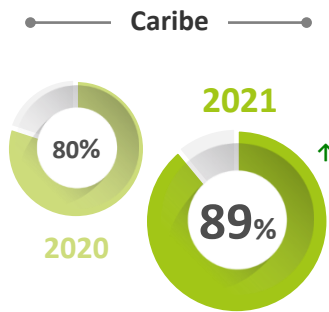
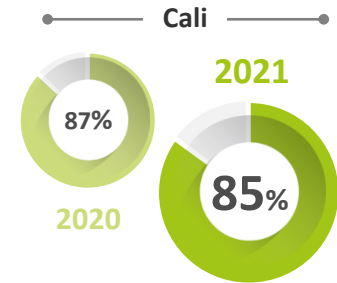
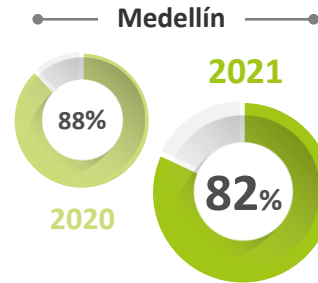
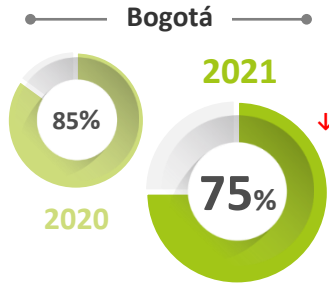
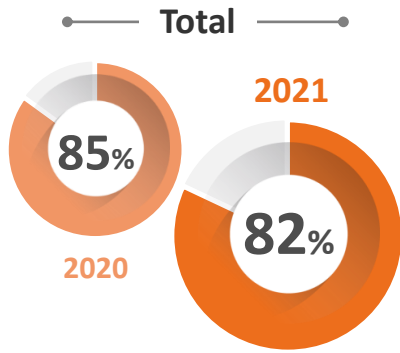


P37. ¿En su concepto la pandemia ha hecho que más colombianos busquen crear empresa?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO											
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6							
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021								
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127						
Sí	85	90	↑	81	88	↑	89	92	87	88	83	92	↑	84	90	↑	87	91	85	90	↑	79	91	↑
No	15	10	↓	19	12	↓	11	8	13	12	17	8	↓	16	10	↓	13	9	15	10	↓	21	9	↓
No Sabe / No Responde	-	-		-	-		-	-	-	-		-	-		-	-		-	-	-	-		-	-

Respondieron **SÍ**

P38. ¿Cree que las empresas que ya vendían por Internet antes de la pandemia sufrieron menos los impactos del Covid?

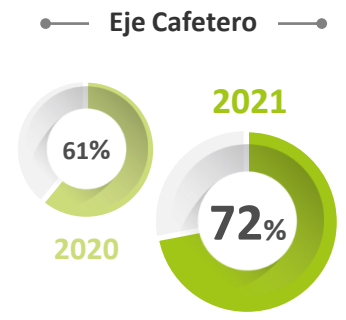
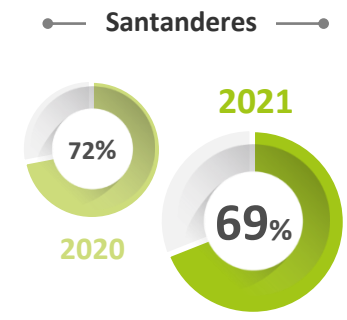
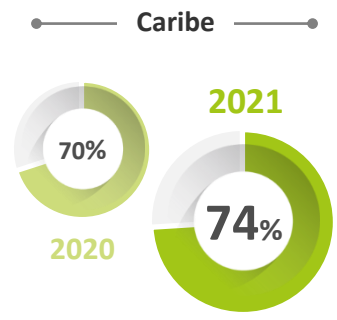
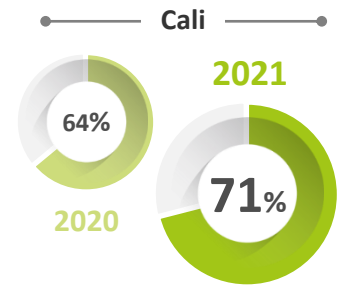
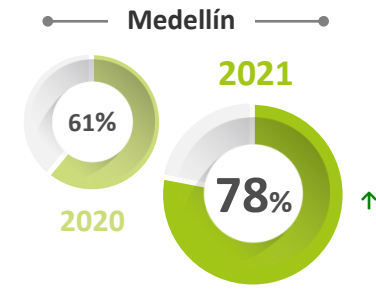
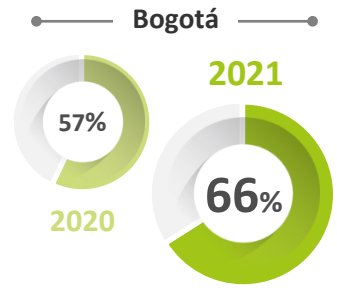
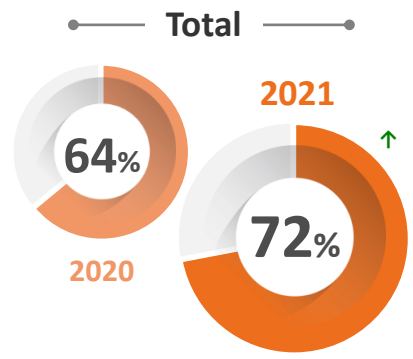


P38. ¿Cree que las empresas que ya vendían por Internet antes de la pandemia sufrieron menos los impactos del Covid?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127
Sí	85	82	85	83	85	81	82	73 ↓	85	86	87	87	83	78	85	82	85	87
No	15	18	15	17	15	19	18	27 ↑	15	14	13	13	17	22	15	18	15	13
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Respondieron **SÍ**

P39. ¿Conoce pequeños comercios de su sector o barrio que durante la pandemia desarrollaron e-commerce o canales digitales de atención?

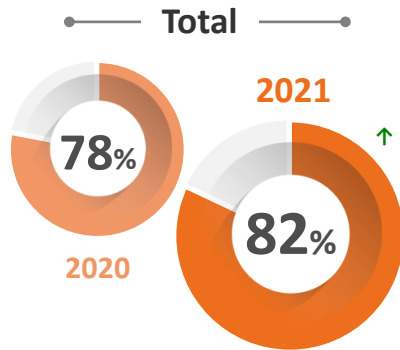


P39. ¿Conoce pequeños comercios de su sector o barrio que durante la pandemia desarrollaron e-commerce o canales digitales de atención?

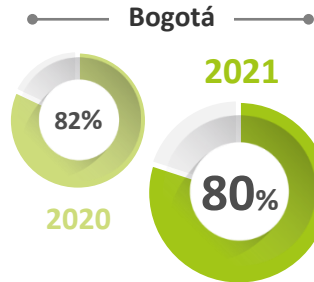
%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO											
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6							
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021						
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127						
Sí	64	72	↑	59	72	↑	68	71	69	69	61	76	↑	61	70	↑	59	71	↑	66	71	↑	63	74
No	36	28	↓	41	28	↓	32	29	31	31	39	24	↓	39	30	↓	41	29	↓	34	29	↓	37	26
No Sabe / No Responde	-	-		-	-		-	-	-	-		-	-		-	-		-	-	-	-		-	-

Respondieron **SÍ**

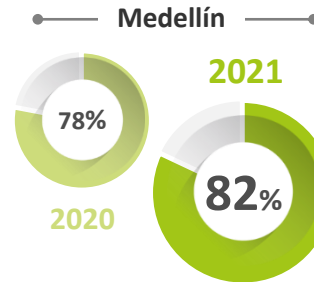
P40. ¿Durante la pandemia usted incrementó su compra por Internet o canales digitales?



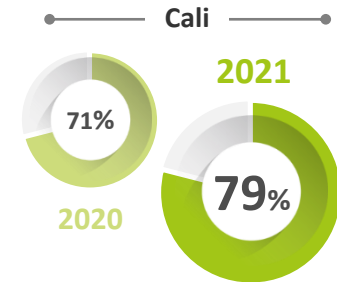
	2020	2021
Base: Total	910	1.040



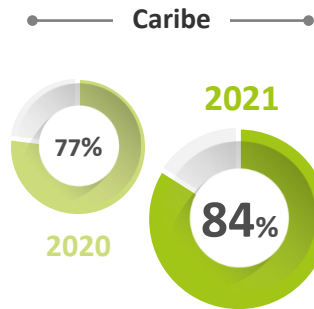
	2020	2021
Base: Total	170	200



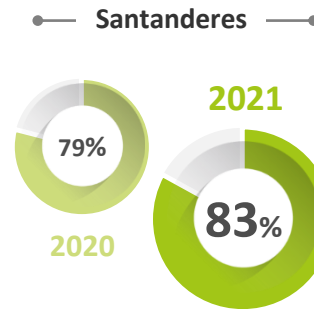
	2020	2021
Base: Total	160	180



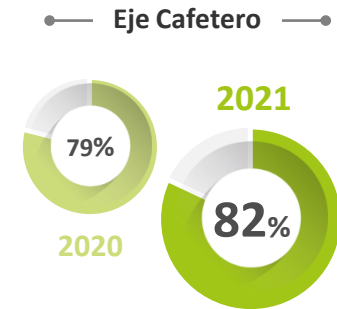
	2020	2021
Base: Total	160	180



	2020	2021
Base: Total	140	160



	2020	2021
Base: Total	140	160



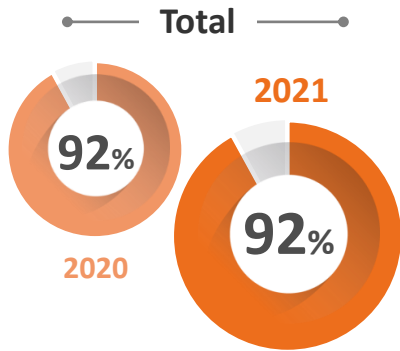
	2020	2021
Base: Total	140	160

P40. ¿Durante la pandemia usted incrementó su compra por Internet o canales digitales?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127
Sí	78	82 ↑	77	79	78	84 ↑	80	83	78	84 ↑	75	77	62	75 ↑	82	82	84	91
No	22	18 ↓	23	21	22	16 ↓	20	17	22	16 ↓	25	23	38	25 ↓	18	18	16	9
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

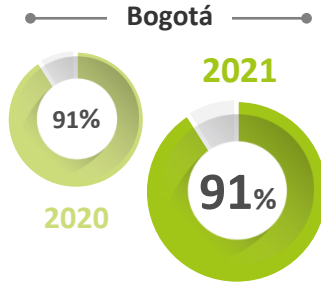
Respondieron **SÍ**

P41. ¿En la medida que se ha reactivado la economía y se normaliza la situación usted ha mantenido su compra a través de Internet o canales digitales?

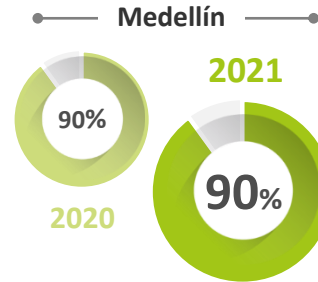


	2020	2021
Base: Total	706	848

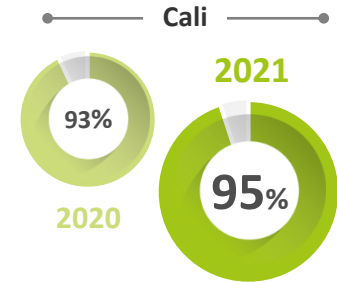
Base: Los que durante la pandemia incrementaron las compras por Internet



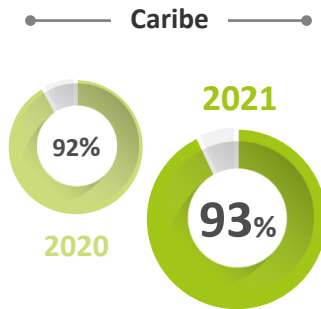
	2020	2021
Base: Total	140	161



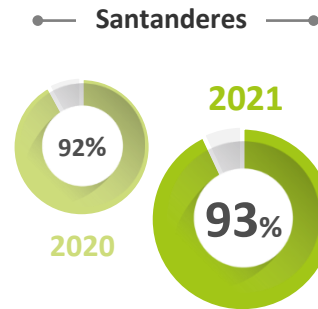
	2020	2021
Base: Total	124	147



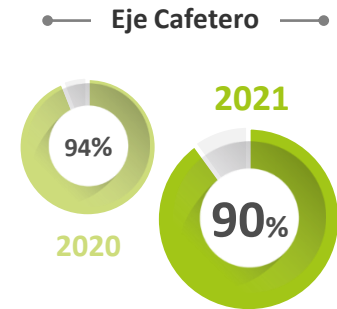
	2020	2021
Base: Total	113	142



	2020	2021
Base: Total	108	134



	2020	2021
Base: Total	110	133



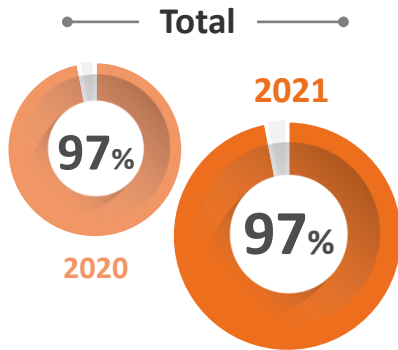
	2020	2021
Base: Total	111	131

P41. ¿En la medida que se ha reactivado la economía y se normaliza la situación usted ha mantenido su compra a través de Internet o canales digitales?

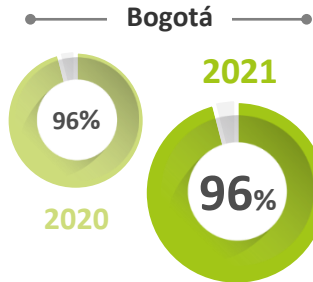
%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: LOS QUE DURANTE LA PANDEMIA INCREMENTARON LAS COMPRAS POR INTERNET																		
	706	848	352	418	354	430	248	294	234	292	224	262	129	141	480	592	97*	115
Sí	92	92	91	92	92	92	92	93	94	94	89	89	92	94	92	91	91	94
No	8	8	9	8	8	8	8	7	6	6	11	11	8	6	8	9	9	6
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Respondieron **SÍ**

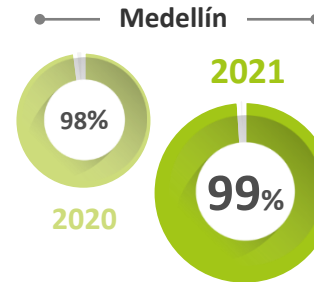
P42. ¿Está usted de acuerdo con que la pandemia aceleró la transformación digital de las empresas colombianas?



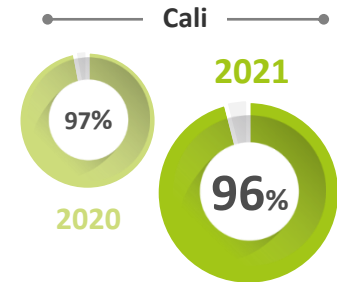
	2020	2021
Base: Total	910	1.040



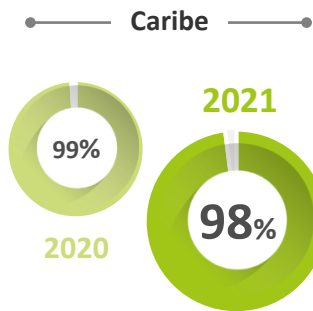
	2020	2021
Base: Total	170	200



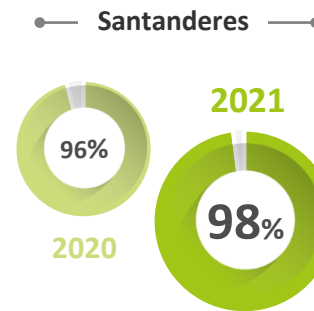
	2020	2021
Base: Total	160	180



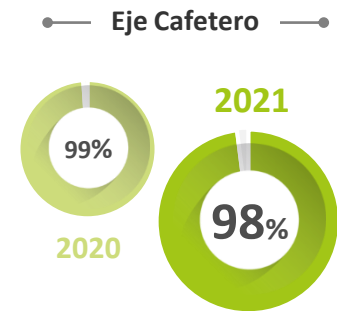
	2020	2021
Base: Total	160	180



	2020	2021
Base: Total	140	160



	2020	2021
Base: Total	140	160

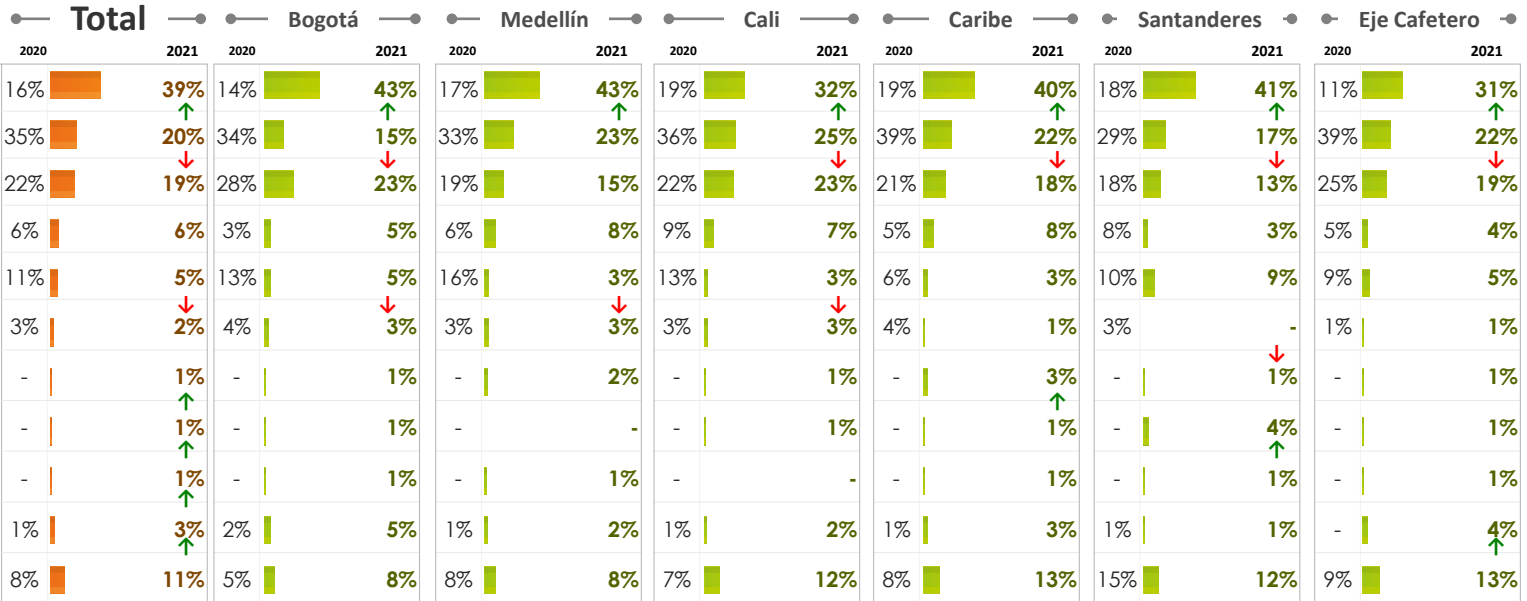


	2020	2021
Base: Total	140	160

P42. ¿Está usted de acuerdo con que la pandemia aceleró la transformación digital de las empresas colombianas?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: LOS QUE DURANTE LA PANDEMIA INCREMENTARON LAS COMPRAS POR INTERNET	706	848	352	418	354	430	248	294	234	292	224	262	129	141	480	592	97*	115
Sí	97	97	97	97	98	98	98	96	97	99	97	97	98	98	97	97	97	98
No	3	3	3	3	2	2	2	4	3	1	3	3	2	2	3	3	3	2
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

P43. ¿Cuáles atributos creen que lograron mitigar el impacto de la pandemia sobre las empresas colombianas?



Base: Total encuestados	910	1.040	170	200	160	180	160	180	140	160	140	160	140	160
-------------------------	-----	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

P43. ¿Cuáles atributos creen que lograron mitigar el impacto de la pandemia sobre las empresas colombianas?

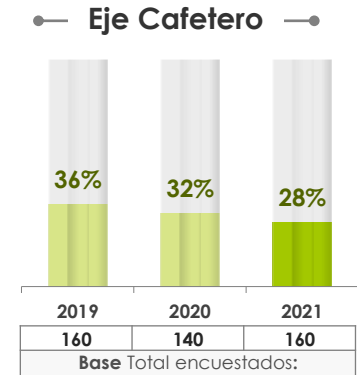
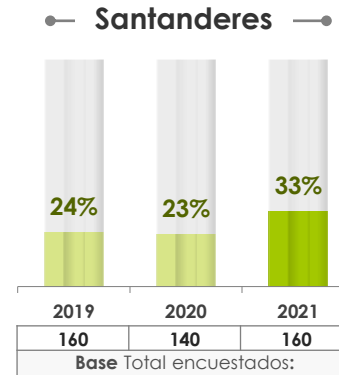
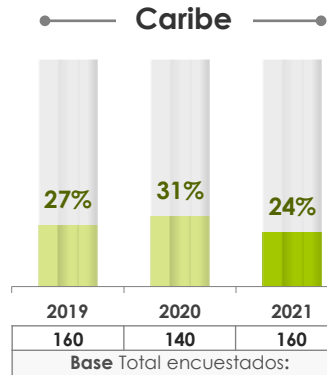
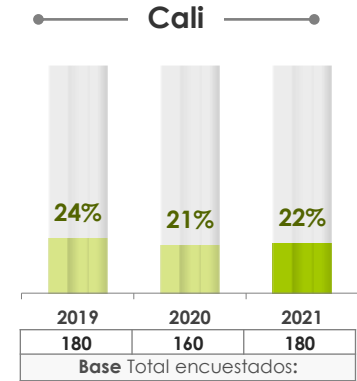
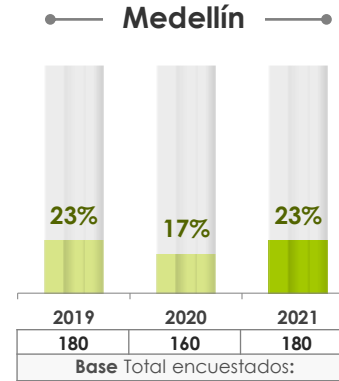
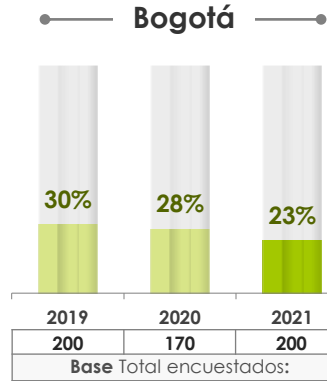
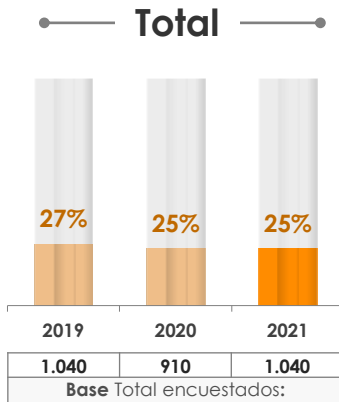
%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO							
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6			
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
	Base: Total Encuestados	910	1.040	455	526	455	514	309	354	301	347	300	339	209	188	586	725	115	127
	Crecimiento tecnológico / Modernización	16	39 ↑	16	37 ↑	16	41 ↑	19	42 ↑	17	38 ↑	13	36 ↑	19	39 ↑	16	38 ↑	11	43 ↑
	Crecimiento / expansión comercial	35	20 ↓	35	20 ↓	35	21 ↓	34	18 ↓	36	23 ↓	35	20 ↓	37	24 ↓	34	19 ↓	32	21
	Innovación / creatividad	22	19	22	20	23	18 ↓	19	15	22	21	25	20	19	17	24	19 ↓	20	18
	Actividades desde casa	6	6	7	7	5	5	6	6	7	5	4	6	8	9	5	6	7	3
	Calidad del servicio	11	5 ↓	14	5 ↓	8	4 ↓	11	5 ↓	11	3 ↓	12	6 ↓	9	2 ↓	11	5 ↓	15	5 ↓
	Generó credibilidad / confianza / seguridad	3	2	3	2	3	1	2	1	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2
	Cumplimiento de los protocolos de bioseguridad	-	1 ↑	-	2 ↑	-	1 ↑	-	1	-	3 ↑	-	-	-	2 ↑	-	1 ↑	-	2
	Compromiso de los empleados	-	1 ↑	-	2 ↑	-	1	-	1	-	1	-	2 ↑	-	1	-	1 ↑	-	1
	Ayudas económicas del gobierno	-	1 ↑	-	1 ↑	-	-	-	-	-	1	-	1	-	2	-	-	-	-
	Ninguno	1	3 ↑	1	3 ↑	2	2	1	3	-	3 ↑	2	2	1	3	1	2	1	3
	No responde	8	11	7	9	10	12	13	14	6	6	5	12 ↑	9	8	9	12	6	9

25% de los entrevistados declara tener o ser socio de una empresa, cifra que no cambia frente a la medición anterior. Entre quienes tienen o son socios de una empresa:

- 6 de cada 10 manifiestan que la pandemia ha tenido un efecto negativo sobre su negocio. Si bien este indicador era más alto en Bogotá, Santanderes y Eje Cafetero, este año se reduce significativamente en Eje Cafetero. Temas económicos como la inestabilidad financiera, deudas, dificultades económicas y clientes perdidos son las principales afectaciones que reportan quienes ha visto afectado su negocio por la pandemia.
- Las herramientas o tecnologías digitales siguen siendo usadas como alternativa para llegar a los clientes durante la pandemia: 86% de los empresarios declaran haberlas usado con este fin. El principal uso que les han dado es para divulgar sus productos / servicios y en segundo lugar para comunicarse con sus clientes, indicadores que crecen frente a 2020.
- En 2021 8 de cada 10 emprendedores consideran que la pandemia aceleró el proceso de adopción tecnológica en su empresa, mostrando un crecimiento frente a la medición anterior. Esta adopción consistió principalmente en el aprendizaje de nuevas capacidades o habilidades digitales y la ampliación de su presencia digital (62% y 61%, respectivamente).
- 9 de cada 10 que adoptaron tecnologías por la pandemia consideran que esto les permitió ser mejores competidores en la reactivación (89%)

Respondieron **SÍ**

P44. Usted tiene o es socio de algún negocio / empresa?

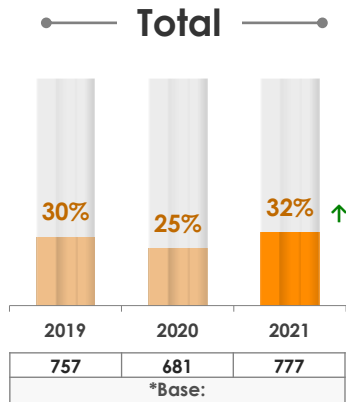


P44. Usted tiene o es socio de algún negocio / empresa?

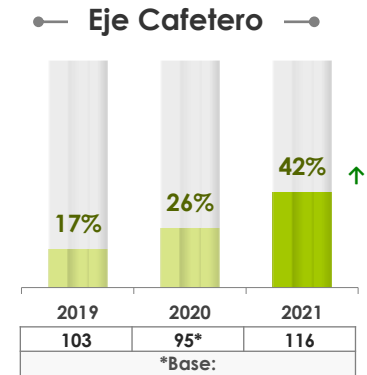
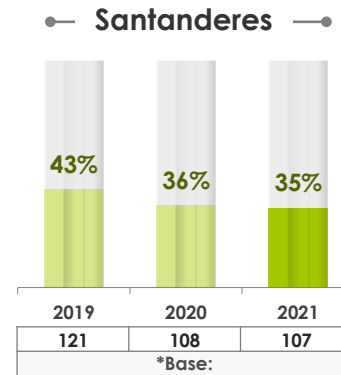
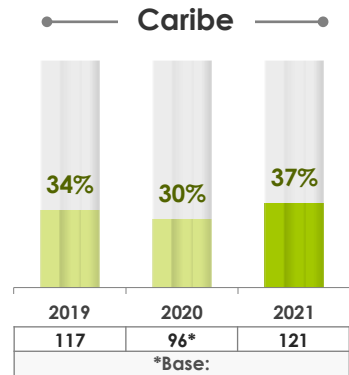
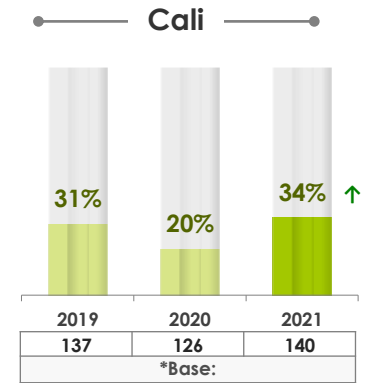
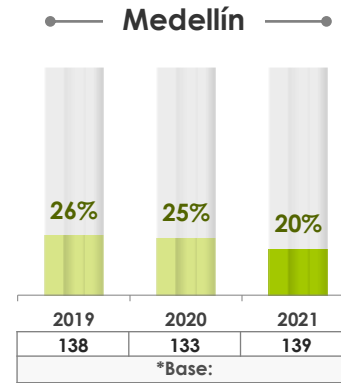
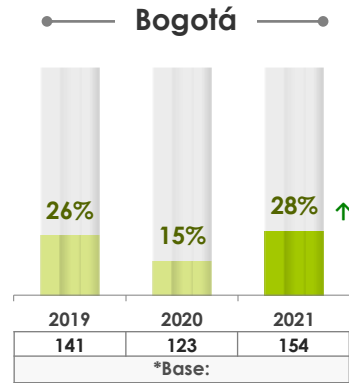
%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021								
Base: Total Encuestados	1.040	910	1.040	620	455	526	420	455	514	201	309	354	477	301	347	362	300	339	200	209	188	660	586	725	180	115	127
Sí	27	25	25	31	26	28	21	24	23	22	24	26	26	25	22	31	27	28	17	13	20	27	28	26	39	32	31
No	73	75	75	69	74	72	79	76	77	78	76	74	74	75	78	69	73	72	83	87	80	73	72	74	61	68	69
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Respondieron **SÍ**

P45. ¿Tiene planeado iniciar un negocio / empresa este año?



* BASE: LOS QUE NO TIENEN O NO SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA

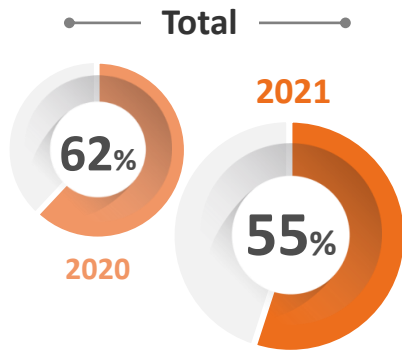


P45. ¿Tiene planeado iniciar un negocio / empresa este año?

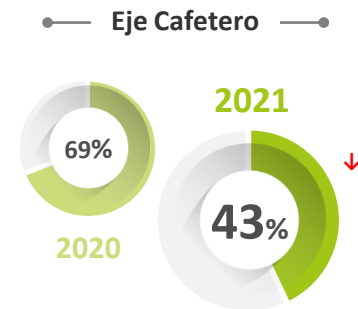
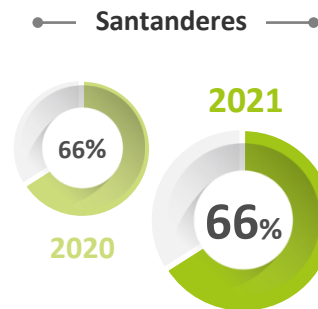
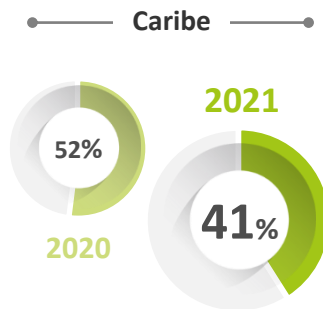
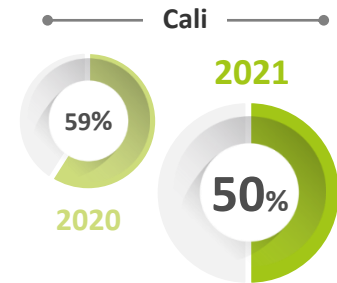
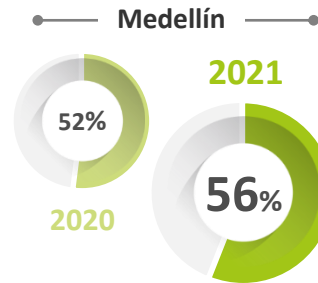
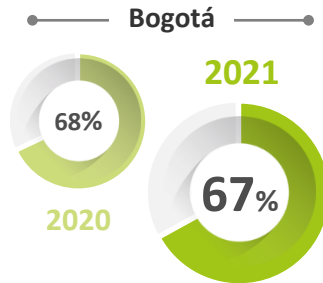
%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2			Estrato 3-4			Estrato 5-6				
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021		
Base: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA	757	681	777	427	335	381	330	346	396	157	234	263	351	227	269	249	220	245	166	181	151	482	422	539	109	78*	87*
Sí	30	25	32 ↑	34	26	33	24	23	31 ↑	38	28	35	29	29	31	26	18	30 ↑	32	26	39 ↑	30	28	32	27	9	22 ↑
No	57	56	49 ↓	52	54	47	63	58	51	49	54	46	55	50	50	64	63	51 ↓	49	51	44	58	54	49	63	73	55 ↓
No Sabe / No Responde	13	19	19	14	20	20	13	19	18	13	18	19	16	21	19	10	19	19	19	23	17	12	18	19	10	18	23

Respondieron **SÍ**

P49. La crisis de Covid-19 ha tenido un impacto negativo sobre su negocio



BASE: LOS QUE TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA



P49. La crisis de Covid-19 ha tenido un impacto negativo sobre su negocio

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA	229	263	120	145	109	118	75*	91*	74*	78*	80*	94*	28*	37*	164	186	37*	40*
Sí	62	55	62	61	61	47 ↓	56	51	65	53	64	61	43	57	62	56	76	48 ↓
No	38	45	38	39	39	53 ↑	44	49	35	47	36	39	57	43	38	44	24	52 ↑
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Impactos negativos en el negocio asociados a la pandemia



Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑ ↓ del 95% de confianza

P50. ¿Qué tipo de impacto negativo le trajo a su negocio?

● Total ● Bogotá ● Medellín ● Cali ● Caribe ● Santanderes ● Eje Cafetero

2020 2021 2020 2021 2020 2021 2020 2021 2020 2021 2020 2021 2020 2021

Inestabilidad financiera	71%	67%	78%	71%	57%	78%	70%	50%	70%	75%	67%	51%	74%	84%
Deudas y dificultades económicas	63%	62%	72%	58%	57%	70%	75%	55%	65%	75%	48%	60%	58%	58%
Clientes perdidos	60%	58%	69%	39%	50%	70%	45%	75%	52%	56%	62%	60%	68%	58%
Inventario perdido	13%	24%	6%	16%	21%	30%	-	20%	13%	25%	33%	26%	13%	26%
Despedir personal	21%	22%	22%	13%	29%	39%	10%	30%	17%	13%	29%	17%	19%	21%
Reducción de la planta física (menos sedes)	14%	13%	16%	10%	36%	17%	-	25%	13%	-	14%	9%	13%	16%
Otro	1%	1%	3%	3%	-	-	5%	-	-	-	-	3%	-	-

Base:	141	144	32	31*	14*	23*	20*	20*	23*	16*	21*	35*	31*	19*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

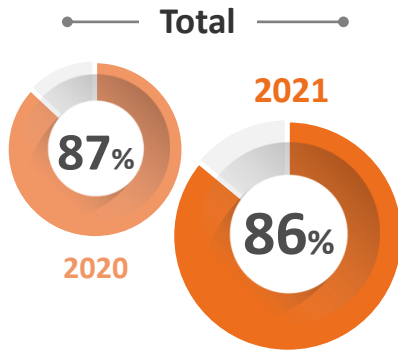
*BASE: LOS QUE SUS NEGOCIOS HAN TENIDO UN IMPACTO NEGATIVO POR LA CRISIS DEL COVID-19

P50. ¿Qué tipo de impacto negativo le trajo a su negocio?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO									
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6					
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021				
Base: LOS LA CRISIS DEL COVID-19 HAN TENIDO UN IMPACTO NEGATIVO	141	144	74*	89*	67*	55*	42*	46*	48*	41*	51*	57*	12*	21*	101	104	28*	19*				
Inestabilidad financiera	71	67	74	61	67	76	62	67	77	76	73	60	67	67	70	67	75	63				
Deudas y dificultades económicas	63	62	73	60	52	65	48	48	65	68	75	68	67	67	62	61	64	63				
Clientes perdidos	60	58	64	61	55	55	57	48	56	56	65	68	50	67	61	55	57	68				
Inventario perdido	13	24	↑	11	25	↑	16	22	21	26	10	15	10	28	↑	8	14	18	25	-	26	↑
Despedir personal	21	22	30	20	10	24	14	22	23	15	24	26	-	24	22	19	25	32				
Reducción de la planta física (menos sedes)	14	13	18	12	10	13	7	9	13	12	22	16	8	14	13	11	21	21				
Otro	1	1	-	2	3	-	2	-	-	-	2	4	-	-	-	1	7	5				

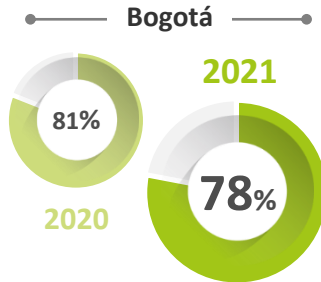
Respondieron **SÍ**

P51. ¿Ha usado alguna herramienta o tecnología digital para llegar a sus clientes durante la pandemia?

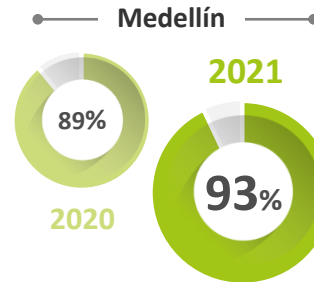


	2020	2021
Base: Total	229	263

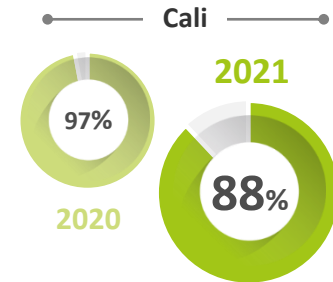
Base: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA



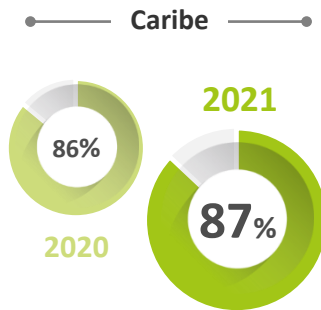
	2020	2021
Base: Total	47*	46*



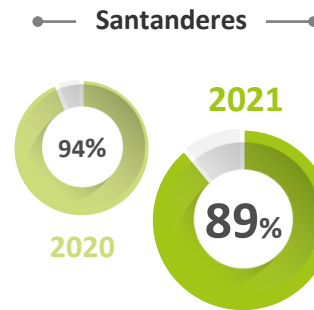
	2020	2021
Base: Total	27*	41*



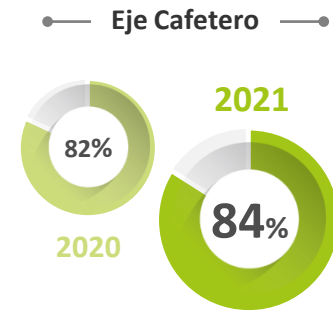
	2020	2021
Base: Total	34*	40*



	2020	2021
Base: Total	44*	39*



	2020	2021
Base: Total	32*	53*



	2020	2021
Base: Total	45*	44*

P51. ¿Ha usado alguna herramienta o tecnología digital para llegar a sus clientes durante la pandemia?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA	229	263	120	145	109	118	75*	91*	74*	78*	80*	94*	28*	37*	164	186	37*	40*
Sí	87	86	84	83	91	91	85	86	93	87	84	86	89	84	86	87	92	88
No	13	14	16	17	9	9	15	14	7	13	16	14	11	16	14	13	8	12
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

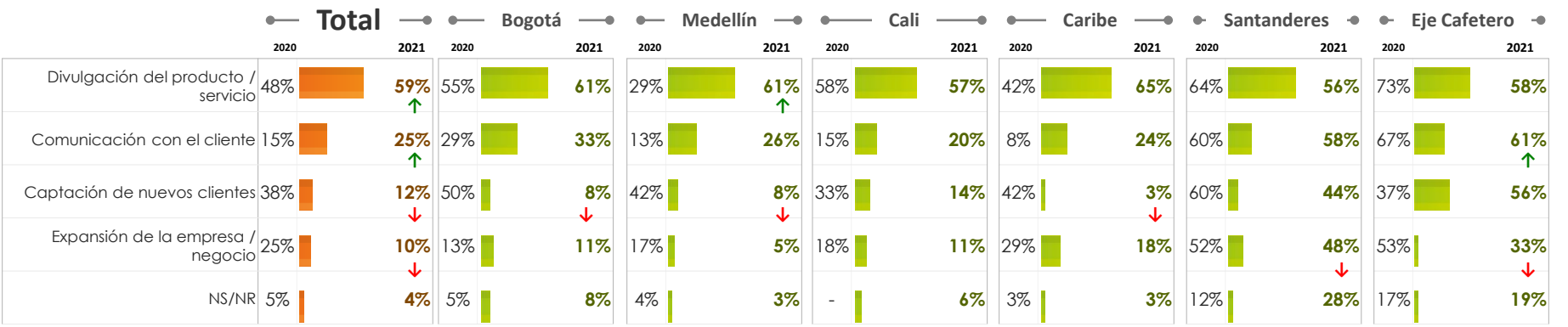


Contribución del uso de herramientas tecnológicas para llegar a los clientes en la crisis



Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑ ↓ del 95% de confianza

P52. ¿Podría hacer un pequeño relato de la forma como estas herramientas tecnológicas le ayudaron en la crisis?



Base:	200	227	38	36*	24*	38*	33*	35*	38*	34*	30*	47*	37*	37*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

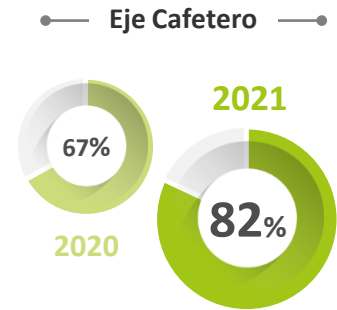
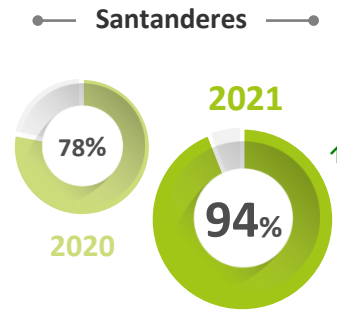
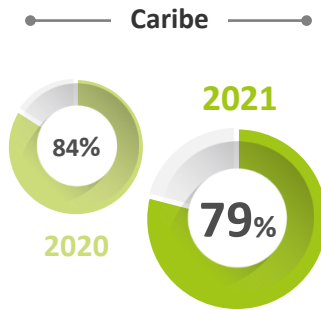
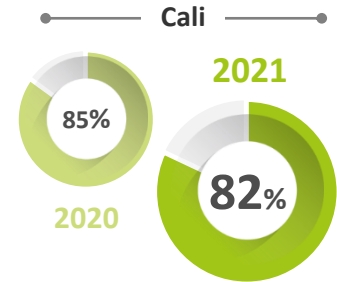
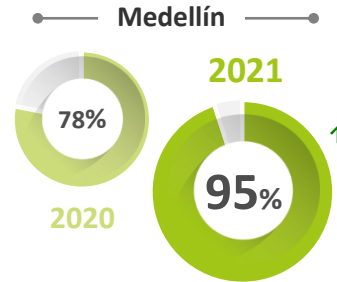
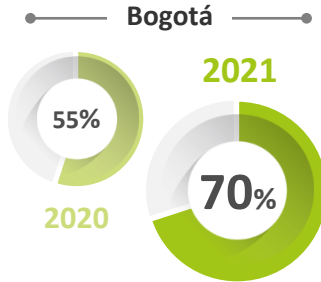
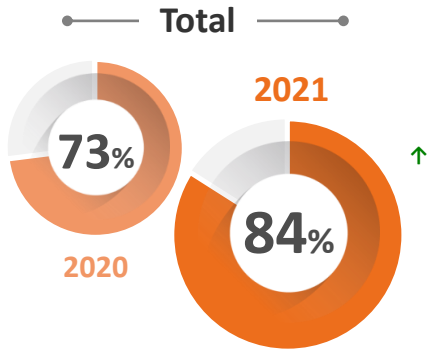
*BASE: LOS QUE HAN USADO ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LLEGAR A SUS CLIENTES

P52. ¿Podría hacer un pequeño relato de la forma como estas herramientas tecnológicas le ayudaron en la crisis?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Base: LOS QUE HAN USADO ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LLEGAR A SUS CLIENTES	200	227	101	120	99*	107	64*	78*	69*	68*	67*	81*	25*	31*	141	161	34*	35*
Divulgación del producto / servicio	48	59 ↑	42	55 ↑	55	64	34	53 ↑	55	62	54	64	56	55	43	58 ↑	65	71
Comunicación con el cliente	15	25 ↑	17	28	12	22	16	24	14	34 ↑	13	19	8	29	15	26 ↑	18	17
Captación de nuevos clientes	38	12 ↓	43	15 ↓	33	9 ↓	45	18 ↓	30	7 ↓	39	11 ↓	28	6 ↓	39	16 ↓	41	3 ↓
Expansión de la empresa / negocio	25	10 ↓	27	7 ↓	22	14	31	12 ↓	20	10	22	9 ↓	28	16	28	8 ↓	6	14
NS/NR	5	4	4	6	5	3	8	6	6	3	-	4	-	6	6	4	-	3

Respondieron **SÍ**

P53. ¿Cree que la pandemia aceleró la adopción de tecnología en su empresa?

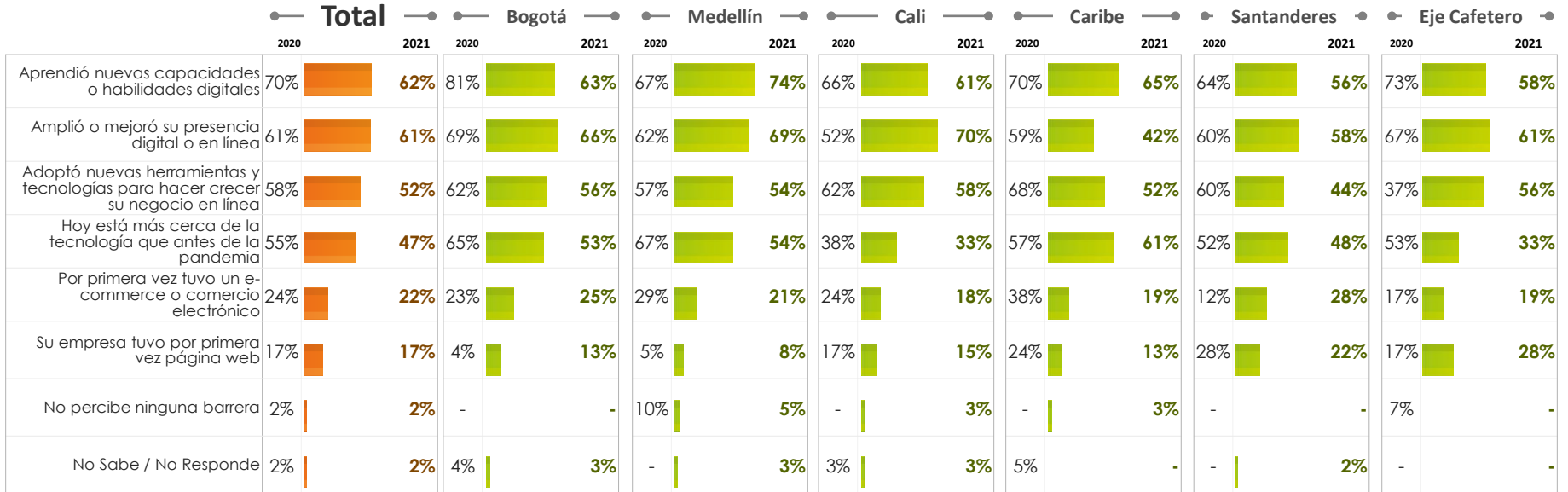


* BASE: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA

P53. ¿Cree que la pandemia aceleró la adopción de tecnología en su empresa?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
	229	263	120	145	109	118	75*	91*	74*	78*	80*	94*	28*	37*	164	186	37*	40*
Sí	73	84 ↑	70	78	77	92 ↑	83	85	72	85	66	83 ↑	82	89	73	82 ↑	70	88
No	27	16 ↓	30	22	23	8 ↓	17	15	28	15	34	17 ↓	18	11	27	18 ↓	30	12
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

P54. ¿Qué tipo de cambios realizó a raíz de la pandemia?



Base:	168	221	26	32*	21*	39*	29*	33*	37*	31*	25*	50*	30*	36*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

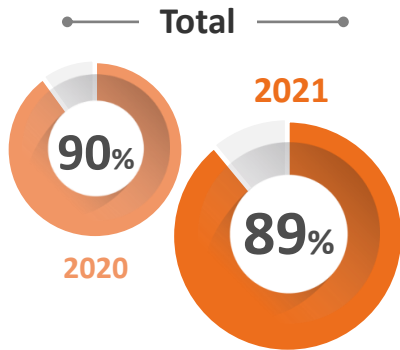
*BASE: LOS QUE CREEN QUE LA PANDEMIA ACCELERÓ LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍAS

P54. ¿Qué tipo de cambios realizó a raíz de la pandemia?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
Base: LOS QUE CREEN QUE LA PANDEMIA ACELERÓ LA ADOPCION DE TECNOLOGIAS	168	221	84*	113	84*	108	62*	77*	53*	66*	53*	78*	23*	33*	119	153	26*	35*
Aprendió nuevas capacidades o habilidades digitales	70	62	74	59 ↓	67	66	60	52	74	70	79	67	83	67	66	61	81	66
Amplió o mejoró su presencia digital o en línea	61	61	60	62	63	60	60	66	60	52	64	64	61	61	61	57	62	80
Adoptó nuevas herramientas y tecnologías para hacer crecer su negocio en línea	58	52	65	53	50	52	50	51	66	45 ↓	58	60	57	45	60	51	50	66
Hoy está más cerca de la tecnología que antes de la pandemia	55	47	56	46	54	48	39	36	66	48	62	56	61	55	50	45	69	49
Por primera vez tuvo un e-commerce o comercio electrónico	24	22	24	26	25	19	24	26	25	17	25	23	26	18	26	22	15	26
Su empresa tuvo por primera vez página web	17	17	23	18	11	16	27	18	17	20	4	13	22	18	19	14	-	26 ↑
No percibe ninguna barrera	2	2	2	2	2	2	3	1	-	-	4	4	-	-	3	2	-	3
No Sabe / No Responde	2	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2	-	-	6	3	1	-	-

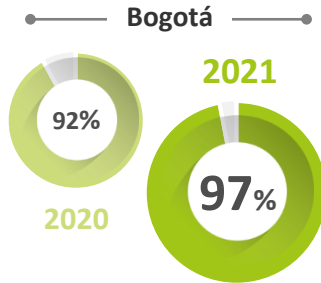
Respondieron **SÍ**

P55. ¿El desarrollo digital que realizó durante la pandemia lo hace un mejor competidor en el mercado en la reactivación?

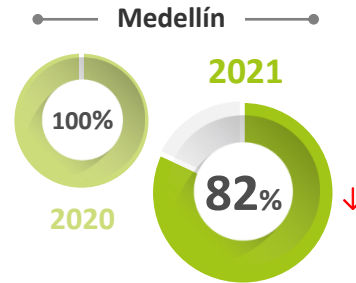


	2020	2021
Base: Total	168	221

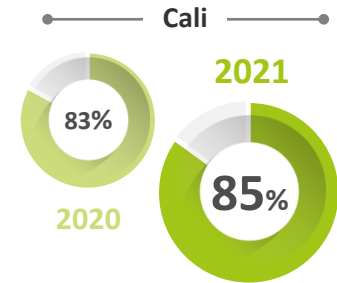
Base: LOS QUE CREEN QUE LA PANDEMIA ACCELERÓ LA ADOPCION DE TECNOLOGIAS



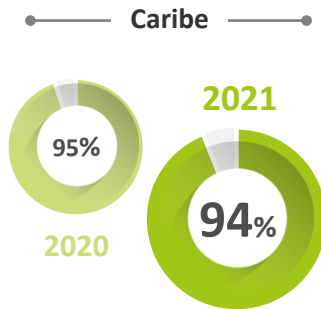
	2020	2021
Base: Total	26*	32*



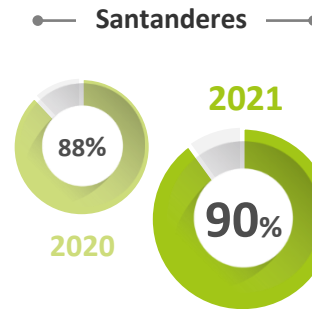
	2020	2021
Base: Total	21*	39*



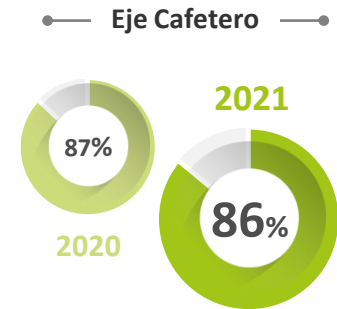
	2020	2021
Base: Total	29*	33*



	2020	2021
Base: Total	37*	31*



	2020	2021
Base: Total	25*	50*



	2020	2021
Base: Total	30*	36*

P55. ¿El desarrollo digital que realizó durante la pandemia lo hace un mejor competidor en el mercado en la reactivación?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Base: LOS QUE CREEN QUE LA PANDEMIA ACCELERÓ LA ADOPCION DE TECNOLOGÍAS	168	221	84*	113	84*	108	62*	77*	53*	66*	53*	78*	23*	33*	119	153	26*	35*
Sí	90	89	90	91	90	86	90	91	91	88	91	87	96	91	89	89	92	86
No	10	11	10	9	10	14	10	9	9	12	9	13	4	9	11	11	8	14
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



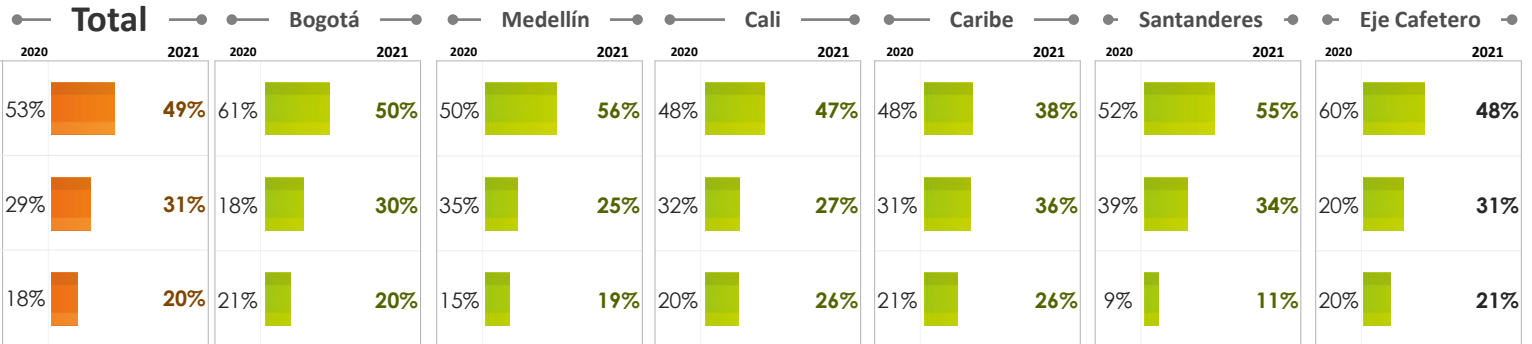
Emprendimiento en Colombia

La intención de emprender crece significativamente en 2021 (32%), principalmente en Bogotá, Cali y Eje Cafetero, las mujeres y los mayores de 45 años. Entre quienes tienen o planean tener empresa:

- El aspecto digital es importante en los emprendimientos: 5 de cada 10 negocios tiene o tendrá presencia en el mundo digital y 3 de cada 10 es o será totalmente digital, dejando solo un 20% de negocios que no tienen o no incursionarán en el mundo digital, cifras que no cambian mucho frente a lo reportado en 2020.
- La principal razón para emprender continúa siendo el deseo de generar mayores ingresos. Si bien en 2020 la segunda motivación era la necesidad económica o porque no encontraban trabajo, en el 2021 la búsqueda de independencia crece significativamente hasta ocupar dicho lugar. Este crecimiento se da de forma transversal por género, en todos los estratos y edades, concentrándose principalmente en Medellín, Cali, Santanderes y Eje Cafetero.
- De otra parte, el no contar con el capital para iniciar, continúa siendo la principal barrera para emprender (85%)

- Entre quienes tienen o son socios de una empresa la tenencia de activos digitales es alta y se mantiene frente a 2020:
 - 8 de cada 10 tiene presencia en una red social
 - 7 de cada 10 asegura puede vender en Facebook o Instagram
 - 6 de cada 10 tiene la capacidad de vender online y cuenta con un servicio de correo electrónico profesional
 - 5 de cada 10 tiene un sitio web
- Donde lo que menos mencionado continúa siendo implementación de estrategias de marketing por correo electrónico (39%).
- Quienes no reportan tener ningún activo digital son un grupo muy pequeño y las principales barreras que encuentran son la falta de recursos económicos para acceder a herramientas digitales y la falta de habilidades / capacitación / conocimiento sobre por el tema.

P46. Su negocio/empresa es o será:



Base:	399	514	66	90*	60*	69*	59*	88*	73*	84*	71*	91*	70*	92*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*BASE: LOS QUE TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO

P46. Su negocio/empresa es o será:

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO					
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Base: LOS TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO	399	514	209	271	190	243	140	184	139	162	120	168	75*	95*	280	360	44*	59*
Es totalmente digital	29	31	27	31	31	31	42	42	23	29	23	20	25	20	33	34	16	27
Tiene presencia en el mundo digital	53	49	53	48	54	49	47	44	58	52	54	52	54	54	52	46	59	59
No tiene presencia digital	18	20	20	21	15	20	11	14	19	19	23	28	21	26	15	20	25	14

P47. ¿Porque razón decidió emprender?

● Total ● Bogotá ● Medellín ● Cali ● Caribe ● Santanderes ● Eje Cafetero

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Generar más ingresos	35%	38%	32%	40%	30%	38%	42%	36%	41%	42%	37%	43%	27%	29%
Quería independencia (manejar mi tiempo, ser mi propio jefe, etc.)	15%	33% ↑	18%	29%	17%	32% ↑	15%	36% ↑	11%	18%	11%	32% ↑	17%	49% ↑
No encontraba trabajo / necesidad económica	34%	24% ↓	38%	23%	33%	26%	36%	23%	33%	32%	28%	23%	39%	16% ↓
Visión de emprendedor	18%	4% ↓	14%	3% ↓	20%	4% ↓	15%	2% ↓	22%	5% ↓	21%	2% ↓	16%	5% ↓
Por crecimiento personal	12%	4% ↓	3%	4%	13%	1% ↓	10%	8%	14%	5%	11%	- ↓	19%	2% ↓
Quiero generar empleo	1%	2% ↓	-	6%	-	- ↓	2%	3%	-	2%	3%	- ↓	1%	- ↓
No responde	3%	1%	2%	1%	3%	3%	-	-	3%	-	6%	1%	1%	1%

Base:	399	514	66	90*	60*	69*	59*	88*	73*	84*	71*	91*	70*	92*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*Base: LOS QUE TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO

P47. ¿Porque razón decidió emprender?

%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021								
Base: LOS TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO	144	399	514	99*	209	271	45*	190	243	27*	140	184	62*	139	162	55*	120	168	16*	75*	95*	102	280	360	26*	44*	59*
Generar más ingresos	17	35	38	17	33	36	18	37	40	22	42	39	16	37	42	16	24	33	6	37	41	19	36	38	19	23	34
Quería independencia (manejar mi tiempo, ser mi propio jefe, etc.)	34	15	33 ↑	31	15	34 ↑	40	14	32 ↑	33	16	39 ↑	37	14	27 ↑	31	15	32 ↑	44	15	27 ↑	32	14	33 ↑	35	18	42 ↑
No encontraba trabajo / necesidad económica	29	34	24 ↓	29	34	22 ↓	29	35	26 ↓	19	20	17	27	39	25 ↓	36	46	29 ↓	31	36	29	29	33	23 ↓	27	39	20 ↓
Visión de emprendedor	8	18	4 ↓	8	18	4 ↓	7	18	3 ↓	15	19	3 ↓	3	14	4 ↓	9	21	5 ↓	-	19	1 ↓	10	16	5 ↓	4	32	2 ↓
Por crecimiento personal	12	12	4 ↓	15	14	4 ↓	4	9	3 ↓	7	13	3 ↓	16	14	4 ↓	9	8	3 ↓	13	16	3 ↓	12	11	4 ↓	12	11	2 ↓
Quiero generar empleo	8	1	2	8	1	3	7	1	1	11	1	4	8	1	1	5	-	1	19	1	5	6	1	1	8	-	3
No responde	1	3	1	-	3	1	2	2	-	4	6	2	-	-	-	-	2	1	6	1	-	-	3	1	-	-	2

P48. ¿Qué barreras se presentan para iniciar un nuevo negocio?

● Total ● Bogotá ● Medellín ● Cali ● Caribe ● Santanderes ● Eje Cafetero

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Contar con el capital/dinero para iniciar el negocio	82%	85%	71%	81%	85%	88%	75%	85%	89%	87%	83%	86%	87%	85%
Costos tributarios / Impuestos	61%	58%	73%	44%	50%	68%	58%	64%	66%	58%	48%	58%	70%	60%
Acceso a créditos bancarios	50%	56%	52%	58%	55%	65%	53%	57%	51%	58%	45%	47%	47%	51%
Tramites/Requisitos para registrar/iniciar la empresa/negocio	51%	46%	55%	41%	52%	51%	54%	55%	51%	44%	46%	42%	49%	48%
Falta de Información / Capacitación	37%	35%	32%	31%	42%	43%	36%	38%	40%	30%	32%	38%	39%	30%
Encontrar socios/inversionistas	25%	27%	18%	26%	28%	33%	19%	23%	30%	30%	25%	29%	27%	26%
Falta de carácter / decisión	1%	1%	2%	1%	-	-	-	2%	-	-	-	1%	3%	2%
No percibe ninguna barrera	2%	2%	3%	3%	5%	3%	3%	1%	3%	4%	-	1%	-	2%

Base:	399	514	66	90*	60*	69*	59*	88*	73*	84*	71*	91*	70*	92*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*BASE: LOS QUE TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO

P48. ¿Qué barreras se presentan para iniciar un nuevo negocio?

%	TOTAL			GÉNERO						EDAD						ESTRATO											
				Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6							
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021						
Base: TIENEN PLANEADO INICIAR UN NEGOCIO / EMPRESA ESTE AÑO	369	399	514	246	209	271	123	190	243	86*	140	184	164	139	162	119	120	168	70*	75*	95*	244	280	360	55*	44*	59*
Contar con el capital/dinero para iniciar el negocio	75	82	85	78	83	83	68	81	87	84	81	83	72	86	87	72	78	86	81	84	86	76	81	85	62	82	85
Costos tributarios / Impuestos	45	61	58	44	64	62	48	57	54	40	49	54	52	63	55	40	73	67	40	47	51	45	64	60	55	64	63
Acceso a créditos bancarios	30	50	56	28	60	59	35	39	52 ↑	29	48	50	33	55	56	27	48	62 ↑	41	45	73 ↑	30	51	51	18	50	54
Tramites/Requisitos para registrar/iniciar la empresa/negocio	37	51	46	37	53	49	37	48	44	37	44	44	41	53	45	31	57	51	39	44	41	36	53	46	40	52	56
Falta de Información / Capacitación	25	37	35	24	33	32	27	40	38	33	45	38	23	32	35	23	33	31	30	40	36	23	37	36	27	30	25
Encontrar socios/inversionistas	20	25	27	22	24	32	14	25	22	23	25	30	16	25	28	21	24	23	29	21	31	17	27	29	18	18	12
Falta de carácter / decisión	1	1	1	1	-	1	-	1	1	1	-	-	-	-	1	1	3	3	-	-	1	1	1	1	-	2	5
No percibe ninguna barrera	6	2	2	7	1	2	4	3	3	1	2	2	6	3	2	8	2	3	3	4	3	6	2	2	9	2	3

56. ¿Cuáles activos digitales tiene actualmente su empresa?

Respondieron **SÍ**

— Total — Bogotá — Medellín — Cali — Caribe — Santanderes — Eje Cafetero —

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
56.4 ¿Su empresa tiene presencial en alguna red social?	81%	80%	79%	76%	74%	85%	76%	75%	89%	77%	81%	89%	82%	77%
56.6 ¿Su empresa puede vender en Facebook?	72%	73%	72%	61%	59%	66%	79%	75%	75%	74%	81%	79%	67%	80%
56.7 ¿Su empresa puede vender en Instagram?	68%	66%	60%	59%	59%	56%	74%	65%	77%	82%	78%	72%	62%	61%
56.3 ¿Su empresa tiene capacidad de vender on-line?	58%	60%	51%	59%	74%	51%	65%	50%	64%	72%	62%	70%	42%	57%
56.2 ¿Su empresa cuenta con un servicio de correo electrónico profesional?	57%	59%	70%	54%	70%	59%	44%	55%	50%	49%	59%	68%	51%	64%
56.1 ¿Su empresa tiene un sitio web o página web?	52%	49%	45%	50%	59%	37%	59%	52%	48%	38%	66%	49%	44%	68% ↑
56.5 ¿Su empresa hace marketing por correo electrónico?	37%	39%	47%	35%	30%	37%	35%	52%	32%	38%	47%	36%	29%	39%

Base:	229	263	47	46*	27*	41*	34*	40*	44*	39*	32*	53*	45*	44*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*Base: Los que tienen o son socios de algún negocio / empresa

56. ¿Cuáles activos digitales tiene actualmente su empresa?

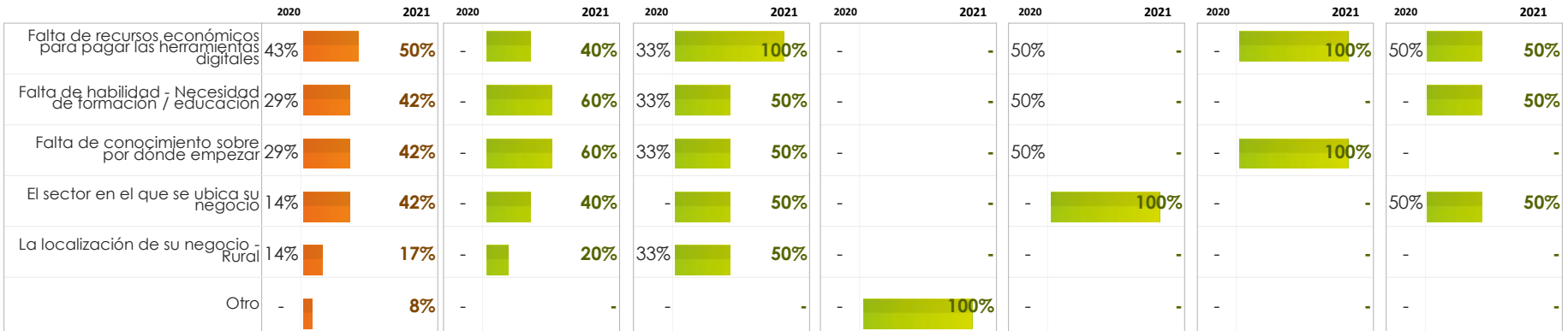
%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO							
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6			
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
	Base: LOS TIENEN O SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA	229	263	120	145	109	118	75*	91*	74*	78*	80*	94*	28*	37*	164	186	37*	40*
	56.1 ¿Su empresa tiene un sitio web o página web?																		
	Sí	52	49	61	47 ↓	42	53	59	53	47	40	50	54	32	30	54	49	57	68
	No	48	51	39	53 ↑	58	47	41	47	53	60	50	46	68	70	46	51	43	32
	No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	56.2 ¿Su empresa cuenta con un servicio de correo electrónico profesional?																		
	Sí	57	59	60	55	54	63	64	66	46	49	61	60	39	41	59	61	62	65
	No	43	41	40	45	46	37	36	34	54	51	39	40	61	59	41	39	38	35
	No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	56.3 ¿Su empresa tiene capacidad de vender on-line?																		
	Sí	58	60	55	59	61	62	60	67	58	54	56	59	61	59	59	60	54	62
	No	42	40	45	41	39	38	40	33	42	46	44	41	39	41	41	40	46	38
	No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	56.4 ¿Su empresa tiene presencial en alguna red social?																		
	Sí	81	80	79	76	83	86	85	85	84	79	74	77	79	76	81	79	81	90
	No	19	20	21	24	17	14	15	15	16	21	26	23	21	24	19	21	19	10
	No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

56. ¿Cuáles activos digitales tiene actualmente su empresa?

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
	229	263	120	145	109	118	75*	91*	74*	78*	80*	94*	28*	37*	164	186	37*	40*	
	56.5 ¿Su empresa hace marketing por correo electrónico?																		
Sí	37	39	42	44	30	33	27	33	38	27	45	55	25	35	42	38	22	50	↑
No	63	61	58	56	70	67	73	67	62	73	55	45	75	65	58	62	78	50	↓
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	56.6 ¿Su empresa puede vender en Facebook?																		
Sí	72	73	67	71	79	75	79	84	73	67	66	67	82	78	72	75	68	55	
No	28	27	33	29	21	25	21	16	27	33	34	33	18	22	28	25	32	45	
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	56.7 ¿Su empresa puede vender en Instagram?																		
Sí	68	66	58	61	80	71	81	77	72	62	52	59	71	68	70	69	59	50	
No	32	34	42	39	20	29	19	23	28	38	48	41	29	32	30	31	41	50	
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

P57. ¿Qué le impide que su negocio esté en línea o que tenga presencia digital?

● Total
● Bogotá
● Medellín
● Cali
● Caribe
● Santanderes
● Eje Cafetero



*Base:	7**	12*	-.**	5**	3**	2**	-.**	1**	2**	1**	-.**	1**	2**	2**
--------	-----	-----	------	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----

*Base: Para Los Empresarios Que Respondieron A Todo No P56

P57. ¿Qué le impide que su negocio esté en línea o que tenga presencia digital?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO							
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6			
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021		
	7**	12*	4**	9**	3**	3**	3**	3**	6**	1**	3**	2**	2**	5**	9**	.**	1**		
Base: PARA LOS EMPRESARIOS QUE RESPONDIERON A TODO NO P56																			
Falta de recursos económicos para pagar las herramientas digitales	43	50	25	33	67	100	-	33	67	50	67	50	-	40	67	-	-		
Falta de habilidad - Necesidad de formación / educación	29	42	25	44	33	33	-	67	33	33	33	-	-	40	56	-	-		
Falta de conocimiento sobre por dónde empezar	29	42	25	33	33	67	-	33	67	100	-	-	-	40	44	-	100		
El sector en el que se ubica su negocio	14	42	-	44	33	33	-	67	33	17	-	67	50	100	-	33	-	-	
La localización de su negocio - Rural	14	17	25	11	-	33	33	33	33	-	-	-	33	-	-	20	22	-	-
Otro	-	8	-	11	-	-	-	-	17	-	-	-	-	-	11	-	-	-	



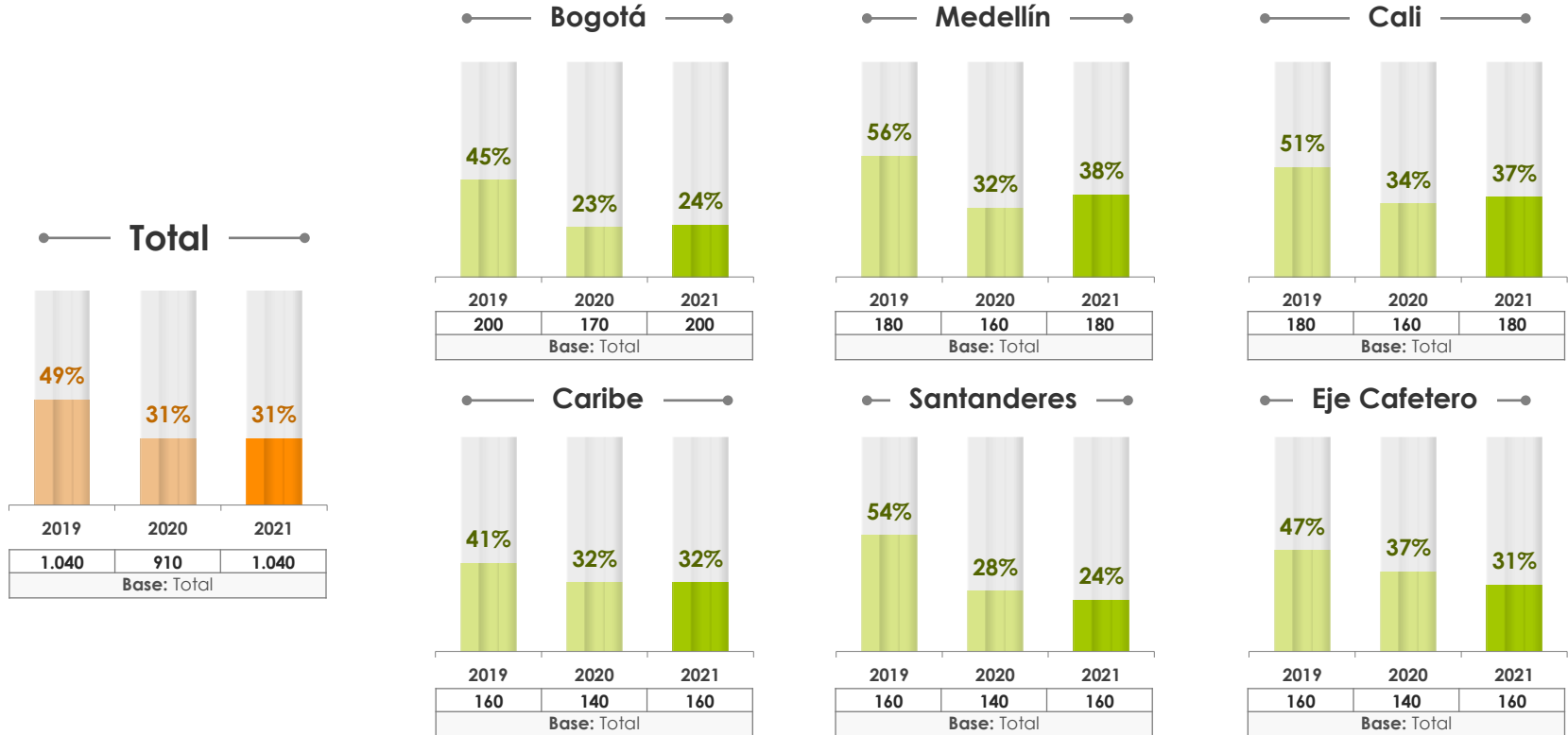
Apoyo del gobierno al emprendimiento en Colombia

- Solo una tercera parte de los encuestados conoce programas de apoyo al emprendimiento o creación de empresa que promueva el gobierno colombiano. Los más mencionados son los del SENA (más mencionado en 2021) y Fondo Emprender / capital semilla, que pierde menciones frente a la medición anterior.
- De otra parte, quienes conocen este tipo de programas sienten que hacen falta más iniciativas encaminadas a la capacitación por competencias (34%) y que brinden apoyo económico / financiero, donde esta última antes era la necesidad más importante (35%) y ahora ocupa el segundo lugar (22%). En línea con esto, lo que se espera de estos programas es asesoría profesional (61%), que es más mencionada este año, y apoyo económico / financiero (24%).

P58. ¿Conoce programas de apoyo al emprendimiento o creación de empresa por parte del gobierno de Colombia?

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



P58. ¿Conoce programas de apoyo al emprendimiento o creación de empresa por parte del gobierno de Colombia?

%	TOTAL	GÉNERO						EDAD						ESTRATO													
		Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
		2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021								
Base: Total Encuestados	1.040	910	1.040	620	455	526	420	455	514	201	309	354	477	301	347	362	300	339	200	209	188	660	586	725	180	115	127
Sí	49	31	31	46	31	32	53	30	30	48	30	27	51	29	30	47	35	36	47	27	26	49	33	32	50	28	35
No	46	59	61	49	61	61	41	58	62	47	61	66	43	62	61	48	54	57	47	61	64	46	58	61	44	62	58
No Sabe / No Responde	5	10	8	5	8	7	6	12	8 ↓	5	9	7	6	9	9	5	11	7 ↓	6	12	10	5	9	7	6	10	7

P59. ¿Cuáles programas del gobierno que apoyan el emprendimiento y/o creación de empresa conoce?

— Total — Bogotá — Medellín — Cali — Caribe — Santanderes — Eje Cafetero —

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Sena	15%	22%	8%	17%	8%	14%	13%	15%	27%	44%	21%	26%	17%	20%
Fondo Emprender / capital semilla	30%	15%	23%	19%	35%	10%	24%	9%	24%	13%	26%	21%	46%	22%
Programas de la Cámara de Comercio	6%	6%	10%	15%	6%	-	9%	5%	2%	8%	5%	8%	2%	4%
MinTic	5%	5%	5%	10%	4%	4%	2%	3%	11%	6%	13%	3%	-	6%
Innpulsa	9%	4%	13%	4%	8%	7%	9%	6%	2%	6%	13%	-	8%	-
Colombia Emprende	6%	4%	13%	6%	10%	7%	4%	-	7%	6%	-	5%	4%	-
Economía naranja	5%	4%	5%	4%	6%	6%	7%	2%	4%	2%	3%	-	2%	8%
Ruta N	3%	4%	-	-	13%	16%	-	-	2%	2%	-	-	-	-
Bancoldex	3%	2%	5%	2%	4%	3%	2%	6%	4%	-	-	-	2%	2%
Fundación Mundo Mujer	1%	2%	-	2%	-	3%	2%	5%	-	-	3%	3%	2%	2%
No responde	7%	20%	5%	15%	10%	22%	7%	27%	4%	13%	15%	21%	4%	22%

Base:	282	323	39	48*	52*	69*	55*	66*	45*	52*	39*	38*	52*	50*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*BASE: CONOCEN PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO O CREACIÓN DE EMPRESA POR PARTE DEL GOBIERNO DE COLOMBIA

P59. ¿Cuáles programas del gobierno que apoyan el emprendimiento y/o creación de empresa conoce?

%	TOTAL			GÉNERO						EDAD						ESTRATO											
				Hombre			Mujer			Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6				
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021			
Base: CONOCEN PROGRAMAS DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO O CREACIÓN DE EMPRESA POR PARTE DEL GOBIERNO DE COLOMBIA																											
	510	282	323	287	143	168	223	139	155	97*	93*	96*	242	86*	105	171	103	122	95*	57*	49*	325	193	230	90*	32*	44*
Sena	-	15	22	-	15	20	-	16	24	-	9	20	-	22	32	-	16	15	-	19	27	-	16	23	-	3	14
Fondo Emprender / capital semilla	52	30	15	53	31	17	50	29	12	68	34	18	50	36	16	46	21	11	67	40	16	53	32	16	33	3	9
Programas de la Cámara de Comercio	13	6	6	13	4	7	12	7	5	8	2	6	12	7	3	16	8	8	12	5	4	14	5	5	8	13	11
MinTic	5	5	5	7	8	4	3	3	6	3	9	7	4	2	4	8	5	5	3	9	-	6	5	6	6	-	7
Innpulsa	8	9	4	9	8	5	6	9	3	6	5	2	10	13	5	6	8	6	6	9	-	7	9	5	11	6	5
Colombia Emprende	2	6	4	3	5	4	2	7	5	1	5	3	2	6	4	4	7	5	3	4	6	2	7	4	1	6	-
Economía naranja	3	5	4	3	7	5	2	2	3	2	2	3	2	3	6	4	8	2	-	2	4	2	5	3	7	9	5
Ruta N	5	3	4	5	1	4	6	5	4	4	4	3	7	3	4	4	1	4	2	4	-	6	3	4	9	-	5
Bancoldex	2	3	2	3	1	2	1	4	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	1	7	2	2	2	3	3	3	-
Fundación mundo mujer	1	1	2	-	-	1	1	2	4	-	1	5	1	2	2	1	-	1	2	-	6	-	2	2	-	-	-
Valle INN	-	-	2	-	-	2	-	-	2	-	-	1	-	-	3	-	-	2	-	-	2	-	-	3	-	-	-
Fomipyme	4	7	2	3	10	1	5	3	3	4	9	-	3	6	3	5	6	2	2	7	2	5	6	1	3	9	5
Jóvenes emprendedores	-	-	2	-	-	3	-	-	1	-	-	1	-	-	4	-	-	1	-	-	2	-	-	2	-	-	2
Cultura E	1	3	2	1	3	2	1	4	1	4	5	2	-	3	2	1	1	2	1	7	2	1	3	2	1	-	-
Apps.co	3	5	2	4	8	2	2	2	1	7	5	-	3	7	1	1	3	3	6	7	-	3	4	2	-	6	-
Interactuar	1	-	1	1	-	1	1	1	1	-	-	-	2	-	-	1	1	3	-	-	2	1	1	1	2	-	2
Paef	-	4	1	-	3	2	-	5	1	-	4	1	-	2	1	-	6	2	-	7	-	-	2	1	-	13	5
Colciencias	1	2	1	1	1	1	1	4	1	2	1	2	1	2	-	1	3	1	2	4	-	-	2	1	2	-	2
Procolombia	2	1	1	1	1	1	2	-	1	-	-	-	2	1	2	2	1	1	1	-	-	1	1	-	4	-	5
Parquesoft	-	1	1	1	1	1	-	2	1	1	1	-	-	1	2	1	2	1	2	-	2	-	2	1	-	-	-
Innova	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	-	1	2	3	1	2	1	-	1	-	-	2	1	-	2	6	2
Cedezo	1	1	1	1	1	-	1	-	1	-	2	-	2	-	2	1	-	-	-	-	-	1	1	-	2	-	2
Otro	5	2	7	5	2	6	6	3	9	1	2	9	7	2	4	6	3	9	5	-	8	4	2	7	10	9	11
No responde	5	7	20	3	6	20	9	9	21	5	13	20	6	5	13	5	5	27	1	5	18	6	8	21	9	6	18

P60. ¿Qué tipo de programas siente que hace falta o les gustaría tener adicional a los que ya existen?

● Total
● Bogotá
● Medellín
● Cali
● Caribe
● Santanderes
● Eje Cafetero

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Programas de capacitación por competencias	25%	34%	13%	31%	31%	36%	25%	35%	31%	25%	10%	50%	35%	28%
Apoyo financiero / económico para el emprendimiento	35%	22%	44%	19%	27%	28%	36%	18%	40%	21%	31%	11%	33%	30%
Asesoría tecnológica	15%	6%	13%	2%	12%	6%	18%	6%	20%	8%	13%	5%	13%	8%
Programas para la población vulnerable (adulto mayor, discapacitados, madres cabeza de familia)	-	6%	-	4%	-	4%	-	3%	-	12%	-	-	-	10%
Programas de apoyo al campesinado	2%	3%	3%	-	4%	6%	-	1%	-	6%	3%	5%	4%	-
Seguimiento / cumplimiento a los programas ya existentes	13%	2%	10%	6%	12%	1%	9%	3%	18%	2%	23%	-	12%	-
Programas de apoyo a los jóvenes	2%	2%	5%	2%	2%	-	-	1%	-	4%	3%	-	6%	4%
Programas sobre salud	-	1%	-	-	-	1%	-	2%	-	2%	-	3%	-	-
Otro	4%	2%	3%	-	4%	3%	9%	2%	2%	6%	-	-	2%	-
No responde	19%	25%	18%	36%	23%	17%	25%	29%	9%	19%	21%	26%	17%	24%

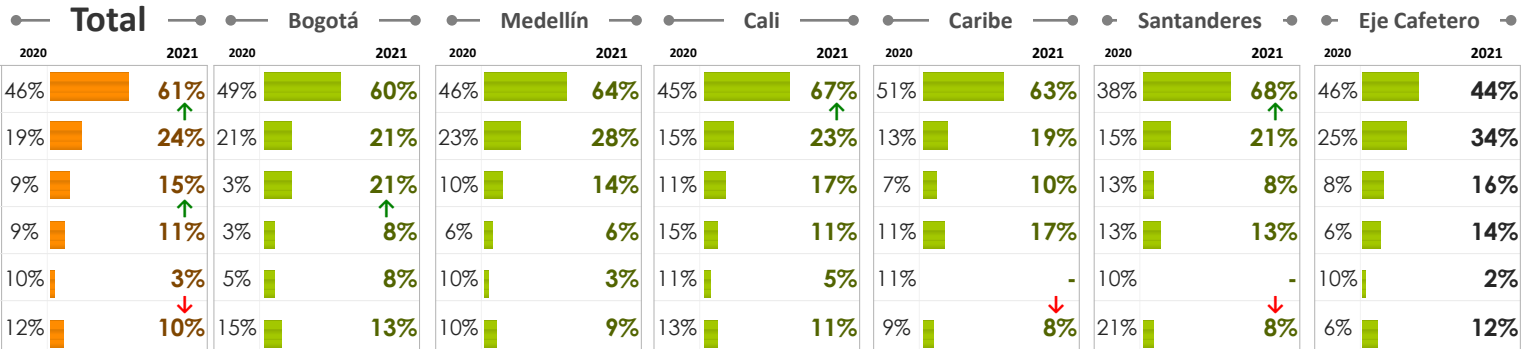
Base:	282	323	39	48*	52*	69*	55*	66*	45*	52*	39*	38*	52*	50*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*Base: Conocen programas de apoyo al emprendimiento o creación de empresa por parte del gobierno de Colombia

P60. ¿Qué tipo de programas siente que hace falta o les gustaría tener adicional a los que ya existen?

%	TOTAL	GÉNERO				EDAD						ESTRATO						
		Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6		
		2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	
	282	323	143	168	139	155	93*	96*	86*	105	103	122	57*	49*	193	230	32*	44*
Programas de capacitación por competencias	25	34 ↑	25	36 ↑	25	31	30	35	27	41 ↑	19	27	30	33	25	34 ↑	19	32
Apoyo financiero / económico para el emprendimiento	35	22 ↓	36	27	34	16 ↓	29	20	41	20 ↓	35	25	23	27	34	21 ↓	59	18 ↓
Asesoría tecnológica	15	6 ↓	17	7 ↓	12	5 ↓	14	5 ↓	19	6 ↓	13	7	19	6 ↓	15	6 ↓	6	5
Programas para la población vulnerable (adulto mayor, discapacitados, madres cabeza de familia)	-	6 ↑	-	5 ↑	-	6 ↑	-	2	-	4	-	10 ↑	-	10 ↑	-	5 ↑	-	2
Programas de apoyo al campesinado	2	3	2	4	2	3	1	1	1	3	4	5	2	-	2	3	3	5
Seguimiento / cumplimiento a los programas ya existentes	13	2 ↓	16	3 ↓	11	1 ↓	13	4 ↓	17	1 ↓	11	2 ↓	7	2	16	2 ↓	13	5
Programas de apoyo a los jóvenes	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	2	-	2	4	2	-	2
Programas sobre salud	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	2	-	4	-	1	-	-
Otro	4	2	3	2	4	2	4	- ↓	2	4	4	2	9	- ↓	2	3	3	-
No responde	19	25	15	17	23	33	26	31	13	23	18	21	23	20	18	24	19	34

P61. ¿Qué beneficios espera de esos programas? (creación de página web y perfiles de redes sociales, cursos, asesoramiento personal, obsequios, plata)



Base:	282	323	39	48*	52*	69*	55*	66*	45*	52*	39*	38*	52*	50*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

*Base: Conocen programas de apoyo al emprendimiento o creación de empresa por parte del gobierno de Colombia

P61. ¿Qué beneficios espera de esos programas? (creación de página web y perfiles de redes sociales, cursos, asesoramiento personal, obsequios, plata)

%	TOTAL		GÉNERO				EDAD						ESTRATO													
			Hombre		Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años		Entre 46 y 60 años		Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6									
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021								
Base: Total Encuestados	282	323	143	168	139	155	93*	96*	86*	105	103	122	57*	49*	193	230	32*	44*								
Asesoría profesionales	46	61	↑	45	63	↑	47	60	↑	47	57	47	65	↑	45	61	↑	53	57	44	63	↑	50	55		
Apoyo económico / financiero	19	24		20	26		18	23		25	25	12	20		19	28		14	24	21	22		16	36		
Creación de páginas web y redes sociales	9	15	↑	9	14		8	15		5	16	↑	13	14	8	14		5	12	11	15		-	14	↑	
Desarrollo comercial / ventas	9	11		10	10		8	13		9	17		13	10	6	8		7	14	8	11		16	7		
Logística y publicidad de emprendimiento	10	3	↓	10	4	↓	9	2	↓	10	2	↓	14	5	↓	6	2		14	-	↓	9	4	↓	6	2
No responde	12	10		10	7		13	13		7	9		15	9		14	16		14	16	12	9		6	9	



Demográficos

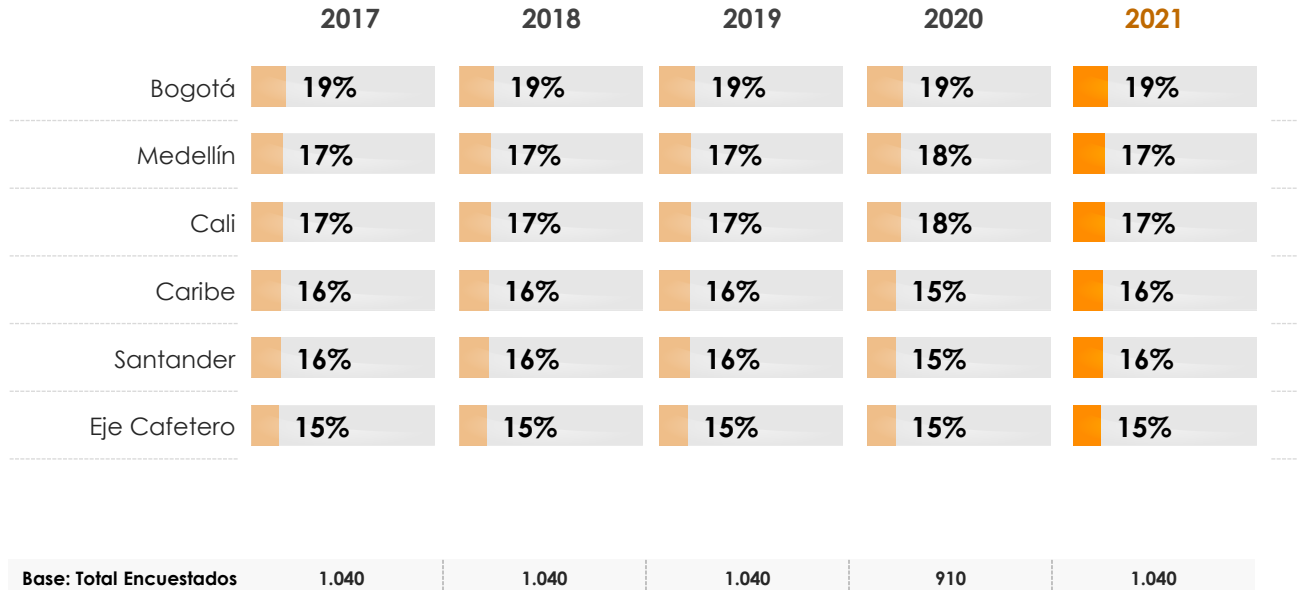
D1. Género:

Año	Total					Bogotá					Medellín					Cali					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero				
	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21
Hombre	49%	54%	60%	50%	51%	44%	52%	60%	51%	64%	46%	53%	55%	46%	49%	53%	54%	62%	54%	43%	46%	52%	61%	54%	49%	48%	54%	57%	51%	46%	60%	59%	62%	44%	51%
Mujer	51%	46%	40%	50%	49%	56%	48%	40%	49%	36%	54%	47%	45%	54%	51%	47%	46%	38%	46%	57%	54%	48%	39%	46%	51%	52%	46%	43%	49%	54%	40%	41%	38%	56%	49%
										↑										↓															↑

D2. Edad

Año	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21					
Entre 18 y 31 años	35%	37%	19%	34%	34%	47%	32%	19%	5%	63%	41%	38%	20%	51%	18%	34%	36%	19%	26%	16%	43%	41%	21%	44%	4%	30%	35%	18%	49%	48%	10%	40%	20%	34%	52%
										↑					↓					↓					↓					↑					
Entre 32 y 45 años	34%	34%	46%	33%	33%	32%	37%	47%	38%	9%	30%	34%	49%	23%	46%	32%	34%	42%	39%	43%	35%	30%	44%	34%	62%	36%	31%	48%	32%	25%	40%	35%	44%	32%	19%
										↓					↑										↑										↓
Entre 46 y 60 años	31%	29%	35%	33%	33%	21%	31%	34%	57%	28%	29%	28%	31%	26%	36%	34%	30%	39%	35%	41%	22%	29%	35%	22%	34%	34%	34%	34%	19%	27%	50%	25%	36%	34%	29%
										↓					↑										↑										
Base Total	1.040	1.040	1.040	910	1.040	200	200	200	170	200	180	180	180	160	180	180	180	180	160	180	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD					ESTRATO																													
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años		Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2		Estrato 3-4			Estrato 5-6																					
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
D1. Género:																																													
Hombre	49	54	60	50	51	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	36	47	59	43	50	51	53	55	51	46	62	63	65	56	55	39	49	60	52	59	54	55	62	50	49	37	56	53	48	50
Mujer	51	46	40	50	49	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	64	53	41	57	50	49	47	45	49	54	38	37	35	44	45	61	51	40	48	41	46	45	38	50	51	63	44	47	52	50
D2. Edad																																													
Entre 18 y 31 años	35	37	19	34	34	25	32	19	29	34	44	42	19	39	35	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	48	32	42	33	32	37	18	35	38	12	21	9	12	12
Entre 32 y 45 años	34	34	46	33	33	35	33	43	34	30	33	34	51	32	36	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	25	39	48	40	40	38	33	46	31	33	23	28	45	32	28 ↓
Entre 46 y 60 años	31	29	35	33	33	40	35	38	37	36	23	24	30	29	29	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	15	13	20	18	27 ↑	30	30	36	34	29	65	51	46	56	60



%	TOTAL					GÉNERO										EDAD															ESTRATO														
						Hombre					Mujer					Entre 18 y 31 años					Entre 32 y 45 años					Entre 46 y 60 años					Estrato 1-2					Estrato 3-4					Estrato 5-6				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Bogotá	19	19	19	19	19	17	18	19	19	24 ↑	21	20	19	19	14	26	17	18	3	36 ↑	18	21	20	21	5 ↓	13	20	19	32	17 ↓	19	17	16	-	22 ↑	22	22	23	23	19	3	11	9	31	14 ↓
Medellín	17	17	17	18	17	16	17	16	16	17	18	18	19	19	18	21	18	18	26	9 ↓	15	18	18	12	24 ↑	16	16	15	14	19	19	15	14	22	13 ↓	13	17	16	16	17	38	24	26	18	25
Cali	17	17	17	18	17	19	18	18	19	15	16	17	16	16	20	17	17	17	14	8 ↓	16	18	16	21	22	19	18	19	19	22	15	20	20	25	16 ↓	16	15	17	14	17	26	21	15	23	23
Caribe	16	16	16	15	16	14	15	16	16	15	17	16	15	14	16	19	17	16	20	2 ↓	16	13	15	16	29 ↑	11	15	16	10	16 ↑	29	27	20	29	34	13	13	14	12	11	7	9	16	8	12
Santander	16	16	16	15	16	15	15	15	16	14	16	15	17	15	17	13	14	15	22	22	17	14	16	15	11	17	18	15	9	13	11	10	16	13	9	18	18	17	18	18	10	12	11	6	9
Eje Cafetero	15	15	15	15	15	19	17	16	14	15	12	14	14	17	15	4	17	16	15	23 ↑	18	16	15	15	9 ↓	24	13	16	16	13	7	11	14	11	6 ↓	18	15	13	17	18	16	23	23	14	17

D4. El estrato que aparece en la factura de energía que llega a su vivienda es:

Diferencia Significativa: 2020- 2021 ↑ ↓ del 95% de confianza

	Total					Bogotá					Medellín					Cali				
	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21
Estrato 1	3%	5%	4%	7%	4% ↓	1%	1%	3%	-	3% ↑	2%	3%	1%	6%	2%	4%	7%	3%	10%	5%
Estrato 2	16%	17%	16%	16%	14%	17%	19%	13%	-	17% ↑	18%	16%	14%	22%	12% ↓	13%	19%	18%	23%	12% ↓
Estrato 3	50%	41%	37%	41%	45%	62%	51%	52%	52%	48%	39%	40%	36%	39%	45%	51%	42%	37%	32%	44% ↑
Estrato 4	19%	21%	26%	23%	25%	18%	20%	24%	27%	23%	15%	19%	24%	19%	23%	15%	14%	26%	19%	23%
Estrato 5	9%	11%	11%	8%	9%	2%	6%	4%	15%	6% ↓	20%	16%	15%	6%	14% ↑	14%	15%	15%	13%	14%
Estrato 6	3%	5%	6%	5%	3% ↓	-	3%	4%	6%	3%	6%	6%	10%	8%	4%	3%	3%	1%	3%	2%
Base: Total	1.040	1.040	1.040	910	1.040	200	200	200	170	200	180	180	180	160	180	180	180	180	160	180

	Total					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero				
	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21	17	18	19	20	21
Estrato 1	3%	5%	4%	7%	4% ↓	12%	17%	6%	20%	13%	1%	3%	6%	6%	1% ↓	1%	4%	3%	4%	2%
Estrato 2	16%	17%	16%	16%	14%	24%	23%	19%	23%	27%	13%	12%	14%	13%	10%	7%	12%	15%	14%	5% ↓
Estrato 3	50%	41%	37%	41%	45%	44%	33%	39%	33%	35%	51%	40%	28%	40%	49%	50%	38%	29%	48%	48%
Estrato 4	19%	21%	26%	23%	25%	14%	19%	18%	18%	16%	28%	33%	40%	36%	34%	29%	23%	27%	23%	32%
Estrato 5	9%	11%	11%	8%	9%	3%	4%	13%	2%	6%	5%	9%	9%	2%	4%	9%	14%	11%	7%	11%
Estrato 6	3%	5%	6%	5%	3% ↓	3%	4%	5%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	2%	4%	9%	15%	4%	2%
Base: Total	1.040	1.040	1.040	910	1.040	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160

D4. El estrato que aparece en la factura de energía que llega a su vivienda es:

%	TOTAL					GÉNERO					EDAD						ESTRATO																												
						Hombre			Mujer		Entre 18 y 31 años			Entre 32 y 45 años			Entre 46 y 60 años			Estrato 1-2		Estrato 3-4		Estrato 5-6																					
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021										
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	1.040	910	1.040	511	560	620	455	526	529	480	420	455	514	362	382	201	309	354	351	351	477	301	347	327	307	362	300	339	197	234	200	209	188	719	646	660	586	725	124	160	180	115	127
Estrato 1	3	5	4	7	4 ↓	2	5	4	8	5 ↓	5	7	3	7	4 ↓	7	10	11	12	4 ↓	2	5	2	7	5	1	1	1	3	3	18	25	18	32	23 ↓	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estrato 2	16	17	16	16	14	13	15	15	16	16	18	19	16	15	11	26	20	21	16	14	12	21	18	21	17	8	9	10	10	12	82	75	82	68	77 ↑	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Estrato 3	50	41	37	41	45	55	42	38	41	41	44	40	36	41	48 ↑	46	44	38	47	52	59	44	36	38	42	44	33	39	37	40	-	-	-	-	-	72	66	59	63	64	-	-	-	-	-
Estrato 4	19	21	26	23	25	21	22	27	23	26	18	20	25	24	25	17	18	21	21	26	19	17	27	21	26	23	30	28	28	23	-	-	-	-	-	28	34	41	37	36	-	-	-	-	-
Estrato 5	9	11	11	8	9	6	12	10	7	10	12	9	13	9	9	4	6	8	2	3	5	8	11	9	8	18	19	13	13	17	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74	69	64	63	77 ↑
Estrato 6	3	5	6	5	3 ↓	3	4	6	5	2 ↓	3	5	7	4	3	-	2	1	2	1	3	5	6	4	2	6	8	9	9	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	26	31	36	37	23 ↓



¡GRACIAS!

