

Informe Ejecutivo

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

Componente **Cuantitativo**

Informe de empresas mayores a 3 empleados

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



Ver informe





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

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

Introducción

Descripción general del informe.

Metodología

Al objetivo del estudio y su la ficha técnica.

Resultados

Los resultados generales del estudio.

Conclusiones

Las principales conclusiones del estudio



Indica que se puede dar click a los enlaces



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Objetivos

Ficha Técnica

Parte 1

Parte 2

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

Cobertura y errores
muestrales



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Objetivos

Ficha Técnica

Parte 1

Parte 2

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



Introducción

Metodología

Resultados

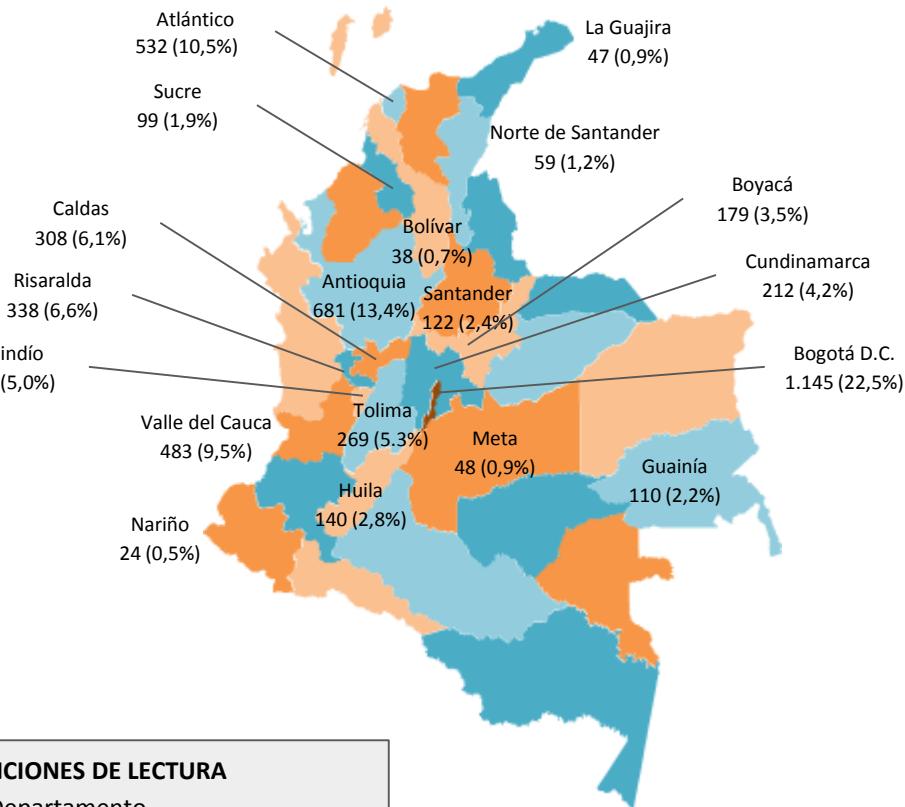
Conclusiones

VOLVER A FICHA
TÉCNICA

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Encuestas realizadas
5.087

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



CONVENCIONES DE LECTURA

Departamento

Cantidad de encuestas (% Porcentaje sobre el total)



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

En resumen...

¿Quiénes hablan en este estudio?

Empresas MIPYME oficiales (según ley 905 de 2004).

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

¿Cuántos encuestas se hicieron?

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

¿De qué periodo se habla en el estudio?

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

¿Cuándo se recolectó la información?

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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario en tecnología

Conexión a internet

Página Web

Aplicaciones (app)

Compras / ventas internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventory TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

TOTAL

4

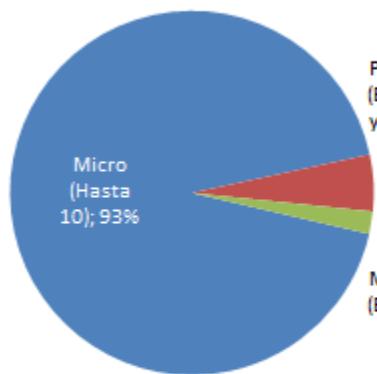
40.889

Cantidad de empleados

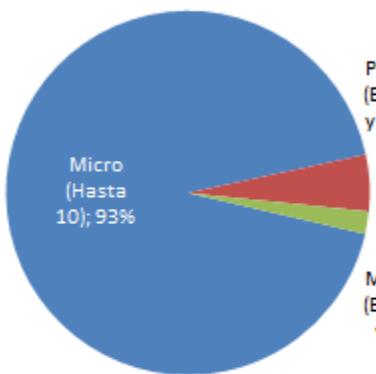
Cargo del entrevistado

Promedio de empleados

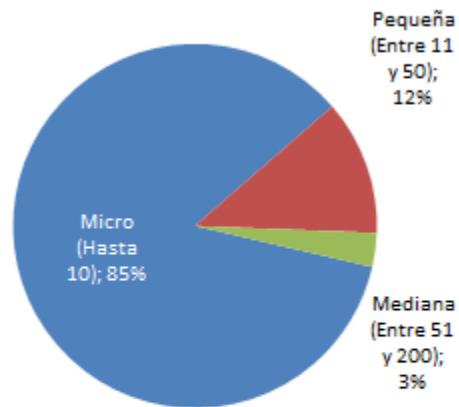
2013



2014



2015



PROMEDIO

	Micro	Pequeña	Medianas
	5,7	24,7	70,3

	Micro	Pequeña	Medianas
	5,4	25,9	118,1

	Micro	Pequeña	Medianas
	6,0	22,0	100,5

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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Cantidad de empleados

Cargo del entrevistado

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

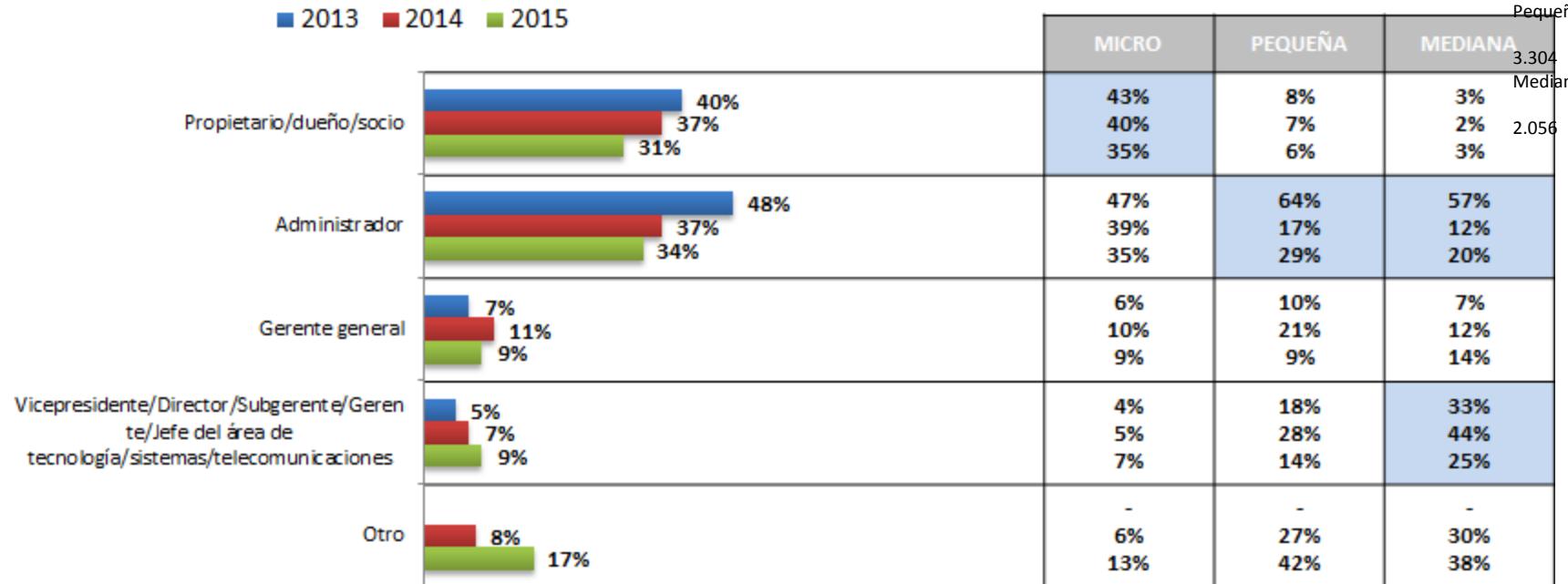
5

3.304

Mediana

1

Cargo del entrevistado



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

Media

1

2.056

Equipos promedio - computadores

COMPUTADORES

TABLET / TABLETA

Promedio de COMPUTADORES

Empresas con este equipo para sus labores

2013 (67%) - 2014 (75%) - 2015 (59%)

2013

2014

2015

TOT. 6,4

Micro 2,7

Pequ. 12,9

Med. 129,2

TOT. 4,7

Micro 3,0

Pequ. 13,4

Med. 53,2

TOT. 5,6

Micro 4,3

Pequ. 7,6

Med. 27,1



F3. De los siguientes equipos ¿con cuántos cuenta la empresa para el desarrollo de su negocio?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

Mediana

1

2.056

Equipos promedio - Tabletas / tablet

COMPUTADORES

TABLET / TABLETA

Promedio de TABLETAS / TABLET

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

2013

2014

2015

TOT. 1,7

Micro 1,4

Pequ. 2,6

Med. 5,0

TOT. 1,9

Micro 1,4

Pequ. 3,4

Med. 12,2

TOT. 1,8

Micro 1,7

Pequ. 2,6

Med. 2,9



F3. De los siguientes equipos ¿con cuántos cuenta la empresa para el desarrollo de su negocio?



Inventario de equipos por área

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

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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Equipos promedio

Equipos por área

Penetración actividades

TOTAL

4

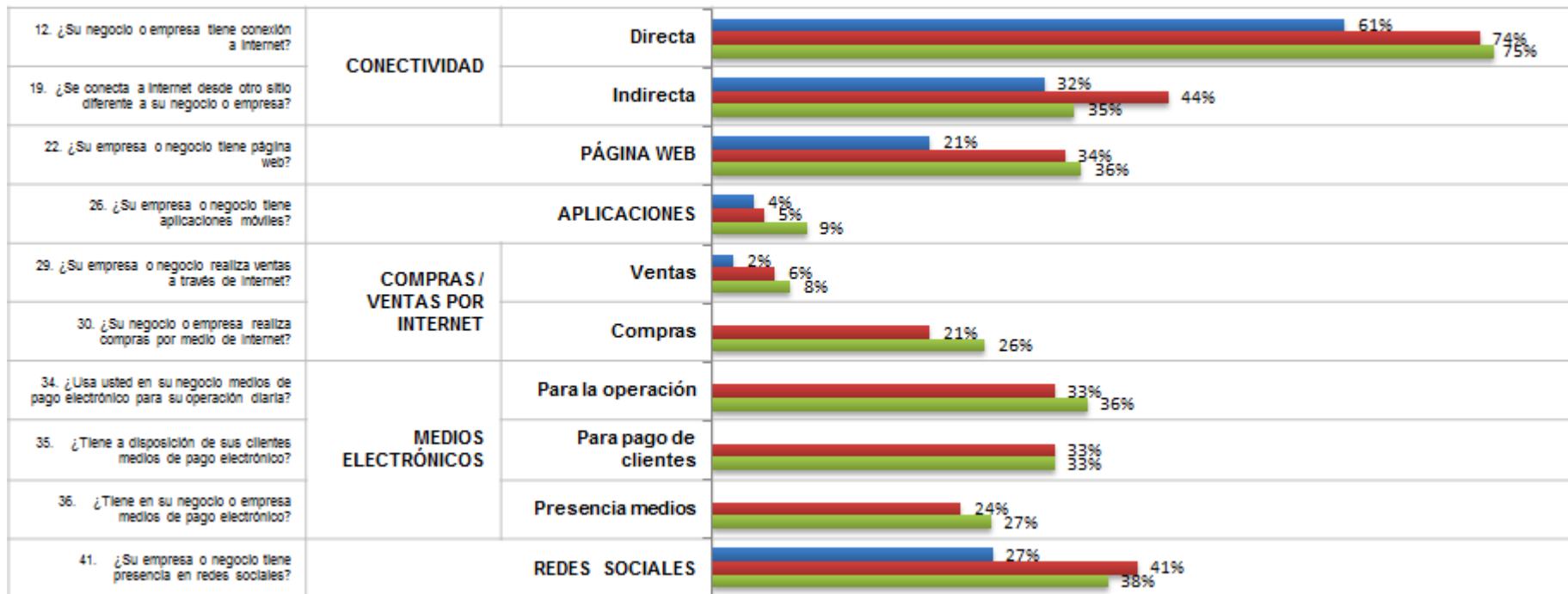
Penetración de actividades On Line en la empresa

■ 2013

■ 2014

■ 2015

40.889





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

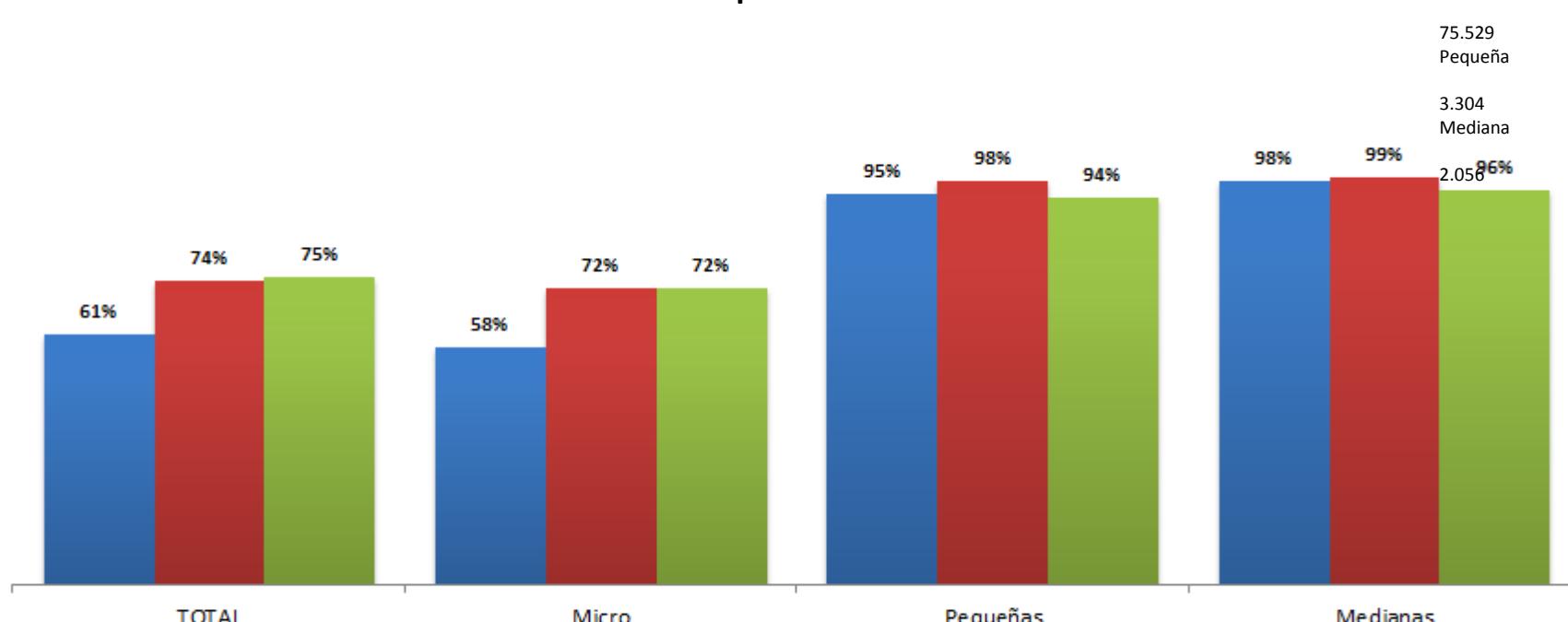
Mediana

1

2.056

Total

Penetración de Conectividad Directa - Tamaño de la empresa





Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

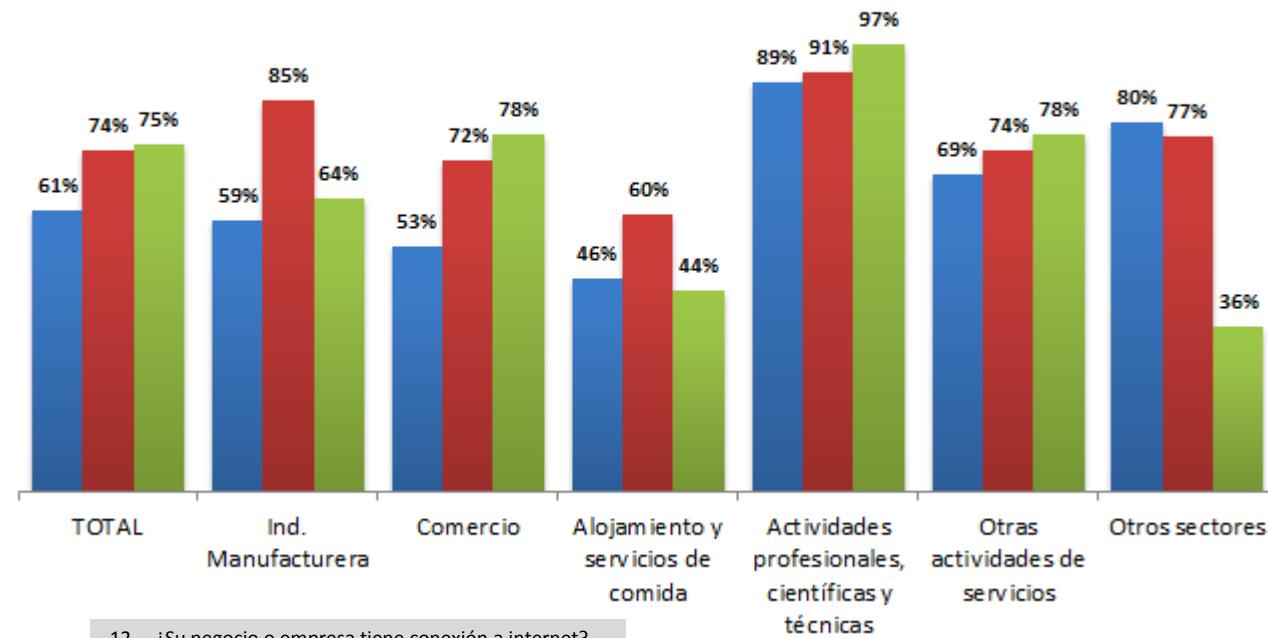
Tamaño

Sectores

TOTAL

440.889

Penetración de Conectividad Directa - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015




Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

Tamaño

Sectores

TOTAL

08.247

Micro

04.735

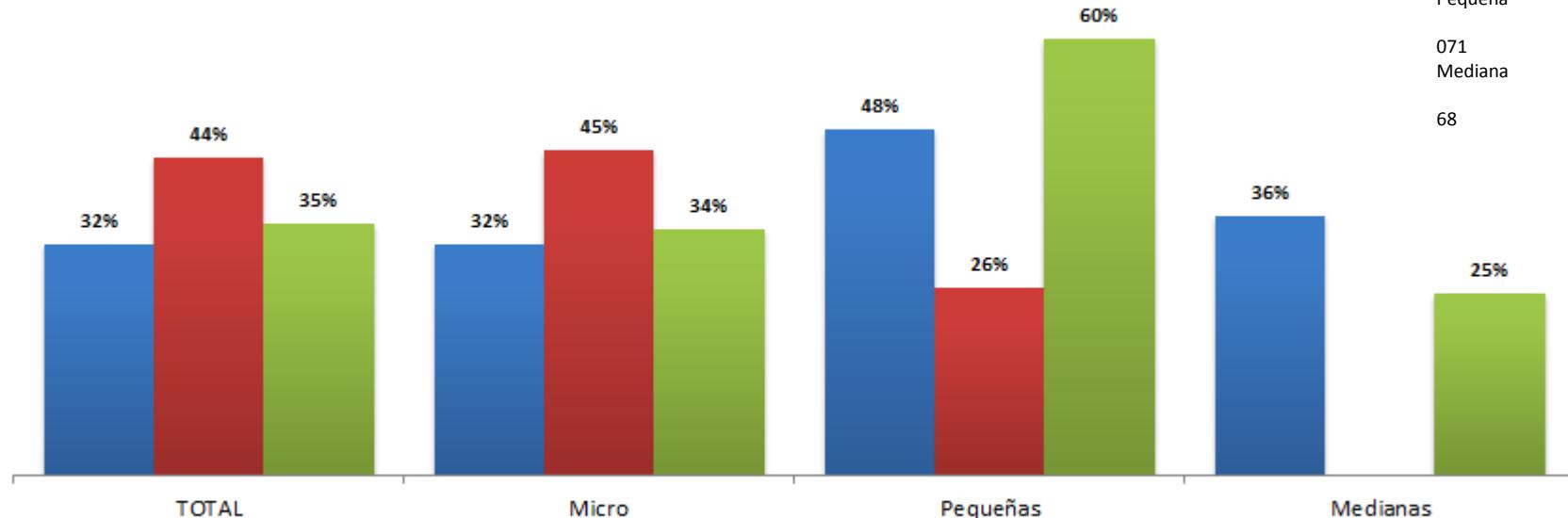
Pequeña

071

Mediana

68

Penetración de Conectividad Indirecta - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Directa

Indirecta

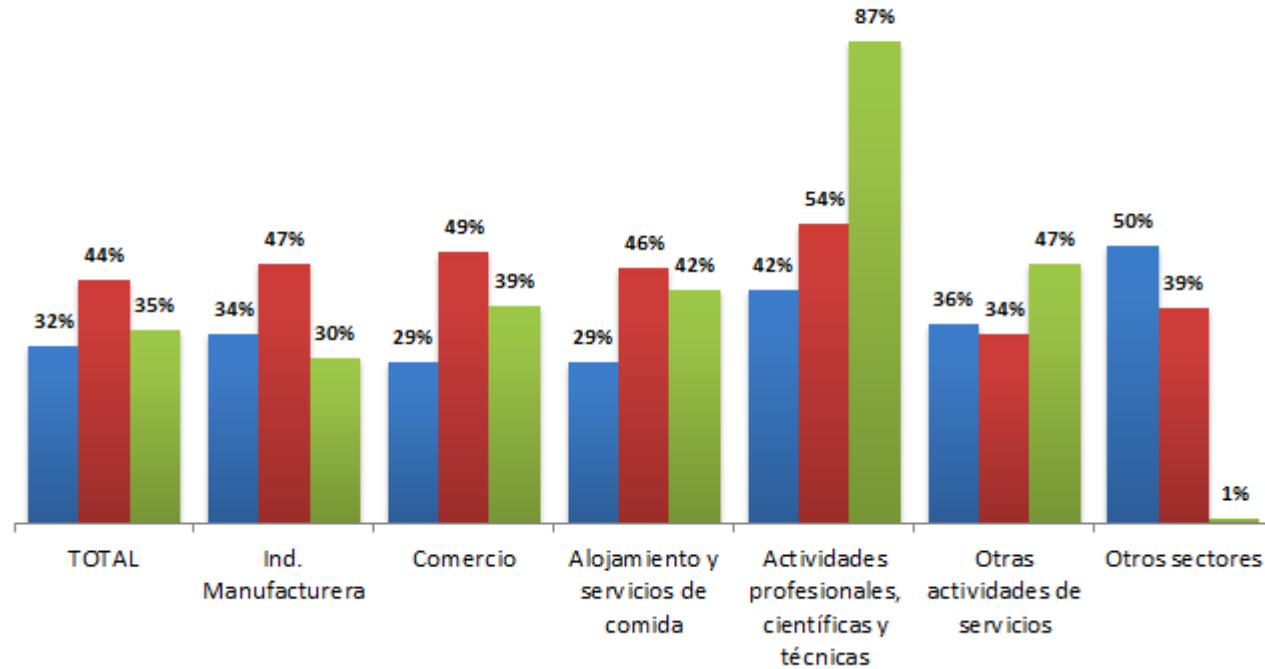
Tamaño

Sectores

TOTAL

108.247

Penetración de Conectividad Directa - Sectores económicos

█ 2013 █ 2014 █ 2015


19. ¿Se conecta a internet desde otro sitio diferente a su negocio o empresa?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

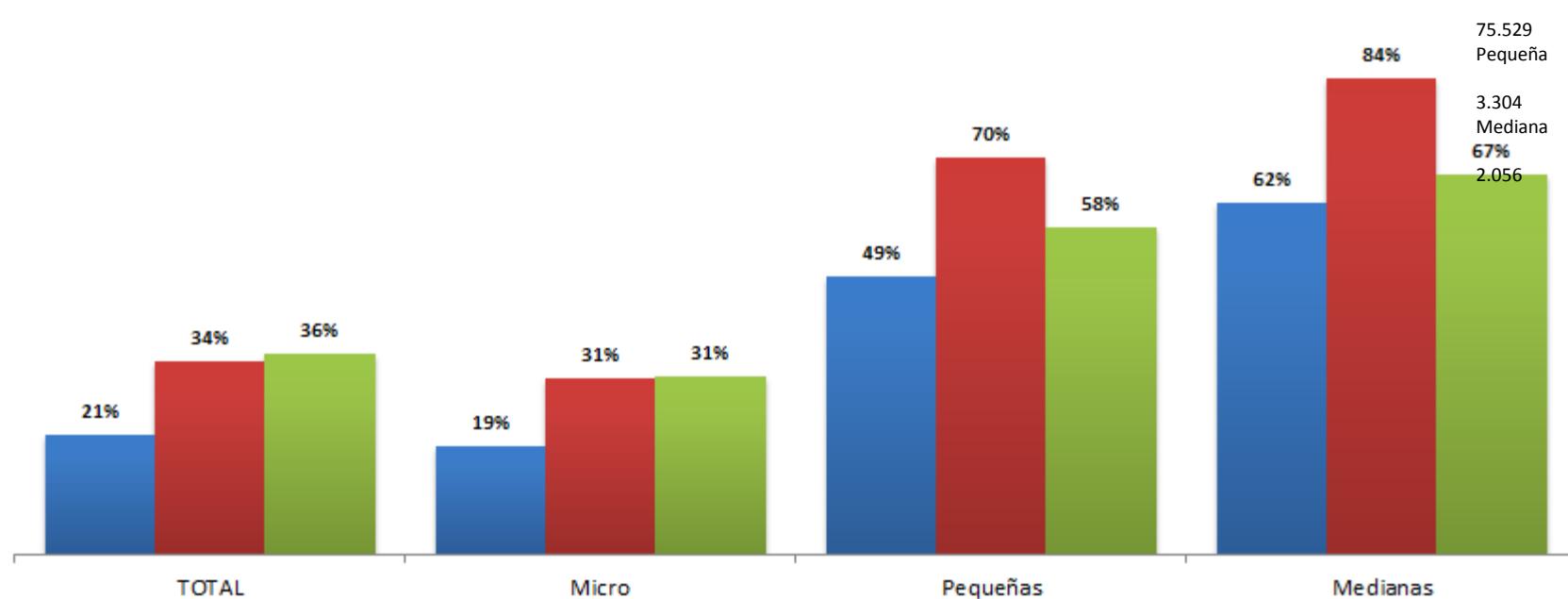
Mediana

1

67%

2.056

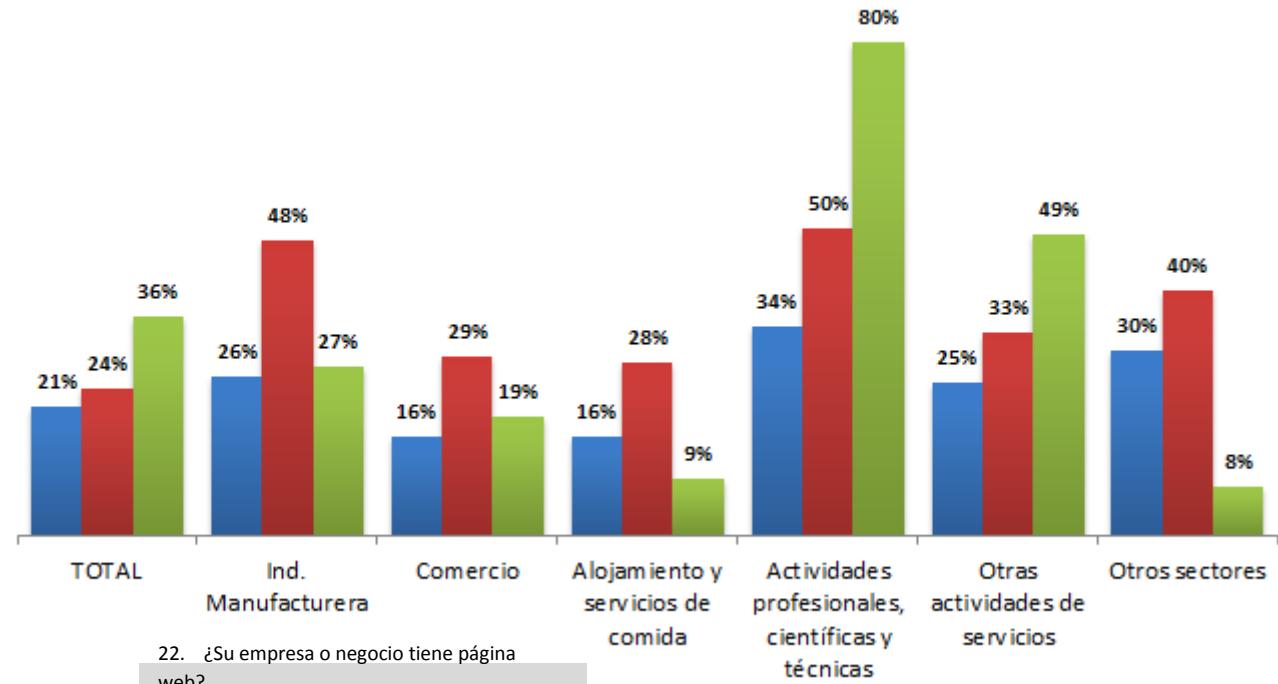
Penetración de Página Web - Tamaño de la empresa





Penetración de Página Web - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

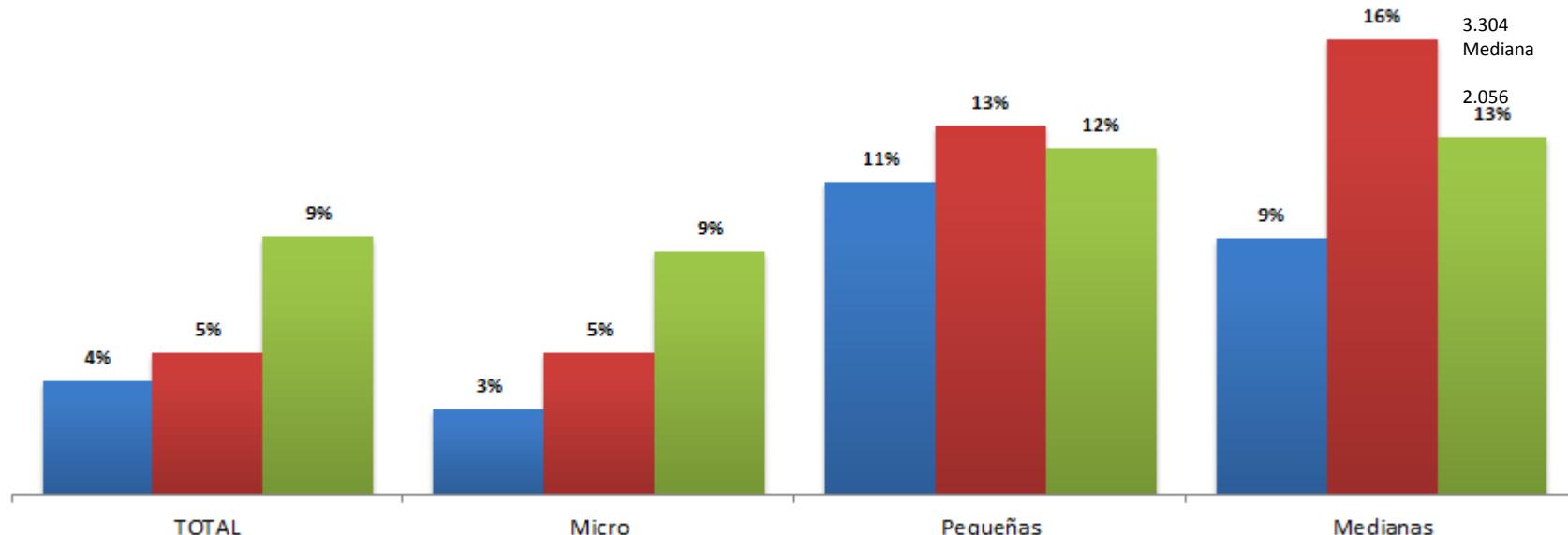
Mediana

1

2.056

13%

Penetración de Aplicaciones (apps) - Tamaño de la empresa



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

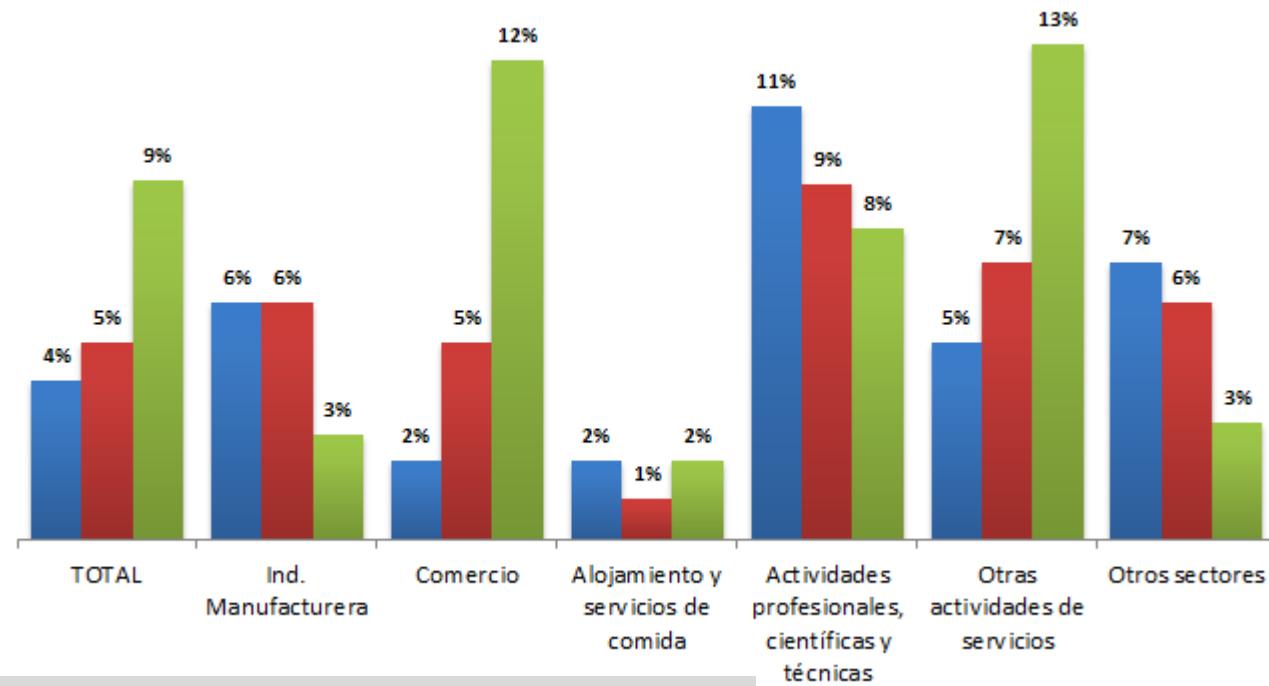
Sectores

TOTAL

440.889

Penetración de Aplicaciones (apps) - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

16%

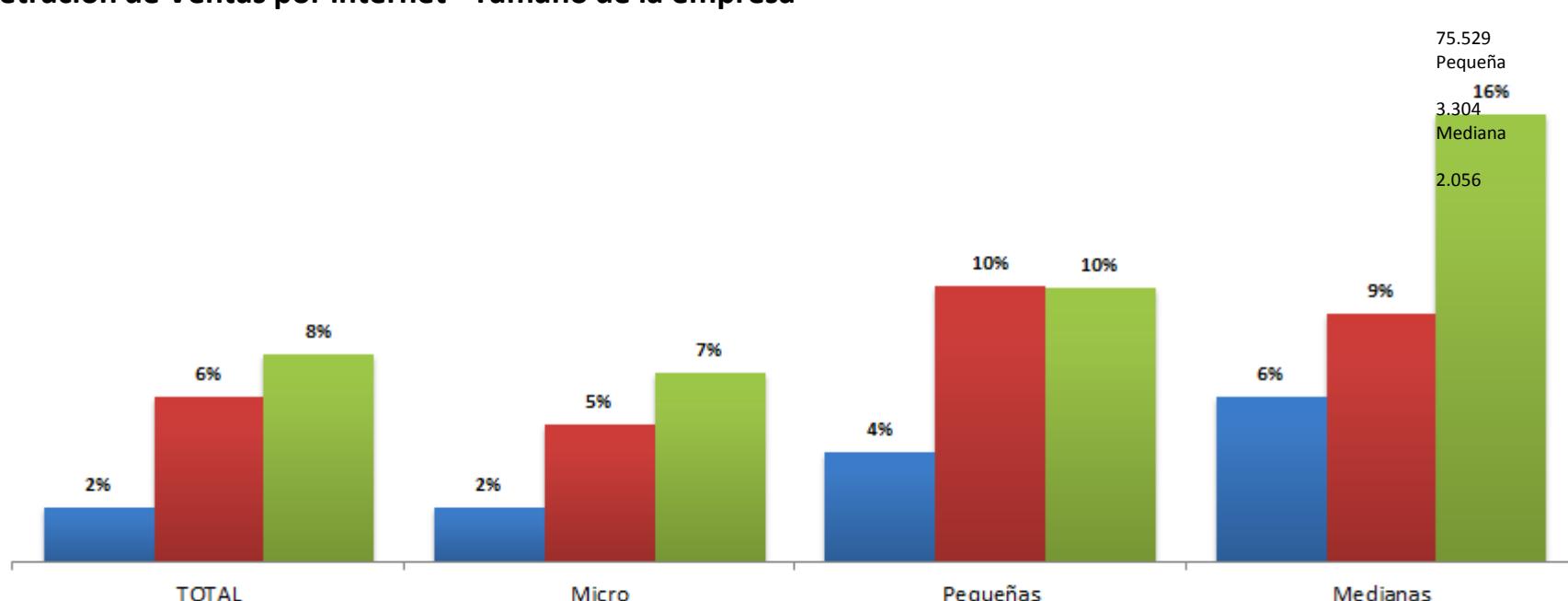
3.304

Mediana

5

2.056

Penetración de Ventas por internet - Tamaño de la empresa



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

TOTAL

440.889

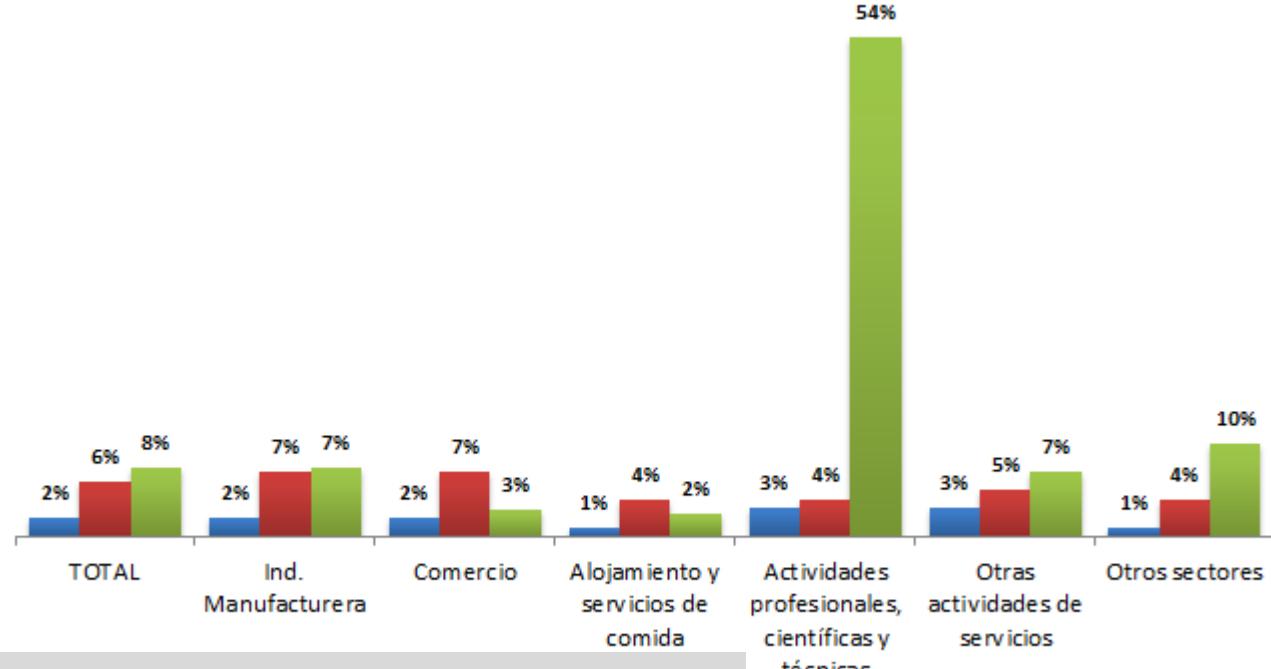
Tamaño

Sectores

Penetración de Ventas por internet - Sectores económicos

█ 2013 █ 2014 █ 2015

54%



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

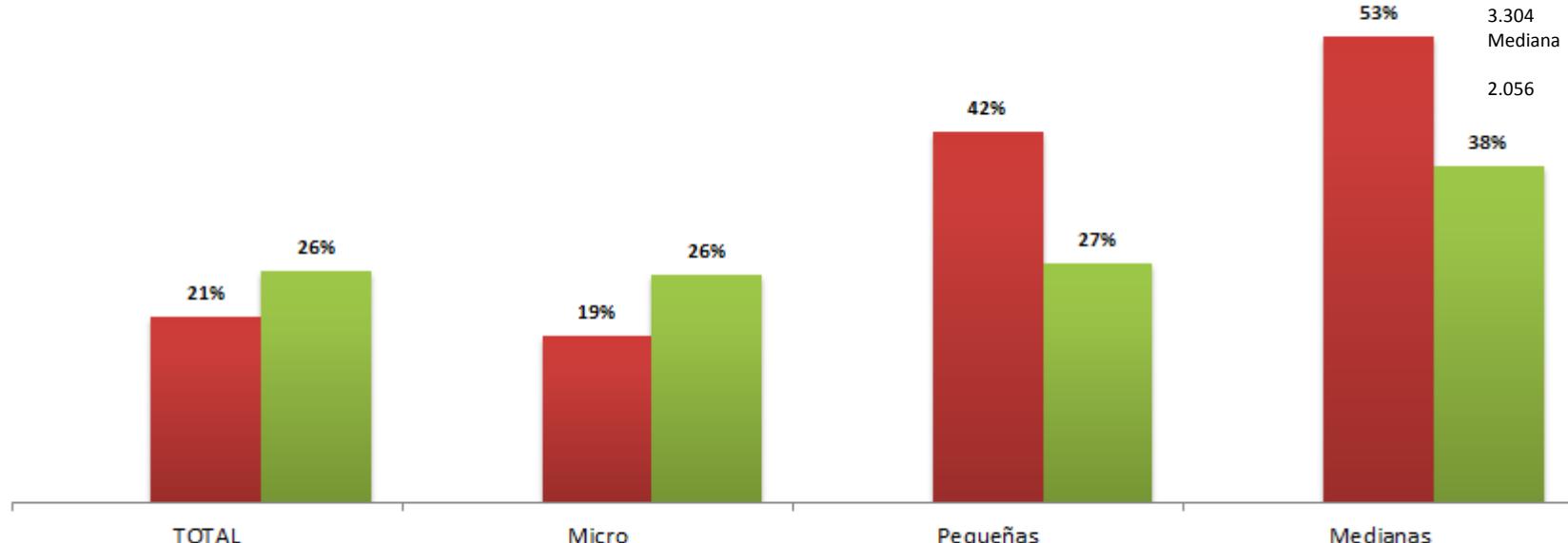
Mediana

1

2.056

38%

Penetración de Compras por internet - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Ventas

Compras

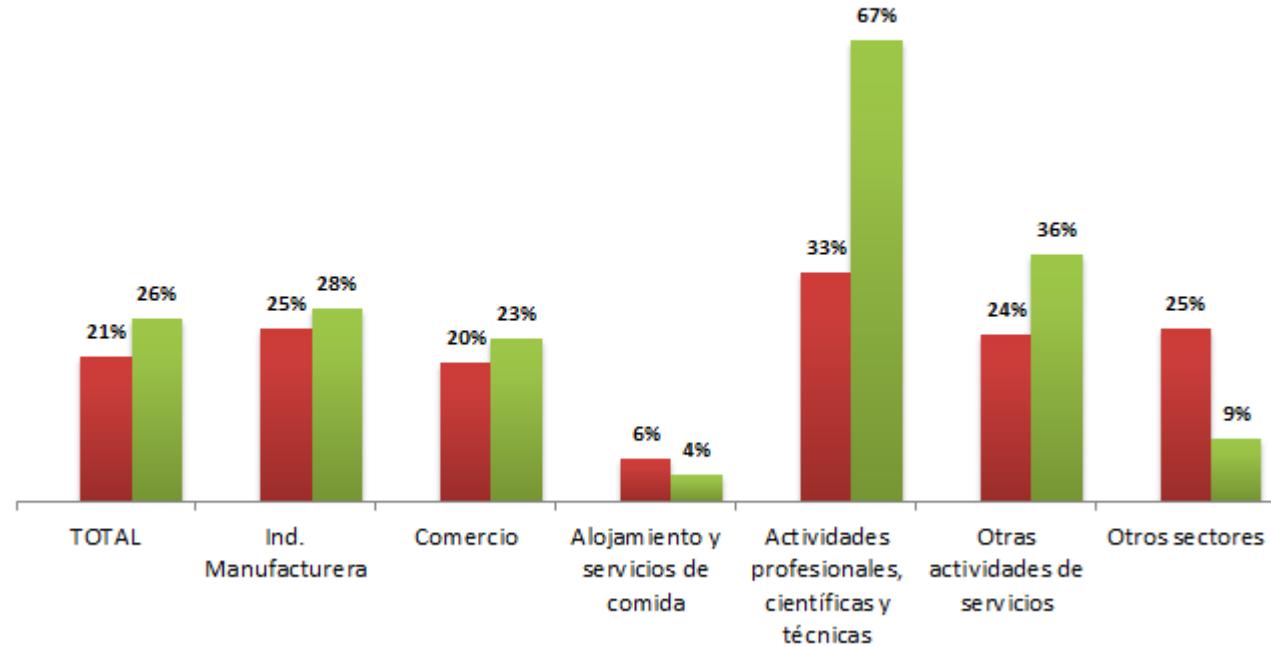
Tamaño

Sectores

TOTAL

440.889

Penetración de Compras por internet - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015




Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

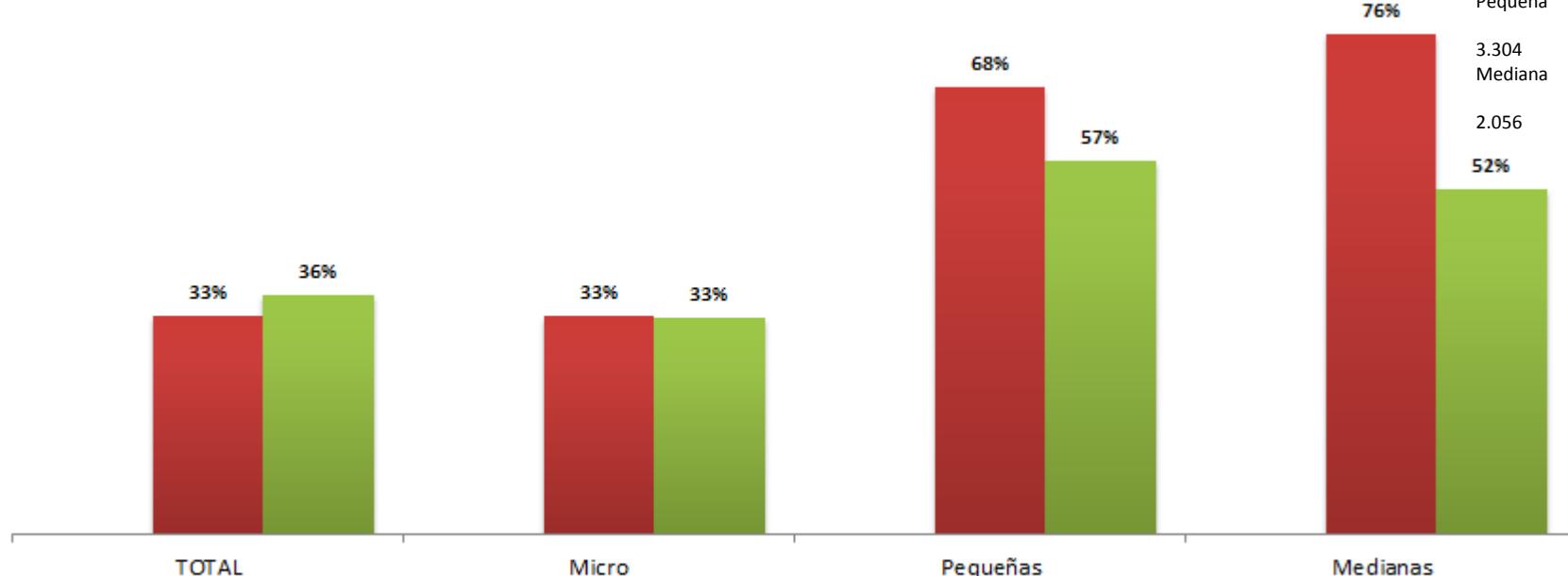
Mediana

1

2.056

52%

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



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

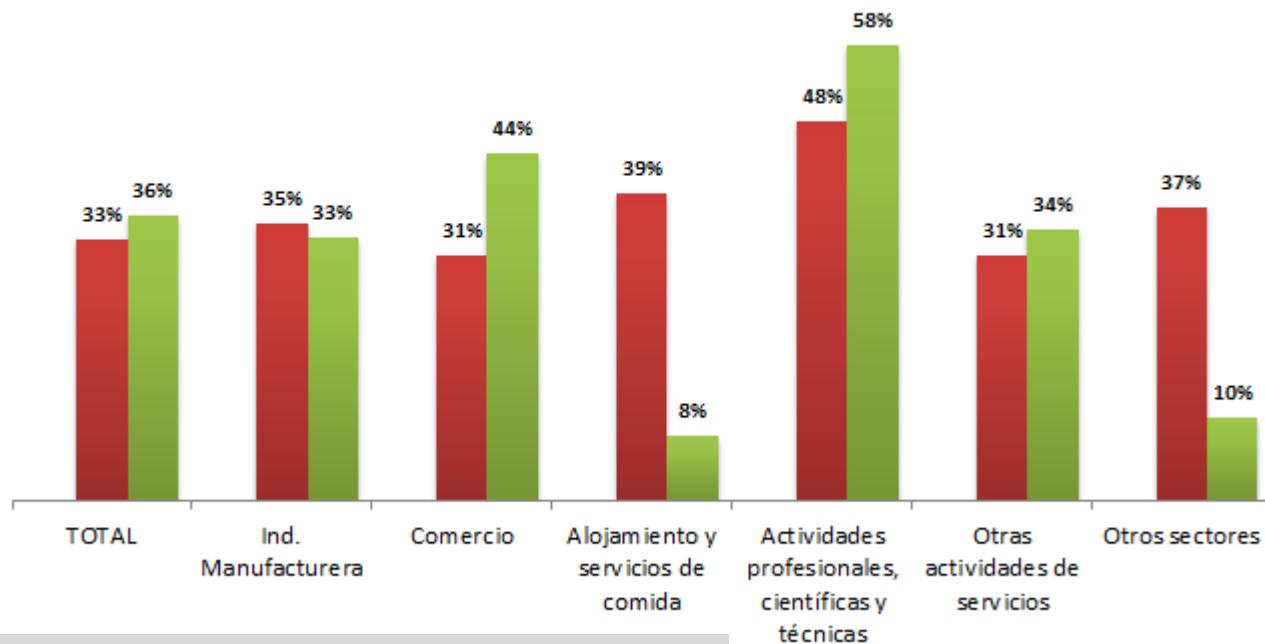
TOTAL

440.889

Tamaño

Sectores

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

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015


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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

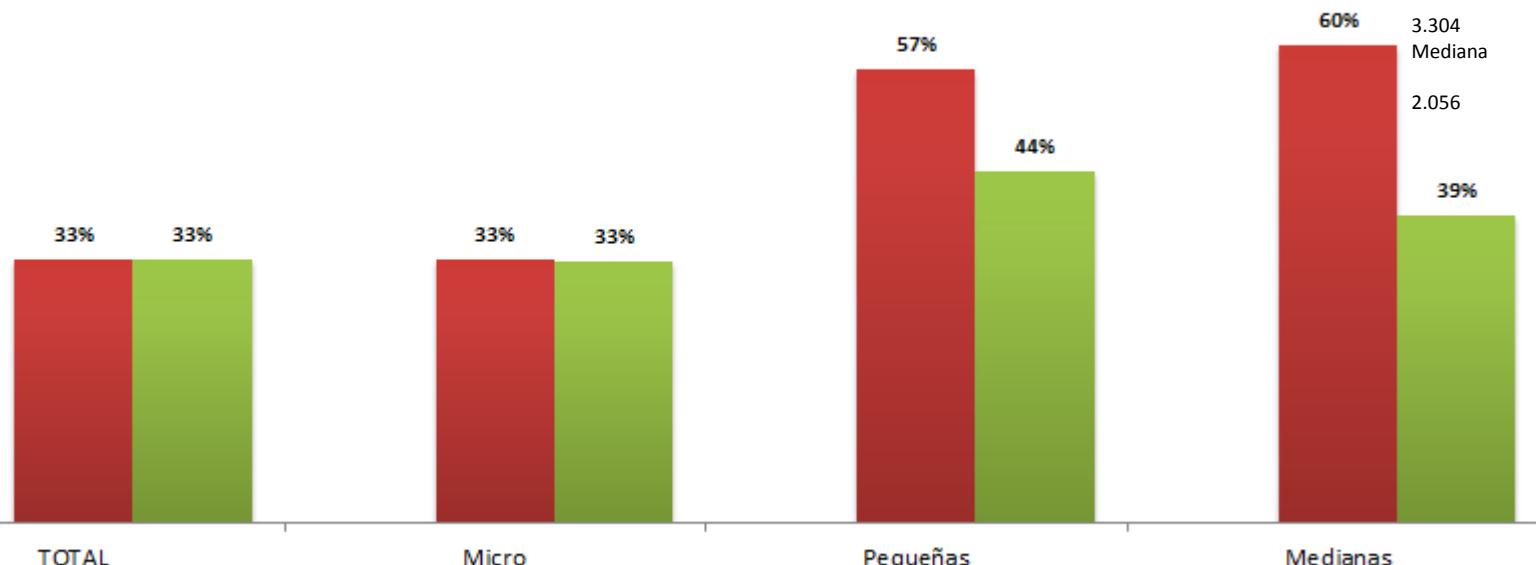
Mediana

1

2.056

39%

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





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

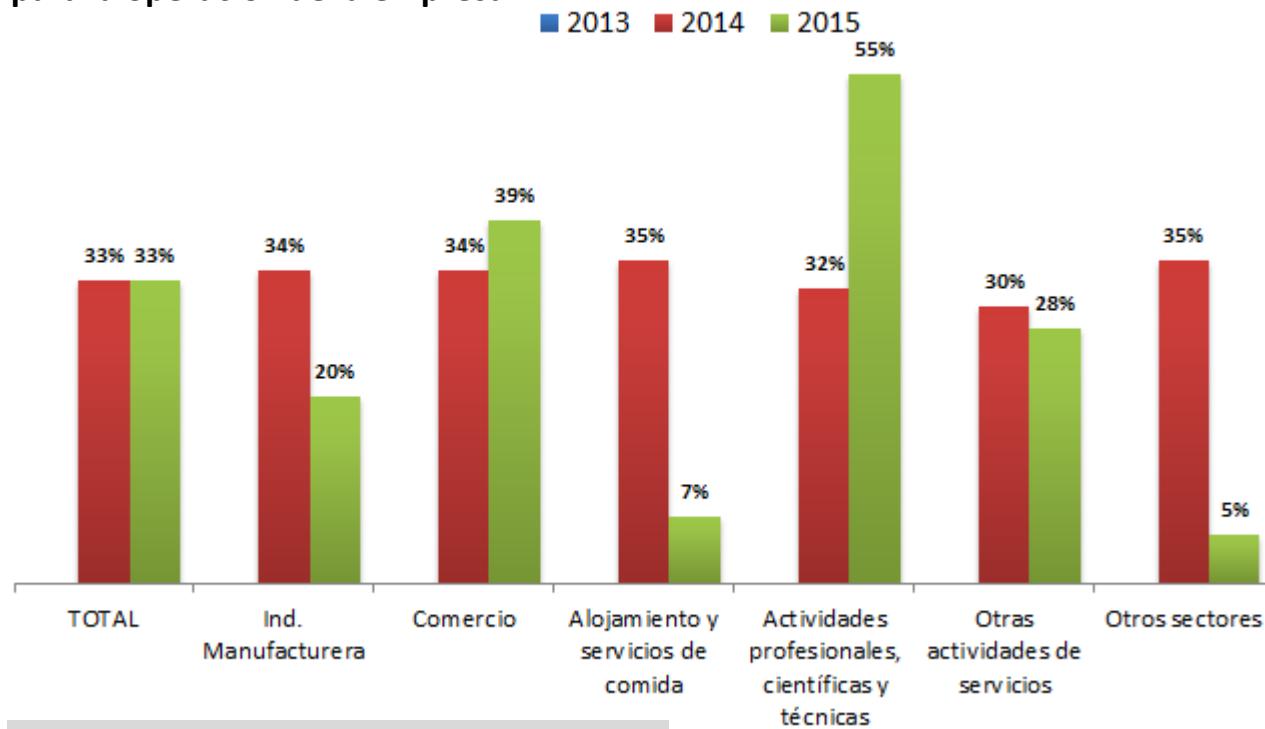
Tamaño

Sectores

TOTAL

440.889

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





Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

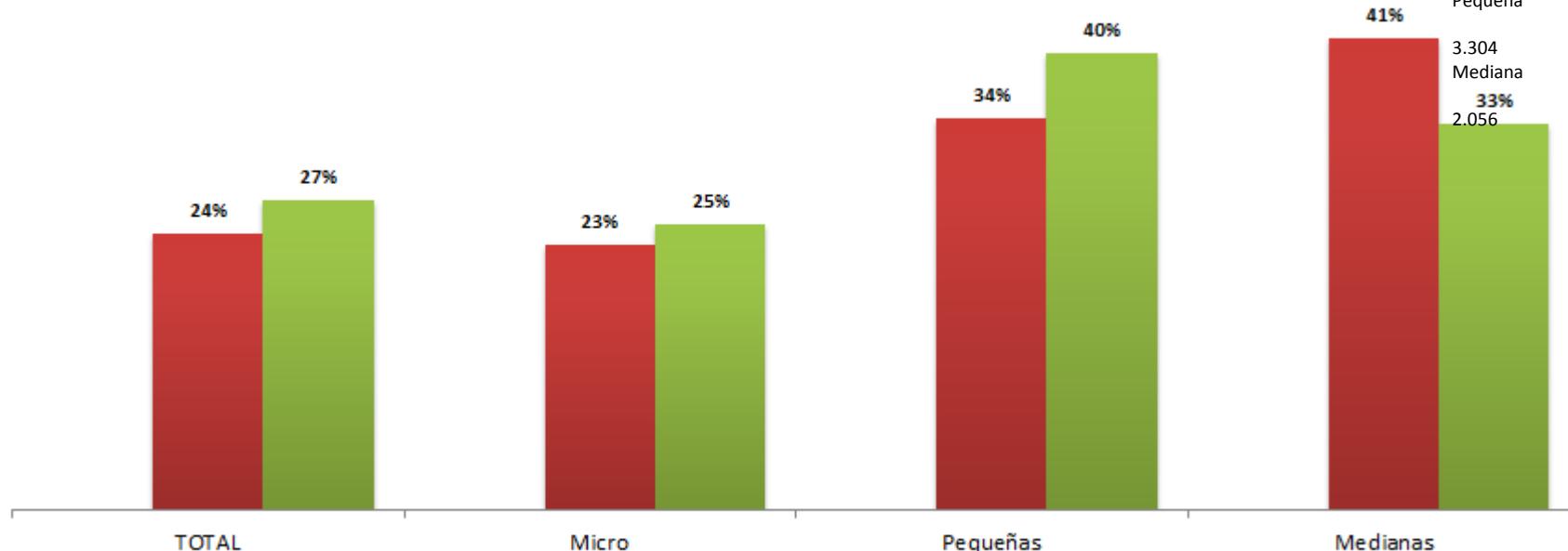
Mediana

1

33%

2.056

Penetración de Medios Electrónicos general - Tamaño de la empresa





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Para la operación

Para pago de clientes

Presencia Medios Elec.

Tamaño

Sectores

TOTAL

1.434.421

Ind. Manufacturera
Comercio

499.878

Alojamiento

65.512

Act. profesionales

58.932

Otras act. servicios

363.194

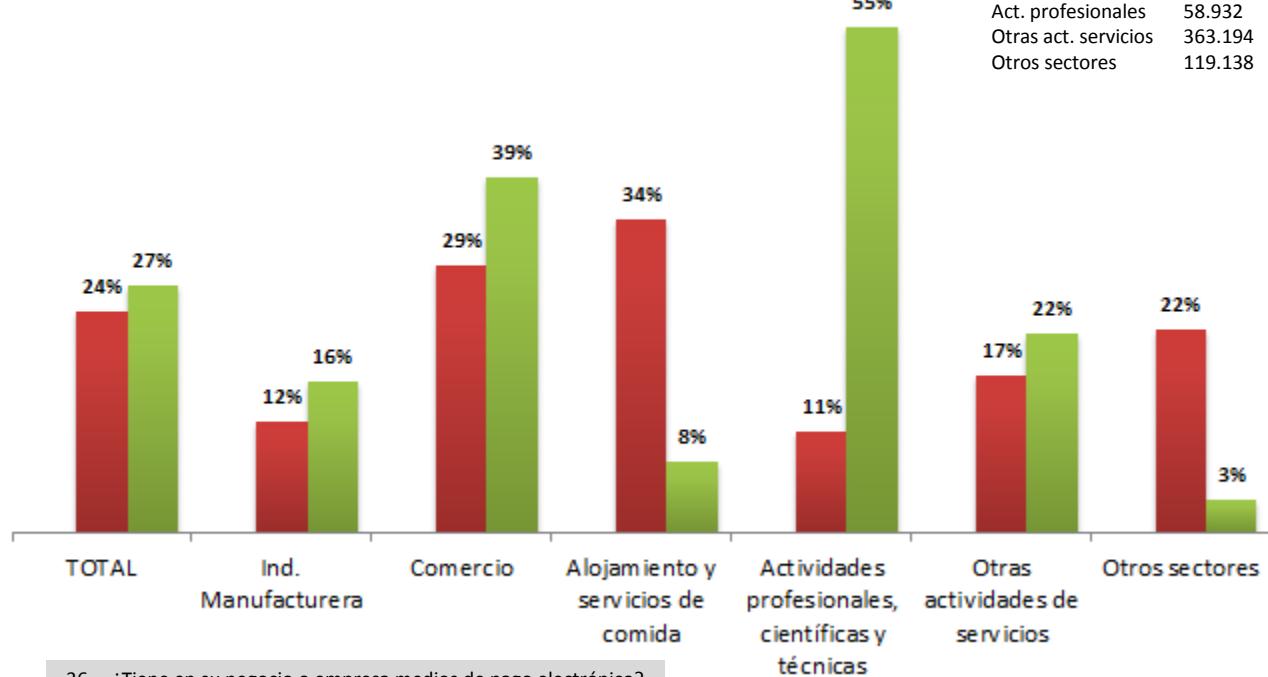
Otros sectores

119.138

Penetración de Medios Electrónicos general - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

55%





Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

Sectores

TOTAL

4

40.889

Micro

3

75.529

Pequeña

5

3.304

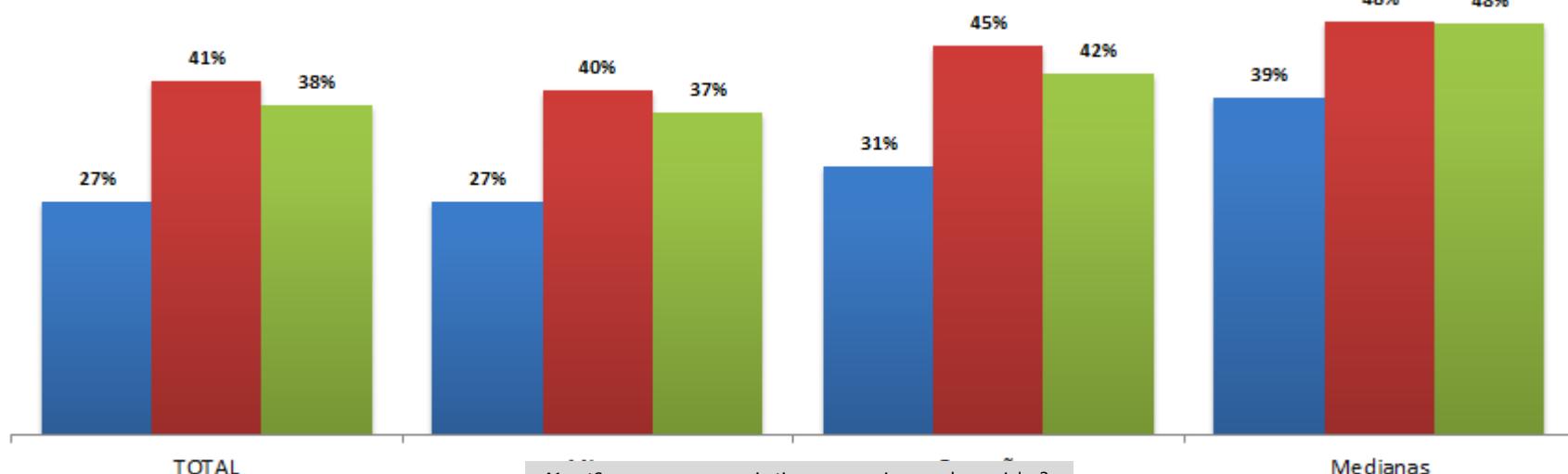
Mediana

1

2.056

48%

Penetración de Redes Sociales - Tamaño de la empresa



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Tamaño

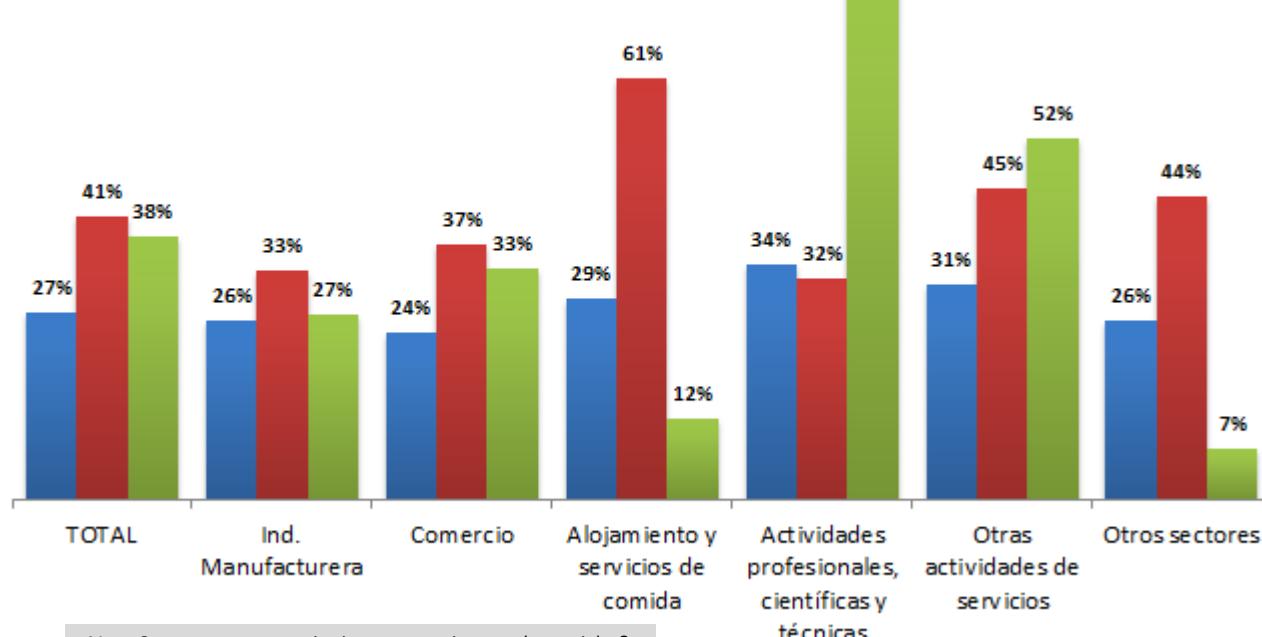
Sectores

TOTAL

440.889

Penetración de Redes Sociales - Sectores económicos

■ 2013 ■ 2014 ■ 2015



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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

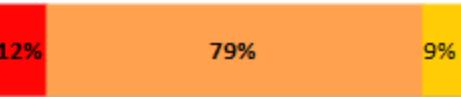
Trámites en línea

TOTAL

40.889

4

Solicitud de información sobre Trámites y Servicios ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD	35%	38%	46%
PREFERENCIA INTERNET	2%	53%	63%
SATISFACCIÓN	 12% 	 2% 	 6% 

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

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

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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

¿Quién habla en este estudio?

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

Trámites en línea

TOTAL

4

40.889

Interposición de Peticiones, Quejas y Reclamos ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD	16%	25%	21%
PREFERENCIA INTERNET	1%	31%	35%
SATISFACCIÓN	No se midió	 13% 2 19% 3 47% 4 17% 5	 14% 1 9% 2 45% 3 27% 4 5% 5

47. ¿Su empresa o negocio ha realizado solicitudes, quejas y reclamos ante entidades públicas?
 48. ¿Para realizar solicitudes, quejas y reclamos ante entidades públicas, usted prefiere hacerlo?
 49. ¿Qué tan satisfecho se siente en una escala donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho?



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Información TyS

PQR

Trámites en línea

TOTAL

40.889

4

Realización de Trámites y Servicios en línea ante entidades estatales

	2013	2014	2015
SOLICITUD		88%	57%
PREFERENCIA INTERNET	No se midió	35%	64%
SATISFACCIÓN	 	 	

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

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

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



Introducción

Metodología

Resultados

Conclusiones

Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Inversión próximos 12 meses

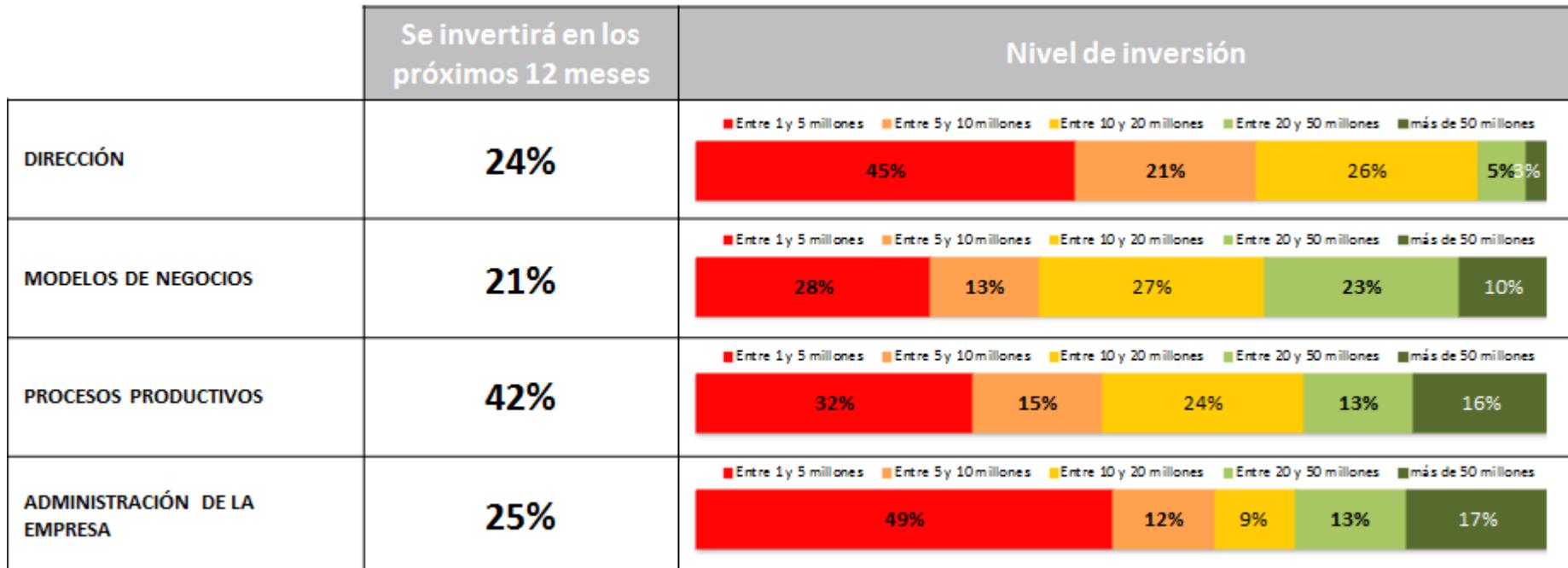
Necesidades de capacitación

TOTAL

40.889

4

Necesidades de inversión por área de la empresa



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

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



Demográficos

Inventario TIC

Conexión a internet

Página web

Aplicaciones (app)

Compras/ventas Internet

Medios electrónicos

Redes sociales

Gobierno en línea

Necesidades de inversión

Inversión próximos 12 meses

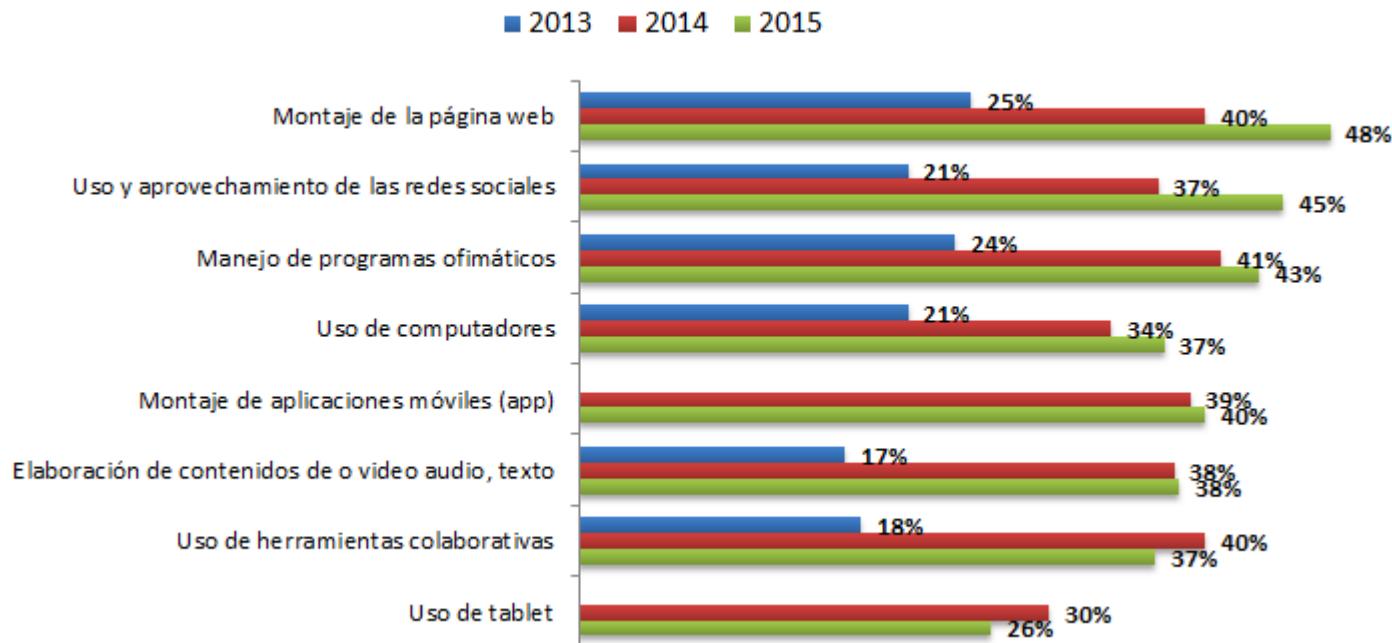
Necesidades de capacitación

TOTAL

40.889

4

Necesidades de capacitación





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

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



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

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