

2022

EL ROL DE LOS SERVICIOS

EN EL SECTOR
DE LAS COMUNICACIONES
EN COLOMBIA AÑO 2022

EMPRESAS

AÑO 2022

@CRCCol

/CRCCol

/CRCCol

CRCCOL

Tabla de contenido

Objetivo

Ficha Técnica

- 1. Equipamiento y servicios que tiene la empresa**
- 2. Servicios de voz**
- 3. Servicios de mensajería móvil**
- 4. Servicios de mensajería y envío de paquetes**
- 5. Inversión publicitaria**
- 6. Caracterización**

Objetivo

- Identificar la adopción de servicios OTT y otros servicios en línea y su relación con los servicios tradicionales de comunicaciones para los segmentos residencial y empresarial.
- En esta presentación se detalla la metodología, caracterización y estadísticas descriptivas para el segmento empresarial.

Ficha Técnica (1/2)

PROVEEDOR DE INVESTIGACIÓN: Centro Nacional de Consultoría S.A.

ENTIDAD CONTRATANTE: Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC

FUENTE DE FINANCIACIÓN: Comisión de Regulación de Comunicaciones - CRC

UNIVERSO EN ESTUDIO: Empresas grandes, medianas y pequeñas registradas en el RUES (Registro Único Empresarial). Para estructurar el universo en estudio se tendrán en cuenta los diferentes sectores económicos; industria, comercio, servicios y otros. En Colombia se encontraban registradas 141.712 empresas grandes, medianas y pequeñas. El 66.3% de las empresas se encuentran registradas en las ciudades principales (93.909 empresas) Bogotá, Medellín, Cali, Bucaramanga, Cartagena o Barranquilla.

DISEÑO DE MUESTREO: Se hizo uso del marco de muestreo disponible en el Centro Nacional de Consultoría, el cual corresponde al directorio de empresas inscritas el Registro Único Empresarial (RUES) cuyo tamaño se encuentra en los contemplados en el presente estudio.

Ficha Técnica (2/2)

TAMAÑO DE MUESTRA:	1.146 encuestas* entre urbanas y rurales
MARGEN DE ERROR Y NIVEL DE CONFIANZA:	Margen de error de muestreo de 2,9%. Confiabilidad de 95%
TEMAS A LOS QUE SE REFIERE:	Determinar las condiciones de la adopción de servicios en línea y cómo se relacionan estos con los servicios de comunicaciones tradicionales en Colombia.
PERIODO TRABAJO DE CAMPO:	13 de septiembre a 19 de diciembre de 2022
# DE ENCUESTADORES Y MÉTODO DE SUPERVISIÓN:	Participaron 121 encuestadores. El método de supervisión fue monitorización 15%
TECNICA DE RECOLECCIÓN:	Encuesta presencial, telefónica y virtual

**Representatividad a nivel de tamaño y de sector.*

Nota 1: 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.

Nota: Este informe atiende los lineamientos de la norma ISO 20252:2012

1. Equipamiento y servicios que tiene la empresa



AÑO 2021

@CRCCol

/CRCCol

/CRCCol

CRCCOL



Equipamiento de dispositivos

P1. ¿Con cuáles de los siguientes equipos/dispositivos cuenta la empresa?
Por favor mencione solo los dispositivos de propiedad de la empresa y no del empleado

P1B. ¿Cuántos? (Promedio)

P1C. ¿Valor aproximado?

Base (Real) Base (Exp.)

	Respondieron Sí	Total empresas	Grandes > 201 empleados	Medianas 51 a 200 empleados	Pequeñas 11 a 50 empleados	(Miles)	Base (Real)	Base (Exp.)
5.Computador de escritorio / torre / fijo	90%	12,4	22%	15%	24%	\$ 3.731	1.040	127.328
1.Teléfono fijo	85%	9,7	16%	13%	18%	\$ 199	973	120.398
4.Computadores portátiles	78%	15,0	44%	17%	15%	\$ 2.411	907	110.686
7.Smartphone Inteligente / iPhone	63%	10,3	23%	14%	15%	\$ 1.266	722	89.171
2.Smart TV (Televisor con disponibilidad de conexión a internet integrada)	53%	4,1	6%	4%	7%	\$ 2.127	616	74.775
11.Videobeam o proyectores	38%	1,6	1%	2%	4%	\$ 1.593	472	53.535
3.Televisor básico que no permite el acceso directo a internet	33%	2,7	2%	3%	7%	\$ 803	372	46.028
6.Tablets	29%	8,0	13%	8%	8%	\$ 954	338	41.117
8.Celulares clásicos/flecha	27%	4,2	5%	6%	9%	\$ 320	321	38.427
10.Caja para streaming como Apple TV, Google Chromecast, Roku, Amazon Fire	6%	2,1	2%	2%	5%	\$ 365	69	9079*
9.Consolas de videojuegos	1%	1,5	0,4%	2%	5%	\$ 1.704	8	1216*

Base (Real): Total Encuestados 1.146

Base (Exp.): 141.712

* Nota: Base pequeña con respecto al total

Equipos y dispositivos con los que cuentan las empresas

P1. ¿Con cuáles de los siguientes equipos/dispositivos cuenta la empresa?

Por favor mencione solo los dispositivos de propiedad de la empresa y no del empleado

	Total empresas	Grandes	Medianas	Pequeñas
5.Computador de escritorio / torre / fijo	41%	61%	37%	40%
4.Computadores portátiles	38%	72%	39%	29%
2.Smart TV (Televisor con disponibilidad de conexión a internet integrada)	15%	37%	9%	15%
11.Videobeam o proyectores	6%	8%	4%	7%

Base (Real): Total Encuestados **1.146**

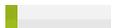
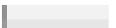
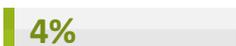
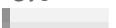
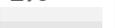
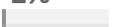
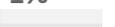
Base (Exp.): **141.712**

Equipamiento de servicios fijos

P2. ¿Con cuáles de los siguientes servicios pagos cuenta la empresa?

P2B. ¿Puede darme el valor aproximado que pagó mensualmente durante el 2021 la empresa por ...

P2C. De acuerdo con la siguiente escala ¿Cuántos dispositivos cuentan con...

	Respondieron Sí	P2B. ¿valor Aproximado mensual? Promedio (Miles)	P2C. ¿Cuántos dispositivos cuentan con este servicio?*					Base (Real)	Base (Exp.)
			Todos	La mayoría	Algunos	Ninguno	No sabe		
P2.4.Telefonía IP a fijos y celulares	 58%	 \$ 1.549						674	82.842
P2.1.Servicios de televisión paga	 31%	 \$ 410	 43%	 11%	 40%	 4%	 2%	353	44.561
P2.2.Paga por tener canales premium	 4%	 \$ 197	 22%	 17%	 54%	 6%	 1%	41	5123*
P2.3.Servicios de streaming (Netflix, Amazon Prime, Star+, HBO Max, etc.)	 4%	 \$ 155	 30%	 16%	 51%	 2%	 1%	45	5702*

Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

*Nota 1: Base pequeña con respecto al total
 **Nota 2: La pregunta P2C no se hizo para el servicio de telefonía IP a fijos y celulares, ya que esto no es de fácil identificación para el informante por la cantidad de personas dentro de las empresas que pueden contar con esos servicios.

Hallazgos principales

Equipamientos y servicios

- ❑ Las empresas cuentan en mayor medida con computadores de escritorio, portátiles y teléfonos fijos. 9 de cada 10 empresas informa contar con computadores de escritorio, mientras casi 8 de cada 10 dice contar con computadores portátiles.
- ❑ El principal servicio manejado por las empresas es la telefonía IP a fijos y celulares, el 58% indica contar con este servicio con un pago mensual promedio de \$ 1.549.000 en 2021.
- ❑ Más de la mitad de las empresas tienen al menos 1 Smart Tv dentro de sus dotaciones.

2. Servicios de Voz



Servicios que tienen las empresas

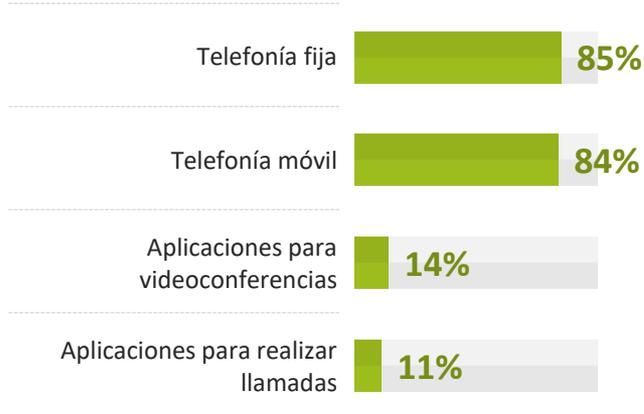
P3. ¿Cuáles de los siguientes servicios **tiene su empresa?**



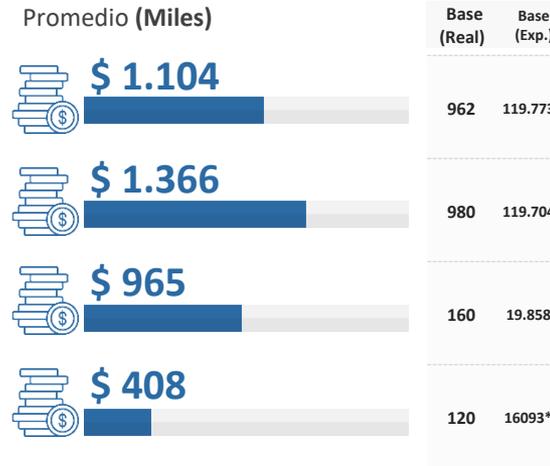
Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Caracterización y pagos promedio

P4. De los servicios que mencionó que tiene su empresa, ¿por cuáles paga?



P5. ¿Cuánto paga su empresa mensualmente por estos servicios?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Usos de servicios de voz y pagos promedio

P6. ¿Su empresa realiza llamadas...?



Nacionales

Respondieron **No**
11%



Respondieron **Sí**
89%

P7. ¿Cuál es el porcentaje que se paga mensualmente para el servicio de llamadas ...?*

P5. ¿Cuánto paga su empresa mensualmente por estos servicios? (Telefonía fija)



**Promedio
calculado**
95%

**Promedio
(Miles COP)**
\$ 1.104

Respondieron **No**
75%



Respondieron **Sí**
25%



**Promedio
calculado**
5%

**Promedio
(Miles COP)**
\$ 107

Base (Real): Entrevistados que tienen servicios de telefonía fija	983
Base (Exp.):	122.203

Base (Real): Entrevistados que tienen servicios de telefonía fija	884
Base (Exp.):	108.706

Base (Real): Entrevistados que tienen servicios de telefonía fija	652
Base (Exp.):	82.737

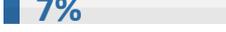
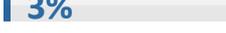
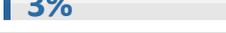
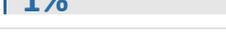
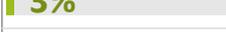
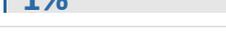
* Nota: Porcentaje calculado sobre el valor total pagado en servicio de telefonía

P3. ¿Cuáles de los siguientes servicios tiene su empresa?



Usos de aplicaciones para hacer y/o recibir llamadas

P7A. ¿Qué aplicaciones en línea utilizan generalmente en su empresa para hacer y/o recibir llamadas o videollamadas? ¿Su empresa paga por usar ...?
Aproximadamente ¿cuál es el valor que pagó su empresa mensualmente en el 2021 por ...?

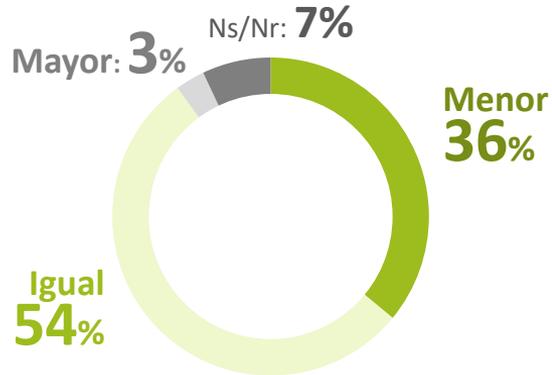
Aplicaciones	¿Su empresa paga?		Valor			
	Respondieron Sí	Base (Real)	Base (Exp.)	Promedio (Miles)	Base (Real)	Base (Exp.)
2.WhatsApp  52%	 16%	619	74.113	 \$ 347	99	11575*
10.Google meets  32%	 21%	379	45.327	 \$ 1.880	81	9692*
11.Teams  32%	 31%	361	44.872	 \$ 3.059	114	13775*
9.Zoom  28%	 22%	330	39.925	 \$ 506	67	8828*
1.Skype  7%	 20%	80	9785*	 \$ 292	17	1964*
8.Messenger - Facebook  3%	 14%	43	4433*	 \$ 400	6	611*
12.Instagram  3%	 15%	37	4406*	 \$ 187	7	667*
3.Telegram  2%	 5%	26	2602*	 \$ 300	1	127*
4.Facetime  1%	 3%	16	1830*	 \$ 140	1	46*
13.Cisco/Webex  1%	 36%	16	1815*	 \$ 2.305	5	647*
Ninguna  14%						

* Nota: Base pequeña con respecto al total

Reemplazo por declaración de servicios de telefonía fija

Videoconferencias

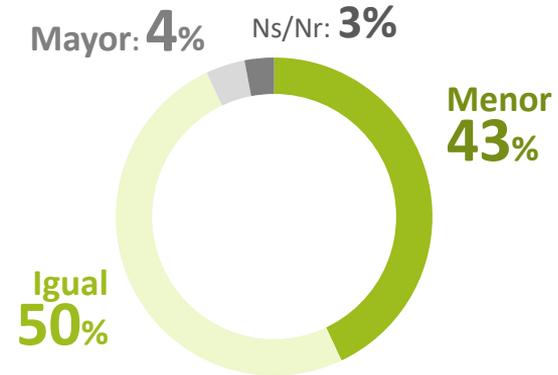
P8. Desde que se implementaron las aplicaciones para videoconferencias en la empresa (como Zoom, Teams, Skype, Google meet), usted diría que el gasto en telefonía fija es



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Llamadas de solo voz

P9. Desde que se implementaron las aplicaciones para llamadas sólo voz (como Whatsapp, Telegram, Skype) usted diría que el gasto en telefonía fija es.



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Hallazgos principales

Servicios de Voz

- ❑ los servicios con que más cuentan las empresas son telefonía móvil y fija; casi 9 de cada 10 empresas dicen contar con estos servicios de manera paga.
- ❑ El 34% de las empresas hacen uso de aplicaciones para video conferencias y realización de llamadas; no obstante, solo el 14% tiene un servicio pago para video conferencias y el 11% para aplicación de llamadas, los demás hacen uso de este servicio de manera gratuita.
- ❑ El 89% de las empresas realiza llamadas nacionales y el 25% lo hace de manera internacional, a través del servicio de telefonía fija.
- ❑ En el uso de aplicaciones para la comunicación en las empresas, el servicio de WhatsApp es el más importante con 52% de penetración.
- ❑ Desde que implementaron el uso de aplicaciones para videoconferencias y llamadas de voz en las empresas el 36% y 43% respectivamente declaren haber reducido el gasto en telefonía fija.

3. Servicios de mensajería móvil



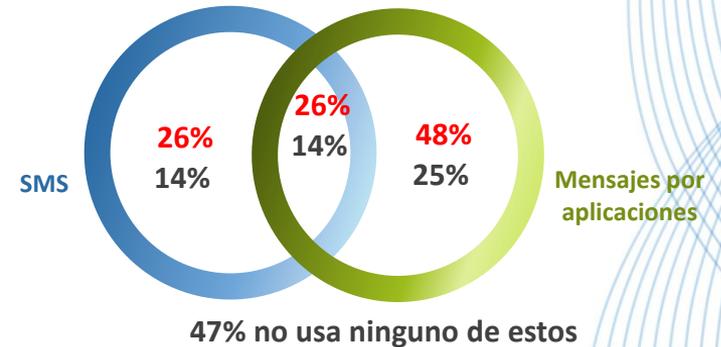
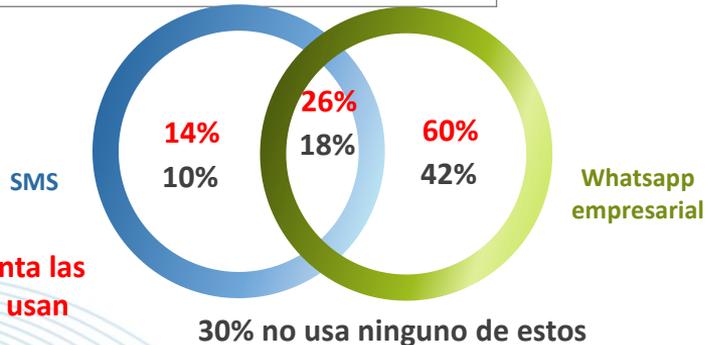
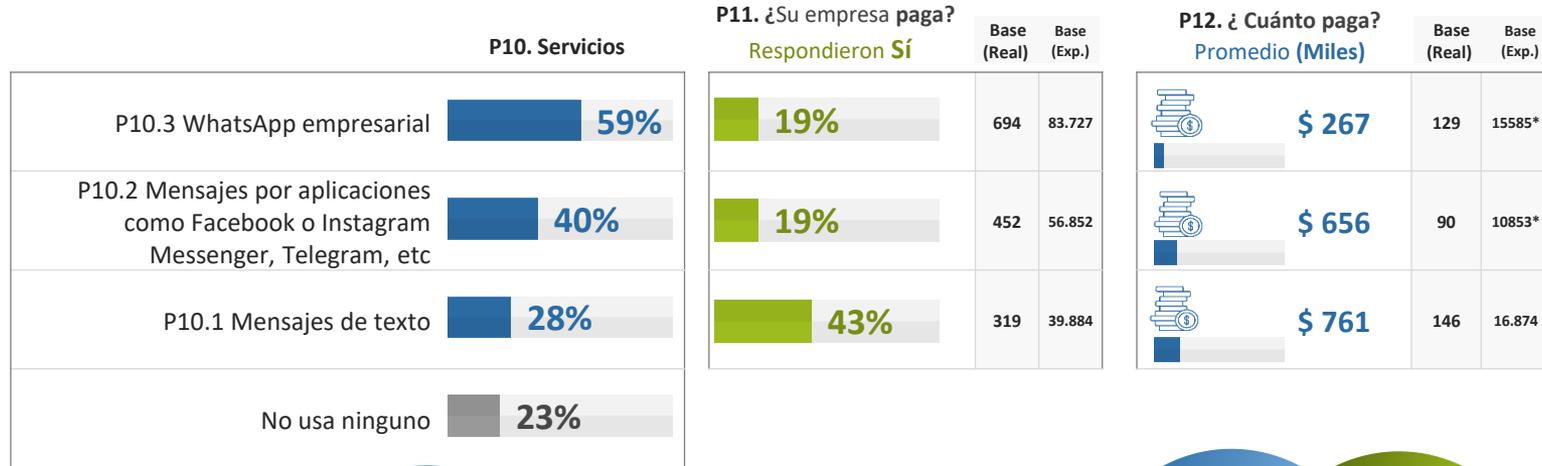
EN EL SECTOR
DE LAS COMUNICACIONES
EN COLOMBIA AÑO 2021

Uso de aplicaciones de mensajería y precio

P10. Podría por favor decirme, de los siguientes servicios de mensajería, su empresa usa

P11. ¿La empresa paga por Mensajes de texto?

P12. ¿Cuánto paga la empresa mensualmente por estos servicios?

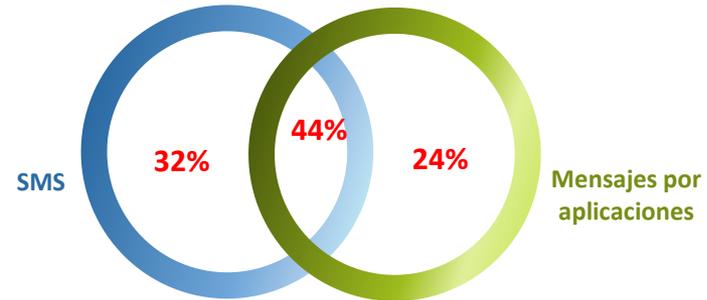
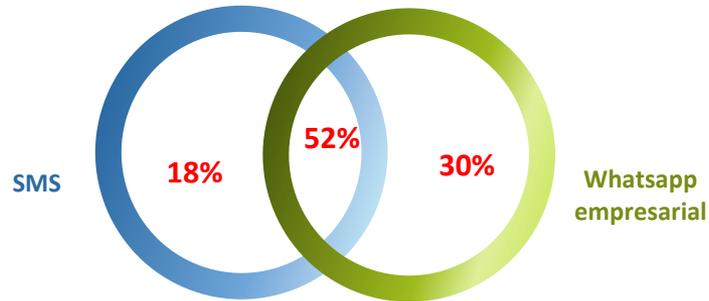


% sin tener en cuenta las empresas que no usan ninguno

Las empresas que pagan WhatsApp empresarial o mensajes de texto

P10. Podría por favor decirme, de los siguientes servicios de mensajería, su empresa usa

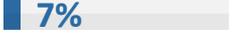
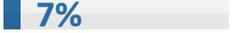
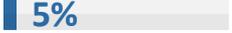
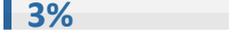
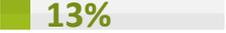
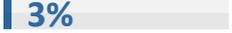
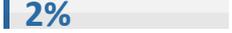
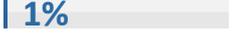
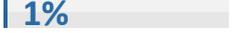
P11. ¿La empresa paga por Mensajes de texto?



Uso de aplicaciones para hacer y/o recibir mensajes

Costo promedio

P12A. ¿Qué aplicaciones utilizan generalmente en su empresa para enviar y/o recibir mensajes instantáneos o chatear? ¿Su empresa paga por usar ...?
Aproximadamente ¿cuál es el valor que pagó su empresa mensualmente en el 2021 por ...?

Aplicaciones	¿Su empresa paga?		Valor		
	Respondieron Sí	Base (Real) / Base (Exp.)	(Miles)	Base (Real)	Base (Exp.)
2.WhatsApp  91%	 16%	818 / 99.386	 \$ 374	128	15857*
8.Messenger - Facebook  10%	 22%	90 / 10754*	 \$ 636	16	2415*
12.Instagram  7%	 21%	69 / 8079*	 \$ 754	13	1736*
11.Teams  7%	 59%	69 / 7840*	 \$ 4.042	40	4620*
10.Google meets  5%	 33%	47 / 5999*	 \$ 416	12	1961*
3.Telegram  3%	 13%	33 / 3461*	 \$ 300	3	443*
9.Zoom  3%	 34%	21 / 3071*	 \$ 268	5	1030*
1.Skype  2%	 33%	21 / 2587*	 \$ 203	4	843*
4.Facetime  1%	 56%	6 / 665*	 \$ 300	2	369*
Otra  1%	 52%	78 / 10474*	 \$ 566	50	6296*
Ninguna  3%					

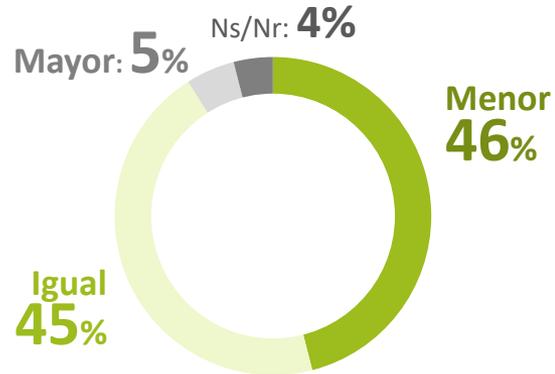
Base (Real): Sólo empresas que usan mensajería de texto	892
Base (Exp.):	109.457

* Nota: Base pequeña con respecto al total

Reemplazo declarado de servicios de mensajería por aplicaciones

Aplicaciones

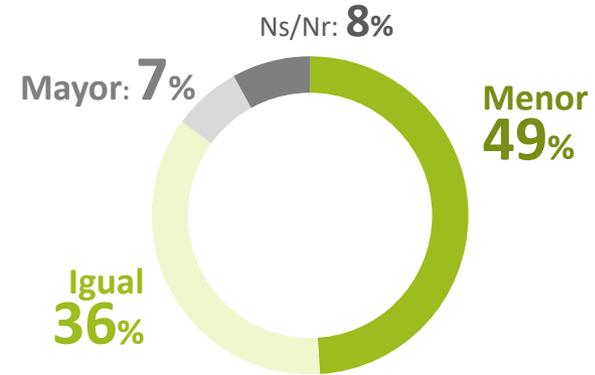
P13. Desde que se implementaron las aplicaciones de mensajería (como Whatsapp, Telegram) en su empresa, el gasto en mensajes de texto es.



Base (Real): Los que usan algún servicio de mensajería	892
Base (Exp.):	109.457

WhatsApp empresarial

P14. Desde que se implementó WhatsApp empresarial, el gasto en mensajes de texto es



Base (Real): Los que dijeron cód. 1 en WhatsApp en la P12B	128
Base (Exp.):	15857*

Hallazgos principales

Servicios de mensajería móvil

- ❑ El principal servicio de mensajería usado por las empresas es el WhatsApp empresarial con un 59% seguido de mensajes por aplicaciones como Facebook o Instagram Messenger, Telegram, etc con un 40%.
- ❑ La aplicación preferida para el envío de mensajes instantáneos en las empresas es el WhatsApp con una penetración de 91% sobre las empresas que usan mensajes de texto.
- ❑ El 46% de las empresas encuestadas afirma haber tenido una disminución en el gasto del servicio de mensajes de texto desde que se implementaron las aplicaciones de mensajería, además, el 49% indica haber percibido una disminución en su gasto gracias al uso de la aplicación de WhatsApp empresarial.

4. Servicios de mensajería y envío de documentos y paquetes



Envío de documentos físicos

Costo promedio

p15. ¿Su empresa tiene la necesidad de enviar documentos de manera física?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

P16A. ¿Cuánto paga la empresa mensualmente por el envío físico de DOCUMENTOS?



Promedio
(Miles)
\$ 641

Base (Real): Los que dijeron cód. 1 en P16A.	737
Base (Exp.):	87.391

Envío de facturas y extractos masivos

Costo promedio

p15a. ¿Su empresa tiene la necesidad de hacer envíos masivos de facturas y extractos por email?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

P16B. ¿Cuánto paga la empresa mensualmente por el ENVÍO MASIVO de facturas y extractos por EMAIL?



Promedio
(Miles)
\$ 456

Base (Real): Los que dijeron cód. 1 en P16B.	669
Base (Exp.):	83.406

Envío de paquetes

Costo promedio

P16. ¿Su empresa tiene la necesidad de enviar paquetes?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

P16C. ¿Cuánto paga la empresa mensualmente por el envío de PAQUETES?



Promedio
(Miles)
\$ 2.423

Base (Real): Los que dijeron cód. 1 en P16C.	705
Base (Exp.):	86.834

Medio de envío de paquetes y documentos físicos

P17. ¿Qué medios utiliza la empresa para realizar el envío de documentos de manera física?



Una compañía de mensajería
(Servientrega, Fedex, Domesa, 4-72, etc)



Un servicio de mensajería particular o propio



Una app de mensajeros
(Rappi, Mensajeros Urbanos, Uber, Picap, etc.)

Base (real): Los que dijeron cód. 1 en P15	737
Base (exp.):	87.391

P18. ¿Qué medios utiliza la empresa para realizar el envío de paquetes?



Una compañía de mensajería
(Servientrega, Fedex, Domesa, 4-72, etc)



Un servicio de mensajería particular o propio



Una app de mensajeros
(Rappi, Mensajeros Urbanos, Uber, Picap, etc.)



Otro

Base (real): Los que dijeron cód. 1 en P16	705
Base (exp.):	86.834

Hallazgos principales

Servicios de mensajería y envíos de paquetes

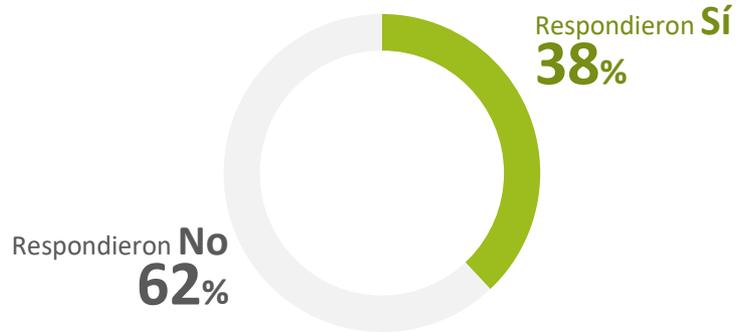
- ❑ El 62% de las empresas tiene necesidad de realizar envíos de documentos de manera física, con un gasto promedio mensual de \$641.000; el 59% realiza envíos masivos de facturas y extractos por e-mail con un costo aproximado de \$456.000 y el 61% realizan envíos de paquetes con un gasto promedio de \$2.423.000 mensual.
- ❑ El 82% de las empresas prefiere hacer uso de una compañía de mensajería para el envío de paquetes, mientras que el 73% lo hace para el envío de documentos de manera física.
- ❑ El uso de aplicaciones para el envío de documentos de manera física y paquetes no está generalizado dentro de las empresas, teniendo en cuenta que para solo el 9% registra envíos de documentos y el 8% lo maneja en envíos de paquetes.

5. Inversión publicitaria



Inversión en publicidad

P19. ¿Su empresa invierte en publicidad?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

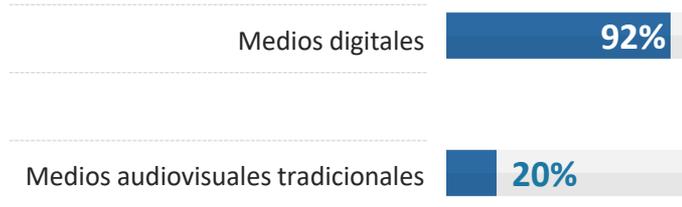
P19A. ¿Cuánto dinero invierte mensualmente en publicidad su empresa?



Base (real): Los que dijeron cód. 1 en p19	449
Base (exp.):	53.557

Caracterización de la inversión en publicidad

P20. ¿En dónde invierte en publicidad?



Base (real): Los que dijeron cód. 1 en P19	449
Base (exp.):	59.970

P20A. ¿Del valor de inversión que mencionó anteriormente qué porcentaje lo invierte en audiovisuales tradicionales?



Distribución calculada sobre la cantidad invertida
77%

P20B. ¿Del valor de inversión que mencionó anteriormente qué porcentaje lo invierte en medios digitales?



Distribución calculada sobre la cantidad invertida
23%

Base (real): Entrevistados que invierten en publicidad en medios masivos	277
Base (exp.):	34.910

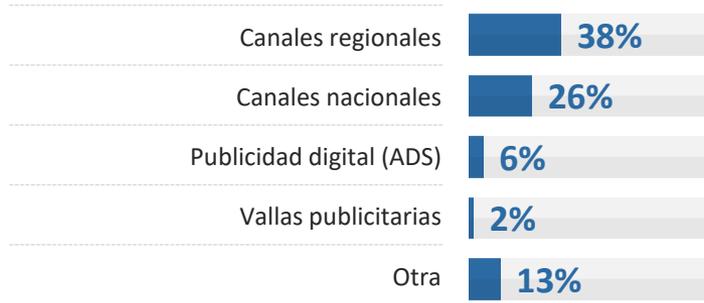
Nota 1: Medios audiovisuales tradicionales: se refiere a publicidad en televisión ya sea nacional, regional o internacional

Nota 2: Servicios audiovisuales prestados por un OSP: hace referencia a publicidad en redes sociales

Inversión en medios masivos audiovisuales

Porcentaje de inversión

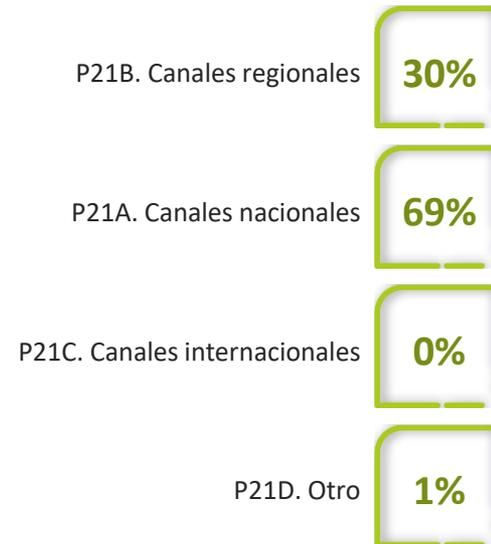
P21. ¿En qué medios masivos audiovisuales invierte?



Base (real): Entrevistados que invierten en publicidad en medios masivos	100
Base (exp.):	10.676

P21. Qué porcentaje de la inversión en medios masivos audiovisuales son en...

Distribución calculada sobre la cantidad invertida en medios masivos audiovisuales



Base (real): Entrevistados que invierten en publicidad en medios masivos	277
Base (exp.):	34.910

Cambios en inversión de publicidad

Canales nacionales

P22. Hace 5 AÑOS la inversión que realiza en canales nacionales frente a lo que invierte actualmente era



Base (real): Los que aplican	690
Base (exp.):	84.465

P23. Hace 2 AÑOS la inversión que realiza en canales nacionales frente a lo que invierte actualmente era

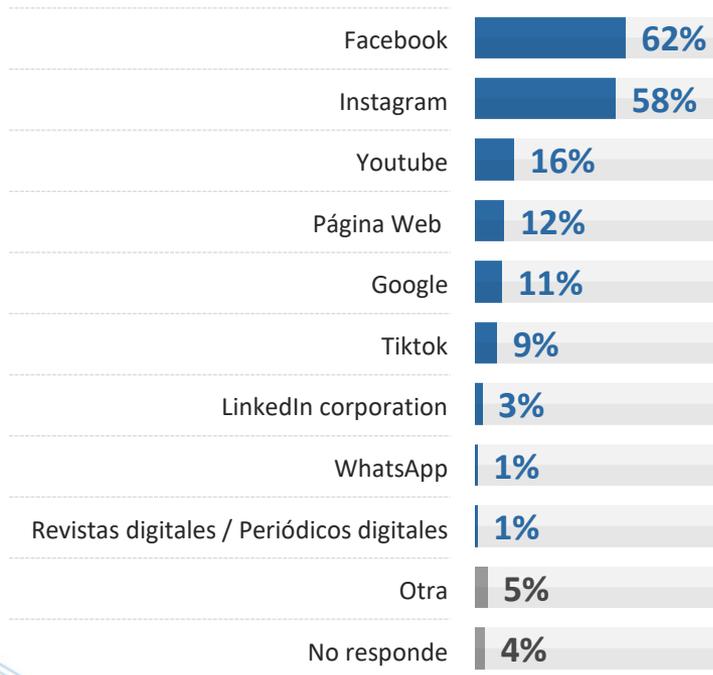


Base (real): Los que aplican	791
Base (exp.):	98.041

Inversión en medios digitales

Porcentaje de inversión

P24. ¿En qué medios digitales audiovisuales invierte?



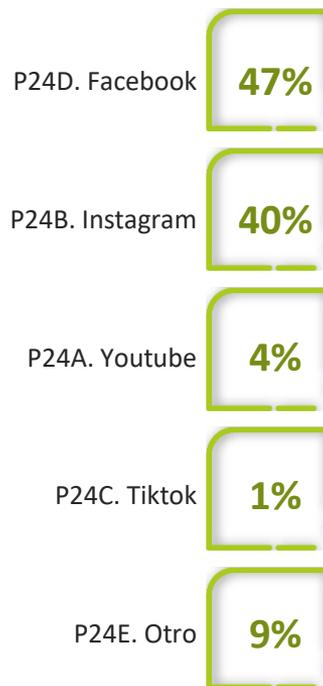
Base (real): Entrevistados que invierten en publicidad en medios digitales

406

Base (exp.): 49.294

P24. Qué porcentaje de la inversión en medios digitales audiovisuales son en...

Distribución calculada sobre la cantidad invertida



Base (real): 277

Base (exp.): 34.910

P25. Hace 5 años la inversión que realiza en medios digitales frente a lo que invierte actualmente era

Medios digitales hace 5 años



P26. Hace 2 años la inversión que realiza en medios digitales frente a lo que invierte actualmente era

Medios digitales hace 2 años



Razones por cambio en inversión de publicidad hace 5 años

P27. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MENOR?



Base (real): Los que han hecho MENOR inversión en medios digitales audiovisuales que actualmente	437
Base (exp.):	54.094

P27. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MAYOR?



Base (real): Los que han hecho MAYOR inversión en medios digitales audiovisuales que actualmente	111
Base (exp.):	13.563

Razones por cambio en inversión de publicidad hace dos años

P28. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MENOR?



Base (real): Los que han hecho MENOR inversión en medios digitales audiovisuales que actualmente	463
Base (exp.):	57.852

P28. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MAYOR?

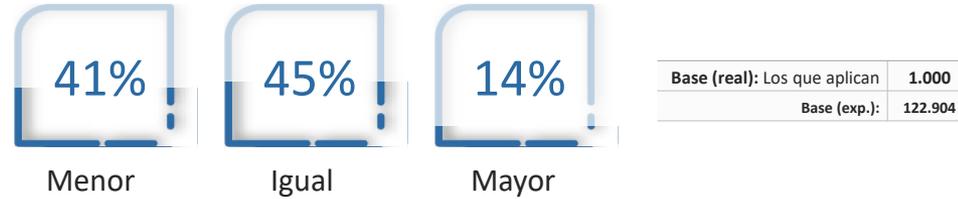


Base (real): Los que han hecho MAYOR inversión en medios digitales audiovisuales que actualmente	119
Base (exp.):	15.245

Cambios en inversión de publicidad

Hace 5 años

P29. ¿La inversión que su empresa hacía hace 5 años en publicidad comparado a la inversión del 2021 era.?



Hace 2 años

P30. ¿La inversión que su empresa hacía hace 2 años en publicidad comparado a la inversión del 2021 era.?



Razones por cambio en inversión de publicidad hace 5 años

P31. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MENOR?



Base (real): Los que hacían MENOR inversión en publicidad comparado a la inversión del 2021	431
Base (exp.):	50.014

P31. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue MAYOR?



Base (real): Los que hacían MAYOR inversión en publicidad comparado a la inversión del 2021	124
Base (exp.):	17.231

Razones por cambio en inversión de publicidad hace 5 años

P32. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue **MENOR**?



Base (real): Los que hacían MENOR inversión en publicidad comparado a la inversión del 2021	472
Base (exp.):	56.820

P32. ¿Por qué razón la inversión en publicidad fue **MAYOR**?



Base (real): Los que hacían MAYOR inversión en publicidad comparado a la inversión del 2021	97
Base (exp.):	12.700

Hallazgos principales

Inversión Publicitaria

- ❑ Solo el 38% de las empresas hacen inversión en publicidad con un promedio de \$77 millones mensuales, y de la inversión realizada, el 77% se hace a través de medios digitales y el 23% por medios audiovisuales tradicionales.
- ❑ Los principales medios audiovisuales tradicionales utilizados por las empresas para distribuir publicidad son: Canales regionales 38% y Canales nacionales 26%.
- ❑ Los tres medios principales usados por las empresas en medios digitales para generar publicidad son: Facebook 62%, Instagram 58% y Youtube 16%.

6. Caracterización

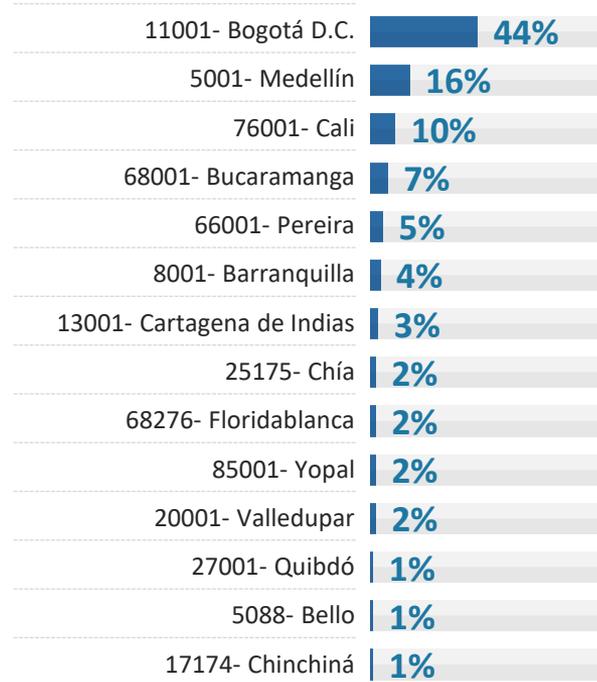


EL ROL DE LOS SERVICIOS

EN EL SECTOR
DE LAS COMUNICACIONES
EN COLOMBIA AÑO 2021

Cobertura

F1. ¿En qué ciudad/municipio se encuentra su empresa?

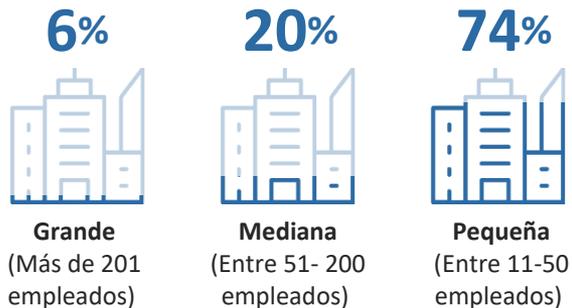


Base (Real): Total Encuestados 1.146

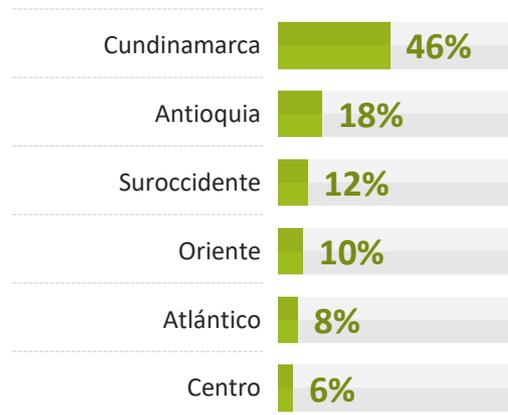
Base (Exp.): 141.712

Cobertura

F4. ¿Cuál es el TAMAÑO de su empresa?



Regiones

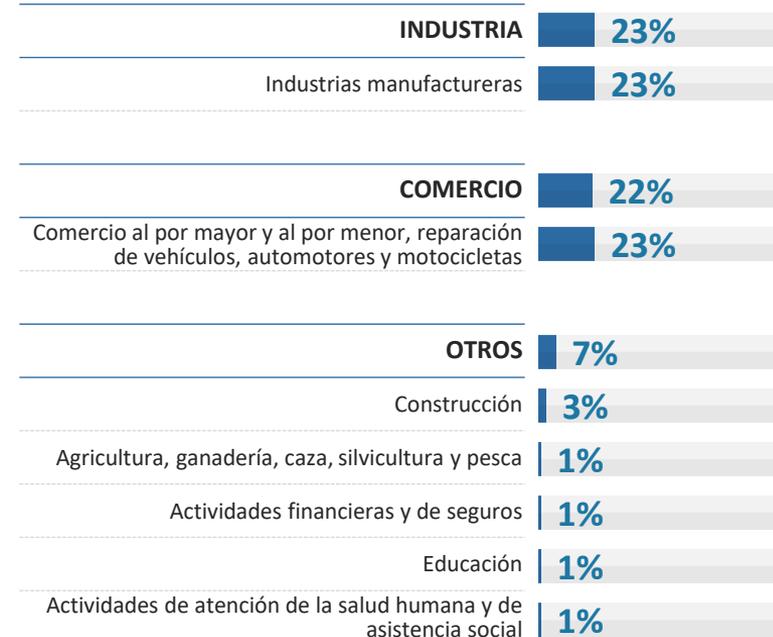
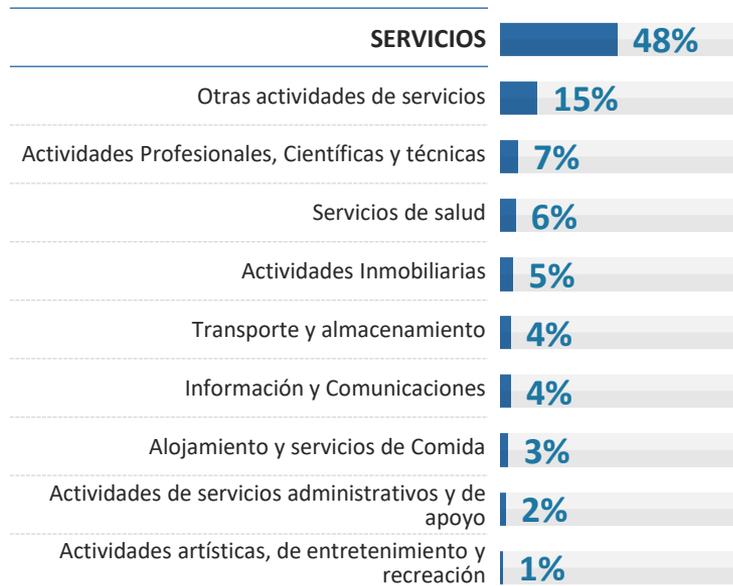


Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Características generales de la encuesta

Cobertura

F5. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa -sector de la economía?



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Cobertura

F6. ¿Hace cuánto tiempo funciona la empresa?

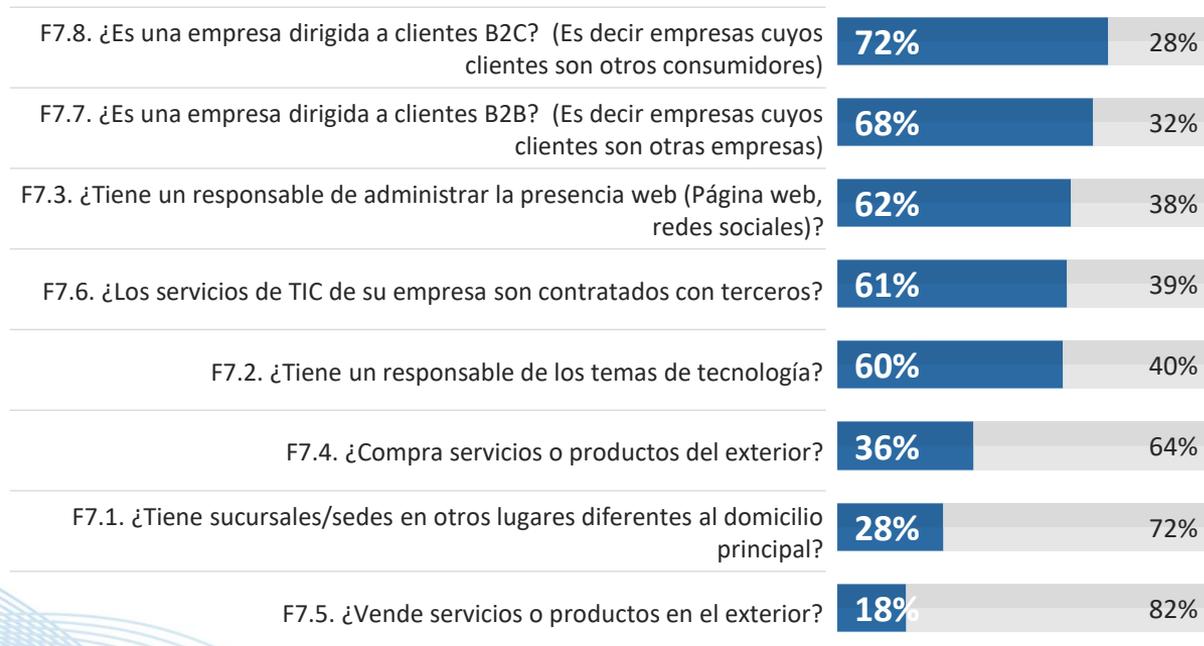


Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712

Cobertura

F7. Por favor dígame si la empresa

■ Respondieron **Sí** ■ Respondieron **No**



Base (Real): Total Encuestados	1.146
Base (Exp.):	141.712