

PRIMERA GRAN ENCUESTA TIC / 2017

ESTUDIO DE ACCESO, USO Y RETOS
DE LAS TIC EN COLOMBIA



MINTIC

vive **digital**
para la gente

 GOBIERNO DE COLOMBIA



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE®

Primera gran encuesta TIC

Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Ministro
David Luna Sánchez

Despacho del Viceministro General
Juan Sebastián Rozo Rengifo

Dirección de Apropiación de Tecnologías de Comunicación
Carlos Lugo

Dirección de Industria de Comunicaciones
Nicolás Mauricio Silva Cortés

Dirección de Vigilancia y Control
Gina Alejandra Albarracín Barrera

Dirección de Conectividad
Luis Fernando Lozano Mier

Dirección de Promoción de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
Angélica Rodríguez

Despacho del Viceministro de Tecnologías y Sistemas de la Información
Daniel Quintero Calle

Dirección de Políticas y Desarrollo de Tecnologías de la Información
Lina María Taborda Giraldo

Dirección de Estándares y Arquitectura de Tecnologías de la Información
Juanita Rodríguez Kattah

Dirección de Gobierno en Línea (GEL)
Elizabeth Blandón Bermúdez

Secretaría Privada
María Camila Villamizar Assaf

Dirección Técnica
Oficina de Planeación y Estudios Sectoriales
Juan David Olarte Torres

Asesora Oficina de Planeación y Estudios Sectoriales
Ana María Ochoa Villegas

Equipo de apoyo
Jorge Iván Rodríguez
Claudia Johana Parra Pulido
Jairo Andrés Ruiz Sáenz

Cifras y Conceptos

Gerente
César Caballero Reinoso

Director
Miguel Ángel León Rondón

Equipo técnico
Ingrid Molina Berbeo
Carolina Parra López
Marion Carolina Jiménez

Agosto de 2017

Equipo de apoyo
Luisa Mazorra
Daniela Valero
Javier Ladino
Santiago Zuluaga
Santiago Naranjo Montoya

Diseño
María Clara Sarmiento

Impresión
Torre Blanca



vive digital
para la gente

GOBIERNO DE COLOMBIA



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE™

ÍNDICE

- 1.** Presentación
- 2.** Resultados ciudadanos
- 3.** Resultados empresas
- 4.** Retos
- 5.** Metodología

1 PRESENTACIÓN

Somos parte de la sociedad de la información y como tal, demandamos datos relevantes, confiables y oportunos para atender diferentes necesidades de ciudadanos, empresarios, gobierno y academia. Esto constituye un gran desafío para la generación de datos por parte del Estado colombiano, mas aún cuando estos son un insumo fundamental para la toma de decisiones de política pública.

Como sector hemos buscado generar estadísticas que respondan a este desafío; el Sistema de Información Unificado del Sector de Telecomunicaciones - SIUST- ha sido una herramienta fundamental a través de la cual logramos producir documentos tan relevantes como el Boletín Trimestral de las TIC y el Boletín Trimestral Postal. Esto nos ha posicionado ante organismos nacionales e internacionales como referentes de generación de estadísticas a partir de registros administrativos.

Sin embargo el reto es mayor. Estamos enfocados a ser líderes internacionales en generación de estadísticas TIC como Brasil y España, países que han expuesto la importancia de contar con información recolectada a través de encuestas especializadas y cuyo propósito se centra en enriquecer la información sectorial y fortalecer los sistemas estadísticos.

No podíamos quedarnos atrás ante esta realidad y por ello, asumimos el reto de desarrollar una encuesta especializada que nos permitiera robustecer las estadísticas sectorial cuyo esfuerzo hoy, nos permite entregarles a ustedes y al país los resultados de la Primera Gran Encuesta TIC para Colombia, la cual se realizará anualmente a partir de 2017.

David Luna Sánchez

Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

¿QUÉ HACE GRANDE la encuesta TIC?

La **Primera** Gran Encuesta TIC tiene como objetivo **articular esfuerzos** estadísticos históricamente dispersos en diversas investigaciones, con el fin de permitirle al país contar con un **referente unificado** de información para los principales indicadores sectoriales producidos desde el Ministerio TIC.

Es la **muestra más grande** que hasta el momento se construye para un estudio liderado por el Ministerio TIC.

Nos **alineamos metodológicamente** con las investigaciones que realiza el DANE, y atendemos las **recomendaciones de la OECD y la ITU** para la recolección de estadísticas TIC.

2 RESULTADOS

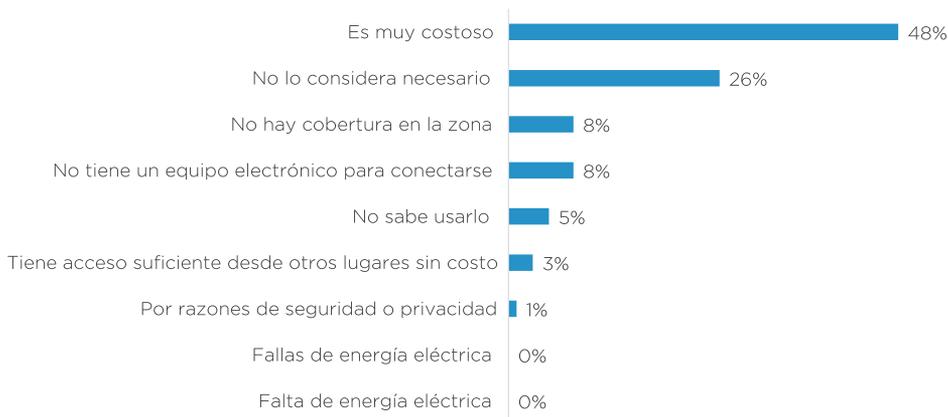
CIUDADANOS I. ACCESO Y equipamiento

Del 36% de hogares que no cuentan con conexión a internet sólo el

8%

no la tienen porque no existe cobertura en la zona.

Razones por las cuales el hogar no tiene conexión a internet



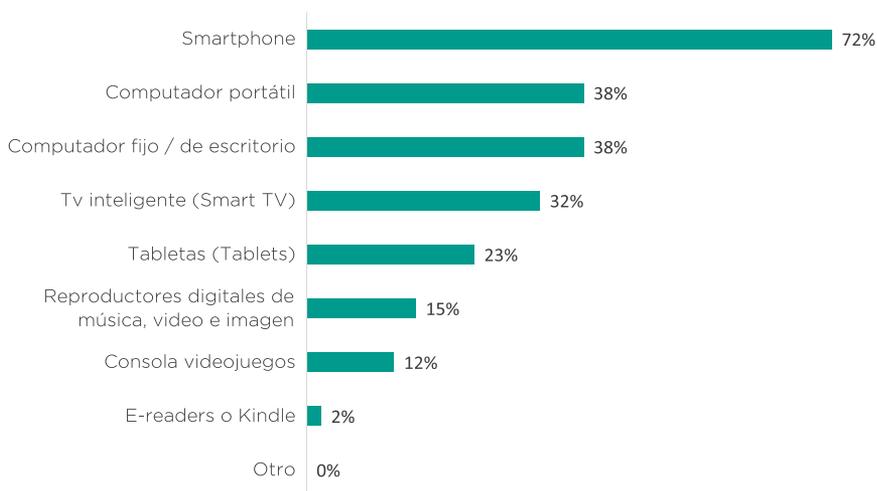
La conexión a Internet en el hogar supera la suscripción a telefonía fija en todas las regiones del país.

64%

de los hogares tienen acceso a internet.

EL ACCESO A INTERNET SE HA DEMOCRATIZADO EN TODAS LAS REGIONES DEL PAÍS, LOS SMARTPHONES HAN SIDO CLAVES EN ESTA TRANSFORMACIÓN

Equipos electrónicos a los que tiene acceso el hogar



Los smartphones son los equipos a los que más acceso tienen los hogares

72%

de los hogares tienen acceso smartphones.

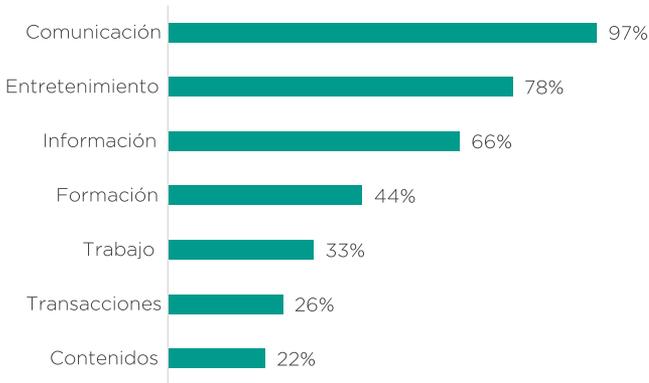
Calificación positiva del servicio de internet



II. USO DEL internet

INTERNET SE CONSOLIDA COMO EL PRINCIPAL MEDIO DE INTERACCIÓN ENTRE LOS COLOMBIANOS, NOS UNE COMO PAÍS

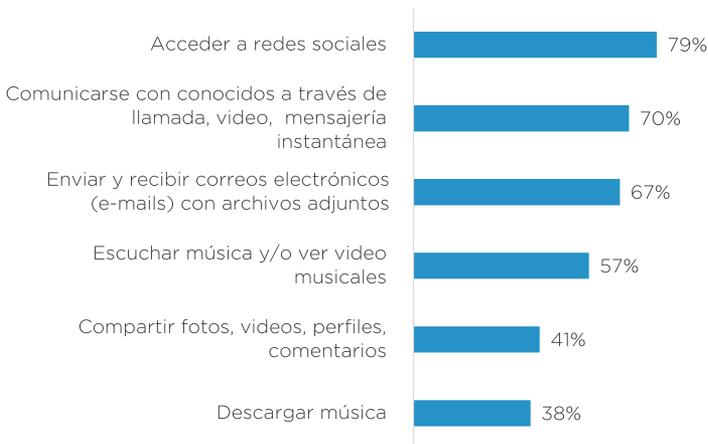
Actividades realizadas en internet en el último mes



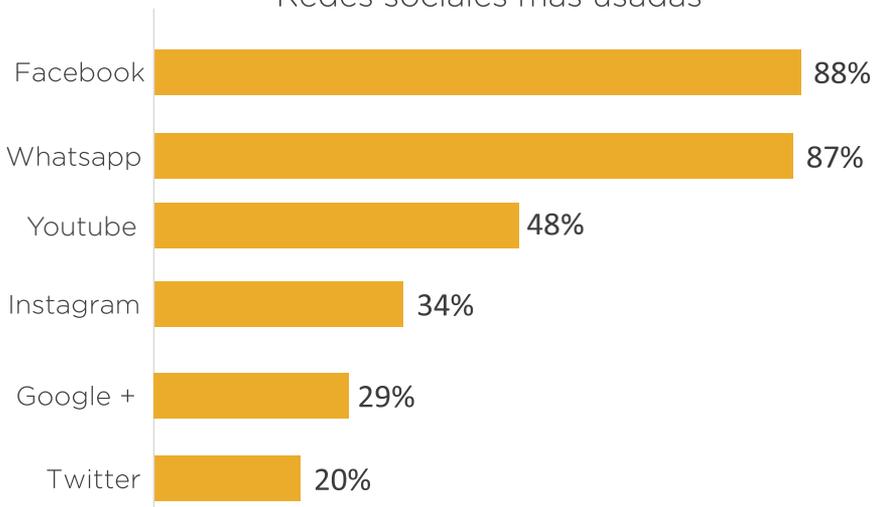
97%

Usa internet para comunicarse

Actividades realizadas en internet en el último mes (detalle)



Redes sociales más usadas



AHORA LOS COLOMBIANOS CADA VEZ INTEGRAN MÁS LAS TIC EN SU COTIDIANIDAD, LLEVANDO A CABO TAREAS DE MAYOR COMPLEJIDAD.

Actividades que realizan los colombianos en internet

44%

de los ciudadanos declaran usar Internet con fines formativos (tareas académicas, formarse o capacitarse).

26%

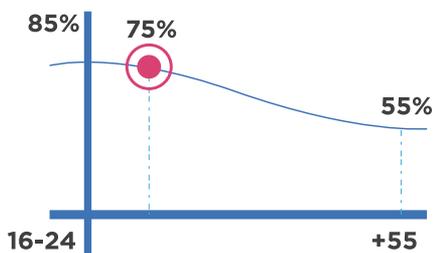
de los ciudadanos usa Internet para realizar transacciones (compras, transacciones bancarias, trámites ante entidades privadas).

III. TIC Y bienestar

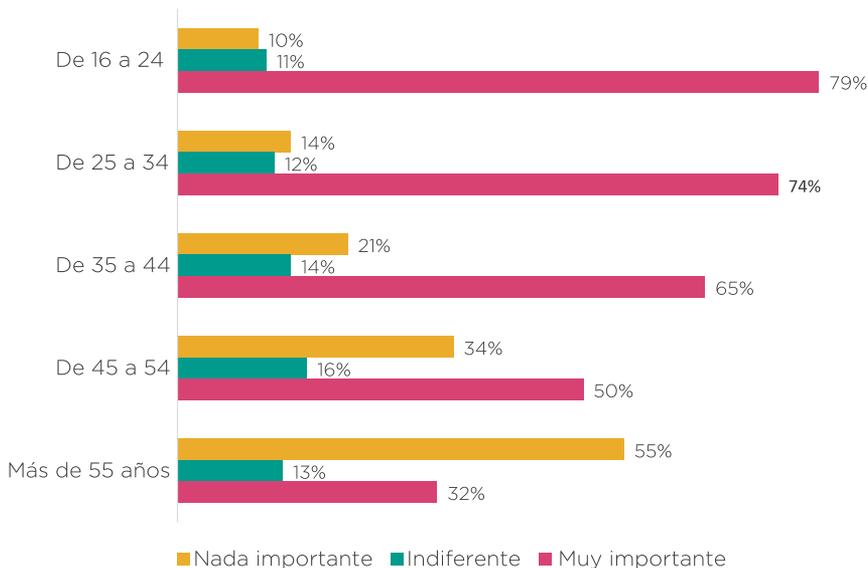
TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA LA GENTE

75%

DE LAS PERSONAS CONSIDERAN QUE LAS TIC FACILITAN SU VIDA



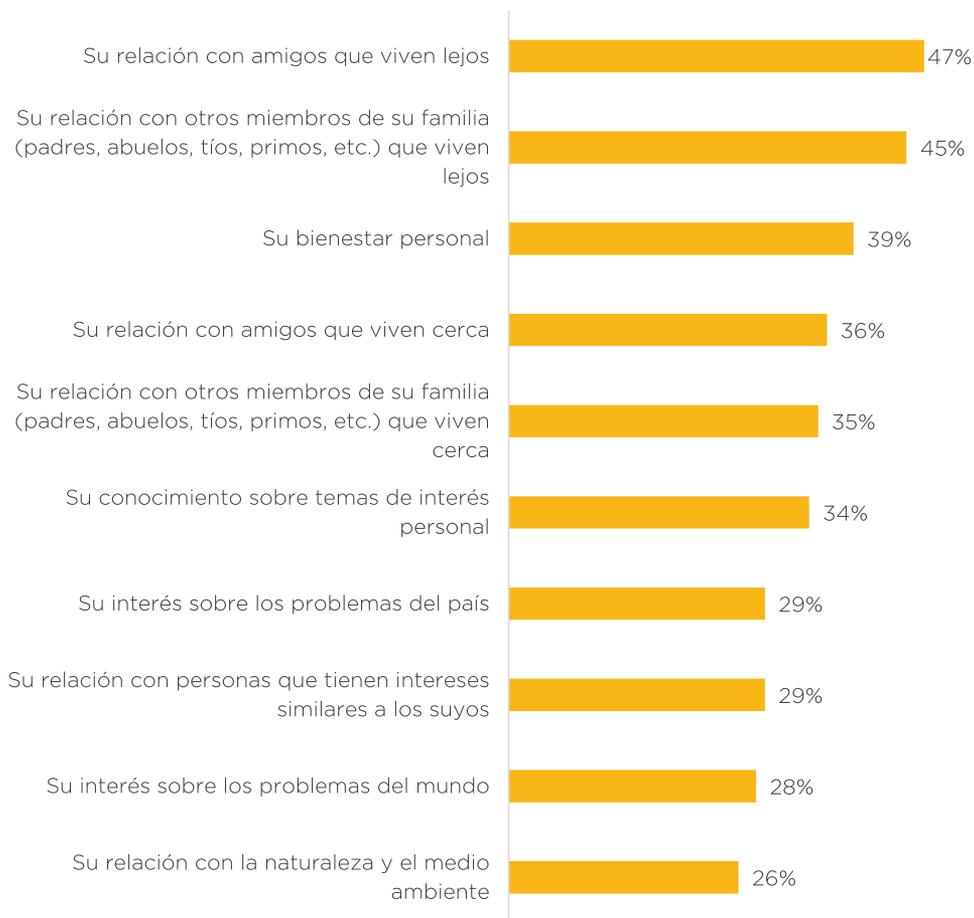
Importancia del internet en la vida de las personas según edad



Imagine que usted no pudiera tener acceso a internet por un tiempo prolongado, ¿cuál de las siguientes actividades sacrificaría para volverlo a tener?



Cree que el internet ha mejorado su vida en...



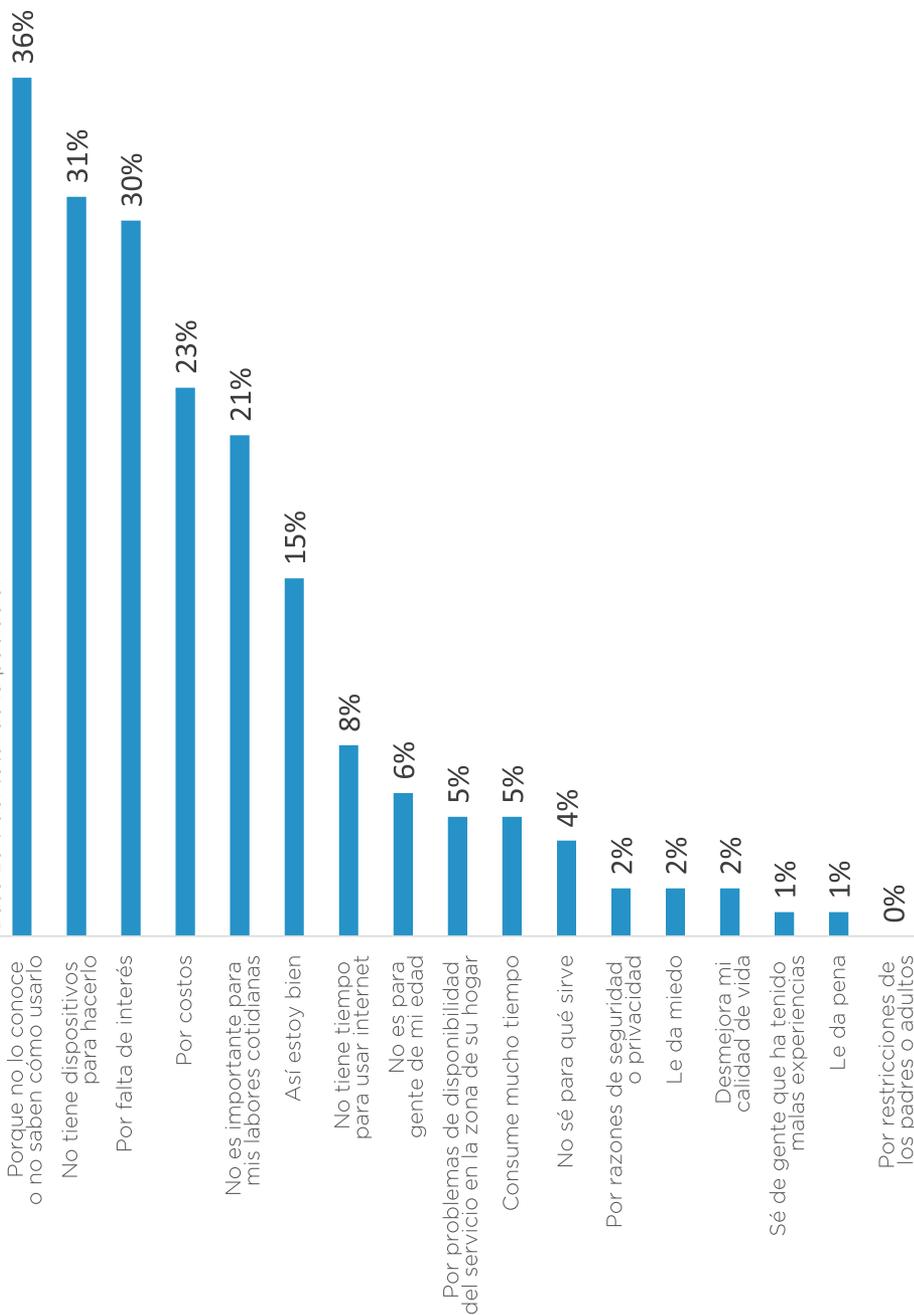
Porcentaje de personas que respondieron afirmativamente

	Total
¿Usted acompaña a los menores de edad que conoce o que están bajo su responsabilidad a la hora de navegar por internet?	38%
¿Conoce la legislación sobre el consumo de material de abuso sexual infantil en internet?	24%
¿Ha visto o conoce a alguien que haya visto material de abuso sexual infantil en internet?	10%
¿Sabe dónde denunciar el consumo de material de abuso sexual infantil en internet?	19%

IV. TIC E inclusión

Razones por las cuales no usa internet

Base 25% del total de la población



46%

De la población mayor a 55 años manifiesta no usar internet porque no saben cómo usarlo

63%

de esta población usarían internet si se les enseñara.

USO DE LOS KIOSCOS Y PUNTOS VIVE DIGITAL

11%

Uso nacional

17%

Uso rural

29%

Los conocen

43%

Lo usan en zona rural

56%

La región con mayor uso rural es Orinoquía Amazonía

V. TRANSACCIONES e interacciones

21%

Ha realizado compras por internet en el último año

Razones por las cuales no compran por internet



TIC PARA RELACIONARSE CON EL ESTADO

85% de las personas se relacionan con entidades públicas. 76% de éstos lo hacen a través de canales electrónicos.

El 80% de las personas consideraron que ahorraron tiempo al usar medios electrónicos para hacer trámites o relacionarse con entidades públicas.

El 74% de las personas consideraron que ahorraron dinero al usar medios electrónicos para relacionarse con entidades públicas.

VI. MÁS SERVICIOS TIC

LOS COLOMBIANOS **SIGUEN CONSUMIENDO** LOS SERVICIOS QUE HISTÓRICAMENTE LOS HAN INFORMADO Y ENTRETENIDO

TELEVISIÓN

97%

de los ciudadanos han visto televisión en el último mes

38%

De los ciudadanos han visto en el último mes su canal público regional

59%

De los antioqueños ven su Canal regional

RADIO

71%

de los ciudadanos han escuchado radio en el último mes

38%

De los ciudadanos han escuchado emisoras de interés público y/o comunitarias

54%

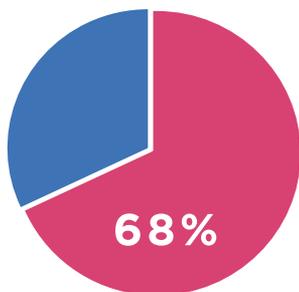
De los ciudadanos en zonas rurales han escuchado emisoras de interés público y/o comunitarias

3 RESULTADOS

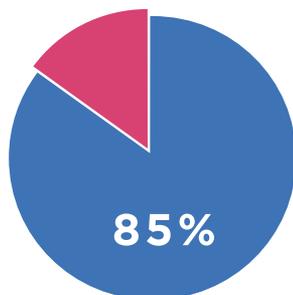
EMPRESAS

I. EQUIPAMIENTO y conectividad

68% DE LAS EMPRESAS CUENTAN CON ACCESO A INTERNET. LA MAYOR PARTE DE ESTAS CONEXIONES (85%) SON CONTRATADAS EXCLUSIVAMENTE PARA EL NEGOCIO.

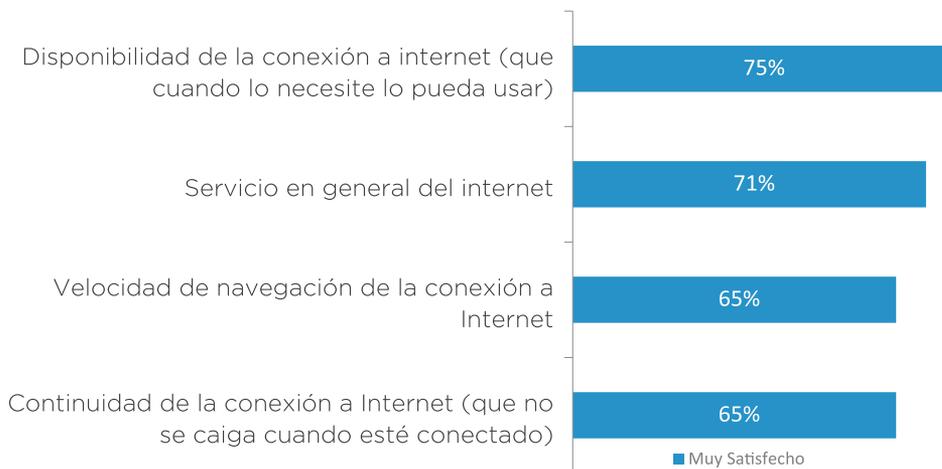


Empresas conectadas



Empresas con conexión exclusiva para el negocio

Satisfacción con aspectos de la conexión a internet



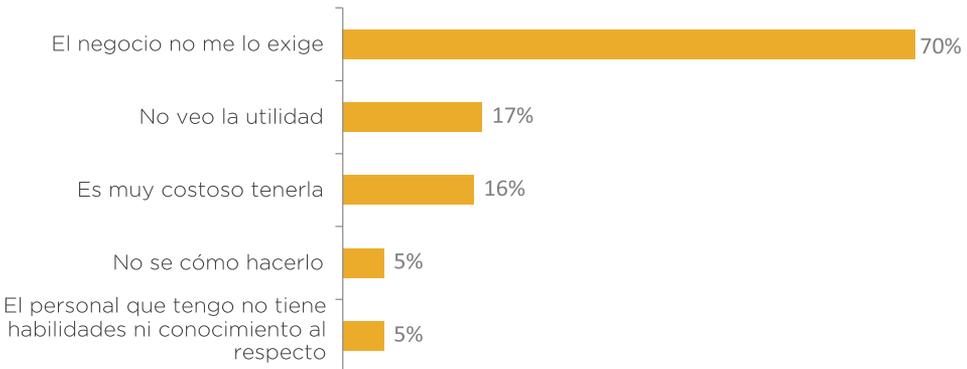
67%

de las empresas consideran el acceso a TIC importante para el funcionamiento y competitividad.

66%

de las empresas declaran no tener un área encargada de los temas TIC.

LA PRINCIPAL RAZÓN POR LA CUAL LAS EMPRESAS NO CUENTAN CON ÁREA TIC RADICA EN LA PERCEPCIÓN DE QUE ESTA ES INNECESARIA PARA EL NEGOCIO.



II. USO DEL internet

34%

de las empresas declaran tener presencia web. Está consiste principalmente en presencia en redes sociales y sitio web propio.

67%

de las empresas tienen acceso a redes sociales

64%

de las empresas tienen sitio web propio



94%



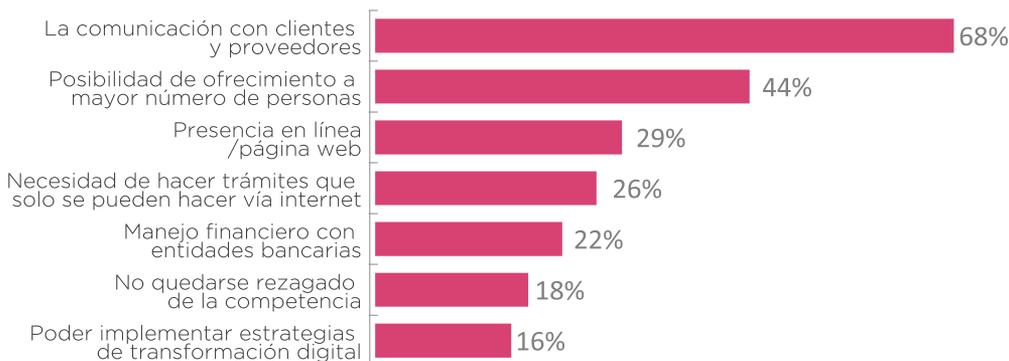
34%



27%

EN EL 41% DE LAS EMPRESAS, EL ÁREA COMERCIAL ES EL PRINCIPAL MOTIVADOR PARA USAR INTERNET.

LA COMUNICACIÓN CON CLIENTES Y PROVEEDORES, LA POSIBILIDAD DE OFRECIMIENTO A MAYOR NÚMERO DE PERSONAS Y LA PRESENCIA EN LÍNEA SON LAS PRINCIPALES RAZONES POR LAS QUE LAS EMPRESAS USAN INTERNET.

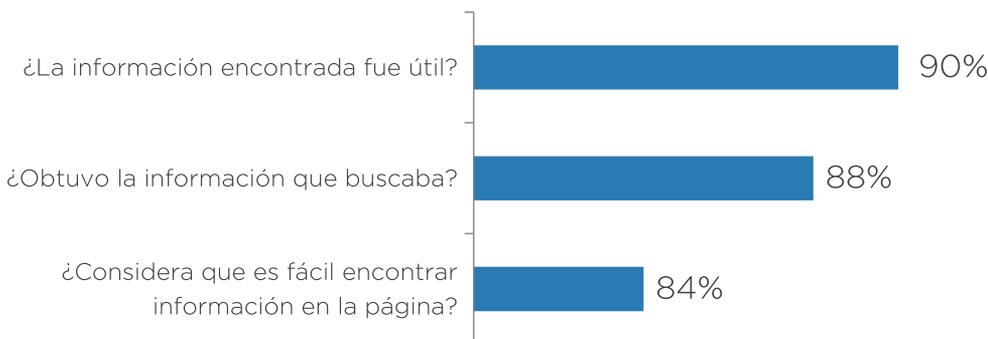


III. TRANSACCIONES e interacciones

35%

de las empresas han visitado sitios de entidades públicas en el último año. De estas, la gran mayoría encontró fácil el acceso y útil la información.

Facilidad de uso de los sitios de entidades públicas



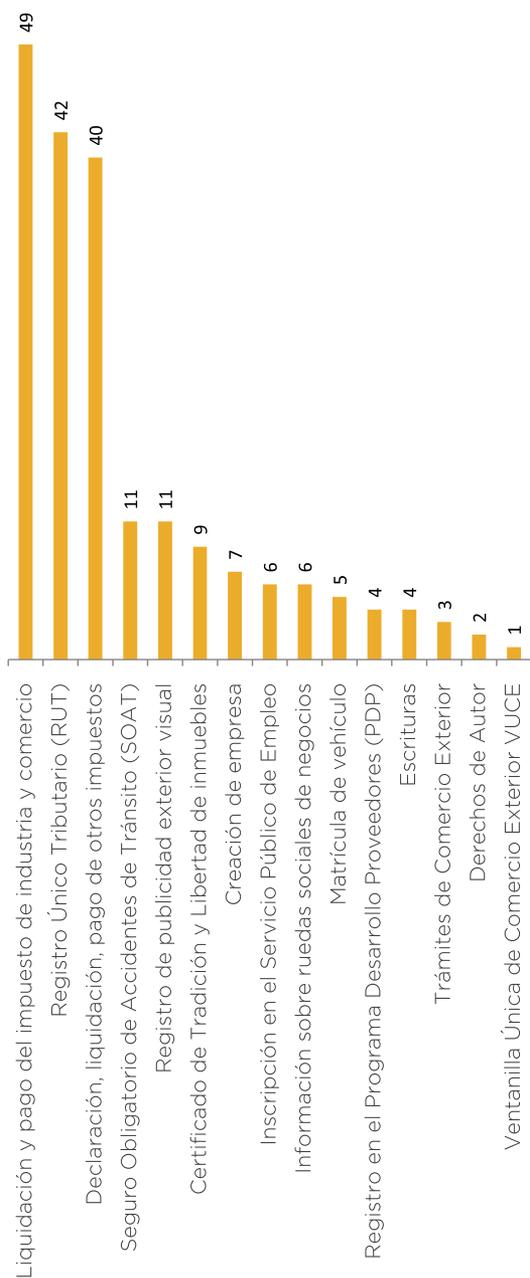
LAS EMPRESAS TIENEN UN NIVEL DE CONFIANZA SIMILAR, ALREDEDOR DE 50%, EN USAR INTERNET Y LLAMADAS TELEFÓNICAS A LA HORA DE REALIZAR TRÁMITES, SIENDO SUPERIOR EL USO DE INTERNET PARA LA REALIZACIÓN DE PAGOS.

Confianza de las empresas durante la realización de trámites



■ Mediante el uso de Internet, usted confía en ■ Mediante el uso de llamada telefónica, usted confía en que

DE LOS TRÁMITES REALIZADOS Y SERVICIOS USADOS POR LAS EMPRESAS, LA MAYOR PARTE ESTÁN RELACIONADAS CON ASUNTOS TRIBUTARIOS (ICA, RUT Y OTROS IMPUESTOS).



31%

de las empresas realizan pagos a sus trabajadores o colaboradores a través de internet

35%

de las empresas realizan ventas de productos o servicios por Internet

34%

de las empresas realizan compras de productos o servicios por Internet

4

RETOS

72%

de las empresas aún no invierten en capacitar a su personal, sin embargo el 63% considera que es muy importante que su equipo de trabajo domine las tecnologías de la información

Empresas que invierten en capacitación de su personal



■ Sí ■ No

LAS PRINCIPALES NECESIDADES DE CAPACITACIÓN DE LAS EMPRESAS ESTÁN RELACIONADAS CON TEMAS DE PRESENCIA WEB: MONTAJE DE PÁGINAS, MARKETING DIGITAL Y USO DE REDES SOCIALES. EN EL 60% DE LOS CASOS, SON LAS EMPRESAS LAS QUE REALIZAN SUS PROCESOS DE CAPACITACIÓN.

28%

de las empresas invierten en capacitaciones montaje de páginas web

25%

de las empresas realizan capacitaciones en marketing digital

25%

de las empresas realizan capacitaciones en uso y aprovechamiento de redes sociales

83%

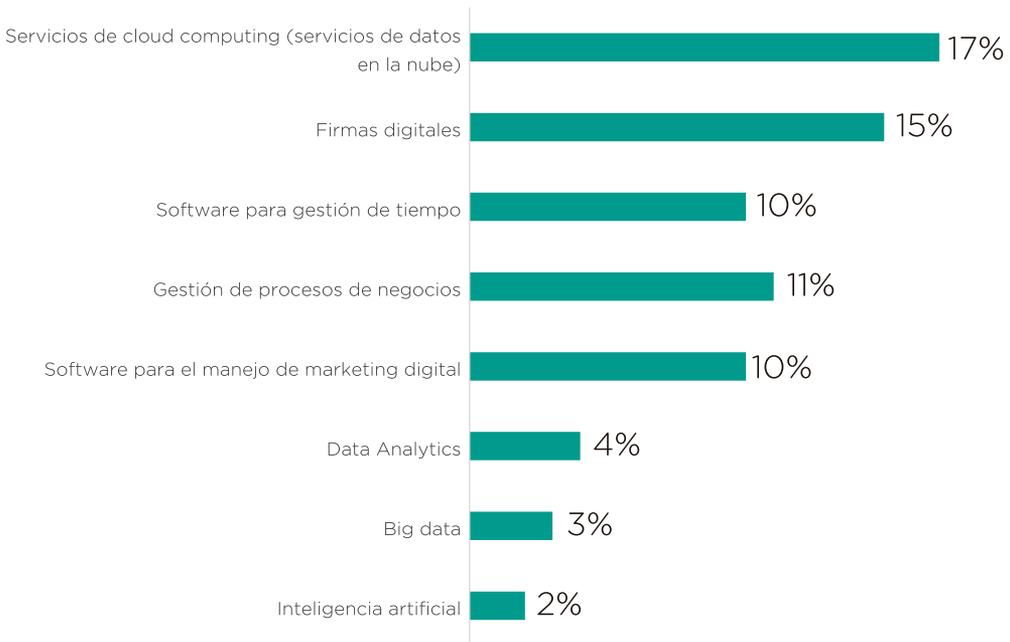
de las empresas carecen de protocolos de respuesta a la violación de políticas de seguridad informática

Este mismo porcentaje de empresas carece de área o personal encargado de la seguridad informática.

28%

De las empresas ha realizado innovaciones en su empresa usando las TIC, en los últimos 2 años

Herramientas usadas para la innovación en las empresas



LAS HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN DE LAS QUE MÁS HACEN USO LAS EMPRESAS SON: SERVICIOS DE CLOUD COMPUTING, FIRMAS DIGITALES, DE GESTIÓN DE PROCESOS DE NEGOCIOS Y SOFTWARE DE GESTIÓN DEL TIEMPO.



METODOLOGÍA

IMPORTANCIA DE LA ENCUESTA Y FICHA TÉCNICA

FICHA TÉCNICA

- Ámbito geográfico |** Ciudadanos: Zona urbana y rural (centro poblado)
Empresas: Zona Urbana
Nacional en 96 municipios del país, adoptando la estructura de regiones DANE: Atlántica, Oriental, Central, Pacífica, Orinoquía/Amazonía, Bogotá, Antioquia y Valle del Cauca
- Población objetivo |** Ciudadanos: Hombres y mujeres entre 16 y 70 años
Empresas: Unidades empresariales de sector comercio, industria, servicios y otros sectores.
- No. De encuestas |** Ciudadanos: 8.330 ciudadanos (7.126 en áreas urbanas y 1.204 en centros poblado de zonas rurales)
Empresas: 3.011 unidades empresariales
- Esta encuesta representa |** Ciudadanos: 27.7 millones de personas.
Del total 1.7 millones en zona rural
Empresas: 1.6 millones de unidades económicas o empresariales.
- Niveles de desagregación |** Ciudadanos: Zona (urbano/rural), región, sexo, grupos de edad y nivel socio económico
Empresas: Sector, tamaño y región

*Instrumento alineado con los requerimientos de la OECD

ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO

CIUDADANOS

	Número de preguntas
1. IDENTIFICACIÓN Y CONTROL	1
2. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA	11
3. ACCESO Y USO DE TIC	4
4. EQUIPAMIENTO	9
5. NO CONECTADO	3
6. RADIO Y TELEVISIÓN	8
7. ACTIVIDADES	1
8. TELETRABAJO	5
9. USO DE REDES SOCIALES	5
10. USO DE TIC PARA RELACIONARSE CON EL ESTADO	15
11. COMPRAS Y PAGOS DE PRODUCTOS / SERVICIOS POR INTERNET	3
12. PERCEPCIÓN	6
13. SEGURIDAD Y USO RESPONSABLE DEL INTERNET	14
14. MÓDULO RURAL	10
TOTAL DE PREGUNTAS	95

EMPRESAS

	Número de preguntas
1. IDENTIFICACIÓN Y CONTROL	1
2. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA	8
3. EQUIPAMIENTO	4
4. CONECTIVIDAD	7
5. PRESENCIA WEB	5
6. COMERCIO ELECTRÓNICO	2
7. SEGURIDAD Y USO RESPONSABLE DE INTERNET	11
8. USO DE TIC PARA RELACIONARSE CON EL ESTADO	15
9. NECESIDAD DE CAPACITACIÓN	5
10. TEMAS DE IMPACTO PARA SU ACTIVIDAD PRODUCTIVA: INNOVACIÓN y TECNOLOGÍA	12
11. REDES SOCIALES	3
TOTAL DE PREGUNTAS	73



MINTIC

vive digital
para la gente



GOBIERNO DE COLOMBIA



CIFRAS & CONCEPTOS
INFORMACIÓN INTELIGENTE™