



Percepciones y Uso de Internet 2022

Febrero de 2023

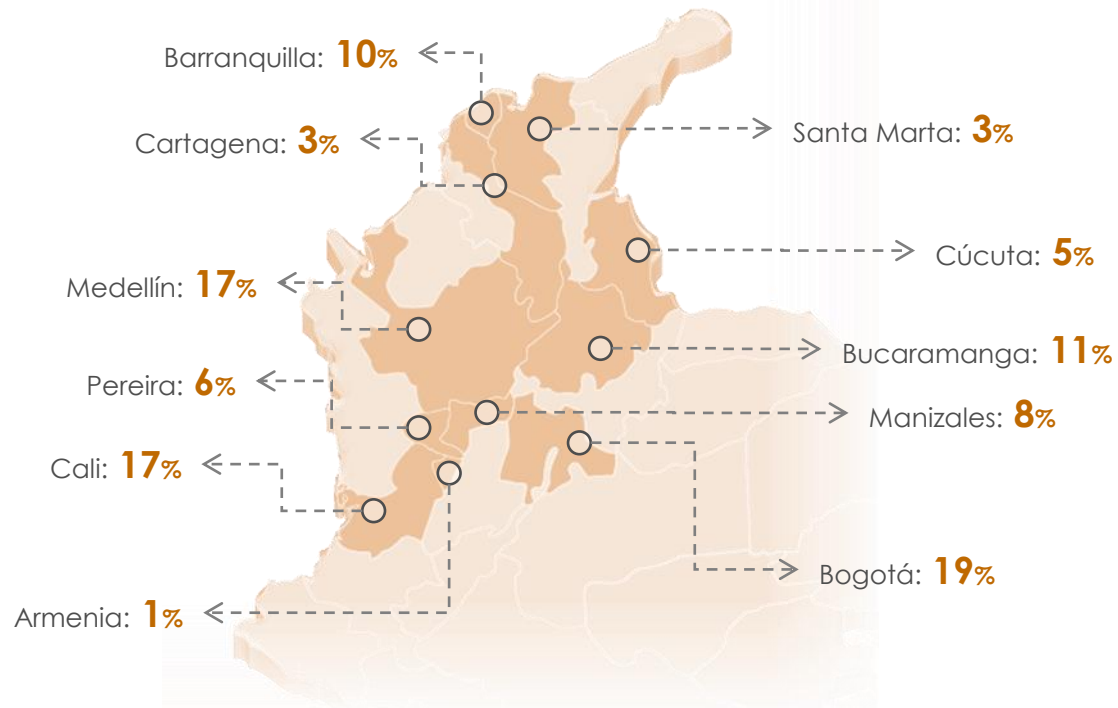
Entender cuáles son las opiniones y actitudes generales de los colombianos hacia Internet y comparar los cambios en los comportamientos frente al uso de Internet en las mediciones de 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022.

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 2022 a 02 de enero de 2023.
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	

Medición **2022**

D3. Ciudad de Residencia (RU)



Base: Total Encuestados 1.040



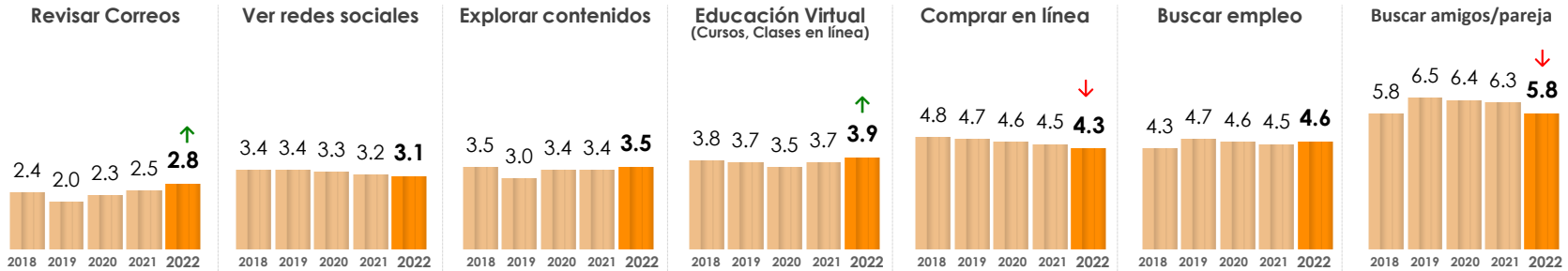
Uso De Internet

- Revisar correos continúa siendo la actividad para la que más utilizan Internet los encuestados. No obstante, ha venido perdiendo importancia en los últimos tres años. En segundo lugar, está ver redes sociales, seguida de exploración de contenido, que se mantienen constantes.
- Sí bien en 2020 la educación virtual mostró un mayor uso, tanto en 2021 como 2022 ha venido contrayéndose, probablemente debido al retorno de actividades educativas presenciales. Por su parte, la compra en línea alcanza el nivel de uso más alto desde 2018, impulsado por el crecimiento de Medellín y región caribe, personas entre 32 y 45 años, y estratos 1 al 4.
- Sí bien buscar amigos / pareja es la actividad menos utilizada, este año crece su uso, alcanzando niveles similares a los de 2018. Este crecimiento se da en todas las ciudades, excepto Santanderes, y de forma transversal en las demás variables demográficas.
- 5 de cada 10 entrevistados considera que Internet debe ser un espacio libre, sin límites al contenido y a las posibilidades de expresión; dicho indicador regresa a sus niveles históricos después del crecimiento en 2021, principalmente por el comportamiento de Bogotá y Eje Cafetero. En este indicador se mantiene la diferencia por género: los hombres son más afines a esta percepción, mientras que la de las mujeres decrece en 2022.
- 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 muy estable desde 2019. Esta apreciación no varía por ciudad, género, estrato ni rango de edad.

- Los entrevistados atribuyen más a los hombres el mundo de la tecnología, específicamente en “dirigir empresas de tecnología” y “estudiar carreras del mundo digital”.
- Mientras que se atribuye más a las mujeres lo relacionado específicamente con Internet: “generación de negocios en Internet”, “usan más Internet” y “generar más ingresos por Internet”. Así mismo, se asocia más a las mujeres con la “facilidad para iniciar un nuevo negocio/empresa/empresa”.
- Frente a la pérdida de empleo se presentan diferencias por género, donde los hombres dicen que ellos son los que más trabajos han perdido y las mujeres dicen que son ellas. La “afinidad al mundo de la tecnología” también es un atributo que genera opiniones divididas entre hombres y mujeres.

Promedios

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



	TOTAL					REGIÓN																													
						Bogotá					Medellín					Cali					Caribe (Barranquilla, Santa Marta, Cartagena)					Santanderes (Bucaramanga, Cúcuta)					Eje Cafetero (Pereira, Manizales, Armenia)				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	200	200	170	200	200	180	180	160	180	180	180	180	160	180	180	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160
Revisar correos	2.4	2.0	2.3	2.5	2.8 ↑	2.4	1.9	1.9	2.4	2.6	2.6	2.0	2.5	2.3	2.7 ↑	2.5	2.0	2.1	2.4	2.7	2.3	2.1	2.5	2.3	3.1 ↑	2.3	2.1	2.5	3.0	3.1	2.5	2.0	2.4	2.8	2.9
Ver redes sociales	3.4	3.4	3.3	3.2	3.1	3.4	3.4	3.4	3.4	3.3	3.6	3.5	3.1	3.2	3.2	3.6	3.4	3.4	3.3	3.0	3.5	3.4	3.2	3.3	3.5	3.2	3.5	3.2	2.9	2.8	3.1	3.2	3.1	2.8	2.8
Explorar contenidos	3.5	3.0	3.4	3.4	3.5	3.5	2.7	3.2	3.3	3.4	3.5	3.0	3.3	3.4	3.4	3.3	3.0	3.4	3.2	3.5	3.5	3.2	3.6	3.6	3.8	3.5	3.3	3.4	3.4	3.5	3.6	3.0	3.4	3.3	3.5
Educación Virtual (Cursos, Clases en línea)	3.8	3.7	3.5	3.7	3.9 ↑	3.9	3.8	3.6	3.5	3.8	3.9	3.8	3.5	3.7	3.9	3.8	3.6	3.5	3.7	3.7	3.7	3.9	3.6	3.8	3.8	3.8	3.4	3.2	3.7	3.8	3.9	3.8	3.2	3.6	4.1 ↑
Comprar en línea	4.8	4.7	4.6	4.5	4.3 ↓	4.6	4.6	4.2	4.5	4.3	4.7	4.6	4.7	4.5	4.2 ↓	4.8	4.7	4.7	4.6	4.3	5.2	4.7	4.6	4.7	4.2 ↓	4.9	4.8	4.7	4.4	4.3	4.8	4.5	4.6	4.6	4.4
Buscar empleo	4.3	4.7	4.6	4.5	4.6	4.4	5.0	5.0	4.5	4.7	4.2	4.7	4.6	4.5	4.8	4.3	4.8	4.5	4.6	5.0 ↑	3.9	4.2	4.0	4.0	3.9	4.4	4.3	4.4	4.6	4.6	4.3	5.1	4.9	4.8	4.6
Buscar amigos/pareja	5.8	6.5	6.4	6.3	5.8 ↓	5.8	6.5	6.6	6.4	5.8 ↓	5.5	6.4	6.2	6.4	5.9 ↓	5.8	6.5	6.3	6.3	5.9 ↓	5.9	6.5	6.5	6.3	5.6 ↓	5.9	6.5	6.5	6.0	6.0	5.8	6.4	6.5	6.2	5.8 ↓

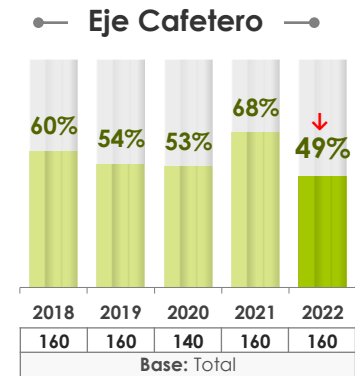
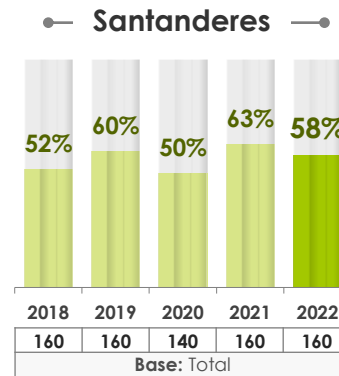
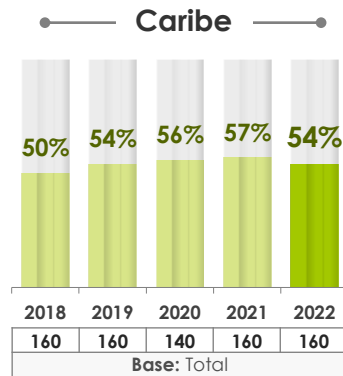
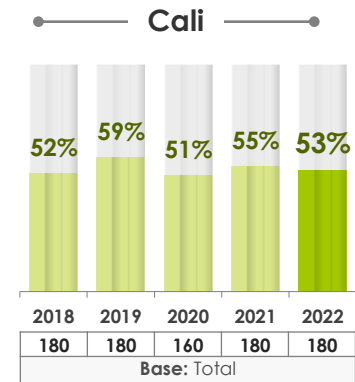
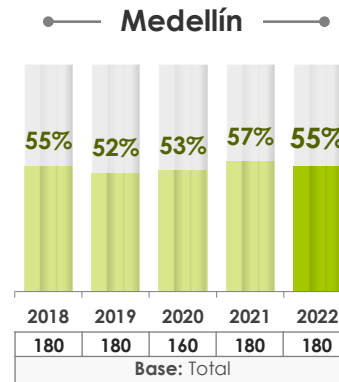
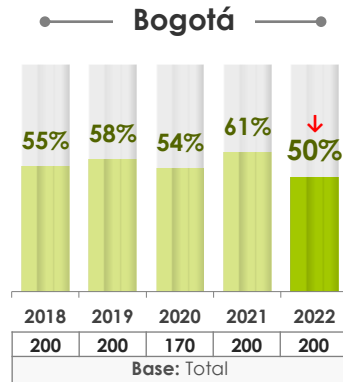
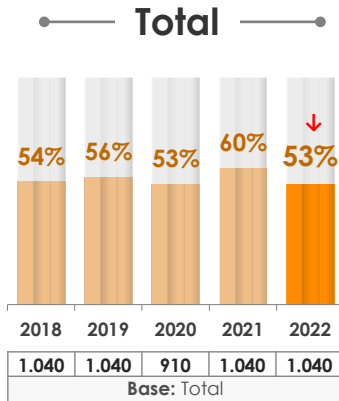
Promedios

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

% Base: TOTAL ENCUESTADOS	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																					
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022										
Revisar correos	2.4	2.0	2.3	2.5	2.8 ↑	2.5	2.0	2.3	2.5	3.0 ↑	2.3	1.9	2.4	2.5	2.7 ↑	2.8	2.4	2.9	3.0	3.3 ↑	2.3	2.0	2.1	2.4	2.8 ↑	2.1	1.7	1.9	2.2	2.5 ↑	2.6	2.3	2.5	2.5	3.3 ↑	2.4	2.0	2.3	2.6	2.8 ↑	2.2	1.9	1.9	2.1	2.4
Ver redes sociales	3.4	3.4	3.3	3.2	3.1	3.5	3.5	3.4	3.4	3.3	3.3	3.2	3.1	2.9	2.9	3.1	2.9	2.8	2.7	2.9	3.5	3.5	3.3	3.2	3.1	3.7	3.6	3.6	3.6	3.3 ↓	3.4	3.4	3.3	3.2	3.3	3.4	3.4	3.2	3.1	3.1	3.4	3.3	3.4	3.2	3.1
Explorar contenidos	3.5	3.0	3.4	3.4	3.5	3.3	2.9	3.2	3.3	3.5	3.6	3.3	3.5	3.5	3.5	3.6	3.4	3.7	3.5	3.6	3.4	3.0	3.3	3.4	3.6	3.3	2.9	3.1	3.1	3.3	3.6	3.3	3.7	3.7	3.8	3.5	3.1	3.3	3.4	3.5	3.0	2.7	2.9	2.9	3.3 ↑
Educación Virtual (Cursos, Clases en línea)	3.8	3.7	3.5	3.7	3.9 ↑	3.8	3.7	3.5	3.7	3.8	3.8	3.7	3.4	3.6	3.9 ↑	3.8	3.8	3.3	3.6	3.9 ↑	3.8	3.8	3.6	3.7	4.0 ↑	3.8	3.6	3.5	3.7	3.7	3.7	3.5	3.5	3.6	3.7	3.8	3.7	3.4	3.6	3.9 ↑	4.2	4.1	3.9	4.1	4.0
Comprar en línea	4.8	4.7	4.6	4.5	4.3 ↓	4.7	4.7	4.5	4.6	4.3 ↓	4.9	4.6	4.6	4.5	4.3 ↓	5.0	4.7	4.6	4.5	4.4	4.8	4.6	4.6	4.5	4.1 ↓	4.6	4.7	4.5	4.6	4.4	5.3	5.2	5.1	5.0	4.4 ↓	4.8	4.6	4.5	4.5	4.3 ↓	4.3	4.2	4.1	4.2	4.0
Buscar empleo	4.3	4.7	4.6	4.5	4.6	4.5	4.8	4.8	4.4	4.6	4.0	4.6	4.4	4.5	4.6	3.9	4.3	4.2	4.6	4.4	4.2	4.6	4.6	4.4	4.7	4.8	5.0	5.0	4.4	4.8 ↑	3.7	4.1	3.7	3.9	4.0	4.3	4.7	4.8	4.5	4.7	4.9	5.2	5.3	4.9	5.2
Buscar amigos/pareja	5.8	6.5	6.4	6.3	5.8 ↓	5.7	6.4	6.3	6.2	5.6 ↓	6.0	6.6	6.6	6.4	6.0 ↓	5.7	6.5	6.4	6.2	5.6 ↓	5.9	6.5	6.4	6.4	5.8 ↓	5.8	6.4	6.4	6.3	6.0 ↓	5.8	6.4	6.2	6.2	5.6 ↓	5.8	6.5	6.5	6.2	5.8 ↓	5.9	6.6	6.5	6.6	6.0 ↓

Respondieron **SÍ**

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

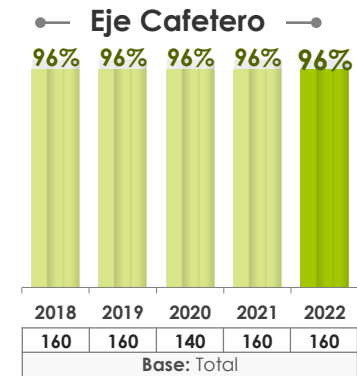
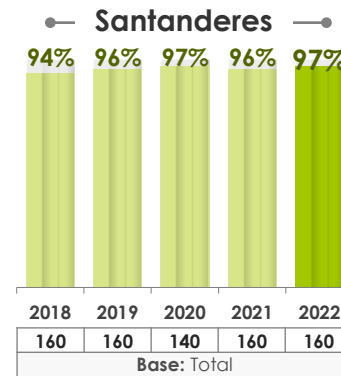
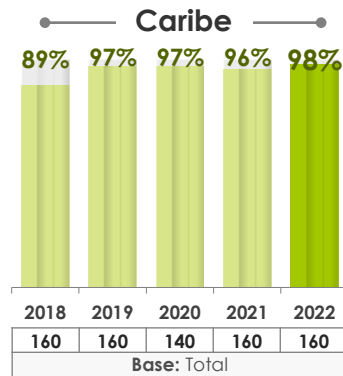
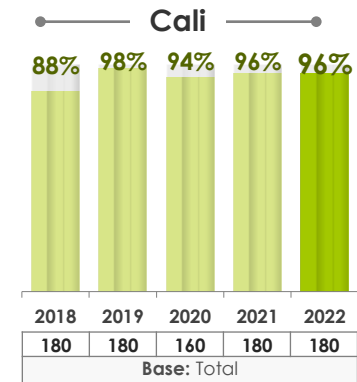
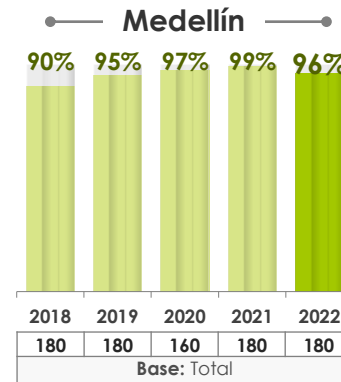
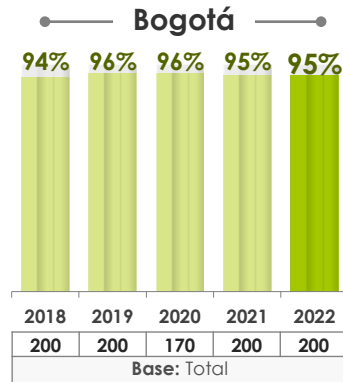
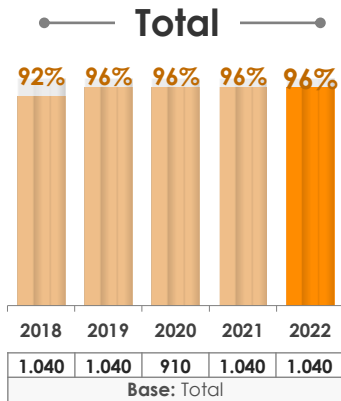


P2. ¿Cree que Internet debe ser un espacio libre sin ningún tipo de restricciones en cuanto a contenido y libertad de expresión? (RU)

%	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	54	56	53	60	53 ↓	65	69	61	68	63	40	37	45	51	43 ↓	52	59	57	65	58 ↓	54	55	53	60	50 ↓	56	56	48	53	51	47	49	48	59	55	54	58	55	60	53 ↓	61	54	50	59	48
No	43	42	43	38	43 ↑	33	30	37	30	36 ↑	54	59	50	46	51	44	37	38	31	39 ↑	42	43	44	39	46	42	42	48	43	46	47	48	47	38	42	43	39	41	38	43 ↑	36	45	49	36	49 ↑
No Sabe / No Responde	3	2	4	2	4	2	1	2	2	1	6	4	5	3	6	4	4	5	4	3	4	2	3	1	4 ↑	2	2	4	4	3	6	3	5	3	3	3	3	4	2	4	3	1	1	5	3

Respondieron **SÍ**

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

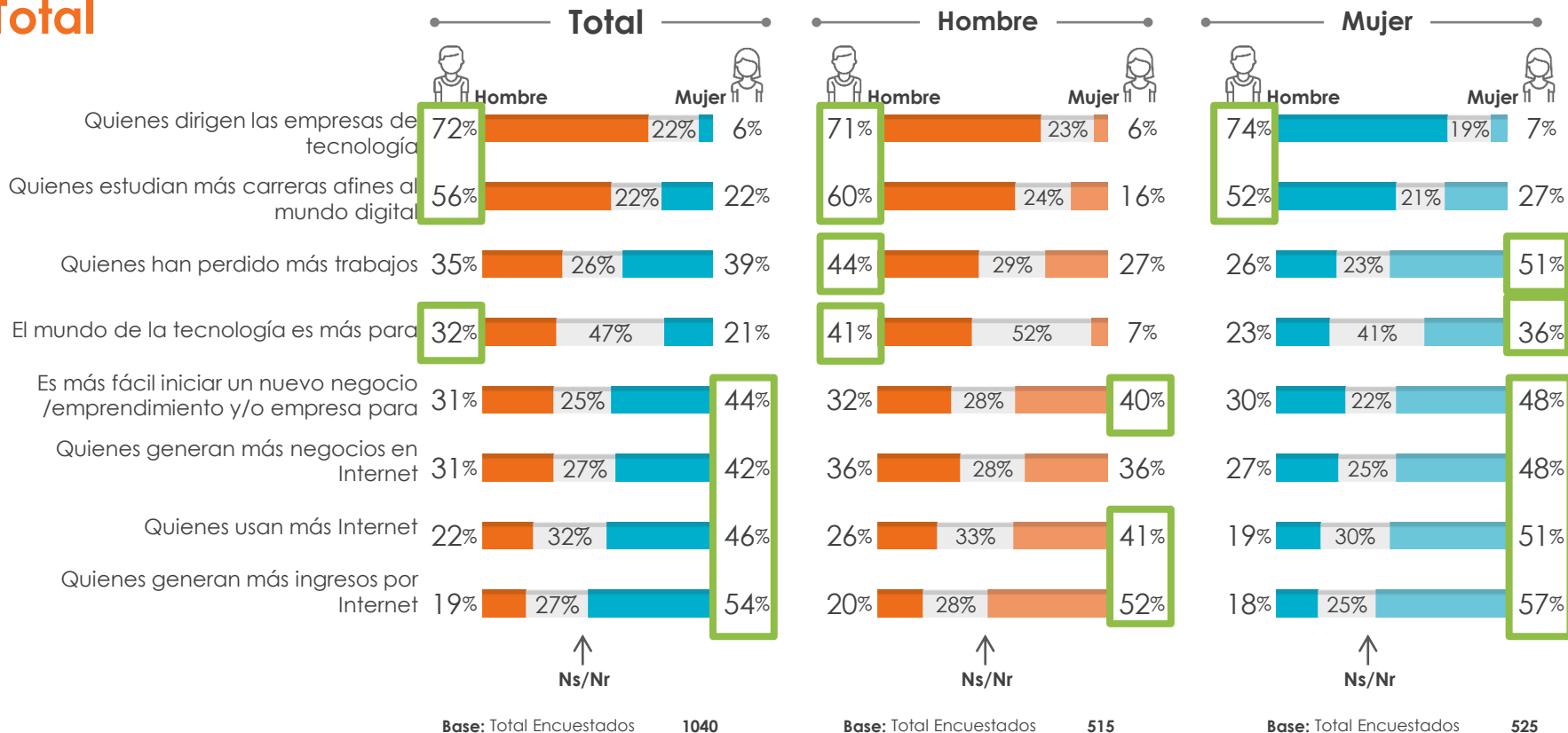


P3. Para usted, ¿El acceso a Internet debería ser considerado un derecho para todos? (RU)

%	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																								
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022										
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	92	96	96	96	96	94	97	97	97	97	89	96	95	97	95	90	98	96	96	95	92	96	96	96	97	94	96	96	97	97	87	95	93	96	97	92	96	97	96	96	97	99	96	98	94
No	6	3	3	3	3	5	2	3	3	2	8	4	3	2	4	8	1	3	3	3	6	4	3	3	3	5	3	2	3	2	10	4	6	4	3	6	3	2	3	2	2	1	1	2	5
No Sabe / No Responde	2	1	1	1	1	1	1	-	-	1	3	-	2	1	1	2	1	1	1	2	2	-	1	1	-	1	1	2	-	1	3	1	1	-	-	2	1	1	1	2	1	-	3	-	1

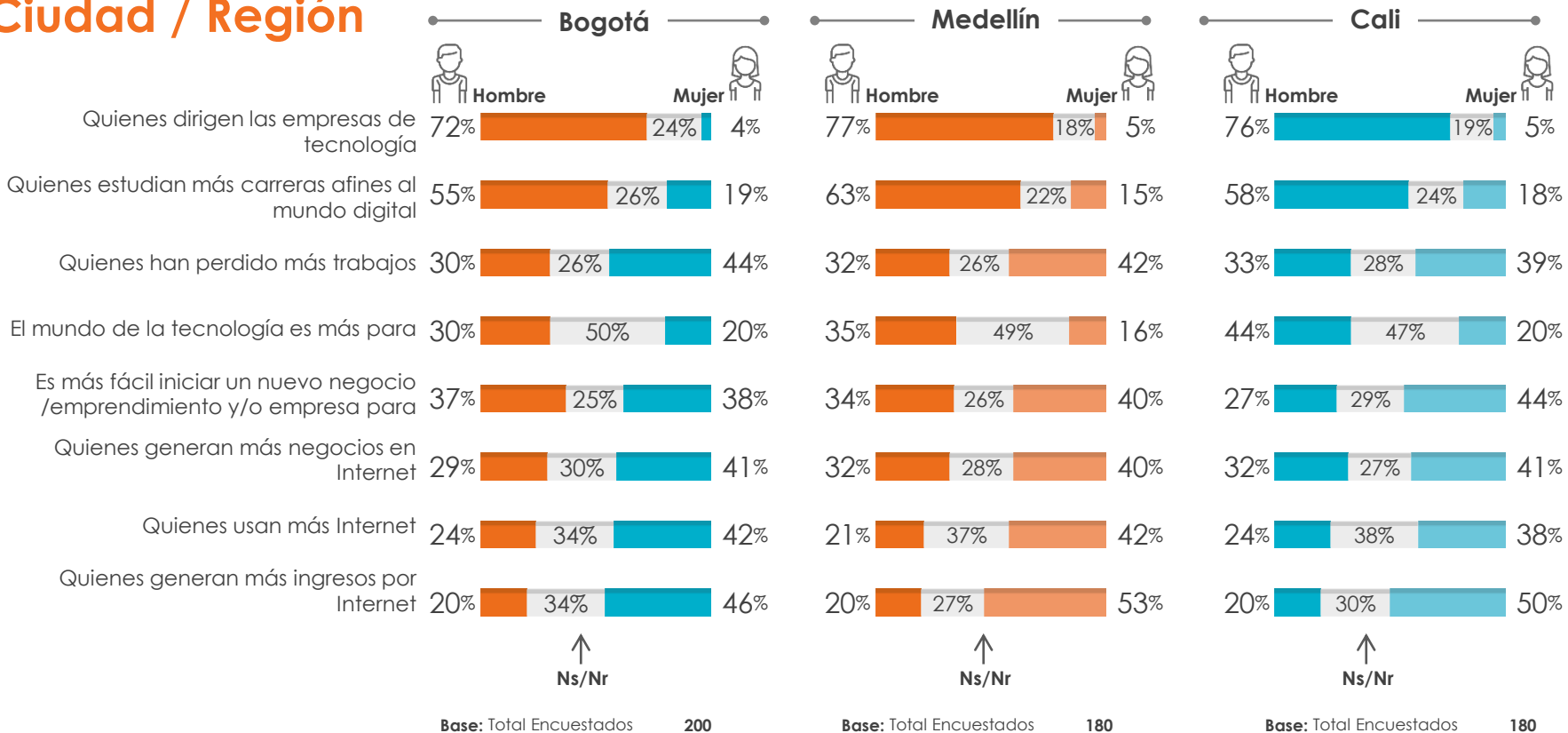
P3A. Para cada una de las siguientes frases seleccione a quien presenta mayor afinidad (hombres o mujeres) - (RU por frase)

Total



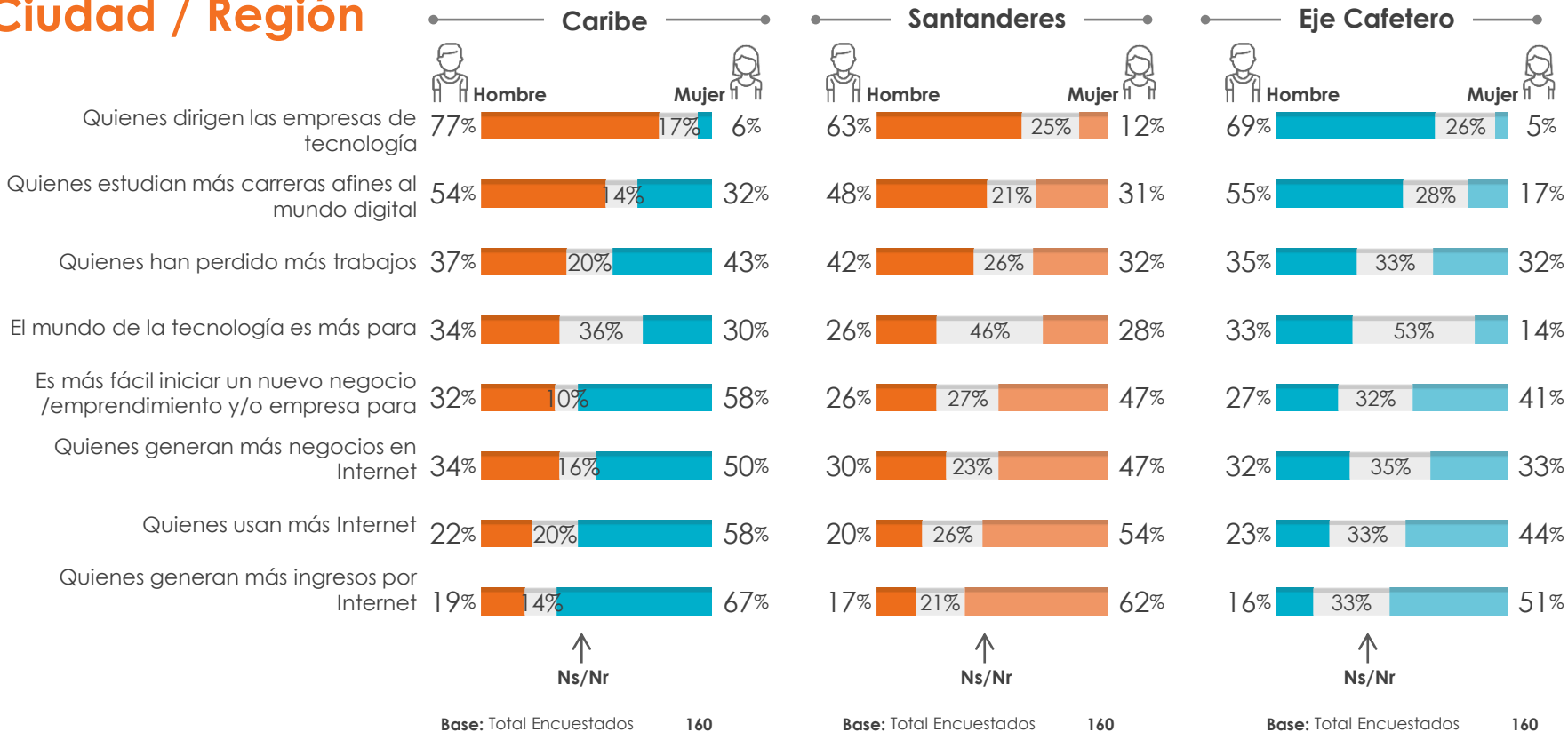
P3A. Para cada una de las siguientes frases seleccione a quien presenta mayor afinidad (hombres o mujeres) - (RU por frase)

Ciudad / Región



P3A. Para cada una de las siguientes frases seleccione a quien presenta mayor afinidad (hombres o mujeres) - (RU por frase)

Ciudad / Región



P3A. Para cada una de las siguientes frases seleccione a quien presenta mayor afinidad (hombres o mujeres) - (RU por frase)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS																		
	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
1. El mundo de la tecnología es más para:																		
Hombres	41	32	46	41	33	23	39	27	36	29	49	39	34	28	43	33	42	32
Mujeres	15	21	6	7	29	36	16	20	16	26	12	19	22	31	13	20	13	16
No Sabe / No Responde	44	47	48	52	38	41	45	53	48	45	39	42	44	41	44	47	45	52
2. Quienes usan más Internet:																		
Hombres	28	22	30	26	24	19	32	21	24	24	30	21	23	16	30	24	27	18
Mujeres	40	46	34	41	49	51	35	44	42	48	40	46	44	53	39	45	37	43
No Sabe / No Responde	32	32	36	33	27	30	33	35	34	28	30	33	33	31	31	31	36	39
3. Es más fácil iniciar un nuevo negocio/emprendimiento y/o empresa para:																		
Hombres	37	31	37	32	37	30	35	27	35	29	41	37	34	27	36	31	43	37
Mujeres	29	44	25	40	35	48	36	48	29	48	26	36	32	52	30	43	24	40
No Sabe / No Responde	34	25	38	28	28	22	29	25	36	23	33	27	34	21	34	26	33	23
4. Quienes generan más ingresos por Internet:																		
Hombres	25	19	25	20	24	18	20	17	24	17	29	23	22	15	26	19	24	22
Mujeres	40	54	36	52	47	57	50	60	39	60	37	43	44	63	40	54	37	47
No Sabe / No Responde	35	27	39	28	29	25	30	23	37	23	34	34	34	22	34	27	39	31

P3A. Para cada una de las siguientes frases seleccione a quien presenta mayor afinidad (hombres o mujeres) - (RU por frase)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS																		
	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
5. Quienes generan más negocios en Internet:																		
Hombres	40	31	43	36	37	27	40	28	34	32	49	34	39	27	40	32	43	34
Mujeres	27	42	21	36	34	48	32	45	30	47	20	34	28	48	27	41	24	39
No Sabe / No Responde	33	27	36	28	29	25	28	27	36	21	31	32	33	25	33	27	33	27
6. Quienes estudian más carreras afines al mundo digital:																		
Hombres	57	56	56	60	59	52	58	60	59	55	56	52	48	50	60	57	60	54
Mujeres	15	22	13	16	18	27	19	18	13	25	15	22	24	28	13	21	9	18
No Sabe / No Responde	28	22	31	24	23	21	23	22	28	20	29	26	28	22	27	22	31	28
7. Quienes han perdido más trabajos																		
Hombres	34	35	42	44	22	26	34	37	33	31	35	36	35	42	34	34	33	26
Mujeres	33	39	22	27	50	51	33	33	32	44	35	40	29	32	35	40	30	43
No Sabe / No Responde	33	26	36	29	28	23	33	30	35	25	30	24	36	26	31	26	37	31
8. Quienes dirigen las empresas de tecnología																		
Hombres	65	72	62	71	70	74	65	70	65	72	66	74	59	66	66	73	70	75
Mujeres	6	6	6	6	6	7	8	7	4	7	7	5	10	8	5	7	3	2
No Sabe / No Responde	29	22	32	23	24	19	27	23	31	21	27	21	31	26	29	20	27	23



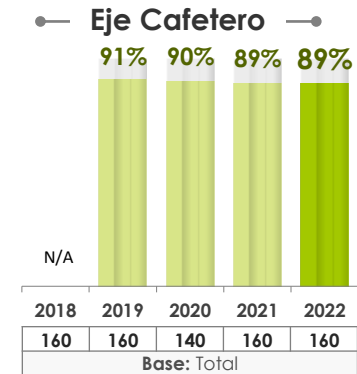
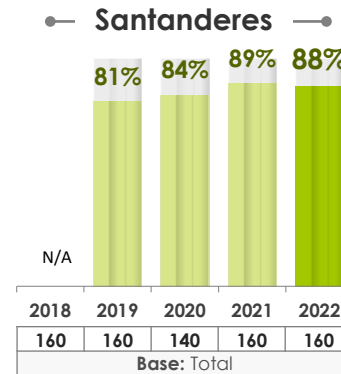
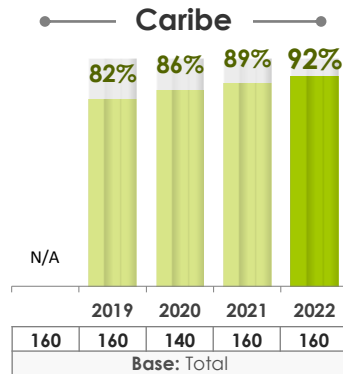
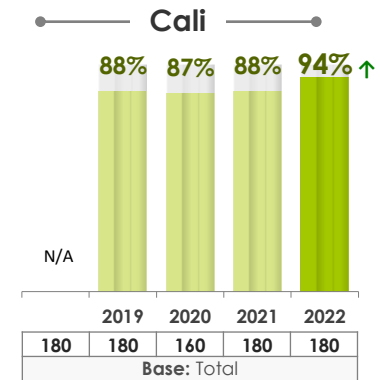
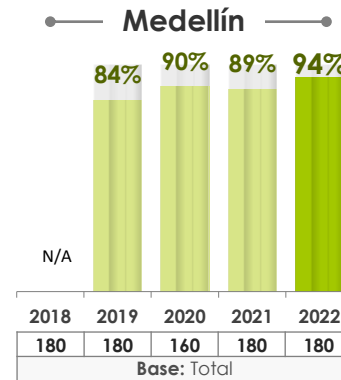
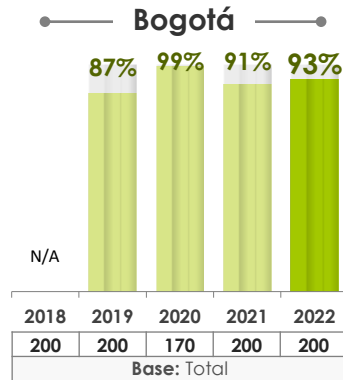
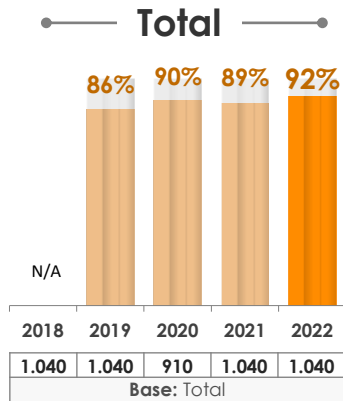
Compras y seguridad en Internet

- 9 de cada 10 personas realizó compras a través de páginas web o redes sociales, donde Cali obtiene un crecimiento significativo, alcanzando el nivel histórico más alto. Así mismo, este tipo de compra se incrementa en hombres y en NSE 5-6.
- Al ser un poco más específicos, las compras han sido más a través de páginas web y páginas web / redes sociales que solo redes sociales.
- Frente a 2019 se observa un crecimiento importante frente a la compra a través de aplicaciones desde el celular.
- Lo más comprado en Internet es la categoría “Artículos para el hogar, herramientas y decoración”. Es interesante ver que frente a 2018 todas las categorías ganan participación, excepto “Viajes/Tiquetes aéreos”, que en la actualidad ocupa el segundo lugar.
- El porcentaje de entrevistados que ha vendido algo a través de página web o redes sociales es menor (39%) y se reduce frente a 2021, donde Medellín presenta la caída más fuerte. Así mismo, personas entre 32 y 45 años y de estratos 3 en adelante son en las que más se contrae este indicador.
- Contrario al efecto visto en compras, las ventas por Internet han sido principalmente por redes sociales.
- Solo 2 de cada 10 personas ha vendido algo por aplicaciones desde su celular. Medellín es la ciudad con el indicador más bajo.
- Las redes sociales continúan siendo percibidas como el canal de venta más efectivo para vender productos, manteniendo la tendencia vista desde 2020. Por su parte, las apps han venido creciendo poco a poco a lo largo del tiempo, siendo Bogotá la ciudad con la mayor participación.

- La percepción de la seguridad con respecto al proceso de compra en Internet disminuye frente a 2021: 67% de las personas se sienten más seguras hoy. Este cambio se da principalmente en Bogotá, en mujeres los menores de 46 años y personas de NSE 1-2.
- El principal aspecto que hace sentir mayor seguridad al comprar por Internet es “Uso de sistemas de pago seguros PSE, Paypal, Payu, etc.), seguido de “Mejora de los protocolos de seguridad”, “Páginas con certificados de seguridad” y “Políticas de protección de datos / habeas data”.
- Las principales razones que hacen sentir inseguridad al comprar en Internet son las estafas, el robo de información y la suplantación de perfiles de empresas o personas.
- Las víctimas de algún robo o estafa por Internet crecen un 6% frente a 2019. Este comportamiento se da de forma transversal en todas las ciudades, excepto Bogotá.

Respondieron **SÍ**

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



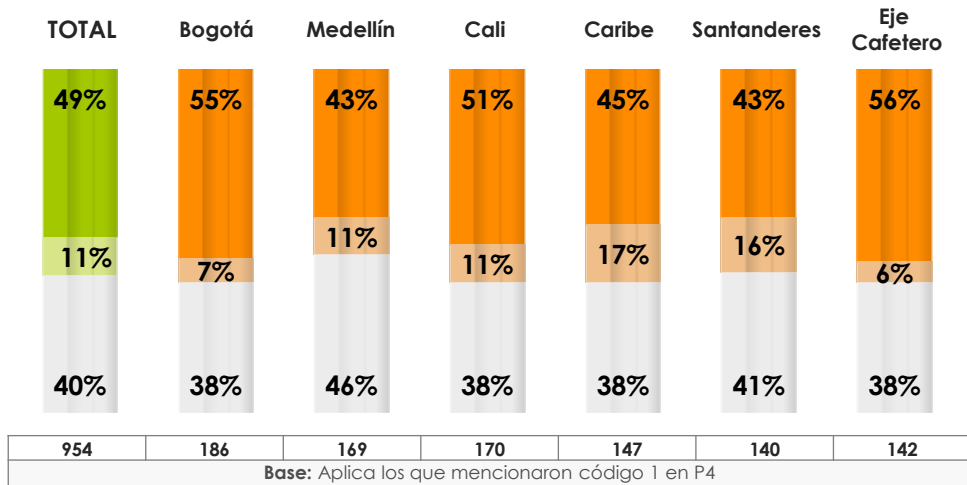
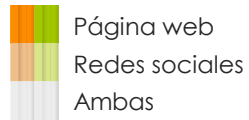
*Nota: Pregunta no disponible en la medición 2019. Para realizar una comparación frente a dicho año, se construyó un neto con los resultados de las preguntas P15A. ¿En el último año ha realizado compras en Internet? y P16A. ¿En el último año ha comprado algo por redes sociales?

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

%	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																						
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022										
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	-	86	90	89	92	-	87	91	88	93 ↑	100	84	88	91	91	-	89	91	89	91	-	88	91	93	93	-	80	87	86	91	-	70	76	85	88	-	88	94	90	91	-	93	97	91	100 ↑
No	-	14	10	11	8	-	13	9	12	7 ↓	-	16	12	9	9	-	11	9	11	9	-	12	9	7	7	-	20	13	14	9	-	30	24	15	12	-	12	6	10	9	-	7	3	9	- ↓
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					

Medición **2022**

P4A. ¿La(s) compra(s) que realizó en el último año fueron por...?



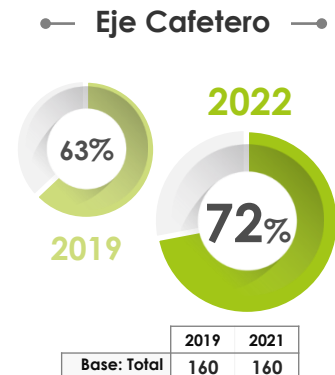
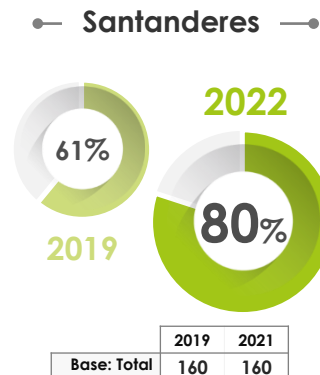
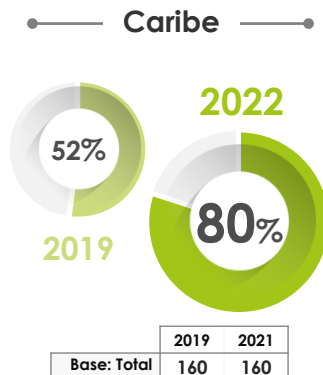
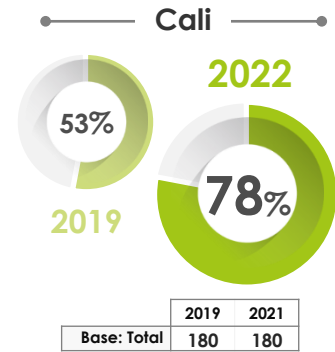
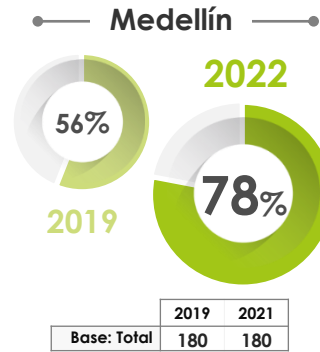
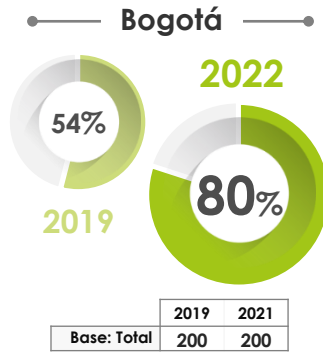
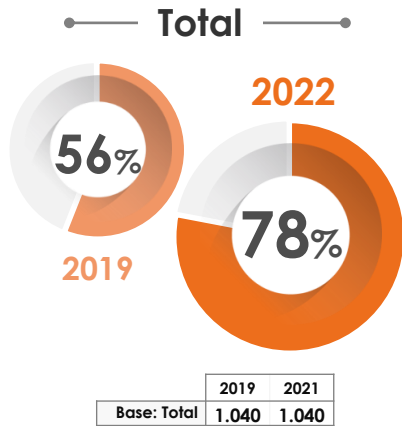
P4A. ¿La(s) compra(s) que realizó en el último año fueron por...? (RU)

%

	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
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: APLICA LOS QUE MENCIONARON CODIGO 1 EN P4	954	478	476	323	320	311	164	666	124
Página web	49	60	38	38	51	59	39	50	57
Redes sociales	11	8	14	13	10	10	20	10	4
Ambas	40	32	48	49	39	31	41	40	39

5B. ¿En el último año ha comprado algo por aplicaciones desde su celular? (RU)

Respondieron **SÍ**



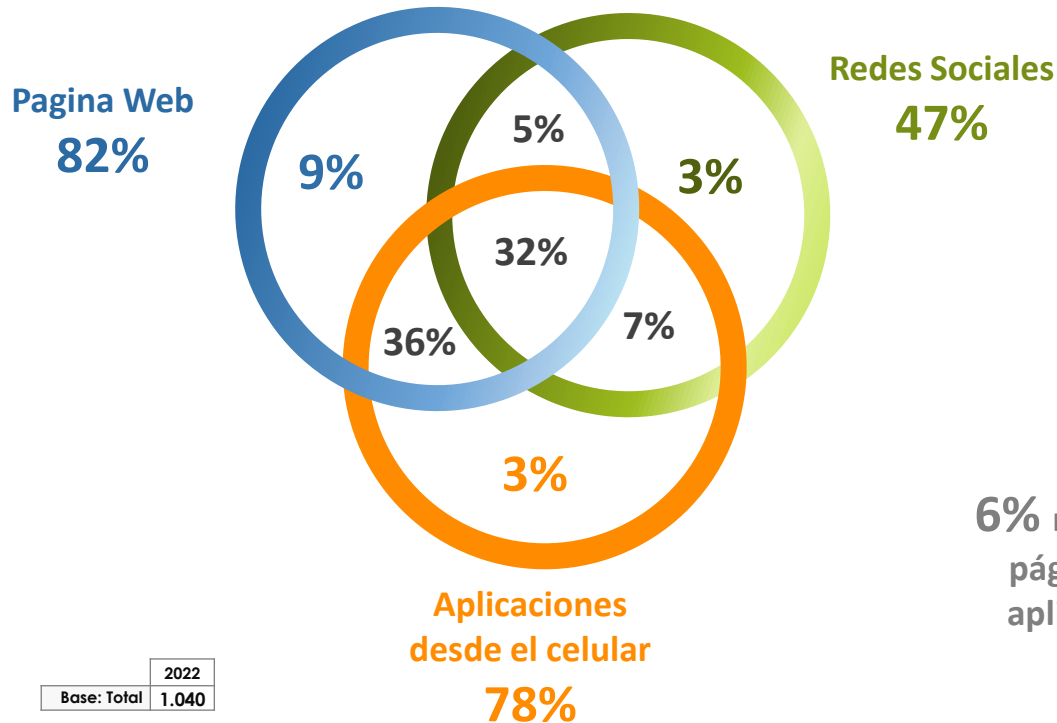
5B. ¿En el último año ha comprado algo por aplicaciones desde su celular? (RU)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Sí	56	78	59	80	52	76	62	75	62	84	46	75	46	75	56	78	70	85
No	44	22	41	20	48	24	38	25	38	16	54	25	54	25	44	22	30	15
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

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

P4A. ¿La(s) compra(s) que realizó en el último año fueron por...? (RU)

5B. ¿En el último año ha comprado algo por aplicaciones desde su celular? (RU)



	2022
Base: Total	1.040

P5D. ¿Qué compra usualmente por Internet? (RM)

	Total			Bogotá			Medellín			Cali			Caribe			Santanderes			Eje Cafetero		
	2017	2018	2022	2017	2018	2022	2017	2018	2022	2017	2018	2022	2017	2018	2022	2017	2018	2022	2017	2018	2022
Artículos para el hogar, herramientas y decoración	44%	35%	54%	40%	33%	55%	44%	38%	60%	47%	30%	62%	38%	28%	47%	42%	40%	47%	52%	43%	54%
Viajes/Tiquetes aéreos	60%	57%	52%	66%	67%	62%	61%	58%	52%	58%	46%	62%	53%	59%	32%	54%	54%	47%	63%	55%	54%
Moda	38%	35%	50%	38%	35%	47%	45%	47%	55%	28%	23%	48%	39%	37%	55%	41%	32%	47%	39%	34%	50%
Tecnología y computadores	53%	46%	50%	55%	39%	44%	53%	41%	53%	58%	40%	54%	47%	43%	53%	49%	49%	45%	57%	64%	50%
Belleza y salud (Incluye medicamentos)	32%	19%	44%	31%	23%	39%	32%	24%	46%	31%	16%	45%	41%	22%	43%	30%	16%	45%	32%	15%	43%
Mercado (alimentos, bebidas y productos para limpieza)	19%	15%	39%	20%	17%	44%	24%	26%	43%	18%	9%	37%	17%	13%	37%	18%	11%	39%	14%	14%	35%
Entretenimiento y cultura	21%	21%	28%	24%	28%	35%	26%	22%	29%	23%	19%	30%	18%	20%	18%	15%	14%	20%	18%	20%	31%
Artículos deportivos	26%	25%	23%	25%	18%	23%	24%	32%	22%	26%	30%	23%	28%	22%	19%	24%	24%	31%	30%	25%	24%
Libros y discos	15%	16%	22%	13%	15%	24%	19%	19%	26%	17%	13%	21%	12%	15%	21%	12%	18%	16%	16%	17%	21%
Aplicaciones o programas	19%	18%	21%	16%	18%	19%	21%	20%	20%	20%	17%	20%	18%	13%	15%	19%	18%	30%	19%	24%	23%
Artículos infantiles	17%	12%	16%	12%	9%	16%	15%	14%	15%	15%	13%	15%	21%	15%	25%	22%	11%	11%	20%	14%	12%
Videos o música	8%	7%	11%	6%	9%	7%	9%	6%	13%	9%	4%	8%	11%	11%	9%	7%	3%	13%	6%	12%	16%
Otro tipo de compras	14%	11%	15%	10%	9%	13%	13%	14%	14%	16%	14%	17%	17%	6%	15%	13%	11%	14%	18%	12%	15%

*Base:	811	716	982	157	138	190	151	125	171	137	125	172	115	102	150	122	116	152	129	110	147
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

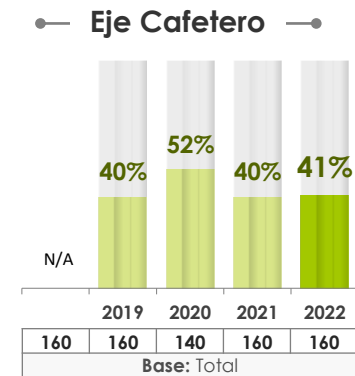
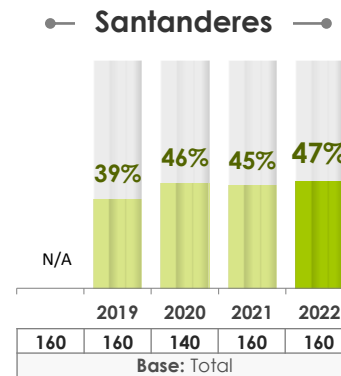
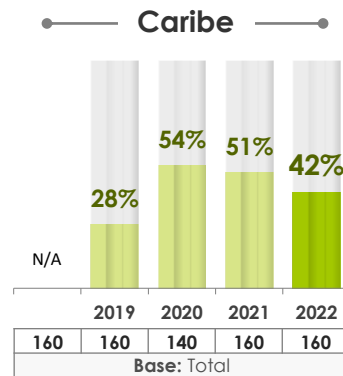
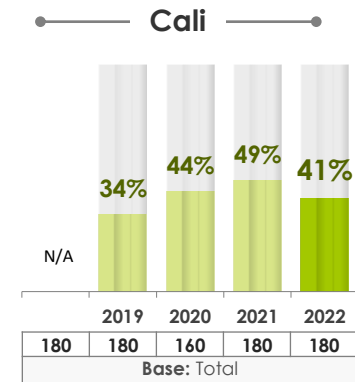
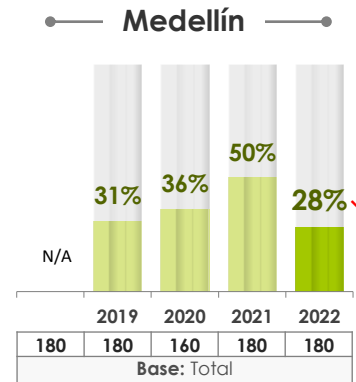
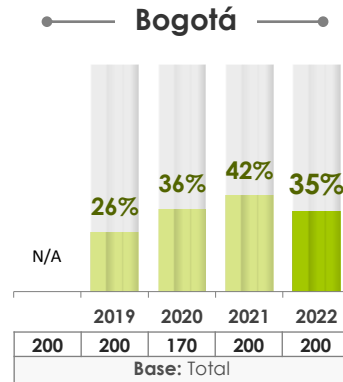
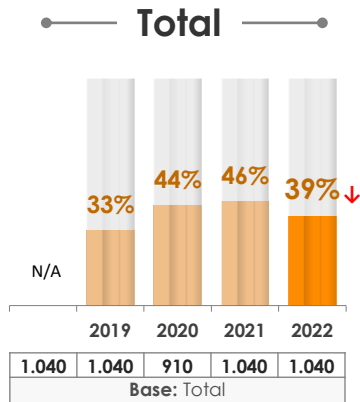
* Aplique a quienes contestaron sí (código 1) en p4 o sí (código 1) en P5B

P5D. ¿Qué compra usualmente por Internet? (RM)

% Base: APLIQUE A QUIENES CONTESTARON SI (CÓDIGO 1) EN P4 o SI (CÓDIGO 1) EN P5B	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			
	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022	2016	2017	2018	2022
Artículos para el hogar, herramientas y decoración	54	44	35	54	52	45	34	54	55	43	37	55	50	39	33	53	56	48	35	56	54	44	38	54	46	39	32	52	55	44	35	54	58	47	38	57
Viajes/Tiquetes aéreos	49	60	57	52	50	58	54	52	49	61	60	52	48	57	48	46	53	60	58	54	46	63	64	57	15	40	32	28	39	60	57	54	84	83	77	77
Modo	-	38	35	50	-	29	27	38	-	48	45	62	-	43	47	56	-	40	31	52	-	31	24	43	-	33	31	45	-	39	36	50	-	41	35	60
Tecnología y computadores	51	53	46	50	66	66	57	64	38	40	30	36	48	52	46	51	57	55	48	51	49	54	42	48	50	44	45	50	53	57	47	50	44	47	40	52
Belleza y salud (Incluye medicamentos)	36	32	19	44	19	18	9	25	51	47	33	62	34	40	25	45	39	33	19	44	34	22	13	42	32	32	21	42	36	34	20	43	39	25	17	48
Mercado (alimentos, bebidas y productos para limpieza)	16	19	15	39	19	18	13	35	14	19	18	43	18	22	14	42	15	16	16	39	16	18	14	37	9	17	12	32	18	18	15	41	18	25	18	43
Entretención y cultura	-	21	21	28	-	23	22	33	-	19	20	22	-	26	21	31	-	19	25	-	-	17	16	25	-	10	20	16	-	24	19	29	-	22	28	40
Artículos deportivos	-	26	25	23	-	33	33	31	-	19	15	15	-	24	28	25	-	29	25	20	-	25	23	25	-	18	22	16	-	27	24	25	-	29	33	23
Libros y discos	20	15	16	22	20	15	17	22	20	15	15	21	24	18	18	21	18	14	16	25	18	13	14	19	14	9	12	13	21	15	16	22	22	22	21	29
Aplicaciones o programas	21	19	18	21	27	24	22	26	16	13	13	16	29	19	21	26	23	21	20	20	10	16	13	18	16	10	14	13	22	20	18	22	24	24	23	27
Artículos infantiles	-	17	12	16	-	16	10	11	-	18	15	20	-	14	11	14	-	25	18	21	-	11	8	12	-	14	13	19	-	18	12	14	-	15	13	19
Videos o música	14	8	7	11	16	8	10	14	12	8	3	8	18	10	9	16	13	7	5	9	10	7	8	7	9	6	3	5	15	8	7	12	16	12	13	11
Otro tipo de compras	35	14	11	15	34	17	12	16	37	12	9	14	34	10	9	16	33	17	12	13	40	15	12	16	32	14	10	19	36	15	12	15	38	13	10	10

Respondieron **SÍ**

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



***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?

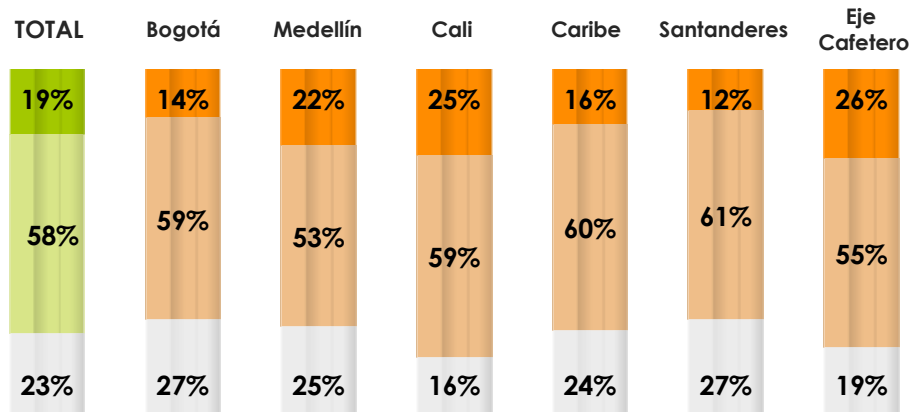
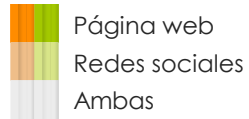
P5. ¿En el último año ha vendido algo por una página web o redes sociales? (RU)

%	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	-	33	44	46	39 ↓	-	36	43	45	38 ↓	100	28	45	46	40 ↓	-	41	53	51	45	-	39	44	50	41 ↓	-	21	36	36	30	-	30	43	46	40	-	34	46	46	40 ↓	-	31	39	43	27 ↓
No	-	67	56	54	61 ↑	-	64	57	55	62 ↑	-	72	55	54	60 ↑	-	59	47	49	55	-	61	56	50	59 ↑	-	79	64	64	70	-	70	57	54	60	-	66	54	54	60 ↑	-	69	61	57	73 ↑
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?

Medición **2022**

P5A. ¿La(s) venta(s) que realizó en el último año fueron por...? (RU)



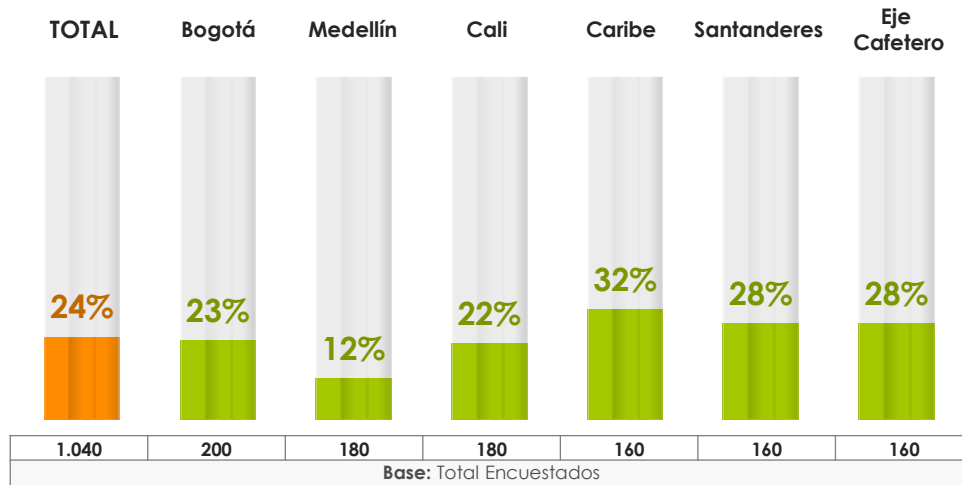
402	70*	51*	73*	68*	75*	65*
Base: Aplica los que mencionaron código 1 en P5						

P5A. ¿La(s) venta(s) que realizó en el último año fueron por...? (RU)

%	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
		2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	515	525	354	343	343	187	729	124
Sí	39	38	40	45	41	30	40	40	27
No	61	62	60	55	59	70	60	60	73
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Medición **2022**
Respondieron **SÍ**

P5C. ¿En el último año ha vendido algo por aplicaciones desde su celular? (RU)



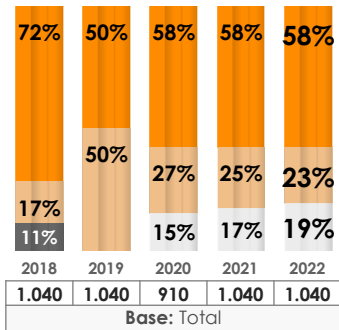
P5C. ¿En el último año ha vendido algo por aplicaciones desde su celular? (RU)

%	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
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	515	525	354	343	343	187	729	124
Sí	24	24	24	29	25	17	26	24	16
No	76	76	76	71	75	83	74	76	84
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-

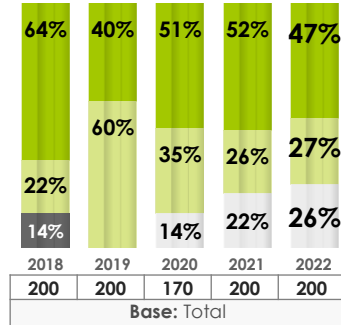
P9. ¿Qué es más efectivo para vender productos? (RM)

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

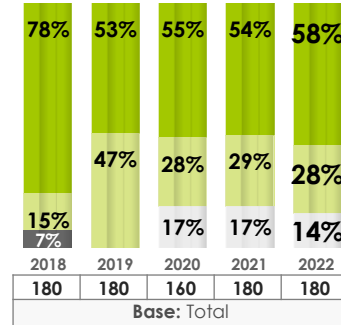
Total



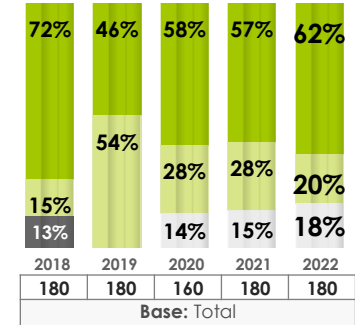
Bogotá



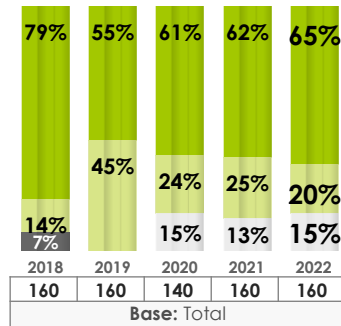
Medellín



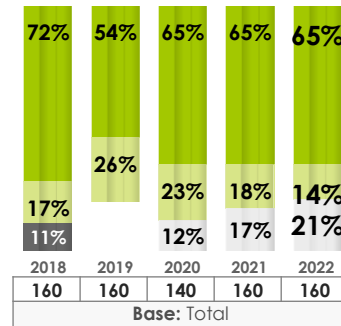
Cali



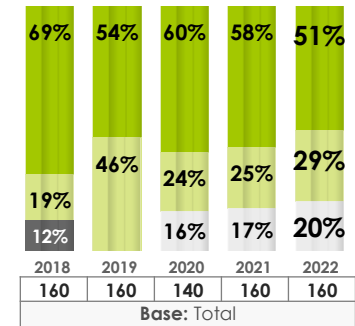
Caribe



Santanderes



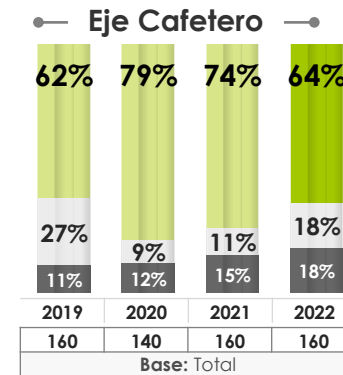
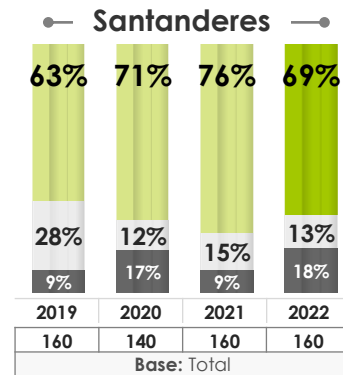
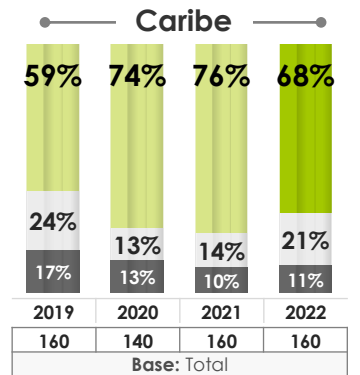
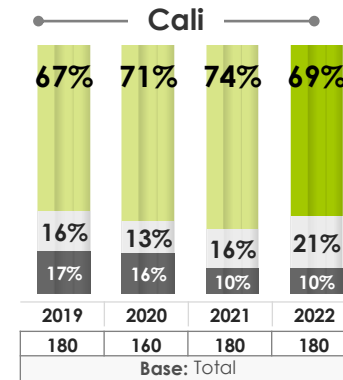
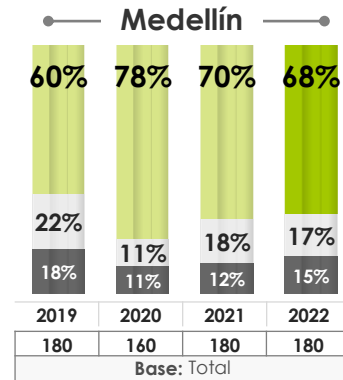
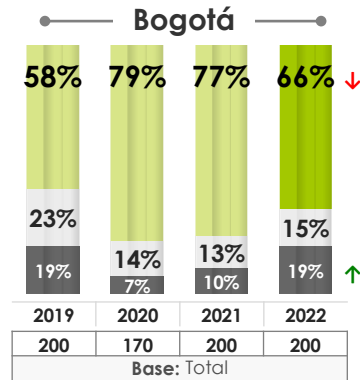
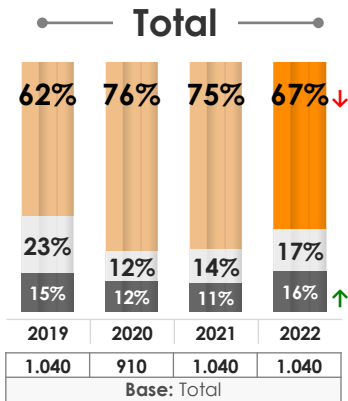
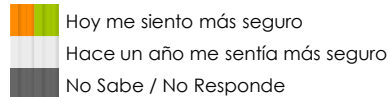
Eje Cafetero



P9. ¿Qué es más efectivo para vender productos? (RM)

%	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Las redes sociales	72	50	58	58	58	70	48	51	52	49	74	53	65	64	66	81	60	66	64	65	72	51	63	63	59	62	43	44	46	49	71	53	62	60	69	75	47	57	59	56	64	56	57	51	50
Las páginas web propias	17	50	27	25	23	20	52	31	27	25	14	47	24	23	22	11	40	19	21	16	17	49	26	23	22	23	57	38	32	32	17	47	24	23	16	16	53	28	25	23	19	44	32	27	35
Las Apps o aplicaciones	-	-	15	17	19	-	-	18	21	26 ↑	-	-	11	13	12	-	-	15	15	19	-	-	11	14	19	-	-	18	22	19	-	-	14	17	15	-	-	15	16	21 ↑	-	-	11	22	15
No sabe / No responde	11	-	-	-	-	10	-	-	-	-	12	-	-	-	-	8	-	-	-	-	11	-	-	-	-	15	-	-	-	-	12	-	-	-	-	9	-	-	-	-	17	-	-	-	-

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



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

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	-*	1.040	910	1.040	1.040	-*	620	455	526	515	-*	420	455	514	525	-*	201	309	354	354	-*	477	301	347	343	-*	362	300	339	343	-*	200	209	188	187	-*	660	586	725	729	-*	180	115	127	124
Hoy me siento más seguro	-	62	76	75	67 ↓	-	68	80	74	69	-	52	71	75	65 ↓	-	65	80	81	72 ↓	-	61	73	76	65 ↓	-	61	74	66	64	-	53	67	76	58 ↓	-	64	78	74	70	-	65	82	77	68
Hace un año me sentía más seguro	-	23	12	14	17	-	19	10	14	16	-	28	14	15	19	-	18	8	8	13 ↑	-	23	13	14	19	-	26	14	21	20	-	21	14	15	22	-	23	11	15	16	-	23	12	13	16
No Sabe / No Responde	-	15	12	11	16 ↑	-	13	10	12	15	-	20	15	10	16 ↑	-	17	12	11	15	-	16	14	10	16 ↑	-	13	12	13	16	-	26	19	9	20 ↑	-	13	11	11	14	-	12	6	10	16

P6A. ¿Qué hace que hoy sienta más seguridad al comprar en Internet? (RM)

Medición **2022**

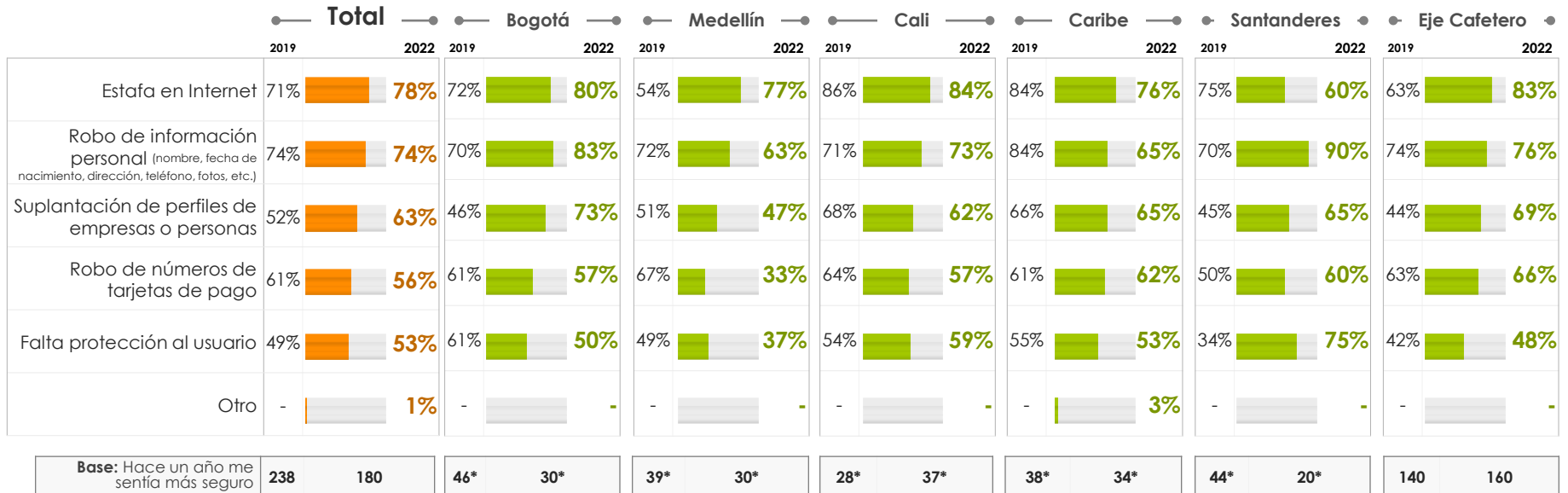
— Total —
— Bogotá —
— Medellín —
— Cali —
— Caribe —
— Santanderes —
— Eje Cafetero —

	Total	Bogotá	Medellín	Cali	Caribe	Santanderes	Eje Cafetero
Uso de sistemas de pago seguros como PSE, Paypal, Payu, etc.	70%	73%	75%	74%	69%	65%	60%
Han mejorado los protocolos de seguridad	53%	53%	59%	56%	48%	43%	59%
Páginas con certificados de seguridad	47%	47%	42%	50%	40%	50%	51%
Políticas de protección de datos / habeas data	46%	48%	41%	40%	46%	52%	50%
Hay mayor vigilancia y control sobre los contenidos	41%	39%	40%	36%	46%	42%	47%
Incremento de la seguridad en las pasarelas de pagos	39%	43%	49%	46%	36%	30%	29%
Uso el método de pago contra entrega	37%	33%	43%	35%	44%	35%	33%
Actualización de los antivirus / programas de seguridad	34%	33%	34%	32%	31%	40%	36%
Solo compro en sitios web conocidos	34%	35%	45%	40%	27%	24%	33%
Las plataformas ofrecen mayores garantías de seguridad a los usuarios	34%	36%	28%	33%	37%	32%	36%
Consulta de comentarios y calificaciones de usuarios que ya han hecho compras en esa página	33%	36%	35%	33%	32%	30%	34%
Avisos / alertas de seguridad en los navegadores	32%	31%	33%	32%	38%	27%	31%
Base: Hoy me siento más seguro	700	132	123	124	108	111	102

P6A. ¿Qué hace que hoy sienta más seguridad al comprar en Internet? (RM)

% <i>Base: HOY ME SIENTO MÁS SEGURO</i>	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
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
	700	358	342	256	224	220	109	507	84*
Uso de sistemas de pago seguros como PSE, Paypal, Payu, etc.	70	73	66	70	73	67	57	72	75
Han mejorado los protocolos de seguridad	53	60	46	49	47	64	51	52	58
Páginas con certificados de seguridad	47	51	42	50	46	44	40	47	51
Políticas de protección de datos / habeas data	46	47	46	46	44	48	42	48	44
Hay mayor vigilancia y control sobre los contenidos	41	43	39	44	41	39	50	41	35
Incremento de la seguridad en las pasarelas de pagos	39	43	36	35	42	42	25	41	51
Uso el método de pago contra entrega	37	32	42	46	30	34	49	36	27
Actualización de los antivirus / programas de seguridad	34	41	27	29	30	45	28	35	42
Solo compro en sitios web conocidos	34	37	31	32	36	36	20	36	44
Las plataformas ofrecen mayores garantías de seguridad a los usuarios	34	35	32	39	29	31	35	33	33
Consulta de comentarios y calificaciones de usuarios que ya han hecho compras en esa página	33	31	36	41	30	28	31	34	36
Avisos / alertas de seguridad en los navegadores	32	31	33	31	34	31	34	32	29
Mejor configuración de privacidad / más filtros de privacidad	31	34	27	31	31	30	33	30	35
Exigencia en la creación de contraseñas más seguras	29	34	24	23	31	35	29	29	33
Generación de códigos de autenticación o de seguridad	29	31	27	30	32	26	23	31	25

P6b. ¿Qué hace que hoy sienta más inseguridad al comprar en Internet? (RM)

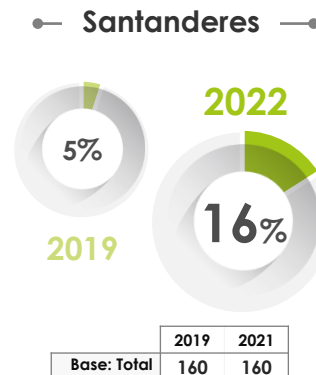
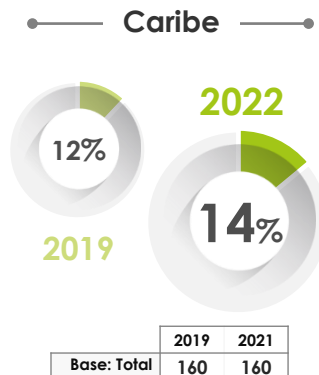
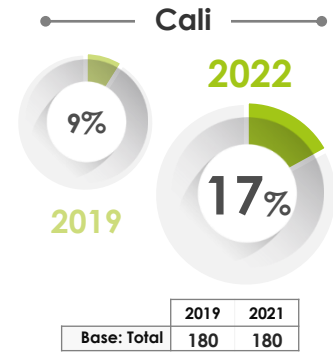
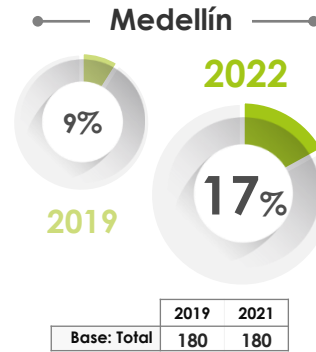
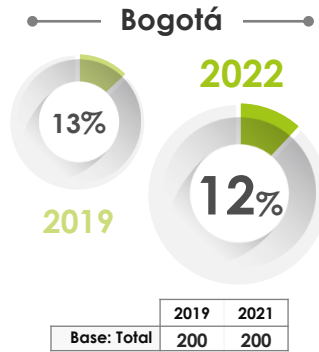
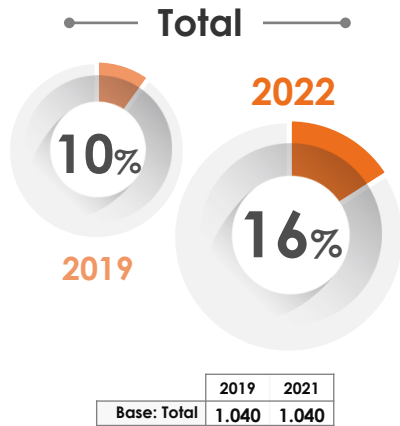


P6b. ¿Qué hace que hoy sienta más inseguridad al comprar en Internet? (RM)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: Hace un año me sentía más seguro	238	180	118	80*	120	100	36*	47*	109	63*	93*	70*	41*	41*	155	119	42*	20*
Estafa en Internet	71	78	75	73	68	82	67	68	68	84	77	79	71	76	75	78	60	80
Robo de información personal (nombre, fecha de nacimiento, dirección, teléfono, fotos, etc.)	74	74	80	71	68	76	72	62	73	81	74	76	66	71	75	76	74	65
Suplantación de perfiles de empresas o personas	52	63	53	61	52	65	50	55	56	75	48	59	41	63	57	62	45	70
Robo de números de tarjetas de pago	61	56	61	50	60	60	72	53	59	60	58	53	61	49	59	58	67	55
Falta protección al usuario	49	53	46	54	52	52	53	51	45	56	52	51	41	49	52	51	43	70
Otro	-	1	-	1	-	-	-	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-

P6c. En el último año, ¿Usted ha sido víctima de algún robo o estafa en Internet? (RU)

Respondieron **SÍ**



P6c. En el último año, ¿Usted ha sido víctima de algún robo o estafa en Internet? (RU)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Sí	10	16	10	17	11	15	11	16	9	17	11	13	10	14	10	16	11	15
No	90	84	90	83	89	85	89	84	91	83	89	87	90	86	90	84	89	85
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-



Emprendimiento en Colombia

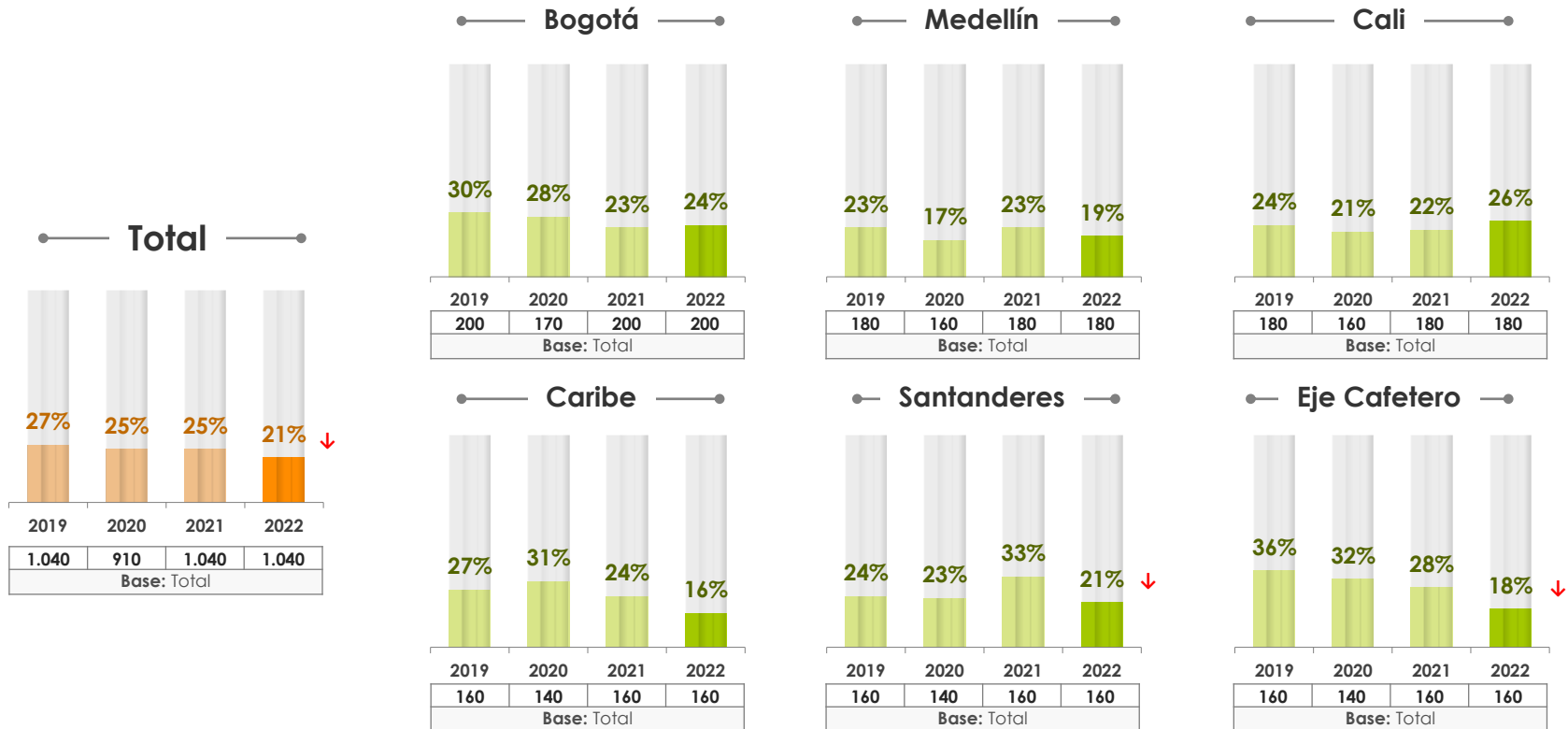
- 21% de los entrevistados declara tener o ser socio de una empresa, cifra que se reduce frente a la medición anterior, principalmente en Santanderes y eje Cafetero, mujeres y menores de 32 años.
- Entre quienes no tienen o no son socios de una empresa, la intención de emprender se mantiene relativamente igual (29%), donde solo se observa una disminución en Bogotá y en mayores de 45 años.
- 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 18% de negocios que no tienen o no incursionarán en el mundo digital, cifras que no cambian mucho frente a lo reportado en 2021.
- 8 de cada 10 empresarios han usado alguna herramienta o tecnología digital para llegar a sus clientes. Esta tendencia es más fuerte en mujeres y en personas menores de 32 años.
- La herramienta o tecnología digital más usada para llegar a los clientes son las redes sociales, páginas web y WhatsApp. El uso de estas herramientas ha ayudado principalmente en la divulgación del producto / servicio (51%) y para captar nuevos clientes (29%).
- 9 de cada 10 empresarios que han hecho uso de estas herramientas tecnológicas consideran que dicho desarrollo digital los hace mejores competidores en el mercado.

- Entre quienes tienen o son socios de una empresa la tenencia de activos digitales es alta y se mantiene frente a 2021 excepto en el caso de la venta a través de Facebook.
 - 8 de cada 10 tiene presencia en una red social
 - 6 de cada 10 declara que puede vender en Facebook o Instagram
 - 6 de cada 10 tiene un sitio web
 - 6 de cada 10 cuenta con un servicio de correo electrónico profesional
 - 5 de cada 10 tiene la capacidad de vender online

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

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



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

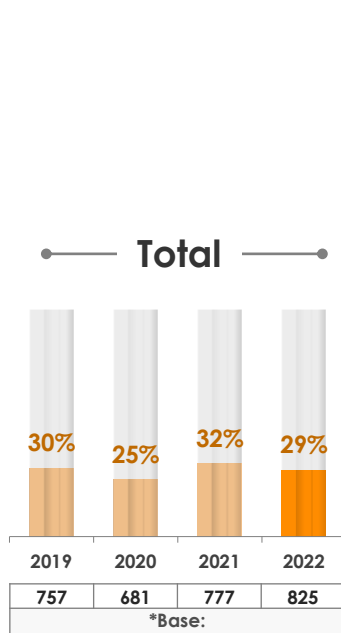
%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	.*	1.040	910	1.040	1.040	.*	620	455	526	515	.*	420	455	514	525	.*	201	309	354	354	.*	477	301	347	343	.*	362	300	339	343	.*	200	209	188	187	.*	660	586	725	729	.*	180	115	127	124
Sí	-	27	25	25	21 ↓	-	31	26	28	25	-	21	24	23	17 ↓	-	22	24	26	16 ↓	-	26	25	22	23	-	31	27	28	23	-	17	13	20	13	-	27	28	26	22	-	39	32	31	25
No	-	73	75	75	79 ↑	-	69	74	72	75	-	79	76	77	83 ↑	-	78	76	74	84 ↑	-	74	75	78	77	-	69	73	72	77	-	83	87	80	87	-	73	72	74	78	-	61	68	69	75
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

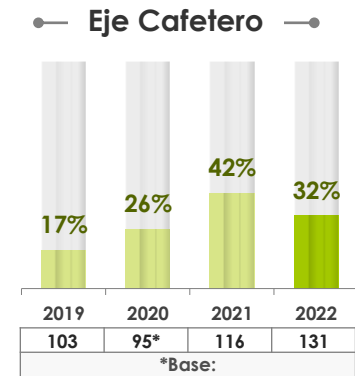
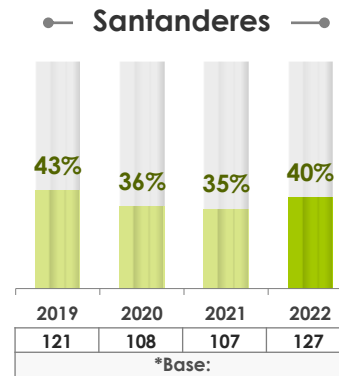
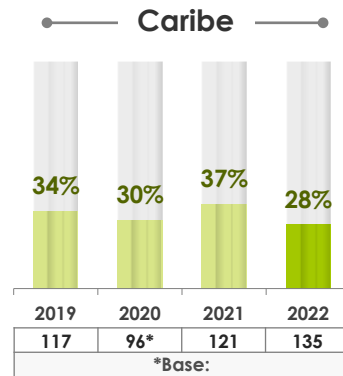
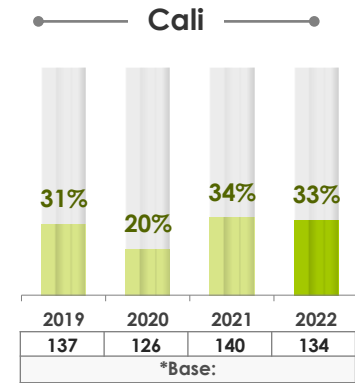
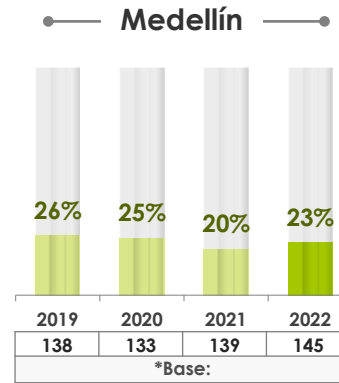
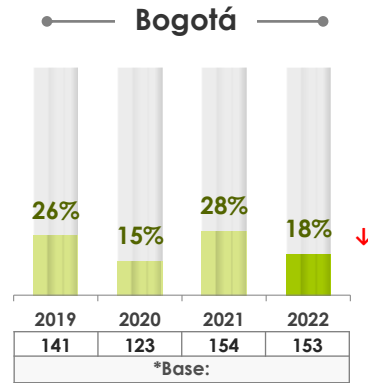
P45. ¿Tiene planeado iniciar un negocio / empresa este año? (RU)

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



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



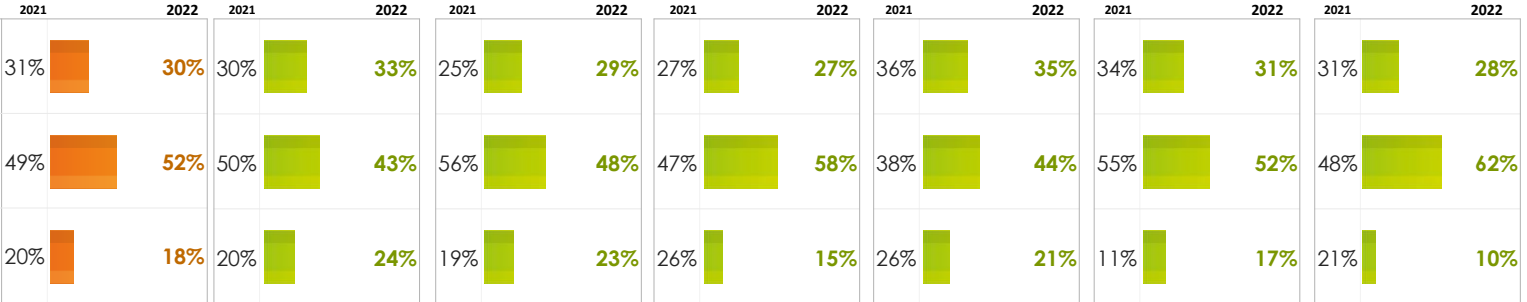
P45. ¿Tiene planeado iniciar un negocio / empresa este año? (RU)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: LOS QUE NO TIENEN O NO SON SOCIOS DE ALGÚN NEGOCIO / EMPRESA	-*	757	681	777	825	-*	427	335	381	387	-*	330	346	396	438	-*	157	234	263	299	-*	351	227	269	263	-*	249	220	245	263	-*	166	181	151	162	-*	482	422	539	570	-*	109	78*	87*	93*
Sí	-	30	25	32	29	-	34	26	33	30	-	24	23	31	28	-	38	28	35	40	-	29	29	31	26	-	26	18	30	19 ↓	-	32	26	39	30	-	30	28	32	30	-	27	9	22	15
No	-	57	56	49	40 ↓	-	52	54	47	41	-	63	58	51	39 ↓	-	49	54	46	31 ↓	-	55	50	50	43	-	64	63	51	48	-	49	51	44	26 ↓	-	58	54	49	41 ↓	-	63	73	55	62
No Sabe / No Responde	-	13	19	19	31 ↑	-	14	20	20	29 ↑	-	13	19	18	33 ↑	-	13	18	19	29 ↑	-	16	21	19	31 ↑	-	10	19	19	33 ↑	-	19	23	17	44 ↑	-	12	18	19	29 ↑	-	10	18	23	23

P46. Su negocio/empresa es o será.. (RU)

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



Base:	514	451	90	74*	69*	69*	88*	90*	84*	63*	91*	84*	92*	71*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

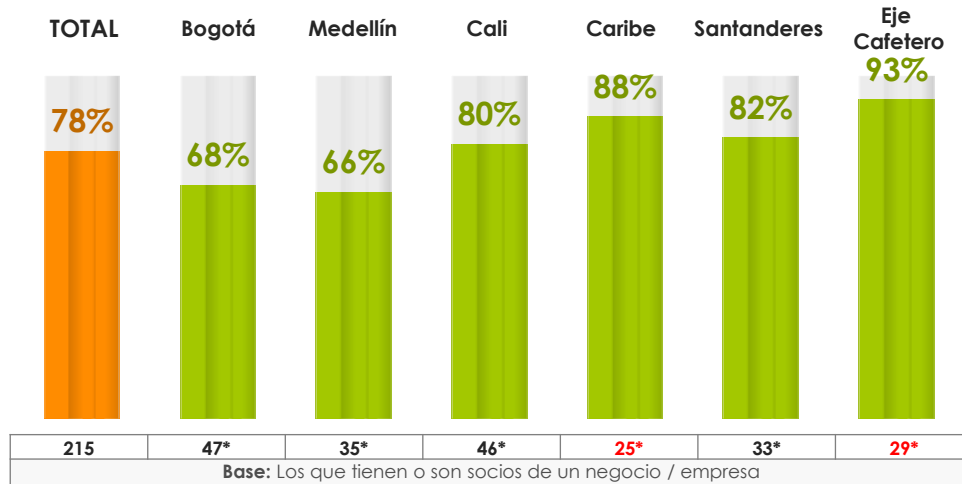
*BASE: LOS QUE TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO

P46. Su negocio/empresa es o será... (RU)

%	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																						
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022															
Base: LOS TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO	-*	-*	399	514	451	-*	-*	209	271	243	-*	-*	190	243	208	-*	-*	140	184	174	-*	-*	139	162	148	-*	-*	120	168	129	-*	-*	75*	95*	73*	-*	-*	280	360	333	-*	-*	44*	59*	45*
Es totalmente digital	-	-	29	31	30	-	-	27	31	29	-	-	31	31	31	-	-	42	42	36	-	-	23	29	32	-	-	23	20	21	-	-	25	20	27	-	-	33	34	31	-	-	16	27	29
Tiene presencia en el mundo digital	-	-	53	49	52	-	-	53	48	52	-	-	54	49	52	-	-	47	44	58 ↑	-	-	58	52	49	-	-	54	52	45	-	-	54	54	52	-	-	52	46	51	-	-	59	59	53
No tiene presencia digital	-	-	18	20	18	-	-	20	21	19	-	-	15	20	17	-	-	11	14	6 ↓	-	-	19	19	19	-	-	23	28	34	-	-	21	26	21	-	-	15	20	18	-	-	25	14	18

Medición **2022**
Respondieron **SÍ**

P51a. ¿Ha usado alguna herramienta o tecnología digital para llegar a sus clientes? (RU)



** Atención: Base pequeña de análisis*

P51a. ¿Ha usado alguna herramienta o tecnología digital para llegar a sus clientes? (RU)

	%	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
		2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	
Base: LOS QUE TIENEN O SON SOCIOS DE UN NEGOCIO / EMPRESA		215	128	87*	55*	80*	80*	25*	159	31*
Sí		78	72	87	89	80	69	88	76	81
No		22	28	13	11	20	31	12	24	19
No Sabe / No Responde		-	-	-	-	-	-	-	-	-

* **Atención:** Base pequeña de análisis

P52A. ¿Qué herramientas o tecnologías digitales ha usado para llegar a sus clientes? (ESPONTÁNEA)

Medición **2022**

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

Herramienta	Total	Bogotá	Medellín	Cali	Caribe	Santanderes	Eje Cafetero
Redes sociales (sin especificar)	40%	41%	48%	49%	36%	30%	37%
Página web	27%	31%	30%	35%	23%	19%	19%
Facebook	23%	25%	22%	24%	27%	22%	19%
Instagram	19%	25%	26%	16%	32%	15%	4%
WhatsApp	17%	22%	4%	14%	18%	26%	15%
Google	9%	13%	9%	5%	9%	7%	11%
Correo electrónico	8%	9%	17%	5%	5%	7%	7%
Aplicaciones (sin especificar)	4%	3%			14%		7%
Twitter	3%	3%			5%	11%	
Telegram	3%			3%	9%	7%	

Base: Los que han usado alguna herramienta tecnológica para llegar a sus clientes

168

32*

23*

37*

22*

27*

27*

* Atención: Base pequeña de análisis

P52A. ¿Qué herramientas o tecnologías digitales ha usado para llegar a sus clientes? (ESPONTÁNEA)

%	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
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: LOS QUE HAN USADO ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LLEGAR A SUS CLIENTES	168	92*	76*	49*	64*	55*	22*	121	25*
Redes sociales (sin especificar)	40	40	41	35	42	44	23	42	48
Página web	27	29	24	24	22	35	27	22	48
Facebook	23	22	25	24	22	24	27	23	20
Instagram	19	15	24	29	19	11	14	20	20
WhatsApp	17	14	20	6	16	27	18	19	4
Google	9	9	9	12	6	9	14	7	12
Correo electrónico	8	8	9	10	8	7	5	8	12
Aplicaciones (sin especificar)	4	5	1	4	3	4	14	2	-
Twitter	3	2	4	-	3	5	-	4	-
Telegram	3	1	5	4	2	4	5	3	-
YouTube	2	2	3	2	-	5	-	3	-
Mercadolibre	1	2	-	4	-	-	-	2	-
Marketplace	1	1	1	2	-	2	-	2	-
Blogs	1	1	1	-	2	2	-	2	-
Tik Tok	1	-	3	2	2	-	5	1	-
Otro	8	10	5	4	13	5	9	8	4
No responde	2	3	1	6	-	2	-	3	-

* Atención: Base pequeña de análisis

P52B. ¿Podría hacer un pequeño relato de la forma como estas herramientas tecnológicas le han ayudado? (ESPONTÁNEA)

Medición **2022**

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

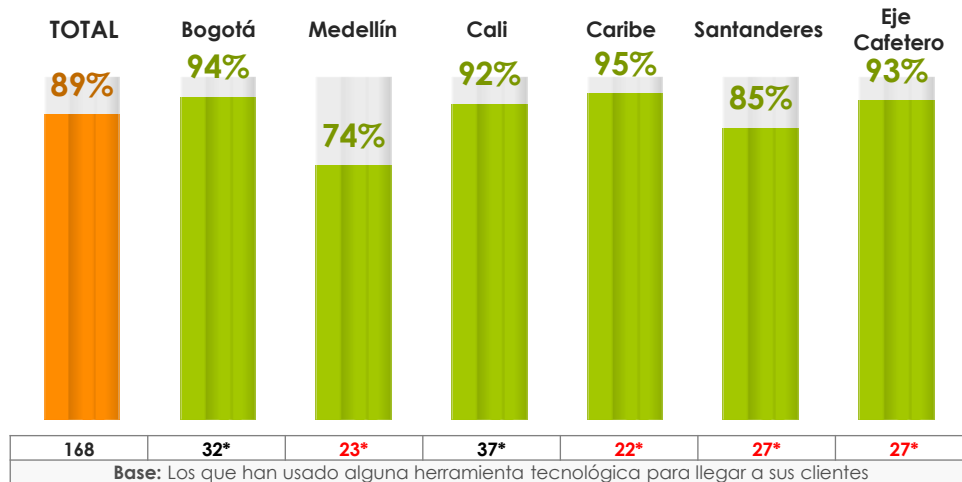
	Total	Bogotá	Medellín	Cali	Caribe	Santanderes	Eje Cafetero
Divulgación del producto / servicio	51%	41%	61%	59%	59%	33%	56%
Captación de nuevos clientes	29%	44%	35%	19%	23%	26%	26%
Comunicación con el cliente	13%	16%	4%	14%	5%	15%	22%
Facilita la compra y pago de los productos	9%	9%	4%	5%	14%	7%	15%
Expansión de la empresa / negocio	7%	3%	9%	16%	5%	4%	4%
Me mantiene actualizado del mercado	7%	3%	9%	5%	14%		11%
No ayuda en nada / poca ayuda	3%	6%	4%	5%			
Facilita la entrega de pedidos	2%	6%			5%		4%
Otro	5%	3%	4%	3%	5%	11%	4%
No responde	4%		4%			19%	4%
Base: Los que han usado alguna herramienta tecnológica para llegar a sus clientes	168	32*	23*	37*	22*	27*	27*

P52B. ¿Podría hacer un pequeño relato de la forma como estas herramientas tecnológicas le han ayudado? (ESPONTÁNEA)

%	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
		2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: LOS QUE HAN USADO ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LLEGAR A SUS CLIENTES	168	92*	76*	49*	64*	55*	22*	121	25*
Divulgación del producto / servicio	51	46	58	41	52	60	50	52	48
Captación de nuevos clientes	29	28	29	31	33	22	18	27	44
Comunicación con el cliente	13	13	13	10	11	18	5	15	12
Facilita la compra y pago de los productos	9	10	8	10	9	7	14	10	-
Expansión de la empresa / negocio	7	7	8	8	5	9	5	8	4
Me mantiene actualizado del mercado	7	3	11	10	6	4	9	6	8
No ayuda en nada / poca ayuda	3	4	1	4	5	-	-	3	4
Facilita la entrega de pedidos	2	1	4	2	0	5	9	2	0
Otro	5	5	4	2	6	5	14	4	0
No responde	4	7	1	12	2	0	0	5	4

Medición **2022**
Respondieron **SÍ**

P55A. ¿El desarrollo digital que realizó lo hace un mejor competidor en el mercado? (RU)



* **Atención:** Base pequeña de análisis

P55A. ¿El desarrollo digital que realizó lo hace un mejor competidor en el mercado? (RU)

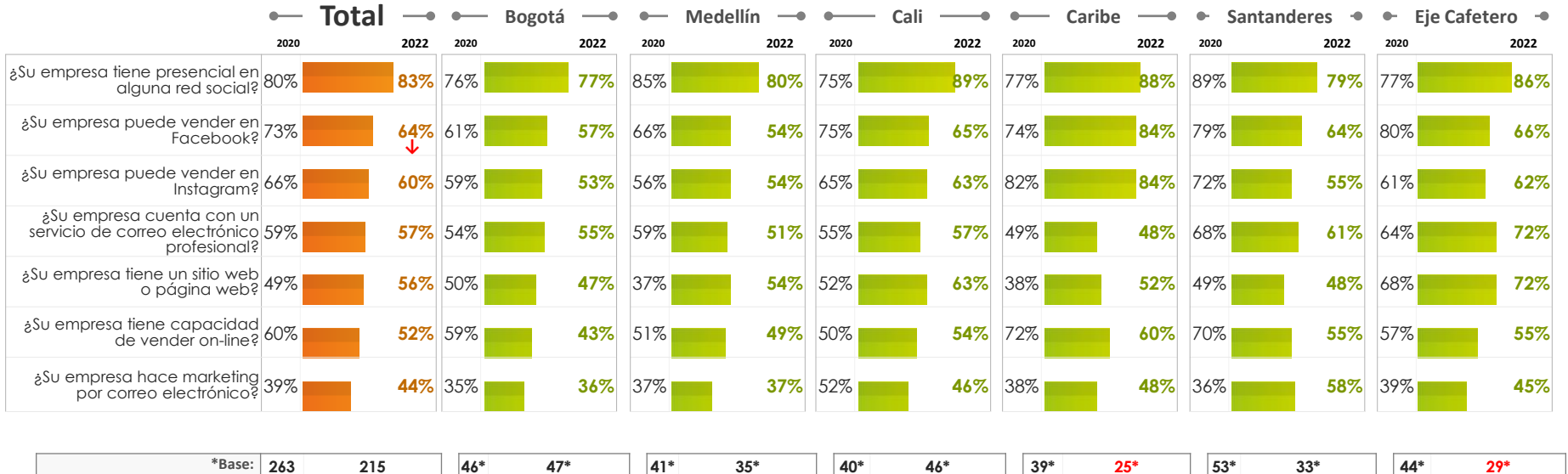
%

	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
	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: LOS QUE HAN USADO ALGUNA HERRAMIENTA TECNOLÓGICA PARA LLEGAR A SUS CLIENTES	168	92*	76*	49*	64*	55*	22*	121	25*
Sí	89	89	89	88	89	91	91	89	88
No	11	11	11	12	11	9	9	11	12
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* **Atención:** Base pequeña de análisis

56. ¿Cuáles activos digitales tiene actualmente su empresa? (RU por activo)

Respondieron **SÍ**



* **Atención:** Base pequeña de análisis

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

56. ¿Cuáles activos digitales tiene actualmente su empresa? (RU por activo)

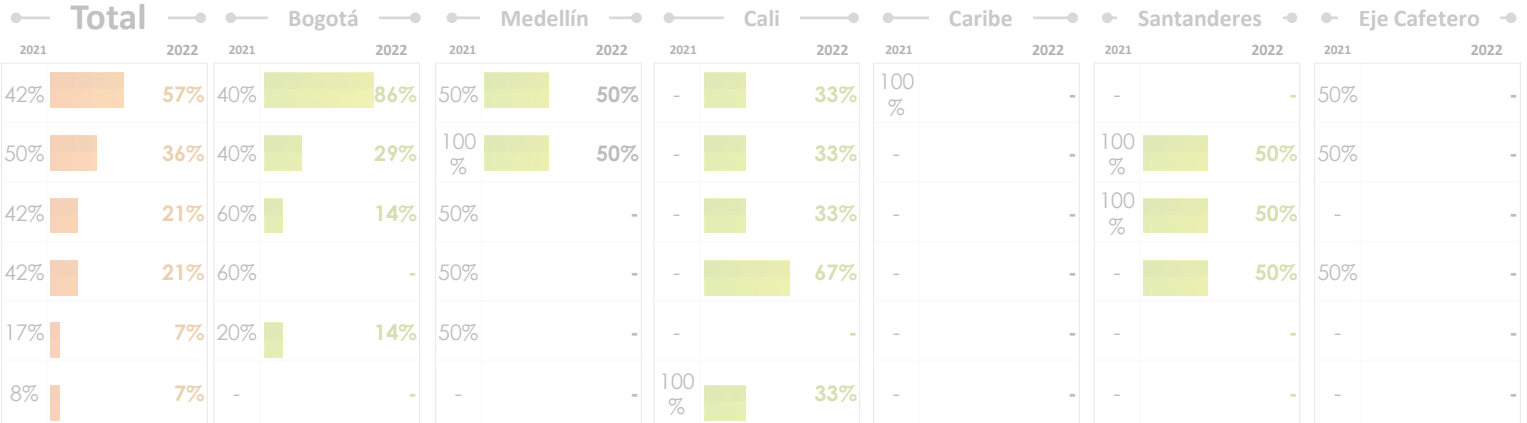
Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

%

	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																						
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022															
Base: LOS TIENEN O PLANEAN INICIAR UN NEGOCIO	.*	.*	229	263	215	.*	.*	120	145	128	.*	.*	109	118	87*	.*	.*	75*	91*	55*	.*	.*	74*	78*	80*	.*	.*	80*	94*	80*	.*	.*	28*	37*	25*	.*	.*	164	186	159	.*	.*	37*	40*	31*
56.1 ¿Su empresa tiene un sitio web o página web?																																													
Sí	-	-	52	49	56	-	-	61	47	60 ↑	-	-	42	53	49	-	-	59	53	58	-	-	47	40	51	-	-	50	54	59	-	-	32	30	60 ↑	-	-	54	49	54	-	-	57	68	61
No	-	-	48	51	44	-	-	39	53	40 ↓	-	-	58	47	51	-	-	41	47	42	-	-	53	60	49	-	-	50	46	41	-	-	68	70	40 ↓	-	-	46	51	46	-	-	43	32	39
56.2 ¿Su empresa cuenta con un servicio de correo electrónico profesional?																																													
Sí	-	-	57	59	57	-	-	60	55	54	-	-	54	63	62	-	-	64	66	56	-	-	46	49	64	-	-	61	60	51	-	-	39	41	52	-	-	59	61	55	-	-	62	65	74
No	-	-	43	41	43	-	-	40	45	46	-	-	46	37	38	-	-	36	34	44	-	-	54	51	36	-	-	39	40	49	-	-	61	59	48	-	-	41	39	45	-	-	38	35	26
56.3 ¿Su empresa tiene capacidad de vender on-line?																																													
Sí	-	-	58	60	52	-	-	55	59	51	-	-	61	62	53	-	-	60	67	60	-	-	58	54	51	-	-	56	59	46	-	-	61	59	60	-	-	59	60	53	-	-	54	62	39
No	-	-	42	40	48	-	-	45	41	49	-	-	39	38	47	-	-	40	33	40	-	-	42	46	49	-	-	44	41	54	-	-	39	41	40	-	-	41	40	47	-	-	46	38	61
56.4 ¿Su empresa tiene presencial en alguna red social?																																													
Sí	-	-	81	80	83	-	-	79	76	82	-	-	83	86	84	-	-	85	85	87	-	-	84	79	85	-	-	74	77	78	-	-	79	76	76	-	-	81	79	84	-	-	81	90	84
No	-	-	19	20	17	-	-	21	24	18	-	-	17	14	16	-	-	15	15	13	-	-	16	21	15	-	-	26	23	22	-	-	21	24	24	-	-	19	21	16	-	-	19	10	16
56.5 ¿Su empresa hace marketing por correo electrónico?																																													
Sí	-	-	37	39	44	-	-	42	44	41	-	-	30	33	48 ↑	-	-	27	33	42	-	-	38	27	42 ↑	-	-	45	55	48	-	-	25	35	44	-	-	42	38	43	-	-	22	50	52
No	-	-	63	61	56	-	-	58	56	59	-	-	70	67	52 ↓	-	-	73	67	58	-	-	62	73	58 ↓	-	-	55	45	52	-	-	75	65	56	-	-	58	62	57	-	-	78	50	48
56.6 ¿Su empresa puede vender en Facebook?																																													
Sí	-	-	72	73	64 ↓	-	-	67	71	59 ↓	-	-	79	75	71	-	-	79	84	71	-	-	73	67	62	-	-	66	67	60	-	-	82	78	80	-	-	72	75	67	-	-	68	55	32
No	-	-	28	27	36 ↑	-	-	33	29	41 ↑	-	-	21	25	29	-	-	21	16	29	-	-	27	33	38	-	-	34	33	40	-	-	18	22	20	-	-	28	25	33	-	-	32	45	68
56.7 ¿Su empresa puede vender en Instagram?																																													
Sí	-	-	68	66	60	-	-	58	61	52	-	-	80	71	74	-	-	81	77	75	-	-	72	62	60	-	-	52	59	51	-	-	71	68	68	-	-	70	69	64	-	-	59	50	35
No	-	-	32	34	40	-	-	42	39	48	-	-	20	29	26	-	-	19	23	25	-	-	28	38	40	-	-	48	41	49	-	-	29	32	32	-	-	30	31	36	-	-	41	50	65

* Atención: Base pequeña de análisis 1000

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



Base:	12	14*	5**	7**	2**	2**	1**	3**	1**	-.**	1**	2**	2**	-.**
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	------

* **Atención:** Base pequeña de análisis

Barreras para que el negocio esté en línea o que tenga presencia digital

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

%	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																					
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022										
Base: PARA LOS EMPRESARIOS QUE RESPONDIERON A TODO NO P56	.*	.*	7**	12*	14*	.*	.*	4**	9**	10*	.*	.*	3**	3**	4**	.*	.*	3**	3**	2**	.*	.*	3**	6**	4**	.*	.*	1**	3**	8**	.*	.*	2**	2**	..**	.*	.*	5**	9**	11*	.*	.*	..**	1**	3**
El sector en el que se ubica su negocio	-	-	14	42	57	-	-	-	44	50	-	-	33	33	75	-	-	-	67	50	-	-	33	17	50	-	-	-	67	63	-	-	50	100	-	-	-	-	33	45	-	-	-	-	100
Falta de recursos económicos para pagar las herramientas digitales	-	-	43	50	36	-	-	25	33	50	-	-	67	100	-	-	-	-	33	-	-	-	67	50	50	-	-	100	67	38	-	-	50	-	-	-	-	40	67	45	-	-	-	-	-
Falta de conocimiento sobre por dónde empezar	-	-	29	42	21	-	-	25	33	30	-	-	33	67	-	-	-	-	33	-	-	-	33	67	25	-	-	100	-	25	-	-	-	-	-	-	-	40	44	27	-	-	-	-	100
Falta de habilidad - Necesidad de formación / educación	-	-	29	42	21	-	-	25	44	20	-	-	33	33	25	-	-	-	67	50	-	-	33	33	25	-	-	100	33	13	-	-	-	-	-	-	-	40	56	18	-	-	-	-	33
La localización de su negocio - Rural	-	-	14	17	7	-	-	25	11	10	-	-	-	33	-	-	-	33	33	-	-	-	-	-	-	-	-	-	33	13	-	-	-	-	-	-	-	20	22	9	-	-	-	-	-
Otro	-	-	-	8	7	-	-	-	11	-	-	-	-	-	25	-	-	-	-	-	-	-	-	17	25	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11	9	-	-	-	-	-

* Atención: Base pequeña de análisis

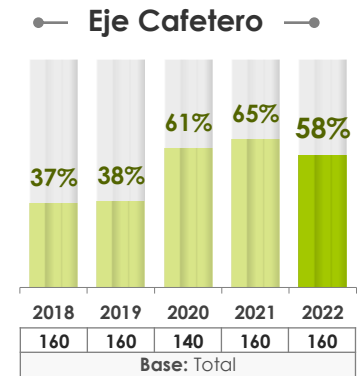
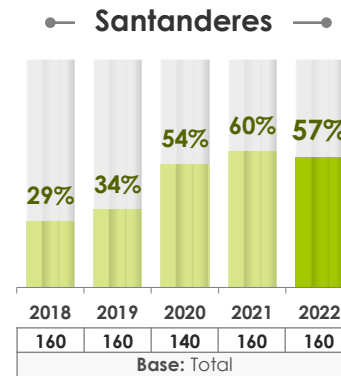
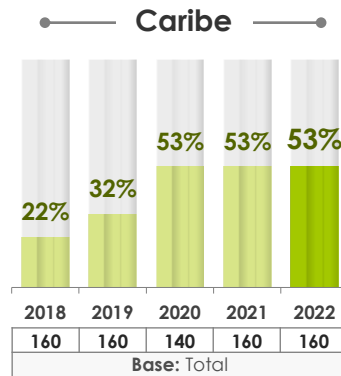
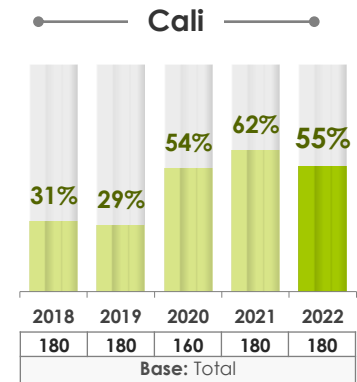
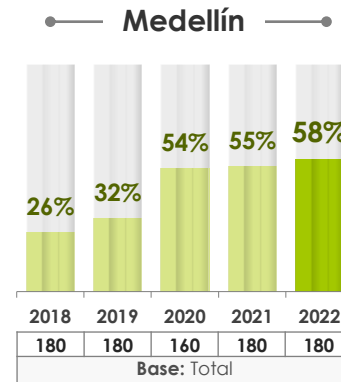
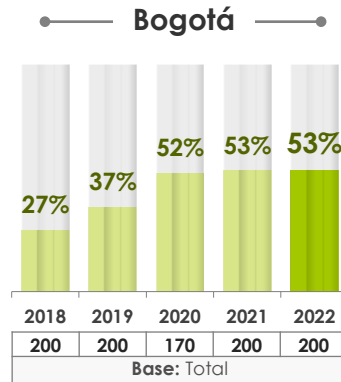
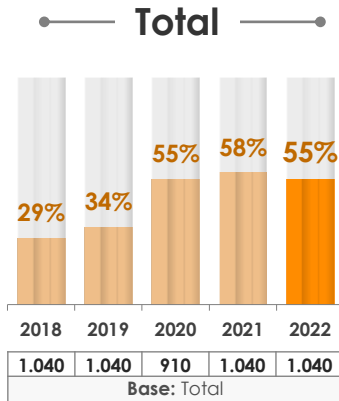


Seguridad en Internet, tecnología y vida de pareja

- La proporción de personas que afirman tener escritas las claves de acceso a archivos y/o aplicaciones de Internet (55%) no presenta cambios significativos con respecto a la medición de 2021. Dicho comportamiento se mantiene en todas las ciudades, grupos de edad y estratos. No obstante, en hombres disminuye de forma significativa.
- El 29% de los encuestados considera que su pareja tiene derecho a acceder a sus cuentas de Internet y Redes sociales, indicador se reduce significativamente frente a 2021, especialmente en Cali, en personas mayores de 45 años y personas de estratos 3 al 6.
- Los encuestados consideran que las nuevas tecnologías han complicado las relaciones de pareja (52%), cifra que crece significativamente frente a la medición de 2021. Este comportamiento se da principalmente en Cali y Caribe, personas mayores de 31 años y en personas de estratos 3 al 6.
- 4 de cada 10 encuestados afirma haber hecho o dicho algo a la pareja a través de Internet que no haría en persona. Sí bien esta estimación a nivel general no presenta diferencias significativas frente a la medición anterior, la región Caribe tiene un incremento de 13 puntos porcentuales, alcanzando el nivel histórico más alto.
- Ingresar a páginas o aplicaciones para conocer personas es un comportamiento que no presenta cambios significativos en los últimos 4 años. No obstante, Cali presenta un crecimiento significativo, alcanzando el nivel más alto de los últimos años.
- 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 estable frente a 2021.

Respondieron **SÍ**

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



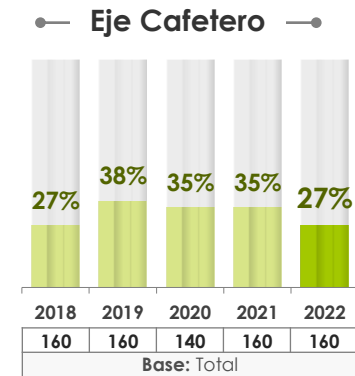
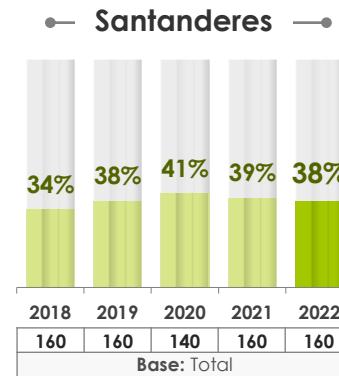
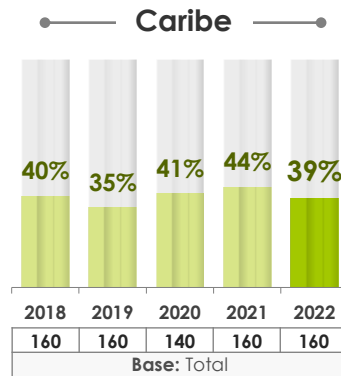
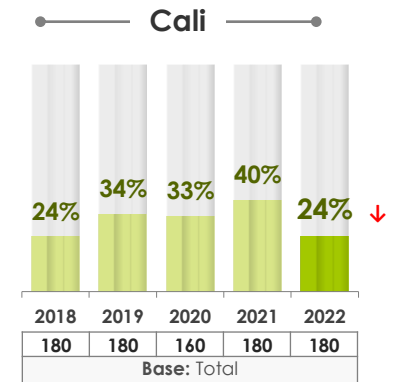
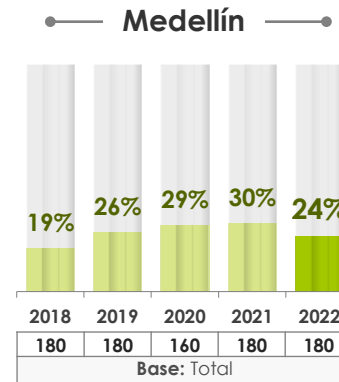
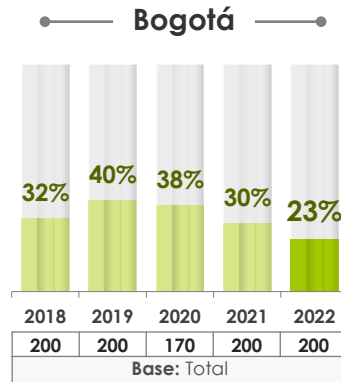
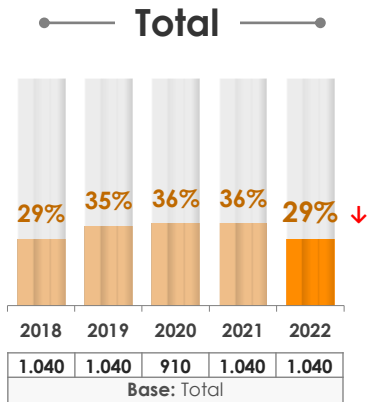
P24. ¿Tiene escritas y guardadas las claves de acceso a sus archivos o aplicaciones en Internet? (RU)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	29	34	55	58	55	32	35	53	58	51 ↓	24	32	56	58	60	29	32	59	61	58	27	34	46	53	54	30	35	59	59	55	29	36	53	53	54	26	32	55	57	56	39	37	54	68	56
No	70	64	43	39	40	66	64	46	38	44 ↑	74	65	40	39	36	70	66	39	36	37	71	64	50	43	44	69	63	40	38	38	70	62	45	41	41	72	66	42	41	40	59	60	44	26	39 ↑
No Sabe / No Responde	1	2	2	3	5	2	1	1	4	5	2	3	4	3	4	1	2	2	3	5	2	2	4	4	2	1	2	1	3	7 ↑	1	2	2	6	5	2	2	3	2	4 ↑	2	3	2	6	5

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

Respondieron **SÍ**



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

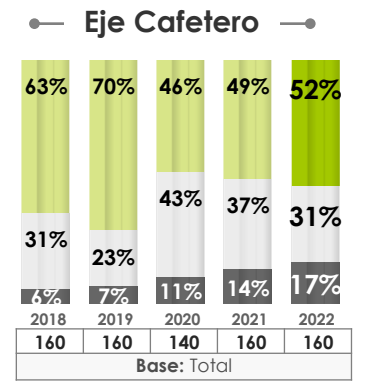
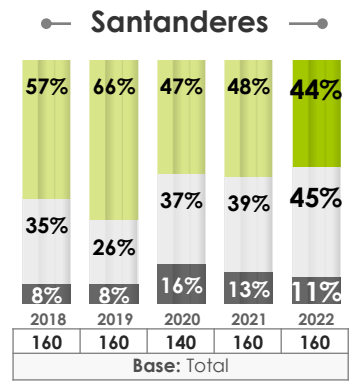
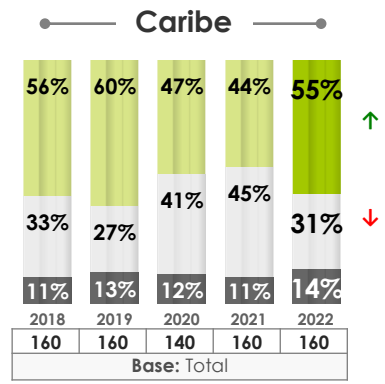
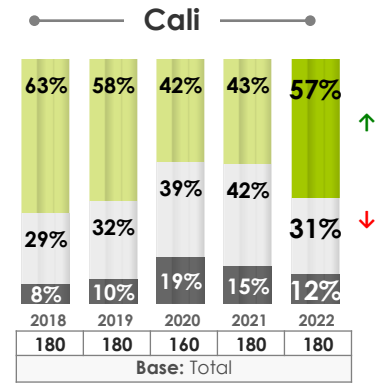
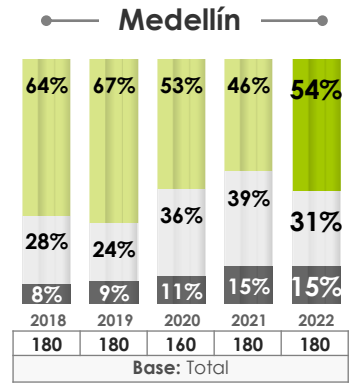
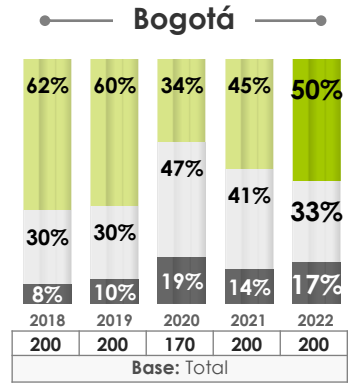
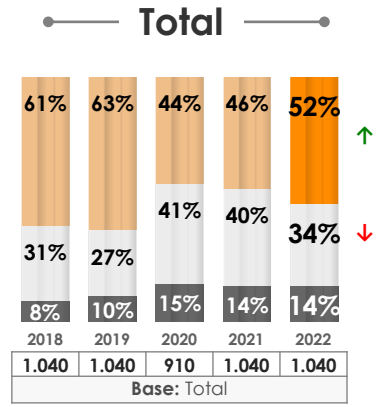
%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	29	35	36	36	29 ↓	33	40	41	41	31 ↓	25	28	32	32	26 ↓	24	34	29	30	27	33	33	40	36	30	31	39	40	43	30 ↓	36	38	35	42	37	28	36	36	35	28 ↓	24	28	37	37	21 ↓
No	67	60	59	61	65	63	55	54	56	62	72	67	64	65	67	71	61	66	66	66	65	61	55	63	67	66	58	57	53	60	60	54	58	55	58	69	60	60	62	64	72	69	58	58	77 ↑
No Sabe / No Responde	4	5	5	3	6 ↑	4	5	5	3	7 ↑	3	5	4	3	7 ↑	5	5	5	4	7	2	6	5	1	3	3	3	3	4	10 ↑	4	8	7	3	5	3	4	4	3	8 ↑	4	3	5	5	2

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

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

■ Complicado
■ Facilitado
■ Ns/Nr

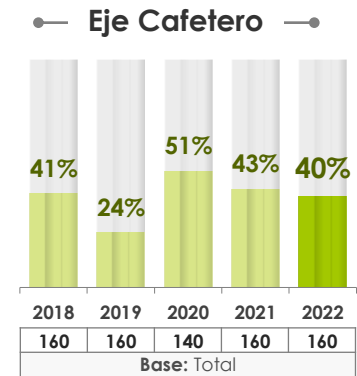
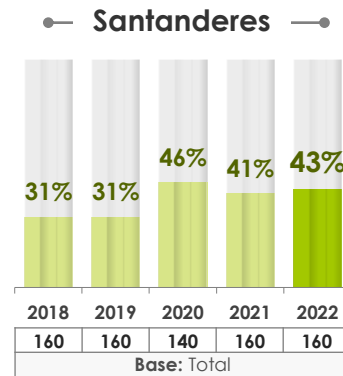
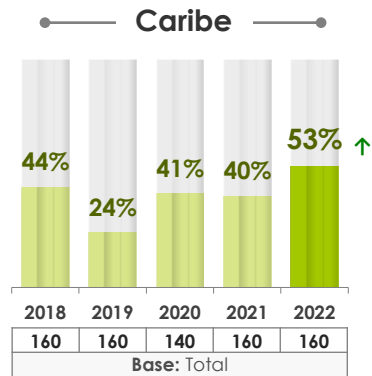
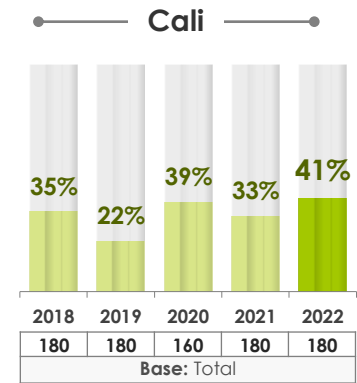
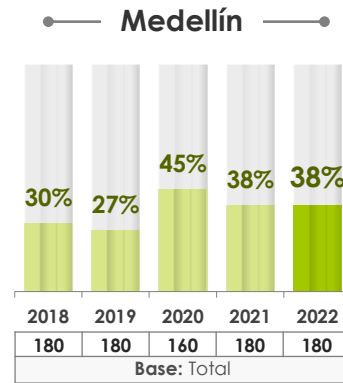
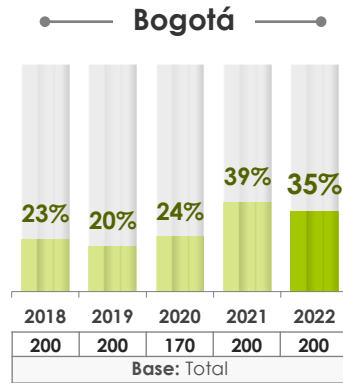
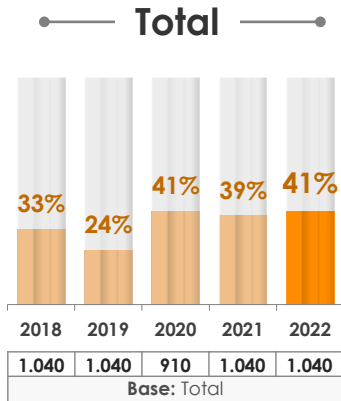


P26. ¿Cree usted que las nuevas tecnologías han complicado o han facilitado las relaciones de pareja? (RU)

%	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Complicado	61	63	44	46	52 ↑	58	59	45	42	52 ↑	64	69	44	50	53	69	65	52	48	49	62	66	45	47	56 ↑	50	59	37	43	52 ↑	63	66	48	49	53	62	63	44	47	53 ↑	52	61	41	34	48 ↑
Facilitado	31	27	41	40	34 ↓	35	32	43	45	34 ↓	26	20	39	36	33	23	26	36	39	36	29	25	36	40	32 ↓	43	30	50	42	32 ↓	32	24	36	39	33	29	28	42	40	34 ↓	37	29	40	48	30 ↓
No Sabe / No Responde	8	10	15	14	14	7	9	12	13	14	10	11	17	14	14	8	9	12	13	15	9	9	19	13	12	7	11	13	15	16	5	10	16	12	14	9	9	14	13	13	11	10	19	18	22

Respondieron **SÍ**

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



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

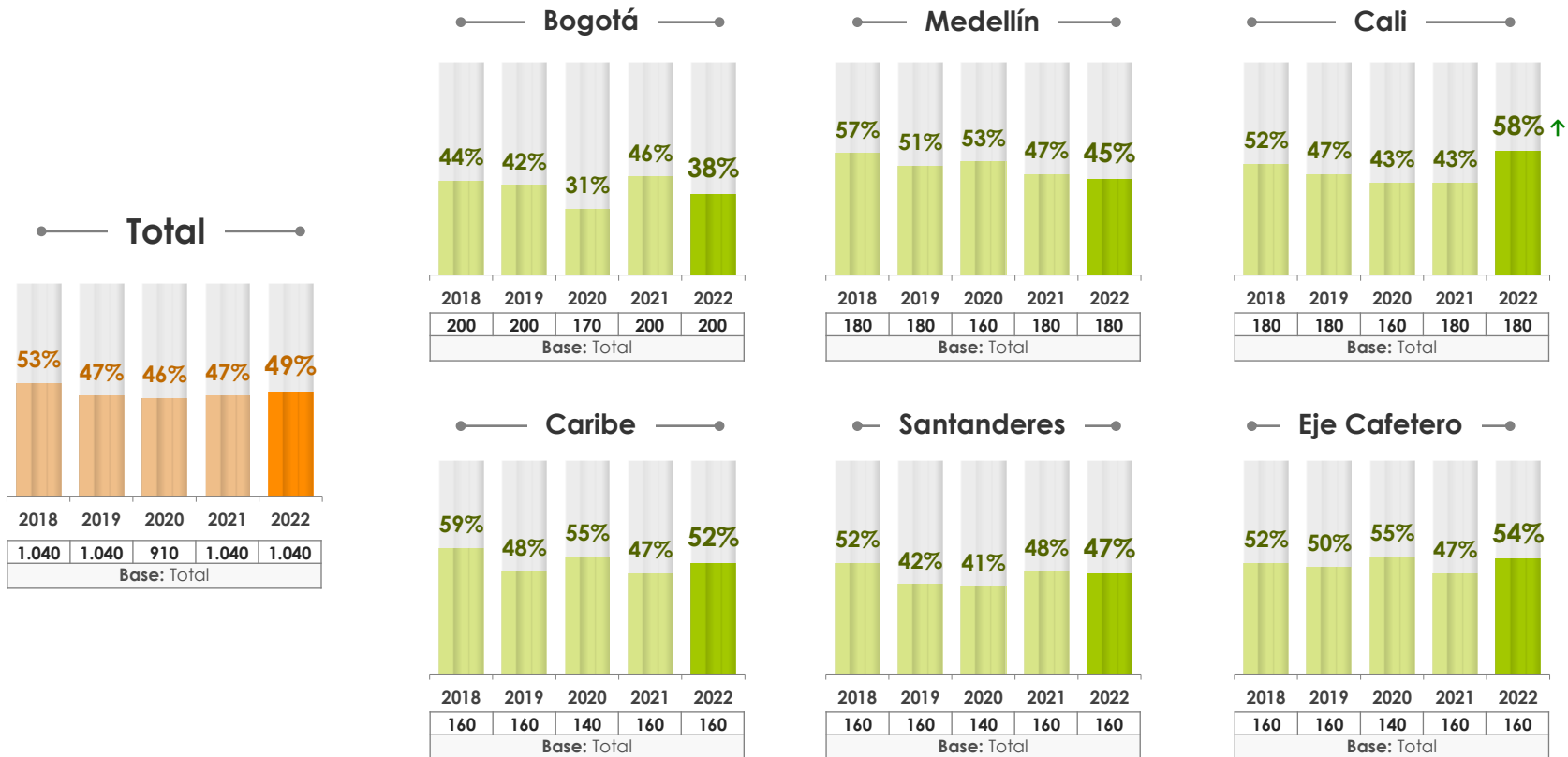
%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	33	24	41	39	41	34	24	43	39	40	32	25	38	39	43	46	37	57	51	54	29	25	38	39	42	22	16	26	27	28	36	27	47	44	55 ↑	34	24	41	40	41	25	21	29	24	25
No	65	73	56	57	53	65	74	54	57	54	65	71	58	57	52	51	58	41	45	39	69	71	58	58	53	77	83	70	69	67	61	67	50	52	41 ↓	64	73	56	56	53	74	77	68	72	72
No Sabe / No Responde	2	3	3	4	6 ↑	1	2	3	4	6	3	4	4	4	5	3	5	2	4	7	2	4	4	3	5	1	1	4	4	5	3	6	3	4	4	2	3	3	4	6 ↑	1	2	3	4	3

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

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



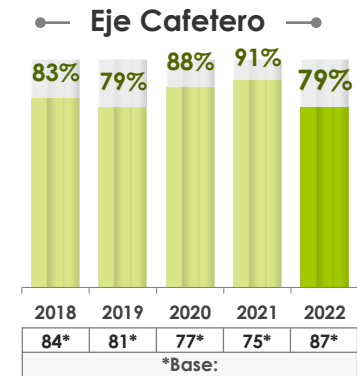
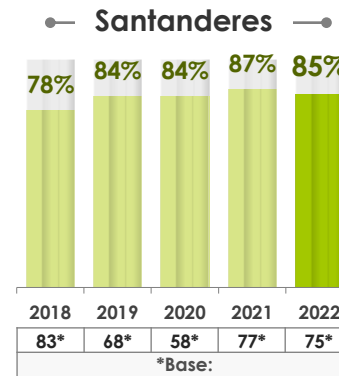
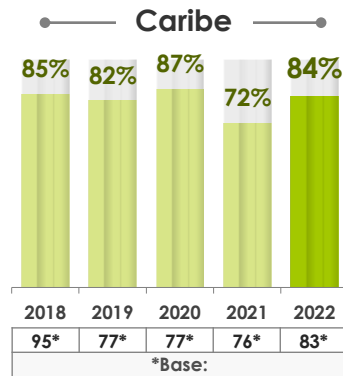
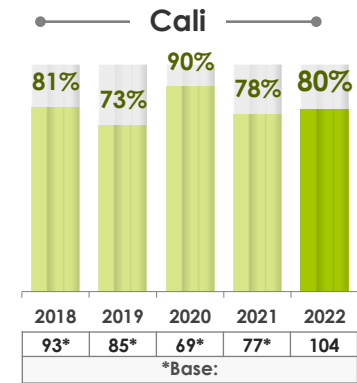
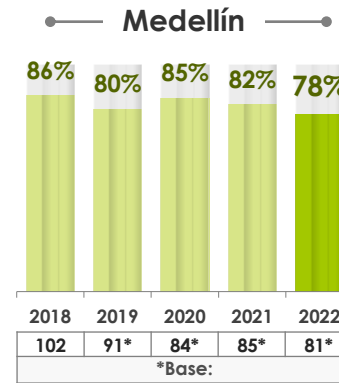
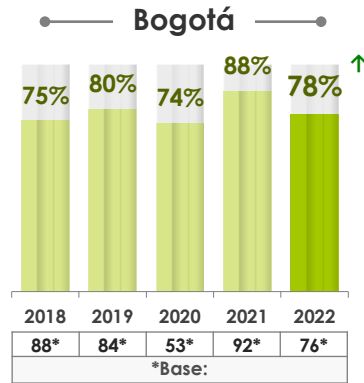
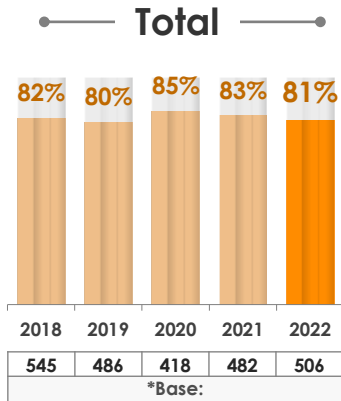
P28. ¿Ha ingresado a páginas/aplicaciones para conocer personas en Internet? (RU)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Sí	53	47	46	47	49	63	53	52	54	55	40	37	40	38	43	58	54	57	53	59	55	49	43	48	48	43	40	37	37	38	54	52	53	49	53	54	49	45	47	50	46	33	39	38	36
No	47	52	53	52	49	37	46	46	45	43	59	62	60	60	56	42	46	42	45	39	45	50	55	50	50	57	60	62	62	60	46	46	45	49	46	46	50	54	51	48	54	66	61	62	63
No Sabe / No Responde	-	1	1	1	2	-	1	2	1	2	1	1	-	2	1	-	-	1	2	2	-	1	2	2	2	-	-	1	1	2	-	2	2	2	1	-	1	1	2	2	-	1	-	-	1

P29. ¿Ha conocido alguna persona por Internet? (RU)

Respondieron **SÍ**



*Base: los que han ingresado a páginas para conocer personas

P29. ¿Ha conocido alguna persona por Internet? (RU)

%	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: LOS QUE HAN INGRESADO A PAGINAS PARA CONOCER PERSONAS	545	486	418	482	506	352	329	236	284	282	193	157	182	198	224	222	108	176	189	208	191	234	129	166	166	132	144	113	127	132	126	103	111	92*	99*	346	324	262	342	362	73*	59*	45*	48*	45*
Sí	82	80	85	83	81	82	79	84	85	81	80	80	86	81	81	85	85	90	86	82	87	80	89	83	84	68	75	73	80	73	85	80	93	74	82	82	79	82	86	82	77	81	84	81	64
No	18	20	15	17	18	18	21	16	15	19	19	20	14	19	18	14	15	10	14	17	13	20	11	17	16	32	25	27	20	25	15	20	7	26	17	18	21	18	14	17	23	19	16	19	36
No Sabe / No Responde	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-



PROTECCIÓN DE LOS NIÑOS EN INTERNET

En 2.019, 2.020, 2.021 y 2.022 esta sección de menores es aplicada únicamente a las personas con hijos.
En 2.016, 2.017 y 2.018 esta sección se aplicaba a todos los informantes.

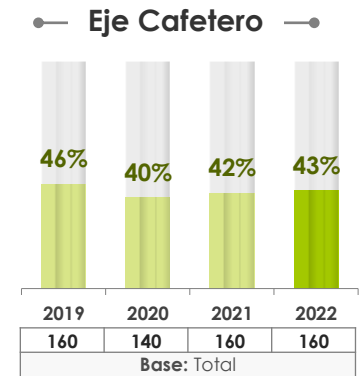
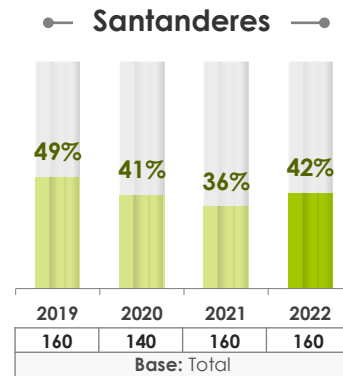
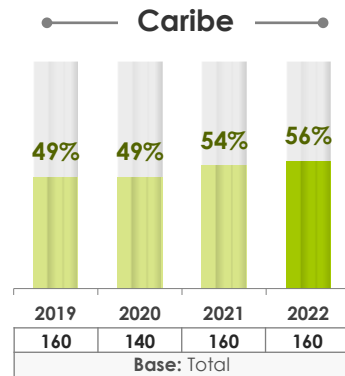
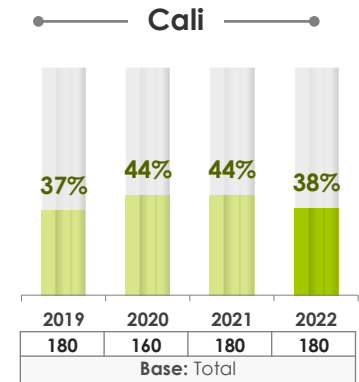
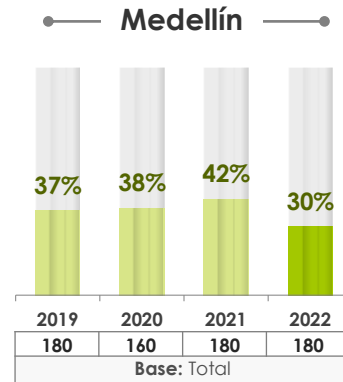
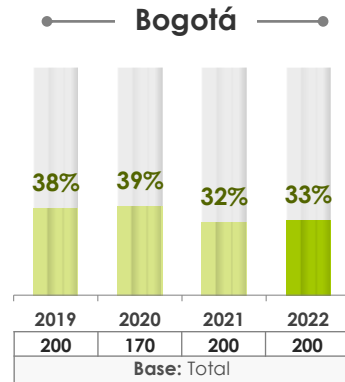
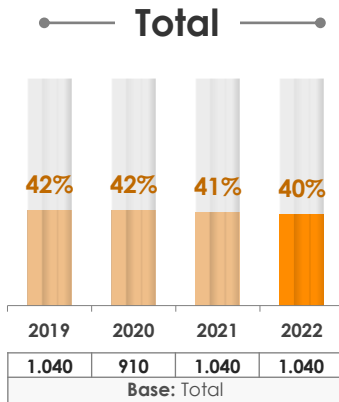
4 de cada 10 encuestados declara tener hijos menores de 18 años. Es en este segmento entre quienes se exploran todas las percepciones y hábitos de protección de los menores frente al acceso de Internet:

- La percepción de la edad mínima en la que se debe permitir a un niño acceder libremente al contenido de Internet se mantiene estable frente a 2021: El 51% de los encuestados considera que la edad apropiada se encuentra en un rango de 14 a 17 años.
- En cuanto a redes sociales, tampoco se presentan cambios significativos. No obstante, se destaca que el porcentaje que considera que 14 a 17 años es la edad de acceso apropiada a redes sociales, es 10 puntos más alto que el de contenidos de Internet (61%)
- La proporción de padres que declaran que su(s) hijo(s) han sido ofendidos o acosados en Internet se mantiene estable frente a 2021, pero es significativamente más alto que en 2020.
- Activar el control parental (55%) y revisar el historial en Internet (54%) son las principales estrategias para proteger a los hijos. El revisar el historial en Internet junto con el revisar las llamadas / mensajes (36%) pierden participación frente a 2021.
- 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.
- 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 se mantiene estable frente a 2021.
- Así mismo, el 68% de los padres tiene algún tipo de protección para que sus hijos no accedan a todo el contenido de Internet, cifra que también se mantiene estable frente a 2021.

M12. ¿Usted tiene hijos menores de 18 años? (RU)

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**

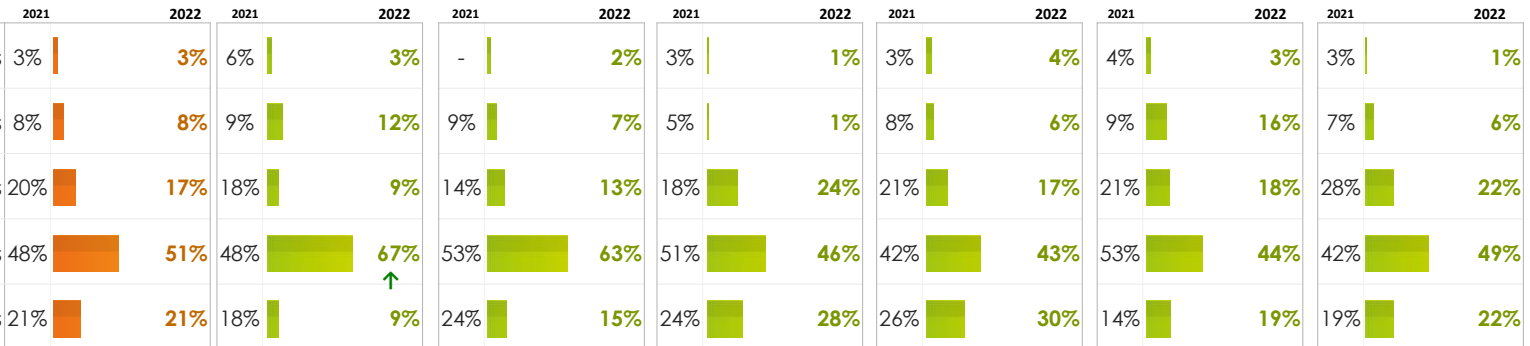


M12. ¿Usted tiene hijos menores de 18 años? (RU)

%	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																						
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022										
Base: TOTAL ENCUESTADOS	-*	1.040	910	1.040	1.040	-*	620	455	526	515	-*	420	455	514	525	-*	201	309	354	354	-*	477	301	347	343	-*	362	300	339	343	-*	200	209	188	187	-*	660	586	725	729	-*	180	115	127	124
Sí	-	42	42	41	40	-	44	43	40	40	-	41	40	42	40	-	23	29	31	27	-	52	57	54	55	-	41	38	40	38	-	47	47	49	51	-	41	40	41	37	-	41	37	32	39
No	-	58	58	59	60	-	56	57	60	60	-	59	60	58	60	-	77	71	69	73	-	48	43	46	45	-	59	62	60	62	-	53	53	51	49	-	59	60	59	63	-	59	63	68	61
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? (RU)

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



Base:	431	415	65	66*	76*	54*	80*	68*	86*	90*	57*	68*	67*	69*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

* BASE: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS

Edad de acceso libre a los contenidos de Internet

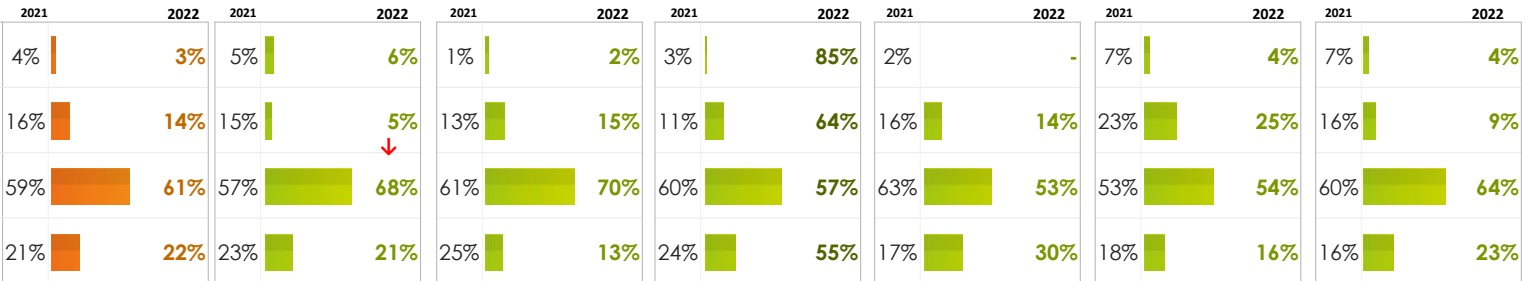
P30. ¿Cuál considera que es la edad mínima en la que se debe permitir a un niño acceder libremente al contenido de Internet? (RU)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Menos de 5 años	-	2	3	3	3	1	1	3	4	2	-	3	4	2	3	1	9	7	7	7	-	1	2	2	2	-	-	3	1	-	2	2	4	3	6	-	1	4	3	1	-	1	-	5	2
Entre 5 y 9 años	5	5	8	8	8	8	7	10	8	11	3	4	6	8	5	6	11	11	14	11	5	4	8	6	8	5	7	7	6	5	3	6	5	4	5	6	5	11	9	10	6	5	2	10	4
Entre 10 y 13 años	23	20	23	20	17	26	19	26	22	17	21	20	21	18	17	24	21	22	19	14	22	16	23	19	19	24	25	25	22	17	23	20	18	20	13	23	19	25	19	17	28	22	23	24	27
Entre 14 y 17 años	52	54	46	48	51	53	58	45	46	51	51	49	47	50	51	53	43	43	48	48	52	59	48	49	48	51	50	46	46	58 ↑	53	53	46	42	47	52	55	43	50	52	53	53	60	41	54
Más de 18 años	18	19	19	21	21	13	16	16	21	19	25	25	22	22	24	16	17	18	13	20	20	20	20	24	23	20	18	19	25	20	19	18	27	30	29	19	19	17	19	20	14	19	14	20	13

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

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



Base:	431	415	65	66*	76*	54*	80*	68*	86*	90*	57*	68*	67*	69*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

* BASE: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS

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

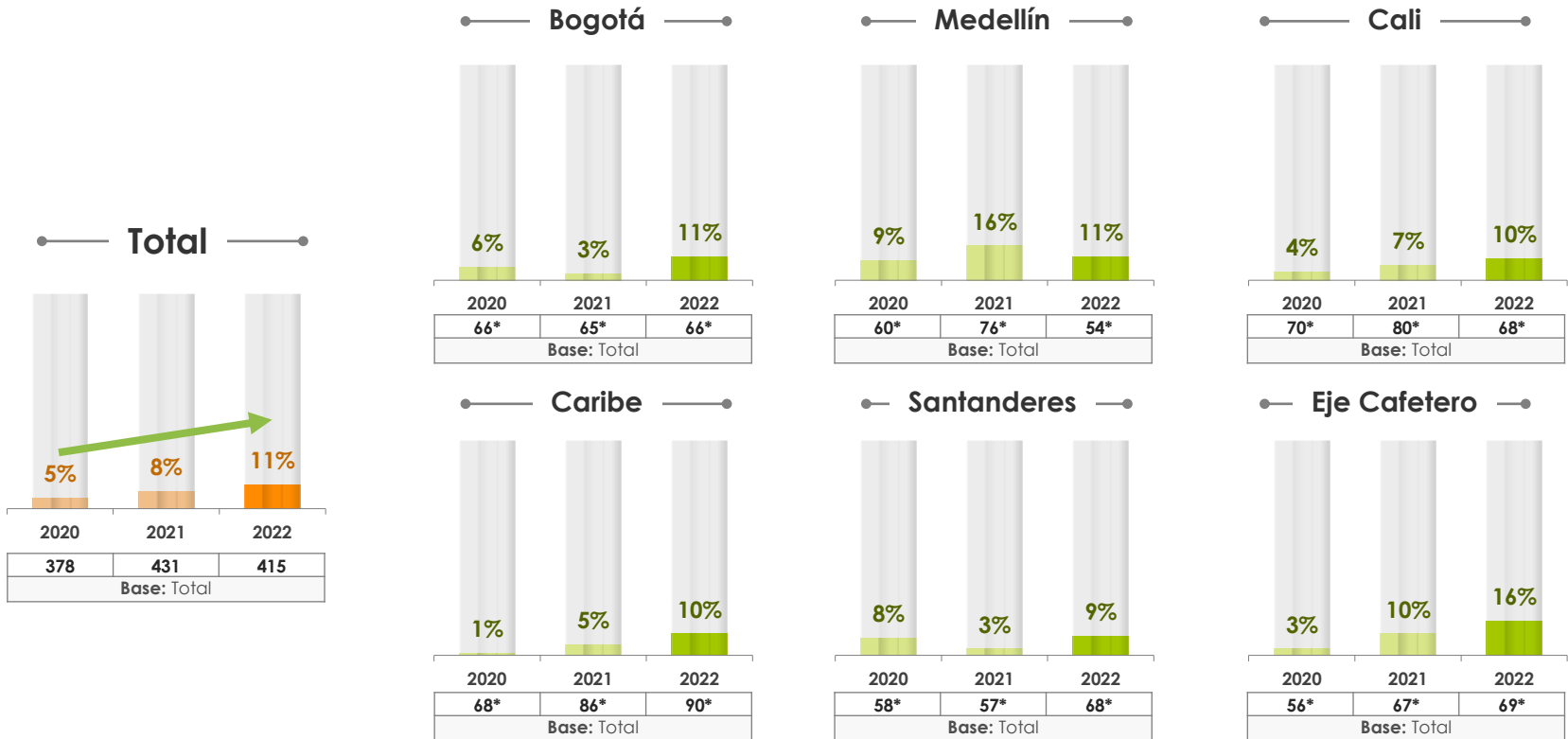
%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Menos de 5 años	-	-	1	1	-	1	-	1	1	-	-	1	1	-	-	1	-	1	1	2	-	-	1	1	-	-	1	-	1	-	1	1	1	-	2	-	-	1	1	-	-	1	-	2	-
Entre 5 y 9 años	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	1	-	2	5	2	4	4	4	10	4	2	1	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	1	3	-	3	2	4	4	4	3	3	5	2	2
Entre 10 y 13 años	17	15	20	16	14	20	17	24	19	15	13	10	17	12	12	16	26	23	15	13	15	12	20	16	15	20	16	18	16	13	16	20	14	12	11	17	13	23	16	14	16	12	21	22	15
Entre 14 y 17 años	59	61	56	59	61	59	63	56	57	62	60	59	57	61	60	62	47	56	61	57	58	64	53	62	61	57	61	61	54	63	58	57	58	64	60	60	62	55	59	59	61	66	60	49	73 ↑
Más de 18 años	21	22	19	21	22	16	16	16	20	19	26	30	23	22	25	17	23	15	13	24 ↑	25	23	23	21	22	21	18	18	27	21	23	19	26	21	26	20	23	18	20	23	21	18	14	24	10

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

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



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

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Sí	-	-	5	8	11	-	-	6	8	8	-	-	4	7	14 ↑	-	-	7	2	8 ↑	-	-	3	8	13	-	-	8	13	11	-	-	2	7	7	-	-	8	7	12 ↑	-	-	-	19	10
No	-	-	91	88	86	-	-	91	84	88	-	-	92	92	83 ↓	-	-	92	96	89 ↓	-	-	93	87	85	-	-	88	82	84	-	-	95	92	90	-	-	88	88	84	-	-	100	76	90
No Sabe / No Responde	-	-	4	4	3	-	-	3	8	4 ↓	-	-	4	1	3	-	-	1	2	3	-	-	4	5	2	-	-	4	5	5	-	-	3	1	3	-	-	4	5	4	-	-	-	5	-

P33. ¿Cómo protege a sus hijos en Internet? (RM)

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

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Activar el control parental en el computador, celular o televisor	53%	55%	52%	62%	50%	48%	63%	60%	52%	51%	54%	57%	43%	49%
Revisar el historial de su hijo en Internet	65%	54%	51%	55%	68%	52%	72%	51%	73%	56%	63%	59%	57%	51%
Revisar las llamadas y/o mensajes de su hijo en el celular	49%	36%	38%	41%	62%	24%	52%	34%	48%	40%	53%	40%	42%	35%
Revisar el perfil de Facebook de su hijo	37%	34%	25%	33%	53%	30%	36%	28%	38%	36%	35%	41%	30%	36%
Usar el móvil de su hijo para ver su localización	30%	27%	22%	30%	29%	31%	41%	26%	28%	22%	33%	34%	25%	20%
Mi hijo no accede aún a estas tecnologías	28%	21%	42%	17%	17%	22%	20%	21%	34%	23%	19%	25%	34%	17%
Ninguna	4%	3%	8%	6%	5%	2%	2%	4%	-	2%	7%	-	4%	6%

Base:	432	415	65	66*	76*	54*	81*	68*	86*	90*	57*	68*	67*	69*
--------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

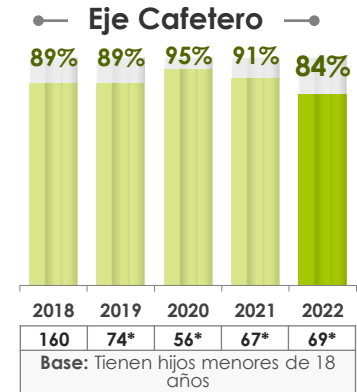
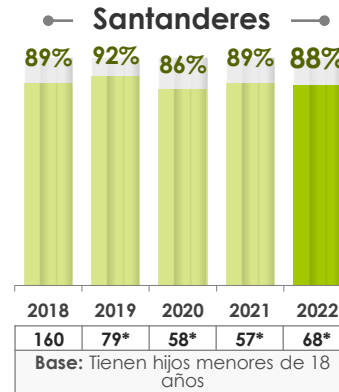
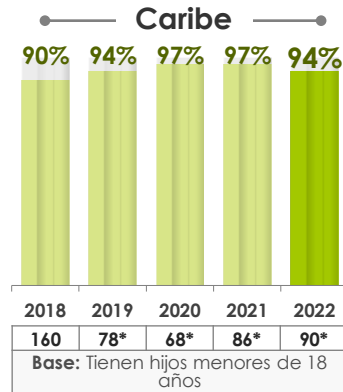
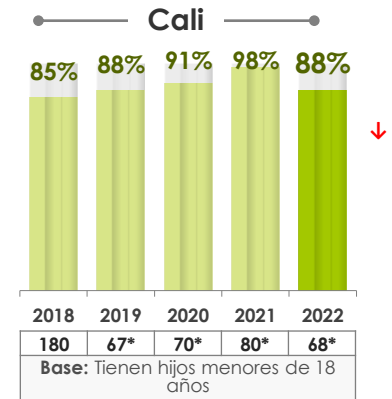
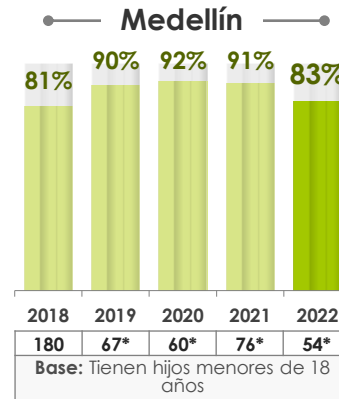
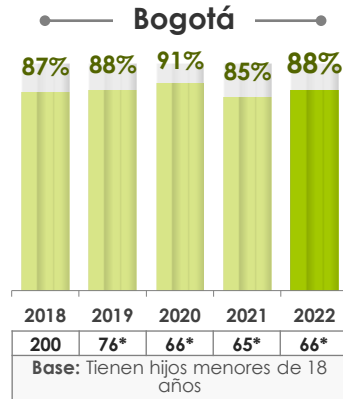
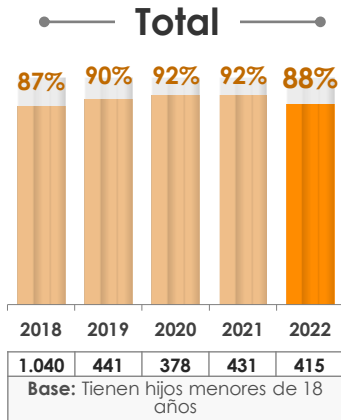
P33. ¿Cómo protege a sus hijos en Internet? (RM)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	.*	441	378	432	415	.*	270	194	213	204	.*	171	184	219	211	.*	47*	91*	112	96*	.*	247	173	186	189	.*	147	114	134	130	.*	94*	98*	93*	96*	.*	273	237	298	271	.*	74*	43*	41*	48*
Activar el control parental en el computador, celular o televisor	-	50	52	53	55	-	50	59	54	61	-	49	45	51	49	-	36	44	51	46	-	51	57	53	56	-	52	53	54	59	-	39	47	61	51	-	54	54	49	56	-	46	53	61	54
Revisar el historial de su hijo en Internet	-	53	58	65	54 ↓	-	55	61	63	54	-	51	54	67	54 ↓	-	32	49	47	42	-	52	55	69	56 ↓	-	62	68	74	60 ↓	-	47	56	71	53 ↓	-	56	58	62	53 ↓	-	51	60	68	63
Revisar las llamadas y/o mensajes de su hijo en el celular	-	37	45	49	36 ↓	-	36	45	48	36 ↓	-	39	45	50	36 ↓	-	15	34	30	28	-	40	45	56	39 ↓	-	40	55	55	38 ↓	-	31	43	52	38	-	40	46	47	36 ↓	-	36	47	61	33 ↓
Revisar el perfil de Facebook de su hijo	-	36	34	37	34	-	37	39	35	36	-	35	30	38	33	-	17	27	23	20	-	37	34	41	35	-	41	41	42	43	-	34	40	45	31	-	37	34	35	36	-	35	26	29	29
Usar el móvil de su hijo para ver su localización	-	20	24	30	27	-	23	30	33	31	-	15	18	26	23	-	9	21	27	22	-	20	21	31	23	-	24	31	31	36	-	14	23	41	27 ↓	-	21	24	27	27	-	24	26	24	29
Mi hijo no accede aún a estas tecnologías	-	25	28	28	21 ↓	-	24	22	29	19 ↓	-	26	34	26	23	-	49	47	46	40	-	28	28	29	22	-	12	11	10	5	-	26	34	28	27	-	22	27	28	20 ↓	-	38	14	24	13
Ninguna	-	7	4	4	3	-	9	4	7	3	-	5	4	2	4	-	4	2	1	1	-	4	3	2	2	-	12	7	10	8	-	7	3	2	3	-	7	3	4	3	-	5	9	7	8

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

Respondieron **SÍ**



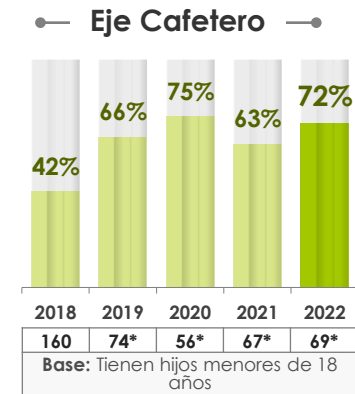
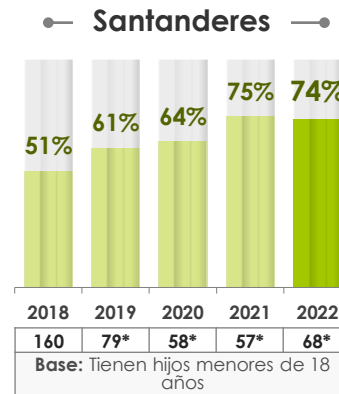
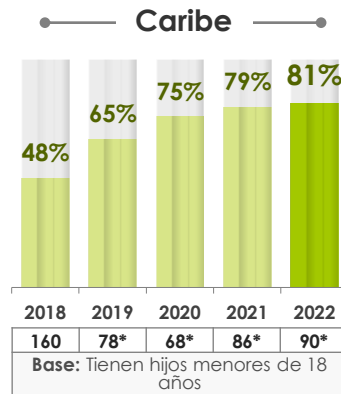
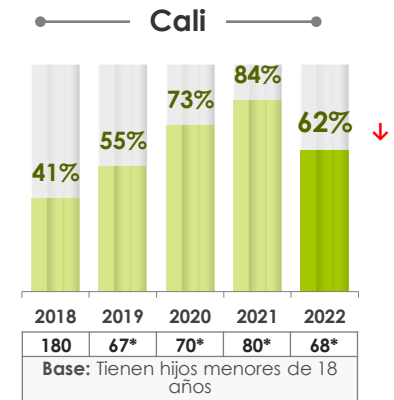
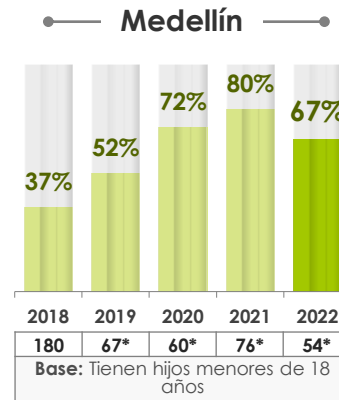
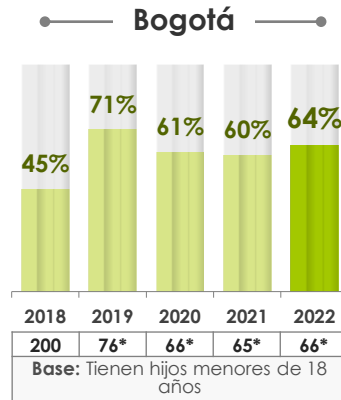
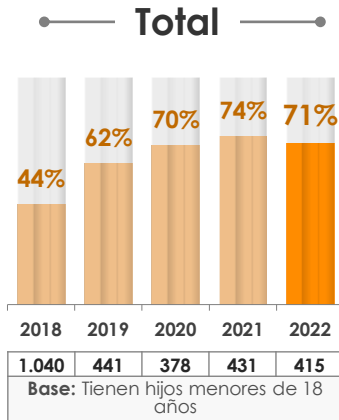
P34. ¿Cree usted que debe poder acceder libremente a las cuentas privadas de sus hijos en redes sociales o correo electrónico para protegerlos? (RU)

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Sí	87	90	92	92	88	85	89	90	92	86	88	92	95	93	90	79	91	92	94	86	93	90	92	94	94	88	90	91	88	82	89	90	97	92	94	87	90	90	93	87 ↓	83	89	91	88	81
No	9	10	8	8	12	11	11	10	8	14	7	8	5	7	10	13	9	8	6	14	5	10	8	6	6	10	10	9	12	18	6	10	3	8	6	9	10	10	7	13 ↑	12	11	9	12	19
No Sabe / No Responde	4	-	-	-	-	4	-	-	-	-	5	-	-	-	-	8	-	-	-	-	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-	5	-	-	-	-	4	-	-	-	-	5	-	-	-	-

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

Respondieron **SÍ**



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

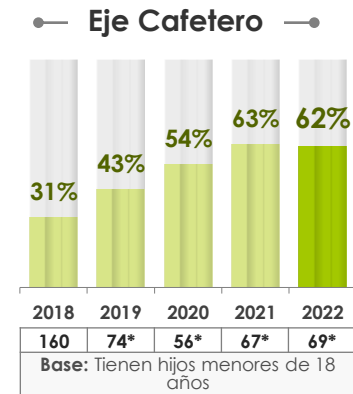
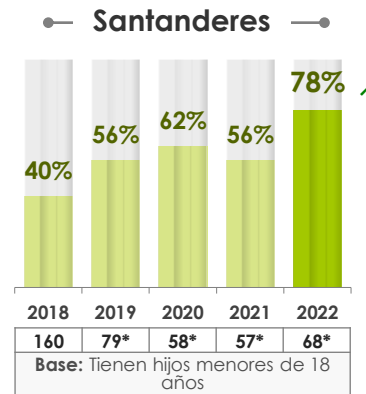
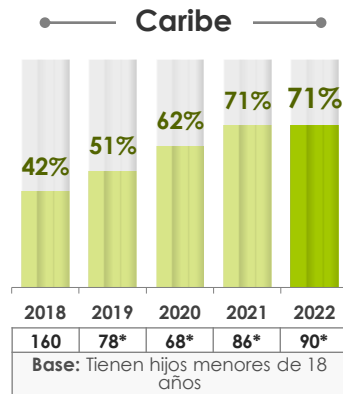
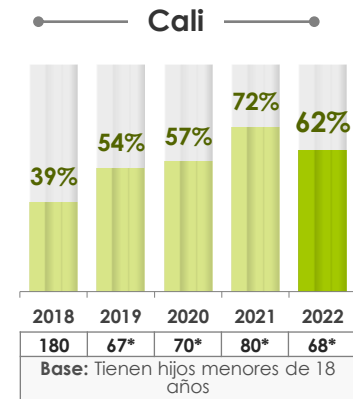
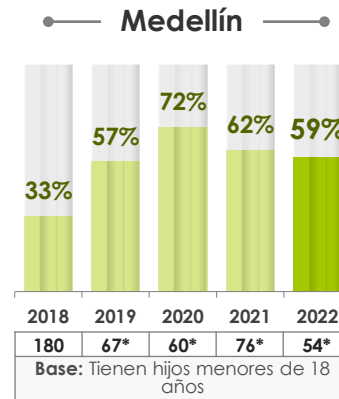
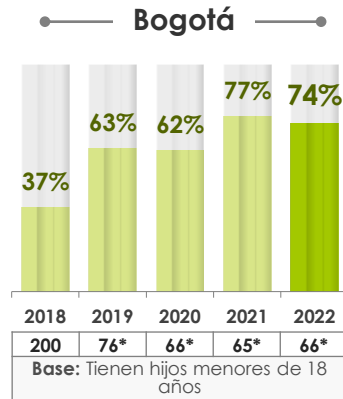
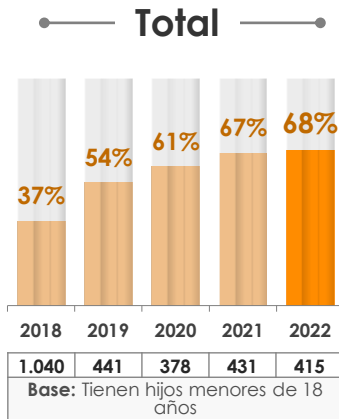
%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Sí	44	62	70	74	71	42	59	71	73	66	45	67	68	76	75	29	32	59	59	70	51	60	71	78	70	54	75	76	81	72	46	57	69	80	74	46	66	70	73	72	34	54	67	71	58
No	37	38	30	26	29	42	41	29	27	34	32	33	32	24	25	38	68	41	41	30	32	40	29	22	30	42	25	24	19	28	34	43	31	20	26	37	34	30	27	28	40	46	33	29	42
No Sabe / No Responde	19	-	-	-	-	16	-	-	-	-	23	-	-	-	-	33	-	-	-	-	17	-	-	-	-	4	-	-	-	-	20	-	-	-	-	17	-	-	-	-	26	-	-	-	-

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

Diferencia Significativa: 2021- 2022 ↑ ↓ del 95% de confianza

Respondieron **SÍ**



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

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TIENEN HIJOS MENORES DE 18 AÑOS	1.040	441	378	431	415	560	270	194	213	204	480	171	184	218	211	382	47*	91*	111	96*	351	247	173	186	189	307	147	114	134	130	234	94*	98*	92*	96*	646	273	237	298	271	160	74*	43*	41*	48*
Sí	37	54	61	67	68	37	53	60	69	68	36	55	62	66	69	32	68	77	82	82	44	56	62	63	67	35	46	47	60	59	37	52	59	68	70	38	56	62	68	68	32	50	60	61	65
No	43	46	39	33	32	46	47	40	31	32	40	45	38	34	31	35	32	23	18	18	39	44	38	37	33	59	54	53	40	41	42	48	41	32	30	45	44	38	32	32	39	50	40	39	35
No Sabe / No Responde	20	-	-	-	-	17	-	-	-	-	24	-	-	-	-	33	-	-	-	-	17	-	-	-	-	6	-	-	-	-	21	-	-	-	-	17	-	-	-	-	29	-	-	-	-



























































CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- La frecuencia con la que se visitan las páginas web de los medios de comunicación del país es alta: 40% de los entrevistados lo hacen varias veces en el día y 22% una vez al día.
- El Tiempo.com es de lejos la página de medios de comunicación que se visita con mayor frecuencia (63%), especialmente en Bogotá y Caribe. Frente a 2019 se observa un crecimiento importante de la mayoría de medios.
- 86% de los encuestados afirma que se ha dado cuenta que “Alguna noticia que leyó en Internet resultó siendo un rumor o una noticia falsa”, cifra que crece 4% frente a 2019.
- 9 de cada 10 encuestados atribuyen las noticias falsas a las redes sociales, percepción que no cambió mucho frente a 2019.
- 46% de los encuestados creen más en los periódicos que en los demás medios de comunicación.

E1. ¿Con qué frecuencia visita las páginas web de medios de comunicación de su país? (RU)

Medición **2022**

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

	Total	Bogotá	Medellín	Cali	Caribe	Santanderes	Eje Cafetero
Varias veces al día	 40%	 37%	 41%	 41%	 51%	 38%	 34%
Una vez al día	 22%	 26%	 20%	 21%	 21%	 19%	 23%
Entre dos y cinco veces por semana	 15%	 13%	 13%	 14%	 15%	 20%	 16%
Una vez a la semana	 7%	 8%	 5%	 9%	 5%	 8%	 8%
Menos de una vez por mes	 6%	 8%	 7%	 5%	 3%	 6%	 6%
No visita páginas de medios de comunicación	 6%	 4%	 9%	 7%	 3%	 4%	 8%
Una vez cada 15 días	 2%	 2%	 2%	 1%	 1%	 2%	 3%
Una vez por mes	 2%	 2%	 3%	 2%	 1%	 3%	 2%

Base: Total encuestados

1.040

200

180

180

160

160

160

E1. ¿Con qué frecuencia visita las páginas web de medios de comunicación de su país? (RU)

Medición **2022**

%	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
		2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	515	525	354	343	343	187	729	124
Varias veces al día	40	42	39	38	40	43	44	38	48
Una vez al día	22	21	23	18	22	26	23	22	21
Entre dos y cinco veces por semana	15	17	13	16	15	14	15	16	8
Una vez a la semana	7	5	9	7	10	5	7	6	11
Una vez cada 15 días	2	3	1	3	1	2	1	2	4
Una vez por mes	2	1	3	3	2	1	3	2	2
Menos de una vez por mes	6	5	6	8	4	5	3	7	2
No visita páginas de medios de comunicación	6	6	6	7	6	4	4	7	4

Páginas de medios de comunicación de consumo más frecuente

E2. ¿Del siguiente listado, por favor seleccione las páginas web de los medios que con mayor frecuencia consulta? (RM)

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

	Total		Bogotá		Medellín		Cali		Caribe		Santanderes		Eje Cafetero	
	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
El Tiempo	34%	63%	90%	78%		64%		67%	15%	75%	23%	54%	70%	36%
Semana	20%	35%	46%	44%		37%		42%	12%	43%	14%	30%	46%	15%
El Espectador	18%	34%	47%	40%		33%		38%	10%	33%	14%	36%	34%	19%
Portafolio	12%	24%	25%	33%		21%		32%	9%	21%	13%	16%	24%	16%
Canal Caracol	11%	19%	21%	21%		18%		17%	6%	29%	9%	18%	31%	11%
Las 2 Orillas	8%	18%	17%	21%		21%		23%	6%	20%	7%	10%	18%	14%
Blu Radio	8%	17%	17%	20%		19%		21%	8%	18%	5%	13%	16%	7%
Caracol Radio	11%	16%	25%	20%		14%		14%	6%	24%	8%	18%	24%	8%
La República	5%	15%	15%	20%		16%		17%	3%	16%	2%	11%	8%	9%
W Radio	12%	15%	23%	23%		11%		16%	11%	16%	9%	13%	29%	10%
La Silla Vacía	6%	14%	10%	21%		13%		21%	8%	9%	5%	9%	12%	8%

Base: Total encuestados	1.040	1.040	200	200	180	180	180	180	160*	160	160	160	160	160
-------------------------	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----

Páginas de medios de comunicación de consumo más frecuente

E2. ¿Del siguiente listado, por favor seleccione las páginas web de los medios que con mayor frecuencia consulta? (RM)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
El Tiempo	34	63	36	62	30	65	30	60	33	66	37	64	29	72	36	61	33	62
Semana	20	35	22	33	16	38	18	26	20	42	20	39	13	36	21	34	22	44
El Espectador	18	34	21	34	14	33	21	41	18	34	17	26	17	39	19	33	14	32
Portafolio	12	24	15	29	6	19	8	18	12	28	14	25	8	15	13	24	12	33
Canal Caracol	11	19	10	15	13	22	9	19	11	17	13	21	13	32	10	17	12	12
Las 2 Orillas	8	18	8	19	8	18	7	14	8	20	7	22	5	19	9	18	7	19
Blu Radio	8	17	7	17	8	16	10	14	7	19	7	17	6	17	8	16	7	20
Caracol Radio	11	16	12	14	9	19	8	16	10	17	14	16	11	25	11	15	9	12
La República	5	15	6	17	3	13	3	15	5	15	6	15	3	13	5	14	7	22
W Radio	12	15	13	18	11	12	9	10	13	19	12	15	6	14	13	14	15	23
La Silla Vacía	6	14	7	17	3	11	4	14	5	12	7	15	1	9	7	14	7	21
La FM	5	13	6	10	5	15	5	14	6	13	4	11	5	18	6	11	3	12
Publmetro	6	13	6	12	7	13	8	12	6	17	5	9	4	16	7	12	6	14
Q'Hubo	-	13	-	12	-	13	-	13	-	11	-	13	-	25	-	11	-	4
RCN Radio	5	11	5	8	5	15	2	10	6	11	5	13	5	18	5	10	4	10
Dinero	11	11	14	13	7	9	10	11	12	13	11	10	7	6	13	12	9	13
Canal RCN	6	10	5	9	8	12	4	10	7	9	6	12	9	17	6	9	6	8
El Colombiano	-	9	-	9	-	9	-	8	-	4	-	15	-	7	-	6	-	28

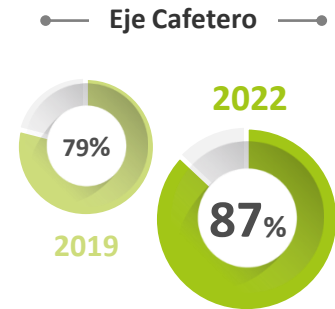
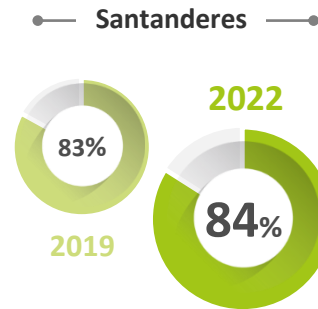
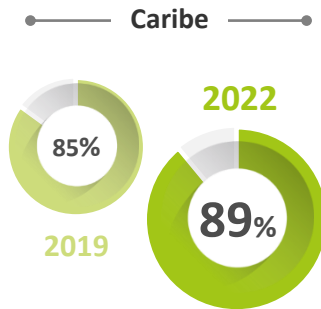
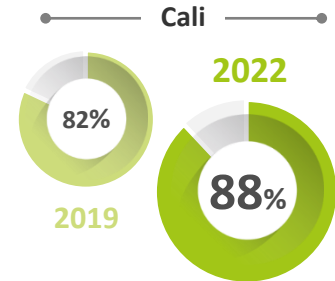
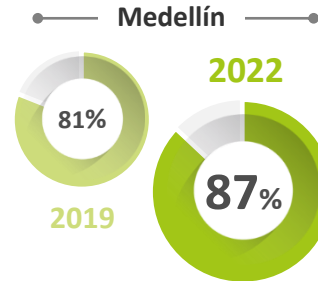
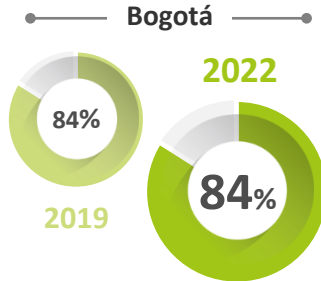
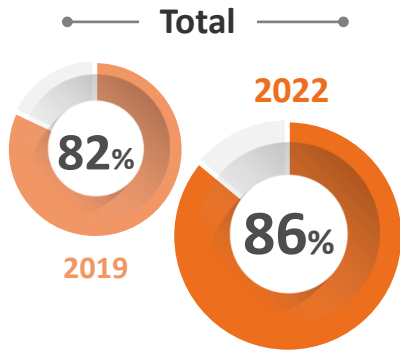
Páginas de medios de comunicación de consumo más frecuente

E2. ¿Del siguiente listado, por favor seleccione las páginas web de los medios que con mayor frecuencia consulta? (RM)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Tu Carro	-	8	-	13	-	4	-	5	-	10	-	10	-	6	-	9	-	7
El País	-	8	-	8	-	9	-	4	-	12	-	10	-	1	-	9	-	16
Minuto 30	-	8	-	6	-	10	-	9	-	3	-	11	-	11	-	6	-	15
Zona Cero (Portal de Jorge Cura)	-	7	-	6	-	8	-	8	-	12	-	1	-	25	-	4	-	-
El Heraldo	-	7	-	6	-	8	-	7	-	11	-	2	-	19	-	5	-	-
Vanguardia Liberal	-	6	-	6	-	6	-	6	-	6	-	6	-	4	-	7	-	1
Tv y Novelas	-	3	-	1	-	6	-	3	-	4	-	2	-	6	-	3	-	1
Emisora Atlántico.com	-	3	-	3	-	4	-	3	-	6	-	1	-	9	-	2	-	-
Telepacífico	-	3	-	2	-	4	-	1	-	4	-	3	-	2	-	3	-	2
Kien y Ke	3	3	3	3	2	2	1	1	3	2	3	5	2	3	3	2	3	2
Canal TRO	-	3	-	2	-	3	-	3	-	3	-	3	-	4	-	3	-	-
Diario Occidente	-	3	-	2	-	3	-	-	-	4	-	3	-	-	-	3	-	6
Telecaribe	-	2	-	1	-	3	-	3	-	2	-	1	-	7	-	1	-	-
Al Día	-	2	-	1	-	3	-	3	-	3	-	-	-	8	-	1	-	-
El Mundo	-	1	-	1	-	1	-	2	-	-	-	1	-	2	-	1	-	1
Diario La Libertad	-	1	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	2	-	1	-	-
El Frente	-	1	-	1	-	1	-	2	-	-	-	-	-	1	-	1	-	-
Noticiero de Santander	-	1	-	-	-	1	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-
Otro Medio	5	10	6	12	4	9	6	10	6	10	4	11	8	12	6	10	2	9
Ninguno	2	4	1	4	3	4	3	5	2	4	2	3	3	3	2	5	1	2
No responde		9		8		10		16		2		9		-		12		7

Respondieron **SÍ**

E7. ¿Alguna vez se ha dado cuenta que alguna noticia que leyó en Internet resultó siendo un rumor o una noticia falsa? (RU)



E7. ¿Alguna vez se ha dado cuenta que alguna noticia que leyó en Internet resultó siendo un rumor o una noticia falsa? (RU)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Sí	82	86	83	87	81	86	86	84	85	89	78	87	79	87	83	86	82	89
No	15	11	14	10	16	11	13	14	12	8	19	11	18	9	14	11	15	10
No Sabe / No Responde	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	1

E8. ¿De los siguientes medios, en cuál/ cuáles considera usted que se publican la mayoría de noticias falsas? (RM)

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

2019 2022
2019 2022
2019 2022
2019 2022
2019 2022
2019 2022
2019 2022

Redes Sociales	91%	86%	95%	92%	90%	94%	93%	90%	93%	85%	89%	75%	88%	78%
Páginas digitales	41%	49%	46%	54%	36%	42%	37%	46%	46%	52%	39%	52%	41%	50%
Noticieros de Televisión	15%	49%	17%	38%	14%	57%	12%	61%	18%	59%	13%	32%	17%	45%
Revistas	7%	14%	8%	17%	4%	13%	9%	13%	9%	11%	9%	16%	6%	15%
Periódicos	5%	11%	6%	10%	4%	9%	4%	8%	6%	9%	4%	15%	6%	14%
Cadenas de Radio	4%	7%	5%	7%	3%	8%	5%	6%	7%	3%	3%	8%	4%	13%

Base: Total encuestados	1.040	1.040	200	200	180	180	180	180	160*	160	160	160	160	160
-------------------------	-------	-------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----	-----

E8. ¿De los siguientes medios, en cuál/ cuáles considera usted que se publican la mayoría de noticias falsas? (RM)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Redes Sociales	91	86	92	87	90	86	93	81	91	89	91	88	90	87	91	84	93	95
Páginas digitales	41	49	43	52	37	47	44	53	43	47	36	47	37	53	41	48	43	52
Noticieros de Televisión	15	49	17	50	12	48	21	50	14	52	12	44	25	58	14	48	8	39
Revistas	7	14	7	17	7	11	5	18	5	13	11	12	8	16	8	15	3	7
Periódicos	5	11	5	12	4	10	8	12	3	9	6	10	7	13	5	11	2	6
Cadenas de Radio	4	7	5	10	3	5	5	8	4	7	4	7	5	4	5	9	3	4

E9. De los siguientes medios ¿Qué medio tiene más credibilidad para usted? (RU)

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

2019 2022 2019 2022 2019 2022 2019 2022 2019 2022 2019 2022 2019 2022

Periódicos	51%		46%	63%		54%	51%		48%	46%		48%	43%		42%	46%		36%	49%		41%
Noticieros de Televisión	20%		24%	11%		17%	22%		27%	19%		15%	26%		30%	26%		33%	21%		22%
Cadenas de Radio	17%		16%	14%		19%	16%		11%	22%		18%	18%		18%	16%		13%	17%		19%
Páginas Digitales	3%		8%	4%		6%	3%		10%	3%		9%	4%		4%	2%		11%	3%		11%
Redes Sociales	3%		3%	2%		4%	1%		2%	3%		6%	1%		1%	4%		4%	6%		3%
Revistas	6%		3%	6%		-	7%		2%	7%		4%	8%		5%	6%		3%	4%		4%

Base: Total encuestados

1.040 1.040

200 200

180 180

180 180

160* 160

160 160

160 160



E9. De los siguientes medios ¿Qué medio tiene más credibilidad para usted? (RU)

%	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	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022	2019	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	620	515	420	525	201	354	477	343	362	343	200	187	660	729	180	124
Periódicos	51	46	51	43	49	48	52	44	49	48	52	44	47	44	52	44	49	56
Noticieros de Televisión	20	24	15	23	27	24	14	23	22	21	21	27	23	28	18	23	24	19
Cadenas de Radio	17	16	19	17	15	16	19	14	18	20	15	16	16	15	19	17	15	16
Páginas Digitales	3	8	4	10	3	7	4	11	3	7	3	7	4	5	4	10	1	5
Redes Sociales	3	3	3	4	2	3	2	5	3	2	3	3	4	3	2	4	2	2
Revistas	6	3	8	3	4	2	9	3	5	2	6	3	6	5	5	2	9	2



Demográficos

D1. Género:

Año	Total					Bogotá					Medellín					Cali					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero				
	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22
Hombre 	54%	60%	50%	51%	50%	52%	60%	51%	64%	49%	53%	55%	46%	49%	47%	54%	62%	54%	43%	52%	52%	61%	54%	49%	44%	54%	57%	51%	46%	52%	59%	62%	44%	51%	54%
Mujer 	46%	40%	50%	49%	50%	48%	40%	49%	36%	51%	47%	45%	54%	51%	53%	46%	38%	46%	57%	48%	48%	39%	46%	51%	56%	46%	43%	49%	54%	48%	41%	38%	56%	49%	46%

D2. Edad

Año	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22
Entre 18 y 31 años	37%	19%	34%	34%	34%	32%	19%	5%	63%	28%	38%	20%	51%	18%	40%	36%	19%	26%	16%	17%	41%	21%	44%	4%	36%	35%	18%	49%	48%	48%	40%	20%	34%	52%	39%
Entre 32 y 45 años	34%	46%	33%	33%	33%	37%	47%	38%	9%	32%	34%	49%	23%	46%	10%	34%	42%	39%	43%	47%	30%	44%	34%	62%	50%	31%	48%	32%	25%	30%	35%	44%	32%	19%	30%
Entre 46 y 60 años	29%	35%	33%	33%	33%	31%	34%	57%	28%	40%	28%	31%	26%	36%	50%	30%	39%	35%	41%	36%	29%	35%	22%	34%	14%	34%	34%	19%	27%	22%	25%	36%	34%	29%	31%
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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
D1. Género:																																													
Hombre	54	60	50	51	50	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	47	59	43	50	50	53	55	51	46	46	63	65	56	55	52	49	60	52	59	48	55	62	50	49	50	56	53	48	50	49
Mujer	46	40	50	49	50	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	53	41	57	50	50	47	45	49	54	54	37	35	44	45	48	51	40	48	41	52	45	38	50	51	50	44	47	52	50	51
D2. Edad																																													
Entre 18 y 31 años	37	19	34	34	34	32	19	29	34	34	42	19	39	35	34	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	48	32	42	33	46	37	18	35	38	34	21	9	12	12	16
Entre 32 y 45 años	34	46	33	33	33	33	43	34	30	31	34	51	32	36	35	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	-	-	-	-	-	39	48	40	40	27	33	46	31	33	33	28	45	32	28	42
Entre 46 y 60 años	29	35	33	33	33	35	38	37	36	35	24	30	29	29	31	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100	100	100	100	100	13	20	18	27	27	30	36	34	29	33	51	46	56	60	42

	2018	2019	2020	2021	2022
Bogotá	19%	19%	19%	19%	19%
Medellín	17%	17%	18%	17%	17%
Cali	17%	17%	18%	17%	17%
Caribe	16%	16%	15%	16%	16%
Santander	16%	16%	15%	16%	16%
Eje Cafetero	15%	15%	15%	15%	15%
Base: Total Encuestados	1.040	1.040	910	1.040	1.040

%

	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				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022					
Base: TOTAL ENCUESTADOS	1.040	1.040	910	1.040	1.040	560	620	455	526	515	480	420	455	514	525	382	201	309	354	354	351	477	301	347	343	307	362	300	339	343	234	200	209	188	187	646	660	586	725	729	160	180	115	127	124
Bogotá	19	19	19	19	19	18	19	19	24	19	20	19	19	14	20	17	18	3	36	16	21	20	21	5	19	20	19	32	17	24	17	16	-	22	6	22	23	23	19	23	11	9	31	14	17
Medellín	17	17	18	17	17	17	16	16	17	16	18	19	19	18	18	18	18	26	9	20	18	18	12	24	5	16	15	14	19	26	15	14	22	13	17	17	16	16	17	14	24	26	18	25	39
Calí	17	17	18	17	17	18	18	19	15	18	17	16	16	20	16	17	17	14	8	8	18	16	21	22	25	18	19	19	22	19	20	20	25	16	6	15	17	14	17	19	21	15	23	23	25
Caribe	16	16	15	16	16	15	16	16	15	14	16	15	14	16	17	17	16	20	2	16	13	15	16	29	23	15	16	10	16	7	27	20	29	34	49	13	14	12	11	9	9	16	8	12	-
Santander	16	16	15	16	16	15	15	16	14	16	15	17	15	17	15	14	15	22	22	22	14	16	15	11	14	18	15	9	13	10	10	16	13	9	17	18	17	18	18	17	12	11	6	9	3
Eje Cafetero	15	15	15	15	15	17	16	14	15	17	14	14	17	15	14	17	16	15	23	18	16	15	15	9	14	13	16	16	13	14	11	14	11	6	5	15	13	17	18	18	23	23	14	17	16

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

	Total					Bogotá					Medellín					Cali				
	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22
Estrato 1	5%	4%	7%	4%	4%	1%	3%	-	3%	-	3%	1%	6%	2%	2%	7%	3%	10%	5%	-
Estrato 2	17%	16%	16%	14%	14%	19%	13%	-	17%	6%	16%	14%	22%	12%	16%	19%	18%	23%	12%	6%
Estrato 3	41%	37%	41%	45%	46%	51%	52%	52%	48%	58%	40%	36%	39%	45%	42%	42%	37%	32%	44%	51%
Estrato 4	21%	26%	23%	25%	24%	20%	24%	27%	23%	26%	19%	24%	19%	23%	14%	14%	26%	19%	23%	26%
Estrato 5	11%	11%	8%	9%	8%	6%	4%	15%	6%	8%	16%	15%	6%	14%	17%	15%	15%	13%	14%	12%
Estrato 6	5%	6%	5%	3%	4%	3%	4%	6%	3%	2%	6%	10%	8%	4%	9%	3%	1%	3%	2%	5%
Base: Total	1.040	1.040	910	1.040	1.040	200	200	170	200	200	180	180	160	180	180	180	180	160	180	180

	Total					Caribe					Santanderes					Eje Cafetero				
	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22	18	19	20	21	22
Estrato 1	5%	4%	7%	4%	4%	17%	6%	20%	13%	22%	3%	6%	6%	1%	4%	4%	3%	4%	2%	1%
Estrato 2	17%	16%	16%	14%	14%	23%	19%	23%	27%	35%	12%	14%	13%	10%	16%	12%	15%	14%	5%	6%
Estrato 3	41%	37%	41%	45%	46%	33%	39%	33%	35%	32%	40%	28%	40%	49%	42%	38%	29%	48%	48%	49%
Estrato 4	21%	26%	23%	25%	24%	19%	18%	18%	16%	11%	33%	40%	36%	34%	35%	23%	27%	23%	32%	32%
Estrato 5	11%	11%	8%	9%	8%	4%	13%	2%	6%	-	9%	9%	2%	4%	2%	14%	11%	7%	11%	6%
Estrato 6	5%	6%	5%	3%	4%	4%	5%	4%	3%	-	3%	3%	3%	2%	1%	9%	15%	4%	2%	6%
Base: Total	1.040	1.040	910	1.040	1.040	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160	160	160	140	160	160



¡GRACIAS!

