

□□□



## ENCUESTA ANUAL DE SERVICIOS 2004



CERTIFICADO DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Código N° 1000-1

Detección de Requerimientos, Diseño, producción, análisis y difusión de las siguientes investigaciones estadísticas periódicas: Encuesta Continua de Hogares; Índice de Precios al Consumidor; Muestra Mensual Manufacturera; Comercio Exterior; Índice de Costos de Construcción de Vivienda; Índice de Costos de Construcción Pesada; Censo de Edificaciones; Muestra Mensual de Comercio al por Menor; Encuesta Anual de Servicios; Encuesta Anual Manufacturera; Encuesta Anual de Comercio; Dinero del Censo General; Encuesta Nacional Agropecuaria; Academia de Anónimos; Nomenclaturas y Clasificaciones; Cuentas Regionales; Estadísticas Locales de Construcción; Índice de Costos de la Educación Superior Privada; Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industrias; Estadísticas Vitales; Proyecciones de Población y Estudios Demográficos e Informe de Constantes Económicas Regionales; Índice precios de edificaciones nuevas; Índice de precios de vivienda nueva, cartera hipotecaria de vivienda; Índice de salarios per cápita; Encuesta de desempleo institucional; Encuesta de sacrificio de ganado; Encuesta de arrendamiento Regional; Servicio de Asesoría en Planificación Estadística.

1543 - 90001 (2000)



### Tabla de contenido

- Resumen
- Introducción
- Resumen gráfico
- Evolución 2000 – 2004
- 1. Postales y correo
- 2. Informática y conexas
- 3. Agencias de publicidad
- 4. Índices y deflatores
- 5. Ficha metodológica
- 6. Glosario
- 7. Anexo estadístico

### RESUMEN

- ❖ Durante 2004, la Encuesta Anual de Servicios investigó un total de 133 empresas dedicadas principalmente a la prestación de servicios de postales y de correo. El sector ocupó para el desarrollo de sus actividades, un total de 15 186 personas y su producción bruta real ascendió a 248,2 miles de millones de pesos. El valor agregado de la actividad en 2004, fue de 148,2 miles de millones de pesos reales.

En el total de producción bruta, las sociedades anónimas participaron con un 50,7%; otro tipo de organizaciones tales como sociedades en comandita simple, colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado con 30,3%; las sociedades limitadas con el 18,2% y el restante 0,8% correspondió a las empresas unipersonales e individuales.

- ❖ En el año 2004, el sector de informática y actividades conexas ocupó para el desarrollo de su actividad 17 847 personas en 176 empresas; la producción bruta de la actividad fue de \$365,1 miles de millones de pesos reales.

El 46,2% de la producción bruta de la actividad, se generó en las empresas con ingresos superiores a \$10 020 millones de pesos. El 20,4% de la producción bruta de informática se generó en aquellas empresas con más de 349 empleados, mientras que las empresas organizadas como sociedad anónima participaron con el 50,6% de la producción bruta del sector.

- ❖ La producción bruta real de las agencias de publicidad, que corresponde al valor total de las ventas de los servicios propios de dicha actividad, alcanzó en 2004 un valor de \$104,7 miles de millones, a precios constantes de 1995. El 60,6% de la producción se realizó en aquellas empresas con ingresos reales anuales superiores a \$2 441 millones; el 43,5% de la misma se realizó en empresas con más de 89 personas ocupadas.

La productividad total real (a precios constantes de 1995) de las agencias de publicidad, fue en el año 2004, de 1,34, mientras que la productividad laboral ascendió a 17,8 millones de pesos por persona ocupada.

Director Departamento  
**Dr. Ernesto Rojas Morales**  
Subdirector  
**Dr. Pedro José Fernández Ayala**  
Director de Metodología y  
Producción Estadística  
**Dr. Eduardo Efraín Freire Delgado**

## INTRODUCCIÓN

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE, en el marco de su misión institucional de proveer al país de estadísticas estratégicas confiables, relativas a diferentes actividades económicas, da a conocer con la presente publicación, un avance de los resultados de la Encuesta Anual de Servicios de las actividades postales y de correo; informática y actividades conexas y agencias de publicidad, tomando como período de referencia el año 2004.

Los resultados definitivos se publicarán en anuario especial de la Encuesta Anual de Servicios, el cual incluirá además de actividades postales y de correo, informática y conexas y agencias de publicidad, otros servicios (hoteles y similares, restaurantes y similares, agencias de viajes, servicios de suministro de personal temporal y agencias de seguridad privada).

Los resultados fueron obtenidos a través de la información suministrada por 467 empresas de servicios que en el año 2004, ocupaban 13 personas o más ó, cuyos niveles de ingresos fueron iguales o superiores a 988 millones de pesos nominales, en las actividades de informática y conexas; así mismo, sin límites de ingresos o personal para servicios postales y correo y agencias de publicidad.

El documento muestra un resumen con los principales indicadores en servicios postales y de correo, informática y conexas y publicidad y su evolución.

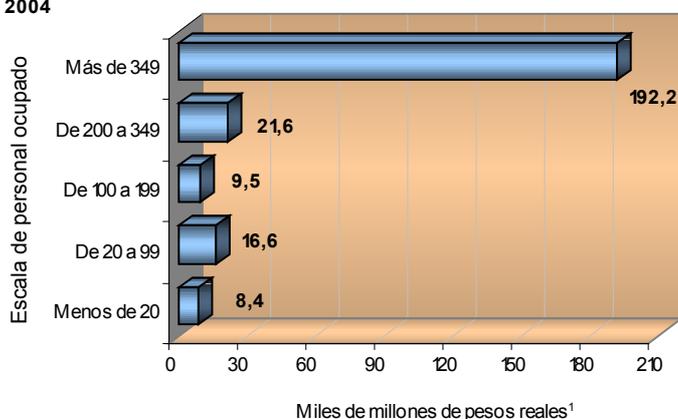
El primer capítulo expone las actividades de postales y correo; el segundo capítulo hace referencia a las actividades de informática y conexas. El tercer capítulo muestra los principales resultados de la actividad de publicidad. El cuarto capítulo se refiere a los índices deflatores que se utilizaron para obtener la información a precios constantes; la quinta parte es la ficha metodológica y la sexta es el glosario de términos de la encuesta. Por último, los cuadros estadísticos preparados para este avance.

## RESUMEN GRÁFICO

### Postales y correo

La producción bruta real<sup>1</sup> ascendió a \$248,2 miles de millones. Ésta se concentró en las empresas con 350 y más personas ocupadas.

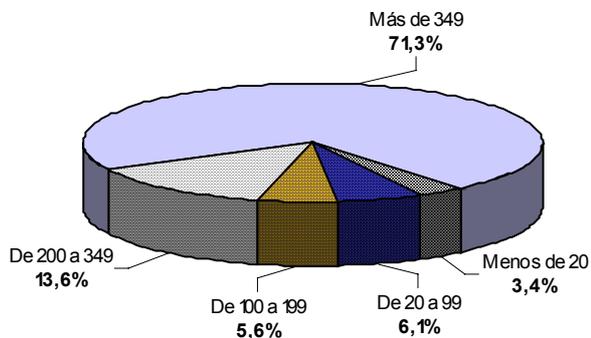
**Producción bruta real<sup>1</sup> en postales y correo, por escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios  
<sup>1</sup>Valores a precios constantes de 1995.

El personal ocupado total fue de 15 186 personas. Las empresas con más de 350 personas ocupadas, generaron el 71,3% del total del empleo de la actividad.

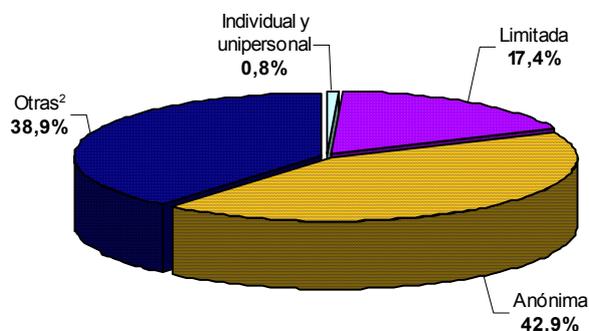
**Distribución del personal ocupado en servicios postales y correo, por escala de personal**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

El valor agregado generado por la actividad de servicios postales y de correo fue de \$148,2 miles de millones. El 42,9% del valor agregado se generó en las sociedades anónimas.

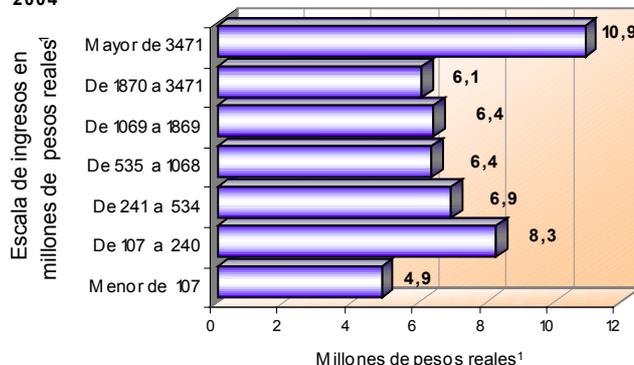
**Distribución del valor agregado en las empresas de servicios postales y correo, según organización jurídica**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

La productividad laboral en 2004 fue de 9,8 millones de pesos por persona ocupada. Los más altos niveles de productividad se dieron en las empresas con ingresos anuales superiores a \$3 471 millones (\$10,9 millones por persona)

**Productividad laboral real<sup>1</sup> en postales y correo, según escala de ingresos**  
Total nacional  
2004

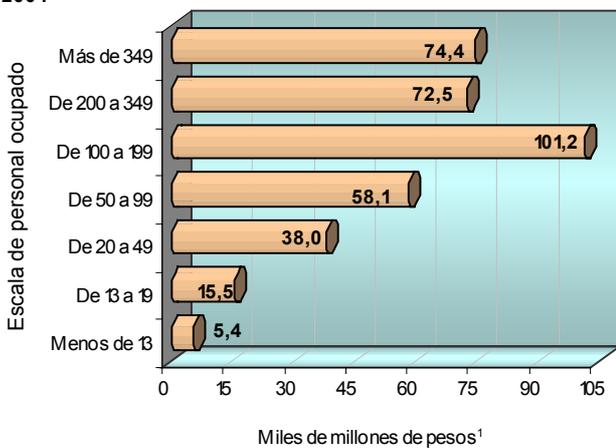


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios  
<sup>1</sup>Valores a precios constantes de 1995.

## Informática y actividades conexas

La producción bruta real<sup>1</sup> en informática y conexas ascendió en 2004 a \$365,1 miles de millones. El mayor aporte a éste valor fue de las empresas con personal entre 100 y 199 personas (\$101,2 miles de millones).

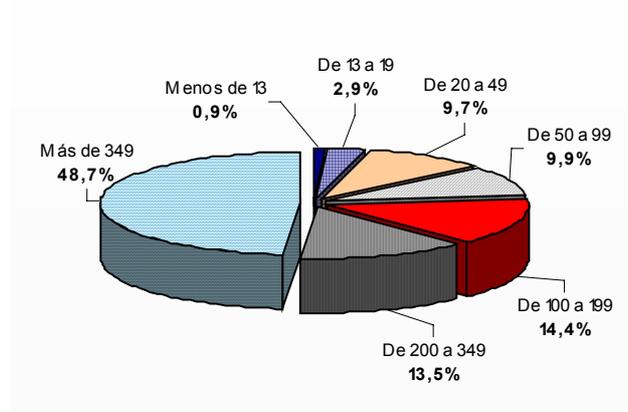
**Producción bruta real<sup>1</sup> en informática y conexas, según escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

De las 17 847 personas ocupadas, el 48,7% fueron ocupadas por empresas de informática que contaban con más de 349 personas ocupadas.

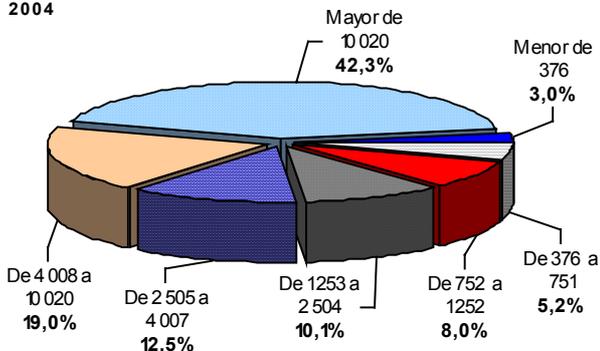
**Distribución del personal ocupado en informática y conexas, por escala de personal**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

Las empresas con ingresos reales<sup>1</sup> superiores a \$10 020 millones, generaron el 42,3% del valor agregado total de la actividad, el cual fue de 233,2 miles de millones de pesos.

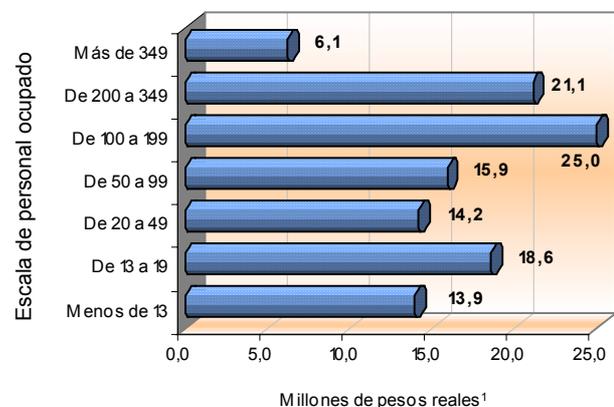
**Distribución del valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de informática y conexas por escala de ingresos<sup>2</sup>**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

La productividad laboral más alta se registró en las empresas con personal entre 100 y 199 personas ocupadas (25 millones de pesos reales por persona ocupada).

**Productividad laboral real<sup>1</sup> por persona ocupada en informática y conexas, según escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004

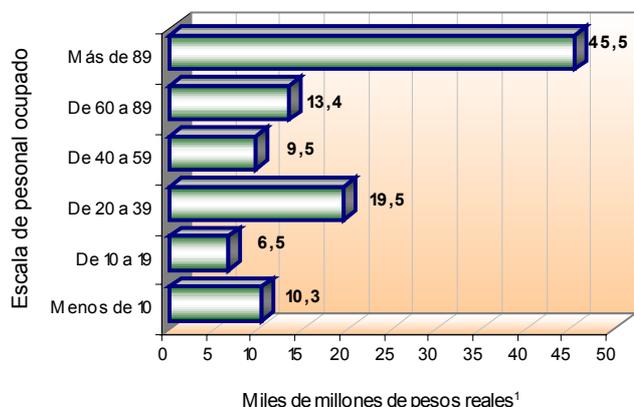


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

## Agencias de publicidad

El valor de la producción bruta real<sup>1</sup>, ascendió a \$104,7 miles de millones. Las empresas que ocuparon más de 89 personas, aportaron el 43,5% de éste valor (\$45,5 miles de millones).

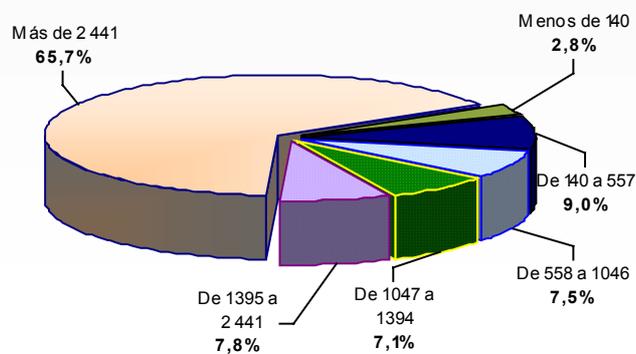
**Valor de la producción bruta real<sup>1</sup> en agencias de publicidad, según escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

El valor agregado generado por las agencias de publicidad en 2004 fue de 60,7 miles de millones de pesos reales<sup>1</sup>; el 65,7%, se concentró en las empresas cuyos ingresos en 2004, fueron superiores a \$2 441 millones.

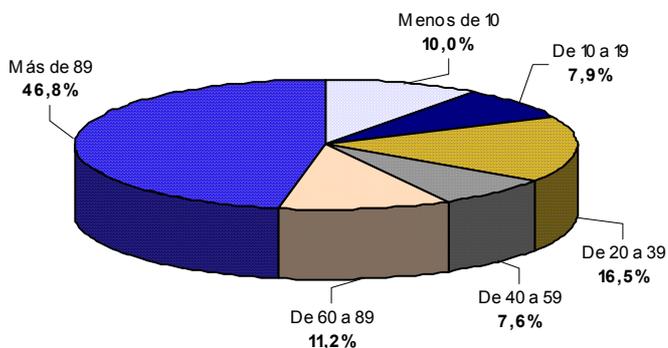
**Distribución del valor agregado real<sup>1</sup> de las agencias de publicidad, por escala de ingresos**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

El personal ocupado total fue de 3 403 personas. Las agencias de publicidad con más de 89 personas ocupadas, generaron el 46,8% del total del empleo registrado en éste subsector.

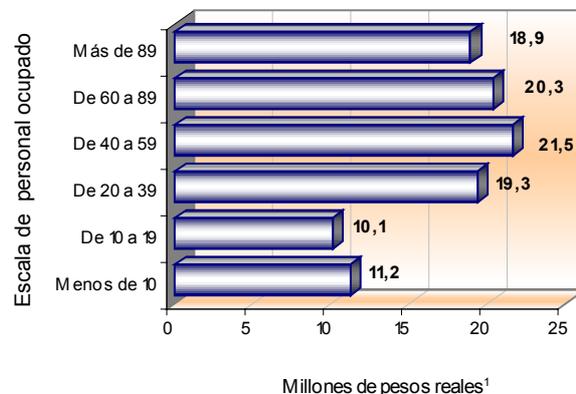
**Distribución del personal ocupado en las agencias de publicidad, por escala de personal**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

La productividad laboral real<sup>1</sup> en 2004, para las agencias de publicidad fue de \$17,8 millones de pesos por persona ocupada. La más alta productividad se dio en las empresas que ocuparon entre 40 y 59 personas (\$21,5 millones por persona).

**Productividad laboral real<sup>1</sup> por persona ocupada en agencias de publicidad, por escala de personal**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

# EVOLUCIÓN POR SUBSECTORES DE SERVICIOS 2000 - 2004

## Postales y correo

Valores en miles de millones de pesos a precios constantes de 1995

	2000	2001	2002	2003	2004
Número de empresas <sup>1</sup>	165	159	146	144	133
Producción bruta	187,7	194,7	226,5	230,5	248,2
Valor agregado	119,7	116,7	138,9	134,9	148,2
Consumo intermedio	68,0	78,0	87,7	95,5	100,0
Personal ocupado	12 422	12 515	13 655	14 820	15 186
Sueldos y salarios	40,0	35,4	36,6	37,5	38,3
Prestaciones sociales	18,2	18,2	18,2	19,2	19,9
Coefficiente técnico	36,2%	40,0%	38,7%	41,5%	40,3%
Productividad laboral <sup>2</sup>	9,6	9,3	10,2	9,1	9,8
Productividad Total <sup>3</sup>	1,01	1,06	1,32	1,28	1,34

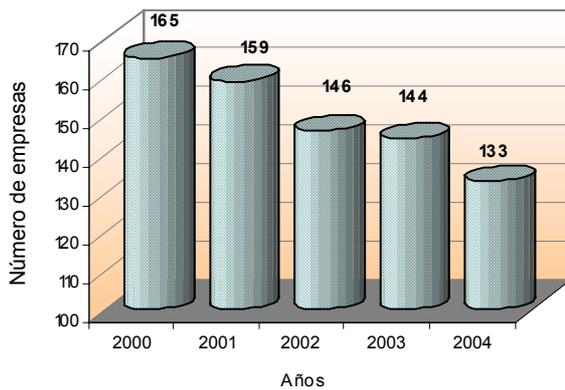
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Se refiere a censo de las empresas cuya actividad principal es postales y correo.

<sup>2</sup> Productividad laboral = Valor agregado / personal ocupado. Valores en millones de pesos.

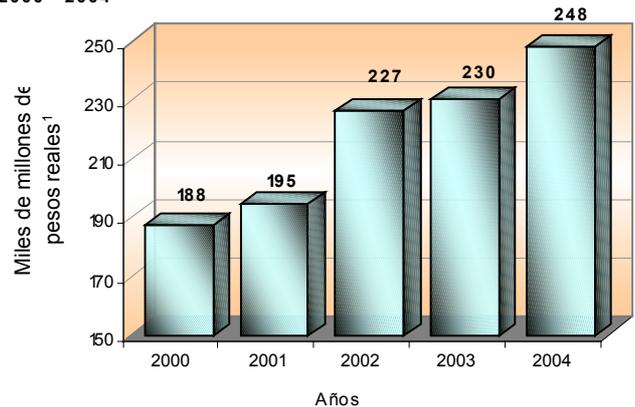
<sup>3</sup> Productividad total (relación) = Producción bruta / (consumo intermedio + total gastos de personal).

**Número de empresas investigadas en postales y correo 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

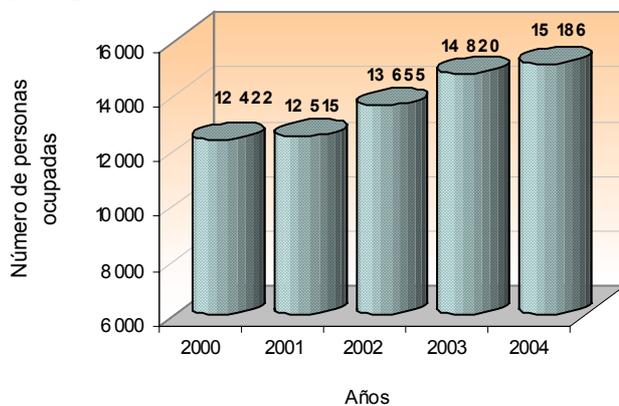
**Producción bruta real<sup>1</sup> en postales y correo 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

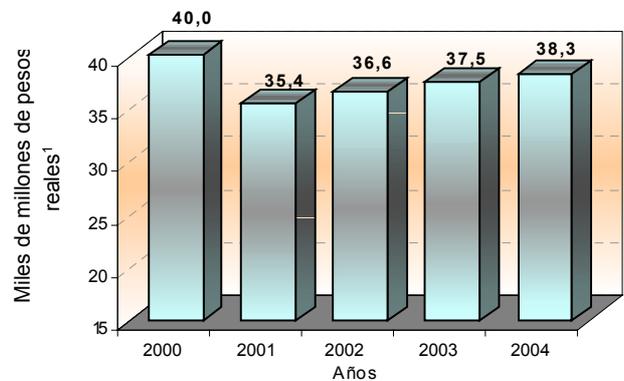
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Personal ocupado en postales y correo 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

**Sueldos y salarios reales en postales y correo 2000-2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

## Informática y conexas

Valores en miles de millones de pesos a precios constantes de 1995

	2000	2001	2002	2003	2004
Número de empresas <sup>1</sup>	177	170	163	165	176
Producción bruta	271,4	290,7	294,9	349,1	365,1
Valor agregado	173,5	186,3	191,8	225,2	233,2
Consumo intermedio	97,9	104,4	103,1	123,9	131,9
Personal ocupado	10 517	11 458	12 410	16 393	17 847
Sueldos y salarios	63,9	65,5	64,5	77,4	79,9
Prestaciones sociales	36,5	36,8	35,8	41,3	43,7
Coficiente técnico	36,1%	35,9%	35,0%	35,5%	36,1%
Productividad laboral <sup>2</sup>	16,5	16,3	15,5	13,7	13,1
Productividad total <sup>3</sup>	1,26	1,31	1,33	1,33	1,33

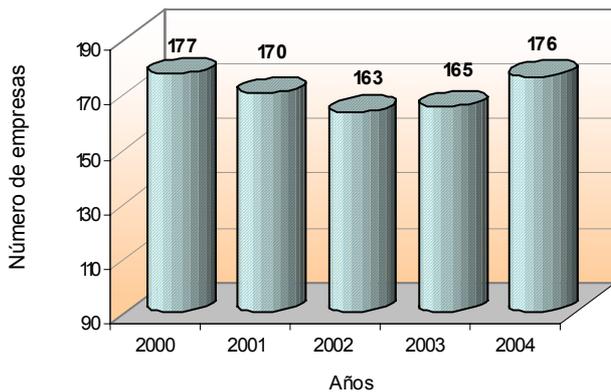
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Se refiere a las empresas con 13 o más personas ocupadas o con ingresos anuales reales iguales o superiores a \$376 millones.

<sup>2</sup> Productividad laboral = Valor agregado / personal ocupado. Valores en millones de pesos.

<sup>3</sup> Productividad total (relación) = Producción bruta / (consumo intermedio + total gastos de personal).

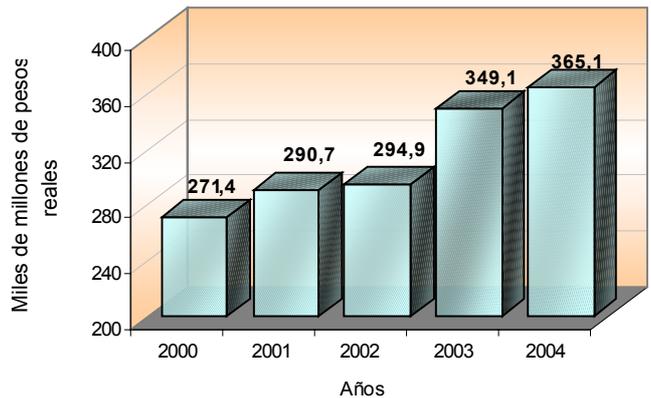
**Número de empresas<sup>1</sup> investigadas en informática y actividades conexas 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Se refiere a las empresas con 13 o más personas ocupadas o con ingresos anuales reales iguales o superiores a \$376 millones.

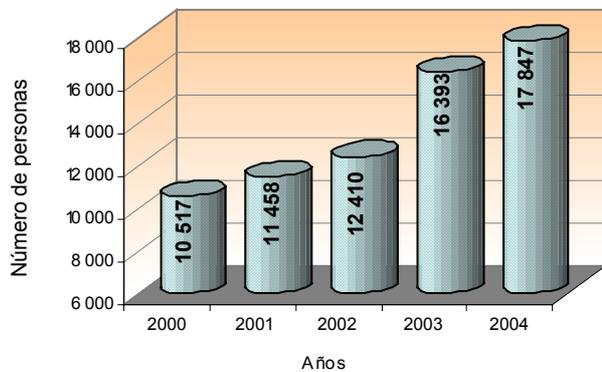
**Producción bruta real<sup>1</sup> en informática y actividades conexas 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

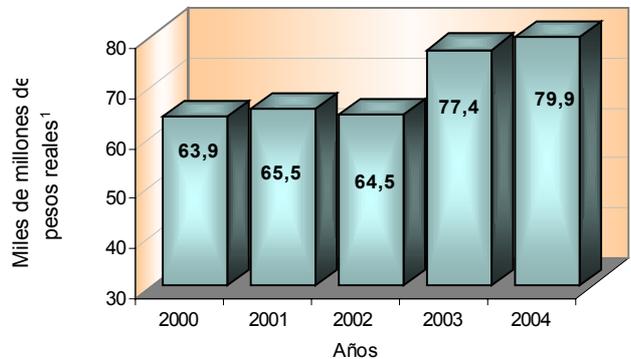
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Personal ocupado en informática y actividades conexas 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

**Sueldos y salarios reales<sup>1</sup> en informática y actividades conexas 2000 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

## Agencias de publicidad

Valores en miles de millones de pesos a precios constantes de 1995

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Número de empresas <sup>1</sup>	198	182	185	180	174	167	180	158
Producción bruta	115,3	98,6	84,2	87,1	90,1	97,2	99,5	104,7
Valor agregado	67,9	56,4	50,1	51,5	53,9	55,4	57,4	60,7
Consumo intermedio	47,4	42,2	34,1	35,6	36,2	41,8	42,2	44,0
Personal ocupado	3 438	3 014	2 712	2 797	2 865	3 021	3 228	3 403
Sueldos y salarios	23,8	22,3	19,5	18,5	17,3	17,1	17,9	18,0
Prestaciones sociales	13,8	12,8	11,1	10,6	10,0	9,9	10,6	10,5
Coefficiente técnico	41,1%	42,8%	40,5%	40,9%	40,2%	43,0%	42,4%	42,0%
Productividad Laboral <sup>2</sup>	19,8	18,7	18,5	18,4	18,8	18,3	17,8	17,8
Productividad Total <sup>3</sup>	1,29	1,21	1,24	1,26	1,33	1,31	1,31	1,34

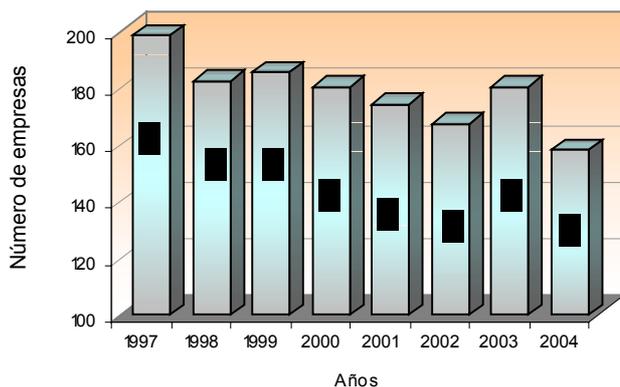
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Se refiere a las empresas con 13 o más personas ocupadas o con ingresos anuales reales iguales o superiores a \$376 millones.

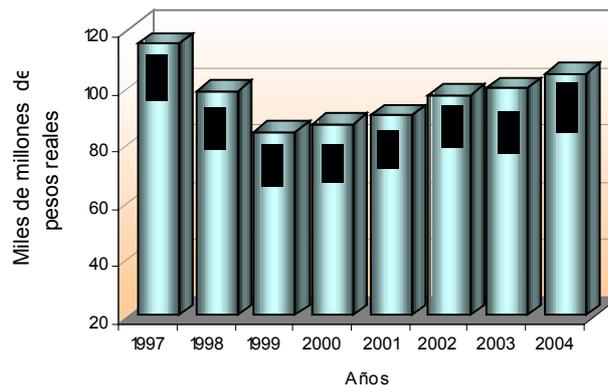
<sup>2</sup> Productividad laboral = Valor agregado / personal ocupado. Valores en millones de pesos.

<sup>3</sup> Productividad total (relación) = Producción bruta / (consumo intermedio + total gastos de personal).

**Número de empresas<sup>1</sup> en publicidad  
1997 - 2004**



**Producción bruta real<sup>1</sup> en empresas en publicidad  
1997 - 2004**



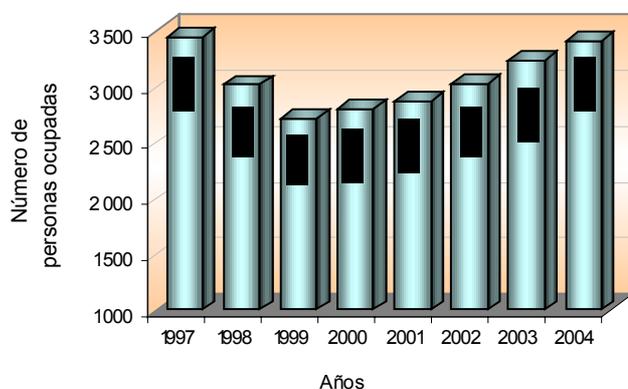
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Se refiere a las empresas con 13 o más personas ocupadas o con ingresos anuales reales iguales o superiores a \$376 millones.

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

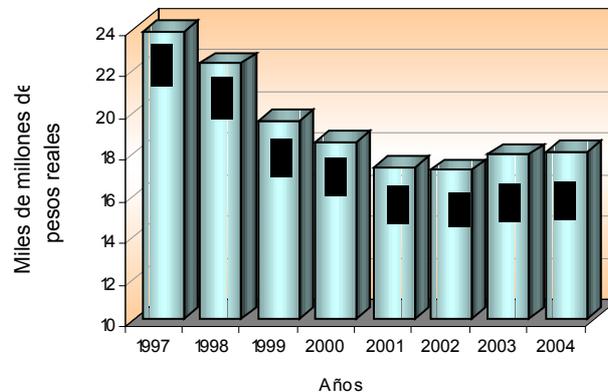
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Personal ocupado en publicidad  
1997 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

**Sueldos y salarios reales<sup>1</sup> en publicidad  
1997 - 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

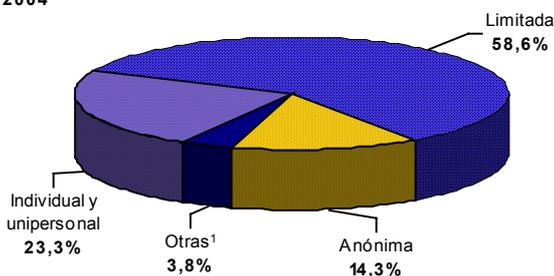
# 1. POSTALES Y CORREO

La Encuesta Anual de Servicios investigó, durante el año 2004, un total de 133 empresas dedicadas principalmente a prestar servicios de recolección, transporte y entrega nacional e internacional de correspondencia y paquetes; el alquiler de buzones postales y los servicios de apartado postal, sin límites de ingresos ni personal ocupado.

Estas empresas, en conjunto, ocuparon en promedio a 15 186 personas, durante el año de referencia; su producción bruta real (a precios constantes de 1995) fue de \$248,2 miles de millones, y generaron valor agregado de \$148,2 miles de millones reales.

**Gráfico 1.1**

**Distribución del número de empresas de servicios postales y correo, por organización jurídica Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

<sup>1</sup> Otras como comandita simple, sociedades colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado.

El 58,6% de las empresas de actividades postales y correo funcionaron jurídicamente como sociedad limitada, el 23,3% como propiedad individual y unipersonal, el 14,3% como sociedad anónima y el restante 3,8% con otros tipos de organización tales como comandita simple, sociedad colectiva y empresas industriales y comerciales del Estado.

Del total de empresas de postales y correo, el 68,4% ocupó para el desarrollo de su actividad menos de 20 personas, y el 49,6% registró niveles de ingresos anuales reales (precios constantes de 1995) inferiores a \$107 millones.

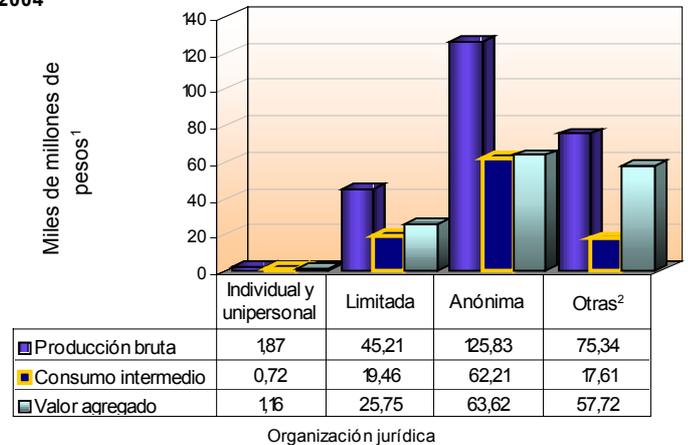
## 1.1 Producción Bruta

La producción bruta de las empresas de postales y correo está constituida por el valor total de los ingresos recibidos por la prestación de los servicios propios de dicha actividad, menos los ingresos por comisiones de giro y los ingresos por télex y telégrafo. En el año 2004, este valor real (pesos a precios constantes de 1995), fue de \$248,2 miles de millones; éste valor incrementó con respecto a 2003, en 7,7%.

En el total de producción bruta, las sociedades anónimas participaron con un 50,7%; otro tipo de organizaciones tales como sociedades en comandita simple, colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado con 30,3%; las sociedades limitadas con el 18,2% y el restante 0,8% correspondió a las empresas unipersonales e individuales.

**Gráfico 1.2**

**Producción bruta, consumo intermedio y valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de servicios postales y correo, según organización jurídica Total nacional 2004**



Organización jurídica

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

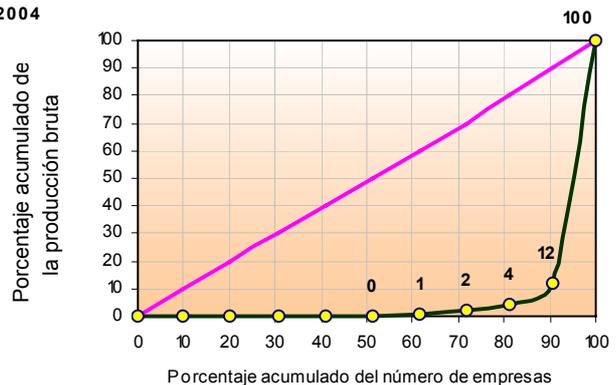
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup> Otras como comandita simple, sociedades colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado.

De otro lado, de acuerdo con el tamaño de las empresas, determinado por el monto anual de sus ingresos reales, aquellas que realizaron ventas reales (a precios constantes de 1995) superiores a 3 471 millones de pesos concentraron el 83,6% del total de la producción bruta del subsector y, según el número de personas ocupadas, las que emplearon más de 349 personas, reunieron el 77,4% de la producción bruta.

**Gráfico 1.3**

**Curva de Lorenz de la producción bruta real<sup>1</sup> de las empresas de postales y correo, Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

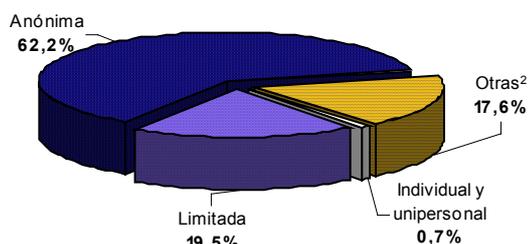
La metodología de la curva de Lorenz se utiliza como medida de concentración. El gráfico 1.3 muestra en una curva de Lorenz la distribución de la producción bruta real entre el número de empresas (como porcentaje acumulado); se puede observar que el 90% de las empresas concentraron sólo el 12% de la producción. Con mayor precisión, el Coeficiente de Gini, señala que durante 2004, el subsector de servicios postales y correo, presentó concentración en la producción del 84,5%.

## 1.2 Consumo Intermedio

Para el desarrollo de su actividad, las empresas de servicios postales y correo demandaron bienes y servicios por valor de 100 miles de millones de pesos reales (precios constantes de 1995), representados en transportes, fletes y acarreos, servicios públicos, arrendamientos, publicidad y propaganda, mantenimiento, honorarios y servicios técnicos, papelería y otros gastos propios de la actividad. El consumo intermedio incrementó, en términos reales, 4,7% con respecto al año 2003.

Gráfico 1.4

**Distribución del valor real<sup>1</sup> del consumo intermedio en las empresas de servicios postales y correo, por organización jurídica**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup> Otras como comandita simple, colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado.

El gráfico 1.4, muestra la distribución del consumo intermedio en las empresas de servicios postales y de correo por organización jurídica. Las sociedades anónimas, en el año 2004, participaron con el 62,2% del consumo intermedio, mientras que las sociedades limitadas lo hicieron con el 19,5%.

**Cuadro 1.1**  
**Variables principales y coeficiente técnico en actividades de postales y correo, según escala de ingresos**

Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Escala de ingresos	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>248 245</b>	<b>99 997</b>	<b>148 248</b>	<b>40,3%</b>
Menor de 107	2 255	871	1 385	38,6%
De 107 a 240	3 406	1 416	1 991	41,6%
De 241 a 534	5 438	3 000	2 438	55,2%
De 535 a 1 068	4 748	2 305	2 443	48,6%
De 1 069 a 1 869	12 034	5 717	6 316	47,5%
De 1 870 a 3 471	12 718	3 499	9 219	27,5%
Mayor de 3 471	207 647	83 190	124 457	40,1%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

El coeficiente técnico de los servicios postales y correo, entendiéndose éste como la relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta, fue de 40,3%. Este indicador muestra que, por cada peso obtenido por producción bruta en servicios postales y de correo, fue necesario invertir \$0,4 en diferentes bienes y servicios de otros sectores de la economía. Dicha proporción decreció con respecto al año 2003, cuando se ubicó en 41,5%.

**Cuadro 1.2**  
**Variables principales y coeficiente técnico en actividades postales y correo, según escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Escala de personal	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>248 245</b>	<b>99 997</b>	<b>148 248</b>	<b>40,3%</b>
Menos de 20	8 443	4 198	4 245	49,7%
De 20 a 99	16 596	7 316	9 280	44,1%
De 100 a 199	9 487	3 838	5 648	40,5%
De 200 a 349	21 551	9 199	12 352	42,7%
De 350 y más	192 168	75 446	116 722	39,3%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

La mayor proporción de consumo intermedio por unidad monetaria producida, se presentó entre aquellas empresas cuyo ingreso anual se ubicó entre \$241 y \$534 millones reales (55,2%), en las empresas que ocuparon menos de 20 personas (49,7%) y en aquellas organizadas jurídicamente como sociedades anónimas (49,4%). Ver cuadros 1.1, 1.2 y 1.3.

**Cuadro 1.3**  
**Variables principales y coeficiente técnico en actividades de postales y correo, según organización jurídica**  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Organización jurídica	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>248 245</b>	<b>99 997</b>	<b>148 248</b>	<b>40,3%</b>
Individual	1 872	716	1 156	38,3%
Limitada	45 208	19 456	25 752	43,0%
Anónima	125 829	62 214	63 615	49,4%
Otras	75 336	17 611	57 725	23,4%

Fuente: DANE Encuesta Anual de Servicios

<sup>1</sup> Otras como comandita simple, colectivas y empresas industriales y comerciales del Estado

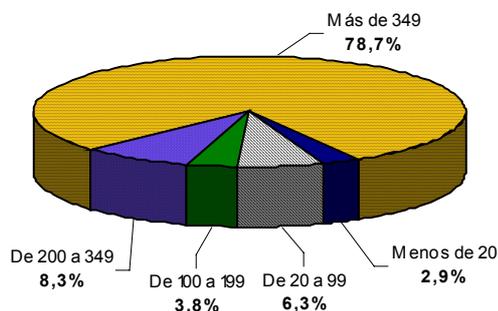
## 1.3 Valor agregado

El valor agregado total generado por las empresas de actividades postales y de correo, durante el año 2004, fue de 148,2 miles de millones de pesos, a precios constantes de 1995. Con respecto al año 2003, el valor agregado generado por la actividad incrementó en 9,9%.

Las empresas con ingresos superiores a 3 471 millones de pesos reales (precios constantes de 1995), generaron el 84% del valor agregado de la actividad, mientras que, según la escala de personal ocupado, el 78,7% de éste, se realizó en las empresas que emplearon más de 349 personas; por su parte, aquellas empresas organizadas jurídicamente como sociedades anónimas participaron con el 42,9% del valor agregado total de servicios postales y de correo.

**Gráfico 1.5**

Distribución del valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de postales y correo, por escala de personal ocupado  
Total nacional  
2004

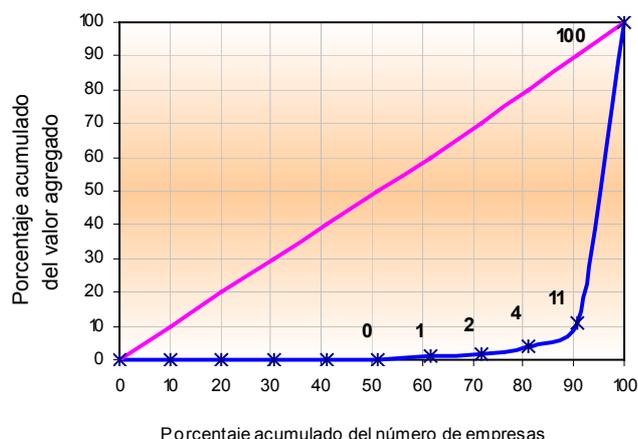


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Bajo la metodología de la Curva de Lorenz, se logró establecer que el 90% de las empresas genera sólo el 11% del valor agregado de la actividad (gráfico 1.6). De forma más precisa, el Coeficiente de Giini señala que el grado exacto de concentración del valor agregado, en servicios postales y de correo es del 84,1%.

**Gráfico 1.6**

Curva de Lorenz del valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de postales y correo,  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Cuadro 1.4**

Productividad total y laboral de las empresas de actividades postales y correo, según escala de ingresos  
Total nacional  
2004

Escala de ingresos	Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995						
	Producción bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Total gastos de personal (C)	Valor agregado (D)	Total personal ocupado (E)	Productividad	
						Total (F) F=A/(B+C)	Laboral (G) (G = D/E)
<b>Total</b>	<b>248 245</b>	<b>99 997</b>	<b>85 845</b>	<b>148 248</b>	<b>15 186</b>	<b>1,34</b>	<b>9,8</b>
Menor de 107	2 255	871	627	1 385	284	1,51	4,9
De 107 a 240	3 406	1 416	839	1 991	241	1,51	8,3
De 241 a 534	5 438	3 000	1 225	2 438	352	1,29	6,9
De 535 a 1 068	4 748	2 305	1 095	2 443	384	1,40	6,4
De 1 069 a 1 869	12 034	5 717	3 205	6 316	984	1,35	6,4
De 1 870 a 3 471	12 718	3 499	4 019	9 219	1 519	1,69	6,1
Mayor de 3 471	207 647	83 190	74 836	124 457	11 422	1,31	10,9

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

## 1.4 Productividad

La productividad total de las empresas de actividades postales y correo, entendida ésta como la relación entre la producción y el consumo intermedio más los gastos del personal ocupado, fue en el año 2004, de 1,34.

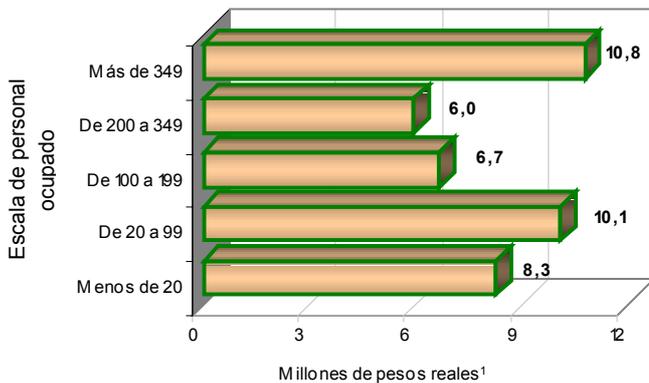
Esta medida de desempeño económico indica, que la combinación de varios factores de producción permitió, que por cada peso invertido, se recuperaran 0,34 pesos adicionales; con respecto al año 2003, este indicador aumentó. En 2003, éste indicador se ubicó en 1,28.

Las empresas que presentaron la mayor productividad en el año 2004, fueron aquellas cuyos ingresos anuales estuvieron entre \$1 870 y \$3 471 millones reales (precios constantes de 1995) (1,69), las que ocuparon entre 20 y 99 personas (1,61), y las que estuvieron organizadas jurídicamente como empresas de propiedad individual (1,52).

De otro lado, los más bajos niveles de productividad total se dieron en las empresas con otro tipo de organización jurídica como comandita simple, sociedad colectiva y empresas industriales y comerciales del Estado (1,26), en aquellas con ingresos entre \$241 y \$534 millones (1,29) y en las que ocuparon más de 349 personas (1,30).

Por su parte, la productividad laboral, medida como la relación entre el valor agregado y el personal ocupado total en la actividad, fue de 9,8 millones de pesos reales (precios constantes de 1995) por persona ocupada. Este valor fue superior al registrado en el año 2003 (\$9,1 millones por persona).

**Gráfico 1.8**  
Productividad laboral real<sup>1</sup> por persona ocupada en postales y correo, según escala de personal  
Total nacional  
2004



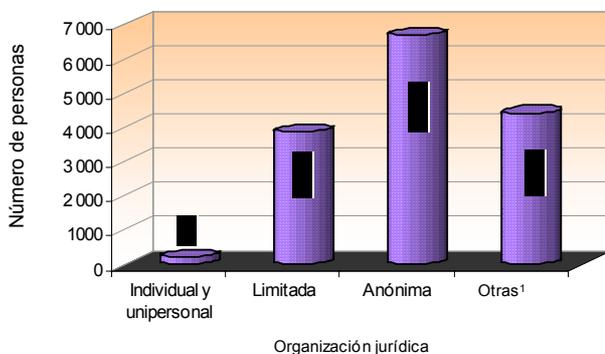
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Los niveles más altos de productividad laboral se presentaron en las empresas bajo otro tipo de organización jurídica como comandita simple, sociedad colectiva y empresas industriales y comerciales del Estado (\$13,1 millones por persona).

Así mismo, según los ingresos percibidos durante el año, aquellas con ingresos superiores a \$3 471 millones de pesos, registraron una productividad laboral de \$10,9 millones por persona), mientras que en las empresas de servicios postales y correo de más de 349 personas, la productividad laboral se ubicó en \$10,8 millones por persona.

## 1.5 Empleo y remuneraciones

**Gráfico 1.9**  
Personal ocupado en las empresas de postales y correo, por organización jurídica  
Total nacional  
2004

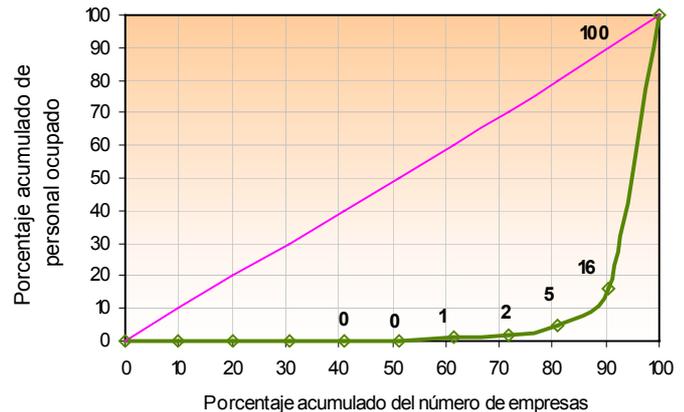


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Otras como comandita simple, colectivas y empresas industriales y Comerciales del Estado.

El subsector de servicios postales y de correo durante el año 2004, ocupó para el desarrollo de su actividad 15 186 personas, cifra superior a la del 2003 en 2,5%.

Según la curva de Lorenz, el 90% de las empresas emplean sólo un 16% del personal total ocupado en la actividad (gráfico 1.10). El coeficiente de Giini, muestra que la proporción exacta de concentración, es del 83,7%.

**Gráfico 1.10**  
Curva de Lorenz del personal ocupado de las empresas de postales y correo,  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

Del total de personas ocupadas, 15 105 devengaron por sus labores una remuneración total real (sueldos, salarios y prestaciones sociales) de \$58,2 miles de millones. El personal ocupado restante (81) correspondió a propietarios, socios y familiares no remunerados.

Las mayores concentraciones de remuneración al personal se dieron en las empresas con ingresos reales anuales superiores a \$3 471 millones (83,6%), en las que tienen más de 349 personas ocupadas (79,1%) y en aquellas organizadas como sociedad anónima (44,3%)

**Cuadro 1.5**  
Costo laboral real<sup>1</sup> promedio en las empresas de actividades postales y correo, según escala de ingresos  
Total nacional  
2004

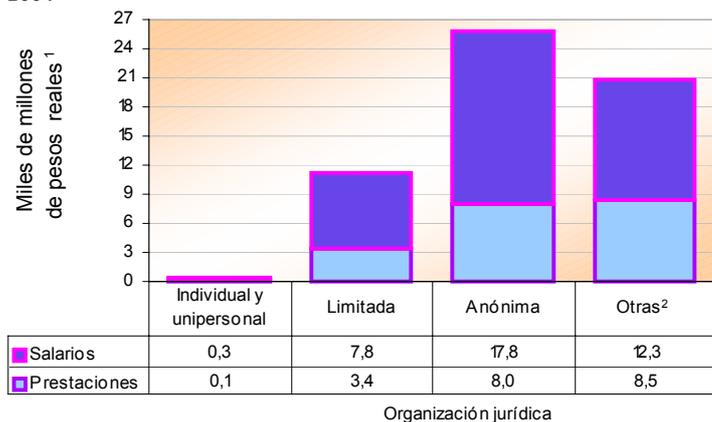
Escala de ingresos	Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995		
	Salarios y prestaciones	Personal remunerado	Costo Laboral (C)
	(A)	(B)	(C=A/B)
<b>Total</b>	<b>58 209</b>	<b>15 105</b>	<b>3,9</b>
Menor de 107	565	234	2,4
De 107 a 240	664	232	2,9
De 241 a 534	1 030	345	3,0
De 535 a 1 068	985	379	2,6
De 1 069 a 1 869	2 989	981	3,0
De 1 870 a 3 471	3 313	1 517	2,2
Mayor de 3 471	48 663	11 417	4,3

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995

De acuerdo al cuadro 1.5, el costo laboral real promedio por persona ocupada, para estas empresas en el año 2004, fue de 3,9 millones de pesos por persona; los costos laborales más altos se presentaron en las empresas organizadas bajo otros tipos de organización jurídica como sociedades en comandita simple, colectivas y empresas comerciales del Estado (\$4,7 millones por persona remunerada).

**Gráfico 1.11**

**Composición de la remuneración real<sup>1</sup>, según organización jurídica**  
Total nacional  
2004

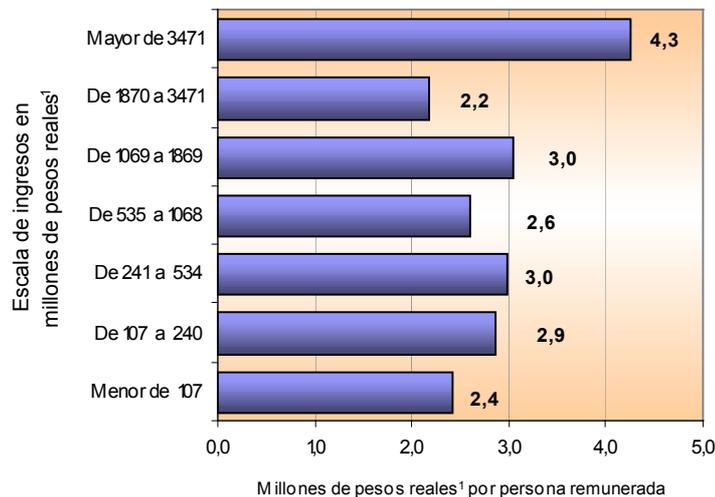


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Así mismo, los más altos costos laborales se presentaron en aquellas empresas cuyo ingreso real anual superó los 3 471 millones de pesos (\$4,3 millones de pesos por persona) y en las que ocuparon más de 349 personas (\$4,2 millones de pesos reales por persona).

**Gráfico 1.12**  
**Costo laboral promedio en empresas de servicios postales y correo, según escala de ingresos**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

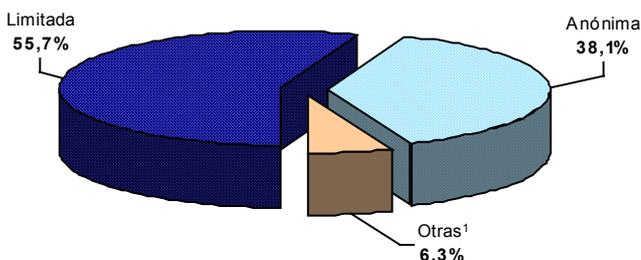
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

## 2. INFORMÁTICA Y ACTIVIDADES CONEXAS

La encuesta anual de servicios en el subsector de empresas de informática y actividades conexas investigó durante el año 2004 un total de 176 empresas dedicadas principalmente a consultoría en equipos y programas de informática, desarrollo de programas de informática, procesamiento de datos, actividades relacionadas con base de datos y otras actividades de informática, cuyos ingresos fueron de \$988 millones nominales anuales ó que ocuparon 13 o más personas.

**Gráfico 2.1**

**Distribución del número de empresas de informática y conexas, por organización jurídica**  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

Estas empresas en conjunto, ocuparon en promedio durante el año 2004, 17 847 personas, su producción bruta real (a precios constantes de 1995) fue de \$365,1 miles de millones, y generaron un valor agregado real de \$233,2 miles de millones.

El 55,7% de las empresas de informática y actividades conexas funcionaron jurídicamente como sociedad limitada, el 38,1% como sociedad anónima y el restante 6,3% como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

Del total de empresas de informática investigadas, 15,3% ocuparon para el desarrollo de su actividad menos de 13 personas y el 34,1% registró niveles de ingresos anuales inferiores a \$376 millones de pesos reales (precios constantes de 1995).

### 2.1 Producción bruta

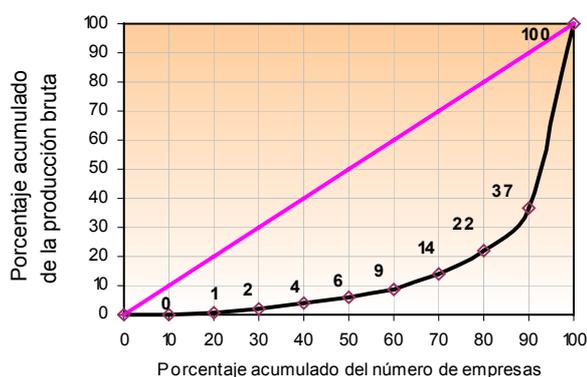
La producción bruta de las empresas de informática y actividades conexas, está constituida por el valor total de los ingresos recibidos (sin IVA) por la prestación de los servicios propios de dicha actividad, menos el costo de la mercancía vendida (también sin IVA). En el 2004, este valor (a precios constantes de 1995) fue de \$365,1 miles de millones, superior en 4,6% al valor registrado en 2003.

El 50,6% de la producción se realizó en las sociedades anónimas, mientras que las sociedades limitadas participaron con el 30,8% del total de la producción. El restante 18,6% se produjo en aquellas empresas con otras formas de organización jurídica como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

De acuerdo con la metodología de la curva de Lorenz, el 90% de las empresas concentraron el 37% de la producción bruta total (gráfico 2.2). Así mismo, el coeficiente de Giini muestra que la proporción exacta de concentración es de 68,8%.

**Gráfico 2.2**

**Curva de Lorenz de la producción bruta real<sup>1</sup> de las empresas de informática y conexas, por empresas Total nacional 2004**

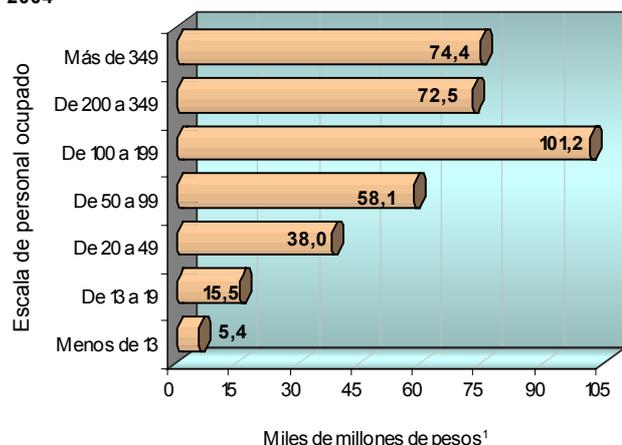


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Los mayores aportes a la producción bruta total se dieron en las empresas con ingresos reales (precios constantes de 1995) superiores a 10 020 millones de pesos (46,2%) y en aquellas que emplearon entre 100 y 199 personas (27,7%).

**Gráfico 2.3**

**Producción bruta real<sup>1</sup> en informática y conexas, según escala de personal ocupado Total nacional 2004**



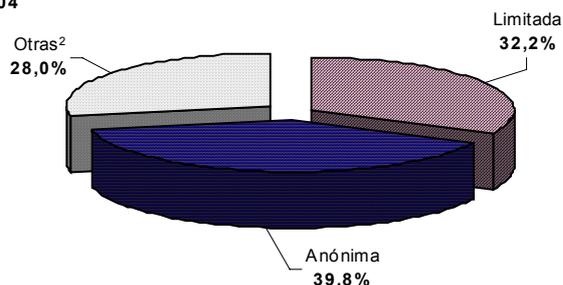
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

## 2.2 Consumo intermedio

Para el desarrollo de su actividad, las empresas de informática y actividades conexas demandaron bienes y servicios por valor de 131,9 miles de millones de pesos reales (precios constantes de 1995), representados en honorarios y servicios técnicos, gastos de viajes, gastos por trabajos de servicios informáticos, comunicaciones, publicidad, arrendamientos, papelería, mantenimiento, servicios públicos y otros gastos propios de la actividad. El consumo intermedio aumentó en 6,4% con respecto al año 2003.

**Gráfico 2.4**

**Consumo intermedio real<sup>1</sup> de las empresas informáticas y conexas, por organización jurídica Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

El coeficiente técnico de los servicios de informática y actividades conexas, entendiéndose éste como la relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta, en el año 2004, fue de 36,1%; esto quiere decir, que por cada peso producido fueron necesarios 0,36 pesos de bienes y servicios provenientes de otros sectores de la economía. El coeficiente técnico con respecto al año 2003 aumentó, dado que en dicho año fue de 35,5%.

**Cuadro 2.1**

**Variables principales y coeficiente técnico en informática y actividades conexas, según escala del personal ocupado Total nacional 2004**

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Escala de personal	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>365 066</b>	<b>131 853</b>	<b>233 214</b>	<b>36,1%</b>
Menos de 13	5 418	3 208	2 210	59,2%
De 13 a 19	15 457	5 743	9 714	37,2%
De 20 a 49	38 004	13 450	24 554	35,4%
De 50 a 99	58 090	30 086	28 004	51,8%
De 100 a 199	101 202	36 790	64 412	36,4%
De 200 a 349	72 457	21 411	51 045	29,6%
De 350 y más	74 439	21 164	53 275	28,4%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

Los mayores coeficientes se presentaron en las empresas que ocuparon menos de 13 personas (59,2%), en las empresas agrupadas bajo otro tipo de organización jurídica como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras (54,5%) y, en aquellas que obtuvieron ingresos anuales reales superiores a 10 020 millones de pesos constantes (41,6%); (cuadros 2.1 y 2.2).

**Cuadro 2.2**  
Variables principales y coeficiente técnico en informática y actividades conexas, según organización jurídica  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Organización jurídica	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>365 066</b>	<b>131 853</b>	<b>233 214</b>	<b>36,1%</b>
Limitada	112 333	42 432	69 901	37,8%
Anónima	184 837	52 440	132 396	28,4%
Otras	67 897	36 980	30 916	54,5%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

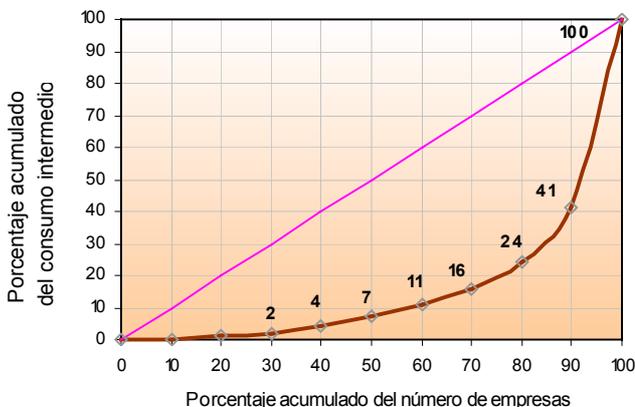
<sup>1</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

## 2.3 Valor agregado

El valor agregado total (a precios constantes de 1995) de las empresas de informática y actividades conexas durante el año 2004, fue de \$233,2 miles de millones. Éste valor fue superior al que se presentó en 2003, en 3,6%.

Al analizar el valor agregado total de las empresas de informática y conexas, mediante la metodología de la curva de Lorenz se puede ver que el 90% de las empresas generan el 41% del total de éste valor, (gráfico 2.5). El coeficiente de Giini para el valor agregado de la actividad muestra que la concentración es del 68,2%.

**Gráfico 2.5**  
Curva de Lorenz del valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de informática y conexas, por empresas  
Total nacional  
2004

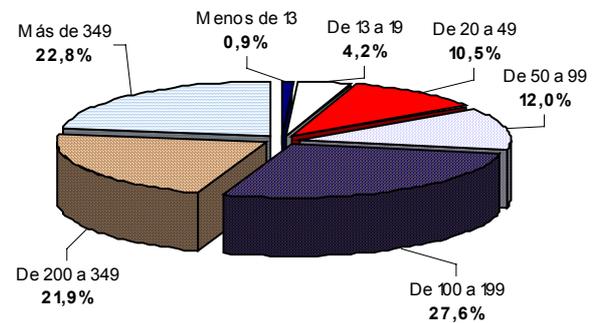


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Gráfico 2.6**

Distribución del valor agregado real<sup>1</sup> de empresas de informática y conexas, por escala de personal ocupado  
Total nacional  
2004



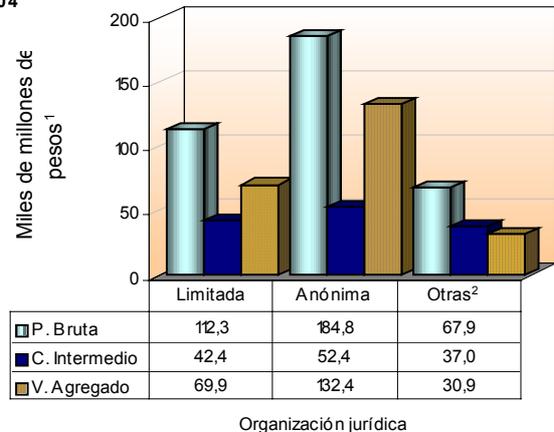
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Las sociedades anónimas aportaron el 56,8% del valor agregado total de la actividad, mientras que las empresas con ingresos reales superiores a \$10 020 millones, concentraron el 42,3% del mismo; así mismo, se destacan por su aporte, las empresas que ocuparon entre 200 y 349 personas (27,6%).

**Gráfico 2.7**

Producción bruta, consumo intermedio y valor agregado real<sup>1</sup> de las empresas de informática y conexas, por organización jurídica  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

## 2.4 Productividad

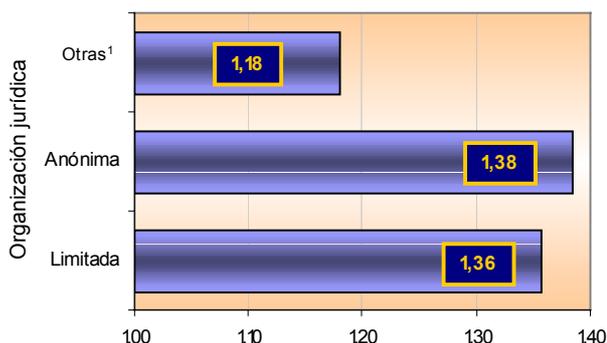
La productividad total de las empresas de informática y actividades conexas, entendida ésta como la relación entre la producción y el consumo intermedio más los gastos del personal ocupado, en el 2004, fue de 1,33. Es decir, que dada la combinación de factores productivos, se obtuvieron 0,33 pesos adicionales por cada peso invertido. En el año 2003, este indicador fue de 1,33.

Las empresas que presentaron la mayor productividad en el año fueron las que obtuvieron ingresos anuales reales (a

precios constantes de 1995) entre \$1 253 y \$2 504 millones (1,52) (cuadro 2.3); las que ocuparon entre 100 y 199 personas (1,43) y las sociedades anónimas (1,38). El más bajo nivel de productividad se tuvo en las empresas que emplearon entre 50 y 99 personas (1,16).

Por su parte, la productividad laboral real, medida como la relación entre el valor agregado y el total de personal ocupado, fue de \$13,1 millones por persona. Esta medida de eficiencia laboral para el año 2003, fue de 13,7 millones de pesos por persona ocupada.

**Gráfico 2.8**  
Productividad total en empresas de informática y conexas, según organización jurídica  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

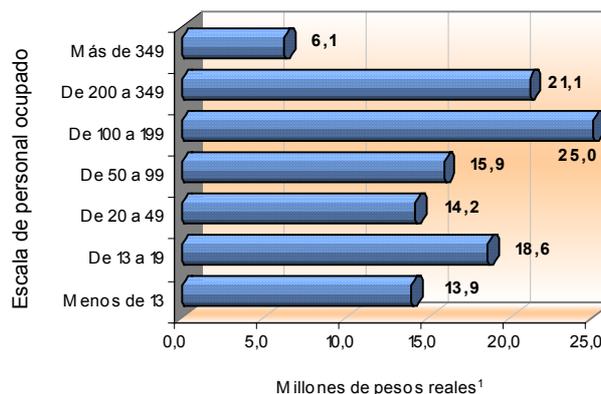
<sup>1</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

Los niveles más altos de productividad laboral se presentaron en las empresas bajo otros tipos de organización jurídica, como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras (\$41,5 millones por persona), y en aquellas que emplearon entre 100 y 199 personas (\$25 millones por persona).

Así mismo, se destaca la productividad laboral de las empresas con ingresos anuales reales (a precios constantes de 1995), superiores a \$10 020 millones (\$14,7 millones por persona) (cuadro 2.3).

**Gráfico 2.9**

Productividad laboral real<sup>1</sup> por persona ocupada en informática y conexas, según escala de personal ocupado  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Los altos valores en la productividad laboral están explicados, en parte, por la aplicación y asesoramiento en tecnologías de informática modernas. De otro lado, se pudo establecer que la más baja productividad laboral se presentó en las empresas con ingresos anuales inferiores a 376 millones de pesos reales (precios constantes de 1995), donde sólo se logró \$6 millones por persona ocupada.

## 2.5 Empleo y remuneraciones

En el año 2004, el personal ocupado por las empresas de informática y actividades conexas fue de 17 847 personas. Con relación al año 2003, el personal ocupado en las empresas de servicios de informática y conexas, incrementó en 8,9%.

El 71,8% del empleo total se generó en las empresas que funcionaron como sociedades anónimas y el 24% en las sociedades limitadas; el restante 4,2% se empleó en las empresas bajo otros tipos de organización jurídica, como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

**Cuadro 2.3**  
Productividad total y productividad laboral de las empresas de informática y actividades conexas, según escala de ingresos  
Total nacional  
2004

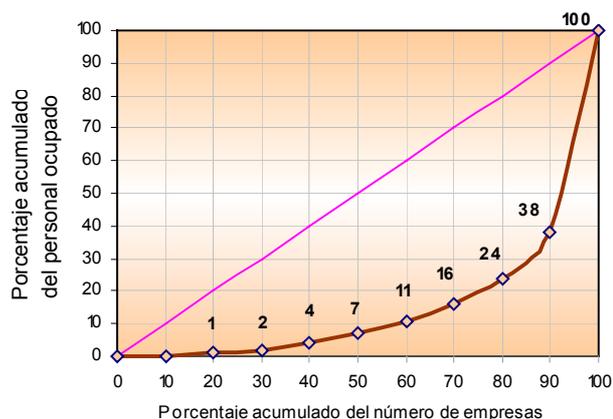
Escala de ingresos	Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995						
	Producción bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Total gastos de personal (C)	Valor agregado (D)	Total personal ocupado (E)	Productividad	
						Total (F) F=A/(B+C)	Laboral (G) G = D/E
<b>Total</b>	<b>365 066</b>	<b>131 853</b>	<b>141 943</b>	<b>233 214</b>	<b>17 847</b>	<b>1,33</b>	<b>13,1</b>
Menor de 376	10 758	3 853	4 701	6 906	1 150	1,26	6,0
De 376 a 751	18 656	6 504	7 393	12 152	995	1,34	12,2
De 752 a 1 252	27 497	8 759	12 154	18 738	1 605	1,31	11,7
De 1 253 a 2 504	30 911	7 448	12 843	23 463	1 612	1,52	14,6
De 2 505 a 4 007	44 113	15 026	19 673	29 087	2 214	1,27	13,1
De 4 008 a 10 020	64 469	20 149	30 871	44 320	3 577	1,26	12,4
Mayor de 10 020	168 662	70 114	54 308	98 548	6 694	1,36	14,7

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios

De acuerdo con el tamaño de las empresas, clasificadas por el número de personas ocupadas, aquellas con más de 349 personas ocupadas, generaron el 48,7% del empleo del subsector, mientras que aquellas con ingresos anuales superiores a \$10 020 millones reales participaron en la ocupación con el 37,5%.

Según el Coeficiente de Giini, el empleo de ésta actividad, se encuentra concentrado en un 59,4%. Bajo la metodología de la curva de Lorenz se logró establecer que el 90% del total de las empresas genera el 38% del empleo total de la actividad (gráfico 2.10).

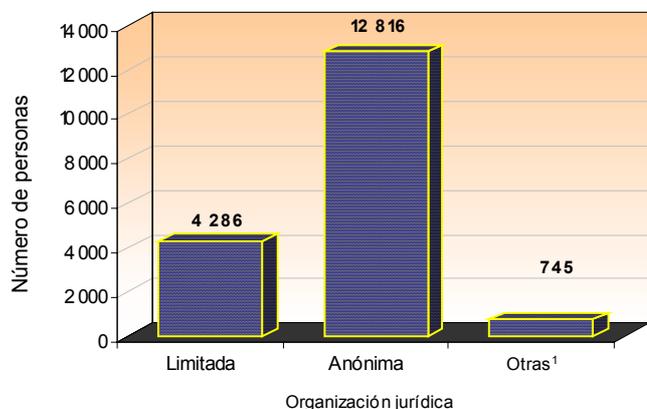
**Gráfico 2.10**  
Curva de Lorenz del personal ocupado de las empresas de informática y conexas, por empresas  
Total nacional  
2003



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

De las 17 847 personas ocupadas durante el año, 17 804 devengaron por sus labores una remuneración real (a precios de 1995) total (sueldos, salarios y prestaciones sociales) de \$123,6 miles de millones. El personal ocupado restante (43 personas), corresponde a propietarios, socios y familiares no remunerados.

**Gráfico 2.11**  
Total del personal ocupado en las empresas de informática y conexas, por organización jurídica  
Total nacional  
2004

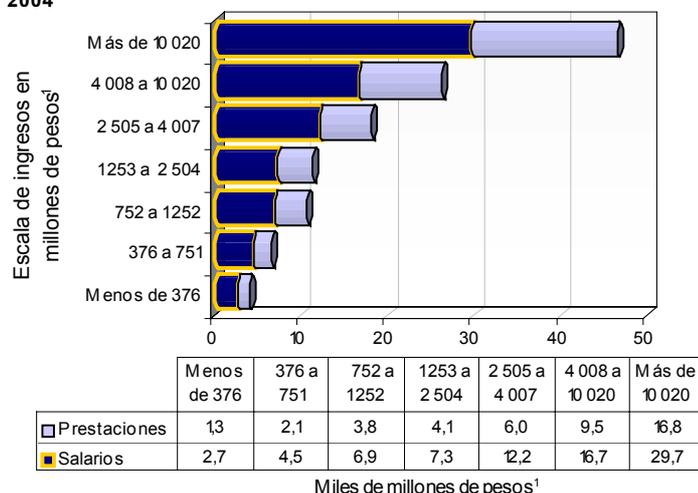


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Otras como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras.

La remuneración al personal se concentró en las empresas organizadas como sociedades anónimas (59,4%), en aquellas con ingresos superiores a 10 020 millones de pesos (37,7%) y en aquellas que ocuparon más de 349 personas (27,9%).

**Gráfico 2.12**  
Salarios y prestaciones reales<sup>1</sup> en las empresas de informática y conexas, por escala de ingresos  
Total nacional  
2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

El costo laboral real (precios constantes de 1995), promedio por persona ocupada en las empresas de informática y actividades conexas durante 2004, fue de \$6,9 millones.

Los más altos costos laborales se presentaron en las empresas bajo otros tipos de organización jurídica, como propiedad individual, unipersonal, en comandita simple y sucursales extranjeras (\$20,4 millones por persona), en las que ocuparon entre 100 y 199 personas para el desarrollo de su actividad (\$11,3 millones por persona) y en las empresas cuyos ingresos reales anuales estuvieron entre \$2 505 y \$4 007 millones (\$8,2 millones por persona). El cuadro 2.4, muestra ésta información por escala de ingresos.

**Cuadro 2.4**  
Costo laboral real<sup>1</sup> promedio en las empresas de informática y actividades conexas, según escala de ingresos  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Escala de ingresos	Salarios y prestaciones (A)	Personal remunerado (B)	Costo Laboral (C) (C=A/B)
<b>Total</b>	<b>123 616</b>	<b>17 804</b>	<b>6,9</b>
Menor de 376	4 013	1 133	3,5
De 376 a 751	6 563	977	6,7
De 752 a 1 252	10 692	1 599	6,7
De 1 253 a 2 504	11 341	1 612	7,0
De 2 505 a 4 007	18 182	2 212	8,2
De 4 008 a 10 020	26 248	3 577	7,3
Mayor de 10 020	46 577	6 694	7,0

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

### 3. AGENCIAS DE PUBLICIDAD

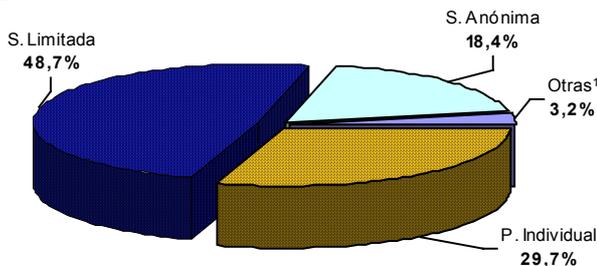
La Encuesta Anual de Servicios investigó durante el año 2004, un total de 158 empresas dedicadas principalmente a la creación y colocación de anuncios para sus clientes en medios de difusión, conocidas comúnmente como agencias de publicidad, sin límites de ingresos ni de personal.

Estas empresas en conjunto, ocuparon, en promedio durante el año, 3 403 personas, lograron una producción bruta real (pesos a precios constantes de 1995) por valor de \$104,7 miles de millones, y generaron un valor agregado real de \$60,7 miles de millones.

De acuerdo con la organización jurídica, el 48,7% de las empresas de publicidad funcionaron como sociedad limitada, el 29,7% como propiedad individual y unipersonal, el 18,4% como sociedad anónima y el restante 3,2% bajo otros tipos de organización jurídica como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

**Gráfico 3.1**

**Distribución del número de agencias de publicidad, por organización jurídica Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Otras como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

Del total de agencias de publicidad investigadas, el 63,3% ocupó para el desarrollo de su actividad menos de 10 personas y, el 53,2%, registró niveles de ingresos anuales inferiores a 140 millones de pesos reales (precios constantes de 1995).

#### 3.1 Producción bruta

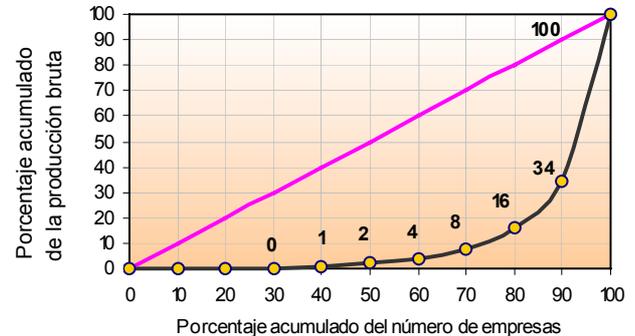
La producción bruta de las agencias de publicidad, está constituida por el valor total de los ingresos recibidos por la prestación de los servicios propios de dicha actividad. En el año 2004, este valor (a precios constantes de 1995) fue de \$104,7 miles de millones, superior a la que se registró en el año 2003 en 5,2%.

En el total de la producción bruta, las sociedades anónimas participaron con 60,2%, en tanto que las sociedades limitadas participaron con el 36,9%.

De acuerdo al tamaño de las empresas, determinado por el monto anual de sus ingresos, aquellas que realizaron ventas reales superiores a \$2 441 millones, concentraron el 60,6% del total de la producción bruta del subsector, mientras que según la escala de personal, aquellas con más de 89 personas ocupadas, representaron el 43,5%.

**Gráfico 3.2**

**Curva de Lorenz de la producción bruta real<sup>1</sup> de las agencias de publicidad, por empresas Total nacional 2004**



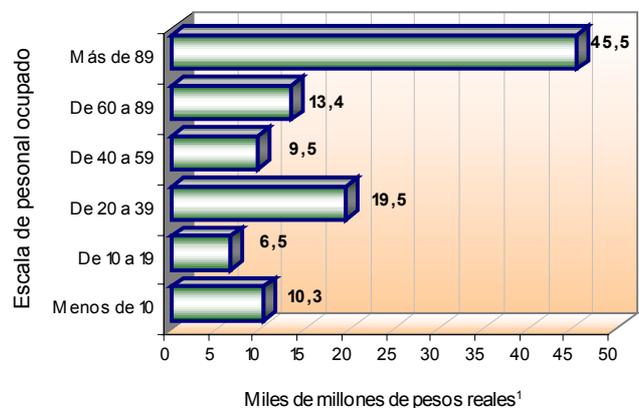
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

Bajo la metodología de la curva de Lorenz, pudo establecerse que el 90% de las empresas generaron el 34% de la producción bruta del sector (gráfico 3.2). De otro lado, el coeficiente de Giini muestra que la producción en publicidad tiene un grado de concentración del 75,5%.

**Gráfico 3.3**

**Valor de la producción bruta real<sup>1</sup> en agencias de publicidad, según escala de personal ocupado Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

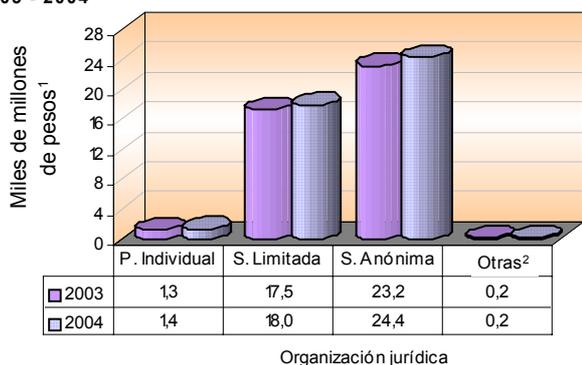
<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

#### 3.2 Consumo intermedio

Para el desarrollo de su actividad, las agencias de publicidad demandaron bienes y servicios por valor (a precios constantes 1995) de \$44 miles de millones, representados en insumos, trabajos realizados por terceros, honorarios y servicios técnicos, arrendamientos, seguros, servicios públicos, publicidad, gastos de representación, papelería y otros gastos propios de la actividad. Con respecto al año 2003, el consumo intermedio en las agencias de publicidad incrementó 4,4%, en términos reales.

**Gráfico 3.4**

**Consumo intermedio real<sup>1</sup> de las agencias de publicidad, por organización jurídica**  
Total nacional  
2003 - 2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup>Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup>Otras como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

El coeficiente técnico real de los servicios publicitarios, entendiéndose éste como la relación porcentual entre el consumo intermedio y la producción bruta, fue en el año 2004, de 42%. Este valor se refiere a lo invertido en bienes y servicios de otros sectores de la economía necesarios para el proceso productivo. Éste indicador en 2003, fue de 42,4%.

**Cuadro 3.1**

**Variables principales y coeficiente técnico real en actividades de publicidad, según escala del personal ocupado**  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Escala de personal	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>104 667</b>	<b>43 994</b>	<b>60 672</b>	<b>42,0%</b>
Menos de 10	10 308	6 509	3 799	63,1%
De 10 a 19	6 456	3 753	2 704	58,1%
De 20 a 39	19 547	8 693	10 854	44,5%
De 40 a 59	9 503	3 950	5 553	41,6%
De 60 a 89	13 365	5 651	7 714	42,3%
Más de 89	45 487	15 438	30 048	33,9%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

**Cuadro 3.2**

**Variables principales y coeficiente técnico real en actividades de publicidad, según organización jurídica**  
Total nacional  
2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995

Organización jurídica	Producción Bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Valor agregado (C)	Coeficiente técnico(D) D=100x(B/A)
<b>Total</b>	<b>104 667</b>	<b>43 994</b>	<b>60 672</b>	<b>42,0%</b>
P. individual	2 501	1 410	1 091	56,4%
S. limitada	38 649	18 019	20 630	46,6%
S. anónima	62 977	24 354	38 623	38,7%
Otras	540	212	328	39,2%

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup>Otras como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

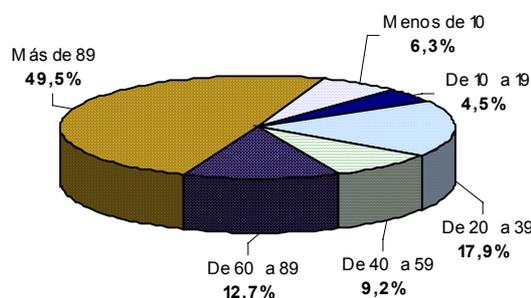
Los mayores coeficientes se presentaron en las empresas con menos de 10 personas ocupadas (63,1%), en aquellas de propiedad individual y unipersonal (56,4%) y en las empresas que obtuvieron ingresos reales anuales inferiores a \$140 millones (55,7%) (cuadros 3.1 y 3.2).

### 3.3 Valor agregado

El valor agregado total (a precios constantes de 1995) de las actividades de publicidad durante el año 2004, fue de \$60,7 miles de millones, de los cuales las sociedades anónimas aportaron el 63,7% y las sociedades limitadas el 34%. Con respecto al año 2003, el valor agregado generado por la actividad incrementó en 5,8%.

**Gráfico 3.5**

**Distribución del valor agregado real<sup>1</sup> de las agencias de publicidad, por escala de personal ocupado**  
Total nacional  
2004



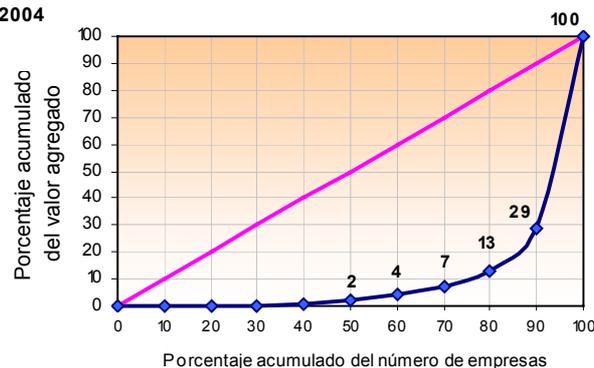
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup>Valores a precios constantes de 1995.

Las empresas con ingresos reales superiores a \$2 441 millones, concentraron el 65,7% del valor agregado generado por la actividad, mientras que aquellas que ocuparon más de 89 personas, aportaron el 49,5% del valor agregado.

**Gráfico 3.6**

**Curva de Lorenz del valor agregado real<sup>1</sup> de las agencias de publicidad, por empresas**  
Total nacional  
2004



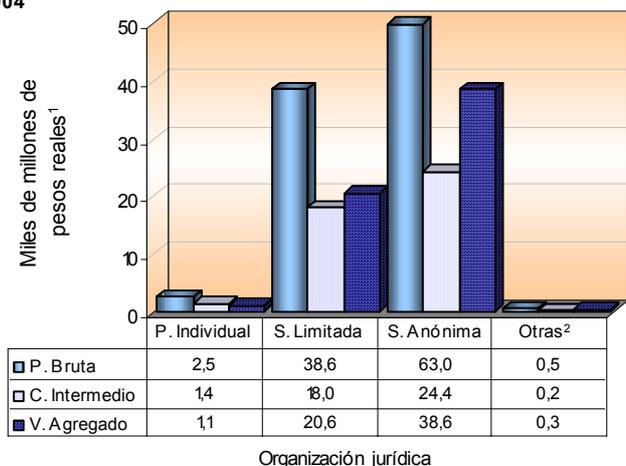
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup>Valores a precios constantes de 1995.

Al utilizar la metodología de la curva de Lorenz, se pudo establecer que el 90% de las agencias de publicidad generaron el 29% del valor agregado (gráfico 3.6). Con mayor precisión, el coeficiente de Giini indica que, el grado de concentración del valor agregado en este subsector de servicios, es del 74,8%.

**Gráfico 3.7**

**Producción bruta, consumo intermedio y valor agregado real<sup>1</sup> de agencias de publicidad, por organización jurídica Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

<sup>2</sup> Otras como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

### 3.4 Productividad

La productividad total real (a precios constantes de 1995) de las agencias de publicidad, entendida ésta como la relación entre la producción y el consumo intermedio más los gastos del personal ocupado, fue en el año 2004, de 1,34; es decir, que el desempeño económico de las agencias de publicidad, permitió la recuperación de 0,34 pesos adicionales, por cada unidad de costo; este indicador en el año 2003, fue de 1,31.

Las empresas que presentaron los más altos niveles de productividad en 2004, fueron aquellas bajo otros tipos de organización jurídica como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras (2,18), aquellas con ingresos anuales superiores a \$2 441 millones (1,38) y las que ocuparon más de 89 personas (1,37).

De otro lado, los más bajos indicadores de productividad se presentaron en las empresas que emplearon entre 10 y 19 personas (1,21), al igual que en aquellas cuyos ingresos reales oscilan entre \$1 047 y \$1 394 millones (1,22) (cuadro 3.3)

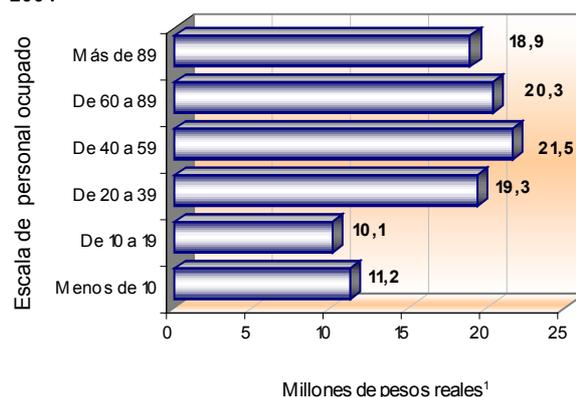
Por su parte, la productividad laboral medida como la relación entre el valor agregado real (precios constantes de 1995) y el total de personal ocupado, fue de \$17,8 millones por persona (cuadro 3.3); con respecto a 2003, dicho indicador permaneció constante.

Los más altos niveles de productividad laboral se dieron en las sociedades anónimas (\$24,3 millones por persona) y en las que emplearon entre 40 y 59 personas (\$21,5 millones por persona). Así mismo, en aquellas con ingresos anuales reales entre \$1 395 y \$2 441 millones (\$21,3 millones por persona).

Las empresas que mostraron los menores indicadores de productividad laboral, fueron las empresas con ingresos anuales inferiores a 140 millones de pesos reales (\$6,5 millones por persona), aquellas de propiedad individual y unipersonal (7,4 millones de pesos por persona) y las que emplearon entre 10 y 19 personas para el desarrollo de su actividad (\$10,1 millones por persona) (gráfico 3.8).

**Gráfico 3.8**

**Productividad laboral real<sup>1</sup> por persona ocupada en agencias de publicidad, por escala de personal Total nacional 2004**



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

<sup>1</sup> Valores a precios constantes de 1995.

**Cuadro 3.3**

**Productividad total y laboral de las actividades de publicidad, según escala de ingresos**

**Total nacional 2004**

Escala de ingresos	Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995						
	Producción bruta (A)	Consumo intermedio (B)	Total gastos de personal (C)	Valor agregado (D)	Total personal ocupado (E)	Productividad	
						Total (F) F=A/(B+C)	Laboral (G) (G = D/E)
<b>Total</b>	<b>104 667</b>	<b>43 994</b>	<b>33 985</b>	<b>60 672</b>	<b>3 403</b>	<b>1,34</b>	<b>17,8</b>
Menor de 140	3 815	2 125	746	1 690	258	1,33	6,5
De 140 a 557	11 123	5 668	2 813	5 454	463	1,31	11,8
De 558 a 1046	8 076	3 510	2 567	4 566	236	1,33	19,3
De 1 047 a 1 394	8 630	4 302	2 800	4 329	266	1,22	16,3
De 1 395 a 2 441	9 576	4 820	2 755	4 757	223	1,26	21,3
Mayor de 2 441	63 446	23 569	22 304	39 877	1 957	1,38	20,4

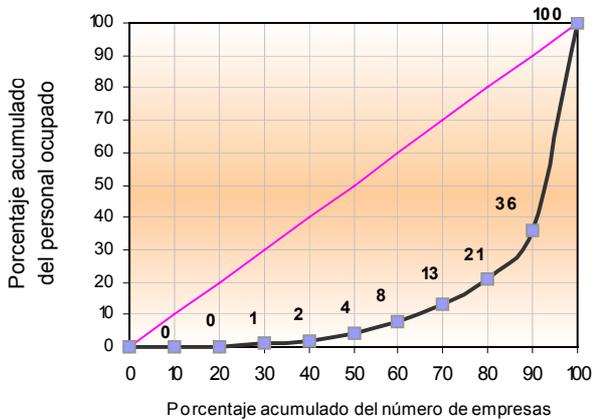
Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.

### 3.5 Empleo y remuneraciones

El personal ocupado por las agencias de publicidad en el año 2004, fue de 3 403 personas, el cual incrementó 5,4% con respecto al año 2003. El 48,5% del empleo total se generó en las empresas de publicidad que funcionaron como sociedad limitada y 46,7% como sociedad anónima.

De acuerdo con el tamaño de las empresas, determinado por el monto de sus ingresos, las que registraron ventas reales anuales superiores a \$2 441 millones, concentraron el 57,5% del empleo total generado por esta actividad. Según escala de personal ocupado, el empleo en publicidad se concentró principalmente en aquellas empresas con más de 89 personas ocupadas (46,8%).

**Gráfico 3.9**  
Curva de Lorenz del personal ocupado de las agencias de publicidad, por empresas Total nacional 2004

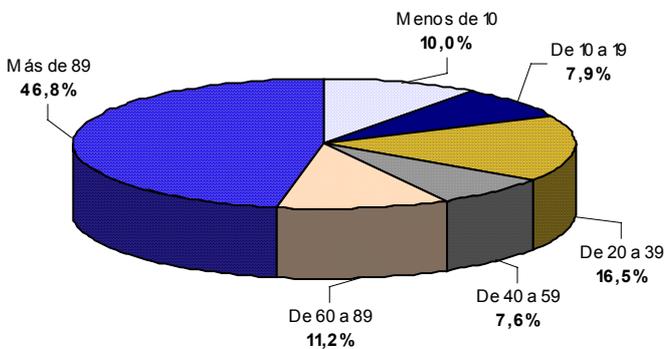


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios,

Según el análisis de concentración, mediante la metodología de la curva de Lorenz, el 90% de las empresas, genera sólo el 36% del empleo total de la actividad (Gráfico 3.9). El coeficiente de Giini indica que la concentración del empleo en publicidad es del 72%.

**Gráfico 3.10**

Distribución del personal ocupado en las agencias de publicidad, por escala de personal Total nacional 2004

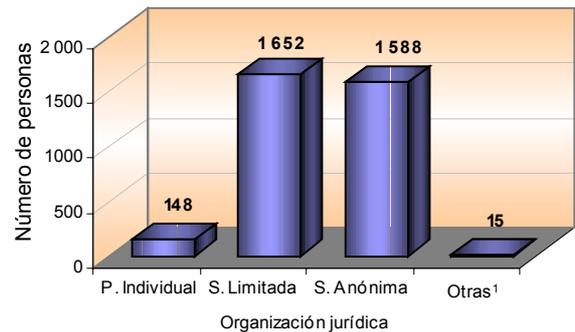


Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios,

De las 3 403 personas ocupadas durante el año 2004, 3 316 devengaron por sus labores una remuneración real total (sueldos, salarios y prestaciones sociales) de \$28,6 miles de millones. El personal ocupado restante (87 personas) correspondió a propietarios, socios y familiares no remunerados.

Los montos por concepto de remuneración al personal, se concentraron en las sociedades anónimas (65,3%), en las empresas con ingresos anuales reales superiores a \$2 441 millones (a precios constantes de 1995) (64,4%), y en aquellas que ocuparon más de 89 personas (50,6%).

**Gráfico 3.11**  
Personal ocupado en las agencias de publicidad, por organización jurídica Total nacional 2004



Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
¹Otras como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras.

De otro lado, el costo laboral real promedio por persona ocupada en las agencias de publicidad en el año 2004, fue \$8,6 millones; los más altos costos laborales correspondieron a las sociedades anónimas, con \$11,8 millones por persona, a las empresas que ocuparon entre 60 y 89 personas (\$10,8 millones por persona), al igual que en aquellas cuyos ingresos anuales estuvieron entre \$1 395 y \$2 441 millones de pesos (\$10,7 millones por persona).

Los costos más bajos de personal, se dieron en las empresas jurídicamente organizadas bajo otros tipos de asociaciones como comandita simple, colectivas y sucursales extranjeras (\$3,1 millones por persona).

**Cuadro 3.4**  
Costo laboral promedio real <sup>1</sup> en actividades de publicidad, según escala de ingresos Total nacional 2004

Valores en millones de pesos a precios constantes de 1995			
Escala de ingresos	Salarios y prestaciones (A)	Personal remunerado (B)	Costo Laboral (C) (C=A/B)
<b>Total</b>	<b>28 570</b>	<b>3 316</b>	<b>8,6</b>
Menor de 140	669	187	3,6
De 140 a 557	2 452	451	5,4
De 558 a 1046	2 202	233	9,5
De 1047 a 1394	2 460	266	9,2
De 1395 a 2441	2 397	223	10,7
Mayor de 2441	18 389	1 956	9,4

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Servicios.  
¹Valores a precios constantes de 1995.

## 4. ÍNDICES Y DEFLACTORES UTILIZADOS PARA OBTENER PRECIOS CONSTANTES Y LAS ESCALAS DE PRODUCCIÓN A PRECIOS CORRIENTES

Para obtener los precios constantes de las variables cuantitativas de las diferentes actividades investigadas, se utilizaron los siguientes índices tomando como base año promedio 1995=100

Variables	Postales y correo	Informática y actividades conexas	Publicidad
Ingresos y otros gastos diferentes a los laborales y depreciación	IPC <sup>1</sup> total servicios de correo para ingresos medios y bajos sin IVA	IPC <sup>1</sup> total nacional para ingresos medios y bajos sin IVA	IPC <sup>1</sup> total nacional para ingresos medios y bajos sin IVA
Gastos laborales.	Variación del salario mínimo	Variación del salario mínimo	Variación del salario mínimo

Base: año promedio 1995=100

Variables	Año Promedio	Postales y correo	Publicidad e informática
		Índice	Índices
Ingresos y otros gastos diferentes a los laborales y depreciación	2003	209,56	248,18
	2004	221,21	262,84
Gastos laborales	2003	279,11	279,11
	2004	300,97	300,97

La escala de valores de ingresos fue construida y aplicada para clasificar las empresas de acuerdo al nivel de éste mismo rubro. Con el propósito de mantener esta escala actualizada a precios corrientes de cada año de las diferentes actividades, se adoptó el mismo índice deflactor de los ingresos.

## 5. FICHA METODOLÓGICA

**Objetivo:** conocer la estructura y comportamiento económico del sector de los servicios de estudio, a través de los principales agregados económicos, personal ocupado, remuneraciones causadas, producción bruta, consumo intermedio, valor agregado e inversión en activos fijos.

**Alcance:** subsector de servicios de las actividades postales y correo, informática y actividades conexas y servicios de publicidad. Se excluyen aquellas unidades como puestos fijos, puestos móviles, viviendas con actividad económica.

**Universo de estudio:** son las unidades económicas formalmente establecidas (con NIT y registro mercantil) ubicadas en el territorio nacional y dedicadas a prestar servicios de informática y actividades conexas con 13 o más personas ocupadas o cuyos niveles de ingresos corrientes fueron iguales o superiores a \$988 millones, y sin límite de personal e ingresos para postales y correo y servicios de publicidad.

**Tipo de investigación:** investiga las empresas dedicadas a prestar los servicios informática y actividades conexas con 13 o más personas ocupadas ó, cuyos niveles de ingresos corrientes fueron iguales o superiores a \$988 millones, y sin límite de personal e ingresos para servicios postales y correo y servicios de publicidad.

**Unidad estadística:** corresponde a una empresa o parte de ella que, de manera independiente, se dedica en forma exclusiva o predominante a la prestación de actividades de servicios de interés, dentro del territorio nacional, y respecto de la cual exista o puede recopilarse la información.

**Periodicidad:** anual de carácter continuo.

**Cobertura:** nacional.

<sup>1</sup>IPC Índice de precios al consumidos – DANE.

## 6. GLOSARIO

**Servicios:** es el conjunto de actividades desarrolladas por las unidades económicas encaminadas a generar y poner a disposición de las personas, los hogares o las empresas una amplia gama de servicios cada vez que éstos sean demandados y sobre los cuales no recaen derechos de propiedad por parte del usuario. Es importante tener en cuenta dos aspectos fundamentales sobre los servicios. El primero, que los servicios no son susceptibles de ser almacenados ni transportados y, en consecuencia, no pueden ser transados en forma independiente de su producción y el segundo, que no existe un traslado de la propiedad del producto; se vende por parte del productor y se compra por parte del consumidor un derecho al uso del servicio, cada vez que éste sea requerido.

**Empresa:** para efectos de las estadísticas económicas, empresa es toda unidad económica o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única, abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada. En la Encuesta Anual de Servicios, la empresa es la unidad estadística.

**Unidad local de servicios:** se define como el conjunto de establecimientos de la empresa ubicados en la misma ciudad, que bajo una misma organización jurídica, dirección y control, combinan actividades y recursos para dedicarse a la prestación de servicios a las empresas y los hogares. Se caracterizan por tener bajos niveles de autonomía y altos niveles de homogeneidad y se requiere cuando se presentan resultados según criterio geográfico.

**Producción bruta:** se define como la creación de servicios destinados a satisfacer directa o indirectamente las necesidades de las empresas y los hogares.

**Consumo intermedio:** es el valor de los bienes (excepto los de capital) y servicios mercantiles consumidos por la unidad productora de servicios durante el período de la encuesta.

**Valor agregado:** es el mayor valor creado en el proceso productivo de servicios por efecto de la combinación de factores.

**Inversión neta:** es la adquisición de bienes con el objeto de prestar un mejor servicio. Se obtiene como la sumatoria del valor de las adquisiciones de activos fijos menos el valor de las ventas de activos, menos el valor de las depreciaciones.

**Personal ocupado:** se refiere al número promedio de personas que ejercen una labor remunerada, o no, en la empresa durante el año. Incluye los propietarios, socios y familiares sin remuneración fija.

**Escala de ingresos:** se refiere a un criterio de clasificación de las empresas de acuerdo con su ingreso bruto anual.

**Escala de personal ocupado:** se refiere a un criterio de clasificación de las empresas de acuerdo con el personal ocupado.

**Organización jurídica:** se refiere a un criterio de clasificación de las empresas de acuerdo con la forma como se constituyeron las empresas.

**Coefficiente de Giini:** Es una medida de concentración que mide el área bajo la diagonal principal y la curva de Lorenz. El Coeficiente de Giini puede variar entre cero y uno, donde los valores más altos son los de mayor concentración.

La formula usada para calcular dicho coeficiente es:

$$G = 1 - \sum_{i=1} (Y_{i-1} + Y_i)(N_i - N_{i-1})$$

Donde  $Y_i$  y  $N_i$  con los *porcentajes acumulados*, de las empresas (en el caso específico de la EAS) y de las otras variables a comparar (producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, etc).