



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



**ANALISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONOMICO DE LAS AGENCIAS
PUBLICITARIAS EN EL PERIODO POSTPANDEMIA, EN EL MUNICIPIO DE
DUITAMA BOYACÁ**

Presentado por:

Edisson Alberto Fonseca Sánchez

Código: 1052385481

Jeisson Steven Guette Morales

Código: 1095837082

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

(Sede principal Pamplona)

2021-2



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



1. Tabla de contenido

2. RESUMEN	4
3. INTRODUCCIÓN	5
4. RESEÑA HISTÓRICA	6
5. DESARROLLO	6
5.1 Agencias publicitarias e impacto en Colombia	6
5.2 Población y agencias Publicitarias en el municipio de Duitama Boyacá	7
5.3 Productos y servicios de las agencias publicitarias en Duitama Boyacá.	7
5.4 El COVID 19 como impacto en las agencias publicitarias nacional y municipal en Duitama Boyacá.....	8
5.5 Metodología.....	9
5.6 Graficas de la encuesta	10
Grafica 1	10
Grafica 2	11
Grafica 3	12
Grafica 4	13
Grafica 5	13
Grafica 6	14
Grafica 7	15
Grafica 8	15
Grafica 9	16
Grafica 10	17
6. Recomendaciones.....	18
7. Bibliografía	19
8. Anexos	20
Anexo 1 (Primer encuentro)	20
Anexo 2 (creación de la encuesta digital).....	21



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Anexo 3 (encuesta digital parte 1).....	22
Anexo 4 (encuesta digital parte 2).....	23
Anexo 5 (encuesta digital parte 3).....	24
Anexo 6 (encuestado propietario agencia de publicidad)	25
Anexo 7 (encuentro final, para trabajo escrito).....	26



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



2. RESUMEN

La historia de la humanidad ha demostrado que, tras estos diversos episodios vividos sobre la marcha, se ha generado un retroceso económico bastante evidente, en muchas etapas de la sociedad se han vivido sucesos similares al que hemos evidenciado en este tiempo, pero de alguna manera siempre se ha buscado una solución para que la economía no se desplome, sino que se fortalezca y en este momento quizás es un tiempo similar.

Teniendo en cuenta lo anterior es importante hablar del fenómeno postpandemia, que, aunque no se ha definido como tal, es un momento que está siendo investigado y valorado de una manera bastante rigurosa y determinante, la postpandemia es un tiempo en el que estamos inmersos, pero del que poco sabemos, en términos generales lo poco que hemos avanzado de estudio estos cien porcientos ligados a el tiempo limitado en el que hemos vivido este suceso.

Es por ello que con el fin de orientar y analizar los impactos a las agencias publicitarias se realiza este trabajo, buscando entender métodos de reactivación económica de las agencias publicitarias en Duitama Boyacá, bajo la toma de decisiones asertivas.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



3. INTRODUCCIÓN

Este trabajo pretende dar una visión acerca de las agencias publicitarias en tiempos de postpandemia en el municipio de Duitama Boyacá, teniendo en cuenta la actual situación coyuntural que se ha tenido durante los dos años anteriores, si bien es cierto la temática de la pandemia dejó secuelas económicas en todo el mundo, para nadie es un secreto que también las dejó a nivel de algunos sectores empresariales, de cierta manera la crisis ha sido un común denominador y no solo en Colombia sino a nivel mundial y quizás ha sido gracias a que nadie estaba preparado para asumir un desafío tan enorme, es importante realizar esta investigación para llegar a la problemática o el impacto ya sea positivo o negativo con el fin de dar una mirada de cómo se puede avanzar enfatizados en la problemática principal que impacta las agencias publicitarias, ya que aunque el impacto pueda ser efectivo, se van a medir ciertas variables a la hora de tener un emprendimiento de una agencia publicitaria en el municipio de Duitama Boyacá en los tiempos de postpandemia.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



4. RESEÑA HISTÓRICA

Las agencias publicitarias surgen como una necesidad de vender o mostrar productos y servicios en los periódicos.

Los primeros agentes publicitarios surgieron en el siglo XVIII y se dedicaban a vender publicidad para los periódicos, quienes les pagaban comisión por cada espacio vendido. Estos pioneros de la industria pronto se dieron cuenta de que era más fácil concretar la venta si mostraban al anunciante cómo se vería el espacio, allí comenzaron a ofrecer diseño y textos, gracias a la contratación de personas dedicadas a esas funciones. Ese origen establece que, para ese entonces, las agencias eran simplemente representantes de los medios y por ello tenían el derecho a recibir una comisión de las pautas que gestionaban a favor de ellos. (GUIA, s.f.)

La primera agencia publicitaria que se tiene registro fue la de William Taylor e inicio a funcionar en Londres en 1786, esta información nos la da la obra “Practice of Advertising”, del autor Adrian Mackay. (Mackay., 2005)

5. DESARROLLO

5.1 Agencias publicitarias e impacto en Colombia

Según el último reporte del departamento administrativo nacional de estadística (DANE) para el año 2019 en Colombia había 132.965 empresas dedicadas a temas publicitarios y para el año 2020 habían 121.599 esto representa una disminución de 11.366 y en variación porcentual nos representa el -8,5. (DANE, 2020)

Es importante recalcar que las agencias publicitarias son parte de la economía naranja, en Colombia, de acuerdo con las cifras del DANE, antes de la pandemia, el aporte de la



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



economía Naranja le aportaba al PIB nacional el 3.2% (promedio 2014-2019 proyectado) y en términos de empleo generaba casi 600.000 puestos de trabajo, al tener un comportamiento procíclico, durante los ciclos positivos de la economía, la Economía Naranja crece 1.52 veces más que la economía nacional, pero durante los negativos decrece 1.32 veces más que el agregado del país, según el DANE. Este hecho se ve representado en las desalentadoras cifras de empleo, exportaciones y de consumo en el año 2020 de las 103 actividades creativas y culturales. En el 2020 se generó una reducción de más 61.500 empleos con respecto al mismo periodo del 2019, es decir, un decrecimiento del 12%, según el reporte del departamento administrativo nacional de estadística. (Bancoldex, 2021)

5.2 Población y agencias Publicitarias en el municipio de Duitama Boyacá

En el municipio de Duitama Boyacá hay una población de 126.670 a término del año 2020, donde según la cámara de comercio de Duitama de 24.050 empresas que existen, 26 empresas trabajan en el área publicitaria con el código CIIU 7310, hay que hacer la mención que son legalmente constituidas y que pertenecen a las micro y pequeñas empresas ya que no pasan de tener 9 empleados y sus activos no sobre pasan los 500 salarios mínimos que en peso colombiano serian 454.263.000 al año 2021. (wikipedia, 2020)

5.3 Productos y servicios de las agencias publicitarias en Duitama Boyacá.

Entre los principales productos y servicios que ofrecen las agencias publicitarias en el municipio son:

- Impresión de banner y vinilo
- Corte láser
- Diseño gráfico para web e impresión



SC-CER96940



"Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz"

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



-Videos publicitarios

-Marketing

Según el artículo “Impacto de la pandemia Covid-19 sobre la publicidad. España como laboratorio de la crisis y de las tendencias comunicativas” escrito por Patricia Corredor Lanas, Juan Carlos Marcos y Fernando Montañez. En nuestra cultura contemporáneas está generalmente admitido que la publicidad constituye una de las dimensiones dominantes de la comunicación social, en su gran impacto económico y sus importantes repercusiones sociales. En relación directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios (Kleppner, 1994), su capacidad para orientar las decisiones de los consumidores sitúa a la publicidad como un catalizador entre la oferta y la demanda, propia de la economía de mercado, a través de un proceso comunicativo tendente hacia la creación de valor (Kotler; Armstrong, 2008). (Corredor-Lanas, Marcos-Recio, & Montañés-García, 2021)

5.4 El COVID 19 como impacto en las agencias publicitarias nacional y municipal en Duitama Boyacá.

La pandemia del Covid19 nos trajo un impacto en la economía colombiana en los diferentes renglones económicos, debido al aislamiento, la cuarentena, y demás políticas que tomo el gobierno central, departamental y municipal, siendo así se tomaron diferentes formas de trabajo con el ánimo de reactivar la economía nacional, los negocios grandes y pequeños comenzaron a emerger a lo digital a trazar campañas publicitarias digitales, así como también físicas, en pocas palabras por tierra y aire.

Dando una visión acerca del impacto del COVID-19 a las agencias y clientes de publicidad y marketing la compañía Mckinsey y company nos dice que se está



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



transformando la forma en que los compradores se comportan en todos los aspectos de sus vidas. A medida que las personas se refugiaban en casa, la adopción de nuevos servicios digitales se llevó a cabo a un ritmo vertiginoso. Además de las crecientes preocupaciones en materia de salud e higiene, la recesión económica y la consiguiente disminución del consumo, el alcance del cambio en la vida de las personas es asombroso. (Mckinsey Company, 2020)

La revista Espacios en su artículo “Marketing en tiempos de crisis generado por la COVID-19” nos habla de vender en tiempos de pandemia (COVID-19) es adaptarse a las necesidades de los clientes, al confinamiento o cuarentena y las restricciones de movilidad, cambios de paradigmas, nuevos hábitos de consumo. Se puede dar vuelta y flexibilizar los procesos en los canales de venta y marketing, son pilares o tics primordiales que se deben tener en cuenta para resistir y superar en los momentos más complicados y no acabar los negocios, como le tocó a muchos empresarios que no lograron resistir a esta pandemia. (Espacios, 2020)

5.5 Metodología

A través de una encuesta la cual fue segmentada y enviada por medios digitales con una muestra de 15 agencias de publicad del municipio de Duitama nos arrojó el siguiente resultado.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



5.6 Graficas de la encuesta

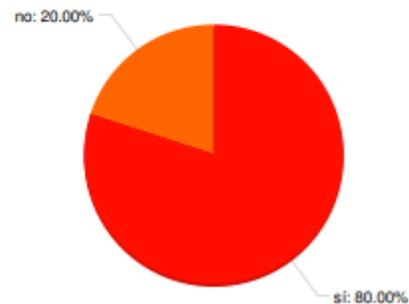
1. ¿Se vio afectado o se ha visto afectado en sus operaciones por efecto de la pandemia? *

Número de participantes:

15

12 (80.0%): sí

3 (20.0%): no



Grafica 1

Con una muestra de 15 empresas a la pregunta se vio afectado en sus operaciones por efecto de la pandemia la respuesta fue si con 80% frente a un 20% quiere decir que la mayoría de empresas en el municipio de Duitama si se vieron afectadas a causa del COVID 19.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



2. ¿Cuáles fueron los motivos por los cuales usted se vio afectado? *

Número de participantes:

15

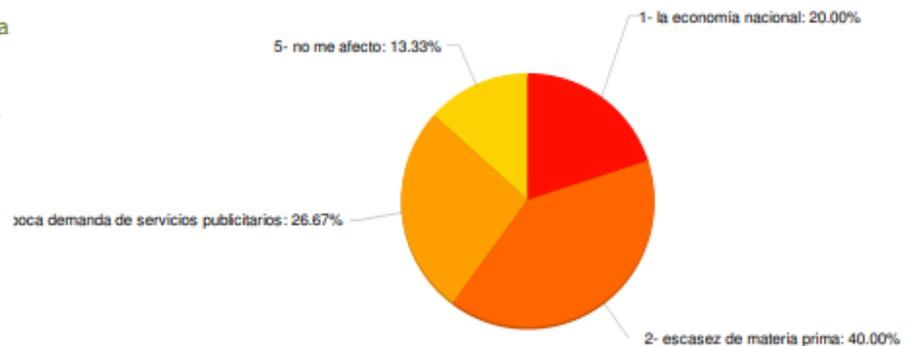
3 (20.0%): 1- la economía nacional

6 (40.0%): 2- escasez de materia prima

- (0.0%): 3- falta de personal

4 (26.7%): 4- poca demanda de servicios publicitarios

2 (13.3%): 5- no me afecto



Grafica 2

Con una muestra de 15 personas a la pregunta cuales fueron los motivos por los que usted se vio afectado respondieron lo siguiente, con un 40% se dice que fue falta de materia prima seguido de un 26.67% baja demanda de servicios publicitario, un 20% dice que fue a causa de la economía nacional y un 13.33 dice que no le afecto, mostrando que la escasez de materia prima causo un impacto en las empresas.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



3. ¿En qué porcentaje se vio afectada la demanda de sus servicios? *

Número de participantes:

15

- (0.0%): A- Impacto positivamente 0 a 30%

3 (20.0%): B- Impacto positivamente 31 a 40%

2 (13.3%): C- Impacto positivamente 41 a 70%

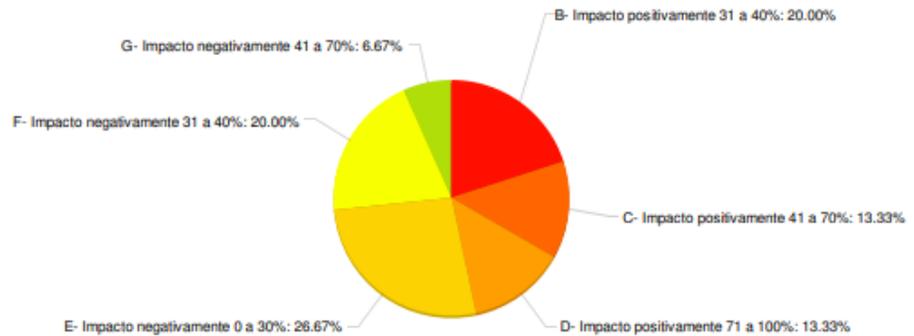
2 (13.3%): D- Impacto positivamente 71 a 100%

4 (26.7%): E- Impacto negativamente 0 a 30%

3 (20.0%): F- Impacto negativamente 31 a 40%

1 (6.7%): G- Impacto negativamente 41 a 70%

- (0.0%): H- Impacto negativamente 71 a 100%



Grafica 3

Con una muestra de 15 empresas, respondieron a la pregunta, en qué porcentaje se vio afectada la demanda de sus servicios, con un 26.67% dijeron que negativamente en un 0% a 30% de sus actividades económicas en tiempo de no pandemia, seguido de un 20% en impacto negativo en un 31% a 40% en las actividades económicas en tiempos de no pandemia y un 20% dice que impacto positivamente en un 31% a 40% en sus actividades económicas en tiempos de no pandemia, si sumamos los negativos y los positivos podemos ver que a la mayoría le afectó negativamente.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



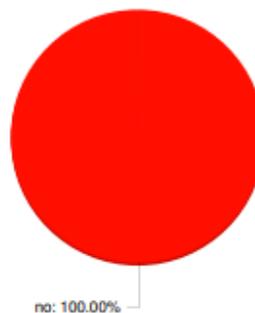
4. ¿Durante la pandemia su empresa recibió la ayuda otorgada por el gobierno a las pymes? *

Número de participantes:

15

- (0.0%): sí

15 (100.0%): no



Grafica 4

Con una muestra de 15 empresas consultadas, a la pregunta, durante la pandemia su empresa recibió ayuda otorgada por el gobierno a las PYMES, la respuesta en un 100% fue no, lo que visibiliza que las empresas dedicadas a la publicidad están siendo de algún modo excluidas por el estado durante la pandemia.

5. ¿De acuerdo a la clasificación de las empresas usted considera qué su empresa está en el rango de las micro, pequeña, mediana o gran empresa? *

Número de participantes:

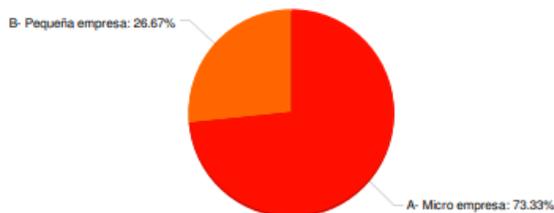
15

11 (73.3%): A- Micro empresa

4 (26.7%): B- Pequeña empresa

- (0.0%): C- Mediana empresa

- (0.0%): D- Gran empresa



Grafica 5



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta De acuerdo a la clasificación de las empresas usted considera que su empresa está en el rango de las micro, pequeña, mediana o gran empresa, la respuesta fue 73.33% dice que es micro empresa frente a un 26.67% dice ser pequeña empresa, lo cual dice que la mayoría son pequeñas y medianas empresas.

6. ¿Cuáles son los servicios más solicitados? *

Número de participantes:

15

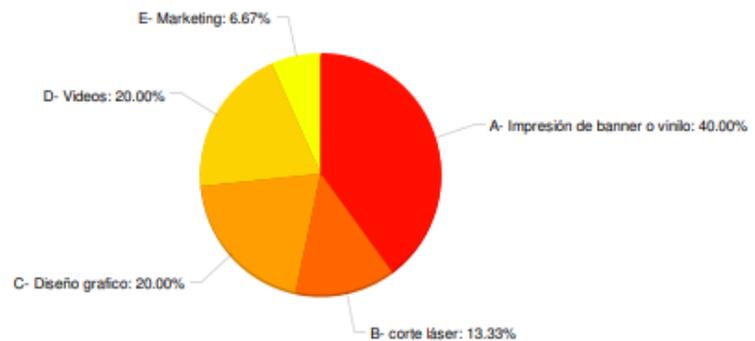
6 (40.0%): A- Impresión de banner o vinilo

2 (13.3%): B- corte láser

3 (20.0%): C- Diseño grafico

3 (20.0%): D- Videos

1 (6.7%): E- Marketing



Grafica 6

Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta, cuáles son los servicios más solicitados respondieron con un 40% impresión de banner o vinilo seguido de Videos y Diseño gráfico cada uno con un 20% lo que muestra que su producto o servicio más solicitado es la impresión.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



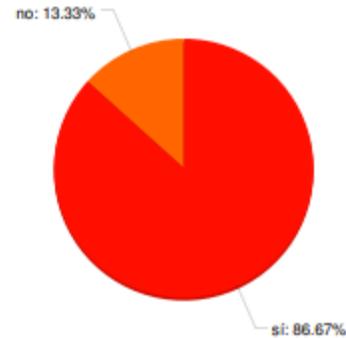
7. ¿Han evidenciado un alto incremento o disminución de la competencia después de la pandemia? *

Número de participantes:

15

13 (86.7%): sí

2 (13.3%): no



Grafica 7

Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta, han evidenciado un alto incremento de la competencia la respuesta fue si con un 86.67% lo cual muestra que la demanda está creciendo.

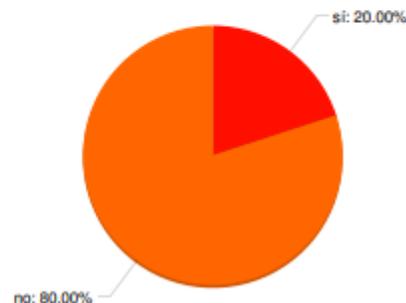
8. ¿Esta usted obligado a llevar contabilidad? *

Número de participantes:

15

3 (20.0%): sí

12 (80.0%): no



Grafica 8



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta, Esta usted obligado a llevar contabilidad, la respuesta fue con un 80% y si un 20%

9. ¿Cuál considera usted es el principal reto al que se enfrentan las empresas publicitarias en Duitama Boyacá? *

Número de participantes:

15

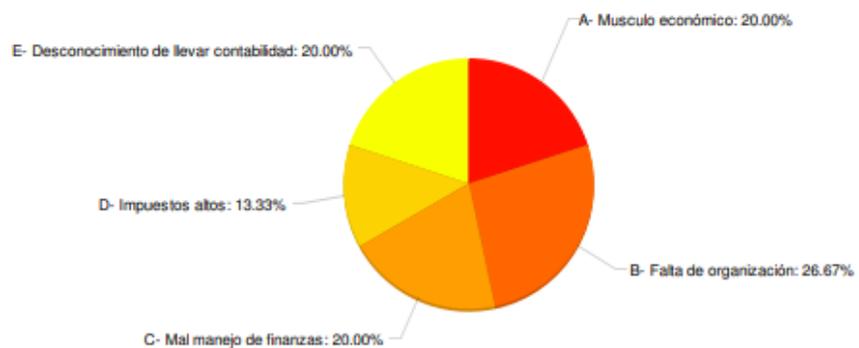
3 (20.0%): A- Musculo económico

4 (26.7%): B- Falta de organización

3 (20.0%): C- Mal manejo de finanzas

2 (13.3%): D- Impuestos altos

3 (20.0%): E- Desconocimiento de llevar contabilidad



Grafica 9

Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta, Cuál considera usted es el principal reto al que se enfrentan las empresas publicitarias en Duitama Boyacá respondieron con un 26% falta de organización, seguido de un 20% en cada una de ellas falta de musculo financiero, desconocimiento de llevar contabilidad, mal manejo de las finanzas y con un 13.33% impuestos muy altos, lo que muestra que las empresas publicitarias del municipio de Duitama les hace falta organización, saber mas de manejo de finanzas y contabilidad.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE

¡Seguimos avanzando!



10. ¿Qué estrategias está manejando o utilizando para seguir adelante con su empresa en postpandemia? *

Número de participantes: 15

- El método del voz a voz, para llegar al nicho de mercado que buscamos
- ninguna
- Digitalización
- Los hábitos a cambiado, y las personas ahora tienen prioridades
- Creación de productos nuevos
- bajo costos
- El voz a voz
- Marketing Digital
- Nuevos productos
- el voz a voz y manejo de páginas web
- Llegar a la empresa ofreciendo los servicios
- promociones
- Innovación
- Marketing
- New Work

Grafica 10

Con una muestra de 15 empresas encuestadas a la pregunta abierta, qué estrategias está manejando o utilizando para seguir adelante con su empresa en postpandemia dijeron:

El método de la voz a voz, para llegar al nicho de mercado que buscamos ninguna Digitalización Los hábitos ha cambiado, y las personas ahora tienen prioridades Creación de productos nuevos bajo costos, la voz a voz, Marketing Digital, Nuevos productos, la voz a voz y manejo de páginas web, llegar a la empresa ofreciendo los servicios, promociones Innovación Marketing New Working, dando evidencia que las agencias publicitarias, están en búsqueda de una forma de seguir con sus empresas.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



1. Conclusión

Podemos concluir que la pandemia o el COVID 19 trajo grandes desafíos y que estos afectaron realmente al sector de la economía naranja entre ellos la publicidad, en este trabajo visualizamos que una de las grandes problemáticas que se han dado son la falta de materia prima, lo cual en muchos sectores ha afectado negativamente, otro factor es que las empresas están en búsqueda de soluciones con el fin de proseguir con sus actividades económicas, la historia nos muestra la complejidad de mantener las empresas y los trabajos que forman estas actividades como lo es las agencias publicitarias.

6. Recomendaciones

Se recomienda que las empresas publicitarias del municipio de Duitama, implementen la contabilidad con el fin de poder tomar decisiones acertadas, de ese modo la organización de la empresa se verá reflejada en varios factores entre ellos el saber de sus activos, pasivos y patrimonio, así como la asesoría de contadores en los temas financieros ya que una de las grandes problemáticas es el desconocimiento de las mismas, también se recomienda la compra de materia prima en volumen con el fin de bajar el impacto en las subidas y la escasez de materia prima.



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



7. Bibliografía

- Bancoldex. (2021). *Bancoldex*. Obtenido de Bancoldex: <https://www.bancoldex.com/blog/2021-economia-creativa>
- Corredor-Lanas, P., Marcos-Recio, J.-C., & Montañés-García, F. (2021). *Revista profesional de la información*. Obtenido de <https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/86295>
- DANE. (2020). *Departamento administrativo nacional de estadística*. Obtenido de <https://economianaranja.gov.co/media/nothvogs/5to-reporte-economia-naranja.pdf>
- Espacios, R. (2020). *Revista espacios*. Obtenido de <https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p17.pdf>:
<https://revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p17.pdf>
- GUIA, I. (s.f.). *www.infoguia.com*. Obtenido de Infoguia: <https://infoguia.com/infotip.asp?t=agencia-de-publicidad-origen&a=725>
- Mackay., A. (2005). Practice of Advertising. En A. Mackay., *Practice of Advertising*.
- Mckinsey Company. (2020). Obtenido de <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/meet-the-next-normal-consumer>
- wikipedia. (2020). *wikipedia*. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Duitama>:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Duitama>



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



8. Anexos



Anexo 1 (Primer encuentro)



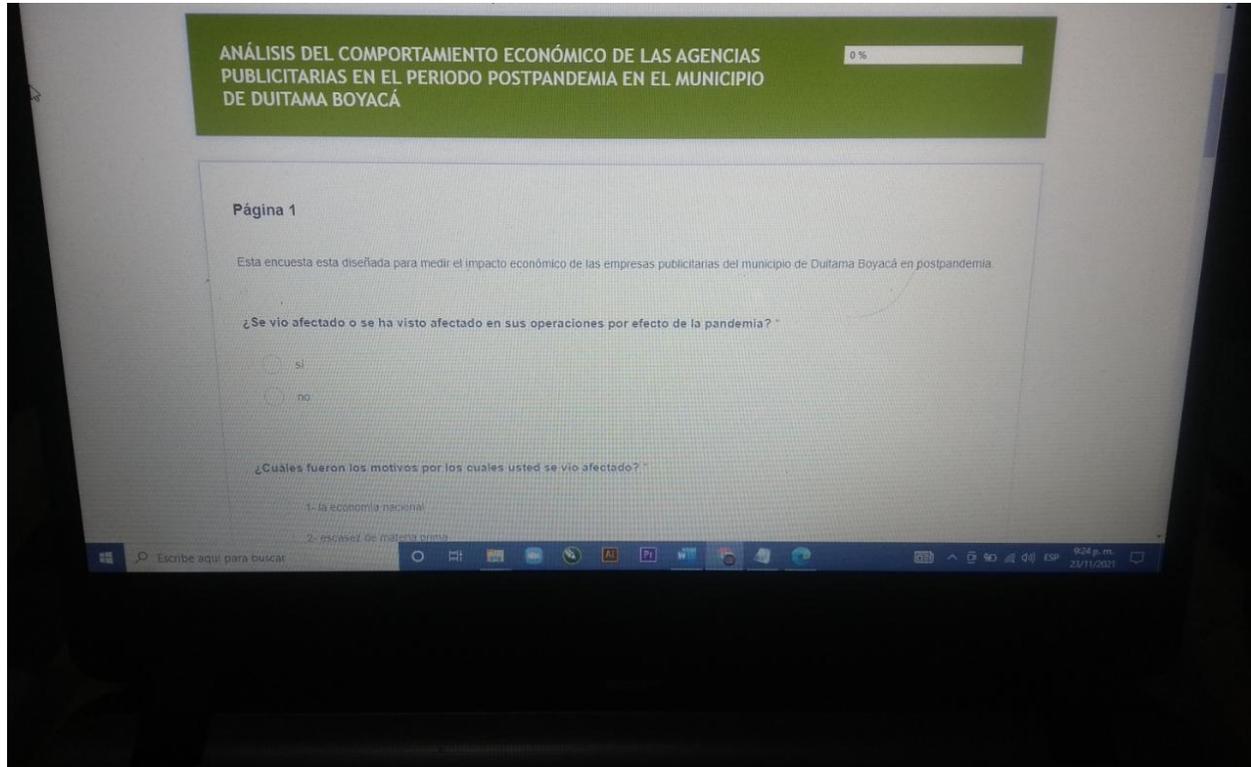
SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Anexo 2 (creación de la encuesta digital)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DE LAS AGENCIAS PUBLICITARIAS EN EL PERIODO POST PANDEMIA EN EL MUNICIPIO DE DUITAMA BOYACÁ

Página 1

Esta encuesta está diseñada para medir el impacto económico de las empresas publicitarias del municipio de Duitama Boyacá en postpandemia.

¿Se vio afectado o se ha visto afectado en sus operaciones por efecto de la pandemia? *

- sí
 no

¿Cuáles fueron los motivos por los cuales usted se vio afectado? *

- 1- la economía nacional
 2- escasez de materia prima
 3- falta de personal
 4- poca demanda de servicios publicitarios
 5- no me afectó

¿En qué porcentaje se vio afectada la demanda de sus servicios? *

- A- Impacto positivamente 0 a 30%
 B- Impacto positivamente 31 a 40%
 C- Impacto positivamente 41 a 70%
 D- Impacto positivamente 71 a 100%
 E- Impacto negativamente 0 a 30%
 F- Impacto negativamente 31 a 40%
 G- Impacto negativamente 41 a 70%
 H- Impacto negativamente 71 a 100%

Anexo 3 (encuesta digital parte 1)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Página 2

¿Durante la pandemia su empresa recibió la ayuda otorgada por el gobierno a las pymes? *

- sí
 no

¿De acuerdo a la clasificación de las empresas usted considera que su empresa está en el rango de las micro, pequeña, mediana o gran empresa? *

- A- Micro empresa
 B- Pequeña empresa
 C- Mediana empresa
 D- Gran empresa

¿Cuáles son los servicios más solicitados? *

- A- Impresión de banner o vinilo
 B- corte láser
 C- Diseño gráfico
 D- Videos
 E- Marketing

Página 3

¿Han evidenciado un alto incremento o disminución de la competencia después de la pandemia? *

- sí
 no

Anexo 4 (encuesta digital parte 2)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



¿Esta usted obligado a llevar contabilidad? *

- sí
 no

¿Cuál considera usted es el principal reto al que se enfrentan las empresas publicitarias en Duitama Boyacá? *

- A- Mucoso económico
 B- Falta de organización
 C- Mal manejo de finanzas
 D- Impuestos altos
 E- Desconocimiento de llevar contabilidad

¿Qué estrategias está manejando o utilizando para seguir adelante con su empresa en postpandemia? *

* Redirection to final page of Online Encuesta

Anexo 5 (encuesta digital parte 3)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”

Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Anexo 6 (encuestado propietario agencia de publicidad)



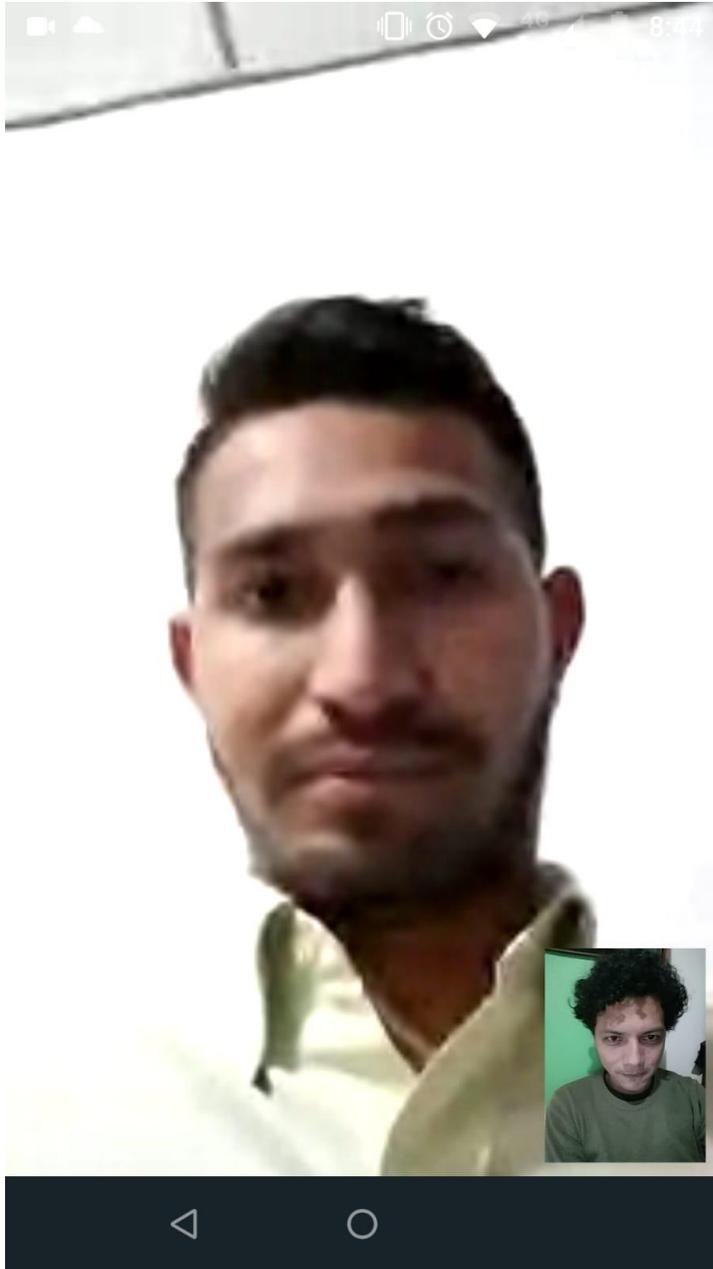
SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co



ACREDITADA INSTITUCIONALMENTE
¡Seguimos avanzando!



Anexo 7 (encuentro final, para trabajo escrito)



SC-CER96940



“Formando líderes para la construcción de un nuevo país en paz”
Universidad de Pamplona
Pamplona - Norte de Santander - Colombia
Tels: (7) 5685303 - 5685304 - 5685305 - Fax: 5682750
www.unipamplona.edu.co