

ECONOMÍA DIGITAL

Contexto Digital en Colombia

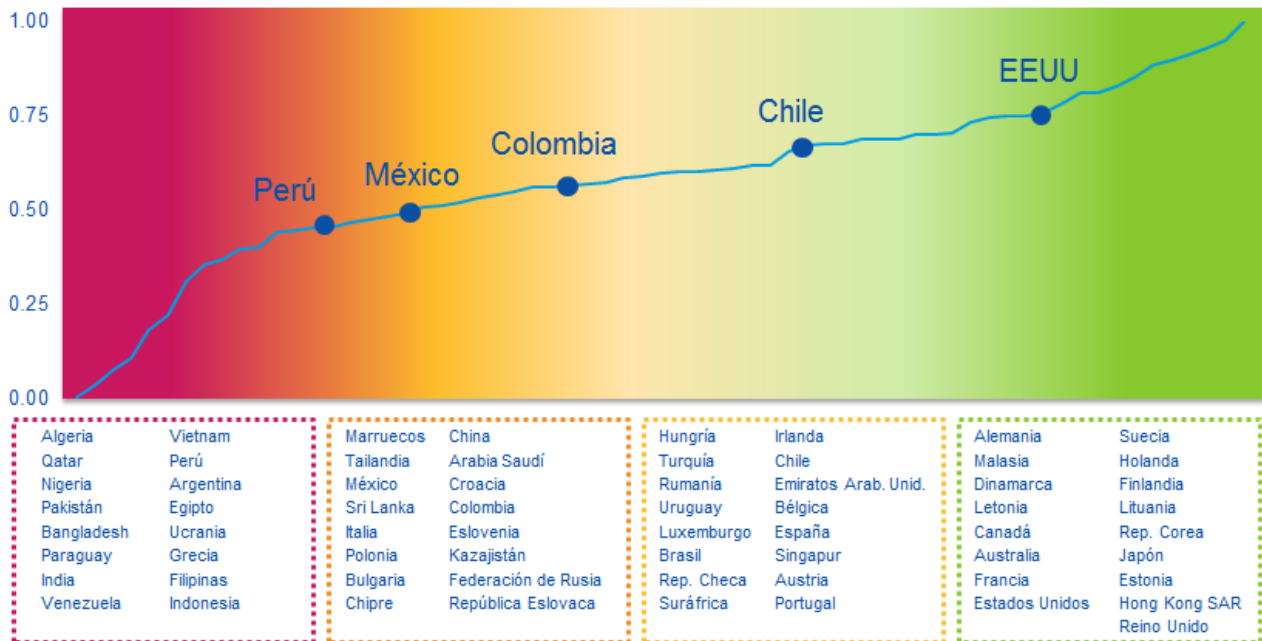
Víctor Adame / Alfonso Arellano / Rosa M. Oliveros / M. Luisa Pérez

1. Escenario digital

En el contexto digital, Colombia se sitúa por encima de la media de la región latinoamericana según el Índice de Digitalización Estructural de 2015 construido por BBVA Research (véase el Gráfico 1). Atendiendo a las diferentes dimensiones de este índice, Colombia destaca especialmente en contenidos, con numerosos servicios online que el Gobierno ofrece a los usuarios de internet. En esta dimensión del índice, Colombia supera la posición de Reino Unido, país con mejor puntuación en el índice de digitalización en su conjunto.

Respecto al resto de dimensiones, Colombia se sitúa en un punto medio, si bien generalmente se encuentra por encima de la media latinoamericana. No obstante, el país tiene aún retos en este aspecto, especialmente en términos de asequibilidad y uso, dimensiones en las que Colombia se queda rezagada respecto a la media de Latinoamérica.

Gráfico 1
Índice de Digitalización Estructural, 2015



Fuente: BBVA Research & ITU

2. Desde el lado de la demanda

El acceso a internet en los hogares colombianos supera el 50 por ciento en el año 2015 (Gráfico 2.1). En este año el acceso a ordenador y a internet coinciden. Dado que en el año 2007, la tenencia de ordenador en el hogar doblaba el acceso a internet en el mismo, ello evidencia una clara reducción en la brecha entre ambos. Por otro lado, cabe destacar que prácticamente la totalidad de los colombianos tiene acceso a un teléfono móvil, con un porcentaje de acceso superior al 90 por ciento a partir del año 2010. Respecto al uso de internet (en el último mes), éste se sitúa en torno al 55 por ciento en el año 2015, superando así al nivel de acceso.

En el Gráfico 2.2 se observa que el uso diario de internet ha aumentado notablemente entre 2012 y 2015, al igual que ocurre en el resto de países de la región. Sin embargo, este incremento es más pronunciado en Colombia a partir de 2014. En cuanto a la utilización de ordenador, también se observa un aumento en el uso diario del mismo, aunque con una pendiente más suave. Por su parte, la utilización de internet y ordenador con una menor frecuencia (por ejemplo, semanal como aparece en el gráfico), está decayendo progresivamente y de una forma más marcada desde el año 2014.

Gráfico 2.1
Acceso a TIC y uso de internet (%)

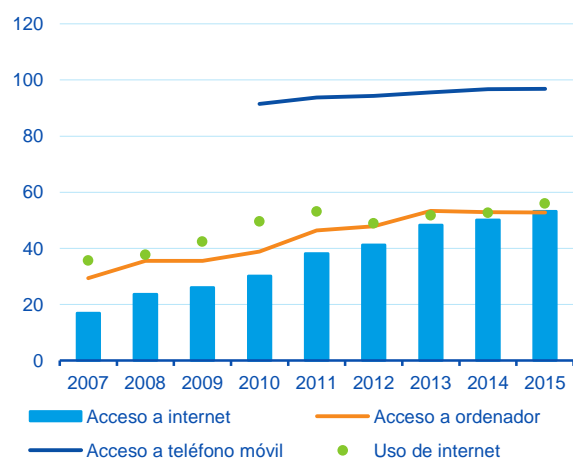
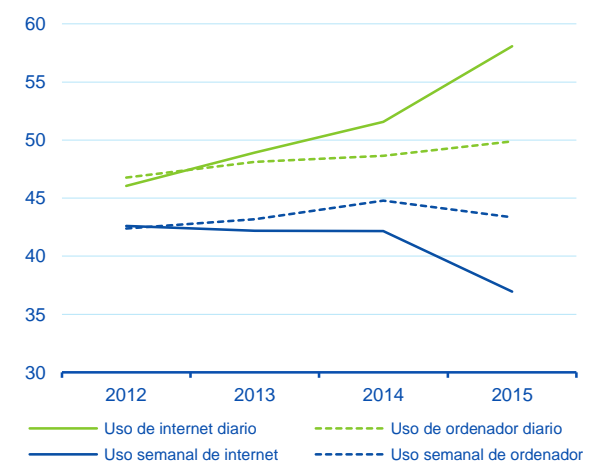


Gráfico 2.2
Frecuencia de uso de internet y ordenador (%)



Nota: De 2007 a 2011 se representa el porcentaje de usuarios de internet en los últimos doce meses, a partir de 2012 se representa el uso en el último mes.

Fuente: BBVA Research, base de datos GEIH y ECV

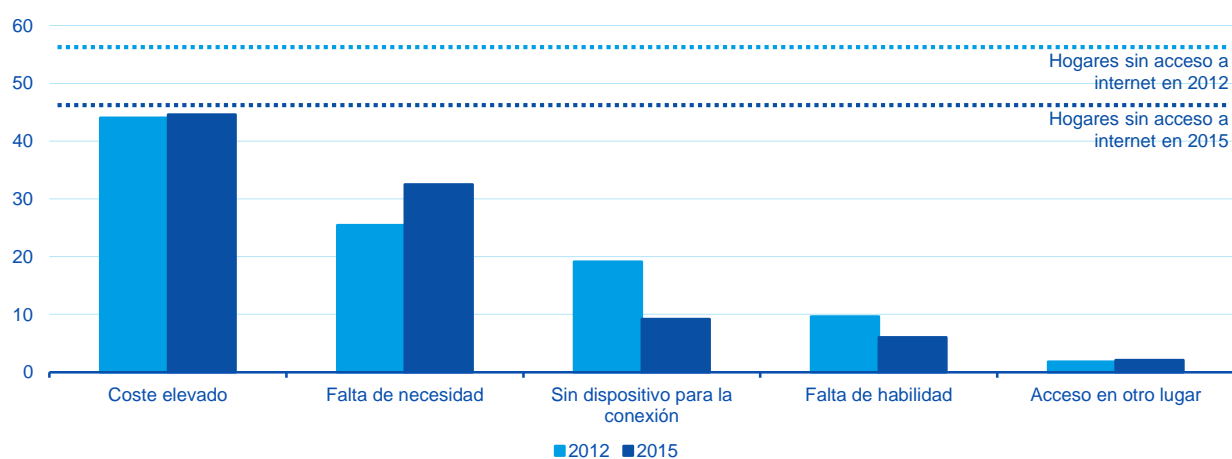
Como fruto de la rápida evolución del acceso a internet, el porcentaje de hogares sin acceso a éste se ha reducido notablemente entre 2012 y 2015, pasando de en torno a un 60 por ciento de hogares (2007) a un 47 por ciento en 2015.

Los motivos por los que los hogares no tienen acceso a internet son variados y se reflejan en el Gráfico 3. El obstáculo principal percibido por los hogares colombianos para acceder a internet es el económico. En torno al 46 por ciento de hogares sin acceso alegan que no lo tienen porque les resulta demasiado caro. Además, esta barrera ha aumentado ligeramente su peso entre 2012 y 2015. En segundo lugar, se encuentra la falta de necesidad (barrera auto-impuesta o voluntaria), siendo éste el motivo de no tener acceso a internet para más del 30 por ciento de hogares. No obstante, esta barrera suele ser importante e ir en aumento a medida que el acceso a internet se generaliza en una sociedad, ya que el resto de obstáculos se reducen con el tiempo.

El resto de obstáculos para el acceso a internet, como la falta de un dispositivo para conectarse y la falta de habilidad, detentan un peso inferior al 10 por ciento, y su importancia ha disminuido notablemente entre 2012 y 2015.

Cabe destacar que si se analizan las barreras de acceso por edades, la barrera económica se reduce conforme aumenta la edad de los individuos, mientras que la falta de habilidad y la falta de interés aumentan a medida que se incrementa la edad. El conocimiento de los obstáculos que perciben los habitantes de un país para acceder a internet, y el perfil de la población que percibe cada obstáculo es fundamental a la hora de tomar decisiones políticas en materia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), señalando así el camino hacia posibles soluciones, en este caso, dirigidas fundamentalmente al ámbito económico.

Gráfico 3

Barreras de acceso a internet en el hogar

Fuente: BBVA Research, base de datos GEIH y ECV

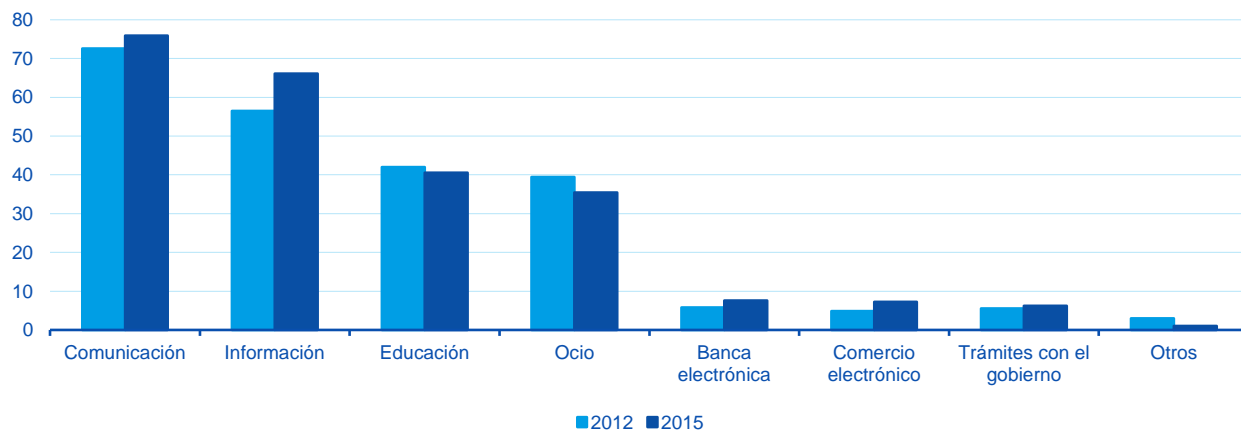
Una vez analizados los problemas para acceder a internet, nos centramos en los individuos que sí acceden, estudiando los lugares principales de uso y las actividades que se realizan a través de internet. Respecto a los lugares de acceso a internet, en Colombia la mayoría de los individuos accede en el hogar, el cual ha cobrado mayor importancia en 2015, respecto al año 2012, hasta alcanzar un 43 por ciento de individuos. El lugar de trabajo también ha cobrado importancia, pasando de una representación del 14 por ciento en 2012 a algo más del 16 por ciento en 2015, similar a la de los centros educativos. Cabe señalar que el cibercafé ha perdido bastante importancia, ya que en 2012 era el sitio principal de acceso para más del 22 por ciento de usuarios, mientras que en 2015 solamente el 11 por ciento de los individuos lo considera el lugar principal de acceso a internet.

En el Gráfico 4 se presentan las actividades realizadas en internet por los colombianos, destacando aquellas relacionadas con la comunicación y la información. Las actividades online vinculadas con la educación son más comunes que las relacionadas con el ocio, hecho que no suele observarse en el resto de países en general, donde el ocio siempre supera a las actividades educativas. Entre 2012 y 2015 se observa un aumento notable de las actividades relacionadas con la información y la comunicación, así como de actividades menos tradicionales.

En referencia a las actividades más novedosas, como la banca electrónica y el comercio electrónico, éstas han aumentado un 30 y un 50 por ciento, respectivamente, entre el año 2012 y 2015; alcanzando un nivel de uso de comercio electrónico del 7,3 por ciento y de un 7,6 por ciento en el caso de la banca electrónica. Los trámites con el Estado muestran unos porcentajes similares a estas dos actividades.

Gráfico 4

Actividades en internet: usos en el último mes (%)



Fuente: BBVA Research, base de datos GEIH y ECV

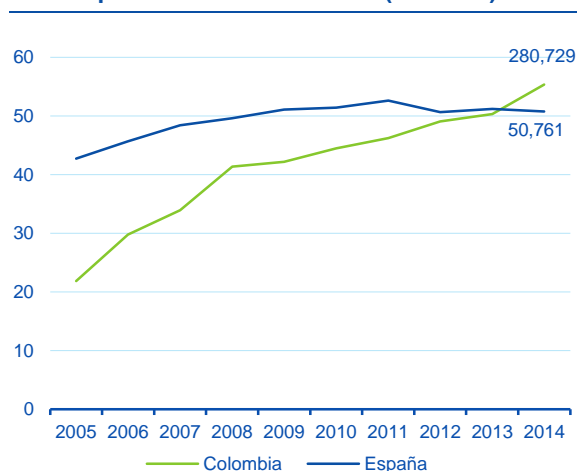
Si nos centramos en la situación de las TIC desde una perspectiva estatal, el uso de internet, así como de la banca electrónica y el comercio electrónico es menor en la zona oriental del país, especialmente en Orinoquia-Amazonas y Centro-Oriente. Por el contrario, Bogotá y Antioquía se sitúan a la cabeza en estos términos.

También existen diferencias según las características socio-económicas de la población. Los atributos predominantes en la mayoría de usuarios de internet son tener una edad comprendida entre 16 y 24 años y un nivel de educación elevado. Así, más del 85 por ciento de los individuos con educación universitaria son usuarios de internet frente al 30 por ciento de los individuos con educación primaria. Respecto a la banca electrónica y el comercio electrónico, la educación universitaria también es relevante, seguida del nivel de ingresos, especialmente a la hora de utilizar banca electrónica.

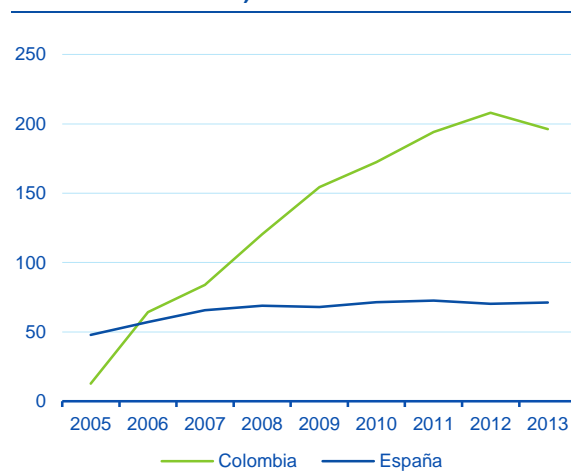
3. Desde el lado de la oferta

En este apartado se hace referencia fundamentalmente a suscripciones y precios, información proporcionada por las empresas que ofrecen los servicios relacionados con las TIC. La telefonía móvil está ganando importancia, experimentando un crecimiento marcado en el número de suscripciones entre 2005 y 2014. Esto se ha traducido además en un significativo aumento del tráfico de minutos en llamadas móviles, que se ha multiplicado por 15 entre 2005 y 2013, en contraste con el tráfico en España, que se ha mantenido prácticamente constante (véase el Gráfico 5).

Gráfico 5
Subscripciones a teléfono móvil (millones)



Tráfico de llamadas móviles nacional (miles de millones de minutos)



Fuente: BBVA Research & ITU

Cabe señalar que el coste de un minuto de llamada resulta más caro en Colombia que en España, siendo éste de 2,15 USD y 0,29 USD, respectivamente, en el año 2014.

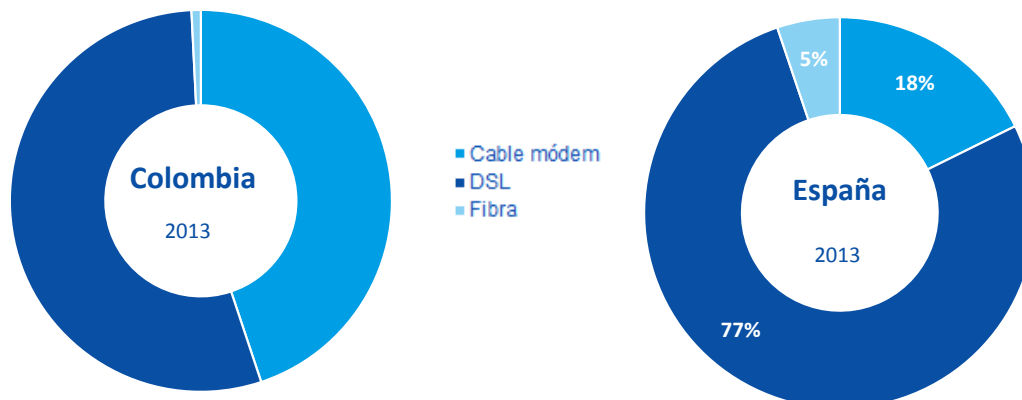
Respecto a la banda ancha fija, el número de suscripciones se ha multiplicado por 17 entre 2005 y 2013, ya que en el año 2005 las suscripciones a banda ancha fija eran prácticamente inexistentes. Pese a su crecimiento importante, Colombia aún se encuentra por debajo de las suscripciones de banda ancha de España, con en torno a 4 millones de suscripciones en 2013, frente a 12 millones de suscripciones en el caso español. En el Gráfico 6 se presenta la desagregación de las suscripciones de banda ancha según el tipo de tecnología usada para conectarse a internet en el año 2013. Así, más del 50 por ciento de las suscripciones a banda ancha fueron del tipo DSL, siendo prácticamente la totalidad de las restantes del tipo cable módem.

El coste mensual de suscripción a banda ancha fija ha disminuido notablemente entre 2008 y 2014, especialmente a partir del año 2010, cuando el coste era superior a los 60 USD reduciéndose hasta los 31 USD en 2014, precio inferior al de España (36 USD).

La velocidad de navegación de banda ancha fija se sitúa en 1 Mbit por segundo en 2014, similar a la de España, si bien se experimentaron caídas en la velocidad de navegación en los años 2011 y 2012.

Gráfico 6

Actividades en internet: usos en el último mes (%)



Fuente: BBVA Research & ITU

A parte del crecimiento pronunciado en las subscripciones de banda ancha fija, Colombia ha destacado fundamentalmente por el aumento exponencial en las subscripciones de banda ancha inalámbrica, multiplicándose por 13 entre 2009 y 2013. Esto supone que el 25 por ciento de los colombianos están suscritos a banda ancha inalámbrica, de los cuales prácticamente el 100 por cien están suscritos al tipo móvil.

4. Regulación

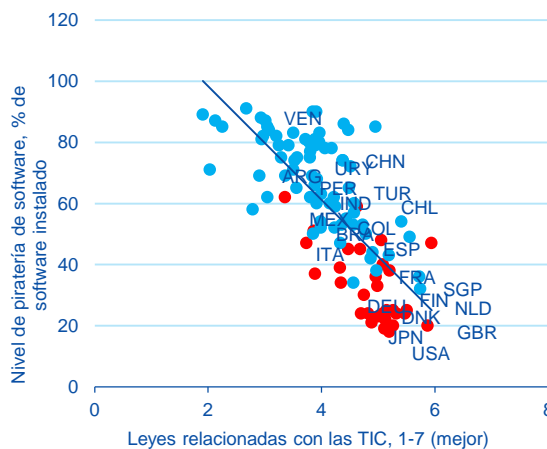
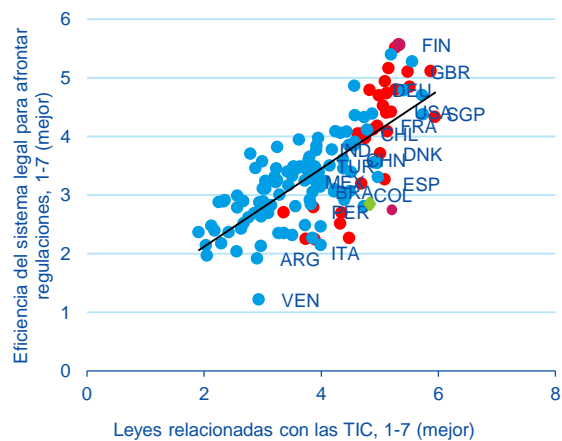
Respecto a la regulación, a través de gráficos de dispersión queda constancia de que a medida que aumenta el número de leyes relacionadas con las TIC, el nivel de eficiencia del sistema legal aumenta. Colombia tiene una calificación de 4,2 sobre 7 en cuanto a existencia de leyes relacionadas con las TIC, puntuación similar a la de Chile, e incluso a la de algunos países europeos como Alemania. Sin embargo, parece que este hecho todavía no se ha trasladado plenamente a la eficiencia del sistema legal para afrontar nuevas regulaciones, ya que la puntuación de Colombia en este aspecto es de 3,1 sobre 7, cercana a la de Perú y Brasil, países con una calificación inferior a 4 puntos en el ámbito de leyes relacionadas con las TIC. A medida que aumentan las leyes relacionadas con las TIC, el nivel de piratería disminuye, existiendo una fuerte relación negativa entre ambas.

Parece que en Colombia influye la existencia de leyes TIC a la hora de reducir el nivel de piratería, encontrándose en el Gráfico 7 de la derecha prácticamente en la línea de tendencia. Así, Colombia registró en 2015 un nivel de piratería del 52 por ciento, mientras que otros países como Chile registraron un nivel de piratería superior a pesar de tener mejor puntuación en la eficiencia del sistema legal y existencia de leyes relacionadas con las TIC. Los países nórdicos y Reino Unido se encuentran a la cabeza, con numerosas leyes relacionadas con las TIC vinculadas a un elevado grado de eficiencia en el sistema legal y un nivel de piratería bastante bajo en comparación con otros países (véase el Gráfico 7).

La regulación también es fundamental para el emprendimiento, medido en este caso como la creación de nuevas empresas por cada 1.000 trabajadores. Si cruzamos este indicador de emprendimiento con un ranking de facilidad para hacer negocios (relacionado estrechamente con la regulación de cada país), las primeras posiciones del ranking suelen coincidir con los países que crean un mayor número de empresas, como Australia y Reino Unido. En este sentido, Colombia se encuentra en un punto medio con un nivel de emprendimiento similar al de Perú y Corea.

Gráfico 7

Leyes TIC: Relación con la eficiencia y la piratería



Fuente: BBVA Research & World Economic Forum

AVISO LEGAL

El presente documento, elaborado por el Departamento de BBVA Research, tiene carácter divulgativo y contiene datos, opiniones o estimaciones referidas a la fecha del mismo, de elaboración propia o procedentes o basadas en fuentes que consideramos fiables, sin que hayan sido objeto de verificación independiente por BBVA. BBVA, por tanto, no ofrece garantía, expresa o implícita, en cuanto a su precisión, integridad o corrección.

Las estimaciones que este documento puede contener han sido realizadas conforme a metodologías generalmente aceptadas y deben tomarse como tales, es decir, como previsiones o proyecciones. La evolución histórica de las variables económicas (positiva o negativa) no garantiza una evolución equivalente en el futuro.

El contenido de este documento está sujeto a cambios sin previo aviso en función, por ejemplo, del contexto económico o las fluctuaciones del mercado. BBVA no asume compromiso alguno de actualizar dicho contenido o comunicar esos cambios.

BBVA no asume responsabilidad alguna por cualquier pérdida, directa o indirecta, que pudiera resultar del uso de este documento o de su contenido.

Ni el presente documento, ni su contenido, constituyen una oferta, invitación o solicitud para adquirir, desinvertir u obtener interés alguno en activos o instrumentos financieros, ni pueden servir de base para ningún contrato, compromiso o decisión de ningún tipo.

Especialmente en lo que se refiere a la inversión en activos financieros que pudieran estar relacionados con las variables económicas que este documento puede desarrollar, los lectores deben ser conscientes de que en ningún caso deben tomar este documento como base para tomar sus decisiones de inversión y que las personas o entidades que potencialmente les puedan ofrecer productos de inversión serán las obligadas legalmente a proporcionarles toda la información que necesiten para esta toma de decisión.

El contenido del presente documento está protegido por la legislación de propiedad intelectual. Queda expresamente prohibida su reproducción, transformación, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, extracción, reutilización, reenvío o la utilización de cualquier naturaleza, por cualquier medio o procedimiento, salvo en los casos en que esté legalmente permitido o sea autorizado expresamente por BBVA.