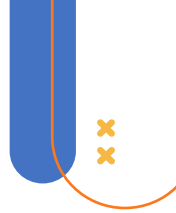


//////////
**REPORTE DE
INDUSTRIA DE LOS
SECTORES TIC Y
POSTAL 2022**

SEPTIEMBRE DE 2023



COMITÉ DE COMISIONADOS DE COMUNICACIONES

Nicolás Mauricio Silva
Comisionado y Director Ejecutivo

Paola Andrea Bonilla
Comisionada

Lina María Duque
Comisionada

Zoila Vargas Mesa
Coordinadora Ejecutiva

EQUIPO DE TRABAJO

Miguel Andrés Durán
Coordinador de Inteligencia y Análisis de Datos

Juan Fernando Plazas
Santiago Bermúdez



LAS COMUNICACIONES Y LA REGULACIÓN COMO MOTORES DE DINAMISMO

Por: Nicolás Silva Cortés
Director Ejecutivo de la CRC

Con el objetivo de empoderar a los agentes del ecosistema digital a través de la provisión de información y análisis relacionados que permitan profundizar en el conocimiento de los sectores TIC y Postal, desde 2012, la Comisión de Regulación de Comunicaciones pública anualmente el Reporte de Industria de estos sectores, y así proveer un panorama completo para nuestros grupos de valor.

Una mayor disponibilidad y acceso a información fortalece la mejora regulatoria al permitir conocer cada vez más y mejor los mercados regulados, así como sus dinámicas. También es un elemento de transparencia del regulador y a su vez fortalece esquemas de autorregulación de los actores. Para ello, la estrategia de datos abiertos de la CRC, junto con la generación informes sectoriales y reportes periódicos, han apalancado los objetivos misionales que conducen a contar con más oferta de servicios, mejor calidad y proveer un entorno regulatorio que fomente el dinamismo de una industria caracterizada por la innovación y capacidad de adaptación a entornos cambiantes.

En 2022, el sector TIC supo entender y adaptarse a un entorno de recuperación económica y con ello de más y mejores condiciones de conectividad de hogares y empresas. La provisión del servicio de Internet, tanto fijo como móvil, lideró el comportamiento del sector en materia de ingresos y de accesos, conduciendo a alcanzar una penetración de 77 por cada 100 personas en Internet móvil y de 51 por cada 100 hogares en Internet fijo. Así mismo, las mejoras en infraestructura se ven reflejadas en un mayor despliegue de sitios con tecnología 4G, que creció el 10,9% en el último año, lo que ha permitido dar soporte al consumo de datos desde terminales móviles cuyo tráfico creció el 62,8%. En materia de Internet fijo, se destaca una mayor oferta del servicio a través de fibra óptica, con un incremento de más de 715 mil accesos bajo esta tecnología, y el consecuente aumento en las velocidades de descarga.

Lo anterior se vio acompañado de una reactivación de las inversiones en publicidad asociada a los servicios de radiodifusión, y en particular a la radio comercial, servicio que en 2021 no mostraba una recuperación del freno súbito derivado de la emergencia del COVID-19. Respecto de esto último, los cambios en las preferencias de los usuarios se reflejaron significativamente en el sector postal, impulsando la adopción del comercio electrónico, apalancado en los envíos individuales de la mensajería expresa. En tanto, los envíos masivos, como la entrega de facturas, han venido experimentando ajustes a la baja.

Aun cuando los resultados son optimistas y la transformación digital se sigue consolidando paulatinamente en el país, la industria TIC y el regulador enfrentan retos para impulsar aspectos clave como lo son el cierre de la brecha digital, la modernización de las redes móviles, la mejora en la asequibilidad de los servicios, y la adaptación a los cambios que enfrenta de manera acelerada el sector postal.

Así mismo, desde la política pública se viene impulsando la consolidación de nuevos actores, con miras al despliegue de redes en zonas apartadas, y en materia de modernización, en 2023 se adelanta tanto la renovación de permisos de uso de espectro para servicios móviles como la subasta de espectro en bandas IMT, incluidas las asociadas a la futura prestación de servicios 5G. Esto último vislumbra posibles escenarios de compartición y cooperación entre actores para apalancar nuevas inversiones, y demandará un uso más eficiente de la infraestructura y una visión cada vez más innovadora del regulador frente a estas tendencias.

En materia de asequibilidad, aun cuando los precios de los servicios de telecomunicaciones no tuvieron variación en 2022, el escenario de estabilidad de podría verse afectado a futuro por las presiones inflacionarias del año inmediatamente anterior. Este hecho implicará para el regulador continuar sus labores de monitoreo, y a partir de las mismas y en el marco de sus funciones, determinar la necesidad de adoptar nuevas medidas, siempre en beneficio de los usuarios.

Les extiendo la invitación a conocer con mayor detalle el panorama de las industrias TIC y Postal para el año 2022 contenido en el presente reporte, en el que se presentan los datos más relevantes de los sectores regulados por la CRC. Esta versión interactiva permite también ahondar en el detalle de cada uno de los servicios prestados por la industria.



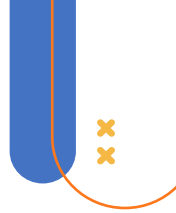
INTRODUCCIÓN

El 2022 la economía colombiana registró un crecimiento anual del Producto Interno Bruto -PIB- de 7,3% el cual estuvo apalancado en la dinámica observada en demanda interna. Los crecimientos durante 2021 y 2022 permitió ubicar el nivel del producto en un valor superior en 10,44% a lo evidenciado en 2019, previo a la pandemia del COVID-19. En tanto, el mercado laboral cuya recuperación había estado rezagada respecto de lo evidenciado en el PIB, por primera vez desde la emergencia del COVID-19 la población ocupada fue superior a lo registrado en 2019, tendencia de recuperación que también se reflejó en la tasa de desempleo que para el total del año fue de 11,2%, inferior en 2,6 puntos porcentuales a la registrada en 2021.

En tanto, presiones internas y externas llevaron a que la inflación de 2022 alcanzara la cifra más alta en 23 años, llegando hasta el 13,1%. En este contexto, el Banco de la República continuó con el proceso de normalización monetaria para contener presiones inflacionarias. Este proceso inició en octubre de 2021, al llevar la tasa de intervención del 1,75% hasta 11% en diciembre de 2022. Los incrementos en la tasa de intervención incluso han continuado en el primer semestre de 2023.

En este contexto, las actividades económicas de información y comunicaciones tuvieron un crecimiento más robusto que el total de la economía, y no se observó el traslado de las presiones inflacionarias a estos servicios. Así, el crecimiento del valor agregado de estas actividades fue de 11,3%, superior en 6,7 puntos porcentuales al total de PIB y en materia de inflación, los servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet fue de 0% en 2022, en contraste con la inflación total de 13,1%.

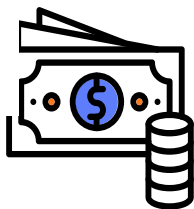
Con el ánimo de proveer el panorama consolidado por servicio, desde 2012, la Comisión de Regulación de Comunicaciones tomó la iniciativa de presentar anualmente las tendencias y principales indicadores de los sectores regulados en el Reporte de Industria brindando a la ciudadanía y al sector la información para la toma de decisiones. Desde 2019, integró el sector Postal al reporte, brindando con ello un panorama más completo de la industria.



El Reporte de Industria de los sectores TIC y Postal de 2022 presenta los indicadores agregados más relevantes de cada uno de los sectores; En el sector de telecomunicaciones a partir del comportamiento del número de accesos, conexiones, tráfico, ingresos y participaciones de los operadores, entre otras variables. En tanto, para el sector postal, a partir de los ingresos y tráficos de los servicios de correo, mensajería expresa y giros postales.

Además de esta versión escrita que contiene los datos más relevantes en la última vigencia, la CRC dispone de una versión interactiva¹ con información más detallada sobre cada uno de los servicios de telecomunicaciones y postales de los últimos cuatro años. Toda esta información se complementa con diferentes documentos (Data Flash) publicados por la CRC sobre los diferentes servicios, que pueden ser consultados en la plataforma de datos abiertos de la CRC “Postdata” (www.postdata.gov.co), así como también con los conjuntos de datos y tableros interactivos contenidos en este portal.

1. <https://reporte-de-industria-crc-2022.streamlit.app/>



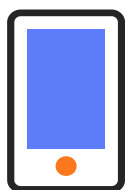
Los ingresos por servicios de Internet fijo y móvil evidenciaron crecimientos reales superiores al 12%. En materia de accesos, estos crecieron a tasas anuales de 5,6% y 5,5% respectivamente.



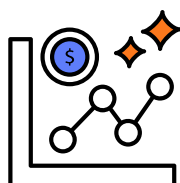
Las velocidades promedio de descarga de Internet fijo al cierre de 2022 tuvieron aumentos superiores al 60%. Este crecimiento ha estado asociado tanto con los aumentos en las velocidades de las conexiones por fibra óptica del 42,1% y de cable de 73,2%, como también con un mayor número de accesos por fibra.



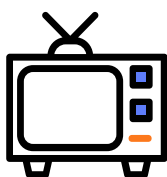
El tráfico de datos móviles creció 62,8%, soportado en el aumento trimestre a trimestre de los accesos, así como en mayores capacidades de Internet móvil en planes y paquetes que permitió que el tráfico por acceso creciera a lo largo de 2022, alcanzando el 47,1% en el cuarto trimestre de 2022



En 2022 se evidenció menor uso de los servicios de voz móvil y de SMS. En materia de voz móvil, continúa la disminución en el número de minutos cursados experimentada desde 2021 (-7,7% frente a 2020), alcanzando en 2022 una reducción de 16,1%, Los mensajes de texto entre usuarios volvieron a reducirse en a una tasa de 19,2%.



Los ingresos, en términos reales, de los servicios radiodifundidos aumentaron 2,2%. Por servicio, la televisión abierta decreció 0,2% en tanto, radio aumentó 6,5%.



84% de los hogares cuentan con televisor en casa. El 57% accede al servicio mediante televisión cerrada², el 23% de los hogares tienen acceso mediante la modalidad de televisión abierta³ análoga y el 21% a través de la Televisión Digital Terrestre.



Los ingresos de servicios postales tuvieron una contracción de 6,2% en términos reales. Mensajería expresa⁴ fue el único servicio que presentó una variación real positiva de 4,9%, explicado por el comportamiento de envíos individuales que aumentaron 7,1%.

2. De acuerdo con la Ley 182 de 1995, en la modalidad de televisión cerrada se encuentra la televisión por suscripción o la televisión comunitaria.

3. La televisión abierta es aquella cuya señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación usando el espectro electromagnético. En la actualidad conviven dos tecnologías para su transmisión. En la señal analógica, su transmisión se realiza en bandas VHF y UHF, el video se transmite en AM, mientras que el audio se transmite en FM. En tanto, la televisión digital se produce y transmite en bandas UHF en las cuales se transmiten códigos binarios donde cada bit es una representación de dos amplitudes distintas.

4. La Ley 1369 de 2009 lo definió como el servicio postal urgente como Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos

En 2022 los servicios de telecomunicaciones obtuvieron ingresos por 25,4 billones de pesos, un 9,9% más, en términos reales⁵ que en 2021. Los servicios de Internet fijo y móvil representaron el 59,7% del total de ingresos de 2022. En materia de telefonía móvil (voz, SMS y códigos cortos) tuvieron crecimiento real de 2,9%. En tanto, la variación real en los ingresos de los servicios voz fija se redujeron 0,9%.

De otra parte, los servicios radiodifundidos de televisión y radio, cuyos ingresos se asocian principalmente a pauta publicitaria, en conjunto crecieron 2,2%. En TV abierta, los ingresos disminuyeron en términos reales el 0,2%. En tanto, los ingresos de radio crecieron en términos reales el 6,5%.

Tabla 1. Ingresos de los servicios de telecomunicaciones 2021-2022 (en miles de millones de pesos)

Servicio	2021	2022	Variación nominal	Variación real
Telefonía Fija	1.885,4	1.741,8	-7,6 % ↓	-0,9 % ↓
Internet Fijo	6.190,3	6.475,6	4,6 % ↑	12,1 % ↑
Telefonía móvil (Voz y SMS)	2.597,0	2.490,7	-4,1 % ↓	2,9 % ↑
Internet móvil	7.962,5	8.700,3	9,3 % ↑	17,0 % ↑
TV abierta	1.833,0	2.016,1	10,0 % ↑	-0,2 % ↓
TV por suscripción	3.408,0	3.421,1	0,4 % ↑	7,7 % ↑
Radio comercial	499,6	586,1	17,3 % ↑	6,5 % ↑
Total	24.375,8	25.431,7	4,3 % ↑	9,9 % ↑

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC, Contaduría General de la Nación – CHIP.

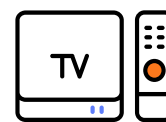
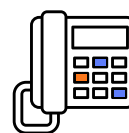
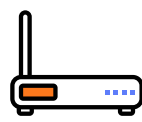
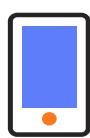
Nota: Variación real a partir de ajuste por IPC (base dic-2022) de servicios comunicación fija y móvil y provisión a Internet. Para servicios de radiodifusión (TV abierta y radio) se usó IPC total. Los ingresos por TV de los canales públicos regionales, locales y nacionales es la suma de las transferencias recibidas más los ingresos por Difusión de Televisión, y Programación y Producción de Televisión.

5. Variación real calculada a partir de ajustar los ingresos nominales por el IPC (base dic-2022) de servicios comunicación fija y móvil y provisión a Internet. Para servicios de radiodifusión (TV abierta y radio) se usó IPC total

En materia de accesos, todos los servicios de telecomunicaciones finalizaron el 2022 exhibiendo crecimiento respecto de 2021. Los servicios de telefonía e internet móvil fueron los que mayor dinámica mostraron en este periodo.

El servicio con mayor penetración en móviles fue la telefonía, con 156 accesos por cada 100 personas, mientras que en servicios fijos el de mayor penetración fue el Internet, con 51 accesos por cada 100 hogares.

Tabla 2. Accesos y penetración de los servicios de telecomunicaciones fijos y móviles en 2022



	Internet móvil	Telefonía móvil	Internet fijo	Telefonía fija	TV por suscripción
Accesos (millones)	40,11	80,81	8,92	7,59	6,30
Variación (2021-2022)	↑ 5,6 %	↑ 7,7 %	↑ 5,5 %	↑ 0,3 %	↑ 2,15 %
Penetración	77,6 %	156,4 %	51,4 %	43,7 %	36,3 %

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC, proyecciones de población y hogares de DANE.

Nota: Penetración de servicios fijos calculada como accesos por cada 100 hogares. Penetración de servicios móviles calculada como accesos por cada 100 personas

A continuación, se presenta con mayor detalle la evolución de los servicios móviles, fijos (telefonía, internet e Tv por suscripción) y los radiodifundidos.



SERVICIOS MÓVILES

Telefonía móvil (voz y SMS)

80,81

millones de
líneas

7,7%



135,6

miles de millones
de minutos

16,2%

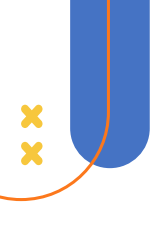


2,5

billones de
pesos

2,9%





El total de abonados a telefonía móvil alcanzó los 80,81 millones al cierre de 2022, 5,7 millones más que en 2021. La modalidad postpago representó el 24,6% de los abonados, con un crecimiento del 13,5% frente al 2021.

Al cierre de 2022, en la modalidad postpago se prestaban servicios empaquetados de telefonía e Internet móvil en el 84,8% de las líneas. En tanto, se prestó de forma individual la telefonía móvil en el 7,1% de las líneas y el Internet móvil se prestó como servicio individual en el 8,2% de los accesos.

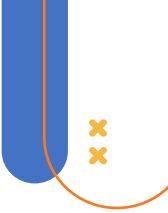
En tanto, la modalidad prepago tiene la particularidad que los usuarios conservan los accesos sin necesidad de haber realizado recargas, compra de paquetes o consumos por demanda. Esto les permite recibir llamadas y mensajes de texto, mas no consumos de internet móvil. La proporción de líneas prepago que no realizó consumos en 2022 fue en promedio del 66,1%, alcanzando en diciembre de ese año el 67,6%. En cuanto a las líneas que realizaron consumos, en el 79,5% de ellas fue de servicios empaquetados, seguido de telefonía individual en el 17,1% de ellas y 3,4% que sólo realizaron compras de datos.

De forma complementaria, en términos de portabilidad numérica móvil, en 2022 se registraron 7,96 millones de operaciones de portación de número, equivalente a 633 mil operaciones en promedio por mes. En comparación con el 2021, esto representa un incremento de 15,03%⁶.

En materia de tráfico de voz móvil, después de alcanzar el máximo en el tercer trimestre de 2020, este ha evidenciado una tendencia decreciente y en 2022 alcanzó 135,6 miles de millones de minutos, 16,2% menos que el año anterior. Este comportamiento se observó tanto en la modalidad postpago (-16,5%) como en prepago (-15,7%), siendo postpago la modalidad que tiene mayor participación en el total de minutos cursados (57% del total). Los ingresos de voz móvil en 2022 fueron de 2,3 billones de pesos, equivalente a un crecimiento real de 2,4% frente a 2021.

En cuando al servicio de mensajes cortos de texto - SMS, los ingresos fueron de 156 mil millones de pesos en 2022 (crecimiento real de 11,2% frente a 2021), de los cuales el 76,7% provinieron de mensajes cursados entre usuarios, y el restante 23,3% por mensajes de códigos cortos. El tráfico de SMS fue de 44.912 millones de mensajes en 2022 y creció el 3,8% frente al año inmediatamente anterior.

6. Para mayor detalle se puede consultar el [tablero interactivo](#) y los [Data Flash](#) dispuestos en Postdata.



En materia de Internet móvil, en 2022 los accesos incrementaron en 5,6% (correspondiente a un aumento de 2,15 millones), alcanzando 40,11 millones, de los cuales el 85,3% tuvieron acceso a redes con tecnología 4G, 13,2% en 3G y 1,5% en 2G⁷.

Los ingresos de este servicio ascendieron en 2022 a 8,7 billones de pesos, equivalente a un crecimiento de 17,0% en términos reales, frente al año 2021.

En cuanto al tráfico⁸, el mismo alcanzó en 2022 un total de 3.084,5 millones de GB, y creció 62,8% frente a 2021. Del total del tráfico, el 78,9% fue generado por usuarios que pagan un cargo fijo mensual. El tráfico por acceso al cierre del 2022 fue de 22,7 GB, 47,1% más que en el mismo periodo de 2021.

Finalmente, al cierre de 2022 los operadores tenían 25.466 sitios⁹ con infraestructura 4G, lo que representa un crecimiento de 10,9% con respecto a 2021.



Internet móvil

40,11

millones de
accesos

5,6%

3,08

miles de millones
de GB

62,8%



8,7

billones de
pesos

17,0%



7. Corresponde a la más alta tecnología utilizada por el abonado en el periodo de medición.

8. El tráfico total podría estar subreportado en el componente de Internet móvil por demanda, debido a la exclusión por parte de CLARO del tráfico cursado por usuarios que no realizan ningún tipo de pago, hecho que fue indicado por la CRC en el Data Flash 2020-001 e informado a la Dirección de Vigilancia, Inspección y Control del Ministerio TIC.

9. Corresponde al número de ubicaciones físicas de las estaciones base reportadas por cada operador.



SERVICIOS FIJOS

Telefonía fija

7,59

millones de
accesos

0,3%



1,74

billones de
pesos

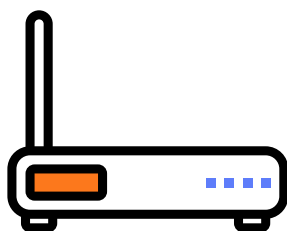
0,9%



Los ingresos por telefonía fija¹⁰ ascendieron a 1,74 billones de pesos, reduciéndose en términos reales 0,9%. El servicio de telefonía fija nacional representó el 92% del total de ingresos y el restante 8% se originó en servicios de Telefonía de Larga Distancia Internacional entrante y saliente.

En cuanto a líneas de telefonía fija, al cierre de 2022 se contabilizaron 7,59 millones, de las cuales el 91,3% pertenecían al segmento residencial. En comparación con el año 2021, las líneas residenciales aumentaron el 2% en 2022, en tanto, las líneas corporativas continúan en descenso, evidenciando una reducción del 11,1%.

En cuanto al servicio de Internet fijo, en 2022 alcanzó 8,9 millones de accesos, de los cuales, el 91,3% pertenecen al segmento residencial. Respecto de 2021, esta cifra representa aproximadamente 466,3 mil conexiones adicionales. Este comportamiento estuvo explicado principalmente por el incremento de 715,6 mil accesos de fibra óptica y una reducción en 250,1 mil accesos en xDSL. Lo anterior condujo a que el 57% de los usuarios estén conectados con tecnologías de cable, 29,1% con fibra óptica, 8,7% usando xDSL, y el 5,2% con otras tecnologías.



Internet fijo

8,92

millones de
accesos

5,5%



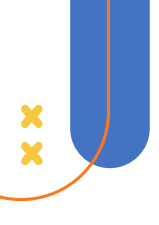
6,48

billones de
pesos

12,1%



10. Por disposición de la Resolución CRC 6333 de 2021 los datos de ingresos de Telefonía Local y Telefonía de Larga Distancia Nacional dejaron de ser reportados de manera independiente, y desde el periodo 2022-T1 se reportan de forma agregada para el servicio de Telefonía fija.



Las velocidades promedio de descarga residencial y corporativa continuaron evidenciando crecimientos a lo largo de 2022. Al cierre de 2022, el segmento residencial alcanzó 134 Mbps en descarga (77 Mbps en 2021) y en el segmento corporativo de 105 Mbps (65 Mbps en 2021). Este crecimiento ha estado asociado con los aumentos en las velocidades de las conexiones por fibra óptica, que llegó a 172 Mbps (121 Mbps en 2021), y de cable que alcanzó 145 Mbps (82 Mbps en 2021)¹¹.

Siguiendo la tendencia en los accesos, por concepto de prestación del servicio de Internet se registraron ingresos por 6,47 billones de pesos, que representa un crecimiento de 4,6% (crecimiento real de 12,1%).

Finalmente, la televisión por suscripción obtuvo ingresos de 3,42 billones de pesos, y un crecimiento en términos reales de 7,7% más que el año anterior. En materia de suscriptores, al cierre de 2022 se superaron los 6,3 millones, 2,15% más que en 2021. El 62,45% de los suscriptores en 2022 accedieron mediante tecnología digital, 17,78% a través de tecnología satelital, 16,32% por IPTV y 3,4% mediante cable análoga.

11. Para más detalle consultar el tablero interactivo disponible en <https://www.postdata.gov.co/informacion-internet-fijo>

SERVICIOS RADIODIFUNDIDOS



TV abierta

2,02

billones de
pesos

0,2%



En 2022, el 84% de los hogares contó con al menos un televisor en su hogar. Respecto del tipo de televisor, el 39% de hogares contó con Smart TV¹² y un 59% tenían TV a color sin acceso directo a internet¹³. Para acceder a la televisión abierta, el 23% de los hogares lo realizaron través de televisión abierta en su señal análoga y 21% accedió a través de la Televisión Digital Terrestre - TDT¹⁴ y el 57% lo hizo mediante la televisión cerrada

Tabla 3. Ingresos operadores TV abierta por modalidad (miles de millones)

Modalidad	2021 2	2022	Variación nominal	Variación real
Televisión Nacional Privada	1.184,1	1.318,0	11,3% ↑	1,0% ↑
Interés público regional	295,0	331,6	12,4% ↑	2,0% ↑
Interés público nacional	254,2	260,4	2,4% ↑	-7,0% ↓
Interés público nacional en concesión	48,1	50,1	4,3% ↑	-5,4% ↓
Local con ánimo de lucro	22,6	26,7	18,4% ↑	7,5% ↑
Local sin ánimo de lucro	29,1	29,3	0,7% ↑	-8,6% ↓
TOTAL	1.833,0	2.016,1	10,0% ↑	-0,2% ↓

Fuente: Contaduría General de la Nación – CHIP, FUTIC.

Nota: Los ingresos de los canales públicos regionales, locales y nacionales es la suma de: Transferencias, ingresos por Difusión de Televisión, y Programación y Producción De Televisión, Otros servicios (publicidad y otros), Comisiones por venta de publicidad.

12. TV con acceso a internet integrado

13. https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT_Hogares_2022-Informe_validacion_de_hipotesis.pdf

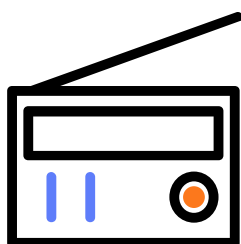
14. Los sistemas de acceso a TV no son excluyentes y pueden tener uno o más sistemas de accesos. Para mayor detalle consultar el informe ejecutivo estudio “El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2022”, disponible en https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/Infografia_de_resultados_Residencial_2022.pdf

El servicio de televisión abierta generó ingresos por 2,02 billones de pesos, lo que representa una reducción de 0,2% en términos reales en comparación con 2021. De este valor, el 65,4% correspondió a los ingresos generados por la TV nacional privada, la cual creció 1% en términos constantes. Por otra parte, los ingresos de la televisión pública regional crecieron 2% en términos reales, lo cual se entiende relacionado con la venta de otros servicios (publicidad, eventos).

En materia de radiodifusión sonora, de acuerdo con información del Ministerio de TIC, en el año 2022¹⁵ Colombia contaba con 1.718 emisoras radiales, de las cuales 770 correspondían a emisoras comunitarias¹⁶, 620 a comerciales y 328 a emisoras de interés público¹⁷.

Así mismo, 328 tienen frecuencia asignada en banda AM y las restantes 1.390 en la banda FM.

Los principales grupos radiales con frecuencias comerciales registraron ingresos ordinarios de 586,1¹⁸ mil millones de pesos en 2022, 6,5% más, en términos reales.



Radio

1.718

emisoras

0,59

billones de pesos



6,5%

15. Información actualizada al 6 de octubre de 2022.

16. Es el servicio sin ánimo de lucro cuya programación, de acuerdo con la Resolución MinTIC 2614 de 2022 debe ser orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación.

17. Son ejemplo de estas emisoras las Radio Pública Nacional de Colombia, emisoras de la Fuerza Pública, emisoras territoriales, emisoras educativas, emisoras educativas universitarias, emisoras para atención y prevención de desastres.

18. De acuerdo con información del Sistema Integrado de Reportes Financieros de la Superintendencia de Sociedades, Registro Único Empresarial y Social y notas a los estados financieros de empresas.

SERVICIOS OTT DE CONTENIDOS



De acuerdo con información de Business Bureau, en el cuarto trimestre de 2022, el 91,3% de los hogares con Internet fijo consumieron contenidos audiovisuales a través de servicios OTT¹⁹. Así mismo, el 38% de los usuarios de plataformas en línea reportaron no consumir programas de televisión nacional²⁰.

Los modelos de negocio de servicios OTT audiovisuales con mayor penetración en los hogares colombianos con Internet fijo son: video por demanda gratuito o con publicidad (89%), seguido de servicios de video por demanda con suscripción (79%) y los servicios de TV everywhere (38%)²¹. En promedio, los hogares usaron 6,4 plataformas, siendo las más usadas Netflix (71%), Youtube (51%), Amazon Prime video (34%), RCN (27%) y Disney+ (25%).

Los hallazgos en materia de cord-cutter²² del Estudio de OTT de la CRC en 2022²³ muestran que el 4% de hogares canceló el servicio de televisión por suscripción por tener aplicaciones de servicios de contenidos en línea. Este porcentaje es superior en 2,1 puntos porcentuales al reportado en 2021.

19. Los servicios OTT consisten en la transmisión de audio, video, texto y otros contenidos a través de Internet sin la intervención de los operadores tradicionales.

20. Para mayor detalle consultar el informe ejecutivo estudio “El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2022”, disponible en https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/Infografia_de_resultados_Residencial_2022.pdf

21. El modelo TV Everywhere (TVE) hace referencia al tipo de acceso a través de plataformas que replican la oferta de la TV por suscripción por medio de Internet. Hay plataformas gratuitas o pagas.

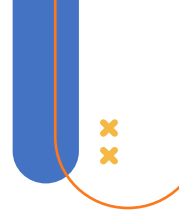
22. Es el fenómeno de cortar el servicio de TV paga por reemplazo en servicios de contenidos audiovisuales en línea.

23. https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/OTT_Hogares_2022-Informe_validacion_de_hipotesis.pdf.

Resultado similar encuentra Business Bureau según el cual el 3,9% lo hizo porque puede encontrar los mismos contenidos en Internet y el 2,8% porque el servicio de TV paga fue reemplazado por Servicios Pagos de contenidos online.

SECTOR POSTAL





En 2022, los operadores de servicios postales tuvieron ingresos por 2,4 billones de pesos, cifra que representó una reducción de 6,2% en términos reales frente a 2021.

Durante el año 2022, se realizaron más de 431 millones de transacciones, de las cuales el 64,8% correspondió a envíos de mensajería expresa, 24,6% a giros postales y 10,6% de envíos de correo realizados a través del Operador Postal Oficial.

Tabla 4. Ingresos (miles de millones de pesos) del sector postal según servicio

Servicio	2021	2022	Variación nominal	Variación real
Correo	94,1	83,7	-11,0% ↓	-19,0% ↓
Mensajería expresa	1.502,0	1.736,9	15,6% ↑	4,9% ↑
Giros postales	718,4	572,1	-20,4% ↓	-27,7% ↓
Total	2.314,5	2.392,6	3,4% ↑	-6,2% ↓

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC.

Para la prestación de los servicios postales el Operador Postal Oficial dispuso 1.315 puntos de atención fijos, de los cuales el 84,8% de estos tuvieron presencia fuera de las capitales de departamento. Por su parte, la mensajería expresa tuvo una mayor proporción de puntos de atención en las ciudades capitales en las que se concentró el 61,8% de sus puntos.

Finalmente, los operadores postales de pago²⁴ pusieron a disposición más de 46 mil puntos de atención ubicados en el territorio nacional con presencia en las 32 capitales y 795 municipios adicionales. De este total, en 5.382 puntos se posibilitó la realización de envíos o entregas de giros internacionales.

24. Son los operadores del servicio postal de pago, los cuales pueden prestar servicios de giros nacionales o internacionales usando para ello la infraestructura postal exclusivamente. Para su operación deben contar con la correspondiente habilitación del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Tabla 5. Número de puntos de atención físicos de Servicios Postales según tipo de servicio

Servicio	2021	2022
Correo	1.288	1.315
Mensajería expresa	6.305	6.871
Giros postales	43.897	46.144

Fuente: Elaboración CRC con base en los reportes de información al sistema Colombia TIC.

A continuación, se presentan los datos más relevantes de cada uno de los servicios postales. Para mayor detalle, consultar la plataforma de datos abiertos Posdata²⁵.

25. En este enlace encontrará el contenido relacionado con servicios postales https://www.postdata.gov.co/search/field_topic/mercado-postal-30/type/flash?sort_by=created



CORREO



Correo

45,6

millones de envíos

46,9%

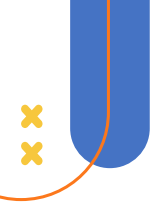


83,7

miles de millones de pesos

19%





El servicio de correo es prestado de manera exclusiva por Servicios Postales Nacionales S.A.²⁶. Sus ingresos por concepto de este servicio fueron 83,7 mil millones de pesos, 19% menos que en 2021 en términos reales.

El 85,29% de los ingresos estuvieron asociados a envíos de correspondencia, el 11,05% por envíos de encomienda, y el 3,66% restante por envíos de correo telegráfico.

Los ingresos por envíos de tipo individual representaron el 76,5% de los ingresos totales y cayeron 15,1% en términos reales respecto de 2021. Discriminando por ámbito²⁷, se redujeron en 54,4% en los ingresos en el ámbito de envíos internacionales de entrada, el ámbito local de envíos individuales tuvo una contracción real de 18,0%, mientras que en el ámbito nacional los ingresos aumentaron 1,2%.

En cuanto a los envíos masivos, en términos reales los ingresos se redujeron 29,6% respecto de 2021, y de este total, la variación en el ámbito local explicó 21,2 puntos porcentuales.

En materia de número de envíos, se contabilizaron 45,6 millones, lo que representa una reducción de 46,9% frente a 2021. Por tipo de envíos, los masivos representaron el 77,5% del total en 2022, mostrando en todo caso una reducción de 50,7% respecto de 2021.

Discriminando por ámbito, el 96,6% de los envíos por el servicio de correo se realizó en el ámbito local y nacional, los cuales tuvieron contracciones en el número de envíos de 55,1% y 38,3% respectivamente. Por su parte, los envíos internacionales de entrada se redujeron el 44,3% frente a 2021.

26. Este servicio se divide en:

• Envíos de Correspondencia: es el servicio por el cual el Operador Postal Oficial o Concesionario de Correo recibe, clasifica, transporta y entrega objetos postales, el cual se clasifica en prioritarios y no prioritarios de correo de hasta dos (2) kilogramos.

• Encomienda: Servicio obligatorio para el Operador Postal Oficial o Concesionario de correo, que consiste en la recepción, clasificación, transporte y entrega no urgente, de objetos postales, mercancías, paquetes o cualquier artículo de permitida circulación en el territorio nacional o internacional, con o sin valor declarado, hasta un peso de 30 Kg.

27. El ámbito hace referencia al destino de los envíos. Se clasifica en local cuando los envíos son destinados al mismo municipio o área metropolitana en la cual fueron recibidos por el operador. Son ámbito nacional el destino es diferente de donde fue recibido el objeto postal.

28. La Ley 1369 de 2009 definió este servicio como servicio postal urgente como Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos.



MESAJERIA EXPRESA²⁸



Mensajería expresa

279,2

millones de envíos

1,74

billones de pesos

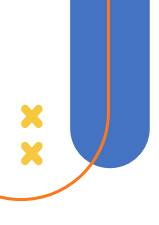
0,81%



4,9%



28. La Ley 1369 de 2009 definió este servicio como servicio postal urgente como Servicio postal urgente que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, recolección, clasificación, transporte y entrega de objetos postales hasta de 5 kilogramos.



A través del servicio de mensajería expresa se realizaron 279,2 millones de envíos en 2022, un 0,8% menos que en el año 2021. El 53,2% de ellos fueron envíos masivos, los cuales se contrajeron a tasa anual de 6,6%. Por su parte, los envíos individuales representaron el 46,8% y aumentaron 6,8% frente a lo observado en 2021.

Discriminado por ámbito geográfico, el 57,56% fueron de ámbito nacional, 40% de ámbito local, 2,05% correspondieron a envíos internacional de entrada y el 0,37% a envíos internacionales de salida.

En materia de ingresos, en 2022 la prestación de este servicio percibió 1,74 billones de pesos, 4,9% más en términos reales que en 2021. Discriminado por tipo de envío, los individuales generaron ingresos por 1,59 billones, los cuales aumentaron 7,1% respecto del año anterior. Por ámbito geográfico, los envíos nacionales representaron el 74,3% de los ingresos, seguidos de los asociados al ámbito local con un 13,7%.



GIROS POSTALES



Giros postales

106,1

millones de
giros

5,3%



18,3

billones de pesos
movilizados

19,8%

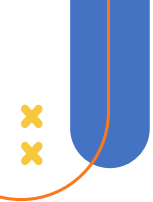


0,57

billones de
pesos

27,7%





Los operadores de los servicios postales de pago movilizaron un total de 18,3 billones de pesos en 2022 a través de 106,1 millones de giros. Tanto el valor de los giros como el número de envíos se redujeron anualmente a tasas reales de 19,8% y 16,9 %, respectivamente.

Por la prestación de este servicio, los operadores recibieron ingresos de 572,1 mil millones, 27,7% menos en términos reales que en 2021. Los giros nacionales representaron el 99,3% del total de ingresos.

En 2022, en promedio por cada giro los operadores tuvieron ingresos por \$ 5.450, siendo menores en 2,8% a los obtenidos en 2021.

Postdata
Más allá de los datos

