

Conferencia 'Novedades Regulatorias CRC'



Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información.

Universidad Externado de Colombia

19 de septiembre de 2024

Bogotá D.C., Colombia

Compilado por:

Felipe Andrés Bravo Colina

Universidad Externado de Colombia

© Universidad Externado de Colombia

Calle 12 No. 1-17 Este

Bogotá, D.C., Colombia

Teléfono: 282 60 66 Ext. 1105, 1106 esdercom@uexternado.edu.co

“El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión del (los) autor(es) y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad Externado de Colombia, ni genera su responsabilidad frente a terceros. El (los) autor(es) asume(n) la responsabilidad por los derechos de autor y conexos contenidos en la obra, así como por la eventual información sensible publicada en ella” Bogotá, Colombia. Septiembre 2024.

Apertura e Instalación del Evento

Intervención de la Directora del Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información, Dra. Sandra Milena Ortiz Laverde.

La Doctora Sandra inició con el agradecimiento por la asistencia a todos los presentes, en especial a la CRC por dar a conocer al público en general estas novedades tan fundamentales en el mundo de las telecomunicaciones. Luego, habló de un tema muy importante del cual la CRC ha hecho estudio permanente desde el 2016 y son los servicios OTTS. En el cual se pregunta si ¿hay sustitución o complementariedad?, interrogante que fue objeto de debate. Por todo lo anterior, lo que se buscó con el evento, fue conocer cuáles son esos cambios y por qué se llegó a la decisión de tener este tipo de mercados frente a las resoluciones que se han estado presentando.

Intervención de Laura Hernández Cruz, Asesora Económica de la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

La Dr., Laura comenzó su exposición con la explicación de la Resolución 7422 de 2024 (Establece la definición de nuevos mercados relevantes de televisión). Dicha resolución surge dentro del marco de un proyecto que todavía estaba en desarrollo en la comisión y es el proyecto de análisis de mercados de televisión. En ese sentido, la Comisión para hacer los estudios relacionados al marco de mercados tiene los lineamientos que se enmarcan en el Título III de la 5050. La cual es la Resolución Compileria de la Comisión en la que viene inmersa la definición de mercados relevantes.

Posteriormente, se hizo el análisis de competencia el cual es una prueba de tres criterios. En el que se estudia el estado de competencia actual y la efectividad del derecho de la competencia ex post, es decir, si hay elementos que se llevan a partir

de lineamiento de la SIC, que puedan llegar a corregir esos potenciales problemas que se encuentran en la competencia. Todo lo anterior sirve a la CRC para poder tomar medidas regulatorias.

Paralelamente, sostuvo que en Colombia tenían una visión preliminar de qué era la cadena de valor de sector televisión. Sin embargo, estaba regulada en términos muy amplios, la agregación de contenidos que se encargan de hacer críticas a películas, deportes o programas de contenido infantil, todo esto agregado en canales. Las casas productoras empiezan a hacer la agregación de los canales en paquetes y estos les venden a los operadores de televisión, los cuales se encargan de prestar el servicio de televisión a los usuarios.

Sumado a lo anterior, en la Comisión de Regulación se tenía definido el mercado minorista relevante de televisión multicanal. Que es el mercado que habla de la televisión abierta y cerrada. Es decir, es un mercado de dos lados, una plataforma de dos lados que está ofreciendo productos diferentes en donde la demanda de esos dos productos se encuentra interrelacionadas, en los cuales se tiene distribución de contenidos y pautas.

Por otra parte, se tienen los espacios de publicidad que no es un espacio de sustitución de competencia, sino que son complementarios. Porque las agencias y los anunciantes terminan invirtiendo en un mix de medios, no se van solamente por un tipo de publicidad, por el contrario, diversifican la forma en la que ellos llegan a los potenciales consumidores. Esa interrelación es lo que me determina que exista un mercado de los dos bajo este concepto y teniendo en cuenta precisamente los alcances que tiene la Comisión, se define el mercado relevante de distribución minorista de contenidos en canales de televisión abiertamente nacional operados por privados, como lo son: Caracol, RCN y Canal 1.

Sumado a lo anterior, habló de que no hay una sustitución perfecta de los canales porque no se está siempre hablando del mismo contenido, programas o tipologías.

Sin embargo, sí hay una competencia precisamente por esa calidad de los contenidos. Asimismo, es un mercado de alcance nacional porque no hay razones técnicas ni regulatorias para que la transacción sea diferente en el país, es por esto por lo que se habla del mercado mayorista de emisión de canales de televisión abierta nacional y regional.

Para cerrar, expuso el tema de la aclaración metodológica, siempre que se hable de escenarios de competencia potencial también se deben mirar los otros mercados o los otros servicios que lleguen a afectar el desarrollo a futuro del mercado.

Intervención de Guillermo Velásquez, Ingeniero industrial y Especialista en Regulación y Gestión de las Telecomunicaciones y Nuevas Tecnologías.

El Ingeniero comenzó su intervención con la mención de la actualización de la lista de mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante, en la cual hoy en día sigue esa distribución de mercado relevante que corresponde a servicios de comunicaciones móviles. Se tienen dos grandes grupos: mercados minoristas con alcance nacional (voz saliente móvil, internet y servicios móviles) y mercados mayoristas con alcance nacional (terminación de llamadas móvil-móvil, acceso y originación móvil).

Con eso y todo, procedió a realizar una demostración de la evolución que han tenido los mercados relevantes minoristas de servicios móviles, dentro de las cuales tenemos las siguientes:

Mercado	Fecha de definición	Última Revisión	Acciones Regulatorias
Voz Saliente Móvil	2009	2017	Constatación de dominancia del operador COMCEL:

			<ul style="list-style-type: none"> • Intervención al CA máximo • Tarife on net no puede ser mayor a la tarifa off net
Internet Móvil	2017	2017	No es susceptible de regulación ex ante y monitoreo
Servicios Móviles	2017	2017	Constatación de dominancia del operador CLARO y monitoreo

Por todo lo anterior, sostuvo que se llegó a la conclusión que el internet móvil no tiene ningún sustituto, ya que, las personas utilizan un dispositivo electrónico para conectarse a una red Wifi, el Wifi o el internet fijo no es un sustituto del internet móvil porque son características diferentes. El móvil puede sustituir al fijo, pero el fijo no puede sustituir al móvil. Sumado a esto, el Ingeniero estableció que mientras haya servicio existe un mercado desde el punto de vista cualitativo. Asimismo, se determinó que las aplicaciones de llamadas y mensajes de texto no sustituyen al servicio de voz y los mercados seguían existiendo tal como estaban definidos, empaquetamiento y dos servicios individuales.

Posteriormente, realizó una prueba de los tres criterios, la cual estaba conformada de la siguiente forma:

Análisis de competencia	Evolución y desarrollo mercado, concentración de mercado, condiciones de demanda y condiciones de oferta.
Potencial de competencia	Perspectivas de competencia
Aplicación derecho de la competencia	Cumplimiento de criterios previos

Para finalizar, afirmó que el mercado que realmente interesa es el de empaquetados por el tamaño que tiene tanto en ingresos como en accesos. No obstante, para el tema del mercado saliente móvil, de los tres mercados minoristas hay dos que son susceptibles de regulación ex ante (voz saliente móvil y servicios móvil). Estamos ante mercados concentrados donde hay un operador que tiene altas participaciones que han sido sostenidas en el tiempo. Además, relató el ciclo de vida de los servicios:

Etapa del ciclo de vida	Descripción	Acciones regulatorias
Etapa I	Introducción o desarrollo naciente	Monitoreo y promoción del crecimiento
Etapa II	Crecimiento Mercado	Acciones regulatorias incipientes
Etapa III (a)	Madurez	Esquemas más fuertes
Etapa III (b)	Decaimiento	Pérdida de importancia

Sumado a lo anterior, actualizó la lista de mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante, en cual se eliminó la voz saliente móvil dentro de la Resolución CRC 7424 de 2024.

Intervención de Luis Carlos Ricaurte, Economista y Asesor de la CRC.

Luis Carlos comenzó su exposición hablando del rol de los servicios OTT en el sector de las telecomunicaciones en Colombia 2023, dentro de los cuales nos mostró los antecedentes de estos:

2016-2017	2018	2019 a 2022	2023
<p>Recomendación de la hoja de ruta de Economía Digital: adelantar un proyecto centrado en el análisis de los servicios en línea/OTT.</p>	<p>Investigación sobre el uso de los servicios OTT en distintos países y su impacto en los servicios tradicionales (voz, mensajería y audiovisual). Se definió metodología de medición para Colombia.</p>	<p>Recolección de datos y validación de hipótesis:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicación 1 medición: 2019. • Publicación 2: medición 2020. • Publicación 3: medición 2022. Se incluye postal y radio fusión sonora. • Publicación 4: medición 2023. Se incluyen empresas. 	<p>Agenda regulatoria: Eje de innovación y mejora regulatoria.</p> <p>Empalme de la serie</p> <p>Publicación prevista para 2T-2024</p>

De igual manera, nos mostró la ficha técnica que nos determina el estudio que se realiza. Lo que se busca es medir hábitos y consumos, tenencia, usos desde el lado de la demanda con la finalidad de hacer un seguimiento a través del tiempo y los cambios que estos pueden generar con la llegada de las nuevas tendencias y

tecnologías. Implementado únicamente a hogares, personas y empresas. Asimismo, nos explicó la metodología de validación de hipótesis, la cual en términos generales el modelo está dado por la siguiente ecuación:

$$y_i = \alpha + \beta z_j + \theta x + \varepsilon_j$$

Paralelamente, nos expuso los resultados para el sector residencial que tiene ocho capítulos, los cuales son: Primero, equipamiento en el hogar (97% de la población tiene TV); Segundo, paquetes (el 44% de la población tiene servicios fijos empaquetados); Tercero, voz y datos móviles (el 64% de la población usa un operador y una app); Cuarto, servicios audiovisuales (el 58% tiene TV por suscripción); Quinto, servicios de mensajería móvil(99% de la población usa WhatsApp y el 66% utiliza SMS); Sexto, telefonía fija (el 20% de la población tiene un teléfono fijo); Séptimo, mensajería de documentos y paquetes (el 6% de la población envió documentos y el 7% envió paquetes); Y por último, audio difusión (el 48% de la población tiene un celular, el 34% radio, el 8% un computador y el 2% una Tablet) .

Añadió a lo anterior, la validación de resultados en donde la voz móvil no tiene diferencias estadísticamente significativas en donde una persona pueda estar reemplazando a otra. Luego, en el caso de mensajería instantánea la posible sustitución solo se podría ver cuando vemos efectos controlando por ingresos. Para el caso de voz fija encontramos efectos significativos para las poblaciones según el rango de edad. Es decir, las personas más jóvenes tienden a usar más aplicaciones para hacer llamadas en vez de la telefonía fija.

Por otro lado, para los servicios audiovisuales hay una mayor probabilidad de uso de una aplicación en contraste con los servicios tradicionales de televisión (suscripción o TDT) en la cual se encontró diferencias por ingresos. Sumado a esto, sostuvo que en radio no se encontró diferencias en cuanto a la frecuencia, pero sí se observa que las personas jóvenes tienden a usar más aplicaciones para

escuchar audio en vez de radio. Por último, en el caso de mensajería de paquete no se encontró evidencia de un desplazamiento en el uso de los servicios, pero es relevante decir que se tuvo una baja recolección de información.

De igual forma, expuso los resultados del segmento empresarial dentro de los cuales tenemos que: Primero, servicios audiovisuales (el 68% de las empresas invierten en publicidad); Segundo, telefonía fija (8 de cada 10 empresas tienen servicios de voz fija/móvil); Tercero, mensajería de documentos y paquetes (el 61% de las empresas envía documentos, el 69% envían paquetes y el 71% envía facturas/extractos); Y por último, servicio de mensajería móvil (en las empresas hay un 40% de gasto gracias al uso del WhatsApp empresarial y un 48% de gasto en mensajes de texto).

Para finalizar, el Departamento de Derecho, Comunicaciones y Tecnologías de la Información agradeció por la asistencia a los asistentes, tanto a los que estuvieron de manera presencial como virtual y en especial, a la Comisión de Regulación de Comunicaciones por la Conferencia de Novedades Regulatorias del año 2024.