

Bogotá, D.C. Julio 31 de 2010

Doctor
CRISTHIAN OMAR LIZCANO ORTIZ
DIRECTOR EJECUTIVO
COMISION DE REGULACION DE COMUNICACIONES
Ciudad

Respetado doctor:

En atención al contenido del documento “**Acceso a redes por parte de proveedores de contenidos y aplicaciones**”, publicado en la página Web de la Entidad por Usted representada, de manera atenta me permito presentar las respuestas a la consulta elevada al final del texto, las cuales han sido elaboradas por la Asociación de Operadores de TV por Suscripción y Satelital de Colombia – TVPC.

7.1 DEMANDA DE SERVICIOS:

1. Considera que el usuario colombiano representa un mercado potencial significativo para el desarrollo de diversos contenidos y aplicaciones?

Colombia presenta algunos rasgos que permiten entrever un potencial elevado para el desarrollo de contenidos:

- Es la economía No. 28 en tamaño poblacional¹.
- Es el país No. 15 en usuarios de Facebook².
- El ancho de banda utilizado es superior al promedio de la región³.

Específicamente, los consumidores colombianos han demostrado cada vez más su afán para acceder permanentemente a mejores contenidos y servicios a los que actualmente tienen a su alcance (TV (90%), telefonía (100%), Internet(50%)), pues aquello no resulta suficiente para la satisfacción de sus necesidades; tanto así que la información a la que pretenden tener acceso no está únicamente en los medios fijos sino también en los móviles, los cuales han alcanzado un significativo crecimiento, según las cifras que muestra el mismo documento sujeto a estudio.

Por lo anterior, es importante y vemos de manera positiva que la CRC se dé a la tarea de identificar y eliminar en el ámbito de sus facultades, las barreras que puedan llegar a impedir la entrada a nuestro país de nuevas tecnologías, servicios, contenidos y aplicaciones que permitan no solo satisfacer las demandas de los usuarios, sino el crecimiento de la industria.

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_population

² MINTIC. 2010. *Informe sectorial*.

³ Alkamai. 2010. *The State of Internet*.

2. Según su posición en el mercado, qué ha dificultado, o puede estar dificultando, la adopción de nuevos servicios de valor agregado por parte de los usuarios de servicios de telecomunicaciones en Colombia?

Sin lugar a dudas, la principal causa para la adopción por parte de la demanda, es el poder de compra que afecta toda la red de valor en la medida en que los servicios que pagan los usuarios finales deben proveer los ingresos suficientes para todos los agentes que intervienen en dicha red.

Para ilustrar lo anterior, basta con revisar el reporte *Connectivity Scorecard* de Nokia – Siemens que define al mercado Colombiano: “Colombia, - a Top 10 – performer, but trailing latin American peers limited by its macro-economic conditions”⁴

Esto implica que la regulación debe orientarse de modo que se facilite la comprabilidad, y la comprabilidad se mejora fundamentalmente por dos vías: bien tomando medidas que reduzcan los costos de prestación, cargas impositivas, costos de desarrollo de infraestructura o bien con medidas que promuevan la demanda.

Un ejemplo de inhibidores vía costos de prestación, son los elevados costos por el mal manejo y distribución inequitativa de la infraestructura para el transporte de la información (postes, ductos, etc.), lo que hace que cualquier intención inversionista desaparezca, dando como resultado una especie de “discriminación territorial” para el acceso al uso de tal infraestructura, pues mientras que en una ciudad es posible hacer uso de la postiería con mayor facilidad, en un municipio pequeño se elevan notablemente los costos para el operador que allí presta el servicio.

Para esta Industria resulta claro que nuestro país cuenta con los medios suficientes para recibir mejores servicios de valor agregado, eliminando las barreras de entrada al mercado de nuevos prestadores y así mismo, equilibrando las altas cargas regulatorias que soportan algunos sectores.

3. Considera que los precios a los que se ofrecen los servicios de valor agregado a los usuarios facilitan o dificultan el consumo por parte de estos?

A nivel de precio Colombia ha mejorado su posición notablemente. Los precios de la televisión por suscripción son los más bajos de la región⁵ y los precios para la banda ancha se encuentran por debajo del promedio⁶.

Si bien es cierto siempre habrá espacio para mayores reducciones, será el mercado mismo el que las genere.

⁴ <http://www.connectivityscorecard.org>

⁵ TVPC con base en operadores.

⁶ TVPC con base en Barómetro Cisco 2009.

En cambio, la comprabilidad tiene mucho espacio por mejorar vía costos ya que los márgenes que hoy en día obtiene la industria no son los mejores.

Para tal efecto el papel del regulador es trascendental en la identificación de los drivers de costos y cuellos de botella, razón por la cual como industria consideramos que la retroalimentación y discusión pretendida por esta consulta pública se mantenga en el tiempo hasta tener un diagnóstico completo del mercado.

4. Qué servicios se identifican de manera preliminar como de mayor acogida entre los usuarios?

Las cifras de la CRC, así como los estudios de diversas consultoras, indican un fuerte apetito por el uso de redes sociales. Las horas promedio de audiencia registradas por CNTV también indican un alto interés en los contenidos audiovisuales.

Así las cosas, por lo menos en lo que representa el mercado masivo y por las características propias de mercado incipiente, al menos en el mediano plazo la predilección se da hacia servicios de entretenimiento por encima de contenidos de uso cotidiano como los referidos a posicionamiento geográfico, transacciones, etc.

5. Qué porcentaje de sus ingresos corresponde hoy a la prestación de servicios adicionales al de voz? Adicionales al de acceso a Internet?

En el caso de los afiliados a TVPC, no convergentes, cerca del 90% de los ingresos se representa por suscripciones y el restante se reparte entre servicios Premium, PPV, VoD y revista de contenido.

Para empresas convergentes, los ingresos por acceso a Internet superan los ingresos por el servicio de televisión por suscripción, no ocurriendo lo mismo en el número de usuarios donde la relación es inversa.

En un operador convergente los ingresos de voz pueden ir de un 80% al 60% del ingreso, seguido por un 30% a un 20% de valor agregado y los ingresos por televisión van de un 20% al 10%.

6. Cuenta con información de consumo de los usuarios según descarga por tipo de contenido?

Las descargas en televisión por suscripción aún son un modelo de negocio incipiente. Ahora bien, las categorías de contenido en orden de importancia son: variedades, cultural, cine, deportes y música.

7. Relacione los servicios en cuanto a contenido y aplicaciones que su compañía actualmente ofrece a los usuarios?

Contenidos diferentes al ofrecido en forma de canales suscritos está en su etapa incipiente. Los servicios que involucran aplicaciones en el caso de televisión digital y que permiten interactividad se listan a continuación:

- PPV.
- VoD.
- Video recording.
- Programación remota a través del móvil.
- Agendamiento y manejo de alertas de programación.
- Contestación de llamadas.

No sobra decir, que falta por introducir aún muchos servicios que potencialmente pueden entregarse a través de la plataforma de los operadores de TV Paga, sin embargo aún no encuentran su modelo de negocio debido a la baja disponibilidad a pagar de los clientes por servicios adicionales.

8. Es importante el aprovechamiento de know how de terceros, como compañías del sector del entretenimiento, bancos, prestadores de salud, etc., para proveer nuevos servicios, y para satisfacer las nuevas demandas de los usuarios?

Es de vital importancia y se hace necesario que la CRC promueva su inclusión en las consultas y espacios de discusión. Es muy importante que esa parte de la industria se empiece incluso a considerar a nivel de los estudios y documentos de análisis de modo que la regulación adquiera una perspectiva más amplia del sector.

7.2 CONDICIONES DE ACCESO A REDES POR PARTE DE PROVEEDORES DE CONTENIDOS Y APLICACIONES

1. Qué elementos de las redes de los operadores se requieren para la prestación efectiva y eficiente de servicios de valor agregado sobre las redes de telecomunicaciones?

En muchos casos las relaciones entre proveedores de contenido y operador se encuentra embebidas en la cadena de producción del operador.

Sin embargo, en otros casos, cuando un tercero presta servicios que debe facturar por separado hace que el principal elemento para “montar” servicios sea la facturación y el recaudo, sin el acceso a éste se cierra una amplia gama de negocios.

2. Cómo se da la conexión entre la infraestructura dispuesta entre un proveedor de contenidos y aplicaciones y un PRS? Existen relaciones más directas que ubicar el respectivo contenido en la red para descarga de los usuarios?

En línea con el punto anterior, el operador puede ser en algunos casos, un mero canal para la entrega de servicios, esto no se limita sólo a la entrega de aplicativos o software, sino a servicios facturables a terceros. En términos del documento de la CRC, los servicios plataforma (donde la red es un intermediario) constituyen una opción importante.

Ahí se hace importante que la CRC estudie las potencialidades existentes e identifique a los agentes que podrían disparar ese tipo de relaciones comerciales.

3. Qué requerimientos técnicos ofrecen / se les solicita para la provisión de servicios adicionales sobre las redes de telecomunicaciones?

Al respecto, los servicios de soporte técnico son clave ya que sin ellos, la relación proveedor de contenidos y proveedor de red se hacen inestables y se compromete la calidad del servicio. Eso constituiría el piso de los requerimientos técnicos.

En un segundo plano se encuentra la interoperabilidad entre el contenido y la plataforma.

En un tercer plano se encuentran requerimientos a nivel de infraestructura física, pero esos casos son más restringidos.

4. Qué requerimientos económicos ofrecen / se les solicita para la provisión de servicios adicionales sobre las redes de telecomunicaciones?

Los requerimientos dependen del tipo de relación comercial y tienen que ver con los tres niveles descritos en la respuesta anterior.

5. Se presentan obstáculos en la prestación de contenidos y aplicaciones sobre redes de telecomunicaciones por parte de terceros?

No tenemos conocimiento de dificultades específicas.

6. Los PRS tienden a prestar los respectivos contenidos y aplicaciones bajo su propia marca y comercialización o por el contrario se identifica una amplia permisividad del operador en la prestación de los distintos servicios para acceder a las redes y a los usuarios?

Como un mercado incipiente la marca del operador predomina, sin que esto signifique una imposición para el proveedor de contenidos.

7. Se identifican limitaciones técnicas o de capacidad de las redes de telecomunicaciones en Colombia para la prestación de nuevos y más contenidos y aplicaciones?

En el caso de las redes de cable, la digitalización (bidireccionalidad) representa un reto grande. Actualmente los niveles de digitalización alcanzan el 30%.

8. Se identifican limitaciones técnicas de los terminales móviles que están disponibles en Colombia para la prestación de nuevos y más contenidos y aplicaciones?

La mayor limitación viene por la falta de definición por parte de la CNTV en materia de servicios móviles audiovisuales.

9. Consideran como posible entrada al mercado el acceso a los usuarios a través de los fabricantes y distribuidores de terminales en Colombia y el mundo?

Actualmente, usuarios con alto poder de compra importan o traen al país dispositivos como Apple TV, el cual ya incluso se consigue en el país. En un menor grado, habitantes repatriados traen dispositivos como el TiVO. Sin embargo, en el caso de este último se requiere de su alteración para su funcionamiento.

La proliferación de dichos terminales se encuentra aún en un nivel muy primitivo.

10. Encuentra relevante o necesaria la participación de terceros en la prestación de servicios que involucren contenidos o aplicaciones?

Es relevante en la medida en que los modelos de negocio lo exijan, no debe darse como una imposición ya que la terciarización ha alcanzado magnitudes importantes a nivel de desarrollo de contenidos e incluso gestión y operación, aspectos que hace 10 años era impensable que se terciarizaran por parte de un operador de red.

11. Cuánto representa de la estructura de costos de la prestación de contenidos y aplicaciones los costos de infraestructura (uso de la red, facturación, etc)?

De acuerdo con el modelo de costos de la industria de televisión por suscripción elaborado por la firma AFIANZA LTDA, los costos de contenidos puede representar entre un 20% y un 37% dependiendo de la escala del operador.

Ahora bien no tenemos conocimiento de la estructura de costos del proveedor de contenidos no tenemos conocimiento de dichos componentes.

7.3 FUTURO ECONÓMICO DE LOS PRS

1. Considera relevante para la expansión de los servicios de telecomunicaciones, la prestación de otros servicios soportados en contenidos y aplicaciones?

Es esencial teniendo en cuenta la pérdida de valor de la conectividad y la mayor valoración de las prestaciones que se pueden obtener a través de ella.

2. Los PRS consideran posible asumir directamente el diseño, operación e implementación de servicios de contenido o aplicaciones? Hacia el mediano plazo, qué porcentaje de los ingresos de los PRS lo constituyen desarrollos propios de aplicaciones y contenidos? Qué porcentaje de ingresos provendría de los acuerdos con terceros?

La producción propia actualmente genera ingresos inferiores al 3% del total, pero ha venido creciendo.

Los acuerdos con terceros no representan un componente estable ya que muchas veces dependen de decisiones de terciarización que varían año a año.

3. Cuáles son los principales aspectos a considerar en el proceso comercialización de nuevos servicios de contenidos y aplicaciones?

- Conocimiento del servicio de parte del usuario.
- Modelo sostenible de cobro.
- Aplicabilidad y apropiación por parte del usuario.
- Masificación de la prestación (inversión para que la red lo soporte)

4. Consideran viable la sostenibilidad del sector soportados en una mayor proporción en servicios no tradicionales como contenidos y aplicaciones?

Los procesos de reconversión hacia contenidos son lentos y requieren de mucho ensayo y error. Si se observan reportes anuales de operadores en la parte de proyecciones en el mejor de los casos dichos ingresos podrían oscilar entre un 5% y 20% en un horizonte de desarrollo de 5 años.

7.4 RETOS

1. Cuáles son las principales dificultades a la hora de gestionar este tipo de servicios con terceros?

Como cualquier relación comercial, siempre están expuestas a riesgos de expropiación del servicio por alguna de las partes (bien se porque el operador se apropia del contenido o porque el proveedor del contenido abandona al operador).

Dicho riesgo se mitiga con cláusulas de entrada y salida y períodos de exclusividad que la normatividad colombiana afortunadamente permite. La restricción de dichas libertades puede resultar problemática.

Otro riesgo se representa por la corriente creciente de cobros de derechos sobre los contenidos, en este respecto el regulador o el legislador podría dar

orden de modo que se asignen responsabilidades únicas y se evite el descreme del producto vía rentas de derechos de autor.

2. Cuáles son las principales exigencias técnicas para proveer servicios basados en contenidos de terceros o aplicaciones?

Las principales se centran en el soporte, la compatibilidad, los estándares aplicados, el control de calidad.

3. Cuáles son los principales retos regulatorios para un portafolio de servicios más amplio, en aspectos tales como:

- Conectividad debe primar hasta alcanzar masa crítica.
- Monitoreo permanente de las relaciones comerciales entre proveedores de redes y contenidos.
- Detección de cuellos de botella.
- *Forebearance* como criterio primario.
- Regulación focalizada cuando el cuello de botella no puede ser resuelto por el mercado.
- Elección de instrumentos regulatorios de bajo costo y alto impacto.

4. Considera relevante la definición de estándares para la definición de aspectos técnicos, económicos y jurídicos para obtener / ofrecer condiciones comparables de acceso y uso de la infraestructura utilizada, todo lo cual garantice una remuneración eficiente de la misma? Cuáles?

La definición de estándares es útil cuando la interoperabilidad entre éstos no se está alcanzando a través del mercado. Cosa distinta es que el mercado mismo escoja un estándar.

Por ello, sólo en el caso en que se detecte que la interoperabilidad se utilice como un medio para apalancar poder de mercado, en esa medida puede ser preferible la intervención regulatoria sobre el libre mercado.

En los anteriores términos, dejamos expuesta nuestra respuesta a la consulta propiciada por la Comisión.

Cordial saludo,



JAIME ANDRES PLAZA FERNÁNDEZ
Presidente TVPC