



Bogotá D.C., 24 de febrero de 2014.

**Doctor
Carlos Pablo Márquez Escobar
Director Ejecutivo
Comisión de Regulación de Comunicaciones-CRC
Ciudad**

Ref.: Comentarios a los documentos “Esquematización de los Servicios de Comunicación Audiovisual” y “Definición de Mercados Relevantes y Análisis de Competencia” desarrollados por la firma Blue Note Management Consulting (BNMC)

Respetado Doctor Márquez:

Cuestión Previa: La indispensable necesidad de acceso a información adicional

Antes de exponer nuestras observaciones puntuales, nos permitimos solicitar que, en aras de la transparencia y el equilibrio en el acceso a la información, se permita a todos los interesados conocer documentos relevantes, dentro de los cuales, por lo pronto, identificamos los siguientes:

- Informe I del estudio sobre empaquetamiento de servicios, elaborado por la firma BNMC para la CRC e informes posteriores al II referentes al mismo estudio, los cuales son citados en varios apartes de los documentos de BNMC¹ y que este consultor utiliza como argumento para llegar a las conclusiones sobre la ausencia de fallas en los mercados audiovisuales. Lo anterior considerando que solo hasta el mes de febrero la CRC publicó

¹ Documentos que entre otros cita BNMC en su bibliografía como “CRC. (2012). Análisis de Condiciones de Empaquetamiento en Colombia”, y “CRC. (2012). Estudio de Prácticas de Empaquetamiento de Servicios de Telecomunicaciones, Determinando Eventuales Fallas de Mercado y sus Posibles Medidas Regulatorias”

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711

parcialmente la información de dicho estudio (informe II) que data de agosto de 2012.

- Bases de datos de la información de campo que recolectó el consultor para realizar el correspondiente análisis de mercado. Se solicita que dicha base se suministre en un formato de común uso (Excel o similar).

De otra parte, también es indispensable conocer las razones por las cuales el proyecto de empaquetamiento de servicios, que se había incluido en las agendas regulatorias de años anteriores y del cual no conocimos sus resultados, no se incluyó en la agenda correspondiente al año 2014². Este es un tema fundamental, relacionado con evidentes fallas de mercado y problemas de competencia, con profundas implicaciones en las actuaciones particulares que la CRC adelanta respecto de algunos proveedores en mercados como el del Valle de Aburrá.

Valga anotar que el pasado 11 de febrero se publicó parcialmente el estudio de BNMC sobre esa materia, en el cual se hace referencia al proyecto de empaquetamiento de servicios; sin embargo, el mismo continúa sin ser incluido en la agenda de la CRC.

1. El indebido tratamiento a la evidencia de subreporte y las fallas de mercado que se evidencian en los estudios

En los documentos presentados se evidencia la existencia de un alto grado de subreporte, así:

“La penetración de los servicios de comunicación audiovisual cerrados de televisión, estimada con base en la información e la DANE, es del 74% en los municipios detallados, muy por encima de la reportada oficialmente para todo el territorio de Colombia, alrededor del 36%³. Originando indicios de un potencial sub-reporte de abonados del orden del 40% al 50% en 2012, como resultado de considerar la

² “El Comité de Expertos deberá informar y justificar en la Sesión de Comisión las modificaciones o ajustes que sufra la agenda regulatoria durante el año. A más tardar 15 días después de la modificación o ajuste, se hará pública la nueva versión de la agenda en la página Web de la respectiva Comisión” parágrafo del artículo 7 del decreto 2696 de 2004

³ “Penetración de hogares correspondiente a los servicios de comunicación audiovisual cerrados de televisión estimada según información de ANTV, presentada anteriormente en este documento en la figura “Evolución de suscriptores por tipo de operador”.”

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711

cantidad de hogares con servicio de televisión por suscripción, cable o antena, según el DANE menos la cantidad de usuarios oficiales de los servicios de comunicación audiovisual cerrados reportado por la ANE (aproximadamente 4.6 millones)” (Se subraya. La nota a pié de página se transcribe también literalmente)⁴.

Valga subrayar que desde los estudios realizados por la CRC en el año 2012, dicho subreporte ya era evidente para esta Comisión, en dimensiones similares a las indicadas por BNMC.⁵

Si bien el consultor advierte que existiría una alta tasa de subreporte, de los datos agregados no es posible calcular, cuánto corresponde a televisión por suscripción, cuánto a televisión comunitaria, y cuánto a sistemas ilegales como los equipos decodificadores denominados FTA, que cuentan con capacidad para alterar o violar las medidas tecnológicas de protección de las señales satelitales portadoras de programas, descifrándolas mediante llaves o códigos descargables de las Web/s o Satélites dispuestos para tal fin⁶. En todo caso es evidente que en su conjunto las cifras oficiales de la industria, en el mejor de los casos, corresponderían a cerca de la mitad de los usuarios que realmente disfrutaran del servicio.

Este hecho trascendental, génesis de muchos de los problemas que aquejan al sector, -dada la magnitud del subreporte que advierte el consultor-, es una falla de mercado fundamental, que de ninguna manera puede ser soslayado al analizar la realidad del mercado.

Las asimetrías y ausencias de información son consideradas en la literatura como una falla de mercado en las relaciones entre productor y consumidor, tal como lo han evidenciado ampliamente economistas de la talla del premio Nobel Joseph

⁴ Pagina 28 del reporte “*Esquemmatización de los Servicios de Comunicación Audiovisual*”

⁵ Conforme al “Documento Preparatorio: Diagnóstico del sector de televisión en Colombia y consulta pública para una agenda convergente - Documento de Consulta - Regulación de Mercados” de la CRC de marzo de 2012. los apartes pertinentes (pg 92 numeral 6.5.2. Subreporte): “*Este hecho se observa en las diferencias presentadas en la información registrada en la CNTV por parte de los operadores de televisión por suscripción y la registrada por la Gran Encuesta Integradas de Hogares del DANE y el Estudio General de Medios –EGM-. Según cifras de EGM, la penetración de la TV paga en Colombia en 2011 era del 77%, en tanto, los operadores oficialmente licenciados reportaron a la CNTV 3,7 millones de hogares, un 31%.*”

⁶ ANTV. Concepto de la ANTV frente a la recepción y distribución de señales satelitales y uso de equipos y/o sistemas tecnológicos con capacidad para descifrar señales satelitales sin autorización. Pág. 12.

Stiglitz⁷. Esta falla que deriva de la imposibilidad de los consumidores de acercarse eficientemente al mercado, tiene consecuencias mucho más graves cuando resulta de la ausencia o precariedad de información por parte de las agencias reguladoras encargadas de monitorear el mercado y establecer la regulación, sea ex ante o ex post. En palabras simples, el regulador de un mercado, ante la falta de información y la falla de mercado resultante, navega en un mar de incertidumbre, a oscuras y sin instrumentos.

Así, resulta que las conclusiones provenientes de la información "oficialmente" reportada por los diversos actores de mercado, no son confiables ni pertinentes respecto de la realidad a la cual debe aproximarse y modelar el regulador con el fin de analizar otras fallas, tales como altas concentraciones de mercado, poderes de dominio, rentas monopólicas u oligopólicas, subsidios cruzados, posibles precios predatorios, etc.

De otra parte, con base en el ejercicio de campo realizado por BNMC -cuyo diseño tiene una adecuada representatividad del conjunto del mercado nacional-, el mismo consultor estima la siguiente distribución de usuarios, según el sistema de acceso a servicios de televisión⁸, la cual puede proyectarse a un número de hogares, conforme a la proyección de hogares para el año 2013⁹, lo cual arroja un total de 13'020.867 hogares en el país, o 10'251.689, si solo se consideraran las cabeceras municipales:

Sistema	Porcentaje	Hogares DANE 2013	
		Total	Cabecera
No tiene TV	2.40%	312,501	246,041
Solo TV abierta	16.90%	2,200,527	1,732,535
Tiene TV cerrada	80.70%	10,507,840	8,273,113

⁷ Ver por ejemplo el documento: "Markets, Market Failures, and Development". Joseph E. Stiglitz. *The American Economic Review* Vol. 79, No. 2, Papers and Proceedings of the Hundred and First Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1989), pp. 197-203, Published by: American Economic Association. Disponible en el URL: <http://www.jstor.org/stable/1827756>

⁸ Numeral I.b en la página 5 y siguientes del documento de BNMC titulado "Definición de Mercados Relevantes y Análisis de Competencia"

⁹ Año en el que BNMC realizó dicho estudio de campo.

Ahora bien, con base en el mismo estudio de campo de BNMC, al desagregar de la misma forma los resultados referentes a la población que tiene sistemas de televisión cerrada, se encuentra lo siguiente¹⁰:

Tipo de acceso TV cerrada	Porcentaje	Hogares DANE 2013	
		Total	Cabecera
Cable	79.10%	8,311,701	6,544,032
Satelital	12.70%	1,334,496	1,050,685
Comunitaria	9.60%	1,008,753	794,219
IPTV	0.20%	21,016	16,546

De otra parte, las cifras reportadas a las autoridades del sector, son las siguientes:¹¹

Tipo de acceso TV cerrada	Usuarios reportados	Fuente	Ultima fecha
			disponible reporte
Cable	3,462,718	ANTV	Dic-13
Satelital	1,205,128	ANTV	Dic-13
Comunitaria	293,584	ANTV	Dic-11

Al contrastar esta información con la que resulta de la extrapolación de BNMC, se podría calcular el subreporte existente en cada una de las modalidades de prestación del servicio, según el universo del total de hogares y el universo de hogares en cabeceras municipales, así:

Tipo de acceso TV cerrada	Según BNMC-DANE 2013			Porcentaje reportado		Diferencias en usuarios	
	Usuarios reportados	Total	Cabecera	Sobre universo total	Sobre universo cabeceras	Sobre universo total	Sobre universo cabeceras
Cable	3,462,718	8,311,701	6,544,032	41.66%	52.91%	-4,848,983	-3,081,314
Satelital	1,205,128	1,334,496	1,050,685	90.31%	114.70%	-129,368	154,443
Comunitaria	293,584	1,008,753	794,219	29.10%	36.97%	-715,169	-500,635

Para efectos de nuestro análisis consideramos que, dada la conformación de las redes, y la accesibilidad técnica y comercial a los servicios, se debería evaluar esta situación respecto del universo de hogares en cabeceras municipales, donde

¹⁰ Tal como advierte el consultor, el total de porcentajes es ligeramente superior al 100% considerando que algo menos del 2% de los hogares tendrían más de un sistema funcionando.

¹¹ Se excluye la información de IPTV por ser mínima su participación (inferior a medio punto porcentual) y por no existir además información de reporte desagregada.

es más factible técnica y económicamente el despliegue de redes. Téngase en cuenta que, según la ficha técnica del ejercicio realizado por BNMC, el margen de error es del 7%¹². Así, de las tablas de análisis presentadas arriba, se concluye:

- En televisión por cable se presentaría un subreporte del 47,19%, equivalente a 3'081.314 suscriptores.
- En cuanto a la televisión satelital, existiría un número de usuarios superior al estimado por BNMC. Esta diferencia se puede explicar por la posibilidad de atender, aun cuando sea parcialmente en algunas zonas de fácil acceso, hogares fuera de las cabeceras municipales, dada la tecnología de acceso satelital utilizada, con lo cual, y considerando los márgenes de error del 7%, no se evidencia que exista subreporte.
- En el caso de la televisión comunitaria¹³, se evidencian una tasa de subreporte superior al 60%, lo cual equivaldría a cerca de medio millón de usuarios no reportados de estos servicios.

En ese orden de ideas y dados los altos niveles de subreporte que se evidencian en el caso de operadores de cable y de televisión comunitaria, se constituirían graves conductas como la evasión de aportes al Fondo para el Desarrollo de la Televisión que administra la ANTV y la falta de pago de los derechos por la utilización de la programación, actos contrarios a la competencia en el espacio de las fallas de mercado a las que nos referimos atrás. La magnitud de la problemática es tal que, como lo menciona BNMC, según los datos del DANE, el subreporte estaría entre el 40% y el 50% y, según el estudio de campo del mismo consultor, estaría entre el 41.66% al 52.91%. Esta conducta le estaría dejando al Estado pérdidas anuales, superiores a los 60 millones de dólares.¹⁴

¹² Ficha técnica anexo II página 154 del documento de BNMC titulado "Definición de Mercados Relevantes y Análisis de Competencia"

¹³ Con base en reportes del año 2011 que deberían ser actualizados por la CRC

¹⁴ Cifra que se obtiene de calcular la diferencia de usuarios entre la penetración de televisión por suscripción dada por el DANE a nivel nacional para 2012 en su Encuesta de Calidad de Vida (siendo esta la cifra más conservadora comparada con los cálculos hechos anteriormente) y la penetración dada por la ANTV, lo que arroja un número cercano a los 2.500.000 usuarios, por los que mensualmente el FONTV debería recibir por cada un cliente (componente variable y compensación) alrededor de COP\$2.500. Esto más lo que cada cliente debería pagar por IVA mensualmente basado en una tarifa promedio calculada por Business Bureau para 2012 en COP\$27.200. Cifra que finalmente se extrapola a un año.

Teniendo en cuenta entonces las fallas de mercado relativas a la información, se debe advertir que, antes de tomar decisiones regulatorias, bajo la asunción *a priori* de que no existen fallas relacionadas con poderes de dominio y posibles abusos de los mismos en los diversos mercados municipales, es necesario que se corrija previamente la evidente falla de información. Para el efecto, y como se planteará en las conclusiones y recomendaciones del presente documento, es indispensable que la CRC contrate la realización de ejercicios independientes y periódicos de medición de las variables fundamentales de mercado incluyendo las participaciones de cada proveedor (cantidades, precios promedio por estrato) en al menos los principales mercados municipales, de modo tal que, mientras que los reportes formales de los operadores no sean consistentes con los resultados de dichos ejercicios, sean estos los que se utilicen para efectos de monitorear, analizar y tomar decisiones regulatorias referentes a los mercados audiovisuales de televisión cerrada.

Frente a la práctica del subreporte hay que advertir que existe una directa relación entre la no digitalización de las redes y la existencia de prácticas de subreporte. Todos los sistemas satelitales utilizan decodificadores y formatos digitales, a diferencia de los sistemas de televisión por cable y de televisión comunitaria. En estos sistemas existe dispersión de tecnologías, incluyendo análogas, y, en muchos casos, ni siquiera existen de terminales codificadoras. Dado ese panorama es indispensable que la regulación establezca mínimos de calidad relacionados con la incorporación de tecnologías digitales en todas las redes de cable.

La evidencia del subreporte y su magnitud, que resultaría de los cuadros expuestos, con base en la información de campo obtenida por BNMC, sumada a las conductas de evasión al Fondo para el Desarrollo de la Televisión y de falta de pago de los derechos de explotación de la programación, serían razones más que suficientes para reevaluar las conclusiones de BNMC referentes a la inexistencia de fallas de mercado.

Por lo demás, podría estarse incurriendo en otras prácticas indebidas como subsidios cruzados, prestación del servicio sin cobro, o a tarifas artificialmente bajas, y utilización de infraestructura, de postes y ductos, sin pago de la correspondiente contraprestación. En efecto, en la información parcial que se conoce del estudio de BNMC (2012) referente a empaquetamiento, se evidencia que en el caso de la televisión sí existirían subsidios cruzados y posibles precios predatorios en el mismo servicio; lo anterior a pesar de que en dicho estudio se

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711

advierte que la información disponible para su realización es incompleta e imprecisa. Al respecto, el consultor en sus conclusiones afirma:

“Como se presentó en el primer informe, si bien se observa altos grados de concentración en los mercados bajos análisis (con HHI superiores a 5.000), este índice no es condición suficiente para designar a un operador con SPM, sino que debe complementarse con otras evidencias para poder determinar esta situación, y así arribar a una eventual regulación ex ante, en línea con la Resolución 2062/09 de la CRC. Entre estas evidencias, se encuentran las relacionadas a barreras de entrada, actitudes de la firma o fallas de mercado” (Se subraya),

Más adelante agrega:

“En esta línea, se analizaron tendencias en la determinación de precios y rentabilidades de servicios, para lo cual se utilizó los resultados del modelo de costos desarrollado por la CRC, con las limitaciones que se mencionan a lo largo del estudio. El análisis se centró en la identificación de tendencias predatorias en la definición de precios. En principio, solo en el caso de TV podría observarse alguna tendencia en este sentido, aunque, como se mencionó, aparte de las consideraciones acerca de las limitaciones en la estimación de costos, es el mercado con mayor intensidad competitiva y problemas de informalidad” (Se subraya)¹⁵.

Lo anterior, a pesar de las fallas de información que dicho documento evidencia desde el inicio, y por lo cual mal podría desestimarse la existencia de fallas sin más análisis, si no que por el contrario debieran corregirse estas fallas y realizar un análisis con mayor profundidad.

Cabe resaltar que el mismo documento, respecto de la problemática de costos y precios indica que *“Se observa que el ARPU de servicios [de televisión] empaquetados presenta un porcentaje de descuento muy superior (superior al 55%) al relevado en los precios de lista”; y así mismo dice el estudio que “el costo total para un usuario por mes de TV por suscripción, que llegaba a los COP 24.526, excluyendo contenido, o COP 34.550, si se asume COP 10.024, en concepto de contenido”, y “Si se excluyen los costos fijos, el total es de COP*

¹⁵ Conclusiones preliminares, página 123 del documento Informe II referente a la asesoría para “Asistir a la Comisión de Regulación de Comunicaciones de Colombia en el Estudio de Prácticas de Empaquetamiento de Servicios de Telecomunicaciones, Determinando Eventuales Fallas de Mercado y sus Posibles Medidas Regulatorias” elaborado por la firma BlueNote Management Consulting en agosto de 2012 para la CRC

23.754 por usuario por mes, monto que incluye los costos variables más el costo estimado del contenido". Así mismo se indica en el análisis que "se considera el ARPU estimado para la oferta empaquetada, es decir COP 14.600, se observa que éste se encuentra por debajo del costo variable medio, indicando una tendencia a la no maximización de beneficios en el corto plazo, y así a la predación de precios"¹⁶

En palabras simples, la información disponible sobre el estudio BNMC (2012) referente a mercados empaquetados claramente evidencia prácticas de precios predatorios y subsidios cruzados que vulneran el mercado de la televisión por suscripción y que son ni más ni menos fallas de mercado que debe corregir el regulador. Lo anterior es razón más que suficiente para no desestimar la existencia de fallas, como lo hace el estudio de mercados audiovisuales, y más bien, reconocerlas y profundizar en su análisis con el fin de tomar urgentemente medidas regulatorias para solucionarlo.

Por otro lado, con base en la información disponible en el estudio, no es posible por lo pronto identificar conductas a nivel de cada proveedor de servicios de cable de televisión por suscripción y de servicios de televisión comunitaria. Por tal razón es necesario analizar en detalle la muestra obtenida por BNMC con el fin de determinar si existe la información correspondiente, al menos para los mercados municipales más grandes donde las muestras pueden ser estadísticamente fuertes. Así mismo, sería necesario que, para efecto de realizar los ejercicios de medición del mercado por parte de la CRC, sugeridos atrás, se incorporen preguntas para recabar información estadística de precios y la posibilidad de discriminar por prestador de servicio, con un diseño de tamaño de muestra suficiente que permita discriminar con un margen de error adecuado, respecto de por lo menos los principales actores de mercado en cada zona municipal que se considere.

En suma, por lo pronto deberían desestimarse las conclusiones del consultor relacionadas con la inexistencia de fallas de mercado y abusos de posición dominante, pues ellas se basan en información de reportes oficiales y no consideran la evidencia que él mismo obtuvo respecto del subreporte ni los análisis que el mismo consultor hizo respecto de los mercados empaquetados.

Valga traer a colación lo que la CRC misma ya había advertido en el año 2012 y que el consultor también desestimó:

¹⁶ Citas tomadas del estudio en mención en el numeral V-a- televisión por suscripción, página 100.

“Otro hecho relevante que explica el comportamiento del ARPU, es el fenómeno del subreporte, práctica cuyo fin es el de reducir sustancialmente los costos en la prestación del servicio, por medio de menores pagos de contraprestaciones y de derechos de transmisión de contenidos”¹⁷ (Se subraya).

2. El verdadero mercado relevante al que pertenece la televisión comunitaria

No compartimos en lo absoluto las conclusiones del consultor referentes a que la televisión comunitaria se encuentre en el mismo mercado relevante de la televisión abierta radiodifundida. Son tan evidentes las características diferenciales con esta última, como sus similitudes con los servicios de televisión por suscripción por cable y satelital.

Conforme a la teoría económica, los mercados relevantes parten de la sustituibilidad en uso y en precio de diversos productos y servicios. En la Unión Europea, donde más se han desarrollado estos conceptos, se tiene que los mercados relevantes (o de referencia como se nominan oficialmente en la UE en idioma español) consideran los siguientes elementos¹⁸:

Se define el mercado de producto relevante así: *“El mercado de producto de referencia comprende la totalidad de los productos y servicios que los consumidores consideren intercambiables o sustituibles en razón de sus características, su precio o el uso que se prevea hacer de ellos” (Se subraya)*

Y se define el mercado relevante geográfico así: *“El mercado geográfico de referencia comprende la zona en la que las empresas afectadas desarrollan actividades de suministro de los productos y de prestación de los servicios de*

¹⁷ Página 9 del documento de Resumen Ejecutivo del Documento Preparatorio: Diagnóstico del sector de televisión en Colombia y consulta pública para una agenda convergente. Documento de Consulta - Regulación de Mercados. Marzo de 2012

¹⁸ De conformidad con la “Comunicación de la Comisión relativa a la definición de mercado de referencia a efectos de la normativa comunitaria en materia de competencia - *Diario Oficial n° C 372 de 09/12/1997 p. 0005 - 0013*” consultada en <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997Y1209%2801%29:ES:HTML> Las definiciones presentadas se basan en los artículos 85 y 86 del Tratado, especialmente la sección 6 del formulario A/B relativo al Reglamento n° 17 y la sección 6 del formulario CO relativo al Reglamento (CEE) n° 4064/89 sobre el control de las operaciones de concentración de dimensión comunitaria.

referencia, en la que las condiciones de competencia son suficientemente homogéneas y que puede distinguirse de otras zonas geográficas próximas debido, en particular, a que las condiciones de competencia en ella prevaecientes son sensiblemente distintas a aquéllas” (Se subraya)

En línea con estos conceptos ampliamente desarrollados en países donde existe una sólida tradición en el análisis de mercados relevantes, y en desarrollo del mandato legal establecido en la Ley 1341 de 2009 referente a la valoración previa de condiciones del mercado (fallas) como requisito para regulación de algunos aspectos (tarifas)¹⁹, la CRC en la Resolución CRC 2058 de 2009 estableció un marco de referencia para el análisis de mercados relevantes. Dicha Resolución define un mercado relevante en los siguientes términos:

“Es un mercado compuesto por un servicio o un grupo de servicios, en un área geográfica específica, que pueden percibirse como sustituibles entre sí, y que de existir un monopolista hipotético, este podría incrementar los precios en una cantidad pequeña pero significativa de manera permanente y de forma rentable. Esta definición incluye los mercados compuestos por elementos o funciones de los servicios que se consideren sustituibles entre sí”. (Se subraya).

En desarrollo de lo anterior, la misma Resolución establece los ámbitos de análisis para la definición de los mercados, así:

“Ámbito de producto (Mercado de Producto): comprende todos los productos o servicios que puedan ser considerados por los usuarios como sustitutos, dadas sus características, precios y usos”. (Se subraya).

“Ámbito geográfico del mercado (Mercado geográfico): Comprende las áreas geográficas del Mercado relevante”. (Se subraya).

En cuanto a la cualidad de sustitución entre diversos servicios que permite determinar si dos servicios tienen o no características similares para considerar si comparten el mismo mercado, la misma norma dispone:

“Sustituibilidad de la demanda: Se refiere a la existencia de productos similares al ofrecido por la empresa, los cuales pueden ser demandados por los consumidores si la empresa en cuestión eleva su precio de venta”. (Se subraya)


¹⁹ Artículos 22 y 23 de la ley 1341 de 2009



Así, *prima facie* encontramos que para que dos servicios como la televisión comunitaria y la televisión abierta formaran parte del mismo mercado relevante, deberían tener características de cubrimiento geográfico, precio y uso similares, cosa que en este caso no sucede, tal como se evidencia en el siguiente cuadro comparativo:

Característica	TV comunitaria	TV abierta radiodifundida	Observaciones
Cubrimiento	Municipal comunidades hasta de 6 mil usuarios	Nacional	Los principales actores de TV abierta son nacionales, los sistemas de TV comunitaria tienen ámbito municipal o inferior al municipio
Precio	Con costo para el usuario del servicio	Gratuita, libre recepción	Existe relación directa de suscripción y cobro en televisión comunitaria entre el operador del sistema y el usuario. En TV abierta la relación comercial o de relacionamiento directo del operador con el televidente no existe.
Uso / Modelo de operación	Múltiples canales abiertos y codificados basados en pago del servicio para cubrir su costo	Número reducido de canales con intensa incorporación de publicidad como mecanismos de financiación del sistema	Legalmente se pueden incluir en televisión comunitaria hasta 7 canales. Existe evidencia de que este límite se supera con creces en varios sistemas.
Contenidos	Debe incluir al menos un canal de contenido especializado en intereses de la comunidad local que atiende	Contenido generalista de interés nacional.	Dada la naturaleza misma legal de cada sistema.

La circunstancia de que un suscriptor de sistemas de televisión cerrada, tenga la opción de disfrutar gratuitamente de la televisión abierta en caso de dejar de ser

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



suscriptor, no ubica a la televisión abierta en el mismo mercado relevante de la televisión comunitaria, como equivocadamente lo plantea el consultor.

De otra parte, aunque BNMC hace referencia a un estudio realizado en su momento por CGI²⁰ para la CNTV, no tiene en cuenta elementos esenciales de dicho estudio que en su momento sí consideró la misma CRC en su documento inicial de revisión del mercado de televisión²¹:

“En cuanto a la diferenciación de los servicios de televisión abierta (gratuita) y cerrada (paga) como dos mercados relevantes independientes entre sí, la experiencia internacional referenciada evidencia que todos los países incluidos en el grupo de referencia ha separado estos dos servicios como mercados relevantes de televisión diferentes. En virtud de lo anterior, el estudio contratado por la CNTV en el año 2011 a la banca de Inversión CGI, identificó como mercados relevantes a nivel minorista el de televisión abierta y televisión paga, lo cual se encuentran en armonía con la experiencia internacional en la materia”.

En el mismo documento se indica respecto del estudio realizado en su momento por la CNTV que “la CNTV realizó una primera aproximación para efectuar dicho análisis en el sector de televisión, en esta primera aproximación la CRC realizó un acompañamiento para la implementación de los criterios definidos en la resolución 2058 citada al sector de televisión”.²²(Se subraya).

El mismo documento de la CRC²³ establece claras diferencias de uso entre los sistemas de televisión cerrada (incluida la televisión comunitaria) y los de televisión abierta así:

“La principal característica de la televisión abierta es que dicha modalidad de distribución es gratuita para el usuario pero financiada a través de la venta de espacios a anunciantes (Ad-Supported). En Tv abierta, el usuario accede a los contenidos televisivos de manera irrestricta a través del equipo terminal (televisor) que opera como receptor de las señales de TV que son transmitidas a través del espectro electromagnético” (Se subraya)

²⁰ CGI. (2011). Determinación y Análisis Cuantitativo de los Mercados Relevantes

²¹ CRC (2012). Documento Preparatorio: Diagnóstico del sector de televisión en Colombia y consulta pública para una agenda convergente. Documento de Consulta - Regulación de Mercados. Marzo de 2012. Página 69.

²² Página 99

²³ Página 1.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

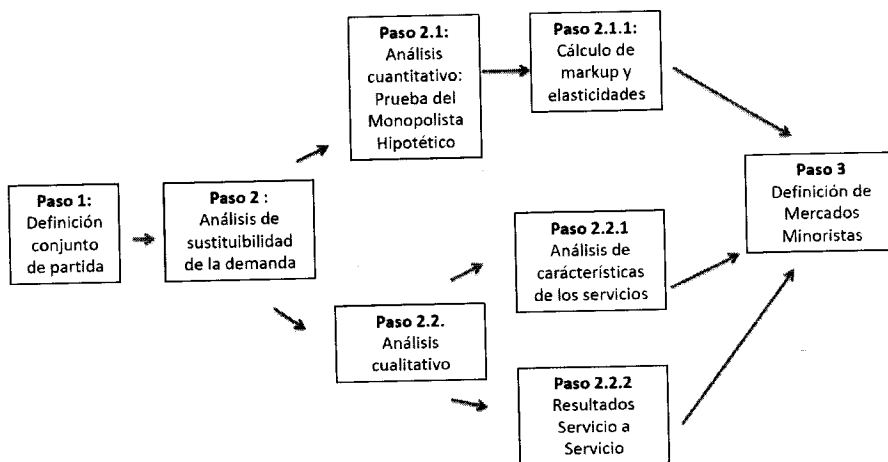
Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



"Tal como se precisa en secciones posteriores, la dinámica de negocio en esta modalidad de distribución [refiriéndose a televisión cerrada] ha derivado en que los esquemas de televisión por suscripción se comercialicen a través de paquetes que incluyen múltiples señales televisivas dentro del mismo "abono básico". De esta manera, el precio que pagan los televidentes por cada señal o canal adicional es prácticamente nulo o marginal y dicha situación incentiva a que los televidentes estén dispuestos a contratar el servicio siempre que el monto total que pagan por el mismo sea menor al valor que para ellos tendría la totalidad de canales adquiridos por separado. En el caso colombiano, hacen parte de este grupo los servicios de televisión por suscripción prestados por diferentes proveedores privados y por comunidades organizadas sin ánimo de lucro (televisión comunitaria).

Dado lo anterior, en contraste con la televisión abierta, la competencia se da por el acceso al cliente entre los diferentes prestadores en diferentes grados dependiendo de la modalidad legal y la tecnología (competencia intramodal) y entre éstos y nuevos medios de acceder a contenidos no abiertos como Internet, tiendas virtuales de vídeo, entre otros (competencia intermodal)".²⁴ (Se subraya y resalta)

Cabe así mismo destacar que los estudios de CGI ejecutados para la CNTV y a los que hace referencia la misma CRC, desarrollaron un detallado estudio de mercados que se muestra a continuación, el cual consideró, tanto las pruebas realizadas por BNMC, como los análisis cualitativos complementarios²⁵.



²⁴ Página 18

²⁵ Tomado del documento presentación informes 1 y 2 contrato 036 de 2011 de la firma CGI presentado a la CNTV. Página 22 y siguientes

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



De otra parte, en contravía de lo que concluye BNMC, el análisis realizado en campo por CGI encontró que, si bien el número de canales codificados que ofrecen algunos operadores comunitarios se encuentra dentro de los límites impuestos por la regulación, otros -que CGI denomina eufemísticamente como "Televisión Comunitaria Modelo Estratégico"-, superan con creces el límite de canales codificados y presentan parrillas similares a las de operadores por cable²⁶. Así, mientras un operador comunitario cumplidor de la regulación ofrece parrillas de 30 canales promedio incluyendo las señales codificadas autorizadas, el denominado operador de "modelo estratégico" presenta parrillas de 55 a 99 canales²⁷.

CGI, después de efectuar los correspondientes análisis cuantitativos y cualitativos encontró, que existen dos mercados relevantes minoristas así²⁸:

Por una parte, el mercado de televisión abierta:

"El mercado minorista de televisión abierta está conformado por los servicios a partir de los cuales se ponen a disposición del público contenidos simultáneos de audio y video – a través de redes de radiodifusión – en los que tales contenidos se emiten de manera totalmente gratuita para el usuario, y en el que la financiación de los servicios se da en virtud de los recursos que pagan los anunciantes al proveedor del mismo, por concepto de emisión de pauta publicitaria. En este mercado se produce un intercambio económico entre el proveedor del servicio y el anunciante.

El ámbito geográfico de este mercado, dependiendo de la cobertura del servicio, puede ser nacional, regional o municipal."

Por otra parte, el mercado de televisión paga:

"El mercado minorista de televisión paga está conformado por los servicios a través de los cuales se ponen a disposición del público contenidos simultáneos de audio y video –a través de una red de telecomunicaciones – y en los que el acceso a dichos contenidos por parte del usuario está condicionado al pago de una tarifa. En este mercado se produce un intercambio económico directo entre el proveedor del servicio y el usuario que paga la tarifa. El ámbito Geográfico es Municipal".

²⁶ Ibídem página 45

²⁷ Ibídem página 47

²⁸ Ibídem página 55

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



Sobre la inclusión de la televisión comunitaria, CGI es claro al afirmar que: *"En el caso de los servicios prestados por los operadores comunitarios estratégicos, los mismos están incluidos dentro de esta definición de producto, sin embargo para poder realizar análisis de competencia adecuados, es necesario que la regulación redefina las reglas de juego con las que estos agentes van a competir en este mercado"*²⁹. Es evidente entonces que, de conformidad con el estudio de CGI, los operadores "modelo estratégico", compiten directamente con operadores de televisión por suscripción.

No existe pues ninguna evidencia fáctica que soporte la afirmación de BNMC en el sentido de que la televisión comunitaria se encuentra en el mismo mercado relevante de la televisión abierta. El consultor ignora circunstancias como las profundas implicaciones del subreporte y las prácticas de los operadores de televisión comunitaria de "modelo estratégico", lo cual distorsiona seriamente el análisis.

De ninguna manera puede aceptarse que la televisión comunitaria forme parte del mismo mercado relevante de la televisión abierta, cuando es evidente que participa y compite en el mercado de la televisión cerrada, junto con los operadores de televisión por suscripción, tal como lo confirman los desarrollos conceptuales en el ámbito internacional; la aplicación del marco de referencia planteado por la CRC; el análisis preliminar del mercado que esa misma entidad efectuó en 2012, y los estudios realizados por la CNTV en su momento.

Ahora bien si la CRC devuelve a la televisión comunitaria su naturaleza, eliminando la autorización para la transmisión de 7 señales codificadas, cumpliendo además con lo establecido por el TLC suscrito por Colombia con los EEUU, se podría entrar a analizar nuevamente la tesis del consultor para determinar el verdadero mercado al que pertenece, pero antes de ello y salvo que sea uno de los remedios regulatorios a discutir sería impensable mantener esta tesis.

Así, pues, frente a la impertinencia de los resultados sobre mercados relevantes a los que llega BNMC, se reafirma aún más la necesidad de que la CRC determine su verdadera composición, mediante estudios directos de mercado que incluyan preguntas sobre la parrilla que realmente provee cada operador.

²⁹ Página 133 del Informe 2 del contrato 036 de 2011 de la firma CGI presentado a la CNTV. Referente a la Determinación y Análisis Cuantitativo de los Mercados Relevantes.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



3. Problemas de estimación de elasticidades y test SSNIP³⁰ – Problemas de segmentación.

Al analizar los resultados de los test de monopolista hipotético planteados por BNMC (SSNIP), y la contradicción, planteada en el punto anterior, con los estudios realizados por CGI para la CNTV, surge una inquietud fundamental que solo podría ser resuelta si la CRC publica las bases de datos de la encuesta realizada, así como el formulario de preguntas a los usuarios.

De los documentos presentados por BNMC se inferiría que, para el cálculo de elasticidades, se le consultó a los usuarios respecto de sus reacciones frente a variaciones de un 10% en el precio. Sin embargo, al parecer el precio base utilizado para el análisis es el que aparece en los reportes a la ANTV y de la información de ingresos solicitada a los proveedores, y no de preguntas específicas de precio de partida realizadas a los mismos usuarios.

Se presentarían entonces, dos problemas fundamentales: (i) se estaría tomando como precio base un precio que está claramente distorsionado por el subreporte y la errada percepción de precio que genera el empaquetamiento, y (ii) en cualquier caso se estaría considerando un precio promedio, cuando la realidad es que se presenta una amplia dispersión de precios para los usuarios, así como prácticas de retención que en el empaquetamiento tienden a generar descuentos aún más agresivos para la televisión por suscripción.

De acuerdo con lo anterior, el relacionamiento econométrico de precios supuestos y variaciones del mismo, respecto a la reacción del usuario sobre continuidad o no del servicio, no sería fiable ni aplicable para un test de SSNIP.

Así, solo podría considerarse como posible el test de SSNIP propuesto, si en la encuesta se hubiera preguntado por el precio inicial del servicio, y sobre este se hubiera planteado el escenario hipotético de variación de precios.

Se reitera entonces la necesidad de que la CRC publique el cuestionario aplicado y la base de datos de resultados, con el fin de corroborar los resultados y la pertinencia de los mismos.

De otra parte, la dispersión de precios en televisión cerrada que responden en últimas a diferentes capacidades de pago de los demandantes de los servicios, se

³⁰ *Small but Significant Non-Transitory Increase in Price*



caracteriza por la existencia de diversos planes cuyo precio varía según el contenido incluido, encontrándose incluso que, para el mismo contenido, algunos operadores varían precios en función del estrato. En ese contexto no es posible llegar a las conclusiones que adelanta BNMC, con base en análisis promedio de mercado. Se debe efectuar el análisis de cada segmento en donde las características de precio sean relativamente homogéneas; en cada mercado municipal debería analizarse la dinámica de competencia por cada segmento de ingreso / precio.

Esta aproximación, que en su momento abordó CGI al analizar información por estratos socioeconómicos, y que implícitamente BNMC reconoce al indicar las grandes diferencias de tarifas entre operadores (que responderían a perfiles de consumo y por lo tanto mercados distintos), no está incluida en el análisis, precisamente por trabajar con base en promedios. Ello se evidencia precisamente cuando BNMC plantea precios promedio de satélite de \$77,730, en cable de \$22,264 y en comunitaria de \$12,925, sin mayores consideraciones sobre estratos y sobre parrillas/contenidos similares o divergentes.

Así pues, si bien la información de BNMC entrega valiosa información sobre la real composición del mercado y penetración de los servicios a efectos de estimar problemas como el subreporte, por sí sola no podría ser aplicada para los test de SSNIP si el precio de partida no fue incorporado a las encuestas y analizado agrupando la información por clusters relacionados con los niveles de precio.

4. La realidad de operación de la televisión comunitaria y el deber ser de la misma

Si se considera la evidencia indicada por CGI, así como los sub reportes estimados con base en la encuesta realizada por BNMC, es claro que en el mercado los operadores de televisión comunitaria en su conjunto tienen más usuarios de los que dicen tener e incluyen más contenidos codificados de los que dicen incluir.

Así, teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley 1507 de 2012, la CRC tiene la función de determinar los parámetros de cada modalidad de servicio y la definición misma de las correspondientes modalidades. En ejercicio de esa función la CRC debe establecer claros límites al alcance de la televisión

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



comunitaria, frente a la sana y leal competencia que debe garantizar a los operadores de televisión por suscripción.

Además, téngase en cuenta que, de conformidad con los compromisos de Colombia frente al TLC suscrito con los Estados Unidos³¹ respecto de la televisión comunitaria (anexo I sobre medidas disconformes de Colombia) se dispuso:

“Los servicios de televisión comunitaria solo pueden ser suministrados por comunidades organizadas y legalmente constituidas en Colombia como fundaciones, cooperativas, asociaciones, o corporaciones regidas por el derecho civil.

Para mayor certeza, estos servicios presentan restricciones respecto del área de cubrimiento, número y tipo de canales; pueden ser ofrecidos a no mas de 6000 asociados o miembros comunitarios; y deben ser ofrecidos bajo la modalidad de canales de acceso local de redes cerrados”. (Se subraya)

De las anteriores normas, se infiere claramente que los sistemas deben ser acotados a un máximo de 6.000 usuarios.

Por otra parte, la inclusión de canales codificados desvirtúa la naturaleza misma de la televisión comunitaria, pues las comunidades organizadas deberían concentrarse en el desarrollo de contenidos acordes con esa naturaleza y a la retransmisión de los canales de libre recepción, en lugar de convertirse indebidamente en sustitutos de la televisión por suscripción, mercado en el cual no existen barreras que les impidan actuar formalmente como lo que son en la práctica: operadores de televisión por suscripción .

Los sistemas de los que en su momento CGI denominó como “comunitarios estratégicos”, son en realidad operadores de televisión por suscripción y su título debería adecuarse en consecuencia. Así mismo, frente a esa realidad e independientemente de otras medidas que deben tomar las autoridades competentes, dichos operadores deben ser incluidos en el mismo mercado relevante de la televisión por suscripción.

 ³¹ Tratado aprobado mediante la Ley 1143 de 2007

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



La televisión comunitaria es en muchos casos un competidor desleal en el mismo mercado relevante de la televisión por suscripción, pues no cumple la normatividad aplicable, tal como se podrá establecer por parte de la CRC de implementar el mecanismo de monitoreo y control de las encuestas periódicas que proponemos y al que hemos hecho referencia anteriormente.

Las autoridades del sector deben tomar medidas urgentes y eficaces frente a prácticas como el no pago de uso de postes y ductos, el menor pago por contenidos codificados, el no pago de derechos de autor a los titulares de señales abiertas, y la provisión a los usuarios de más señales de las realmente reportadas.

5. La ausencia de análisis sobre condiciones de prestación de servicio en zonas rentables y no rentables

Así como no existe en el documento un análisis desagregado por estratos socioeconómicos que permita encontrar relaciones entre capacidad de pago, precios y niveles de competencia en cada uno de ellos, tampoco existe análisis respecto de los cotos diferenciales que pudieran existir al atender zonas geográficas alejadas y dispersas (rurales, sub urbanas y municipios de menor tamaño) respecto de zonas urbanas densas, ya que las economías de escala y los costos mismos de despliegue difieren tanto para operadores de cable como satelitales.

En efecto, al analizar operaciones en zonas dispersas se encuentran mayores costos en rubros como instalación, soporte técnico, atención de PQRs, facturación y recaudo. Así mismo, en dichas zonas las redes de cable pierden economías de densidad, e incluso las soluciones satelitales resultan más costosas por la logística más compleja que implica la provisión y mantenimiento de equipos receptores en premisa de cada usuario.

Así, si bien el documento de BNMC es claro al encontrar que en las zonas con estas características priman soluciones satelitales y en varios municipios sólo un proveedor atiende el servicio, se debe subrayar que, respecto de este caso, BNMC encuentra que el proveedor no aplica ningún tipo de tarifa diferencial en estas zonas.

No obstante, este comportamiento de no discriminación de tarifas por zona geográfica genera que los márgenes de operación, lejos de ampliarse, se

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



contraigan en estos mercados. dados los mayores costos que supone dicha prestación. Al respecto debe tenerse en cuenta que el documento de BNMC no se refiere en lo absoluto a este mayor costo, el cual de ser considerado llevaría a concluir que estos mercados municipales podrían ser por deficitarios por si mismos donde y no sería rentablemente ni siquiera un solo actor de mercado. La anterior consideración es fundamental, pues con el fin de determinar la necesidad de potenciales intervenciones regulatorias, debe establecerse un claro límite entre los mercados superavitarios -donde sí aplican análisis de competencia, dominancia y posibles regulaciones asimétricas tendientes a corregir fallas relacionadas-, y mercados deficitarios donde la problemática corresponde al desarrollo de incentivos y soluciones que permitan cubrir los déficit de operación del servicio.

6. La evidencia de poder de mercado en los principales mercados municipales

En la Resolución CRC 2058 de 2009 se establece como procedimiento general de análisis de los mercados lo siguiente:

- a) *"Análisis actual de las condiciones de competencia en el mercado. Es el análisis de la organización industrial y de las barreras a la entrada técnicas, económicas y normativas que se realiza con el fin de caracterizar el nivel actual de la competencia de los servicios. Con este fin, se hace un análisis en el ámbito geográfico para agrupar los municipios, que tienen condiciones de competencia comunes. En caso de evidenciarse la existencia de fallas de mercado a nivel minorista, se estudian los mercados de insumos (mayoristas) dentro de la cadena de valor de dichos mercados."*
- b) *"Potencial de competencia en el corto y mediano plazo. Debido a la rápida expansión tanto tecnológica como de coberturas en los mercados de telecomunicaciones, es necesario revisar si en un horizonte de corto o mediano plazo se espera que se intensifique la competencia en el mercado"*
- c) *"Aplicación del derecho de competencia. Se estudia la efectividad de la aplicación del derecho de competencia para corregir fallas de mercado mediante regulación ex post."*

En relación con este procedimiento y frente a los documentos que se comentan, cabe destacar los siguientes elementos:

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



- (i) BNMC evidenció que los correspondientes índices, y en particular el HHI, reflejan en los principales mercados municipales un alto nivel de concentración, en muchos casos muy superior al que se presenta en el mercado móvil, en el cual la CRC declaró la existencia de un operador dominante.
- (ii) Así, existe clara evidencia de una concentración de mercado que por sí sola es una falla, al no existir un número suficiente de competidores significativos en el mercado que generen suficientes presiones competitivas para obtener cantidades y precios eficientes.
- (iii) En el caso del mercado de insumos mayoristas, los análisis de BNMC se enfocan en el caso de los contenidos, donde no se evidencia falla alguna.
- (iv) En el mercado de televisión por suscripción, en vez de aumentar el número de competidores, se observa una contracción alrededor de dos grandes actores que tienen las mayores participaciones en mercados tan importantes como Bogotá y Medellín. Estos dos actores, mediante adquisiciones y fusiones, han consolidado el mercado eliminando la posibilidad de contar con operadores de televisión por cable que antes competían entre sí. Así mismo, mediante la incorporación de servicios IPTV y gracias a la licencia única de televisión por suscripción otorgada por la ANTV, estos operadores podrán acceder a la prestación simultánea de servicios por cable y por satélite, propiciando así mayores índices de concentración en el mercado y sin que para el otorgamiento de estas licencias convergentes la ANTV hubiera realizado estudio alguno sobre la mayor concentración de mercado que esto generará.
- (v) El empaquetamiento facilitó el apalancamiento y la consolidación de los diversos mercados municipales, mediante subsidios cruzados y precios predatorios, prácticas que encontró BMC en el estudio que realizó para la CRC en agosto de 2012 y al cual hicimos referencia al inicio de este documento. Estas prácticas alcanzan niveles tales que pueden llevar a la desaparición de competidores en el mercado, como sería el caso de operadores satelitales monoproducción.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



- (vi) BNMC indica al respecto que *"Como se observa en los resultados de los índices, existe una alta concentración, tanto a nivel nacional como al interior de los clústeres de municipios considerados"*, y que *"Los elevados índices de concentración HHI es una característica esperada para este mercado, dado el impacto de las economías de escala y de la convergencia ya mencionados, y en consideración de la fase actual del mercado, de consolidación, donde ya han tenido lugar las adquisiciones y fusiones de operadores"*³²
- (vii) Así mismo plantea BNMC que *"Se observa que los dos operadores principales a nivel nacional (Claro y UNE) han sido eficaces en la captura y posicionamiento dentro de los mercados donde operan. Podría plantearse la hipótesis de prácticas anti-competitivas por parte de estos operadores, que les permitiesen posicionarse como líderes en sus municipios de actuación. Sin embargo, por medio del repaso histórico de eventos, podría explicarse, en parte, la situación de liderazgo de Claro como resultado de su política de adquisición y consolidación de operaciones de cable tv, y la de UNE EPM, por su tradición de origen en ciertos municipios, concentrados en el Valle de Aburrá"*³³
- (viii) También encuentra BNMC que *"UNE tiene más del 50% del mercado en Medellín, en tanto Claro es líder en tres municipios (Bogotá, Ibagué y Cúcuta). En los restantes municipios no existen líderes con más del 50% del mercado. A nivel evolutivo, no se evidenciaron cambios significativos en los últimos años en la estructura de participaciones dentro de los municipios de mayor tamaño"*³⁴
- (ix) De conformidad con BNMC³⁵, el 55.9% de los usuarios consumen el servicio empaquetado con otros servicios de telecomunicaciones, lo cual significa que en más de la mitad del mercado, existe la posibilidad de prácticas de subsidios cruzados y precios predatorios en televisión.
- (x) BNMC afirma que *"las ofertas comerciales empaquetadas de los operadores multiproducto han erosionado el precio del servicio empaquetado, llevándolo en torno a los COP 15.000 a COP 18.000 por*

³² Página 100 del documento BNMC (2013) Definición de Mercados Relevantes y Análisis de Competencia

³³ Ibidem, página 106

³⁴ Ibidem, página 107

³⁵ Ibidem, página 111

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



mes"³⁶ indicando que estos precios están por debajo de los costos variables medios de un operador eficiente. Si bien justifica posteriormente que en todo caso el precio promedio de todos los usuarios es superior, en el caso de las prácticas de empaquetamiento se podrían estar fijando precios predatorios. Así mismo en su análisis BNMC plantea que *"Esta práctica de erosión de precios sí podría ser evidencia de prácticas anticompetitivas referidas a subsidio cruzado, en la medida que se considere al ingreso por producto empaquetado como indicador del ingreso marginal, lo cual es consistente con lo mencionado respecto a la penetración de los servicios empaquetados dentro de las ventas brutas del sector"*³⁷

(xi) Como si esto fuera poco, en el estudio de BNMC (2012) sobre mercados empaquetados, tal como se indicó en el numeral 1 de este documento, se afirma con total claridad, respecto del mercado de televisión por suscripción -que en el caso de los servicios empaquetados representa más de la mitad de los usuarios-, el precio del servicio se encuentra *"por debajo del costo variable medio, indicando una tendencia a la no maximización de beneficios en el corto plazo, y así a la predación de precios"* (Se subraya).

Dada esta abultada evidencia, llama la atención que BNMC concluya finalmente que no encuentra fallas:

*"Sin embargo, para que esto sea condición suficiente de dominancia y regulación en el mercado bajo análisis, debería verificarse la existencia de renta extraordinaria o dominancia en otros de los servicios empaquetados, los cual no se evidencia al momento"*³⁸ (Se subraya).

Nótese que el consultor sustenta esta afirmación en el informe de mercados empaquetados que BNMC presentó en 2012 y que la CRC publicó hace apenas pocos días a pesar de tenerlo en su poder desde agosto de 2012.

Este informe de 2012 evidencia claramente la existencia de fallas de mercado por predación de precios y subsidios cruzados, con lo cual queda sin sustento la

³⁶ Ibídem, página 113

³⁷ Ibídem

³⁸ Ibídem.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



afirmación que hace BNMC en el documento de mercados audiovisuales, respecto de la ausencia de fallas de mercado en el empaquetamiento de servicios.

En todo caso emerge en el panorama un círculo vicioso: No existe posición dominante en televisión por suscripción porque al empaquetar supuestamente no la hay en Internet o en telefonía, y en estos últimos no la habría porque al empaquetar no se ha verificado la posición dominante en televisión, dada la calidad de la información. Es tan ilógico como se lee e incluso contrario a la evidencia de predación de precios y subsidios cruzados que sí fue encontrada y expresada por BNMC (2012) en su estudio de mercados empaquetados.

Debe aquí resaltarse que las rentas extraordinarias en Internet y en telefonía son más que evidentes en cuanto a que los análisis de valor de empresa, que resultan de la valoración del VPN de los flujos de caja libres de una empresa resulten positivos. Esta valoración, utilizando el WACC de cada empresa o del sector según sea el caso, implica que en el flujo real de recursos financieros, el cual difiere del contable -donde se evidencian distorsiones relacionadas con prácticas contables de depreciación de activos-, las rentas valoradas corresponden a excedentes de la operación por encima de la utilidad razonable que representa el WACC ya aplicado en el cálculo del VPN de una empresa.

Así, a manera de ejemplo, y por ser el caso más aberrante de concentración en mercados municipales para este y otros servicios de telecomunicaciones como telefonía e Internet de banda ancha, debemos considerar el caso de UNE, cuya valoración reciente con motivo de su proceso de fusión con Colombia Móvil, arroja un valor de empresa de entre USD 1.425 y 1.575³⁹ millones y según otras fuentes de hasta USD 1.645⁴⁰ millones; esto es, ni mas ni menos, que, contrario a lo que considera BNMC, el VPN de las rentas excedentarias o extraordinarias de la actual operación de uno, no solo es una realidad, sino también ha sido valorada por el mismo dueño de UNE y es de una magnitud tal que no puede ser despreciada prima facie y descartada con una simple suposición de inexistencia de estas rentas, sin sustento evidente que se haya presentado en el análisis.

³⁹ Presentación de EPM ante el Concejo de Medellín, a propósito del proyecto de Acuerdo 106 de 2013 relativo a la aprobación para la fusión de UNE con TIGO

⁴⁰ Ver nota de El Colombiano citando valoración de Oliver Wyman en:
[http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/sinergias_por_\\$19_billones_en_fusion_une-millicom/sinergias_por_\\$19_billones_en_fusion_une-millicom.asp](http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/S/sinergias_por_$19_billones_en_fusion_une-millicom/sinergias_por_$19_billones_en_fusion_une-millicom.asp)

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-71
 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1421
 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650
 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



Así mismo, en reciente entrevista de prensa se afirmó que el EBITDA para el negocio fijo de UNE— esto es el valor aproximado de la caja que genera el negocio y de donde se parte para el cálculo de las rentas excedentarias— es de COP \$ 670 mil millones al año, Lo anterior es prueba más que suficiente para demostrar la capacidad de la empresa de generar rentas excedentarias extraordinarias⁴¹.

En el caso de CLARO, existe también evidencia de abultados márgenes. Al analizar el reporte de América Móvil (matriz de Telmex/Claro para Colombia) consolidado para el año 2013⁴², se encuentra que la operación fija —el cual incluye al servicio de televisión por suscripción empaquetado con telefonía e Internet— facturó 2,09 billones de pesos en el 2013, la operación total consolidada (fijo y móvil) facturó 10.83 billones de pesos, y el EBITDA compuesto de la operación colombiana para el año 2013 fue de 44.2% (considerando operaciones fijas y móviles). Téngase en cuenta que hoy en día ambas operaciones bajo la marca CLARO, le agregan el servicio móvil al empaquetamiento de televisión, internet y telefonía fija.

Ahora bien, si el estudio de la CRC sobre mercados empaquetados concluye que no existen dichas rentas, este debería contrastarse con información presentada en otros escenarios por este proveedor (ejercicio similar podría realizarse respecto del valor de empresa que TELMEX internacional realice de su operación en Colombia), con lo cual se evidencia una compleja asimetría de información y un débil sustento de estas posibles conclusiones que se hubieran generado en dicho estudio. Así, es fundamental, insistimos, en que dicho estudio sea revelado y publicado por la CRC.

El artículo 10 de la resolución CRC 2058 de 2009, dispone:

⁴¹ Entrevista a Marc Eichmann en el diario La República de febrero 5 de 2014, se transcribe lo pertinente:

"¿Cuánto espera crecer en 2014?"
"16,5%. Es un crecimiento que es una locura, sino que ya 2013 lo terminamos con una situación y unos contratos firmados que nos van a permitir tener ese ingreso al año futuro. No es que estemos siendo demasiado agresivos, es más, yo pensaría que vamos a sobrepasar la meta que nos planteamos a nivel de Ebitda, que es de \$580.000 millones. Pero si se mira el Ebitda de solo la operación fija (en UNE tenemos el negocio fijo y el móvil que aún da pérdidas) generaría \$670.000 millones." (Se subraya)

⁴² Consultado en <http://www.americamovil.com/amx/en/cm/reports/Q/4Q13.pdf>

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



"Para establecer los operadores que ostentan posición dominante en un mercado relevante susceptible de regulación ex ante, la CRT realizará un análisis de competencia en el cual se tenga en cuenta, entre otros criterios, los indicadores de concentración y de participación de los operadores en el mercado, así como un análisis prospectivo de la evolución del mercado",

De acuerdo con lo anterior se deben tener en cuenta los siguientes elementos:

- (i) Existe suficiente evidencia de que existen fallas de mercado en los principales mercados municipales por su alta concentración y por causa de prácticas de empaquetamiento que generan subsidios cruzados y precios predatorios (BNMC, 2012).
- (ii) Dado lo anterior, resulta necesario considerar la declaración de los mercados municipales de televisión cerrada como susceptibles de regulación ex ante.
- (iii) Existe así mismo evidencia de un alto subreporte en cabeza de los operadores de televisión por suscripción en la modalidad de cable.
- (iv) Existe evidencia de una alta concentración en estos mercados municipales que se acrecentaría de realizarse los ajustes de participación referentes al sub reporte.
- (v) Existe evidencia de rentas excedentarias en al menos el operador UNE.
- (vi) Por tanto, es consecuente la declaratoria de dominancia de los operadores, al menos en los mercados indicados por BNMC en los cuales se evidencia esta problemática de forma extrema, esto es, en Medellín, Bogotá, Ibagué y Cúcuta.

7. Conclusiones

- Existe un alto grado de subreporte en la televisión por cable y en la televisión comunitaria que debe ser corregido.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



- Sin perjuicio de lo anterior, las fuentes de información oficiales, por no ser confiables, deben ser remplazadas por estudios periódicos de mercado realizados por la CRC.
- Los mercados relevantes de televisión por suscripción deben incluir a los operadores de televisión comunitaria.
- Debe ajustarse la regulación de televisión comunitaria respecto a tamaño de las operaciones y contenidos que es posible incorporar de acuerdo con el TLC suscrito con los Estados Unidos y eliminando de estos sistemas las señales codificadas por no ser propias de su naturaleza.
- Existen fallas de mercado, posiciones dominantes y rentas excedentarias en el mercado de televisión por suscripción en los casos de Medellín, Bogotá, Ibagué y Cúcuta.
- Se requieren urgentes remedios regulatorios mediante regulación asimétrica en los mercados citados.

8. Recomendaciones

- Es imperativo Incluir a la televisión comunitaria en el mismo mercado relevante de la televisión cerrada, de modo tal que se determine que, tanto los operadores de televisión por suscripción satelital y por cable, así como los sistemas de televisión comunitaria, actúan en las condiciones actuales en el mismo mercado relevante.
- Con el fin de corregir las distorsiones de información y la falla fundamental que esta genera, es indispensable contar con una base de información confiable e independiente, alimentada con estudios periódicos semestrales en al menos los 10 mercados municipales más grandes del país. En esa base se debe recoger información fidedigna respecto de cantidades (número de usuarios) y de precios del servicio que presta cada uno de los actores del mercado. El tamaño de muestra estadística debe ser tal que permita establecer con un grado de certeza razonable las participaciones de actores que cuenten con al menos un 5% de cada mercado.
- Frente a la competencia de la CRC en materia de definición de las diversas modalidades del servicio de televisión (Ley 1507 de 2012), es indispensable

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 N° 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



que esta entidad diferencie claramente los servicios de televisión comunitaria de los servicios de televisión por suscripción, de modo que en dicho escenario ahí si pudieran ser considerados como servicios en mercados relevantes distintos. Para el efecto, y en cumplimiento de lo previsto en el TLC suscrito con los Estados Unidos, debe conminarse a los operadores de televisión comunitaria a dar cumplimiento a la aplicación de la Resolución 433 de 2012 de la ANTV en cuanto al número de usuarios con que debe contar cada sistema y proceder a la eliminación de la transmisión de canales codificados y la elaboración de un plan para la formalización de los mal llamados "comunitarios estratégicos".

- Existen evidentes fallas de mercado, rentas excedentarias y posiciones de dominio en los mercados de Medellín, Bogotá, Ibagué y Cúcuta.
- Estas posiciones de dominio en televisión se exacerbaban con los procesos de empaquetamiento que realizan dichos operadores los cuales generan según BNMC (2012) precios predatorios y subsidios cruzados.
- Debe declararse la dominancia de los operadores con mayor participación en los mercados citados.
- Deben tomarse remedios regulatorios sobre estos operadores incluyendo: (i) prohibiciones de empaquetamiento⁴³, (ii) precios piso al servicio de televisión por suscripción, (iii) estrictas obligaciones de separación contable de costos y gastos debidamente desagregados.
- La regulación debe establecer mínimos de calidad relacionados con la incorporación de tecnologías digitales en todas las redes de cable.

En los anteriores términos, nos permitimos expresar la posición de DIRECTV sobre las principales materias objeto de los estudios presentados por BNMC, sin perjuicio de enviar comentarios complementarios, especialmente después de que la CRC publique los documentos solicitados al inicio de esta comunicación.

⁴³ Como referencia, esta solución ha sido planteada en México por el regulador para un caso similar de posición dominante y control de fallas de mercado.

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 FAX: (1) 219 7394 DIRECTV.com.co

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A No 18-13 Tel: (2) 684 8170 Fax (2) 668 8826 Medellín: Carrera 34 No 10-75 Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 No 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420 Ext. 2220 Bucaramanga: Ave.González Valencia No 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 No 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650 Montería: Calle 35 No 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711



Esperamos que los argumentos aquí expuestos enriquezcan la construcción de la propuesta que en materia de mercados audiovisuales publicará la CRC en el segundo trimestre de 2014, de conformidad con su agenda regulatoria. La situación planteada urge que las intervenciones que requiere el mercado se materialicen efectivamente antes de finalizar el presente año.

CRC
Radicación: *201430657*
Fecha: 24/02/2014 02:54:34 P.M.
Remite: DIRECTV
Anexo:
Asunto: COMENTARIOS A LOS DOCUMENTOS ESQUEMATIZACION DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL.-

Cordialmente,


NATALIA MARIA IREGUI ORTIGOZA
Directora de Relaciones Institucionales

c.c.: Dr. Diego Molano Vega, Ministro TIC
Dra. Isabel Cristina Fajardo, Experta Comisionada
Dr. Juan Manuel Wilches, Experto Comisionado
Dr. Ramón Guillermo Angarita Lamk, Director ANTV

CRC
Radicación: *201430657*
Fecha: 24/02/2014 02:54:34 P.M.
Remite: DIRECTV
Anexo:
Asunto: COMENTARIOS A LOS DOCUMENTOS ESQUEMATIZACION DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL.-

DIRECTV COLOMBIA LTDA NIT. 805.006.014-0 Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 65

Bogotá: Autopista Norte No. 103-60 PBX: (1) 651 6000 Cali: Avenida 6A N° 18-13 Tel: (2) 684 1170 Fax: (2) 728 8827 Medellín: Carrera 34 N° 10-75
Centro de Negocios Diez PH local 1005 y 1133 Tel: (4) 319 6000 Fax: (4) 226 8521 Barranquilla: Carrera 50 N° 76-54 Tel: (5) 353 1420 Fax: (5) 353 1420
Ext. 2220 Bucaramanga: Ave. González Valencia N° 52-03 Telefax (7) 657 5556 Pereira: Carrera 13 N° 14-46 Tel: (6) 316 9600 Fax: (6) 316 9650
Montería: Calle 35 N° 14-06 Tel: (4) 791 5202 - Línea de servicio al cliente 018000117711

2240020044