



Bogotá D.C., 29 de noviembre de 2013

Doctor
CARLOS PABLO MÁRQUEZ ESCOBAR
Director
COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES - CRC
Calle 59 A bis No. 5 - 53 Edificio LINK Siete Sesenta Piso 9
Ciudad

Referencia: Comentarios DIRECTV a la propuesta regulatoria *“Por la cual se regula el establecimiento de cláusulas de permanencia mínima dentro de los contratos para la prestación de servicios de comunicaciones móviles, y se dictan otras disposiciones”*

Respetado Doctor Márquez:

Agradecemos la oportunidad de presentar comentarios a esta propuesta regulatoria, que sin duda alguna podría representar un importante cambio en los modelos de negocio de los servicios de telecomunicaciones en el país, y tendría un impacto significativo a nivel de proveedores de servicio y usuarios.

En primer término nos parece importante resaltar el análisis elaborado por el regulador respecto a la cláusula de permanencia mínima con enfoque en servicios móviles, especialmente aquella que tiene como causa el subsidio o financiamiento de los terminales móviles. Sin duda el estudio de las cláusulas de los operadores móviles en el país, la experiencia internacional respecto al subsidio de equipos, los precios de referencia de dichos terminales, los modelos aplicados en otros países para la adquisición de equipos móviles, la incidencia sobre la competencia en el sector y la transparencia para los usuarios, entre otros aspectos analizados por el regulador, permite contar con herramientas valiosas para alimentar la discusión sectorial.

Valga la pena indicar que los comentarios de DIRECTV se harán en términos generales sobre los beneficios de la Cláusula de Permanencia Mínima (CPM) en los mercados sin detenerse a analizar el mercado móvil y la propuesta regulatoria hecha. Simplemente queremos dejar expresada nuestra opinión desde el punto de vista de operadores de TV por suscripción y entrantes a internet y aportar algunos elementos que puedan ayudar a la discusión.

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



Lo anterior ya que consideramos que tanto el legislador como el regulador al discutir este tipo de medidas debe ser muy cuidadoso con la generalización¹ y con la aplicación de las medidas de un mercado a otro. El mercado colombiano, específicamente el de telefonía móvil, presenta unas situaciones concretas que causan gran impacto en la competencia y repercuten en los usuarios, tales como la existencia de un operador con posición de dominio debidamente declarado, que de acuerdo a la literatura económica analizada por la CRC puede generar *“que la empresa dominante en el mercado se aproveche de tener a sus usuarios “atrapados” para extraer una mayor porción del excedente del consumidor”*. Esta situación, aunada a la problemática relacionada con la calidad de las redes de telefonía móvil y la insatisfacción de los usuarios ha derivado en iniciativas legislativas (y ahora regulatorias) que buscan la eliminación de las cláusulas de permanencia mínima, medida que se ha pretendido vender como el remedio a las fallas del mercado y a la inconformidad de los usuarios, cuando en realidad son problemas estructurales que requieren intervención regulatoria de otro tipo, en aras del verdadero beneficio para el usuario y de la libre competencia.

Ahora bien frente al documento puesto a consideración nos parece importante pronunciarnos sobre los siguientes puntos: (i) Efecto de la eliminación de las cláusulas de permanencia de los servicios de telefonía móvil sobre otros servicios. (ii) Inversiones realizadas en adquisición de clientela: Subscriber Acquisition Cost (SAC) (iii) Experiencia Internacional sobre Cláusulas de Permanencia Mínima.

- **Efecto de la eliminación de las cláusulas de permanencia de los servicios de telefonía móvil sobre otros servicios.**

Tal como lo señaló DIRECTV en sus comentarios al documento de consulta sectorial sobre este mismo tema, presentados el pasado mes de julio, la CRC debe tener en cuenta que las medidas que tome respecto a la cláusula de permanencia mínima (CPM) para servicios móviles sin duda alguna repercutirá en la segunda fase del proyecto regulatorio que abordará la cláusula de permanencia mínima para otros servicios, incluyendo el de Internet fijo y la televisión por suscripción.

Es necesario insistir ante el regulador que la cláusula de permanencia que pacta DIRECTV con sus usuarios, como operador de televisión por suscripción en modalidad satelital, es totalmente diferente filosófica y cuantitativamente a la de los proveedores de TIC.

El concepto de la CPM de DIRECTV es el no cobro o el descuento sustancial en los valores por activación, vinculación, instalación, y equipos necesarios para la prestación del servicio. Los

¹ Según declaraciones públicas del Representante David Barguil, autor del PL No. 161 de 2012 que pretende la eliminación de la CPM *“los usuarios de telefonía, internet y televisión no pueden seguir atados a servicios pésimos”*. (Resaltado fuera de texto). Diario La República, edición del 9 de noviembre de 2013.



equipos requeridos para el servicio deben ser provistos necesariamente por DIRECTV, que a su vez los importa, es decir, no existe la posibilidad para el usuario de adquirirlos por su cuenta o suplirlos por otros, como si puede ocurrir en los servicios ofrecidos por los proveedores de TIC especialmente los dispositivos de voz móvil. Los equipos que utiliza DIRECTV para la prestación de su servicio son especiales destinados únicamente para la recepción de la TV satelital, que aún al por mayor, son muy costosos para este operador. Dentro de estos costos deben incluirse los que asume DIRECTV en los sistemas de seguridad que contienen estos equipos, para minimizar los riesgos de que los mismos sean utilizados para retransmitir la señal de manera fraudulenta, tema del cual adolece este sector. Ahora bien, también se requiere un personal especializado, que cuente con el “know how” para la instalación correcta de los mismos. Por lo tanto, para DIRECTV gran parte de la inversión por cliente está en los equipos que le suministra y en la instalación de los mismos en un sitio fijo. Precisamente estos costos son los que se están subsidiando vía CPM.

Tal como está planteado el proyecto regulatorio sometido a comentarios, los proveedores de telefonía móvil no podrían pactar CPM por concepto de financiación y/o subsidio de equipos o por subsidio del cargo por conexión, permitiéndoles únicamente esta opción por el ofrecimiento de tarifas especiales. El argumento de la CRC es, por una parte, el análisis económico de los precios de los equipos y las posibilidades de adquirir los mismos a través de otras modalidades que no sean el financiamiento del equipo atado al contrato de servicios de comunicaciones, y por otra, la conclusión de que es prácticamente nula la suscripción de permanencias mínimas como consecuencia de la financiación o subsidio del cargo por conexión.

Sobre esta última causal de CPM que se pretende eliminar, debe señalarse que en servicios como la televisión por suscripción satelital que ofrece DIRECTV precisamente los valores subsidiados vía CPM corresponden al cargo por conexión y sus costos asociados. Si la tendencia anunciada por la CRC para la telefonía móvil se mantiene para los servicios de televisión, el modelo de comercialización del servicio debe ser modificado en detrimento de los usuarios ya que definitivamente los costos que actualmente se subsidian vía CPM, tendrían que ser trasladados al cliente.

Por lo tanto, DIRECTV aprovecha la apertura de la discusión sectorial para desde ya dejar sentada su posición respecto a la inconveniencia y afectación para la prestación de sus servicios en Colombia si se prohíbe pactar cláusula de permanencia mínima por el subsidio o financiación del cargo por conexión. Es menester que la CRC realice un análisis similar al efectuado para el mercado de telefonía móvil para el de televisión por suscripción, e incluso para el de Internet, para que pueda evidenciar las características que diferencian sustancialmente estos servicios al de telefonía móvil, en factores tan evidentes como por ejemplo la sustituibilidad de los equipos, que en móviles claramente es posible entre un operador y otro por la tecnología que utilizan, mientras que en televisión e internet fijo no lo es. En muchos casos los terminales son parte sustancial del servicio y no son escindibles en su compra por parte del usuario, tal como sucede con los Módem DSL, Cable módems o módems 4G para acceso a Internet, o con los decodificadores de Cable TV digital o los de sistemas DTH.

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



- **Inversiones realizadas en adquisición de clientela: Subscriber Acquisition Cost (SAC)**

Las cláusulas de permanencia tienen el sentido último de permitir que los proveedores de servicios puedan recuperar en un plazo razonable los costos de adquisición de clientela, conocidos en la literatura especializada como Subscriber Acquisition Costs (SAC), los cuales incorporan no solo subsidios a terminales, sino además costos y gastos de publicidad, promoción, instalación del servicio, y subsidios de terminales entre otros elementos. El documento soporte del proyecto de la CRC resalta la importancia que representa la recuperación del SAC para los proveedores, al proponer por ejemplo métodos alternativos para la adquisición de los terminales como el leasing. Si partimos del reconocimiento regulatorio de las cuantiosas inversiones que realizan los operadores para adquirir suscriptores, podemos concluir que la posibilidad de pactar CPM puede ser el único medio que permita como mínimo tener el retorno de la inversión, sin ni siquiera garantizar una utilidad razonable.

Así pues, es fundamental que la CRC tenga en consideración que las cláusulas de permanencia responden a la recuperación en general de los costos de adquisición de clientela e instalación y activación de los servicios, permitiendo fijar las mismas, así como las correspondientes penalizaciones, en función de dichos rubros.

Las cláusulas de permanencia deben responder fundamentalmente a la proporción entre el valor mensual del plan que se desea para el usuario y el monto de costos de adquisición de clientela y el “pay back” esperado en cada caso de negocios. La masificación de servicios requiere tarifas competitivas que dependerán en últimas de poder diferir los costos de adquisición de clientela en el mayor tiempo posible.

La eliminación de las cláusulas de permanencia mínima en los contratos de prestación de televisión por suscripción generaría una pérdida en el retorno de la inversión que se realiza para adquirir un nuevo suscriptor, más aun considerando la distorsión de precios del mercado de televisión por suscripción que obedecen a otras causas. Dicha pérdida de valor se originará por una mayor tasa de deserción de clientes durante los doce primeros meses de prestación del servicio, causada por:

1. Suscriptores altamente orientados a comprar por ofertas de precio y beneficios que los operadores ofrecen de forma temporal durante los primeros meses de la prestación del servicio, con el ánimo de motivar la vinculación. Estos tenderían a desertar de un operador tan pronto encuentren una oferta con precio más atractivo o tan pronto terminen los beneficios promocionales que el operador ofertó.
2. Ofertas agresivas de competidores para motivar a los suscriptores a cancelar sus actuales contratos y adquirir sus servicios antes de que estos últimos adquieran un hábito de consumo con el proveedor que inicialmente habían escogido, y por ende, sin que el usuario hubiera descubierto todas sus características y propuestas de valor.

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



- **Experiencia Internacional sobre Cláusulas de Permanencia Mínima**

Resulta muy interesante el benchmark internacional utilizado por la CRC en la construcción de su propuesta regulatoria para soportar los argumentos de eliminación de la CPM asociada al financiamiento de terminales y cargo por conexión. No obstante lo anterior, es conveniente que la CRC también tenga en consideración otros análisis de experiencia internacional que permite demostrar la conveniencia para los usuarios de permitir este tipo de estipulaciones dentro de los contratos de servicios.

De acuerdo a la Comisión Federal de Comunicaciones (Federal Communications Commission - FCC), la cláusula de permanencia mínima es solo una de las razones para que los usuarios mantengan su servicio con un determinado operador, pero no es la razón principal. En vista de que en Estados Unidos no existe ninguna prohibición de establecer contratos con un período mínimo de suscripción entre usuarios y operadores, la FCC establece unas obligaciones de información hacia al usuario sobre los diferentes servicios y costos que éste está pagando², lo que significa que un usuario debidamente informado no supedita quedarse con determinado operador únicamente porque tiene pactada una cláusula de permanencia.

De acuerdo al análisis de la experiencia internacional sobre CPM en mercados de comunicaciones se pueden dividir los países en varios grupos de acuerdo a su regulación sobre esta materia:

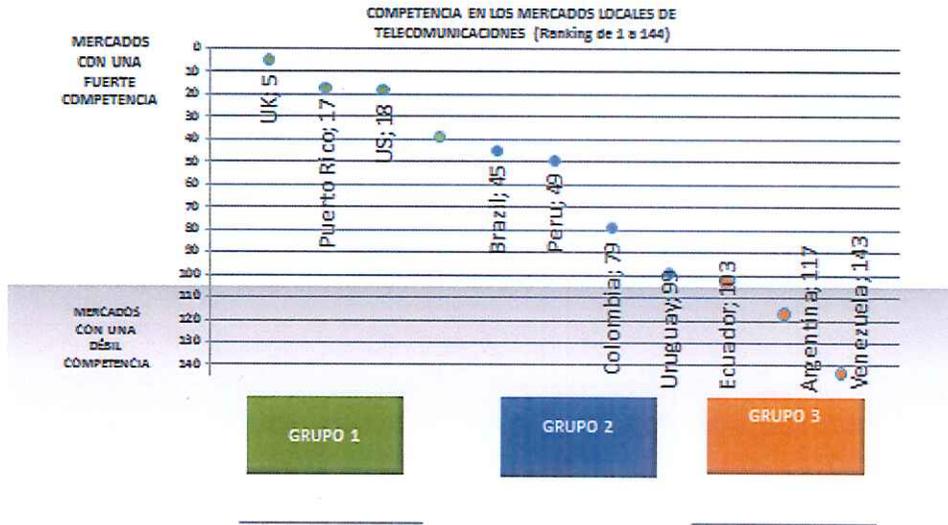
- GRUPO 1: Países donde las cláusulas de permanencia mínima están permitidas.
Estados Unidos, Reino Unido; Canadá y Puerto Rico.
- GRUPO 2: Países donde se permite la cláusula de permanencia mínima pero con una regulación marco.
Brasil, Colombia, Perú y Uruguay.
- GRUPO 3: Países donde la cláusula de permanencia mínima se encuentra prohibida o está altamente regulada.
Ecuador, Argentina y Venezuela.

Tal como se puede evidenciar en la siguiente gráfica, una medida tendiente a eliminar las CPM no necesariamente generará mayor competencia en el mercado colombiano:

² La política general de la FCC busca empoderar a los consumidores con información para que los usuarios puedan tomar decisiones informadas y adecuadas en temas relacionados con los servicios de comunicación (FCC News, mayo 26 de 2010)



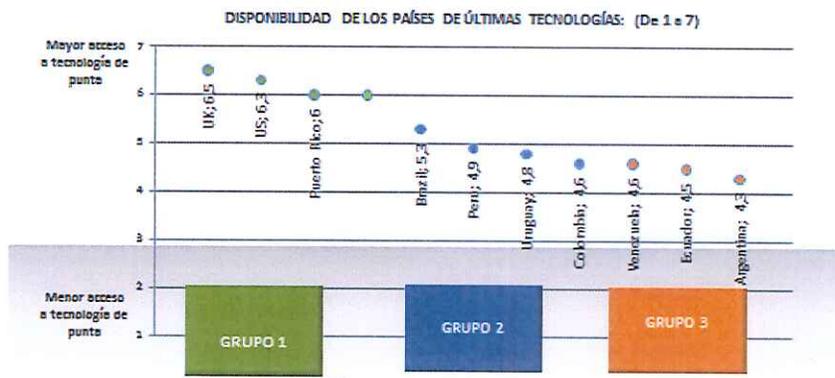
NO EXISTE UNA CORRELACIÓN ENTRE LA PROHIBICIÓN DE LA CPM Y EL AUMENTO DE LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS LOCALES DE TELECOMUNICACIONES



Fuente: World Economic Forum's data from The Global Information Technology Report 2013

Por otra parte, la prohibición de las CPM podría reducir dramáticamente el acceso a la tecnología de punta por parte de los usuarios finales, tal como lo demuestra el siguiente gráfico:

EXISTE UNA CORRELACIÓN ENTRE LA PROHIBICIÓN DE LA CPM Y EL ESCASO ACCESO A LAS TECNOLOGÍAS DE PUNTA



Fuente World Economic Forum's data from The Global Information Technology Report 2013

Países en los que no se prohíben las CPM muestran una mayor disponibilidad de las últimas tecnologías para los consumidores.

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



En cuanto a la satisfacción de los usuarios, el análisis de la experiencia en otros países permite concluir que prohibir las CPM no genera el aumento del grado de satisfacción, tal como se puede evidenciar en la siguiente gráfica:

NO EXISTE UNA CORRELACIÓN ENTRE LA PROHIBICIÓN DE LAS CPM Y MEJORAR LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS:



Fuente: World Economic Forum's data from The Global Competitiveness Index (GCI) 2013
* Este índice mide si las empresas generalmente tratan mal a sus clientes o si son muy sensibles a los clientes y a su retención.

Con lo anterior dejamos sentados nuestros comentarios a la propuesta regulatoria puesta a consideración

Agradezco de antemano la atención prestada

Atentamente,

NATALIA MARIA IREGUI ORTIGOZA
Directora de Relaciones Institucionales
DIRECTV