

Bogotá, D.C., 22 de septiembre de 2023

Señores

**Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC**

**Atención:** [revision.mercadosmoviles@crcom.gov.co](mailto:revision.mercadosmoviles@crcom.gov.co)

Ciudad

**Asunto:** Comentarios al Documento “Revisión del Mercado Relevante “Servicios Móviles”

Respetados señores:

Con toda atención, en nuestra calidad de Operadores Móviles Virtuales (OMV) y con el fin de dar respuesta a la consulta sectorial inicial adelantada por dicha comisión sobre el documento señalado en el asunto, remitimos, antes de la fecha límite establecida, los siguientes comentarios:

Para empezar, queremos resaltar que el mercado móvil tiene varias particularidades y los Operadores Móviles Virtuales independientemente de su configuración (revendedor, híbrido o completo), atraen la inversión nacional y extranjera, generan empleo, pagan impuestos al Estado y realizan grandes inversiones, que, si bien no se representan en elementos de red, si comprenden plataformas, hardware, software, personal, canales de distribución, etc.

El aporte de los OMV está en línea con lo establecido en el Plan de Desarrollo, ya que llevamos el servicio de internet y una oferta de valor, a grupos poblacionales y nichos donde los OMR no pueden ofrecer un servicio diferenciado. Con esto, no solo estimulamos la competencia, sino que, como pequeños prestadores de los servicios de telecomunicaciones, propendemos por hacer del internet y de las tecnologías digitales, un instrumento de transformación social.

De manera especial y en relación con el documento “*Revisión del Mercado Relevante: Servicios Móviles*”, la CRC, mediante la aplicación del test de los tres criterios de que trata el artículo 3.1.2.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, verificó que el mercado “*Servicios Móviles*” sigue siendo susceptible de regulación “*ex ante*”, conclusión que compartimos, pero frente al cual queremos hacer algunas precisiones y comentarios frente a las consideraciones realizadas, en relación con los Operadores Móviles Virtuales, los cuales en el escenario actual muestran mucho más efectos negativos en su actuar competitivo en el mercado, que los señalados para la generalidad de los proveedores de redes y servicios móviles u OMR.

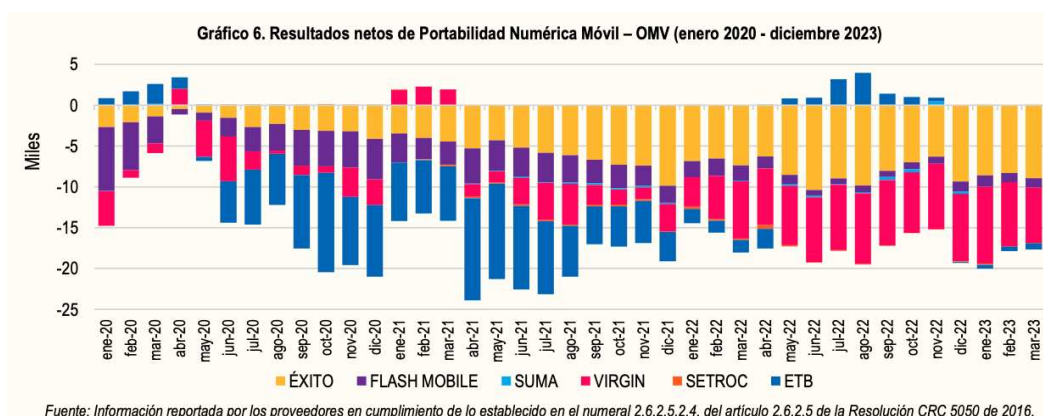
1. En primer lugar no estamos de acuerdo con el hecho que se equiparen algunos de los indicadores de los Operadores Móviles Virtuales -OMV, frente a indicadores de los Operadores Móviles de Red – OMR.

Los OMV somos pequeños prestadores que implementamos modelos de negocio enfocados hacia comunidades específicas, modelos en donde se explota una red de distribución, modelos que buscan una diferenciación apalancada en la convergencia de servicios y en general, modelos para satisfacer necesidades puntuales de un nicho determinado, generando una oferta de valor y una estrategia comercial a la medida de su nicho, con el fin que sus usuarios reciban un servicio diferente de la oferta general de los OMR establecidos. Lo anterior, porque un OMV nunca tendría la posibilidad de competir de manera directa con un OMR vía el precio, ya que no cuenta ni con el volumen, ni con la infraestructura, ni con los recursos económicos para hacerlo. Los OMV son clientes mayoristas del OMR, en contratos de largo plazo pero, paradójicamente, sin los privilegios, prestaciones gratuitas u ofertas significativas que tienen los usuarios minoristas del OMR.

Es por esta razón que la muestra tomada para el estudio de hábitos y usos de comunicaciones móviles 2022 (capítulo 3 del documento), no refleja necesariamente el comportamiento del mercado OMV, ya que en la página 16 se indica que la población objetivo de las 5.004 encuestas telefónicas fueron personas mayores de edad, usuarios de servicios móviles seleccionados de 85 municipios del país, que no necesariamente representan los nichos específicos que atacan los OMV.

Por lo anterior, en el numeral 3.1 “Determinantes para la selección, permanencia o cambio de operador”, se indica en la página 27 que “Los usuarios que indicaron que el operador que tenían antes de cambiarse era un OMV están entre el 1% y 4%”, porcentaje que es bastante bajo frente a la realidad del mercado. Adicionalmente el numeral 5.1.3.1. Condiciones de cambio de proveedor, indica en la página 67, que, al analizar los resultados netos, que corresponden a la diferencia entre lo que un operador recibe y lo que dona en cuanto a operaciones de portación, se evidencia que operadores como MOVISTAR, CLARO, FLASH MOBILE y WOM tuvieron resultados netos positivos como resultado de las operaciones de portación realizadas durante los 6 años analizados. Sin embargo, se debe aclarar que en este período fue el lanzamiento del OMV Flash Mobile y esa es la razón principal de que se vea el resultado neto positivo, siendo otra la realidad.

En efecto, al excluir eventos extraordinarios como el lanzamiento de un operador y se analiza la información del Data Flash 2023-006- Portabilidad Numérica Móvil publicado por la CRC en Mayo de 2023, se aprecia que desde el año 2020 los resultados netos de portabilidad numérica móvil de los OMV son negativos.



Estos resultados ratifican que solamente los OMR están teniendo portaciones netas positivas, y que actúan como competidores de los OMV.

2. Como segundo comentario, estamos de acuerdo en que una de las barreras de entrada son las economías de alcance y escala, tal como lo presenta la tabla 4.2 de la página 40 *“Operadores con bajo número de usuarios, como los OMV, no pueden alcanzar las economías de escala y alcance logradas por operadores incumbentes”*. Es por esta razón que la regulación debe propender por estimular la competencia y no dejar a la simple negociación entre un operador establecido (OMR) y un nuevo y pequeño competidor (OMV), algunos otros aspectos propios de la operación, dado que los OMR son en la práctica competidores reales de los OMV.

Lo anterior es evidente al analizar las cifras del numeral 5.1.2.1.3 “Servicio de internet móvil”, que indica en la página 53 que *“Entre 2017 y 2022 la cantidad de accesos de internet móvil registraron un incremento del 55,4% al pasar de 25,8 millones de accesos a 40,1 millones de accesos. Al final de este periodo la participación del operador CLARO se ubicó en el 52%; por su parte MOVISTAR mantuvo una cuota alrededor del 22%, mientras que TIGO incrementó su participación en cuatro puntos porcentuales al pasar del 13% al 18%. Los OMV cedieron participación al pasar del 4% al 2,4% y el operador WOM alcanzó una participación del 5% al final de 2022, tal como se puede apreciar en la gráfica 5.16”*. **Es decir, los OMV perdimos realmente un 40% de la participación.**

Esta pérdida de participación se debe a que el tráfico de internet móvil presentó un crecimiento exponencial (8,1 veces superior al tráfico que se cursó en 2017), que se explica en parte por el incremento de capacidades de navegación en las ofertas tarifarias de todos los operadores y la tendencia decreciente del precio de los planes y paquetes, así como también por cuenta del uso que los usuarios vienen haciendo del servicio. Sin embargo, ese crecimiento exponencial que presentan todos los operadores, no se observa en los OMV (tal como lo indica la página 55 del documento), producto realmente de las desventajas competitivas que ha traído algunas de las medidas regulatorias adoptadas.

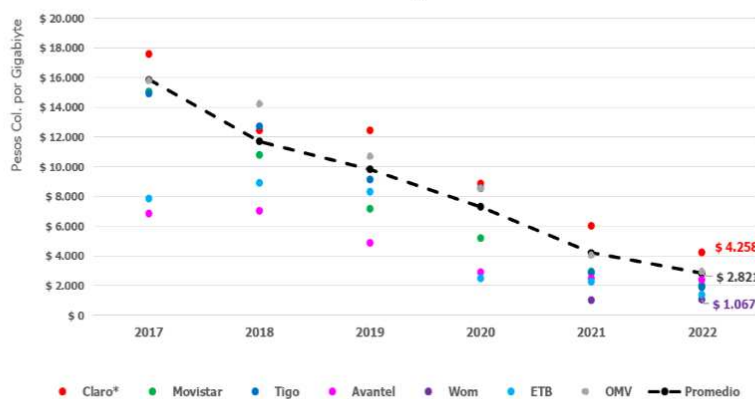
3. De otro lado, el numeral 5.1.5.2.2. Consumo en el servicio de internet móvil, indica en la página 103 que *“Dado que el tráfico de internet móvil presentó un crecimiento anual promedio (56%) superior al de incremento anual promedio de accesos (9%), el consumo mensual promedio por acceso registró un comportamiento al alza puesto que pasó de 1,1 GB en 2017 a 6,4 GB en 2022, es decir, 5,3 veces superior al consumo promedio de 2017. Los usuarios de los operadores WOM, ETB y TIGO son los que mayor uso del servicio hicieron en 2022, mientras que los usuarios de los OMV registraron el menor consumo, 54% por debajo del promedio nacional”*.

La razón de este menor consumo es que día a día los márgenes son más estrechos y menos alternativas de negociación. Lo anterior es ratificado en el numeral 5.1.4.2.2 “Evolución de los precios de los servicios de comunicaciones móviles” en el cual el documento presenta la evolución de los indicadores de ingreso medio por minuto en el

servicio de telefonía móvil y el ingreso medio por gigabyte en el servicio de internet móvil y destaca en la página 89 del documento que desde 2020 el IPROM de prepago es inferior al IPROM de postpago, al punto que en 2022 la diferencia fue del 57%.

4. Debe resaltarse que los OMV tenemos una oferta prepago y actualmente la regulación establece que en general, los OMV pagan a los OMR aplicando el IPROM total (ponderado entre postpago y prepago), aunque ésta cifra es mayor que el IPROM de prepago, lo cual plantea diferencias frente a los pagos realizados por los OMV. En ese sentido, la página 90 del documento y la gráfica 5.55, indican que el IPROGB de los OMV convergió al promedio nacional en 2021 y 2022 (\$2.824 por GB), pero esa diferencia en el IPROM pagado y el real que debería ser el aplicable a los OMV, se acrecentaría aún más a partir del 1 de enero de 2024 en virtud de la regulación próxima a entrar en vigencia.

**Gráfica 5.55. Ingreso promedio por GB en el servicio de internet móvil – Total (2017 – 2022)**



Fuente: CRC a partir de reportes PRST al Sistema Colombia TIC

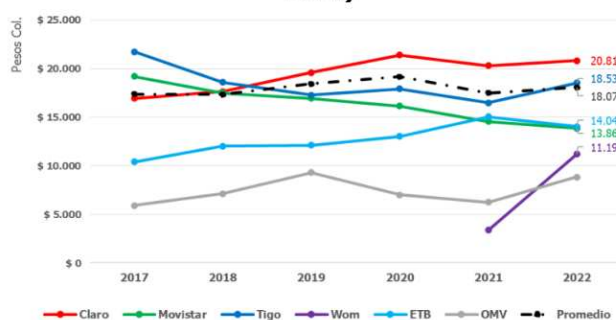
En efecto, lo anterior plantearía los siguientes escenarios anticompetitivos:

- Dificulta la llegada de nuevos OMV, ya que deberían empezar a pagar valores por encima del mercado, que hacen inviable cualquier proyecto. Sumado al hecho que algunos OMR pretenden condiciones diferentes para servicios como RAN, IoT o como VoLTE.
- Condenaría a la desaparición a los OMV pequeños que no tengan una base importante de usuarios o de tráfico que permita negociar con el OMR,
- Generaría una contingencia y un riesgo a los OMV de mayor tamaño, puesto que el OMR siempre tendrá la opción de terminar el acuerdo para hacer que su remuneración sea mayor.

Es decir, la regulación está eliminando la posibilidad de que existan más competidores en el mercado ya que los operadores entrantes no podrían alcanzar las economías de escala y alcance logradas por operadores con más tiempo en el mercado.

5. Por su parte, el numeral 5.1.5.4.1. Evolución ingreso promedio por línea en el servicio de telefonía móvil, página 109, indica que “*el ARPU de los OMV fue el menor en todos los años, con excepción de 2021*” y esto se ratifica en la gráfica 5.80 de la página 112, con lo cual se evidencia el gran esfuerzo que hacemos los OMV por intentar permanecer el en mercado, ya que las ofertas y planes ilimitados de los OMR, nos obligan a reaccionar en un mercado donde el precio es el factor de decisión de compra más importante. Esa es la razón para que en la tabla 5.5 de la página 97, se aprecie que, dentro de los indicadores de rentabilidad, el margen Ebitda de un OMV sea siempre muchísimo menos que el margen Ebitda de un OMR.

**Gráfica 5.80. Ingreso mensual promedio por acceso servicio de internet móvil (2017 – 2022)**



Fuente: CRC a partir de reportes PRST al Sistema Colombia TIC

Corolario de lo anterior es que día a día con el avance tecnológico y cultural se van visualizando nichos y no podrán surgir nuevos OMV con ofertas de valor específicas para satisfacerlos, ya que la regulación no favorece la llegada de nuevos operadores, ni el dinamismo del mercado, manteniendo la asimetría y concentración existente.

6. En relación con el “*empaquetamiento de servicios*”, también se observan grandes distorsiones que no son suficientemente analizadas en el documento en relación con la posición competitiva de los OMV. Tal como lo expresa la CRC, es “... *poco probable que los usuarios tomen la decisión de desempaquetar sus servicios ante incrementos de un 5% (o incluso 10%) en el precio de estos; (ii) las aplicaciones OTT para realizar llamadas se han identificado como servicios complementarios y no sustitutos de los servicios móviles a partir de las encuestas de hábitos y usos y los estudios sobre el rol de los servicios OTT adelantados anualmente por la Comisión; así mismo (iii) el servicio de Internet fijo a través de WiFi es utilizado como un servicio complementario y no sustituto del servicio de Internet móvil que hace parte del paquete de “Servicios móviles” según lo demuestra la encuesta de hábitos y usos (2022)*”, lo que sin duda representan grandes diferencias en la decisión de compra de los usuarios, a más de las ventajas que el mismo documento resalta en cuanto a barreras regulatorias, economías de escala y alcance, acceso a recursos financieros, acceso a canales de ventas y distribución, cuyo impacto para los OMV es mucho más alto.

Manifestaciones de esto último es que: i) en las ofertas de los OMR, el precio del MB está muy debajo del IPROM reportado en el primer trimestre (1T) 2023 y del precio

mayorista, ii) el operador con poder significativo en el mercado no aloja a ningún OMV y iii) sumando las participaciones en el mercado los OMR host y sus OMV, solo llegan al 40%, de los cuales, sus OMV representan el 5%.

Adicionalmente, toda oferta que realice el OMR, así sea temporal, tiene un gran impacto sobre la oferta de sus OMV. Se observa que ofrecen productos con precios muy por debajo del IPROM, con una gran cantidad de recursos incluidos y con acceso a redes sociales (56%) sin costo o sin cargo a los recursos de navegación, prestaciones que el OMR si le cobra a su OMV, lo cual, por supuesto, afecta la posición competitiva del OMV.

7. Así mismo, consideramos que algo clave en la búsqueda de promover la competencia es garantizar que la cobertura y calidad para todos los operadores se encuentre de acuerdo con lo definido por la regulación. Para esto, es vital asegurar la implementación de mediciones de calidad y continuidad del RAN proporcionado por los operadores de red, en especial el del dominante, así como el cumplimiento de la obligación de los OMR de ofrecer los servicios a los OMV en las mismas condiciones que ofrecen a sus propios usuarios, para lo cual se debe garantizar desde la regulación y vigilar, la implementación para los OMV de tecnologías como VoLTE, IoT y cualquiera otra que pueda fortalecer el servicio a los usuarios y la competencia en igualdad de condiciones.

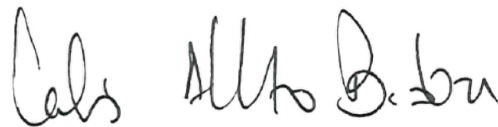
Para terminar, es evidente que en este mercado existen algunos problemas estructurales que la Comisión identifica de forma acertada y soportada en el documento frente al operador con peso significativo en el mercado como es Claro, pero además podrían evidenciarse otros aspectos en algunas prácticas que se presentan frente a los OMV por los OMR. Por ello compartimos la afirmación de la CRC en el sentido de que *“...teniendo en cuenta otros elementos existentes en el mercado como las ya señaladas economías de escala, economías de alcance y barreras a la expansión, no es posible prever que a corto o mediano plazo se den cambios significativos en las condiciones de cambio de operador que minen las ventajas competitivas de los OMR”* (página 139)

Reciban un cordial saludo ratificando nuestro compromiso con el País, de seguir promoviendo la competencia como pequeños prestadores de los servicios de telecomunicaciones y mejorar día a día la experiencia de los usuarios del sector TIC.

Atentamente



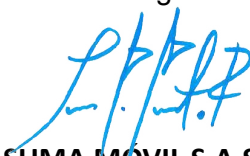
**VIRGIN MOBILE COLOMBIA S.A.S.**  
Representante Legal



**ALMACENES ÉXITO INVERSIONES S.A.S.**  
Representante Legal




**LOGÍSTICA FLASH COLOMBIA S.A.S.**  
Representante Legal



**SUMA MÓVIL S.A.S.**  
Representante Legal



**PLINTRON**  
Country Manager



**LIWA S.A.S.**  
Representante Legal



**LOV TELECOMUNICACIONES S.A.S.**  
Representante Legal



**EZTALK MOBILE S.A.S.**  
Representante Legal

*Diana Garzón M.*  
**SETROC MOBILE GROUP S.A.S.**  
Representante Legal