

Bogotá D.C., 16 de septiembre de 2022

Doctora

PAOLA BONILLA CASTAÑO

Directora Ejecutiva

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

Calle 59 A bis No. 5- 53

Edificio Link Siete Sesenta Piso 9

Ciudad

Asunto: Comentarios a la propuesta regulatoria del proyecto revisión de mercados de servicios fijos.

Respetada doctora Bonilla,

De conformidad con el plazo concedido por su entidad para la remisión de comentarios de la propuesta regulatoria del asunto en mención, dentro del término previsto para ello, Colombia Móvil S.A. ESP, UNE EPM Telecomunicaciones S.A. y EDATEL S.A., en adelante Tigo, presentan los comentarios al documento dispuesto a consulta pública.

En primera instancia se resalta la importancia de realizar la revisión periódica de los mercados relevantes de telecomunicaciones en Colombia, dadas las nuevas dinámicas de consumo y de evolución tecnológica que conducen a una prestación de servicios y ofertas comerciales diferenciadas, que influyen directamente en la competitividad del mercado. En este sentido, consideramos que el diagnóstico realizado por la CRC a través de estos estudios son de vital importancia y contribuyen en la orientación del mercado de las telecomunicaciones en Colombia, en favor de la promoción de su eficiencia y eficacia administrativa, reconociendo como ello aporta a un bien común, maximiza el bienestar social y respeta los derechos de los consumidores. Aún así, luego de su lectura detenida se encuentran algunos elementos que deben fortalecerse y que demandan del regulador, la necesidad de definir acciones de intervención para la corrección de fallas de mercado evidentes en el mercado de servicios móviles y que pueden derivar en externalidades negativas de la dinámica del mercado de servicios fijos y en general en la competitividad de los servicios de las telecomunicaciones en el país; por lo cual, a continuación se hacen algunas observaciones particulares al proyecto regulatorio.

Mercados de datos (acceso a Internet de Banda Ancha) residencial y corporativo

En este aspecto, vale la pena recordar los argumentos y discusiones a los cuales se dio a lugar cuando se realizó la modificación a la definición de banda ancha en el país, por medio de la resolución 5161 de 2017; donde se advertía que el gran salto de aumento de la velocidad de banda ancha a 25Mbps y 5Mbps, iba a dejar a la mayoría de los usuarios (90%) que se encontraban conectados en ese momento, fuera de la definición de banda ancha.

Aun así, el regulador dispuso en su resolución final, no incluir una senda de aumento con un paso intermedio de 10Mbps y, dejar un valor único con el ánimo de no aumentar la brecha digital con la definición de banda ancha: *“Que si bien la tasa de penetración de Internet es aún baja en algunos municipios en comparación con las capitales de los grandes departamentos del país, la definición de banda ancha no puede convertirse en una de las causas que permita que se amplíe la brecha digital entre las diferentes zonas del país, por lo cual, con el objetivo de que se aproveche mejor la contribución de las TIC al desarrollo social y económico de las regiones, se adopta una única definición de banda ancha para todo el país”*¹.

Ahora bien, como consecuencia de desatender las advertencias que se realizaban en su momento, la CRC en este componente de la revisión de mercados de servicios fijos decide focalizar el análisis de los servicios de acceso a internet tanto residencial como corporativo, excluyendo como criterio diferenciador la velocidad de descarga; esto en razón a que las mediciones realizadas por el regulador, evidencian que los servicios de acceso a internet fijo de los mercados en mención a nivel municipal, en su mayoría distan de las características de banda ancha definidas en la Resolución CRC 5161 de 2017 (ver gráfico 1) y, en consecuencia los nombres de los mercados “Datos (acceso a Internet de Banda Ancha) residencial” y “Datos (acceso a Internet de Banda Ancha) corporativo”, que se encuentran en el listado de mercados relevantes del Anexo.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016, serán remplazados por “Acceso a Internet fijo residencial” y “Acceso a Internet fijo Corporativo”, respectivamente.

¹ CRC. 2017. Resolución 5161 de 2017, parte considerativa.

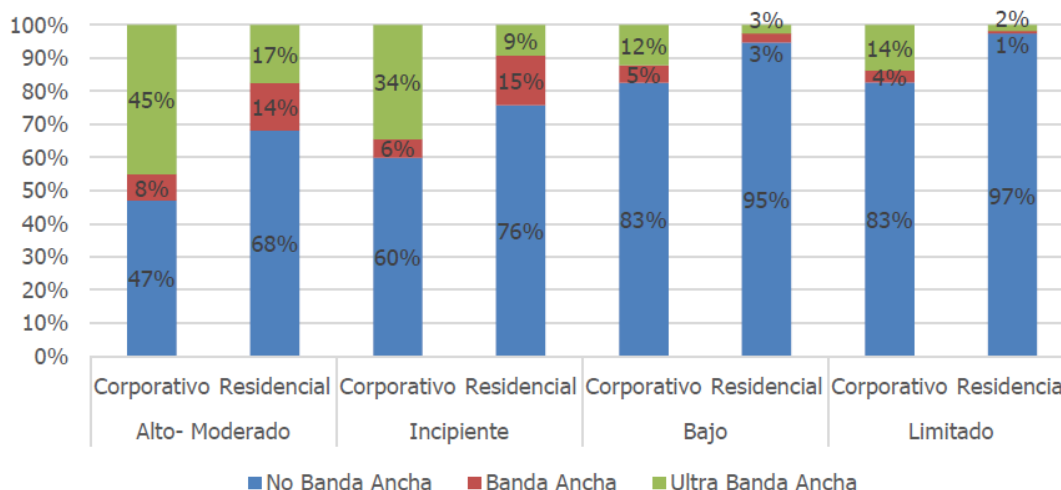


Gráfico 1. Participación (%) suscriptores del servicio de acceso fijo a Internet por clúster y segmento, según velocidades, para el año 2021.

Fuente: CRC, 2022.

Por lo anterior, este ajuste normativo, desde Tigo lo consideramos procedente y favorable, ya que como bien se había manifestado previamente, desde los procesos de consulta pública de la regulación relacionada a la definición y condiciones regulatorias para banda ancha; es el mismo mercado quien se encarga de aumentar las velocidades requeridas, sin necesidad de una intervención regulatoria o la definición de nuevos patrones de banda ancha, siendo evidencia de ello, que las velocidades de conexión aumentan de manera progresiva y existen usuarios que cuentan con velocidades de acceso que duplican la definida por la CRC, tal como se muestra en el siguiente gráfico.

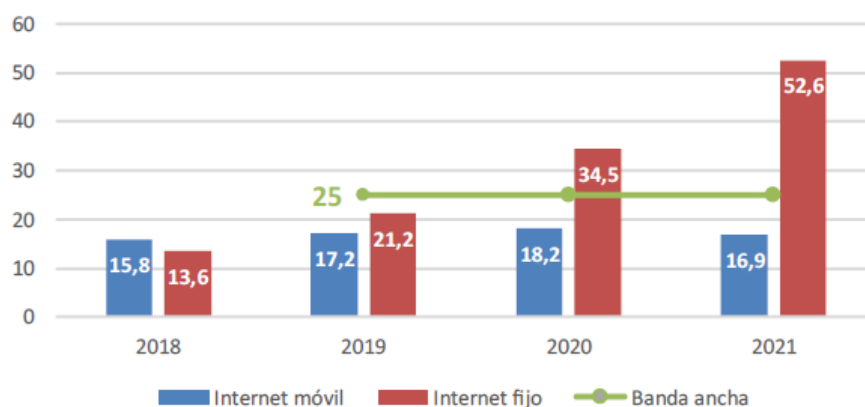


Gráfico 2. Velocidad de descarga promedio nacional (2018-2021), desagregado por tipo de acceso a Internet.

Fuente: CRC, 2022.

Mercados de servicios empaquetados

Si bien la CRC ha decidido excluir del proyecto regulatorio el análisis de los mercados convergentes de servicios fijos y móviles (cuádruple play), atribuyéndolo a su *exigua penetración en el agregado nacional*; es decir, que aún el mercado fijo-móvil no es representativo (gráfico 3).

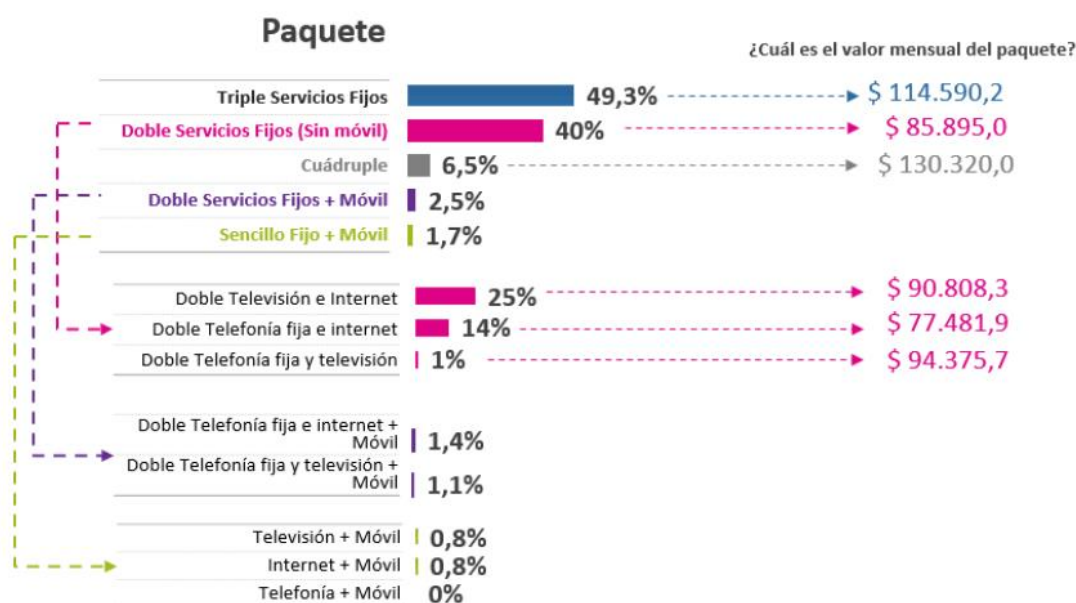


Gráfico 3. Participación de los paquetes dentro del total de hogares que declaran haber contratado al menos dos servicios de comunicaciones de forma empaquetada.

Fuente: Elaboración CRC con base en CNC (2021).

Desde Tigo, consideramos que este es un mercado al cual el regulador debe prestar atento seguimiento, en la medida que actualmente se pueden entrever riesgos de ejercicio de la posición de dominio por parte del agente Claro, quien al disponer de un alto potencial de penetración en los servicios fijos y dadas sus estrategias y prácticas comerciales, vía empaquetamiento, puede conducir a un traslado de la dominancia a este nuevo mercado convergente; lo cual no es una acción desconocida ni para este agente ni para el regulador, pues de esta forma es que se dio a lugar el traslado de la posición de dominio del mercado de voz saliente móvil al de servicios móviles, situación que si bien se alertó por parte de los demás actores del ecosistema de las telecomunicaciones, así como organismos internacionales en etapas tempranas, ha sido un patrón recurrente la ralentización en los

procesos de investigación, declaratoria e imposición de medidas asimétricas por parte del regulador, para poder corregir de manera efectiva esta falla del mercado².

En consecuencia y de conformidad a las propias manifestaciones realizadas por la Superintendencia de Industria y Comercio el pasado 27 de julio, quien pone a consideración de la CRC, la necesidad de definir y establecer medidas particulares correspondientes en relación a COMUNICACIÓN CELULAR S.A., como consecuencia de la declaratoria de dominancia en el mercado de servicios móviles a través de la Resolución CRC 6146 de 2021³. Se sugiere al regulador que previendo el impacto que puede tener el empaquetamiento de servicios fijo – móvil por parte de Claro en el mercado de las telecomunicaciones del país, así como sus antecedentes, imponga a la brevedad medidas asimétricas a este operador, ya que como bien lo manifiesta el mismo regulador en su documento soporte de la revisión de los mercados de servicios fijos:

“(...) dentro de la categoría de empaquetamiento con fines estratégicos, la literatura económica identifica al menos tres razones que son relevantes para este caso. En primera medida, una empresa puede decidir empaquetar dos bienes que son complementarios con el propósito de debilitar la capacidad de sus rivales para competir en cada uno de los dos mercados. Ya que empaquetar los productos deriva en precios más bajos, la capacidad de respuesta de las firmas rivales que no pueden empaquetar en el corto plazo se ve limitada, reduciendo consigo su probabilidad de supervivencia en el mediano y largo plazo.

En segundo lugar, si la empresa tiene un poder de mercado considerable en los mercados de ambos productos, puede utilizar el empaquetamiento como un mecanismo para construir barreras de entrada en ambos mercados.

En tercer lugar, en la misma línea, a través del empaquetamiento una firma puede apalancar su poder de mercado en diferentes productos o servicios para proteger su posición. La idea básica es que al

² La primera alerta sobre la posición de dominio de Claro en el mercado de voz saliente móvil se generó en el año 2009, pero sólo hasta el 2012 el regulador dejó en firme su declaratoria de dominancia; tomándose posteriormente cuatro años más para definir la imposición de medidas asimétricas. Periodo de tiempo durante el cual se evidenció el traslado de la posición de dominio de la voz móvil al nuevo mercado relevante de servicios móviles (voz+datos), donde si bien el regulador apertura la investigación a Claro desde el año 2017, sólo fue hasta el año 2021 que se ratificó la posición de dominio de este operador en este nuevo mercado, sin que al a fecha se haya realizado una imposición de medidas particulares.

³ Comunicado SIC a la CRC con número de radicado 22-291237- -0, actuación 425 del 27 de julio del 2022. *“(...) Esta Superintendencia está facultada para solicitar a la CRC que ejerza sus funciones legales para establecer medidas regulatorias particulares de enfoque ex ante que permitan solucionar las fallas de mercado derivadas de la existencia de un agente dominante en el mercado de servicios móviles y, además, que puedan prevenir comportamientos de COMCEL idóneos para afectar el adecuado funcionamiento de una dinámica de competencia en ese contexto. El establecimiento de ese tipo de medidas, sin duda, hace parte de toda una política pública orientada a promover y proteger la libre competencia en el mercado de servicios móviles y, además, a garantizar los derechos de los usuarios de esos servicios”.*

comprometerse a vender los dos productos sólo conjuntamente (empaquetamiento puro), la firma hace a su vez un compromiso tácito de pelear ferozmente la entrada de un nuevo competidor” (CRC, 2022)⁴.

De acuerdo a lo anteriormente descrito y, como bien se relaciona en el gráfico 4, hay una evidente concentración del mercado; donde Claro como agente preponderante, lidera en todos los mercados tanto fijos como móviles en términos de número de abonados e ingresos, situación que ha permanecido en el tiempo, evidenciándose que para la mayoría de mercados, así se sumaran las participaciones de sus dos seguidores inmediatos (Movistar y Tigo), no se alcanza a igualar los valores reportados por el operador dominante; a excepción del mercado de internet fijo, donde se encuentra una pequeña cercanía entre los operadores. Siendo este último mercado, susceptible de trasladarse la posición de dominio vía empaquetamiento, dadas las tendencias de consumo de los usuarios y la transformación digital, que han conducido al surgimiento de nuevos modelos de negocio.

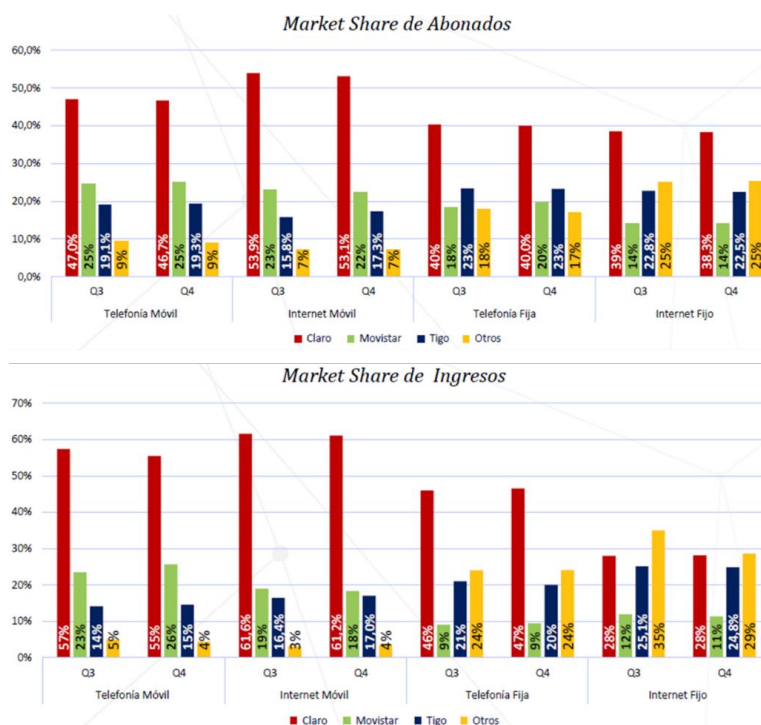


Gráfico 4. Principales indicadores del sector TIC por operador.
Fuente: elaboración propia, con base en el boletín sectorial del MinTIC, 2022.

⁴ Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Documento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf>.

A lo anterior se suma, que de acuerdo a estudios realizados por la firma consultora Analysys Mason (2021), sobre la dinámica de la competencia del mercado de telecomunicaciones en Colombia, se evidenciaba cómo algunos programas gubernamentales podían acentuar el distanciamiento entre los márgenes de mercado de los prestadores de servicios; tal como sucedió con la implementación del proyecto de incentivos a la demanda de acceso a internet, donde se establecieron mecanismo para garantizar el acceso al servicio de internet fijo a través de nuevas conexiones de hogares de estratos 1 y 2 y viviendas de interés prioritario, donde uno de los adjudicatarios para la puesta en marcha de este, fue Claro; quien se vio favorecido, al lograr una evolución de su cuota de mercado de internet fijo. Tal como se muestra en el siguiente gráfico, históricamente la cuota de mercado de Claro en las zonas de subsidio y el resto de las zonas venían siendo muy similar, sin embargo, a lo largo de 2020 se ve como se empieza a distanciar medianamente Claro, ganando una mayor cuota de mercado en zonas con uso del subsidio, en las cuales presuntamente adoptó campañas de oferta de servicios empaquetados de servicios fijos y móviles, lo cual podría conducir a un subsidio cruzado de los servicios.

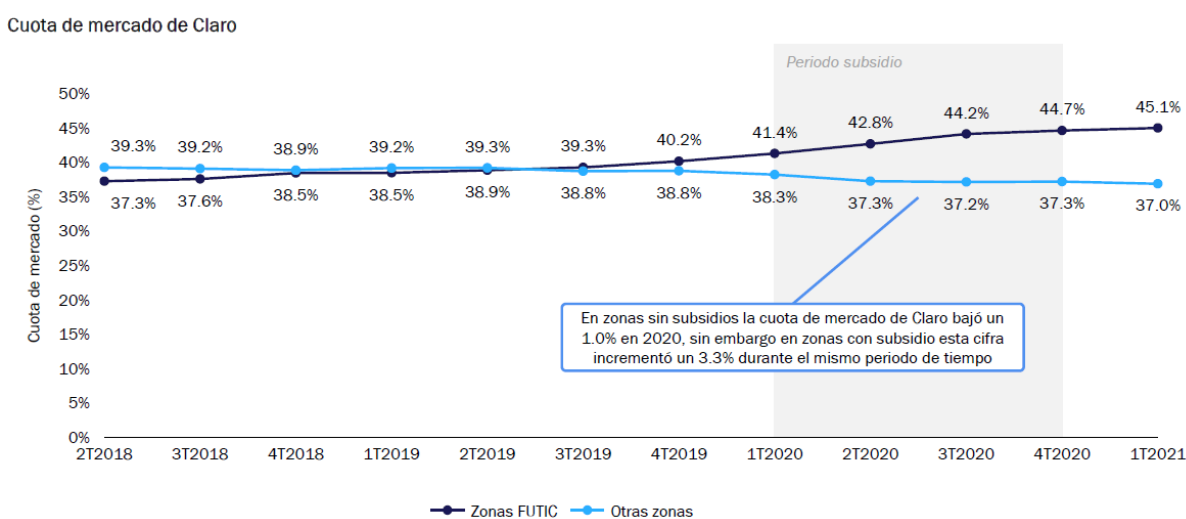


Gráfico 5. Cuota de mercado de Claro en el mercado de internet fijo, nacional. Zonas con y sin subsidio a la conectividad en estratos 1 y 2.

Fuente: Analysys Mason, 2021.

Por consiguiente, desde Tigo, consideramos que un estudio tan juicioso como el que se presenta para el mercado de servicios fijos, que no puede desconocer los ejercicios paralelos adelantados por el mismo regulador para los servicios móviles, dada la convergencia de los mismos, la oferta

empaquetada y la evidencia de complementariedad y sustituibilidad⁵ entre estos, debería conducir a la definición de aplicación de medidas particulares requeridas para favorecer la sana y libre competencia del mercado y la corrección de fallas de mercado a las cuales se ha dado a lugar por las prácticas de la firma (Claro).

Mercado de televisión multicanal. Sustituibilidad-complementariedad entre los servicios de TV Paga y OTT de video

Si bien el documento de la CRC concluye que *las OTT de video pagas son complementarias de acuerdo con los análisis cualitativos basados en la encuesta de hábitos y usos de servicios fijos*; es fundamental que el regulador siga realizando un seguimiento permanente a la maduración y evolución de este mercado, en la medida que la suscripción de los hogares a servicios de OTT de video han venido ganando participación en todas las aplicaciones (ver gráfico 6) y, según información registrada en el informe ejecutivo “*El rol de los servicios OTT – 2021*” de la CRC⁶, uno (1) de cada tres (3) hogares del país tienen acceso a por lo menos una aplicación para consumir contenidos audiovisuales, donde Netflix logra estar presente en más del 80% de los hogares con este tipo de suscripción.

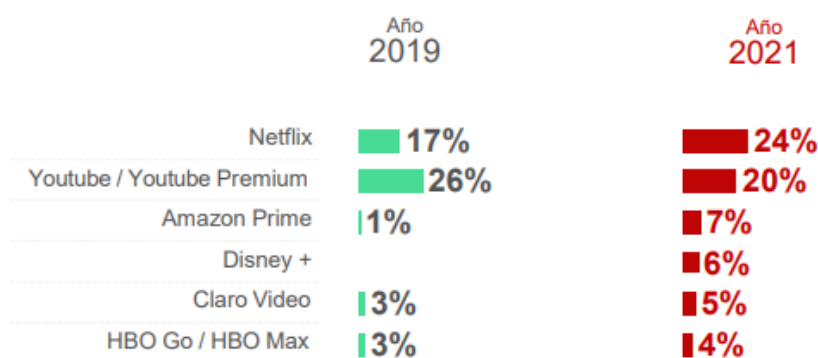


Gráfico 6. Hogares con acceso a aplicaciones de video pagas.

Fuente: CRC, 2022.

Al cierre del cuarto trimestre de 2021, se registraba que el 86.4% de los hogares con internet consumieron contenidos audiovisuales a través de estas plataformas y, del total de hogares que contaban con conectividad a internet, el 10.58% manifestaron haber renunciado al servicio de TV por suscripción (cord-cutters), de los cuales el 17.98% de los hogares señaló que esto lo hizo en razón a

⁵ En el caso del internet fijo residencial se evidencia una sustituibilidad de este, por el internet móvil para el clúster 4 y complementarios para los clústeres 1, 2 y 3.

⁶ Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/1.1%20CRC%20OTT%202021%20-%20Informe%20Ejecutivo%20CNC.pdf>.

que podía encontrar el mismo contenido por internet⁷. Lo anterior, guarda relación con el debilitamiento del servicio de televisión por suscripción, materializado en sucesos como la eliminación del mercado relevante “paquete de servicios Dúo Play 3 (Televisión por Suscripción más Telefonía Fija)”; así como, la migración de la publicidad desde la televisión lineal a otros medios más efectivos.

A lo anterior se suma, que actualmente las OTT de video pagas, han empezado a desarrollar modelos de negocio que le sean más atractivos, rentables y sostenibles, dada la competencia y consumo de estas; de tal modo que vienen planteando la inclusión de contenidos lineales y publicidad, como elemento dinamizador del consumo de sus servicios. Particularmente la inclusión de la publicidad responde a la necesidad de que estos servicios sean más asequibles, ello teniendo en cuenta, por ejemplo que para el caso de Colombia el 43.8% (2021-T4)⁸ de los usuarios, afirma que el principal motivo de cancelación del servicio es su alto costos.

Un claro ejemplo de empresas que están adoptando estos elementos en la prestación de sus servicios de video paga es Netflix, donde su CEO Reed Hastings quien pronostica que el fin de la TV lineal será en un lapso de 5 a 10 años, ha anunciado que a comienzos del año 2023, lanzará un “*plan económico de suscripción con publicidad*” orientado a los mercados donde el gasto de publicidad es significativo⁹, de manera tal que pueda potenciar sus ingresos vía publicidad y suscripciones, por su menor costo.

En consecuencia, de acuerdo a todo lo anteriormente descrito, se considera que la CRC puede emprender acciones de desregulación o simplificación normativa de los servicios de televisión por suscripción, aplicables a los prestadores de servicios tradicionales, a fin de promover condiciones homogéneas y económicamente viables para el normal desarrollo de la competencia efectiva entre los agentes (PRSTM y OTT), esto ante la dificultad que representa regular a las OTT, quienes generalmente son empresas con centros de operaciones fuera del territorio nacional y por ello mismo, cuentan con ventajas tributarias y regulatorias que no se equiparan a las de los prestadores con residencia en el país.

Mercado minorista de terminación de llamadas fijo-móvil en todo el territorio nacional

⁷ CRC. 2022. Reporte de industria de los sectores TIC y postal 2021. Disponible en: <https://postdatacrc-reporte-de-industri-reporte-de-industria2022-40o2zm.streamlitapp.com/>.

⁸ Estimaciones de la CRC con base en los reportes de información de Business Bureau.

⁹ Disponible en: <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/ceo-de-netflix-previ-que-la-tv-tradicional-se-acabaria-en-5-o-10-anos/202208/>.

Teniendo en cuenta que actualmente Colombia Móvil es el único operador que actualmente cuenta con el tope tarifario de la llamada fijo-móvil, sea este el momento de manifestar que, desde el pasado primero de agosto del presente año radicamos ante el MinTIC la solicitud de acogimiento al Régimen de Habilitación General para la renovación de los permisos de uso de espectro otorgados mediante los contratos de concesión 007, 008, 009 de 2003 suscritos entre el Ministerio y Colombia Móvil S.A E.S.P. para la prestación del servicio móvil terrestre IMT; encontrándonos a la espera de la respuesta oficial de dicha entidad sobre nuestra solicitud de acogimiento y de que sea emitido por parte de la misma, el correspondiente acto administrativo.

Modificación formato T 1.1. Ingresos y T 1.6. Ingresos por tráfico de voz de proveedores de redes y servicios móviles.

En aras de mantener la línea de simplificación normativa trazada por la CRC, solicitamos a la Comisión considerar que la información del formato T 1.6 correspondiente a *Ingresos (Ingresos Operaciones, e Ingresos por concepto de consumos prepago y pospago)*, se adicione a la información reportada en el Formato T.1.1, de tal forma que, al unificar estos datos, se pueda eliminar el Formato de “Ingresos por tráfico de voz de proveedores de redes y servicios móviles”.

Adición del formato T 1.9. Líneas o accesos y valores facturados de servicios fijos asociados con servicios móviles.

Bajo el entendiendo que la Comisión busca hacer un levantamiento de información detallada que le permita obtener mayores insumos para analizar el comportamiento del mercado y, en este caso particular, la relación entre los servicios fijos y móviles. Desde Tigo, tenemos algunas consideraciones particulares, que solicitamos a la CRC sean aclaradas y subsanadas en la emisión de la regulación final:

- A fin de tener claridad sobre si un PRST debe o no realizar el reporte de información del Formato T.1.9, es necesario que el regulador precise qué considera o se entiende como “oferta comercial de servicios fijos en conjunto con servicios móviles”. Bajo nuestro entendimiento, esta situación puede presentarse cuando existe una oferta conjunta, donde los servicios se incluyen en una misma factura y, pueden incluir o no, beneficios particulares para los usuarios, así como también en una oferta convergente, donde los servicios se facturan por separado y

pueden incluir o no, beneficios para los usuarios o en ambos tipos de oferta. Se solicita aclarar si nuestro entendimiento es correcto.

- Entendiendo que la información que se debe incluir en el formato T.1.9, corresponde a “Cantidad de líneas o accesos fijos”, así como “cantidad de líneas o accesos móviles”, solicitamos a la CRC indicar si, se espera que la información de este nuevo reporte coincida con la información incluida, respectivamente en los formatos T1.3 y T1.4 de la Resolución 6333 de 2021.
- En la descripción del formato T1.9. la CRC indica que “Los diferentes tipos de empaquetamiento entre los servicios móviles, así como la provisión de cada servicio de manera individual, se identificarán a partir del correspondiente código registrado en el campo 5”. Dicho campo al que se hace referencia corresponde a “Cantidad de líneas o accesos fijos”, por lo que no es clara la relación y en consecuencia, consideramos que se debe hacer una corrección sobre la descripción, haciendo referencia al campo 7, el cual corresponde a “Servicio o paquete de servicios móviles”.
- La descripción del campo 6 “Valor facturado o cobrado por paquete de servicios fijos”, especifica que “En caso de ventas en la modalidad prepago se deben reportar los montos efectivamente descontados durante el trimestre por concepto del consumo o disponibilidad del servicio o paquete de servicios según corresponda”. Sin embargo, entendiendo que el campo en cuestión hace referencia a valores facturados o cobrados, no encontramos pertinente incluir la modalidad “prepago” y en ese sentido, solicitamos a la CRC eliminar esto de la descripción.
- Con relación a la información solicitada en el campo 10, referente a “Otros valores facturados”, consideramos que estos datos no aportan valor al reporte y, en lugar de simplificar el régimen de reportes, conduce a una complejidad del ejercicio al solicitar información excesiva, dispendiosa de hallarse en los sistemas internos de las compañías, en caso de requerirse para ofertas conjuntas. Ello bajo el entendimiento de todas las combinaciones posibles para cada asociación de “otros valores facturados” con las duplas “paquete de servicios fijos – servicio o paquetes de servicios móviles”.
- Resulta importante indicar a la CRC que, los servicios a demanda no tienen necesariamente una relación directa con los planes de servicios fijos ni móviles; así como ello, dista de la intención de monitoreo de los servicios que pretende realizar la CRC en el marco del presente proyecto regulatorio. De tal modo, considerar incluir información de facturación asociada a servicios de Roaming internacional, correspondería a complejizar la generación del reporte y

duplicar información que actualmente se está reportando de manera detallada dentro del formato T4.1. de la resolución 6333; por lo tanto, solicitamos a la Comisión, eliminar este campo del nuevo formato propuesto.

- Con respecto a la información que se solicita en las columnas 11 y 12 del formato T.1.9, respecto a “descuentos realizado por servicios asociados” y “otros beneficios”, respectivamente, agradecemos a la Comisión, aclarar si estos deben ser diligenciados con la información de ofertas para los usuarios que cuentan con ambas modalidades de servicios fijos y móviles de manera conjunta o si deben ser diligenciados de manera separada con la información de ofertas que se ofrezcan de manera individual por servicios.
- Con respecto a los mismos campos 11 “Descuento realizado por servicios asociados”, y 12 “Otros beneficios”, desde Tigo, solicitamos a la CRC, aclarar como deberían reportarse los casos en los que el beneficio otorgado a los usuarios corresponde al no cobro de un paquete o servicio.

A manera de ejemplo: Se ofrece a un usuario el beneficio de gratuidad por 3 meses del servicio de “Canales Premium”. Para este caso; ¿En la columna 12 debe relacionarse el código “4”, correspondiente a “Canales Premium”? y adicionalmente ¿En la columna 11 se debe indicar el valor correspondiente a estos canales premium que no fueron facturados al usuario por tratarse de un beneficio?

Por lo anterior, desde Tigo consideramos que el campo 11 descuentos, debe ser eliminado y como complemento, en el campo 12 se podría incluir un concepto adicional que permita indicar si el usuario accedió a un beneficio económico, mas no a consignar cuánto es el valor del beneficio o descuento; revelar información de este tipo, impondría eventualmente a los PRST la obligación de revelar a sus competidores información propia de sus estrategias comerciales, contraviniendo la protección con que, en nuestro ordenamiento jurídico, cuenta la información considerada como confidencial, reservada y/o privilegiada.

- Dado que los datos a incluir en los campos 11 “Descuento realizado por servicios asociados” y 12 “Otros beneficios”, hacen parte de ofertas comerciales que se derivan no solo de ofertas conjuntas sino políticas de retención, de fidelización, y/o incentivos para los usuarios; es necesario que la CRC considere no solicitar esta información exclusivamente para dichas ofertas pues para operadores como Tigo, no es posible técnicamente separar esta información en el nivel de detalle solicitado en el reporte.

Expuestas nuestros comentarios, dudas, y observaciones respecto a la generación de este nuevo formato (T 1.9), agradecemos a la Comisión dar respuesta, y programar una mesa de trabajo conjunta; de tal forma que se tenga mayor claridad sobre el reporte, y la información que espera recibir, a fin de que esta le sea de utilidad para sus fines de seguimiento de los mercados. Siendo esto necesario para poder determinar, si las plataformas de generación de reportes cuentan con la capacidad suficiente para cumplir con lo requerido y estimar de manera efectiva, el tiempo que se necesita para realizar los desarrollos o ajustes a los que hubiera lugar.

En todo caso, se advierte desde este primer momento, la necesidad de disponer de tiempos amplios para la implementación, realización de pruebas y estabilización de este reporte, dada la complejidad de este, respecto de las plataformas y las combinaciones exigidas, estimando como mínimo una adopción para el 2Q del año 2023. Periodo a partir del cual, se deberá concertar con el MinTIC un tiempo adicional de estabilización, donde no haya verificación de cumplimiento, para ajustar los diferentes requerimientos por parte de la CRC sobre la primera información reportada.

Con lo anterior, presentamos la posición de TIGO frente a las propuestas planteadas por el regulador, sobre las cuales deben realizarse ajustes y tener consideraciones particulares tanto de reformulación como de consideración de adopción de medidas particulares, a efectos de corregir fallas de mercado que puedan trasladarse al mercado de servicios fijos, objeto del presente proyecto regulatorio.

Esperamos que se contemplen nuestros aportes y preocupaciones como sector, en aras de maximizar los beneficios que traerá este proyecto para el mejoramiento de las condiciones de competencia en el mercado de las telecomunicaciones colombiano, en favor de los intereses de los usuarios y la sostenibilidad empresarial.

Cordialmente,



CARLOS ANDRÉS TÉLLEZ RAMÍREZ

Director de Regulación, Implementación e Interconexión
Vicepresidencia de Asuntos Corporativos