

Bogotá, 30 de julio de 2010

Doctor
CRISTHIAN LIZCANO ORTÍZ
Director Ejecutivo
Comisión de Regulación de Comunicaciones
juan.vasquez@crcom.gov.co

Asunto: Comentarios al documento "Acceso a redes por parte de proveedores de contenidos y aplicaciones" y respuestas al cuestionario del mismo.

Apreciado doctor Lizcano

A continuación presentamos los comentarios al documento y las respuestas al cuestionario por parte de UNE EPM Telecomunicaciones, EPM Bogotá y Telefónica de Pereira.

Consideramos que el documento constituye un interesante esfuerzo de análisis de un tema que sin embargo no deja de ser todavía complejo, pues el mercado se encuentra en un proceso de ajuste y de búsqueda de sus propios caminos, en cuanto al papel de los proveedores de contenidos y aplicaciones en el mercado de las TIC y en particular en cuanto a su relación con los proveedores de redes y servicios PRS.

Incluso habría que mencionar que parte importante del debate, tiene que ver con el asunto de la llamada neutralidad de la red.

Lo descrito en cuanto a la evolución de la composición de los ingresos de los PRS y a la ganancia de participación de los servicios de valor agregado es relativamente claro en el caso de los servicios móviles, donde se incorporan múltiples posibilidades en materia de mensajería, juegos, música, video, banca móvil, etc.

En el caso de las redes fijas el documento es mucho menos prolijo, limitándose prácticamente a plantear eventuales posibilidades en el tema de Cloud Computing.

En cuanto a modelos de negocio, coincidimos en la apreciación general del documento (Pág. 32), según la cual si algún poder de mercado se pudiese detentar en virtud de la provisión de instalaciones esenciales, en general éste se pierde dada la competencia entre operadores. Incluso habría que añadir que además los contenidos y aplicaciones en Internet diluyen aún más la posibilidad de dominancia.



Teniendo en cuenta que el documento es una aproximación general al tema, y que por lo pronto el interés es ir recopilando información e ideas en torno al mismo, no plantemos más observaciones en alusión directa al cuerpo del documento y en el Anexo procedemos a responder el cuestionario desde la óptica de operadores fijos.

Atentamente



JAIME ANDREZ PLAZA FERNANDEZ
Gerente de Regulación
UNE EPM Telecomunicaciones S.A.



ANEXO

A continuación damos respuesta al cuestionario formulado al final del documento.

7.1 Demanda de servicios

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

Es importante visualizar que simultáneo con el aumento del número de usuarios de telefonía móvil, se presenta la elevación de la demanda por parte de los usuarios, frente a nuevas funcionalidades que permitan el acceso a contenidos y el desarrollo de aplicaciones.

Los hábitos de consumo también están cambiando, en cuanto a que los usuarios actualmente desean indagar, participar y personalizar sus contenidos, lo cual efectivamente representa un mercado potencial significativo. En este momento no sólo se habla de un consumidor como lo hemos entendido tradicionalmente, sino que ese mismo consumidor también produce contenidos. Esto cambia dramáticamente el rol.

Para ilustrar lo anterior, habría que tener en cuenta que en los próximos años el tráfico de internet se multiplicará por cinco y que de eso aproximadamente el 60% de dicho tráfico será audiovisual.

En este sentido, se esperaría que mediante unas adecuadas políticas públicas de conectividad y apropiación, el usuario colombiano se convertirá en un mercado muy importante para la industria de contenidos.

Las tendencias demográficas están cambiando. Los nuevos consumidores forman parte de una generación que busca la información a través de medios electrónicos. Este grupo es muy particular: son nativos digitales, tuvieron acceso temprano a la tecnología, horarios flexibles y están siempre en movimiento. Están acostumbrados al cambio y a recibir información en masa pero también uno a uno. (Alejandro Ruelas-Gossi, Harvard Business Review)

De otro lado, consideramos que la tendencia a demandar nuevos contenidos por la cada vez mayor cantidad de nativos digitales, permitirá que Colombia pueda enfocarse en las llamadas "Industria Creativas" que incluyen la explotación de la propiedad intelectual, tales como música, radio, audiovisual, diseño, cine, videojuegos y software. Es decir contenidos.

Cabe señalar que a nivel mundial las Industrias Creativas generan en promedio el 7% del PIB, representan el 3.4% del comercio mundial y crecen anualmente alrededor del 7% (Creative Economy Report 2008, UNCTAD, UNDP, UNESCO, WIPO and ITC)



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

Las dificultades que se detectan entre otras son las siguientes:

- Baja apropiación o alfabetización digital (pagos, compras). El desconocimiento de las nuevas tecnologías y la forma de usarlas. En general, los usuarios carecen de alto conocimiento en el uso de tecnologías y sus aplicaciones.
- Por otra parte los servicios de valor agregado son mas fácilmente adoptados por la población joven, pues son quienes muestran mayor sensibilidad frente a los últimos avances. Las generaciones mayores requieren mayor tiempo y dedicación para aprender a utilizar nuevas aplicaciones y contenidos. Esto genera un esfuerzo mayor por parte de desarrolladores, proveedores y en general de cada uno de los actores de la red de valor.
- La crisis que ha afectado el consumo especialmente de la base de la pirámide (BdP).
- La cultura de la piratería en todos los contenidos hace difícil la expansión de servicios basados en distribución de contenido, en tanto los inversionistas no tienen una adecuada retribución a la inversión. Eje fundamental de las economías creativas es el respeto a la propiedad intelectual. En efecto, la política pública sobre propiedad intelectual es una prioridad en el ambiente regulatorio para establecer y expandir los negocios y economías creativas. (Creative Economy Report 2008).

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

Los precios actuales dificultan el consumo, en especial cuando se comparan con los precios de acceso a contenidos consumidos por fuera de la legalidad.

A su vez el tema de precios también depende del valor percibido por parte del usuario frente al beneficio del servicio que se le está ofreciendo. Es decir que los proveedores deben lograr crear una estrategia de mercadeo que genere un alto valor percibido de estos servicios, para generar satisfacción de parte del usuario al pagar “el precio justo” por estos servicios.

De otro lado, debe tenerse en cuenta que los consumidores nativos digitales crecieron en la cultura de la gratuidad de Internet y no sólo tienen un presupuesto limitado sino que crecieron en un mundo que demanda más y mejores contenidos sin reconocer un precio adicional.



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

Estimamos que en Colombia los servicios de mayor acogida entre los usuarios actualmente son el video en demanda, la descarga de música, la navegación en redes sociales, y los servicios de e-learning.

De otro lado, es claro que los consumidores se enfocan en las plataformas móviles a través de la cual acceden a servicios de portales de música, mails, chat, videos, juegos y redes sociales. (Alejandro Ruelas-Gossi, Harvard Business Review marzo de 2010).

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

Adicionales a la VOZ (TPBC) 48% (incluyendo TV por suscripción). Adicionales al acceso a internet no alcanza ni el 1% con relación a dicho acceso a internet.

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

No por usuario, pero sí a nivel agregado.

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

Los servicios que se ofrecen son: Video en demanda, aplicaciones avanzadas sobre TV, interactividad y convergencia en programas de TV, Publicidad dirigida, mercadeo relacional sobre televisión interactiva.

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

Sin duda, ya que parte sustancial de los contenidos o aplicaciones requieren de ese know how como insumo relevante. En este caso cabe precisar que en la industria de las tecnologías de información y comunicaciones es clave la innovación. Dado que las empresas latinoamericanas no cuentan con la trayectoria de desarrollo tecnológico ni con los recursos de investigación y desarrollo necesarios para competir con las grandes ligas, es necesario concentrarse en los modelos de negocios ("El Paradigma de la T Grande", Alejandro Ruelas-Gossi. Harvard Business Review America Latina 2004).

En ese orden de ideas, consideramos que existe una gran oportunidad para articular un modelo de negocios alrededor de la generación de contenidos y la explotación de la propiedad intelectual con la participación de diferentes industrias.



Precisamente el desarrollo de una industria de contenidos fortalecida permite un crecimiento de la economía afectándola positivamente e incrementando la productividad y la competitividad del país, que debe estar en el centro del diseño de políticas públicas.

7.2 Condiciones de acceso a redes por parte de proveedores de contenidos y aplicaciones

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

En términos generales todos los elementos de conectividad, CPE, backbone local, nodos y canal nacional o internacional.

Garantizar el ancho de banda necesario para estos servicios, con el cual se puede prestar prácticamente cualquier servicio basado en IP.

En otros términos velocidades adecuadas de banda ancha.

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

El contenido no tiene que estar ubicado en la red, como ha sido demostrado por Apple y Blackberry. Un adecuado acceso de Internet elimina la necesidad de intermediación por parte del operador de telecomunicaciones, especialmente si se logra una adecuada bancarización. Esto tiene un profundo impacto en la economía de las Telco y representa un reto muy grande para encontrar modelos de negocio en los se identifiquen nuevas fuentes de ingreso para las compañías Telco.

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

Entre proveedor de contenidos y clientes se definen aspectos relativos a la velocidad según el tipo de aplicación o contenido. Los PRS ofrecemos los anchos de banda.

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

Estamos evaluando posibilidades.

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

No hay obstáculos relacionados con el PRS sino temas de mercado.



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

Lo segundo es ampliamente más usado.

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

El canal internacional sigue siendo costoso comparado con los países industrializados. En general se da un proceso de acercamiento de fibra al cliente, más o menos diferenciado o ágil según empresas.

Los contenidos y aplicaciones a los cuales acceden los usuarios a través de internet vienen generando un crecimiento exponencial en la demanda de capacidad de las redes de acceso. A pesar de los avances tecnológicos, los anchos de banda que proveen las diferentes tecnologías de acceso son recursos costosos cuya ampliación permanentemente significativa impacta en gran medida los modelos de negocio de los PRS.

Esta situación se está convirtiendo en un problema mundial que podría desembocar en un serio riesgo de que las Telco lleguen a un punto en el cual financieramente sea imposible sostener las inversiones crecientes que demanda la ampliación continua de la capacidad de sus redes, si sus ingresos continuasen proviniendo fundamentalmente de los pagos que por conectividad hacen sus usuarios. El problema está comenzando a percibirse en el mercado colombiano de la banda ancha, que por demás está sujeto a fuertes presiones competitivas que vienen induciendo un dramático descenso de los precios unitarios. Por ello es recomendable y oportuno que el regulador colombiano estudie a fondo el problema y los riesgos reales que éste implica para la sostenibilidad de la industria Telco en el país, porque consideramos que es hora de comenzar a evaluar las condiciones regulatorias que permitan el cobro diferenciado de acuerdo con los recursos de la red que se utilicen para acceder a las aplicaciones y contenidos, con el fin de evitar que unos pocos clientes y usuarios de la redes "canibalicen" los recursos de las mismas en detrimento del PRS y de la calidad del servicio ofrecida al resto de usuarios y clientes, pero también con el propósito de garantizar una buena salud financiera tanto de la industria Telco como de la industria de contenidos y aplicaciones, puesto que cada una de ellas necesita de la sostenibilidad de la otra como elemento clave para su propia sostenibilidad.

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

En principio no, ello depende de la gama y la tecnología del terminal.

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



Hoy es una posibilidad en desarrollo, por ejemplo Google TV, Televisores Sony con acceso a Internet y disco duro...

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

La participación de terceros es natural, por ejemplo el sector financiero. Por otra parte podrían generarse modelos de negocio exitosos en los cuales intervinieran terceros expertos en estos servicios.

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

Esto es muy relativo, depende de cada modelo y caso de negocio.

7.3 Futuro económico de los PRS

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

Un reto para las Telco consiste en encontrar modelos de negocio en el mercado de aplicaciones que les representen nuevas fuentes de ingresos.

Los usuarios exigen múltiples beneficios en un mismo producto y estas características se convierten en los beneficios mínimos que esperan del producto. La tendencia del mercado deberá ser la prestación de servicios soportados en contenidos y aplicaciones evidentemente.

Como ya se expuso anteriormente, el país tiene una enorme oportunidad en las economías creativas. Para esto requiere el diseño y ejecución de políticas públicas adecuadas. En el transcurso de los próximos días le haremos llegar nuestras propuestas sobre el particular.

De otro lado, y en relación con los negocios de los operadores somos conscientes que la gran oportunidad de innovar para la mayoría de las empresas en América Latina más que nada radica en introducir innovaciones al modelo de negocios, pues difícilmente nuestras empresas podrían competir con empresas con amplio historial de trayectoria tecnológica o con inmensos presupuestos para I+D ("El Paradigma de la T Grande", Alejandro Ruelas-Gossi. Harvard Business Review America Latina 2004).

No obstante que nuestra posición consiste en plantear que en primer lugar las Telco deben convertirse en empresas altamente creativas para identificar oportunidades de negocio asociadas a la provisión de contenidos y aplicaciones atractivos, disponibles masivamente y comprables, pensamos que también es importante que el regulador inicie la evaluación del



problema de sostenibilidad de la capacidad de inversión de las Telco para atender la ampliación continua de las redes que viene demandando el crecimiento exponencial del tráfico de contenidos y aplicaciones a los que se accede a través del internet. Creemos que la actuación equilibrada y oportuna del regulador será fundamental para garantizar un desarrollo armónico de la industria Telco y la de contenidos y aplicaciones.

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

Este tema está en proceso de evaluación.

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

La bancarización de los clientes, los modelos de pago electrónico, la educación al usuario final (el grado de adopción tecnológica), las necesidades reales del público.

Masificación de servicios y esquema de costos. También es importante indagar sobre necesidades específicas de cada tipo de usuario en el mercado, pues no todos los usuarios demandan lo mismo.

También es importante hacer estudios de mercadeo con los posibles usuarios frente a los servicios de contenidos u aplicaciones, pues se puede caer en el error de ofrecer lo que el usuario no quiere o peor aún: saturarlo.

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

No se vislumbra aunque se sigue explorando. Puede ser viable, pero no será fácil. El modelo adecuado desde el punto de vista de los creadores de contenido y del público es un modelo abierto, tipo web.

No obstante la tendencia siempre será mejorar el servicio al usuario y brindarle mayores soluciones frente a sus necesidades y la evolución de las mismas.

La tendencia del mercado es ofrecer nuevos contenidos y aplicaciones, pero el objetivo es que fuesen aquellos realmente requeridos por los usuarios o que atiendan a una necesidad específica, al menos en un comienzo.

7.4 Retos

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



Los modelos de negocio con mínimos plenamente garantizados, donde la mayor parte de los riesgos corren por cuenta del proveedor de conectividad.

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

La velocidad, la seguridad y el manejo de los derechos de autor DRM.

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

- *Participación de terceros, condiciones de participación.*
- *Control sobre los activos de la red*
- *Riesgos respecto de la marca*
- *Distribución de ingresos*
- *Respecto del usuario:*

o Posibilidad de elegir

o Derecho de información

o Calidad del servicio,

o Facilidad de uso

o Fijación de precios justos entenderse

o Soporte

- *Otros*

Creemos que inicialmente debemos enfocarnos en los elementos de la política pública para fomentar las Industrias Creativas, la apertura de los mercados y la masificación de banda ancha. En las próximas semanas daremos alcance a nuestra propuesta sobre el particular.

Otro gran reto regulatorio y de política para el sector de las TIC es el señalado en la respuesta a las preguntas 7.2.7 y 7.3.1.

Finalmente queremos esbozar otro interesante reto conjunto del Estado, en particular los Ministerios de Educación, Cultura y TIC, los proveedores de contenidos y aplicaciones y los proveedores de acceso a internet. Se trata del reto de utilizar las TIC como un medio potente para ofrecer acceso y hacer visibles una mayor diversidad de propuestas culturales para la población de la base de la pirámide socio-económica.

Así como existe una pirámide socio-económica, existe también una pirámide cultural conformada por el conjunto de intereses, hábitos y gustos de las personas. En la base de la pirámide cultural se encuentran los hábitos y gustos de fácil acceso, es decir los que cuestan poco en términos económicos y de esfuerzo intelectual, pero que hacen un bajo aporte al desarrollo cultural e intelectual de las personas. Por razones de influencias parentales y del círculo de personas cercanas, y por limitación de las oportunidades de acceso a una mayor diversidad de propuestas culturales relacionadas con la satisfacción de



necesidades como el saber o de gustos por actividades que representan mayor esfuerzo intelectual, es común que la población de la base de la pirámide socio-económica tenga una marcada propensión a preferir los intereses, hábitos y gustos de la base de la pirámide cultural.

Hasta hace pocos años, el Estado se había enfocado a dedicar recursos públicos a la preparación de las personas de la base de la pirámide socio-económica para la vida laboral, primordialmente, y la tarea de educación cultural de las personas se consideraba que era fundamentalmente una responsabilidad de la familia. Este modelo tiende a reproducir la alta propensión a preferir los intereses, hábitos y gustos de la base de la pirámide cultural. Sin embargo, en los últimos años se percibe en el Estado colombiano un creciente interés por dedicar recursos públicos a la oferta de una mayor diversidad de propuestas culturales para la población de la base de la pirámide socio-económica.

Siendo las TIC un poderoso vehículo que permite masificar el acceso a la información como fuente del conocimiento y de la diversidad cultural, consideramos que las autoridades públicas encargadas de definir las políticas de Estado, el regulador del sector de las TIC y los proveedores de conectividad, contenidos y aplicaciones tenemos una oportunidad histórica de contribuir al desarrollo social del país y al mejoramiento de la calidad de vida de la población de la base de la pirámide socio-económica, asumiendo el reto que estamos aquí planteando.

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

No. Lo único que podría lograrse sería la protección forzosa de un mercado cerrado y poco flexible que no conviene a los usuarios de servicios de TIC ni a la libre competencia.

