

Economía Digital inspira el 11° Taller Internacional de Regulación de la CRC

Relatoría

Fecha: 29/08/2016

Hora: 9:15 a.m.

Tema: Nuevo marco regulatorio para la Economía digital

Panelista: Jeffrey Eisenach

La presentación se realizó en tres secciones: Características de la economía digital, Diseñando un nuevo marco regulatorio, Posición sobre el Zero Rating.

1. Antecedentes

Características de la economía digital: La digitalización ha traído consigo un cambio radical en los mercados, guiados bajo las siguientes características.

Modularidad (“Modularity”): Significa que los productos y servicios digitales están compuestos por elementos complementarios: (contenido, dispositivos, aplicaciones, comunicaciones)



Economía Digital inspira el 11° Taller Internacional de Regulación de la CRC		Página 1 de 4	
Relatoría	Actualizado: 29/08/2016	Revisado por: Relaciones Internacionales y Comunicaciones	Fecha revisión: 29/08/2016 Revisión No. 0
Formato aprobado por: Coord. Relaciones Internacionales y Comunicaciones .. Fecha de vigencia: 19/01/2015			

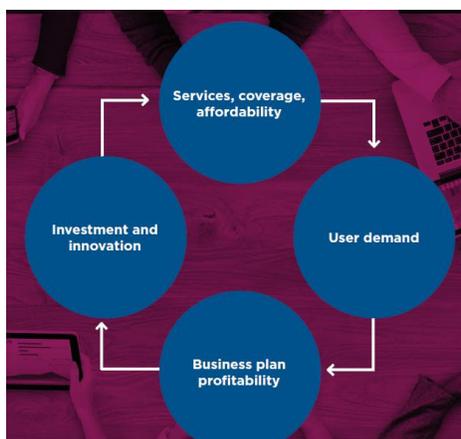
Economías de escala y de alcance: Las economías de escala analizadas desde la oferta implican que a medida que crece el negocio el costo crece linealmente, mientras que el costo de distribución tiende a cero, este fenómeno también se presenta en los bienes físicos digitales como el desarrollo de un nuevo teléfono, donde producir la primera unidad cuesta mucho y a medida que se producen más unidades el costo por unidad disminuye significativamente.

La económica de alcance analizada desde la oferta presenta otra perspectiva de producir múltiples bienes en un mismo entorno de producción, pues por ejemplo las habilidades necesarias para producir una plataforma de retail online pueden ser muy similares a las necesarias para producir una plataforma de alquiler online, por lo tanto, en el entorno digital es común que se presten este tipo de dinámicas.

La economía de escala analizada desde la demanda también como "Direct Network effects" se presenta cuando una red adquiere valor a medida que se incrementa su número de usuarios, es el caso de servicios de comunicaciones como el fax, internet, etc, que adquieren mayor valor a medida que son usados por más personas.

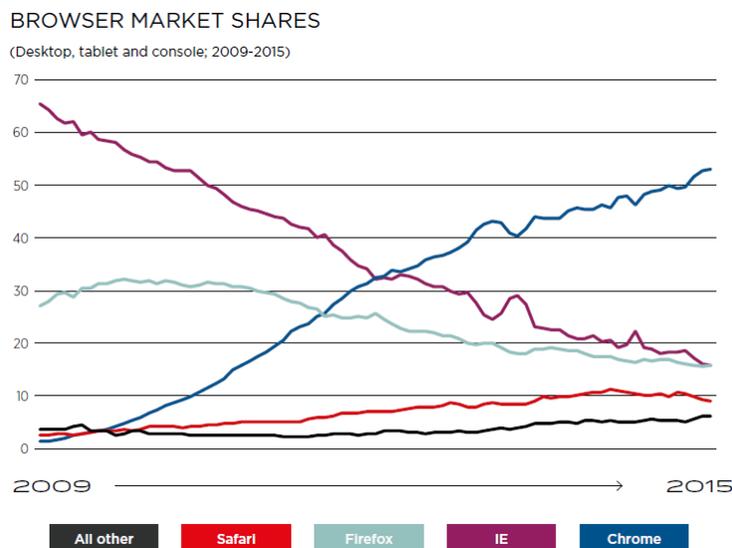
En conclusión, fenómeno se presenta en casi todos los bienes y servicios digitales y se conoce como la "Metcalfe's law", más usuarios implican más valor.

Competencia Dinámica: Cada plataforma, producto o servicio digital que emerge exitosamente lo hace a través de una diferenciación efectiva, ofreciendo a los consumidores nuevas opciones y funcionalidades,



Las condiciones de dinamismo del ecosistema digital permiten estas disrupciones en el mercado.

Estos ingresos disruptivos se presentan frecuentemente en el ecosistema digital, ejemplo:



2. Diseñando un nuevo marco regulatorio.

Se presentan los principios de un nuevo marco regulatorio:

- **“Functionality based” – Basado en la funcionalidad:** esto quiere decir que la regulación debe construirse alrededor de la funcionalidad y no alrededor de los legados dejados en los mercados de tecnologías o sectores industriales.

- **La regulación debe ser dinámica y no estática:** deben utilizarse enfoques diferenciales dependiendo del mercado que se esté considerando. Es difícil realizar regulación detallada ex – ante en un mercado de evolución rápida, con características de dinamismo como las expuestas anteriormente.
- **Enfoque “Bottoms-up”, “Abajo hacia arriba”:** En el sentido que las formulas tradicionales no son aplicables al nuevo entorno, es necesario replantear la necesidad de regular, sus objetivos y el modo en que se lleva a cabo. Reducir las asimetrías, promueve el dinamismo en competencia e innovación, permite los objetivos regulatorios alcanzables más eficientes a menor costo.

3. Posición sobre el Zero Rating

Efectos de expansión del mercado	•El ZR expande el mercado, por que los precios bajan, el numero de suscriptores se incrementa, capturando así economías de escala y alcance.
Beneficios del consumidor	•El ZR genera disminución en precios y efectos de aprendizaje por parte del consumidor.
Discriminación de producto - Efecto competitivo	•EL ZR es una forma de discriminación de producto, lo cual genera nuevas formas de competencia distintas al precio. El potencial de comportamientos anticompetitivos esta limitado a unos pocos casos.