

116751000G-0011

Bogotá D.C., 15 de enero de 2025

Doctora
LINA MARIA DUQUE DEL VECCHIO
Directora Ejecutiva
COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

Asunto: Comentarios al Documento "Análisis de Competencia de los Mercados de Servicios de Comunicaciones Empaquetados".

Respetada doctora Duque,

Telefónica Colombia acoge con interés la iniciativa de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de abrir a consulta pública el documento "Análisis de Competencia de los Mercados de Servicios de Comunicaciones Empaquetados". Valoramos el esfuerzo de la Comisión por analizar a profundidad la dinámica competitiva de este segmento del mercado de telecomunicaciones en Colombia.

Sin embargo, expresamos nuestra preocupación por el enfoque del análisis presentado, el cual se centra en los mercados de servicios fijos empaquetados, dejando de lado la creciente y cada vez más relevante convergencia fijo-móvil, y con esto, el impacto que la posición dominante de Claro, declarada por la CRC en la Resolución CRC 6141 de 2021, en los mercados de servicios móviles genera en los mercados de servicios fijos a través de las ofertas conjuntas.

Consideramos que esta perspectiva omite una porción sustancial de la realidad competitiva actual, donde las ofertas conjuntas de servicios fijos y móviles están ganando terreno rápidamente y tienen el potencial de generar distorsiones significativas en el mercado, en particular, a partir de la capacidad del operador dominante de generar ataduras que afecten la dinámica del mercado a partir de su oferta de servicios empaquetados.

Presentamos nuestras observaciones en las siguientes cuatro secciones principales:

1. **Consideraciones sobre la Metodología y el Enfoque del Análisis.**
2. **Necesidad de Incluir en el análisis el empaquetamiento fijo-móvil.**
3. **Comentarios específicos a los elementos del análisis propuesto por la CRC**
4. **Solicitud de Publicación de Cifras de Empaquetamiento Fijo-Móvil**
5. **Conclusiones y Solicitudes.**

Desarrollo:

1. Consideraciones sobre la Metodología y el Enfoque del Análisis

Si bien respaldamos, en términos generales, la aplicación del test de los tres criterios propuesta por la CRC, consideramos fundamental realizar algunos ajustes a la metodología para que capture adecuadamente la complejidad del mercado actual.

La creciente convergencia entre los servicios fijos y móviles hace indispensable que el análisis incorpore el mercado de servicios móviles en su totalidad. No se puede entender la dinámica competitiva de los servicios empaquetados fijos sin analizar el mercado móvil, especialmente cuando existe un operador dominante en dicho mercado, como es el caso de Claro. La posición de Claro, con una participación superior al 52% en accesos y 60% en ingresos en el mercado móvil, le otorga una ventaja significativa que puede ser utilizada para influir en el mercado de servicios fijos a través de ofertas empaquetadas, y que la CRC en sus análisis ha denominado apalancamiento. Es como intentar analizar la salud de un árbol sin considerar sus raíces.

En este sentido, el análisis de la competencia actual (Criterio 1) debe incluir el mercado de servicios móviles y su interacción con el mercado de servicios fijos empaquetados. Se debe evaluar cómo la posición dominante de Claro en el mercado móvil afecta la dinámica competitiva en el mercado de servicios fijos, especialmente en el contexto de las ofertas convergentes.

Adicionalmente, solicitamos mayor claridad en la metodología para evaluar el "comportamiento rival" de los operadores. Proponemos que se utilicen indicadores concretos como la tasa de churn desagregada por operador, tasa de portaciones netas y la evolución de las ofertas comerciales (incluyendo la desagregación de precios y beneficios en los paquetes convergentes fijo-móvil). Estos indicadores permitirán entender mejor las estrategias competitivas de los operadores y detectar posibles prácticas anticompetitivas.

En cuanto al análisis de la competencia potencial (Criterio 2), es crucial no subestimar la capacidad de los operadores móviles, especialmente del operador dominante, para competir en el mercado de servicios fijos a través de ofertas convergentes. Se debe analizar en detalle el potencial de apalancamiento de Claro, utilizando herramientas de la teoría de la competencia imperfecta, como los modelos de discriminación de precios y las estrategias de vinculación de productos.

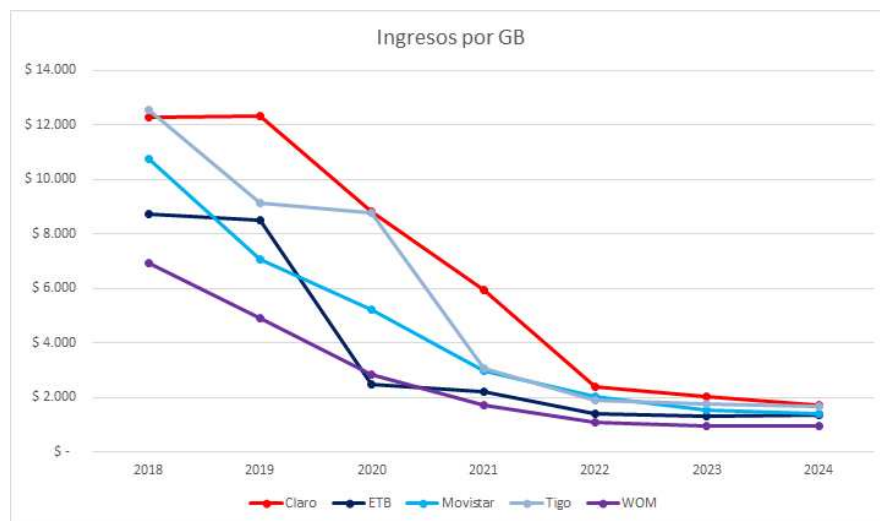
La CRC debe evaluar la capacidad y los incentivos de Claro para utilizar su posición en el mercado móvil para restringir la competencia en el mercado fijo, a través de, por ejemplo, el diseño de ofertas que no sean económicamente replicables por sus competidores.

Para ilustrar mejor este punto, en el Anexo 1 de esta comunicación, se presenta un análisis detallado de una oferta convergente específica de Claro. Esta oferta refleja la estrategia agresiva del operador dominante para captar y fidelizar usuarios a través de paquetes convergentes. Es importante destacar que este tipo de ofertas va más allá del análisis tradicional de ofertas individuales de servicios móviles, como el que la CRC ha presentado en el documento soporte del proyecto para la revisión de las medidas regulatorias aplicables a servicios móviles.

La dinámica competitiva actual en los mercados de telecomunicaciones no se limita a la competencia en servicios móviles aislados; la convergencia fijo-móvil es un factor determinante que la CRC debe considerar en su análisis. Claro, como operador dominante en el mercado móvil, utiliza estas ofertas convergentes para atar a sus usuarios, ofreciendo descuentos que, en principio, parecen atractivos, pero que a largo plazo pueden resultar en precios más altos y una menor capacidad de elección para los consumidores.

Esta estrategia de empaquetamiento, que combina descuentos iniciales agresivos con una vinculación a largo plazo a través de la convergencia fijo-móvil, le permite a Claro mantener precios más altos y sostenidos en el tiempo, en comparación con sus competidores. La Figura 1 evidencia que Claro ha mantenido consistentemente ingresos por GB superiores a los de sus principales competidores (Tigo, Movistar, ETB y WOM) en los últimos años.

Figura 1. ARPGB por operador 2018-2024



Fuente: CRC Postdata.

Esta situación es consistente con la teoría económica de la competencia imperfecta, donde un operador dominante, como Claro, puede determinar un precio por encima del costo marginal (esto se evidencia en ARPGB más altos que sus competidores). Al tener una mayor escala y, por ende, costos potencialmente más bajos, Claro puede mantener márgenes de utilidad más amplios. Esta condición le permite ofrecer descuentos importantes en la

captación de clientes convergentes, pero mantener precios altos en el largo plazo cuando se deterioran sus descuentos.

A pesar de que los demás operadores ofrecen precios más atractivos para los usuarios en términos de ofertas individuales móviles, la estrategia de empaquetamiento de Claro genera una barrera artificial que dificulta la migración de usuarios. Un usuario de Claro, atado a un paquete convergente, se ve obligado a pagar precios más altos en el largo plazo porque otros atributos, como la cobertura de la red, los servicios adicionales incluidos o la percepción de una "oferta integral", lo mantienen cautivo. Incluso, la sola expectativa de perder los beneficios de su oferta convergente por cambiarse de operador desincentiva al usuario a considerar otras opciones, aun cuando estas sean más convenientes en términos de precio o calidad, por lo que terminan pagando mayores valores que los que pagarían en un mercado en donde compitan todos los operadores en igualdad de condiciones.

Si esta situación de precios más altos se combina con el hecho de que Claro, por su tamaño y escala, puede tener un costo medio más bajo que sus competidores, es evidente que se consolida un margen mayor, lo que refuerza sus ventajas competitivas y consolida su posición dominante, en detrimento de la competencia y del bienestar de los consumidores.

Resultaría ingenuo creer que la falta de crecimiento sustancial en la planta fija de Claro es evidencia suficiente para no analizar el mercado de empaquetamiento fijo- móvil, precisamente su estrategia se basa en mantener una base sólida de usuarios de alto valor que los blindan con paquetes fijo-móviles, manteniendo altos márgenes de utilidad.

Finalmente, en relación con la aplicación del derecho de competencia (Criterio 3), consideramos que la simple aplicación de las normas de competencia existentes puede no ser suficiente para corregir las fallas del mercado, dada la capacidad del operador dominante para influir en el mercado y la dificultad de detectar y sancionar oportunamente prácticas anticompetitivas.

2. Necesidad de Incluir en el análisis el empaquetamiento fijo-móvil

La exclusión del mercado de servicios móviles y de los paquetes cuádruple play del análisis actual es una omisión significativa que debe ser corregida. Como se mencionó anteriormente, el mercado móvil es una parte integral de la dinámica competitiva actual, y su influencia en el mercado de servicios fijos es cada vez más evidente.

Los datos aportados por la CRC en el documento "Documento soporte CRC" son elocuentes en este sentido, y deben ser analizados y tenidos en cuenta al momento de estudiar la competencia en los mercados empaquetados. A diciembre de 2023, Claro reportó 1.05 millones de accesos fijos mixtos y 1.4 millones de accesos móviles mixtos, que sumados arrojan un total de 2.45 millones de accesos mixtos. Independiente de si a un usuario con servicios fijos se le quieran otorgar descuentos sobre servicios móviles, o a un usuario con

servicios móviles se le otorguen descuentos en servicios fijos, el pricing de las ofertas se ve en conjunto como un paquete, es decir, llámesele como se le llame al descuento, es indiferente y los dos tipos de acceso mixtos deberían sumarse y tenerse en cuenta para evaluar el nivel de empaquetamiento de los operadores.

Si se considera que Claro tenía alrededor de 3 millones de accesos fijos residenciales a la misma fecha (Según cifras de Colombia), se puede inferir entonces que alrededor del 80% de estos accesos podrían estar sujetos a algún tipo de empaquetamiento fijo-móvil. Estas cifras evidencian que el operador dominante podría estar "blindando" una porción significativa de su base de clientes fijos a través de ofertas convergentes, lo que limita la competencia y afecta el bienestar de los consumidores (en concreto el 80%).

En línea con los puntos expuestos anteriormente, surge una pregunta fundamental que la CRC debe considerar en su análisis: ¿Es posible evaluar de manera precisa y completa la competencia en el mercado de servicios fijos empaquetados sin considerar el impacto de la convergencia fijo-móvil y, en particular, la influencia del mercado de servicios móviles, donde existe un operador dominante? Consideramos que la respuesta es un no.

Nos preocupa que el análisis propuesto por la CRC, al centrarse únicamente en los paquetes de servicios fijos, subestime el impacto que las ofertas convergentes fijo-móvil, como la analizada en el **Anexo 1** de esta comunicación, tienen en la dinámica competitiva del mercado de servicios fijos. Al condicionar el acceso a los beneficios de los paquetes fijos a la contratación de servicios móviles, Claro está, en efecto, creando un vínculo entre dos mercados. La pregunta entonces que surge es: ¿Puede la CRC realmente determinar si existe competencia efectiva en el mercado de servicios fijos, si no se analiza el efecto de estas ofertas, que claramente condicionan el acceso a los servicios fijos a la contratación de servicios móviles, del operador con posición dominante?

Limitar el análisis a los servicios fijos empaquetados, sin considerar la influencia del mercado móvil y los paquetes cuádruple play, inevitablemente conduce a una visión sesgada de la realidad. Creemos que, si el análisis no incorpora el mercado móvil, y las ofertas convergentes en su integridad, se corre el riesgo de que las conclusiones sobre el nivel de competencia no sean válidas, y que, al no reflejar la complejidad de la dinámica actual del mercado, se subestime el impacto de la posición dominante de Claro y su capacidad de apalancamiento.

Es crucial que la CRC analice la evolución reciente de la oferta de paquetes cuádruple play, su participación de mercado, el grado de replicabilidad económica por parte de los competidores, y la afectación al bienestar social en el largo plazo. La no inclusión de este análisis deja un vacío importante en la evaluación de la competencia, especialmente considerando el potencial de apalancamiento del operador dominante a través de este tipo de ofertas.

La CRC debe considerar que las condiciones del mercado han cambiado desde la última revisión que excluyó el mercado cuádruple-play de los mercados relevantes, y que estos paquetes son cada vez más relevantes.

3. Comentarios específicos a los elementos del análisis propuesto por la CRC

Respecto a los elementos específicos del análisis propuesto por la CRC, queremos manifestar lo siguiente:

3.1 Evolución de la dinámica del mercado:

Consideramos que el análisis de la evolución de la dinámica del mercado debe incluir no solo los servicios fijos empaquetados, sino también la evolución de las ofertas convergentes fijo-móvil, incluyendo los paquetes cuádruples play. Se debe analizar la participación de mercado de cada operador en estos segmentos, la evolución de los precios y las características de las ofertas, y el comportamiento de los usuarios (tasa de adopción, permanencia, migración entre operadores). En este punto, es fundamental que la CRC solicite a los operadores información detallada y desagregada sobre sus ofertas convergentes, incluyendo la composición de los paquetes, los precios de cada servicio por separado y en conjunto, los descuentos y beneficios ofrecidos, y las condiciones contractuales.

3.2. Condiciones de la demanda:

El análisis de las condiciones de la demanda debe considerar la creciente preferencia de los usuarios por las ofertas convergentes. Se debe evaluar la sensibilidad de los usuarios a los precios y a las características de los paquetes, así como su disposición a cambiar de operador. En este punto, la CRC podría considerar la realización de encuestas o estudios de mercado para complementar la información reportada por los operadores.

Adicionalmente, se deben realizar análisis de las velocidades promedio alcanzadas en Colombia vs otros países de la región, y de las velocidades más utilizadas por los clientes en Colombia, teniendo en cuenta las diferentes tecnologías. El análisis por tecnología y la sustituibilidad por el lado de la demanda ha sido empleado en los análisis de competencia en países como España y Perú.

3.3. Condiciones de la oferta:

El análisis de las condiciones de la oferta debe incluir un estudio detallado de las barreras de entrada y salida en los mercados de servicios fijos y móviles, así como en el mercado de ofertas convergentes. Se deben evaluar las economías de escala y alcance de los diferentes operadores, y cómo estas economías pueden ser utilizadas por el operador dominante para restringir la competencia.

Así mismo, se debe analizar la tasa de crecimiento de las tarifas de los servicios de comunicaciones empaquetados, incluyendo los planes tarifarios, y los ingresos promedio por unidad de consumo.

Finalmente, se debe caracterizar la evolución de la oferta comercial de los principales jugadores del mercado, identificando los atributos que se comercializan y las condiciones para acceder a ellos.

3.4. Análisis prospectivo:

El análisis prospectivo debe considerar diferentes escenarios de evolución del mercado, incluyendo la posibilidad de que el operador dominante continúe incrementando su participación en el mercado de servicios fijos a través de ofertas convergentes. Se deben construir escenarios que consideren diferentes tasas de adopción de paquetes cuádruple play, diferentes estrategias de precios por parte de los operadores, y diferentes niveles de inversión en infraestructura.

4. Solicitud de Publicación de Cifras de Empaquetamiento Fijo-Móvil

Para complementar los análisis propuestos y tener una visión completa de la dinámica competitiva, consideramos de suma importancia que la CRC publique periódicamente las cifras de empaquetamiento fijo-móvil en el mercado colombiano, desagregadas por operador. Si bien actualmente la CRC publica información sobre las líneas o accesos de servicios fijos que se encuentran empaquetados, por un lado, y sobre el número de líneas o accesos que cuentan con servicios fijos y móviles de un mismo operador, por el otro, no se encuentra disponible información específica sobre los usuarios que contratan paquetes que combinan servicios fijos y móviles bajo una misma oferta, con los beneficios que esto otorga a los usuarios al momento de adquirir este tipo de servicios. Esta información es fundamental para entender el verdadero impacto de las ofertas convergentes en la competencia y en el bienestar de los usuarios.

La publicación de estas cifras, que actualmente no son desagregadas en la información pública disponible, permitiría:

- **Monitorear la evolución del mercado de ofertas convergentes:** Entender las tendencias del mercado, la adopción de estas ofertas por parte de los usuarios y el crecimiento de cada operador en este segmento.
- **Evaluar el impacto de las ofertas convergentes en la competencia:** Analizar si estas ofertas están siendo utilizadas para "blindar" la base de clientes del operador dominante y limitar la competencia efectiva, o si se trata de la preferencia de los usuarios por este tipo de ofertas.
- **Facilitar el análisis del mercado:** Permitir que todos los agentes del mercado, incluyendo los operadores, la academia y los grupos de interés, tengan acceso a

información relevante para realizar sus propios análisis y contribuir al debate regulatorio.

5. Conclusiones y Solicitudes

En conclusión, Telefónica considera que el análisis de competencia de los mercados de servicios de comunicaciones empaquetados realizado por la CRC es un paso importante, pero debe ser complementado con una evaluación exhaustiva del mercado de servicios móviles y de las ofertas convergentes fijo-móvil, incluyendo los paquetes cuádruples play.

La posición dominante de Claro en el mercado móvil, sumada a la creciente tendencia de empaquetamiento, exige la adopción de medidas regulatorias que prevengan el traslado de dicha posición dominante al mercado de servicios fijos, así como la realización de análisis robustos y completos que permitan tomar decisiones informadas sobre la necesidad de adoptar medidas regulatorias, y la efectividad de estas.

Por lo anterior, solicitamos a la CRC que:

5.1. Reconsidere la exclusión de los paquetes cuádruple play del análisis e incluya el mercado de servicios móviles como parte integral de la evaluación de la competencia en el mercado de servicios empaquetados.

5.2. Ajuste la metodología del test de los tres criterios para incorporar el análisis del mercado móvil y la convergencia fijo-móvil, incluyendo los ajustes planteados en los numerales anteriores de esta comunicación.

5.3. Realice un análisis detallado del impacto de las ofertas convergentes fijo-móvil en la competencia, considerando la posición dominante de Claro en el mercado móvil y su capacidad de apalancamiento.

5.5. Evalúe la replicabilidad económica de las ofertas convergentes del operador dominante, considerando todos los costos relevantes y utilizando un TRE que sea vinculante.

5.6. Publique periódicamente las cifras de usuarios con empaquetamiento fijo-móvil en el mercado colombiano, desagregadas por operador, para permitir un seguimiento adecuado de la evolución de estas ofertas y su impacto en la competencia.

Telefónica reitera su disposición a colaborar con la CRC en el desarrollo e implementación de las medidas regulatorias necesarias para garantizar un entorno de competencia efectiva en el mercado de telecomunicaciones en Colombia, en beneficio de los usuarios y del desarrollo del sector en su conjunto.

Atentamente,

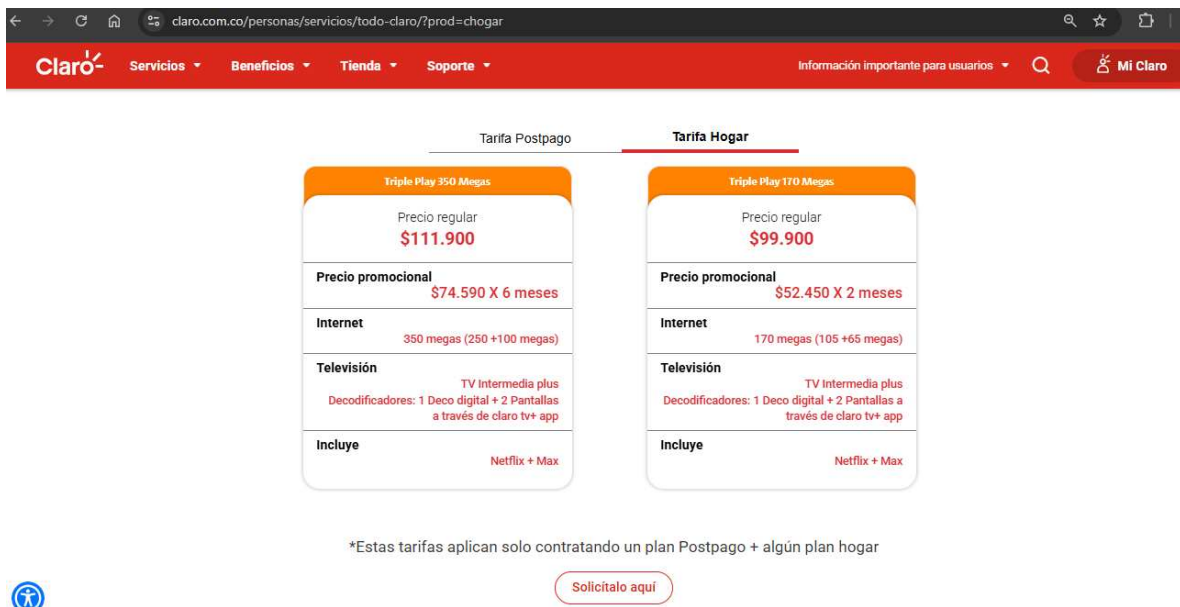
(Original firmado)

MARIA FERNANDA BERNAL CASTILLO

Directora de Asuntos Públicos

ANEXO 1: Análisis de la Oferta Convergente de Claro y su Impacto en la Competencia

El presente anexo tiene como objetivo complementar los comentarios al documento "Análisis de Competencia de los Mercados de Servicios de Comunicaciones Empaquetados" de la CRC, específicamente en lo que respecta a la evaluación de las ofertas convergentes fijo-móvil y su impacto en la dinámica competitiva del mercado. Para ello, se analizará una oferta "Triple Play" de Claro vigente a enero de 2025, que ejemplifica la estrategia del operador dominante para captar y fidelizar usuarios a través de la convergencia.



Tarifa Postpago Tarifa Hogar

Tarifa Postpago	Tarifa Hogar
Triplo Play 350 Megs	Triplo Play 170 Megs
Precio regular \$111.900	Precio regular \$99.900
Precio promocional \$74.590 X 6 meses	Precio promocional \$52.450 X 2 meses
Internet 350 megas (250 +100 megas)	Internet 170 megas (105 +65 megas)
Televisión TV Intermedia plus Decodificadores: 1 Deco digital + 2 Pantallas a través de claro tv+ app	Televisión TV Intermedia plus Decodificadores: 1 Deco digital + 2 Pantallas a través de claro tv+ app
Incluye Netflix + Max	Incluye Netflix + Max

*Estas tarifas aplican solo contratando un plan Postpago + algún plan hogar

[Solicítalo aquí](#)

Descripción de la Oferta "Triple Play" de Claro (Enero 2025)¹

Claro ofrece a enero de 2025 dos planes "Triple Play" que combinan servicios de Internet, televisión y beneficios adicionales, como servicios OTT, dirigidos a usuarios que también contraten un plan pospago móvil. La contratación de un plan pospago se convierte en un requisito para acceder a la oferta, lo que, a primera vista, evidencia el interés del operador dominante de atar la contratación de servicios fijos a la contratación de servicios móviles, en los que, se recuerda, ostenta posición de dominio. Las características principales de estos planes son:

Plan Triple Play 350 Megs:

- **Precio Regular:** \$111.900 COP.
- **Promoción:** \$74.590 COP durante los primeros 6 meses.
- **Internet:** Velocidad de 350 Mbps (250 Mbps base + 100 Mbps adicionales).

¹ Tomado el 15 de enero de 2025 de <https://www.claro.com.co/personas/servicios/todo-claro/?prod=chogar>

- **Televisión:** Plan "TV Intermedia Plus" con 1 decodificador digital y acceso a 2 pantallas adicionales a través de la app Claro TV+.
- **Incluye:** Suscripciones a Netflix (como referencia, un Plan Estándar, con un valor de mercado de \$29.900 COP al mes) + Max (Como referencia un Plan Estándar, con un valor de mercado de \$24.900 COP al mes).

Plan Triple Play 170 Megas:

- **Precio Regular:** \$99.900 COP.
- **Promoción:** \$52.450 COP durante los primeros 2 meses.
- **Internet:** Velocidad de 170 Mbps (105 Mbps base + 65 Mbps adicionales).
- **Televisión:** Plan "TV Intermedia Plus" con 1 decodificador digital y acceso a 2 pantallas adicionales a través de la app Claro TV+.
- **Incluye:** Suscripciones a Netflix (como referencia, un Plan Estándar, con un valor de mercado de \$29.900 COP al mes) + Max (Como referencia un Plan Estándar, con un valor de mercado de \$24.900 COP al mes).

Condiciones Especiales:

- **Las tarifas promocionales solo aplican si se contrata en combinación con un plan pospago móvil de Claro.**
- Los beneficios adicionales, como las suscripciones a Netflix y Max, están integrados en el paquete.

Análisis de la Agresividad de la Oferta

La oferta "Triple Play" de Claro es agresiva desde varias perspectivas:

- **Descuentos Significativos:** Los descuentos ofrecidos durante los primeros meses son considerables, especialmente en el plan de 170 MB (50% de descuento por 2 meses) y en el de 350 MB (34,91% de descuento por 6 meses), lo que dificulta que los competidores puedan igualar la oferta sin incurrir en pérdidas.
- **Inclusión de Servicios OTT de Alto Valor:** La inclusión de Netflix y Max, con un valor de mercado conjunto de \$54.800 COP al mes, representa un valor agregado significativo para el usuario, que se convierte en un gancho para captar clientes. El valor de estos servicios equivale a más del 50% del valor pleno del plan de 170 megas, y alrededor de un 49% del plan de 350 megas.
- **Fidelización a través de la Convergencia:** La exigencia de contratar un plan pospago móvil como condición para acceder a la oferta "Triple Play" demuestra la estrategia de Claro de atar a los usuarios a través de la convergencia fijo-móvil. Esto crea barreras de salida para los usuarios que deseen cambiarse a otro operador, ya que perderían los beneficios del paquete.

Impacto en la Competencia y el Bienestar del Consumidor

La estrategia de Claro de ofrecer paquetes convergentes agresivos, como la oferta "Triple Play" analizada que está atada a la adquisición de servicios móviles, tiene el potencial de impactar negativamente la competencia en el mercado de telecomunicaciones. Si bien los descuentos iniciales pueden parecer beneficiosos para los usuarios en el corto plazo, a largo plazo pueden generar efectos perjudiciales:

- **Barreras de Entrada y Expansión:** Los competidores encuentran dificultades para replicar estas ofertas, lo que limita su capacidad de competir efectivamente y obtener una mayor participación de mercado.
- **Precios Más Altos a Largo Plazo:** Aunque Claro no tenga las tarifas más bajas del mercado en servicios móviles (como lo señala la CRC en el documento soporte del proyecto de medidas para el mercado de servicios móviles), el hecho de que su ingreso promedio por GB sea el más alto sugiere que, una vez captados los usuarios a través de ofertas convergentes, el operador dominante puede mantener precios más altos y sostenidos en el tiempo, dado que el usuario queda atado a la oferta y enfrenta mayores costos de cambio si desea migrar a otro operador. La teoría económica de la competencia imperfecta respalda esta afirmación, ya que un operador dominante tiende a igualar su curva de ingreso marginal con la del costo marginal, resultando en precios por encima del costo marginal, maximizando así sus beneficios, pero generando una pérdida irrecuperable de eficiencia.
- **Menor Innovación y Calidad:** La reducción de la competencia efectiva puede desincentivar la innovación y la mejora en la calidad de los servicios, ya que el operador dominante tiene menos presiones.
- **"Blindaje" de la Base de Clientes Fijos:** Como se mencionó anteriormente, se estima que alrededor del 80% de los accesos fijos residenciales de Claro podrían estar "blindados" a través de empaquetamientos fijo-móvil. Esto reduce la posibilidad de que los usuarios cambien de operador, incluso si encuentran mejores ofertas en el mercado, limitando la competencia y afectando el bienestar del consumidor.

Ofertas más bajas de otros operadores

Las ofertas de menor precio de Movistar y Tigo, de \$99.900 y \$105.592 (en promoción) respectivamente, con un precio full de \$142.900 para Movistar, no son comparables con las ofertas de entrada del plan "Triple Play" de Claro de \$52.450 y \$74.590. Alcanzar esos niveles de precio sería económicamente inviable para los competidores, dadas sus estructuras de costos actuales en la red móvil. Aunque Tigo ofrece en su oferta servicios como MAX, y Movistar ofrece en algunos planes Disney, estos beneficios no son suficientes para equiparar la agresividad en precios de Claro (que en su oferta de entrada ofrece acceso a 2 plataformas incluidas). Si esto fuera positivo para los usuarios, veríamos a Claro con ARPU's o ARPGB significativamente menor que otros operadores, y no es así, en el mediano plazo los usuarios ven reducida su utilidad.

Esta disparidad en la capacidad de oferta refleja la estrategia de Claro de aprovechar su posición dominante en el mercado móvil para "blindar" su base de clientes de alto valor en el mercado fijo, a través de ofertas convergentes que, si bien en el corto plazo pueden parecer atractivas por sus bajos precios de entrada, en el mediano y largo plazo podrían resultar en precios conjuntos más altos y potencialmente una menor calidad de servicio en comparación con competidores como Tigo o Movistar. Claro, al ser el operador dominante, puede permitirse ofrecer descuentos agresivos en la etapa inicial para captar clientes, con la certeza de que, una vez atados a la oferta convergente, las barreras de salida (costos de cambio, pérdida de beneficios, etc.) dificultarán la migración de estos usuarios a otros operadores.

Esta estrategia es consistente con los postulados de la teoría de la competencia imperfecta, donde una empresa con poder de mercado, como Claro en el mercado móvil, puede fijar precios que no reflejan sus costos marginales, sino que buscan maximizar sus beneficios a largo plazo. La discriminación de precios también entra en juego, ya que Claro ofrece precios de entrada muy bajos para atraer nuevos clientes, pero mantiene precios más altos para su base de clientes existente o para aquellos que, una vez finalizado el periodo promocional, quedan sujetos a las condiciones del paquete convergente. La teoría del "lock-in" o dependencia del proveedor también explica cómo Claro, a través de estas ofertas, crea barreras de salida que dificultan a los usuarios cambiarse a otro operador, incluso si este último ofrece mejores condiciones en el largo plazo.

En este sentido, se puede ver que Claro busca apalancarse en los menores costos medios de su operación móvil, para sumar ingresos provenientes de los servicios fijos, consolidando una base de clientes cautiva que, a futuro, terminará pagando precios más elevados por servicios que no necesariamente son superiores a los de la competencia, configurándose un escenario de competencia desleal y abuso de posición dominante, que va en contravía del bienestar del consumidor y del desarrollo de una competencia sana y efectiva en el mercado.

FULL TIGO

\$ 99,900

IVA Incluido

 **COMPRAR EN LÍNEA**

Móvil

- ✓ Recibe GB ilimitadas.
- ✓ Disfruta de Facebook, WhatsApp e Instagram que no se acaban.
- ✓ 15GB para compartir
- ✓ Voz y SMS ilimitados a todo destino nacional.

Internet

- ✓ 500 Megas

Complementa tu oferta

max Max Incluido 12 meses a partir de la primera factura.

Tarifa de referencia estratos 1 al 6. Aplica en zonas HFC y GPON Tigo.

Internet + Telefonía + TV

900 Megas

 **20% Dto. Exclusivo online**

Contrata hoy y paga el otro mes

\$105.592

x 12 Meses. Normal ~~\$131.990~~

Ver disponibilidad

Te llamamos

Recomendaciones

Es fundamental que la CRC evalúe en detalle el impacto de las ofertas convergentes de Claro en la dinámica competitiva del mercado, y no se limite a la evaluación de la replicabilidad de ofertas en el mercado de portabilidad móvil. Se deben tomar medidas para prevenir que Claro utilice su posición dominante en el mercado móvil para consolidar su posición en el mercado de servicios fijos, en detrimento de la competencia y del bienestar de los consumidores.

En este sentido, la CRC debe considerar la implementación de un Test de Replicabilidad Económica (TRE) que evalúe no solo la replicabilidad de las ofertas individuales, sino también la de los paquetes convergentes en su conjunto. Este TRE debe ser vinculante y

obligar al operador dominante a demostrar que sus ofertas no generan un estrechamiento de márgenes para sus competidores.

Conclusión

La oferta "Triple Play" de Claro, vigente a enero de 2025, es un ejemplo de cómo el operador dominante en el mercado móvil puede utilizar estrategias de empaquetamiento convergente para "blindar" su base de clientes fijos y limitar la competencia efectiva. La CRC debe adoptar una postura proactiva y tomar las medidas necesarias para garantizar que la convergencia fijo-móvil no se convierta en una herramienta de consolidación de la posición dominante de Claro.