

Bogotá, 27 de junio de 2016

Doctor
Germán Dario Arias
Director Ejecutivo
Comisión de Regulación de Comunicaciones
ESD

CRC	
Radicación :	*201632285*
Fecha :	27/06/2016 12:52:26 P. M.
Remitente :	CAMARA COLOMBIANA DE COMERCIO ELECTRONIC
Anexos :	
Asunto :	CONSULTA PÚBLICA MERCADO DE VOZ SALIENTE MÓVIL

Ref: Consulta pública mercado de voz saliente móvil

Estimado Doctor:

Reciba un cordial saludo. En nombre de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE), agradecemos la oportunidad de participar en esta consulta sobre el mercado de voz saliente móvil que ha abierto la CRC.

A continuación procedemos a dar respuesta a la primera consulta:

A partir de 2012, la tasa de crecimiento anual de líneas de voz móvil ha presentado una desaceleración, el tráfico dejó de crecer y se presenta un decrecimiento de ingresos. ¿A qué atribuye este comportamiento? ¿Existen productos sustitutos del servicio de voz? ¿Considera pertinente que se ajuste la definición de mercados relevantes para el mercado de voz saliente móvil? ¿Por qué motivo?

La desaceleración en la tasa de crecimiento anual de líneas de voz móvil es atribuible al hecho de que el nivel de penetración en Colombia es alto y el mercado se encuentra en un punto cercano a la saturación. En términos económicos, un mercado se encuentra saturado cuando el bien o servicio ofrecido se encuentra plenamente distribuido entre los potenciales consumidores y, por lo tanto, la demanda se estabiliza.

En efecto, según señala el mismo informe de revisión de los mercados de servicios móviles de la CRC, en Colombia existen más líneas móviles que habitantes, con un porcentaje de penetración del 119% para el 2015, y un promedio de 1,18 líneas móviles por habitante. Esto, señala el informe, hace comparable al mercado

colombiano con el de países desarrollados, en los que se alcanzó una penetración de 120,6% para el 2015.

La desaceleración es un comportamiento normal que muestra que, en el caso de Colombia, el mercado de voz móvil es un mercado maduro, con alta penetración entre los consumidores. Esta no solo es una tendencia del mercado colombiano, sino de los mercados de voz móvil en el mundo entero y, en especial, en los países desarrollados, con los cuales Colombia se compara no solo en nivel de penetración sino también de desaceleración en la tasa de crecimiento anual.

De acuerdo con las cifras de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, el crecimiento en el número de suscriptores se ha venido desacelerando en los últimos años.

Número de suscriptores por año (en millones) en el mundo											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Suscriptores	2.205	2.745	3.368	4.030	4.640	5.290	5.863	6.232	6.666	6.954	7.085
Variación	---	539	623	662	610	650	573	369	434	288	131

(Datos tomados de la Unión Internacional de Telecomunicaciones. Información disponible en <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>)

Esta tendencia se advierte tanto en países desarrollados como en países en vía de desarrollo, sin embargo fueron los primeros los que mostraron primeras señales de desaceleración.

Número de suscriptores por año (en millones) en países desarrollados											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Suscriptores	992	1.127	1.243	1.325	1.384	1.404	1.411	1.447	1.481	1.504	1.517
Variación	---	135	116	82	58	21	7	37	34	23	13

Nivel de penetración (por 100 habitantes) en países desarrollados											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015

Penetración	82,1	92,9	102,0	107,8	112,1	113,3	113,5	116,0	118,4	119,9	120,6
Variación	---	10,8	9,1	5,8	4,2	1,2	0,2	2,6	2,4	1,5	0,7

En cuanto a los países en desarrollo, los cuales alcanzaron para el 2015 un nivel de penetración del 91,8%, si bien aún existe cierto margen para alcanzar nuevos consumidores, el crecimiento también empieza a desacelerar:

Número de suscriptores por año (en millones) en países en desarrollo											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Suscriptores	1.213	1.618	2.125	2.705	3.257	3.887	4.453	4.785	5.185	5.450	5.568
Variación	---	404	507	580	552	629	566	332	401	265	118

Nivel de penetración (por 100 habitantes) en países desarrollados											
Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Penetración	22,9	30,1	39,1	49,0	58,2	68,5	77,4	82,1	87,8	91,1	91,8
Variación	---	7,2	8,9	9,9	9,2	10,3	8,9	4,7	5,7	3,3	0,8

Vemos entonces que la desaceleración en la tasa de crecimiento anual de líneas de voz móvil en Colombia sigue la tendencia mundial, reflejando el alto nivel de penetración del servicio en el mercado.

Cuando un mercado se acerca a la saturación, la competencia no se enfoca en alcanzar consumidores que aún no tienen el servicio sino en **ofrecer mejores condiciones de los servicios ya adquiridos**, lo cual incluye, por supuesto, una mejora en las tarifas y mejor calidad de los servicios. La competencia entre los operadores, además de la regulación del gobierno orientada a poner límites en las tarifas, han tenido un impacto en los ingresos de los operadores en Colombia. Así, el mismo informe de revisión de los mercados de servicios móviles de la CRC señala que los servicios de telecomunicaciones se caracterizan por **precios que se reducen en el tiempo**.



Este fenómeno también sigue la tendencia de otros países con altos niveles de penetración. Al respecto el reporte “The Mobile Economy 2015” de GSMA Intelligence sostiene lo siguiente:

Ha habido variaciones significativas en el crecimiento de los ingresos entre las regiones en los últimos años, con el decrecimiento de las tarifas en la mayor parte del mundo. Mercados en desarrollo como África subsahariana y partes de Asia-Pacífico han visto aumentos de ingresos de un solo dígito entre medios y altos, reflejando el fuerte crecimiento de suscriptores que se encuentra en curso en las regiones con las tasas más bajas de penetración. En contraste, los ingresos totales han ido descendiendo en Europa. Hay señales en cuartos recientes de una convergencia en las tasas de crecimiento entre las regiones desarrolladas y en desarrollo, con desaceleración en el crecimiento de suscriptores, competencia y acción reguladora como temas comunes en muchos mercados. (Disponible en [http://www.gsamobileeconomy.com/GSMA Global Mobile Economy Report 2015.pdf](http://www.gsamobileeconomy.com/GSMA%20Global%20Mobile%20Economy%20Report%202015.pdf))

De acuerdo con este reporte, se prevé que el crecimiento se desacelere más en los próximos años, lo cual refleja el impacto en el mercado de factores como la madurez del mercado, la competencia y la regulación. Eso es un comportamiento absolutamente natural y normal de un mercado que tiene tales condiciones de madurez y saturación, independientemente de la potencial sustitución o no por parte de otros servicios.

Lo estudiado hasta aquí muestra que los servicios de voz no tienen productos sustitutos. Al respecto, debe señalarse que, si bien hoy en día los servicios de mensajería y voz IP permiten comunicación simultánea entre las personas, estos servicios son utilizados como un complemento y no como un sustituto de los servicios de voz. La sustitución de un servicio por otro implica que las personas dejan de usar un servicio para usar otro, y eso no se evidencia del comportamiento del mercado. Lo que se evidencia es un complemento entre los unos y los otros.

Esto se hace más que evidente al conocer la tasa de penetración del servicio de voz en Colombia en los últimos años, la cual, según se señaló anteriormente, alcanzó para el 2015 un tasa del 119%. Como se ha visto, la penetración del servicio móvil no ha decrecido. Por el contrario, a pesar de la desaceleración, se ve que el servicio sigue siendo ampliamente utilizado por los consumidores, incluso si son también suscriptores de servicios de datos móviles. Lo anterior puede en parte explicarse por

el hecho de que los servicios de mensajería y voz IP son generalmente utilizados exclusivamente para las comunicaciones entre grupos cerrados de personas (familiares, amigos, compañeros de trabajo, etc.). Además, los servicios de voz IP o mensajería por Internet, requieren de conexiones 4G o LTE para datos para que la calidad del servicio sea relativamente cercana a la calidad que ofrece la telefonía móvil de voz. Hoy en día la penetración de 4G en Colombia es todavía muy baja (según la información del Ministerio TIC). El acceso a Internet móvil no alcanza el 12% de penetración y en conexiones 4G la penetración no llega al 2%. Así es que estamos lejos de pensar que el comportamiento del mercado de telefonía móvil tiene alguna relación con una potencial sustitución por parte de servicios de Internet.

Todo lo anterior nos lleva a considerar que no es, en absoluto, pertinente que la definición de mercados relevantes para el mercado de voz saliente sea ajustada para cobijar esta clase de servicios, ya que no operan como sustitutos.

Ahora bien, es importante resaltar que toda pregunta por la sustituibilidad en el mercado de las tecnologías de la información y las comunicaciones, que pretenda ser base para un análisis científico, requiere que la pregunta no contenga desde el origen una presunción que induzca al lector a una respuesta específica. En este caso, la pregunta asume que la reducción en el crecimiento de la demanda se debe a que existan otros productos o servicios sustitutos, y se lleva al lector a responder en esa línea. Un análisis concienzudo de la problemática requiere entender la evolución de los mercados de telefonía móvil y no una inducción a que se amplíe la definición de mercado relevante para incorporar servicios o productos que de ninguna manera son realmente sustitutos.

Cordialmente,



VICTORIA EUGENIA VIRVIESCAS CALVETE
Directora Ejecutiva