

Objetivos de la presentación

Presentar los resultados de la consultoría “*La revisión del marco regulatorio para la provisión de Contenidos y Aplicaciones*”, relacionados con:

- Breve descripción internacional
- Caracterización del mercado colombiano para la provisión de Contenidos y Aplicaciones
- Recomendaciones normativas para la provisión de Contenidos y Aplicaciones

Contenido

- 1 Provisión de Contenidos y Aplicaciones**
 - 1.1 Referencias Internacionales**
 - 1.2 Caracterización del mercado colombiano**
 - 1.3 Recomendaciones**

Contenido

1 **Provisión de Contenidos y Aplicaciones**

1.1 **Referencias Internacionales**

1.2 Caracterización del mercado colombiano

1.3 Recomendaciones normativas

Contexto general PCA - Descripción

Los PCA proveen contenido, servicios y aplicaciones de diversas naturaleza a través de diversos canales (voz, mensajería, alojamiento, correo electrónico, video y contenido multimedia)

Principales aplicaciones por número de descargas e ingresos a nivel Global - Nov. 2015

#	Por descargas	Compañía	#	Por ingresos	Compañía
1	WhatsApp Messenger	Facebook	1	Monster Strike	Mini
2	Facebook	Facebook	2	Clash of Clans	Supercell
3	Facebook Messenger	Facebook	3	Game of War - Fire Age	Machine zone
4	360 Mobile Security	Qihoo 360	4	Puzzle & Dragons	GungHo Online
5	Instagram	Facebook	5	Fantasy Westward Journey	NetEase, Garena
6	Clean Master	Cheetah Mobile	6	Candy Crush Saga	Tencent, King
7	Subway Surfers	Kiloo	7	Clash of Kings	Elex Techno.
8	UC Browser	Alibaba Group	8	Colopl Rune Story	Colopl, Sony, Morningtec
9	Snapchat	Snapchat	9	Candy Crush Soda Saga	King
10	CM Security	Cheetah Mobile	10	Westward Journey Online	NetEase

Ejemplos de OTTs globales y nacionales de video y música - 2015

Aplicaciones de video

Aplicaciones de música

Cuando la provisión se realiza a través de Internet, suelen conocerse como servicios “over-the-top” (OTT).

Contexto general PCA - Descripción

Los OTT se pueden clasificar de varias maneras, dependiendo del objetivo que se persiga; en general, las autoridades de regulación clasifican a los OTT según los servicios que prestan.

Por el tipo de servicio proporcionado al usuario:

- Comunicación (voz y mensajería) como Whatsapp o Skype.
- Contenido de video y audio como Netflix o Spotify.
- Redes sociales como Facebook o Snapchat.
- Portales de comercio electrónico como Amazon o Rakuten....

Por el tipo de modelo de negocio

- Publicidad.
- Suscripción.
- Compra de contenido y aplicaciones.
- Software Licensing.
 - Hardware.
 - Etc...

Por los mercados en que compiten los servicios

- Competidores directos de los operadores de telecomunicaciones (servicios OTT de voz o mensajería)
- Servicios sustitutivos (sustituir a servicios de los proveedores de telecom, por ejemplo whatsapp)
- Otros servicios (resto de los servicios)

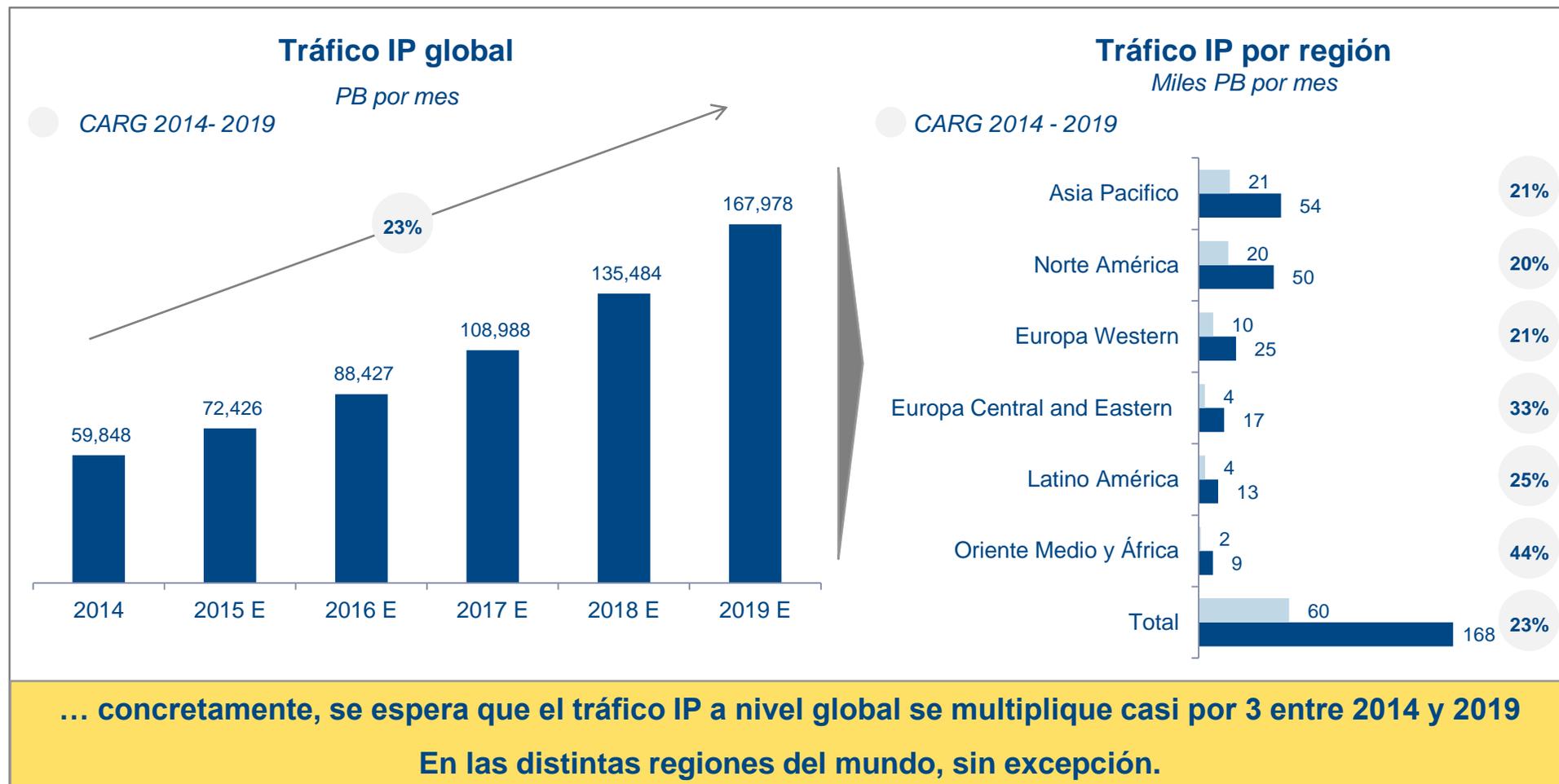
Los OTT están adquiriendo un papel cada vez más protagonista (en relevancia y nivel económico) apalancado en las nuevas tecnologías y redes de telecomunicaciones, la proliferación de dispositivos de mayor funcionalidad y con los cambios en los hábitos de los usuarios.

La cifra de descargas se ha multiplicado por 5 desde 2011 a 2014, alcanzando un total de 242 mil millones, con promedio de 33 aplicaciones al año por persona a nivel mundial...



Fuente: OVUM. "Telecom forecast services" (2014)

El mayor número de descargas y de consumo de cantidad de datos de dichas aplicaciones y contenidos hace que se prevea un impacto significativo en el tráfico de datos...

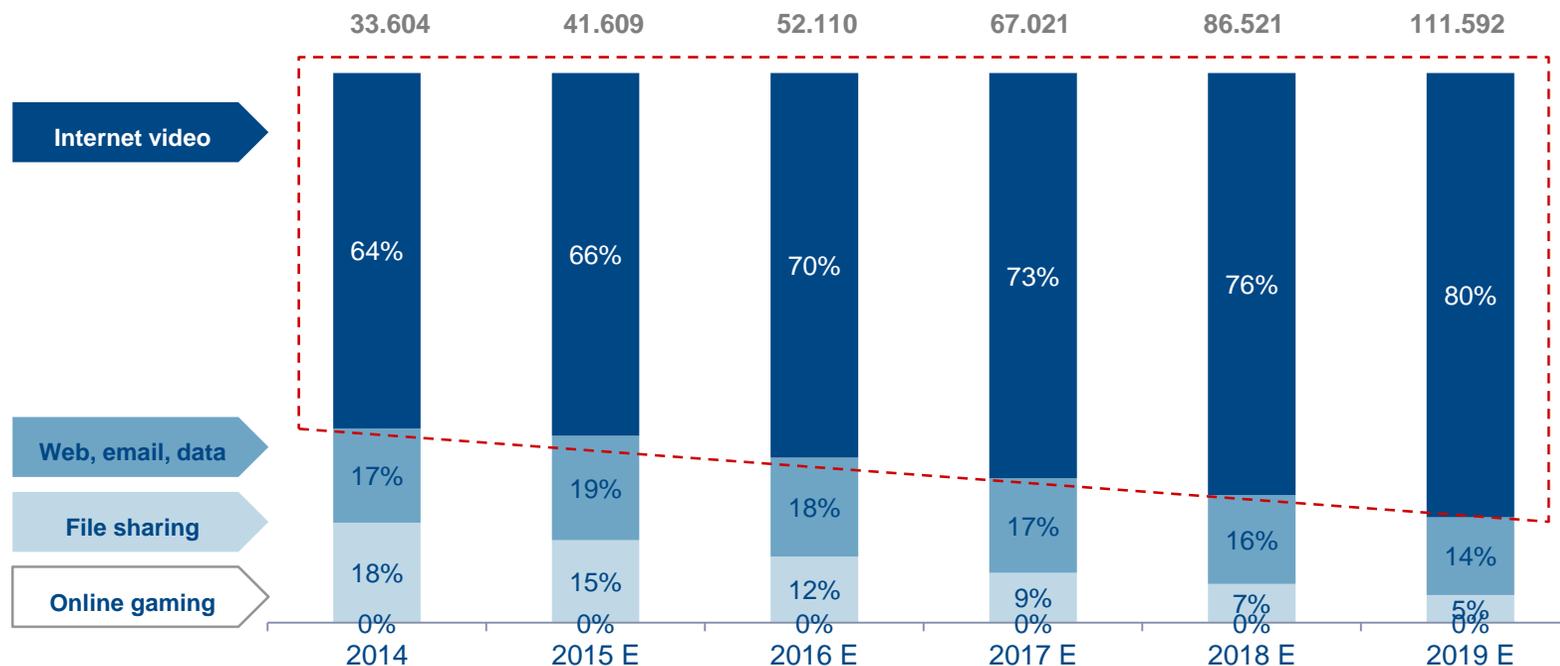


Fuente: Cisco. "Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2014-2019" (2015)

El aumento del tráfico se esta dando por las aplicaciones y contenidos de video (aumento penetración y consumo de tráfico al mejorar estándares de calidad de imagen).

Distribución del tráfico IP global – segmento residencial por tipo de aplicación – 2014/19

% sobre el total de Miles de PB por mes



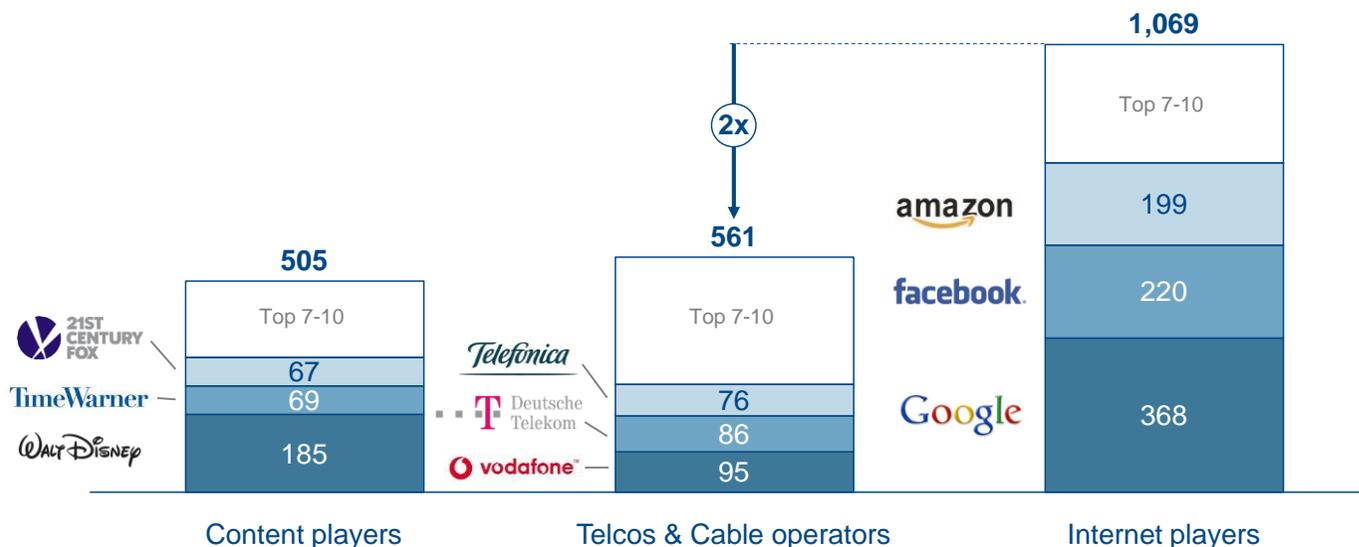
Se espera que el video suponga en 2019 más del 80% del tráfico total para el segmento masivo (consumidor).

Fuente: Cisco. "Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2014-2019" (2015)

A nivel global la valoración bursátil de los 10 principales PCA duplica a la de los 10 principales operadores de telecomunicaciones.

Capitalización bursátil

Principales 10 compañías de cada sector, en Mayo de 2015, en billones de USD



La economía digital no solo es ya muy importante en las economías mundiales sino que lo va a ser más, y va a ser el principal motor de crecimiento económico a futuro, a nivel global.

Contenido

- 1 Provisión de Contenidos y Aplicaciones (PCA)**
 - 1.1 Referencias Internacionales
 - 1.2 Caracterización del mercado colombiano**
 - 1.3 Recomendaciones normativas

Se han analizado 4 aspectos del mercado colombiano sobre la Provisión de Contenido y Aplicaciones (PCA)

Temas analizados mercado colombiano PCA

1

SMS/MMS/USSD

2

Mensajería instantánea y voz por Internet

3

Video por Internet

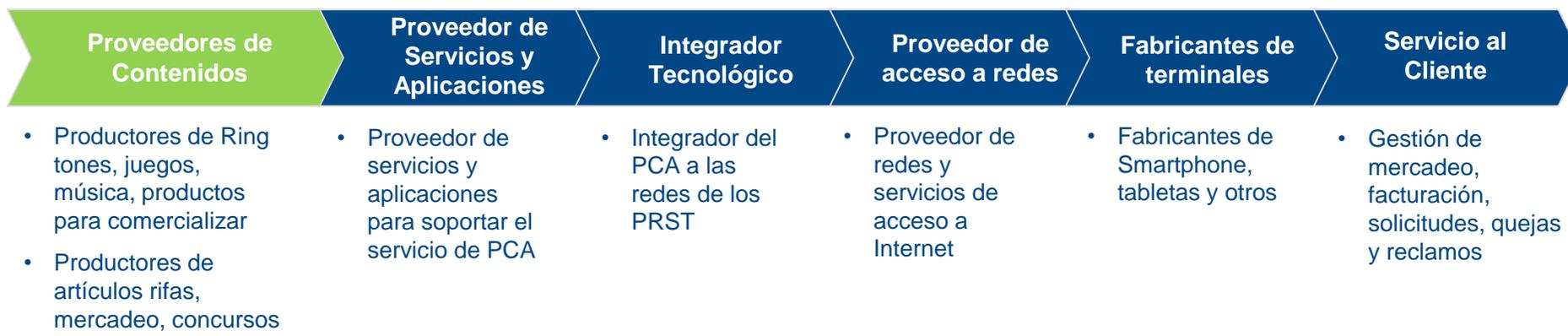
4

Apps por Internet

La cadena de valor del segmento de mercado de PCA vía SMS, MMS se ilustra a continuación.

1

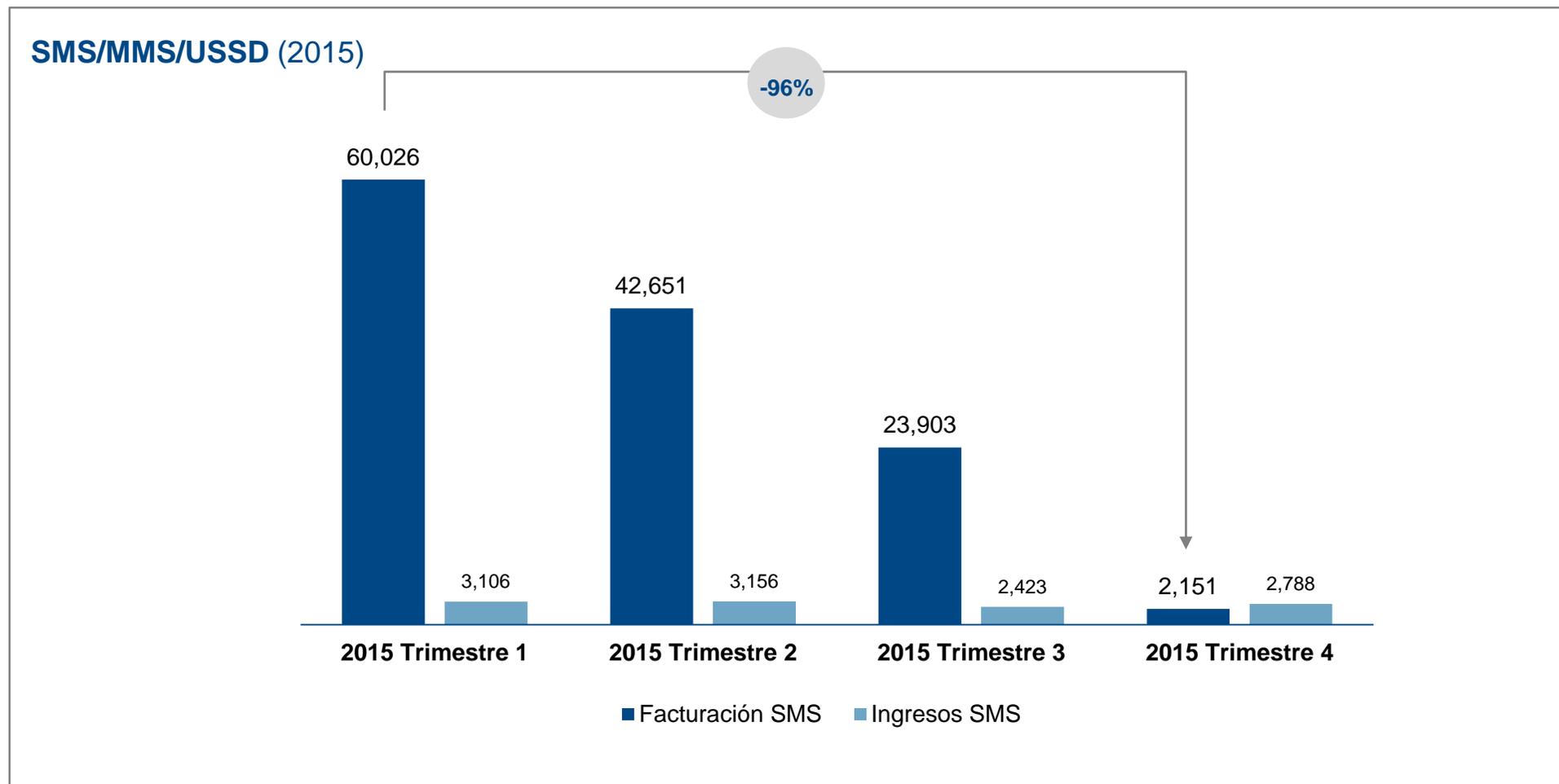
SMS/MMS/USSD



Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad

El mercado de PCA SMS y MMS con pago del usuario está en decrecimiento (en diciembre 2015 llega al 4% del primer trimestre)

1



Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información enviada por la CRC

En cuanto a SMS, la gran mayoría de SMS con pago van por la red de COMCEL (98%)

1

SMS/MMS/USSD (2015)

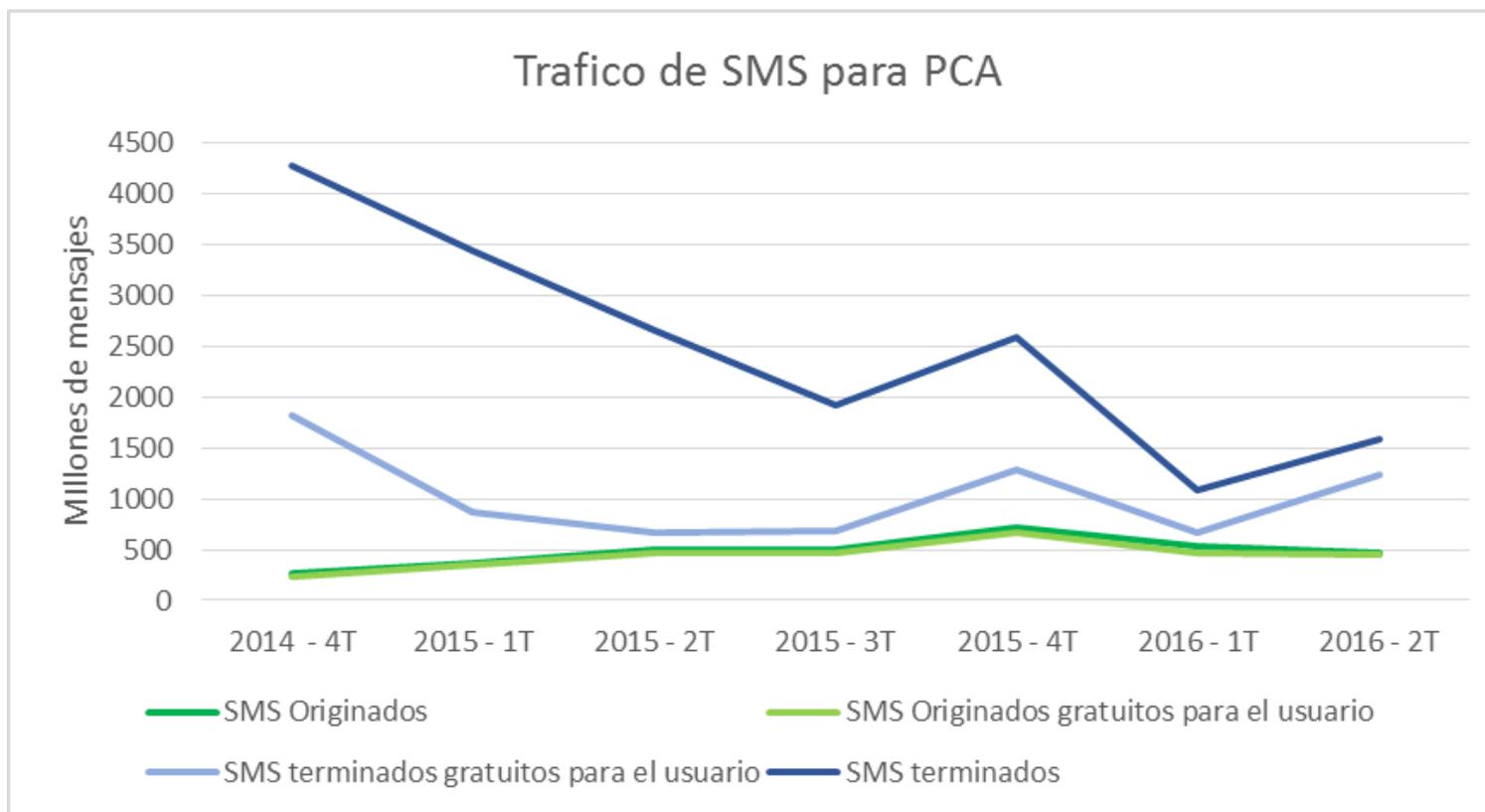
PRST	Facturación SMS (millones \$)	Facturación MMS (millones \$)	%	Ingresos SMS (millones \$)	Ingresos MMS (millones \$)	%
COMCEL	126,134	12,953	98.17%	0	0	
AVANTEL	2,057	0	1.45%	9,299	0	81.06%
COLTEL	458	0	0.32%	2,172	0	18.94%
COLOMBIA MOVIL	81	0	0.06%	0	0	
ETB	0	0	0%	0	0	
TOTAL	128,730	12,953	100%	11,471	0	

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información enviada por la CRC

En cuanto a SMS que son gratuitos para el usuarios se tiene un comportamiento en algunas ocasiones creciente o estable

1

Millones de mensajes SMS (2014-2016)

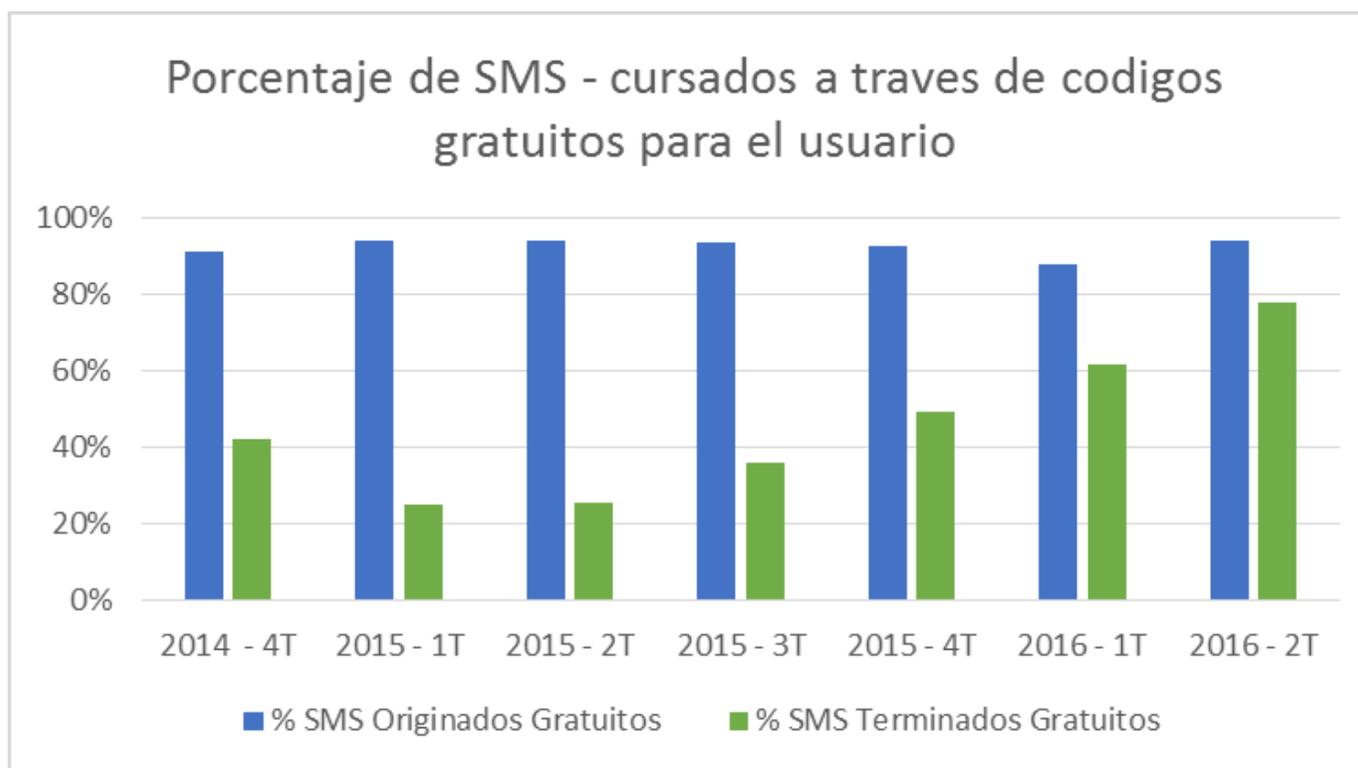


Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información enviada por la CRC

En cuanto a SMS que son gratuitos para el usuario, el porcentaje de mensajes terminados viene en aumento (80% en 2016-2T)

1

% de mensajes SMS (2014-2016)



Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información enviada por la CRC

Servicios orientados a publicidad, entretenimiento, mercadeo, campañas o rifas principalmente.

1

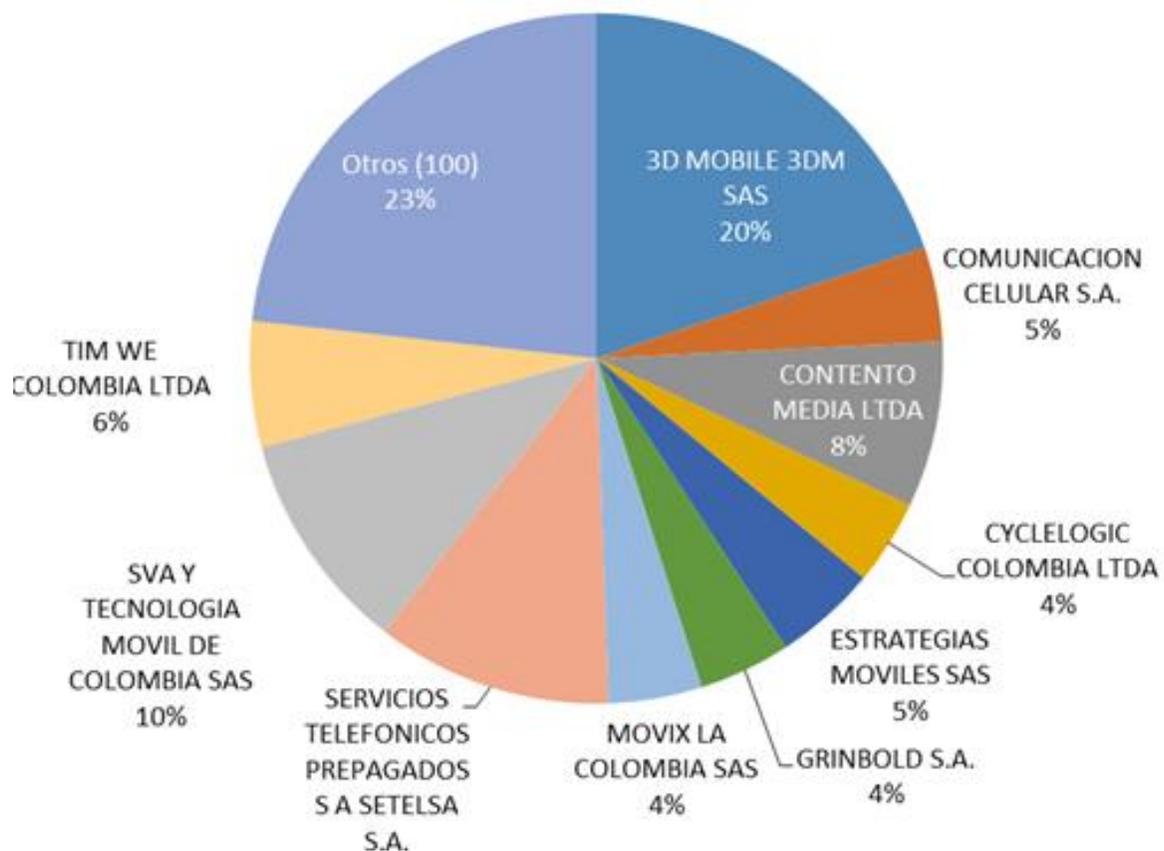
SMS/MMS/USSD	aldeamo	cel-media	contacto	sigmazmovil	ermedio
Suscripción	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revenue sharing	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Publicidad	<input checked="" type="checkbox"/>				
Mercadeo/campanas	<input checked="" type="checkbox"/>				
Contenidos	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Conexión masiva SMS	<input checked="" type="checkbox"/>				
Apps offline USSD	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
M-gobierno	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Social media	<input checked="" type="checkbox"/>				
Entretenimiento	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios de pago	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información web sites de las empresas

El top 10 de los jugadores factura el 77% de los ingresos.

1

SMS/MMS/USSD



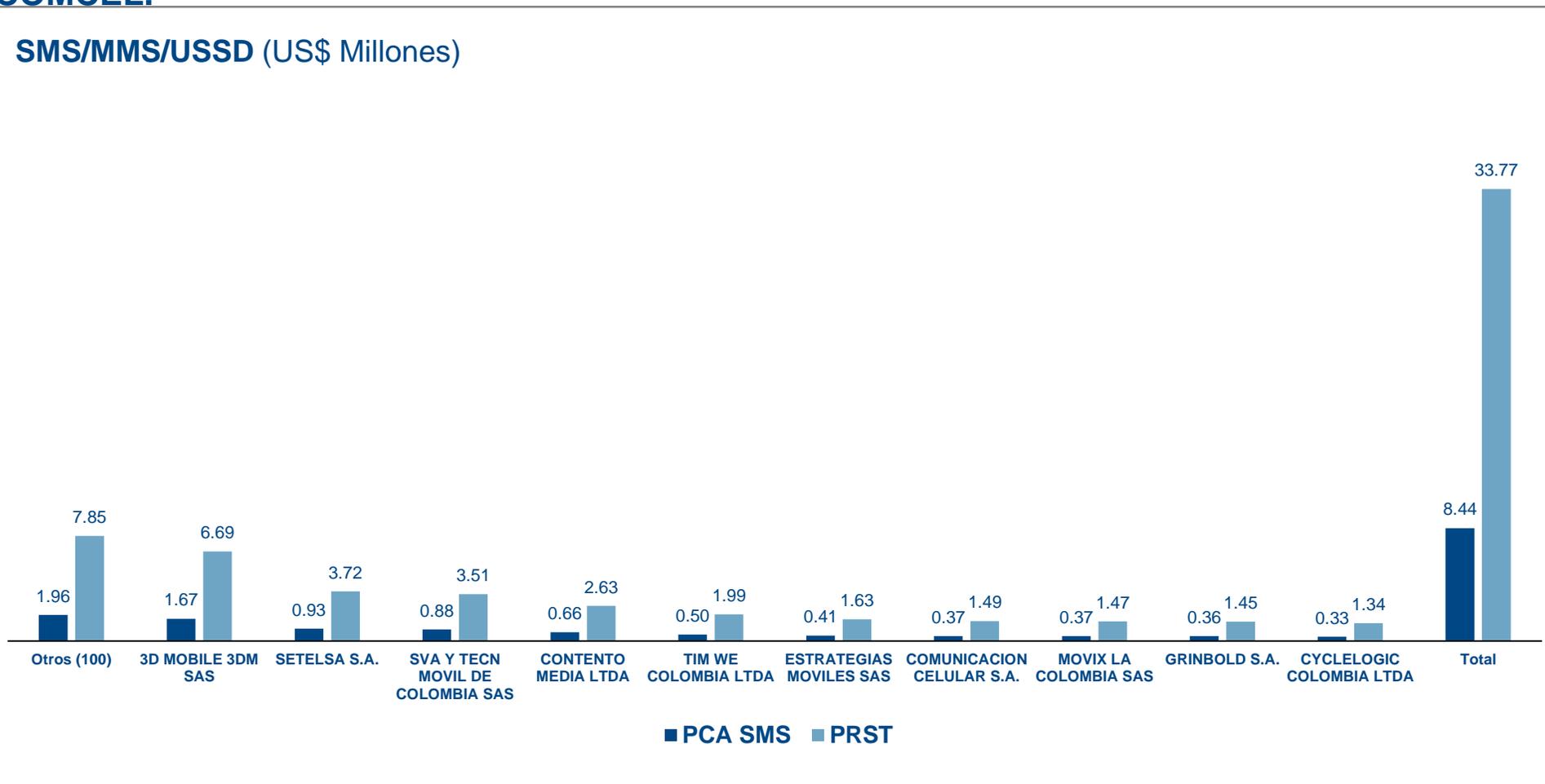
Fuente: Reportes CRC

Provisión de Contenidos y Aplicaciones - Caracterización del mercado colombiano

Dado que el modelo de negocio del PCA incluye un acuerdo de revenue sharing con el PRST, la mayor parte de ingresos van al operador móvil, en especial a COMCEL.

1

SMS/MMS/USSD (US\$ Millones)

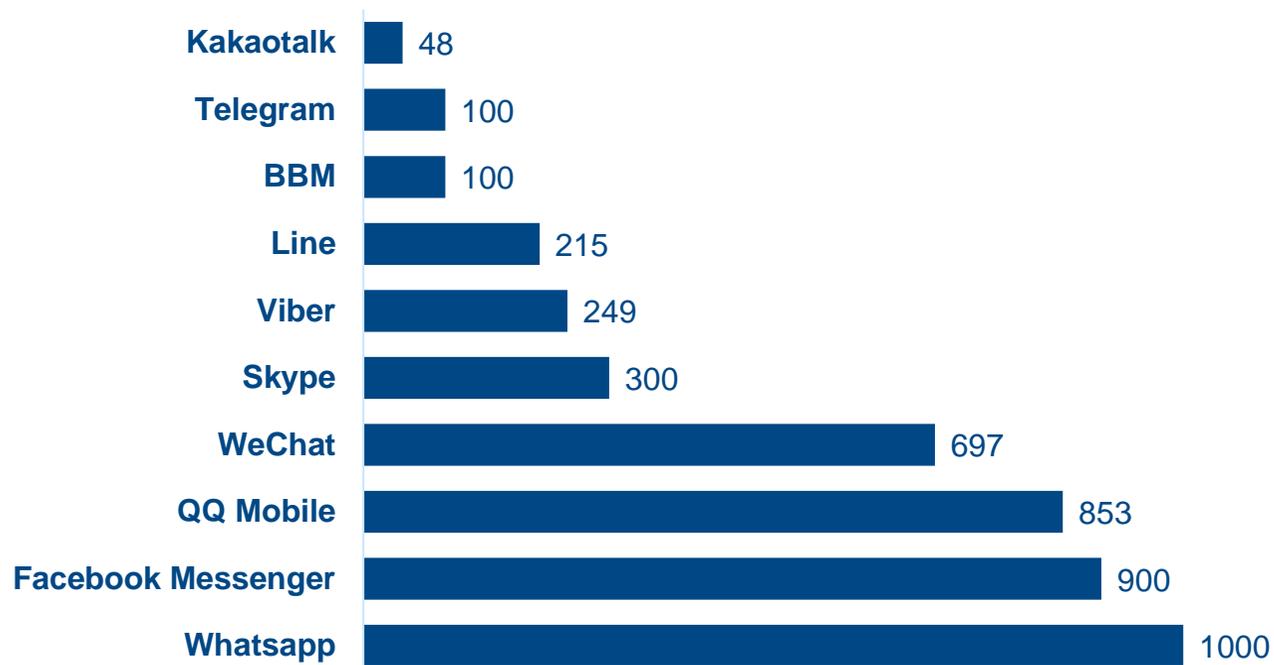


Fuente: Reportes CRC

Facebook a través de WhatsApp y Messenger domina el mercado a nivel global.

2

Mensajería instantánea y voz por Internet



QQ y WeChat son los jugadores dominantes en China y Asia.

Fuente: Statista

En Colombia, igualmente Facebook a través de WhatsApp y Messenger domina el mercado.

2

Mensajería instantánea y voz por Internet

% Peso usuarios de aplicación/ total usuarios

PCA	Número de usuarios (2014)	
Whatsapp 	24.400.000	89%
Facebook Messenger 	1.941.000	7%
Skype 	1.109.000	4%

De acuerdo con las estadísticas disponibles (eMarketer) WhatsApp tiene participación significativa de mercado en Colombia, al igual que en LATAM. Según CIU 88% de los usuarios de Smartphone en Colombia utilizan esta aplicación de mensajería instantánea.

Fuente: Cálculos Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad con base en información de The Competitive Intelligence Unit. 2015.

El modelo de negocio de WhatsApp a futuro iría hacia B2C.

2

Mensajería instantánea y voz por Internet							
Suscripción							
Publicidad							
Stickers		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Stickers con patrocinio		✓			✓	✓	
Contenido		✓			✓	✓	
Compras		✓	✓		✓	✓	
Pagos		✓			✓	✓	✓
Video llamadas sin costo		✓			✓	✓	
Juegos		✓			✓	✓	
Música						En proceso	
Llamadas pago					En proceso		
Servicio taxi		✓			✓	✓	
Domicilio comida		✓			✓	✓	
Servicios empresas	En proceso						

Los modelos de negocio de otros PCA (con poca presencia en Colombia) incluyen provisión de stickers, contenidos, compras y pagos, domicilios, etc.

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad

Una proyección a 2020 del modelo de negocio de WhatsApp a B2C lo afianzaría como una fuente de ingresos importante.

2

Mensajería instantánea y voz por Internet (E 2020)

Hoy en día WhatsApp tiene según Forbes un ARPU de US 0.15 promedio a nivel global y a medida que desarrolle su modelo B2C, por ejemplo con reservaciones en taxis, restaurantes, información de vuelos aéreos, o bancaria, se prevé que el ARPU vaya aumentando hasta llegar a US 5 en algún momento después de 2021.

En cuanto a las proyecciones financieras futuras de WhatsApp para 2021 se tiene la siguiente proyección de ARPU relacionada con PCA competidores.

PCA	ARPU (US\$/usuario mes)
WhatsApp 	5.00
WeChat 	7.00
Line 	3.16
Kakao Talk 	4.24

Fuente: Forbes 2015

Modelos de negocio basados en suscripción

3

Video por Internet	DIRECTV Play	Claro video	Caracol Play	WUW	movistar VIDEO	NETFLIX	
Suscripción mensual		✓		✓ Anual	✓	✓	✓
Suscripción mes adicional		✓					
Publicidad				✓	✓		
Atado a serv TV por suscripción	✓	✓				✓	
500 kbps SD / 3 Mbps HD	SD/HD 5/3 Mbps	HD 3 Mbps		HD 4 Mbps			HD 3Mbps, Min 0,5Mbps
No garantiza calidad	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Multiplataforma	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Restricción geográfica	✓			✓	✓		✓
Apps específicas de programados	✓	✓					
Prestado por un tercero		✓					
Pago por evento		✓		✓	✓		
Categoría jurídica	Portal	Susc+alquiler en línea	Portal	Entrenamiento	Portal	Portal	Entrenamiento

Los jugadores aplican modelos con suscripción, en algunos casos atados a suscripciones de Internet o TV por suscripción.

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad basado en los planes comerciales de los operadores

En resumen (1/2)...

3

Video por Internet

- **Todos los operadores de TV por suscripción incluyen exclusividad del servicio de video en Internet para sus clientes de TV, con excepción de Movistar Video que solamente ofrece un descuento en precio (por seis meses). Ello tiene sentido ya que Movistar es quien menos cuota de mercado tiene en TV por suscripción (9%).**

- **Asimismo, en los operadores los modelos de negocio son bien diferentes.**
 - Claro Video busca posicionarse fuerte en el segmento de Internet con una propuesta amplia de contenido y un precio intermedio.
 - DIRECTV y Tigo-UNE buscan fidelizar clientela con una propuesta de valor en Internet con mejor contenido y sin costo. Tigo-UNE y la reciente alianza con Netflix indica que consideran a este jugador como complementario.
 - Movistar Video busca la ampliación de mercado en usuarios sensibles al precio.

En resumen (2/2)...

3

Video por Internet

- Caracol Play posiciona su contenido tradicional a bajo precio, mientras que RCN le da prioridad a la provisión de contenido deportivo en el fútbol colombiano, a través de su alianza con DIRECTV en Win Sports, con un precio más alto.
- Netflix como proveedor OTT líder tiene un modelo de negocio basado en suscripción mensual, con una propuesta de valor que incluye contenidos de mayor atractivo, producidos internamente. Los precios empiezan a subir. Igualmente, vende contenido a otros PCA, para complementar su modelo de negocio.

* En Colombia por ejemplo Netflix tiene tres (3) planes, el básico de \$16.900 con una pantalla, el estándar \$22.900 con dos pantallas y el premium \$28.900 con 4 pantallas. Para usuarios antiguos el precio es de \$15.700 e inicialmente solo había un plan.

Modelos de precios diferentes

3

Video por Internet							
	SIN COSTO SI YA ES CLIENTE	\$10.900/MES SI YA ES CLIENTE	SIN COSTO SI YA ES CLIENTE	\$63.900/ANUAL ABIERTO A TODOS	\$ 25.000/MES	\$4.950/MES CLIENTE, POR 3 MESES. LUEGO TARIFA NORMAL \$9.900/MES.	\$15.600/MES CLIENTE HD ANTIGUO
					\$20.000/MES SI ES A 6 MESES	\$15.900/MES SI NO ES CLIENTE.	\$16.900/MES (1 pantalla)
					\$16.500/MES SI ES ANUAL	\$7.900 ESTRENO	\$22.900/MES (2 pantallas)
					\$20.000 POR EVENTO EN VIVO		\$28.900/MES (4 pantallas)
							CLIENTE NUEVO

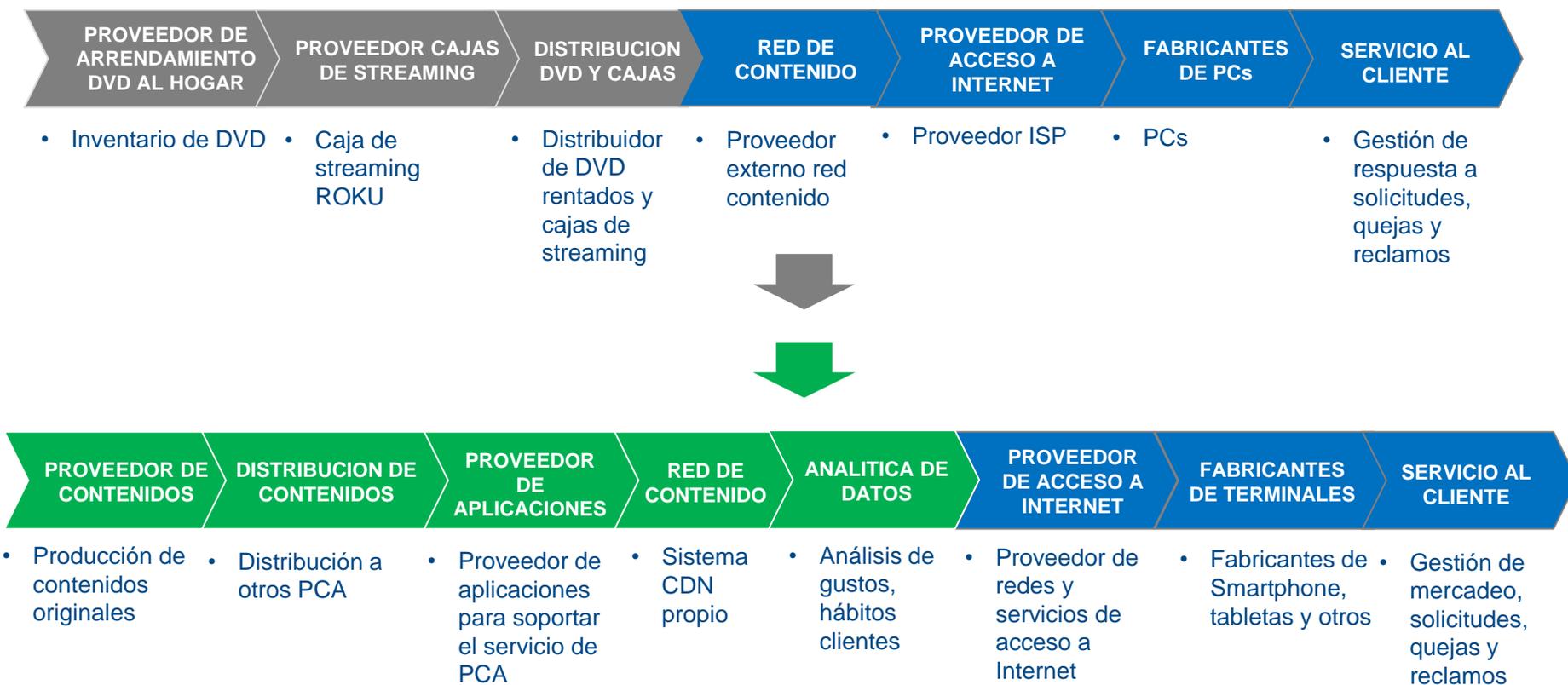
Los jugadores aplican modelos de precios con suscripción, en algunos casos atados a suscripciones de Internet o TV por suscripción.

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad basado en los planes comerciales de los operadores

Cadena de valor (basada en Netflix)

3

Video por Internet

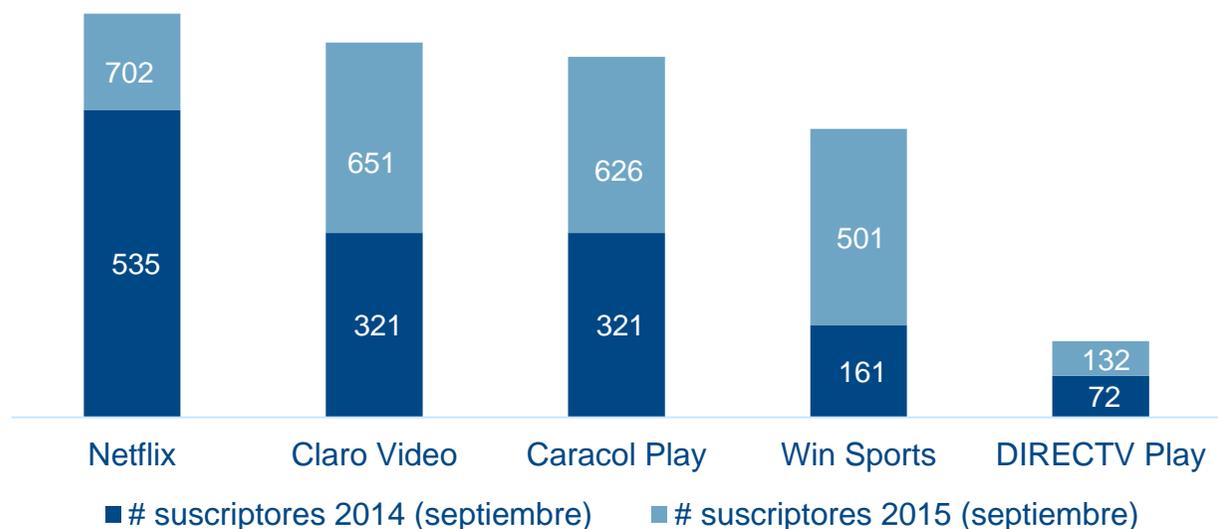


Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad basado en Current Market and Technology Trends in the Broadcasting Sector, 2015,

Existen varios jugadores con crecimientos altos.

3

Video por Internet



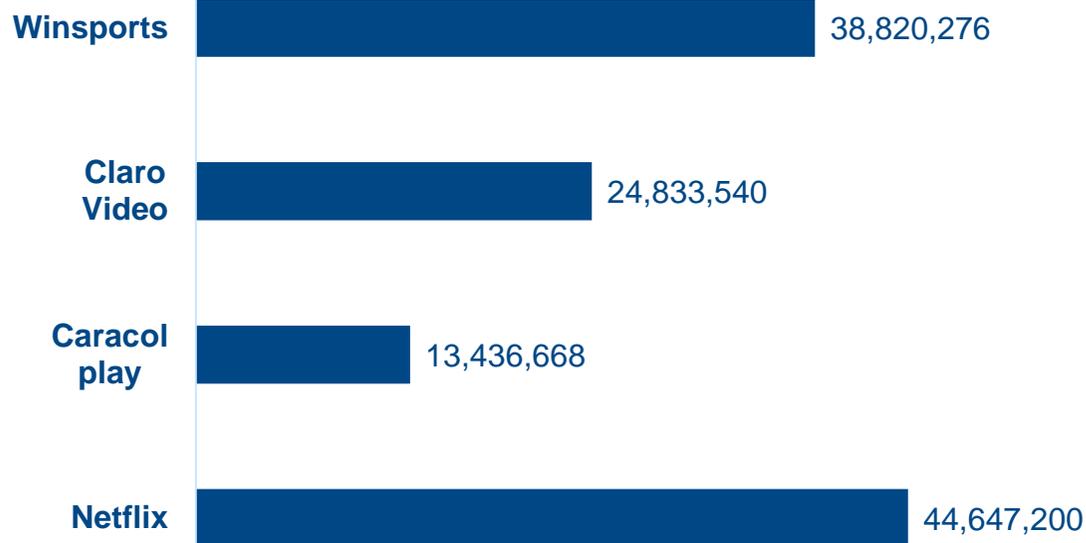
Aunque Netflix es un jugador importante, tanto Claro Video como Win Sports presentan crecimientos anuales mayores en 2015, con lo cual se confirma la importancia del contenido, tanto en deportes como el futbol, como en series donde Claro Video tiene el contenido mas amplio. Igualmente, Caracol Play y Direct TV Play presentan crecimientos mayores.

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad basado en cifras de Comscore, Dataxis y DIRECTV

Realizando una estimación de ingresos, igualmente hay varios jugadores importantes.

3

Video por Internet



Aunque Netflix es un jugador importante, tanto Claro Video como Win Sports presentan ingresos importantes en 2015. (en U\$)

Fuente: Unión Temporal Arthur D. Little – TelBroad basado en cifras de Comscore, Dataxis y DIRECTV y precios de servicios de los PCA

En resumen...

3

Video por Internet

- **La penetración de Netflix en suscriptores estaría alrededor del 1.5% de los colombianos (5.9% de los hogares en Colombia).** Por otra parte, en la encuesta contratada por la CRC[1] con Yanhaas el numero de personas encuestadas que ven TV por Internet por Netflix estaría en el 1.3% de la población.

- Asimismo, en el mismo estudio se pregunta por el numero de personas que ven contenidos por Internet en Caracol.com y en otros website asociados con el servicio de TV por suscripción del usuario. Estas cifras están en el **4%** para el caso de **Caracol** y **7,5%** para pagando canales por Internet.

[1] Hábitos y Usos Televisión 2015

En resumen...

3

Video por Internet

- En el primer caso, aunque los suscriptores a Caracol Play son solo del 1.3% de la población, el hecho de que con una suscripción varias personas puedan ver el contenido en el hogar, aunado a que en dicho website puedan consultarse noticias y otros contenidos puede explicar la diferencia porcentual entre las dos fuentes consultadas.

- En el segundo caso, solo el 1.7% de los colombianos tienen suscripciones a TV por Internet asociadas a contratos de TV por suscripción, con lo cual de nuevo la cifra indicada por la encuesta de Yanhaas, del 7.5% de las personas encuestadas, estaría explicada por el hecho de que con una sola suscripción en el hogar varias personas pueden ver el mismo contenido.

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps por pago en Colombia

No. ranking	Google Play	IoS	Windows Phone
1	Zenge	7 Minute Workout	iStunt 2
2	Minecraft	Colombiano	Plants vs Zombies
3	Flight radar 24	Pixomatic	Sonic 4 Episode
4	Fake GPS Location	Baby Pics	Gravity Guy
5	Geometry Dash	Baby Beats	Metrotube
6	Poweramp	Clear Day	Survival Craft
7	Himnario IDMSI	Voice Coach	Rise of Glory
8	Paw Patrol	All-in Fitness	Need for Speed
9	Notes U Pro	Grindr Xtra	Cut the Rope
10	Ultimate Guitar	iScanner	SBK 15

Los jugadores aplican modelos con suscripción, en algunos casos incluyendo cobros por contenidos adicionales

Fuente: <https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/colombia/overall/> y similares en otros sistemas operativos

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps gratuitas en Colombia

No. ranking	Google Play	IoS	Windows Phone
1	WhatsApp	GeoPets	One Drive
2	Messenger	GoSnaps	WhatsApp
3	Facebook	WhatsApp	Facebook
4	Instagram	Messenger	Messenger
5	Turbo Cleaner	Facebook	Poscasts
6	Facebook Lite	Instagram	Skype
7	CM Security	Snapchat	Instagram
8	Snapchat	Youtube	Youtube
9	Camp Pokemon	Boomerang	Subway Surfers
10	Card Wars Kingdom	Card Wars Kingdom	Traffic Rider

Los jugadores aplican modelos relacionados con publicidad o con sus matrices

Fuente: <https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/colombia/overall/> y similares en otros sistemas operativos

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps por ventas en Colombia

No. ranking	Google Play	IoS
1	Clash of Clans	Spotify
2	Clash Royale	Deezer
3	Mobile Strike	Netflix
4	Candy Crush	Clash of clans
5	Tinder	Mobile Strike
6	Castle Clash	Skype
7	Clash of Kings	Candy Crush
8	Game of War	Turein radio
9	Magic Rush: Heroes	Clash Royale
10	Candy Crush	LinkedIn

Los jugadores aplican modelos con suscripción, en algunos casos incluyendo cobros por contenidos adicionales

Fuente: <https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/colombia/overall/> y similares en otros sistemas operativos

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps colombianas

App	Ranking 06-2015	Ranking 06-2016
Bancolombia	36	27
Mega	Nd	38
RCN HD	76	32
Domicilios.com	111	78
Caracol Televisión	372	74

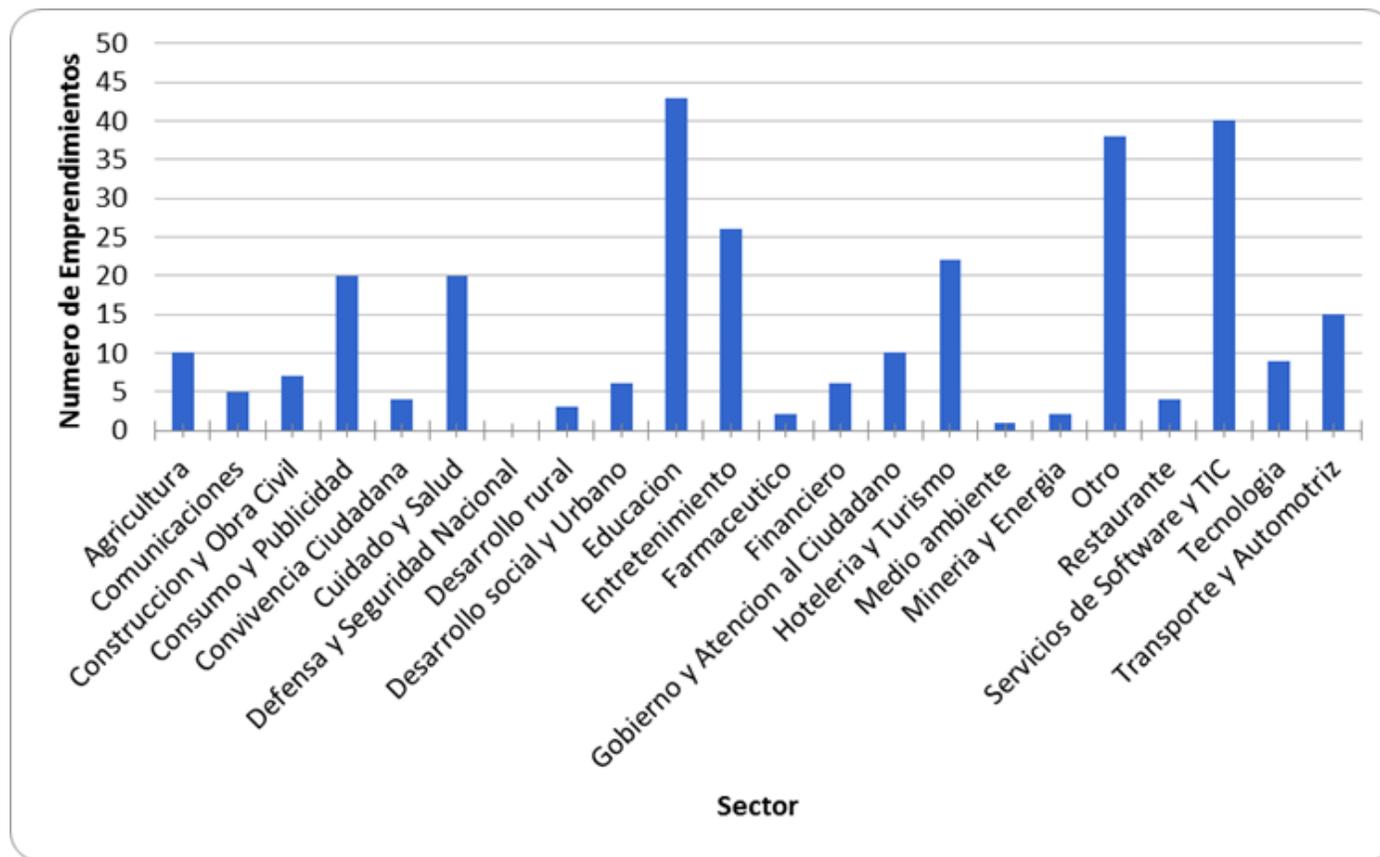
La mayoría de jugadores prestan servicios empresariales, o de contenido con pauta o proveen servicios como es el caso de domicilios.com o Rappi.com (que aun no aparece en los rankings, pero ha venido creciendo)

Fuente: <https://www.appannie.com/apps/google-play/top-chart/colombia/overall/> y similares en otros sistemas operativos

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps colombianas apoyadas por Apps.co



Fuente: Apps.co

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps colombianas apoyadas por Apps.co

Seineken.org: Con origen en Barranquilla. Empresa sin ánimo de lucro que busca conectar a las poblaciones rurales e indígenas al mundo, a través del internet, ofreciendo viajes y experiencias a turistas interesados. Apoya también proyectos en las comunidades (por ejemplo, un colegio para los Wiwa de la Sierra Nevada) usando parte del dinero ganado.

EtnoApp: Inició también en Barranquilla. Una aplicación web y móvil que permite al usuario traducir desde el español a cualquiera de las 64 lenguas amerindias habladas en las 87 comunidades indígenas de Colombia.

AB4K (Anti Bullying For Kids): Originada en Bucaramanga. El emprendedor detrás del proyecto es reconocido por ser el más joven de Apps.co, con 14 años de edad. Es una plataforma online la cual, utilizando tests especializados en colegios, detecta casos de Bullying o matoneo de manera temprana. Facilita la mejoría de la situación a través de una metodología y un seguimiento permanente por parte del colegio y padres de familia. Ha trabajado en 2 colegios, y ha aplicado su Test a 66 estudiantes de Bucaramanga y Floridablanca.

Genty: Una aplicación móvil con el objetivo de generar igualdad y transformar los estereotipos de la comunidad LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y personas Transgénero).

Modelos de negocio apps por Internet

4

Apps colombianas apoyadas por Apps.co

Manos Plus: Es una aplicación para permitir, mejorar y facilitar la comunicación con aquellas personas sordas.

Lazarillo: Originado en Montería. Es un hardware, el cual se conecta al televisor mediante un cable HDMI, que permite a aquellos que sufren de TEA (Trastornos del espectro autista) adquirir habilidades y ser autosuficientes.

Noabs: Comienza en Sincelejo. Un juego interactivo diseñado para niños y niñas de 7 a 13 años. En el se interviene y se previenen posibles situaciones de abusos.

GEMA: Nace en San Andrés. Una herramienta de gestión de proyectos de emprendimiento para universidades. Facilita el trabajo entre emprendedores y asesores.

Ciencuadras: Portal dedicado a la publicación y/o búsqueda de casas, apartamentos, bodegas, locales, oficinas, consultorios, lotes y fincas para arriendo y/o venta en Colombia. Cuenta con más de 48,257,330 m2 publicados en la página, con 10,620,016,032 m2 vistos por usuarios.

ITBX: Viene de Bogotá. Es una herramienta que ofrece un servicio de PBX y Call Center diseñado para monitorear, ampliar, unificar y mejorar las telecomunicaciones en empresas. Con más de 3,500 usuarios en reconocidas empresas como Hard Body y Andrés.

Fuente: Apps.co

Contenido

1 Provisión de Contenidos y Aplicaciones

1.1. Referencias internacionales

1.2 Caracterización del mercado colombiano

1.3 Recomendaciones normativas

Análisis Normativo

Análisis normativo PCA

1 Aplicaciones de voz, tipo Skype, Vs. El servicio telefónico



2 Aplicaciones de video, tipo Netflix, Vs. El servicio de televisión



3 Aplicaciones de mensajería instantánea, tipo Whatsapp, Vs. Mensajes de texto por celular - SMS



4 Acceso de los PCA a las redes de los PRSTM



Cuál fue el objeto del análisis jurídico en esta consultoría?



- **Identificar principales normas que rige el funcionamiento de los PCA**
- **Analizar con la industria posibles ajustes en temas claves**
- **Presentar recomendaciones para ajustes normativos**

Ajustes de leyes, decreto, regulaciones CRC o establecimiento de una política pública

Ley 1341 de 2009 – Ley 1450 de 2011 – Ley 1480 de 2011 – Normas CAN – TLC con USA

Agente de la cadena de valor	Norma aplicable
PCA por SMS, MMS y USSD	Ley 1341 de 2009 Resols. CRC 3501 de 2011, 4039 de 2012 y 4458 de 2014.
PCA por Internet	Ley 1341 de 2009 Resol. CRC 3502 de 2011
Usuarios	Ley 1341 de 2009 – Ley 1480 de 2011 Resol. CRC 3066 de 2011
Fabricantes y vendedores de terminales	Resols. CRC 4507 de 2014 y 4813 de 2015

OTT: Servicios de Información y Transfronterizos

Análisis normativo PCA

1

- Alcance de la Ley 1341 de 2009

2

- Alcance de las facultades regulatorias de la CRC

3

- Compromisos internacionales (TLC USA – Canadá – OMC)

Servicios OTT en la Ley 1341

Definición de TIC

**Programas
informáticos,
Redes y
Aplicaciones**

**Compilación,
procesamiento,
almacenamiento
o y transmisión**

INFORMACIÓN

**Voz, video,
texto e
imágenes**

La ley comprende aspectos de las TI y de comunicaciones – Definición integral

Separación en la definición de contenidos, aplicaciones y servicios de telecomunicaciones

Los productos de las industrias de manufacturas y servicios permiten el “tratamiento” de la información

Habilitación general solo para redes y servicios de telecomunicaciones

La titularidad estatal se predica frente a las redes y servicios de telecomunicaciones

El registro TIC solo se requiere para servicios de telecomunicaciones

Solo redes y servicios de telecomunicaciones aportan al Fondo TIC

MinTic define políticas en materia de contenidos y aplicaciones - Facultades de intervención estatal

La **Ley 1341 de 2009** y la Resolución MinTic 202 de 2010 establecen una clara diferenciación entre:



Contenidos

Aplicaciones

Servicios de telecomunicaciones

Redes de telecomunicaciones

Si bien es cierto el **MinTic** ostenta la titularidad de la política pública en materia de TIC, las competencias normativas no abarcan en todos los casos a los contenidos y aplicaciones - **OTT**.

Desde el punto de vista regulatorio, las funciones de la **CRC** son restringidas en materia de provisión de contenidos y aplicaciones – **OTT**.

Facultades de la CRC en la Ley 1341 en materia de OTT

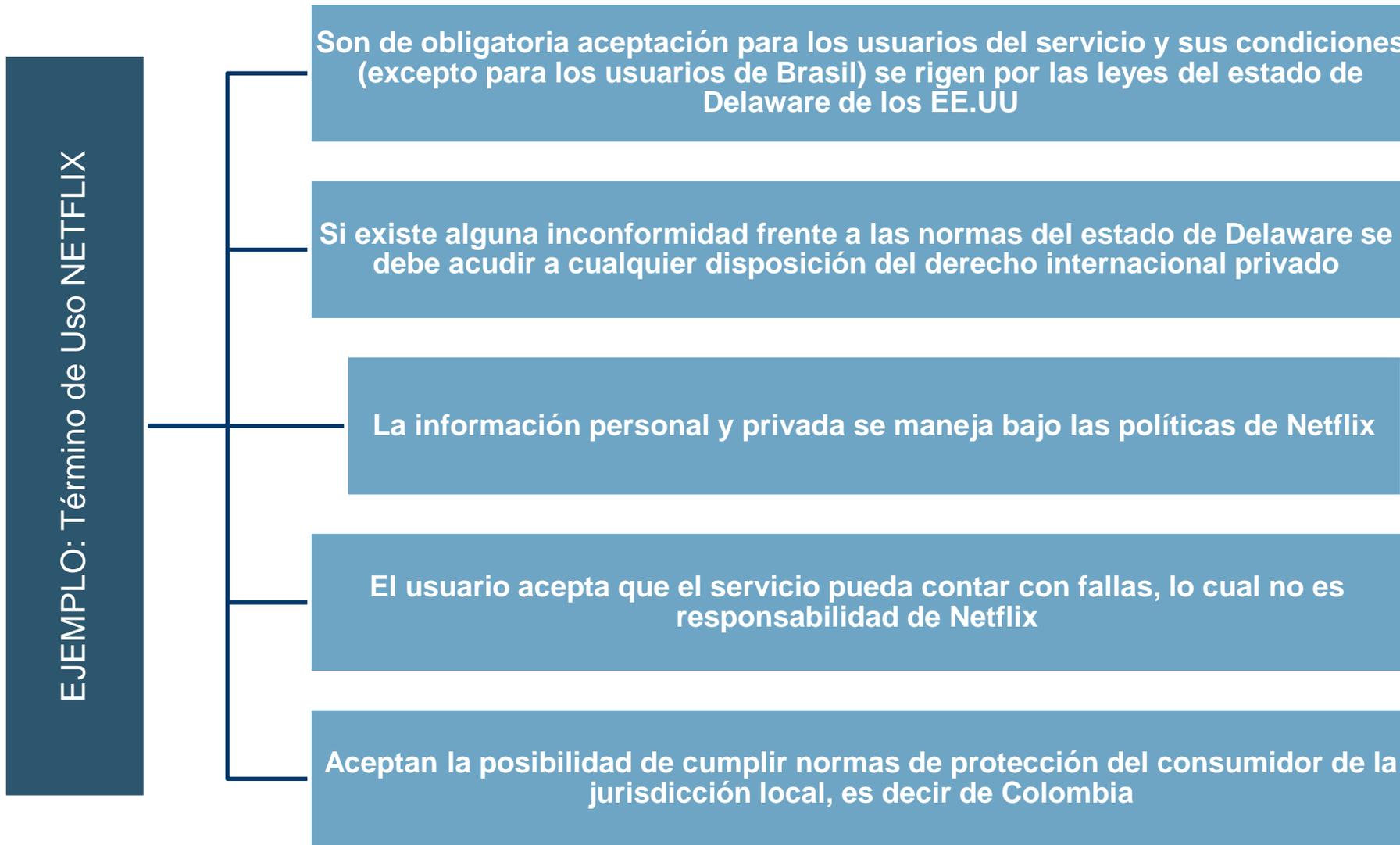


- Regular libre competencia en servicios de telecomunicaciones
- Regular por mercados servicios de telecomunicaciones y de televisión
- Regular condiciones de acceso y uso para cualquier servicio de comunicaciones
- Regular oferta mayorista y elementos desagregados de red para servicios de comunicaciones
- Fijar régimen de comercialización de redes y servicios de telecomunicaciones
- Solicita información a proveedores de redes y servicios de comunicaciones

Servicios de Información (OTT) en el TLC con USA

Análisis normativo PCA

- **Contiene definición de Servicios de Información, aplicable a OTT**
- **Prevé el suministro transfronterizo de servicios, sin necesidad de Presencia Local**
- **Prevé la posibilidad de que el Gobierno clasifique los “servicios de información”, sin ser “servicio público”**
- **Los PSI solo pueden ser regulados para evitar prácticas anticompetitivas o proteger derechos de los usuarios**
- **No requieren Registro TIC y no aportan al Fondo TIC**



Fuente: www.netflix.com/co/ en la sección "Términos de Uso". Mayo de 2016.

Obligaciones asimétricas encontradas

	PRST/CONCESIONARIO TV	OTT
Servicio que presta	TV, Telefonía, SMS	Video por internet, Voz por Internet o mensajería
Norma que lo regula	Ley 1341, Ley 182, etc.	Ninguna (TLC USA?)
Obligaciones tributarias	SI	Solo si tiene Presencia Local
Contraprestaciones	FonTic, Fondo TV, CRC	Ninguna
Protección de usuarios	SI. La SIC vía normas específicas	La SIC si tienen Presencia Local vía normas generales
Ejemplos	Caracol TV, ETB, Claro	Netflix, Skype, Whatsapp
Entidad que los regula	CRC / ANTV	Ninguna

Protección de Usuarios: posibilidad, vía TLC USA, de activar normas para protección en Comercio Electrónico.

Temas regulatorios adicionales revisados

Normas del servicio de televisión Vs. Normatividad para video por Internet (OTT)

Velocidad de banda ancha para contenidos e IoT

Acceso a redes móviles para servicios SMS, MMS y USSD

Manejo de la SIC y de PRST frente a PQR por contenidos OTT y SMS/USSD

Derechos de usuarios de servicios OTT

Los procesos de Zero Rating, Fast Tracking o Multi bite rate streaming afectan la Neutralidad en Internet?

Neutralidad en Internet – Ley 1450 de 2011 y Resol. CRC 3502 de 2011

Disruptive Analysis
2011 Research

Zero-rating examples are already widespread

June 2014 Copyright Disruptive Analysis Ltd 2014



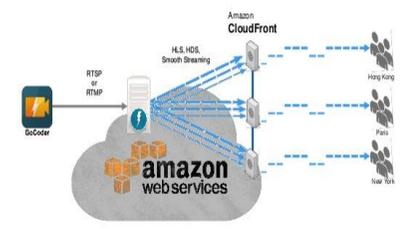
Cuál debe ser la posición regulatoria?

INTERNET EMERGENCY:

CONGRESS JUST INTRODUCED A BILL TO FAST TRACK THE TRANS-PACIFIC PARTNERSHIP

RAISE THE ALARM. SHARE THIS.

Live Multi-bitrate Streaming



Definir clasificación de servicios de información

Aplicación de la Ley 1341 de 2009 al “servicio de televisión”

Estructurar una política para llegar a velocidades mínimas de banda ancha OCDE

Regular la tarifa para el acceso a redes móviles a través de plataformas USSD

Incluir en la circular única de la SIC los reportes de los PRST para contenidos OTT, SMS y USSD

Buscar acuerdos con EE.UU para regular derechos de usuarios OTT, al menos para comercio electrónico

Mantener como esta la definición d Neutralidad de Red

Estructurar una política pública para la promoción de contenidos y aplicaciones

a) ¿Considera que los servicios OTT pueden catalogarse como “Servicios de Información” o “Servicios de Telecomunicaciones”? (justifique su respuesta)

b) En el caso de servicios OTT provistos desde el extranjero, ¿considera que cumplen con los requisitos para ser catalogados como “Servicios Transfronterizos”? (justifique su respuesta)

c) Según su experiencia, ¿de qué manera el crecimiento de nuevas formas de provisión de contenidos como los servicios OTT, impacta la cadena de valor tradicional de los servicios prestados por los prestadores de servicios de comunicaciones?

d) ¿Considera necesario regular la tarifa que los PRSTM cobren a los PCA por el acceso a sus redes a través de plataformas USSD? (justifique su respuesta)

e) Considera que se deben hacer ajustes a la regulación prevista sobre “Neutralidad en Internet”? ¿Qué tipo de ajustes? (justifique su respuesta)

f) ¿Qué consideraciones debería tener en cuenta la CRC para incrementar las velocidades de acceso en banda ancha? (justifique su respuesta)

Muchas gracias!!

www.adlittle.com

www.telbroad.com