

Bogotá, 19 de noviembre de 2021,

**Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)  
República de Colombia**

**Asunto: Comentarios al Proyecto de Agenda Regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones 2022-2023.**

Reciban un cordial saludo en nombre de la Asociación Latinoamericana de Internet (ALAI). ALAI es una organización regional sin fines de lucro que trabaja por el desarrollo digital de Latinoamérica desde la perspectiva de la industria de Internet.

Respetuosamente nos permitimos presentar algunos comentarios respecto de la Agenda Regulatoria para el periodo 2022 - 2023 publicada para comentarios por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), con la finalidad de contribuir a su construcción y al sano desarrollo de la economía digital en Colombia.

En términos generales estimamos que algunas de las propuestas de trabajo de la CRC para el 2022-2023 no se ciñen a las funciones que le atribuye a la entidad la Ley de Tecnologías de la Información (TIC), Ley No. 1341 de 2009, cuyos artículos 19 y 22 disponen, respectivamente, que:

*“La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia en los mercados, promover el pluralismo informativo, evitar el abuso de posición dominante, regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones y garantizar la protección de los derechos de los usuarios; con el fin que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad, de las redes y los servicios de comunicaciones, incluidos los servicios de televisión abierta radiodifundida y de radiodifusión sonora”.*

(...)

*“Son funciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, respecto de la **provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, incluyendo el servicio de televisión abierta radiodifundida y todas las demás modalidades del servicio de televisión y el servicio de radiodifusión sonora**” (negrilla fuera de texto).*

Según la norma, la CRC tiene como finalidad regular **exclusivamente** los servicios de telecomunicaciones, postales y televisión, lo cual supone que sus propuestas regulatorias deben guiarse por instrumentos que estén enfocados en las materias que le competen. Los servicios y redes de telecomunicaciones son considerados

como servicios públicos, y este es el límite de la competencia de la entidad para efectos de los análisis sectoriales, pues no se encuentra facultada para regular ni estudiar los servicios TIC en general.

Dado que **no todos los servicios del sector TIC son servicios públicos**, el análisis de mercados más amplio que el de los servicios regulados resulta no solo injustificado sino inconveniente, pues una intromisión indebida en dichos otros mercados donde prima la libre empresa, fuera de la competencia de la CRC y dentro de la competencia de otras entidades, tendría efectos negativos en la evolución de los mismos y en general, en el desarrollo digital en Colombia.

Asimismo consideramos que es vital respetar las competencias que de forma privativa se han otorgado a otras instituciones mediante leyes estatutarias.

### **1. Consideraciones específicas sobre la competencia de la CRC respecto de los servicios Over-The-Top (OTT).**

El punto 4.3.4. del Proyecto de Agenda Regulatoria 2022-2023 plantea la necesidad de realizar un estudio sobre la medición de campo de los servicios de OTT en el sector de comunicaciones para el 2022. El documento establece:

*“La CRC continuará con la caracterización del rol de los **servicios Over The Top -OTT-, en el sector de comunicaciones** colombiano, haciendo seguimiento a los resultados obtenidos en las ediciones anteriores donde a través de encuestas estructuradas y diversos ejercicios econométricos, se han caracterizado las preferencias y patrones de consumo de estos servicios por parte de los colombianos, y a la vez se ha validado cómo los hábitos de consumo de servicios OTT interactúan con la provisión de los servicios de comunicaciones tradicionales.”* (negrilla fuera de texto).

Si bien entendemos la importancia de estudiar técnicamente el comportamiento y evolución de los mercados, reiteramos que la supervisión de los servicios Over-The-Top (OTT) está por fuera de las competencias de la CRC. Como bien lo menciona la misma entidad dentro del documento objeto de revisión, sus facultades se enmarcan en la regulación de los servicios de telecomunicaciones, redes, servicios postales y televisión, por lo que no tiene la facultad para regular respecto de los proveedores y los servicios OTT .

Por lo anterior, la CRC debe limitarse a monitorear los servicios públicos de comunicaciones que estén directamente relacionados con los alcances de sus funciones, y no con servicios y productos que desbordan el alcance de la CRC ya que no son objeto de su vigilancia.

## **2. Sobre el punto 4.2.2. “Mercados relevantes de contenidos audiovisuales” y servicios OTT**

La CRC propone ampliar sus facultades en el ámbito de la publicidad, afirmando que en la medida en que puede ejercer *“todas las funciones de regulación y de inspección, vigilancia y control en materia de contenidos que antes se encontraban a cargo de la ANTV, entre estas, garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa, así como promover y reglamentar la participación ciudadana en aquellos temas que puedan afectar al televidente”*, puede entonces también planear proyectos regulatorios o incluso estudios relacionados con servicios SVOD u OTT. En ese sentido reiteramos que las competencias y facultades de la CRC se encuentran claras en los artículos previamente citados de la Ley TIC; solicitamos respetuosamente que la Autoridad se ciña a estas y excluya de cualquiera de sus alcances los servicios SVOD y OTT.

## **3. Sobre el análisis del mercado de la pauta publicitaria en las plataformas tecnológicas**

El proyecto de agenda propone la realización de un estudio sobre la “Industria de Contenidos Audiovisuales” en 2021 que, además de estar por fuera del alcance de su competencia por lo anteriormente dicho, también se encuentra por fuera de su competencia por tratarse del estudio de un mercado (el de la publicidad) que ni es regulado, ni es de su competencia. En efecto, la Agenda propone que:

*“para la CRC resulta importante analizar el potencial efecto del traslado de la pauta publicitaria a plataformas tecnológicas y su impacto en los medios de comunicación tradicionales desde una perspectiva de mercados relevantes. La definición de estos es el primer paso para estudiar las condiciones de competencia, a fin de determinar si existen fallas de mercado que afectan el bienestar social. Para tal efecto, la Comisión explorará la aplicación de la metodología definida en la Resolución CRT 2058 de 2009, compilada en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016. Se estima contar con la propuesta regulatoria en el primer trimestre de 2023, y adoptar una decisión regulatoria sobre la materia en el segundo trimestre de 2023.”*

Reiteramos que, aunque la CRC cuenta con facultades regulatorias sobre algunos servicios audiovisuales, estas versan únicamente sobre la televisión, más no sobre el contenido audiovisual difundido, producido y/o agregado por las plataformas SVOD, los PCA, ni mucho menos por las plataformas digitales OTTs de cualquier otro tipo. Esta Autoridad tampoco cuenta con facultades frente al mercado de publicidad de las plataformas tecnológicas.

El estudio es inconveniente y es aún más inconveniente al tener claros objetivos regulatorios en áreas que están definitivamente fuera de las competencias de la CRC.

## **SOLICITUD**

En consecuencia de lo anterior, desde ALAI respetuosamente solicitamos que se realicen los siguientes cambios a la Agenda Regulatoria 2022-2023 de la CRC:

1. Eliminar la propuesta de realizar el “Estudio plataformas OTT 2022”.
2. Excluir lo establecido en el punto 3, según el cual se usarán los resultados de la primera fase del estudio de Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia, para *“la toma de decisiones regulatorias, comunicaciones y de negocio, que se articula en un nuevo mapa de actores del sector”*.
3. Suprimir de la Agenda el análisis del presunto traslado de la pauta publicitaria a plataformas tecnológicas y su supuesto impacto en los medios de comunicación tradicionales.

Reiteramos nuestro interés en la construcción de una Agenda Regulatoria que genere el crecimiento de nuestra economía digital.

Cordialmente,

**Raúl Echeberria**

Director Ejecutivo

Asociación Latinoamericana de Internet—ALAI