



Bogotá, 28 de octubre de 2022

Doctora
PAOLA BONILLA CASTAÑO
Directora Ejecutiva
COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES – CRC
Calle 59 A Bis No.5-53 piso 9 Edificio Link Siete Sesenta
Bogotá

Asunto: Comentarios al documento de formulación de estudio del proyecto “Análisis de los mercados de televisión”.

Respetada Doctora Bonilla:

A continuación, encontrará nuestros comentarios frente al documento de formulación de estudio del proyecto “Análisis de los mercados de televisión”¹.

CONTENIDO

1.	COMENTARIOS GENERALES	1
1.1.	Entorno competitivo del servicio de televisión y de los contenidos audiovisuales	1
1.2.	Necesidad de un Análisis de Impacto Normativo (AIN).....	3
2.	COMENTARIOS ESPECÍFICOS	3
2.1.	Mercados minoristas de televisión	3
2.2.	Mercados mayoristas de televisión	8
2.3.	Revisión normativa.....	8
3.	PRINCIPALES CONCLUSIONES.....	9

1. COMENTARIOS GENERALES

1.1. Entorno competitivo del servicio de televisión y de los contenidos audiovisuales

Desde hace varios años, el servicio de televisión y el sector de contenidos audiovisuales alrededor del mundo se encuentra inmerso en una profunda y acelerada transformación en todos sus niveles y eslabones de la cadena de valor, desde la producción hasta la forma en que se consumen los servicios, pasando por los distintos modelos de negocio, lo cual es producto de constantes innovaciones. Este panorama de permanente evolución ya ha sido detectado y diagnosticado en repetidas ocasiones; incluso la CRC, en el documento de formulación

¹ <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-9>



de estudio sobre el que versan estos comentarios, reconoce esta convergencia digital producto de cambios tecnológicos y culturales².

Ese contexto de drásticos y continuos cambios exige una mayor cautela de los reguladores a nivel mundial, para evitar intervenir los mercados con decisiones regulatorias que pueden no responder a las dinámicas actuales y futuras de los servicios y que podrían ser innecesarios y perjudiciales para los usuarios, retrasando el desarrollo o la dinámica. El Estado, a través de sus autoridades de regulación, debe tener muy presente que la intervención estatal en la economía debe ser un recurso de última instancia que se use únicamente cuando se verifique de forma clara que las fuerzas del mercado no son capaces de proveer por sí solas productos o servicios de calidad a precios razonables ni de satisfacer las necesidades de los consumidores. De la misma forma, la CRC debe analizar la regulación vigente para eliminar toda aquella que no sea estrictamente necesaria para el cumplimiento de los fines del Estado. El regulador debe tener muy claro que su rol no es ni debe ser el de intervenir siempre, sino que regular debe ser la última alternativa.

Es evidente, como se ha manifestado en múltiples ocasiones por COMCEL y por otros agentes del sector, que una de las principales modificaciones por las que atraviesan los contenidos audiovisuales es la irrupción y el acelerado crecimiento de las plataformas de servicios OTT de video, tanto gratuitas como pagas (SVOD: Subscription Video on Demand), que han retado al sector y lo han obligado a transformarse, lo cual genera impactos en los servicios tradicionales que ya son palpables.

Como se mencionó de forma clara en los comentarios de COMCEL frente al proyecto de redefinición de mercados fijos, en Colombia la televisión por suscripción viene experimentando una desaceleración en número de suscriptores, un consecuente estancamiento en la penetración y una reducción de ingresos, en parte producto de la presión que ejercen los servicios OTT³. En efecto, en los últimos dos (2) años han entrado al mercado colombiano varias aplicaciones OTT de video adicionales (Disney+, Star+, HBO Max, etc) que compiten de forma directa con otras plataformas que ya tenían presencia en Colombia (Netflix, Amazon Prime, etc) y con los servicios de televisión tradicional, y disciplinan la acción de los operadores tradicionales, ejerciendo fuerte presión competitiva en precios y calidad de los servicios.

Ese crecimiento de los servicios OTT se da en un entorno regulatorio desbalanceado, dado que todavía persiste una fuerte asimetría regulatoria en contra de los operadores tradicionales y en favor de los proveedores de servicios OTT. Esto desincentiva la inversión en redes (la cual es realizada de forma exclusiva por los operadores tradicionales, sin que los proveedores de servicios OTT reconozcan valor alguno por el uso de las redes, las cuales soportan la prestación de los servicios que proveen sus plataformas), en perjuicio de los consumidores.

Por lo anterior, manifestamos una vez más que es urgente que se elimine toda asimetría regulatoria, lo cual debe darse mediante la reducción de las cargas regulatorias que deben soportar actualmente los operadores tradicionales.

² Análisis de los mercados de televisión. Documento de formulación de estudio. Pág. 3.

³ Comentarios enviados el 16 de septiembre de 2022. Expediente 2000-38-3-3. Disponible en <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Comentarios/claro.pdf>



1.2. Necesidad de un Análisis de Impacto Normativo (AIN)

Como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, es de trascendental importancia que toda actuación regulatoria de la CRC esté soportada por un riguroso Análisis de Impacto Normativo (AIN) que determine con claridad cuáles serían los efectos que cada una de las distintas alternativas regulatorias evaluadas tiene sobre los mercados, sobre los incentivos a invertir y sobre el bienestar de los consumidores, y se elija aquella alternativa que se demuestre ser la más benéfica y costo-efectiva.

La decisión de introducir una nueva norma al mercado debe darse única y exclusivamente si los beneficios de dicha norma son claramente superiores a los costos (incluyendo tanto los costos administrativos y operativos en cabeza de los operadores como los costos que asume el regulador por actividades de monitoreo y los costos que se trasladan a los consumidores). De forma análoga, se debe eliminar toda norma que se encuentre vigente si dicha eliminación genera más beneficios que costos, para lo cual la CRC debe ser consciente del entorno cambiante del sector de comunicaciones en general y de los contenidos audiovisuales y el servicio de televisión en particular al momento de realizar la revisión del marco normativo que plantea en el documento, para tener una visión prospectiva del mercado e identificar las normas que son obsoletas actualmente y las que lo serán en un futuro próximo por efecto de la evolución de los servicios.

2. COMENTARIOS ESPECÍFICOS

Consideramos acertado que la CRC incluya a los proveedores de servicios OTT dentro de los grupos de valor del estudio a realizar, por un lado reconociendo *“la potencialidad futura de ser sustitutos”* de los servicios tradicionales, en lo que respecta al mercado minorista; así como reconociendo la necesidad de identificar *“las dinámicas de compra y venta de contenidos audiovisuales, siendo estos agentes que han venido cobrando más relevancia”*, en lo que respecta a eslabones mayoristas⁴.

Es claro que la labor de la CRC con respecto a los OTT no puede limitarse a reconocer que son agentes relevantes o uno de los grupos de valor involucrados en el estudio, sino que el regulador debe ir un paso más allá y avanzar definitivamente en la eliminación de la asimetría regulatoria. De lo contrario, se quedará en un simple ejercicio teórico y académico y se perderá la oportunidad de tener un sector de comunicaciones que fomente la inversión y la innovación en beneficio de los usuarios.

2.1. Mercados minoristas de televisión

Es importante tener en cuenta que la CRC sigue sin entender de forma completa el efecto que los servicios OTT tienen en los mercados de comunicaciones, y en particular para los efectos de este documento, sobre los mercados de televisión y los contenidos audiovisuales, ya que no ha estudiado la verdadera composición de los mercados. No basta con determinar que los OTT son servicios con funcionalidades similares a los que prestan los operadores tradicionales, ni reconocer que son servicios que compiten con los servicios tradicionales, como lo hizo en el proyecto de regulación de redefinición de mercados de servicios fijos en curso,

⁴ Análisis de los mercados de televisión. Documento de formulación de estudio. Pág. 21.



en donde encontró que las aplicaciones para realizar llamadas ejercen presión competitiva sobre el servicio de voz fija de Larga Distancia Internacional-LDI saliente⁵.

En efecto, la Superintendencia de Industria y Comercio, al momento de pronunciarse sobre el proyecto de resolución de redefinición de mercados de servicios fijos en ejercicio de la abogacía de la competencia, consideró positivo que la CRC haya incluido dentro de su análisis a los servicios OTT, dado que el uso de dichas plataformas presenta una tendencia creciente en el mundo, y manifestó que *“se evidencian las nuevas oportunidades para el desarrollo de innovaciones tecnológicas, como también los desafíos para los agentes que consideren sus productos o servicios se vean afectados por dichos servicios”*, por lo que consideró conveniente que la CRC *“esté al tanto de cómo la inclusión de OTT afectan las dinámicas del mercado que, en su ejercicio de monitoreo, podrá dar cuenta de la independencia, complementariedad o sustituibilidad de estos servicios conforme haya una mayor penetración de estos que derive en una mayor cantidad de información para la toma de decisiones”*⁶.

Esto implica que la CRC debe caracterizar de forma adecuada cada uno de los mercados de comunicaciones, para lo cual debe incluir a todos los agentes que participan en la prestación de los servicios y calcular el tamaño absoluto y relativo del mercado teniendo en cuenta los suscriptores y los ingresos de cada agente, incluidos los OTT, en lugar de basarse únicamente en ejercicios de encuestas, como lo ha hecho hasta ahora el regulador en diversas ocasiones. Únicamente de esta forma la CRC va a tener un cabal entendimiento del tamaño y evolución de los mercados, con lo cual podrá tomar decisiones de política regulatoria acertadas.

La CRC no puede mantenerse en la argumentación de que la normativa no le permite regular los OTT para no incluirlos en sus análisis de caracterización de los mercados, tesis que resulta ajena al comportamiento mismo del mercado, ya que tiene a la mano formas de calcular el tamaño de esos proveedores en la prestación de cada uno de los servicios. En lo que respecta al número de usuarios de las plataformas OTT de video, la CRC puede utilizar distintas herramientas⁷ o indagando proyecciones de número de suscriptores o de penetración realizadas por diversas firmas a nivel mundial. En cuanto a los ingresos, además de basarse en cálculos y estimativos de diversas fuentes, la CRC puede calcularlos con base en los impuestos que pagan las plataformas, acudiendo a la DIAN para obtener esa información de forma precisa, como lo recomendó el consultor Unión Temporal Blue Note Management Consulting – Econometría al momento de realizar el *“Estudio de la Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia”*⁸ contratado por la CRC.

Para darse una idea del tamaño de las OTT frente al servicio de televisión por suscripción, con corte al 1T-2022, en Colombia hay 6.281.627 suscriptores al servicio de televisión por suscripción⁹, lo cual representa una

⁵ Comisión de Regulación de Comunicaciones. Revisión de los mercados de servicios fijos. Documento Soporte. Política Regulatoria y Competencia. Agosto de 2022. Pág. 62. Disponible en <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-3>

⁶ Superintendencia de Industria y Comercio. Concepto 22-380609-1 del 10 de octubre de 2022. Disponible en <https://www.sic.gov.co/sites/default/files/22-380609-CRC.pdf>

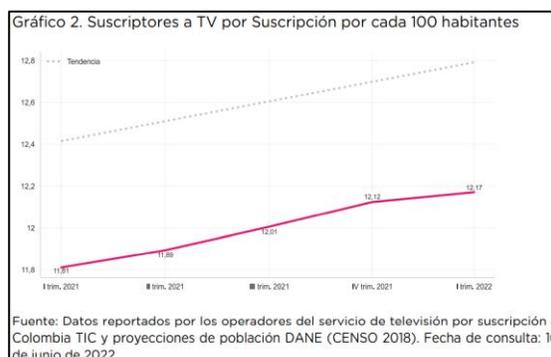
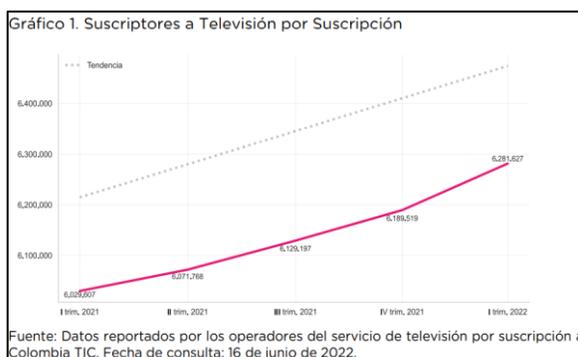
⁷ Por ejemplo, si en una encuesta un cierto porcentaje de hogares manifiesta tener contratado el servicio de una de las plataformas OTT de video, extrapolar ese porcentaje al total de hogares del país para contar con una proxy del total de suscriptores de dicha plataforma.

⁸ Estudio de la Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia. Informe del Consultor. 2020. Disponible en https://crcm.gov.co/uploads/images/files/2021/Informe%20consultor-Industria_Contenidos-Dic2020.pdf

⁹ Boletín de Televisión por Suscripción y Comunitaria 1T-2022. Disponible en <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-239009.html>



penetración en hogares del 36,2%¹⁰ y una penetración del 12,17% de la población¹¹ (o, en otras palabras, 12,17 suscripciones por cada 100 habitantes).



Fuente: Boletín de Televisión por Suscripción y Comunitaria 1T-2022. Disponible en <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-239009.html>

Por su parte, en el año 2021 el 36% de los hogares consumió aplicaciones para ver contenidos audiovisuales (pagas o gratuitas), y el 29% contaba con aplicaciones audiovisuales pagas¹², lo que significa que las OTT de video ya alcanzaron a la televisión por suscripción en nuestro país en términos de penetración. Si se hace una comparación de una sola de las plataformas OTT de video frente a uno de los operadores de televisión por suscripción, podemos ver que, mientras COMCEL reportó 2.870.519 suscriptores de televisión por suscripción para 4T-2021¹³ (cifra que para 1T-2022 aumentó hasta 2.914.409, mostrando un incremento del 1,5%), la firma Comparitech estima que la plataforma Netflix tuvo en Colombia 2.823.517 suscriptores al cierre de 2021 (4T-2021), aumentando 1,7% frente a 3T-2021¹⁴, con lo cual Netflix ya está cerca de superar a COMCEL en número de suscripciones en Colombia.

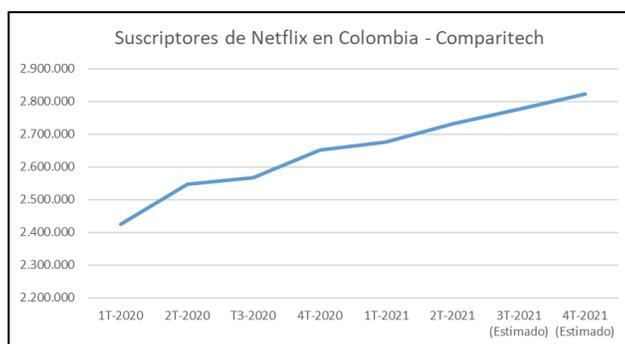
¹⁰ Proyección de número de hogares en Colombia para 2022: 17.353.412. Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-viviendas-y-hogares>

¹¹ Proyección de población en Colombia para 2022: 51.609.474. Fuente: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

¹² Comisión de regulación de Comunicaciones (CRC). El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia 2021. Disponible en <https://postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2021>

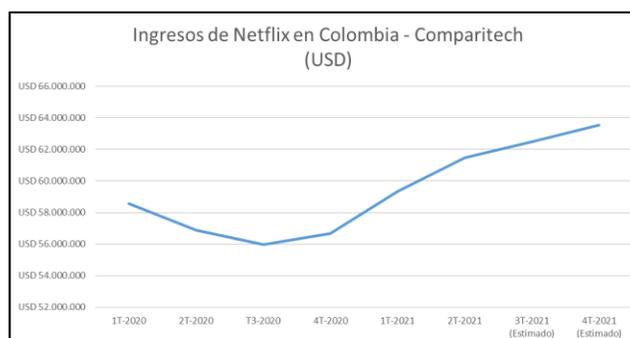
¹³ Boletín de Televisión por Suscripción y Comunitaria 1T-2022. Disponible en <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-239009.html>

¹⁴ Comparitech. Netflix subscribers and revenue by country. Disponible en <https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/>



Elaboración propia con base en datos de Comparitech (<https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/>)

De otro lado, la misma firma Comparitech estima que en el 4T-2021 Netflix obtuvo ingresos en Colombia por USD 63.529.130¹⁵, lo que significa que únicamente esa plataforma OTT obtuvo en ese trimestre el 28,8% de los ingresos de todos los operadores de televisión por suscripción (los cuales ascendieron a COP\$856.226.108.811, equivalentes a USD 220.702.132¹⁶, y para el 1T-2022 continuaron su tendencia decreciente¹⁷).



Elaboración propia con base en datos de Comparitech (<https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/>)

Estas cifras de suscriptores e ingresos de uno solo de los proveedores de servicios OTT, en conjunto con el estancamiento de los suscriptores y la reducción de ingresos de la televisión por suscripción, demuestran que el tamaño y composición del mercado es totalmente distinto a la caracterización elaborada por la CRC en sus reportes y boletines, lo cual evidencia la competencia directa entre esos servicios, sin que el regulador haya tomado hasta ahora ninguna acción encaminada a reducir la asimetría regulatoria. Por lo tanto, es urgente que la CRC realice un análisis del tamaño (en términos de usuarios e ingresos) de todos los actores que concurren al mercado incluyendo las plataformas OTT e integre esas cifras en sus caracterizaciones de mercado.

¹⁵ Comparitech. Netflix subscribers and revenue by country. Disponible en <https://www.comparitech.com/tv-streaming/netflix-subscribers/>

¹⁶ Usando la TRM promedio del 4T-2021, que fue de \$3.879,56. Fuente: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/trm>

¹⁷ Boletín TV por suscripción y comunitaria 1T-2022. Disponible en <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-article-239009.html>



Por otra parte, es pertinente que se ratifique el carácter geográfico municipal del mercado de televisión multicanal, como se planteó en el proyecto que está en curso y que está próximo a ser expedido por la CRC. Además, las condiciones actuales y las dinámicas cambiantes de los contenidos audiovisuales hacen que los mercados relevantes de televisión (en la forma en que terminen siendo definidos en el proyecto regulatorio de redefinición de mercados de servicios fijos que se encuentra en trámite) deban indefectiblemente permanecer por fuera de la lista de mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante, debido a que no se cumple ninguno de los tres (3) criterios establecidos en el artículo 3.1.2.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En cuanto al primer criterio (condiciones actuales de competencia), nos encontramos frente a un mercado de televisión que no tiene ninguna barrera a la entrada, ni técnica, ni económica ni normativa, por lo que cualquier agente puede llegar a competir en igualdad de condiciones, y el fuerte crecimiento de las plataformas OTT genera una agresiva competencia. De hecho, cada vez se difuminan más los límites entre los servicios ofrecidos por las plataformas OTT de video y la televisión por suscripción en cuanto a las funcionalidades disponibles para los usuarios, al punto que ya existen servicios OTT con señales en vivo, como es el caso de Star+, que tiene como uno de sus fuertes una amplia oferta de transmisiones deportivas en directo provenientes de los canales ESPN¹⁸, circunstancia que incrementa el nivel de competencia en el mercado de forma notable (además de las múltiples transmisiones en vivo de Youtube, para el caso de las OTT de video gratuitas).

Frente al segundo criterio (potencial de competencia en el corto y mediano plazo), la competencia cada vez será más intensa teniendo en cuenta la cantidad de plataformas OTT (tanto gratuitas como de pago) que les compiten a los operadores de televisión tradicional, así como el crecimiento de dichas plataformas, con lo cual no es previsible que vaya a haber ningún tipo de problema de competencia en el futuro (distinto al desbalance generado por la asimetría regulatoria entre operadores tradicionales y proveedores de servicios OTT que debe ser eliminada). Por su parte, en cuanto al tercer criterio (efectividad del derecho de la competencia), las normas vigentes en materia de libre competencia económica le otorgan todas las herramientas a la Superintendencia de Industria y Comercio, en su calidad de Autoridad Nacional de Protección de la Competencia¹⁹, para proteger el correcto funcionamiento del mercado y salvaguardar los intereses de los consumidores, y para corregir ex post problemas que se pudieran presentar.

Se debe recordar que ya en el año 2016 la CRC encontró que los contenidos audiovisuales en Colombia se prestaban en condiciones de competencia: *“Los análisis de esta sección **permiten argumentar que el mercado audiovisual de Colombia es un mercado relativamente competitivo** donde diferentes agentes ofrecen variedad de contenidos a los usuarios en diferentes rangos de precios”*²⁰ (NFT). Por lo tanto, pasados seis (6) años de ese hallazgo de la CRC, tiempo en el cual ha seguido evolucionando el sector audiovisual y se ha incrementado la penetración de las plataformas OTT, no cabe duda de que la competencia se ha intensificado en beneficio de los usuarios, por lo que se reafirma la conclusión del regulador de un mercado audiovisual en un ambiente competitivo.

¹⁸ <https://www.starplus.com/es-co>

¹⁹ De conformidad con el numeral 2 del artículo 1 del Decreto 4886 de 2011.

²⁰ Comisión de Regulación de Comunicaciones. Análisis de Mercados Audiovisuales en un Entorno Convergente. Coordinación de Regulación de Mercados. Abril de 2016. Pág. 80. Disponible en https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-3-06/Propuestas/160401_documento_amarillo.pdf



2.2. Mercados mayoristas de televisión

De conformidad con el artículo 3.1.2.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016, el primero de los criterios para determinar que un mercado relevante es susceptible de regulación ex ante consiste en evaluar las condiciones actuales de competencia en el mercado y “*en caso de evidenciarse la existencia de fallas de mercado a nivel minorista, se estudian los mercados de insumos (mayoristas) dentro de la cadena de valor de dichos mercados*”. Por lo tanto, la fuerte competencia presente en el mercado minorista de televisión hace innecesario que la CRC entre a evaluar los eslabones mayoristas.

Además, la CRC debe tener presente que los servicios OTT no solo compiten con los servicios tradicionales en el mercado minorista, como ya se mencionó previamente en este y otros documentos, sino que también están presentes en los eslabones mayoristas del sector audiovisual. De hecho, los proveedores de servicios OTT también participan en la producción del contenido que exhiben y participan igualmente en la pauta publicitaria (como ocurre con los SVOD gratuitos, como lo es Youtube) o han anunciado que lo harán en el corto plazo (como es el caso de Netflix).

Esto significa que el mercado sigue cambiando de forma acelerada también en los eslabones mayoristas de la cadena, razón por la cual no tiene ningún sentido que la CRC entre a definir mercados mayoristas de televisión, al existir un alto riesgo de que, tras definir uno o varios mercados mayoristas, estos queden obsoletos en poco tiempo por efecto de la evolución del sector, lo cual haría que todo análisis sobre dichos mercados fuera errado.

En todo caso, si bien no existe necesidad alguna para definir mercados relevantes mayoristas de televisión, es importante dejar claro que la fuerte competencia y la dinámica cambiante de esos servicios hacen evidente que, en caso de ser definidos, dichos mercados mayoristas deben permanecer por fuera de la lista de mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante. Esto debido a que existe una fuerte competencia actual, tanto nacional como internacional, y una perspectiva de que en el futuro (corto, mediano y largo plazo) dicha competencia se va a intensificar.

2.3. Revisión normativa

La CRC debe eliminar toda regulación que pueda afectar o restringir la competencia y frenar la inversión, en concordancia con la necesidad de eliminar la asimetría regulatoria entre los operadores tradicionales frente a los proveedores de servicios OTT.

De forma concreta, la CRC debe eliminar todo reporte que requiera a los operadores tradicionales información específica del servicio de televisión, de la misma manera en que los proveedores de servicios OTT de video no están obligados a reportar variable alguna a ninguna entidad estatal en Colombia. Específicamente, el regulador debe eliminar el Formato T.4.5. “*Mecanismos de acceso para la población sorda o hipoacústica*”, el cual fue adicionado recientemente mediante la Resolución CRC 6607 de 2022. Como se manifestó desde COMCEL en los comentarios frente al proyecto de resolución que culminó con la expedición de la norma mencionada, la CRC no demostró la necesidad de crear ese nuevo reporte (que para el caso de los operadores de televisión por suscripción es aplicable a sus canales de producción propia), y en su lugar basta con una certificación expedida por el representante legal de la compañía y un monitoreo de la autoridad competente; además, ese nuevo formato implica una innecesaria duplicidad regulatoria, ya que el literal d) del artículo 16.4.9.2. de la



Resolución CRC 5050 de 2016 ya establece la obligación para los operadores de informar si el programa tiene algún sistema que le permite a las personas con discapacidad auditiva acceder a su contenido²¹.

Por lo anterior, para ser coherente con la política de mejora regulatoria que el regulador ha indicado que es la base de su actuar, la CRC debe eliminarlo, al no estar plenamente acreditado que los beneficios de su adopción sean superiores a los costos operativos y administrativos que genera.

3. PRINCIPALES CONCLUSIONES

- a) La CRC debe realizar una completa caracterización del servicio de televisión por suscripción y del sector de contenidos audiovisuales, lo que implica que debe incluir a todos los agentes, entre ellos los proveedores de servicios OTT, y calcular su tamaño absoluto y relativo en términos de suscriptores e ingresos, valiéndose de diversas fuentes que tiene disponible;
- b) El mercado minorista de televisión debe permanecer por fuera de la lista de mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante;
- c) No es necesaria la definición de mercados relevantes mayoristas de televisión, dadas las condiciones de competencia y la evolución constante de esos servicios, que rápidamente dejarían obsoleto cualquier mercado relevante que se llegare a definir;
- d) La CRC debe eliminar el formato de reporte T.4.5., al no estar demostrada su utilidad y ser totalmente innecesario;
- e) Se debe eliminar toda norma vigente para la cual no se haya demostrado que los beneficios superen los costos.

Esperamos que estos comentarios sean tenidos en cuenta por el regulador en pro del beneficio del sector de comunicaciones en Colombia, la inversión en infraestructura, las condiciones de competencia en el mercado y el bienestar de los usuarios, para que la regulación en materia de televisión sea acorde con las tendencias de los nuevos modelos de negocio y la convergencia tecnológica y de mercado.

Cordialmente,


SANTIAGO PARDO FAJARDO
Director Corporativo de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales

²¹ Comentarios enviados el 14 de febrero de 2022. Expediente 10000-38-3-4. Disponible en <https://www.crc.com.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/10000-38-3-4/Comentarios/comcel.pdf>