



RESOLUCIÓN No. DE 2024

"Por la cual se adicionan al Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 algunos mercados relevantes de televisión"

LA SESIÓN DE COMISIÓN DE COMUNICACIONES DE LA COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES

En ejercicio de sus facultades legales, y especialmente las que le confieren los numerales 2 y 4 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, y

CONSIDERANDO

I. ANTECEDENTES NORMATIVOS

Que de conformidad con el artículo 333 de la Constitución Política, la libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades, y corresponde al Estado, por mandato de la Ley, impedir que se obstruya o se restrinja la libertad económica, así como evitar o controlar cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

Que según lo dispuesto en el artículo 334 de la Constitución Política, el Estado intervendrá por mandato de la Ley en, entre otros, los servicios públicos y privados, con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y la distribución equitativa de las oportunidades, racionalizar la economía, fomentar el desarrollo y promover la productividad y la competitividad.

Que el artículo 365 de la Constitución Política establece que los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado, conforme lo disponen los artículos 1 y 2 de la carta fundamental y, en consecuencia, le corresponde el deber de asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional, así como el ejercicio de las funciones de regulación, control y vigilancia de dichos servicios.

Que según Sentencia C-150 de 2003, la función de regulación es un instrumento de intervención del Estado en los servicios públicos de telecomunicaciones y debe atender sus dimensiones social y económica y, en consecuencia, debe velar por la libre competencia y por los derechos de los usuarios.

Que, en el mismo sentido, la Corte Constitucional se manifestó en la Sentencia C-186 de 2011, en la cual señaló que *"(...) la potestad normativa atribuida a las comisiones de regulación es una manifestación de la intervención estatal en la economía –una de cuyas formas es precisamente la regulación- cuya finalidad es corregir las fallas del mercado, delimitar la libertad de empresa, preservar la competencia económica, mejorar la prestación de los servicios públicos y proteger los derechos de los usuarios"*, y del mismo modo la referida sentencia estableció que *"(...) La intervención del órgano regulador en ciertos casos supone una restricción de la autonomía privada y de las libertades económicas de los particulares que intervienen en la prestación de los servicios públicos, sin embargo, tal limitación se justifica porque va dirigida a conseguir fines constitucionalmente legítimos y se realiza dentro del marco fijado por la ley"*.

Que, a su vez, la Corte, mediante la Sentencia C-1162 de 2000, expresó que *"La regulación es básicamente un desarrollo de la potestad de policía para establecer los contornos de una actividad"*

específica, en un ámbito en el que han desaparecido los monopolios estatales. Aquélla [sic] tiene como fines primordiales asegurar la libre competencia y determinar aspectos técnico-operativos que buscan asegurar la prestación eficiente de los servicios”.

Que el numeral 2 del artículo 2 de la Ley 1341 de 2009 establece que, en virtud del principio de libre competencia, el Estado debe propiciar escenarios de competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad.

Que, de acuerdo con el artículo 19 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 15 de la Ley 1978 de 2019, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) 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 de que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente y refleje altos niveles de calidad.

Que en el mismo artículo se precisa que la regulación que adopte la CRC deberá promover la inversión, la protección de los usuarios, la calidad de los servicios, la simplificación regulatoria, la neutralidad de la red, así como también incentivar la construcción de un mercado competitivo que desarrolle los principios orientadores de la Ley 1341 de 2009.

Que, en concordancia con lo establecido en el párrafo del artículo 1 de la Ley 1341 de 2009 modificado por el artículo 2 de la Ley 1978 de 2019, para todos los efectos de lo dispuesto en dichas leyes, la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones incluye la provisión de redes y servicios de televisión; y, en lo que tiene que ver específicamente con la modalidad del servicio de televisión abierta radiodifundida, se continuará rigiendo por las normas especiales pertinentes, fundamentalmente la Ley 182 de 1995, la Ley 335 de 1996, la Ley 680 de 2001 y demás normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan.

Que, acorde con lo anterior, el artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 19 de la Ley 1978 de 2019, establece que dentro las funciones a cargo de la CRC, respecto de la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, incluyendo todas las modalidades del servicio de televisión, se encuentran las dispuestas en los numerales 2 y 4 que, en su tenor literal, disponen: *"Promover y regular la libre competencia y prevenir conductas desleales y prácticas comerciales restrictivas, mediante regulaciones de carácter general o medidas particulares, pudiendo proponer reglas de comportamiento diferenciales según la posición de los proveedores, previamente se haya determinado la existencia de una falla en el mercado";* y *"Regular el acceso y uso de todas las redes y el acceso a los mercados de los servicios de telecomunicaciones, de televisión abierta radiodifundida y de radiodifusión sonora, hacia una regulación por mercados”.*

Que, en cumplimiento de los deberes legales asignados a la entonces CRT —hoy CRC—, se expidió la Resolución CRT 2058 de 2009, actualmente compilada en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, mediante la cual se establecieron las condiciones, metodologías y criterios para la definición de mercados relevantes de los servicios de telecomunicaciones en Colombia, la identificación de las condiciones de competencia de los mercados analizados, la determinación de la existencia de posición dominante, así como la definición de las medidas regulatorias ex ante aplicables a los mismos. Adicionalmente, dicha resolución consagra que la Comisión debe realizar un monitoreo continuo de la evolución de los mercados de comunicaciones y sus condiciones de competencia, con el fin de analizar el efecto de las medidas implementadas y la conveniencia de adoptar nuevas acciones, adicionarlas o retirar las establecidas.

Que en los anexos 3.1 y 3.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016 se encuentran enlistados los mercados relevantes de telecomunicaciones y aquellos sujetos a regulación ex ante.

Que, respecto a la definición de mercados relevantes de televisión, esta Comisión ha realizado tres (3) estudios publicados en 2015, 2016 y 2017, los cuales estuvieron relacionados con la definición y análisis de los mercados audiovisuales en el marco de la convergencia tecnológica que, desde ese momento, se había identificado como un elemento de alto impacto para este servicio público.

Que, en 2015, la CRC publicó el estudio denominado *"Mercados Audiovisuales en un Entorno Convergente”*, en el cual se analizó el funcionamiento de los mercados que componen la industria de la televisión en Colombia. Para ello, se revisó la estructura y las características económicas y

de competencia de los diferentes mercados de televisión. Dentro de los resultados más relevantes, esta Comisión encontró (i) que el servicio de televisión radiodifundida tiene dos tipos de consumidores: audiencias y anunciantes, en donde los canales radiodifundidos de carácter comercial buscan, por una parte, ofrecer contenido audiovisual que atraiga y maximice sus audiencias, mientras por la otra, vende pauta publicitaria, fuente principal de sus ingresos. En ese sentido, los canales comerciales compiten entre sí y con otros canales comerciales y canales no comerciales por audiencias; y compiten con otros canales comerciales y con otros medios de comunicación por pauta publicitaria. Por su parte, los canales públicos dependen principalmente de recursos gubernamentales para financiar sus operaciones. (ii) que hay dos mercados mayoristas de distribución de canales, a saber: básicos y premium, donde las compañías que agregan canales actúan como proveedores mayoristas de canales, vendiendo sus señales a los distribuidores minoristas de televisión. También se incluyeron los canales de señal abierta como un insumo para los servicios de televisión por suscripción. Y, (iii) que, como "mercado hipotético", se identificó el mercado mayorista de derechos de retransmisión, en el cual las cadenas de televisión radiodifundida podían negociar una compensación por parte de los distribuidores de televisión paga en retorno por "retransmitir" los canales de señal abierta, a la cual los televidentes pueden acceder de manera gratuita por medio de una antena que capture la señal.

Que, en la medida en que este documento fue el resultado de un estudio no regulatorio, en el que se expuso el entendimiento y análisis preliminar que la CRC tenía en su momento sobre los mercados que componían la industria de la televisión en Colombia, y reconociendo que existía la necesidad de ahondar en la información sobre el comportamiento de los mercados referidos, de manera preliminar la CRC no identificó acciones regulatorias que fueran requeridas en esa fase, por lo que continuaría con los estudios pertinentes en la siguiente etapa con el objetivo de determinar la necesidad de expedir regulación.

Que, como segunda fase del mencionado estudio, en 2016, la CRC publicó el documento "*Análisis de Mercados Audiovisuales en un Entorno Convergente*", el cual tuvo como objetivo principal definir los mercados audiovisuales y las posibles fallas de mercado que se presenten, así como proponer las medidas regulatorias a las que haya lugar. Con este fin, y luego de realizar diferentes estudios, la CRC encontró todos los elementos para concluir, primero, que efectivamente los canales radiodifundidos de tipo comercial tienen la particularidad de ser de dos lados, debido a que, por una parte, ofrecen contenidos a sus audiencias y, por la otra, ofrecen espacio publicitario a las empresas; segundo, que los contenidos de la televisión abierta son complementarios de los contenidos a los que se accede mediante la televisión cerrada y, en consecuencia, pertenecen a mercados económicos diferentes; y, por último, se ratificó que el mercado mayorista de derechos de retransmisión de los canales abiertos existe para los canales de televisión abierta Caracol y RCN, debido a que los usuarios los perciben como productos altamente diferenciados, al menos en el corto y mediano plazo, por lo que no pueden ser sustituidos por otros canales.

Que, como consecuencia de estos resultados y teniendo en consideración los comentarios presentados por todos los grupos de valor a la propuesta regulatoria publicada en abril de 2016, mediante la Resolución CRC 5048 del mismo año, esta Comisión decidió modificar el que en su momento se identificaba como Anexo 01 de la Resolución CRT 2058 de 2009, incluyendo el mercado de televisión multicanal como un mercado minorista con alcance municipal compuesto por los paquetes de televisión básico y básico limitado, que ofrecían los operadores de televisión por suscripción y los operadores de televisión comunitaria.

Que, mediante el contrato CRC No. 78 de 2016, esta Comisión contrató a la sociedad Yanhaas S.A. con el objeto de "*Contratar los servicios de consultoría para el levantamiento, depuración, procesamiento y análisis de datos estadísticos, con el fin de realizar un estudio cualitativo y cuantitativo que permita explorar el comportamiento y actitudes de los usuarios hacia el consumo de contenidos audiovisuales lineales y no lineales a través de diferentes plataformas y pantallas*". Los principales resultados obtenidos de esta consultoría fueron descritos en el documento denominado "*Mercados Audiovisuales en un Entorno Convergente*" publicado por la CRC en 2017, en el que se concluyó de manera general, primero, que en el 2016 "(...) para todos los grupos de edad los niveles de suscripción a TV paga y TV comunitaria siguen siendo altos mostrando que este es el modo de visualización preferido sobre otros medios como acceso principal y que la sustitución por contenidos OTT todavía es un fenómeno incipiente".

II. DESARROLLO DEL PROYECTO REGULATORIO

Que, de acuerdo con la Agenda Regulatoria 2022-2023, esta Comisión identificó la pertinencia de

adelantar un estudio en el que se analizara 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, teniendo en cuenta, por un lado, la ampliación de las competencias de la CRC en materia del servicio de televisión, en todas sus modalidades, efectuada por la Ley 1978 de 2019, modificatoria de la Ley 1341 de 2009; y, por el otro, que uno de los resultados obtenidos en el "*Estudio de la Industria de Contenidos Audiovisuales en Colombia*" de 2021 es la tendencia negativa de la pauta publicitaria como ingreso principal para todos los medios tradicionales, y el efecto inverso que se ha evidenciado desde 2017 para la pauta digital, la cual viene en aumento de forma continua y marcada.

Que, bajo este contexto, en 2022, la CRC publicó el documento de formulación del estudio denominado "*Análisis de los mercados de televisión*", en el cual se trazó como objetivo general "*Realizar el análisis de competencia de los mercados relevantes minoristas y mayoristas de televisión, así como una revisión del marco normativo vigente con el fin de determinar potenciales barreras y oportunidades para la competencia en dichos mercados.*". Para ello, en los términos de la Agenda Regulatoria CRC 2024-2025, se definió adelantar este estudio en dos etapas consecutivas, de la siguiente manera: en la primera, se desarrollaría la definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión y, en la segunda etapa, se desarrollarán, según su pertinencia, los análisis de competencia de los mercados relacionados con el servicio de televisión y que conlleven a establecer medidas regulatorias que promuevan la competencia. Así mismo, se indicó que se seguirán los lineamientos metodológicos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Que, en desarrollo de este estudio, la CRC elaboró el documento denominado "*Análisis de los mercados de televisión – Fase I: Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión*", en el cual se documentan los análisis efectuados para la publicación de la presente propuesta regulatoria.

Que la definición de los mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión fue revisada de conformidad con los lineamientos metodológicos establecidos en los artículos 3.1.2.1. y 3.1.2.2. de la Resolución CRC 5050 de 2016, según los cuales el primer paso a seguir corresponde al desarrollo del análisis de sustituibilidad por el lado de la demanda de cada uno de los servicios focales de interés.

Que en este análisis se identificaron todos los productos o servicios que pudieran ser considerados por los demandantes como sustitutos, dadas sus características, precios y usos, y se delimitó el alcance geográfico donde compiten esos productos o servicios. Para ello se estudiaron las características sobre usos, funcionalidades y condiciones de acceso de los servicios de contenidos audiovisuales a nivel mayorista, así como de los servicios alternativos, con el fin de identificar los patrones de sustitución entre los servicios bajo análisis.

Que, como consecuencia de lo anterior, esta Comisión definió la nueva cadena de valor del servicio público de televisión, la cual comprende los siguientes eslabones: (i) creación de contenidos, (ii) adquisición de contenidos televisivos, (iii) adquisición de canales, (iv) operación de la emisión de televisión (que incluye el transporte de señales televisivas y su distribución al usuario final), y (v) recepción de las señales televisivas; y que además contempla los nuevos actores y modelos de negocio que han aparecido en la industria a raíz de la convergencia de medios, así como las distintas formas de financiación de la operación del servicio.

Que, a partir de la metodología descrita en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016 y los eslabones de la nueva cadena de valor del servicio de televisión, la CRC evidenció la necesidad de definir los siguientes tres (3) mercados mayoristas con alcance nacional: (i) Mercados mayoristas de adquisición de paquetes de canales de pago, (ii) Mercados mayoristas de emisión de canales de TV abierta nacional operados por privados y (iii) Mercados mayoristas de emisión de canales de TV abierta regional.

Que, respecto a los mercados relevantes mayoristas identificados como de adquisición de paquetes de canales de pago, definidos con alcance nacional, se determinó que participan los distribuidores y programadoras de señales codificadas ofertadas de manera empaquetada. Estos mercados se definen como mercados clústeres, en consideración a que, a partir del análisis de sustituibilidad por el lado de la demanda se estableció que existe complementariedad transaccional, dado que los proveedores de televisión demandan de manera conjunta los canales, con el fin de reducir sus costos de transacción. Y que, de acuerdo con el análisis de sustituibilidad

por el lado de la oferta, se evidencian las ventajas de las economías de alcance, dado que es más eficiente para los agregadores y programadoras la distribución de los canales de manera empaquetada. En este sentido, la oferta de estos paquetes se da en un ambiente de competencia monopolística, debido a que ninguno de estos pueden ofrecer de manera idéntica el contenido de otro, lo que hace que los paquetes sean sustitutos imperfectos.

Que, en lo que tiene que ver con los mercados relevantes mayoristas de emisión de canales de televisión abierta nacional operados por privados, se identificó como de alcance nacional, en el que participan los canales CARACOL, RCN y CANAL UNO. A partir del análisis de sustituibilidad, esta Comisión pudo determinar que cada canal nacional constituye un mercado relevante en sí mismo. En este sentido, los agentes compiten en un ambiente de competencia monopolística, dado que ningún canal puede ofrecer de manera idéntica el contenido de otro, lo que hace que haya sustitución imperfecta entre ellos. Sin embargo, dada la obligación que tienen dichos canales de permitir el acceso a su señal por parte de los operadores de televisión por suscripción para su distribución a suscriptores y afiliados, se consideran complementarios desde el punto de vista de los demandantes (operadores de TV cerrada), toda vez que se incluyen de manera conjunta en la parrilla de programación.

Que, en similar sentido, también se determinaron los mercados relevantes mayoristas de emisión de canales de televisión abierta regional con alcance nacional, en el que participan los operadores de los canales de televisión abierta regional. En estos mercados, de conformidad con los resultados del análisis de sustituibilidad, cada canal regional constituye un mercado relevante en sí mismo. En este sentido, los agentes compiten en un ambiente de competencia monopolística, dado que ningún canal puede ofrecer de manera idéntica el contenido de otro, lo que hace que haya sustitución imperfecta entre ellos. Sin embargo, dada la obligación que tienen dichos canales de permitir el acceso a su señal por parte de los operadores de televisión por suscripción, se consideran complementarios desde el punto de vista de los demandantes (operadores de tv cerrada) en la medida en que se incluyen de forma conjunta en la parrilla de programación.

Que, adicionalmente, como consecuencia de la identificación de los eslabones de la cadena de valor, se encontró que se configuran dos mercados en los que cada uno de los canales de TV abierta nacional que son operados por privados funcionan como plataformas en las que, por un lado, ofrecen contenidos hacia los televidentes, y por el otro, ofrecen espacios publicitarios a los anunciantes, se ratifican los hallazgos documentados en el estudio publicado por esta Comisión en 2015 reconociendo la relación que existe entre dichos servicios. En consecuencia, se definió el mercado relevante minorista de dos lados, con alcance nacional, compuesto por: (i) la distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional, operados por privados, y (ii) los espacios de publicidad en canales de televisión abierta nacional, operados por privados.

Que, el primer lado de este mercado está conformado por el mercado relevante de distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional operados por privados, el cual se determinó como de alcance nacional, en el que participan los canales CARACOL, RCN y CANAL UNO. Este mercado fue definido en consideración de que los televidentes perciben como sustitutos imperfectos las parrillas de contenidos emitidos por estos canales, en el que cada uno de estos se constituye como un monopolio de su programación, haciendo que este mercado se de en un ambiente de competencia monopolística. Adicionalmente, los televidentes no realizan una transacción por la obtención de los contenidos, por lo que se configura como un mercado de precio cero en el que los canales compiten vía calidad y variedad de los contenidos con el fin de atraer audiencias.

Que el segundo lado corresponde al mercado relevante minorista de espacios de publicidad en canales de televisión abierta nacional operados por privados, el cual se definió como de alcance nacional, en el que también participan los canales CARACOL, RCN y CANAL UNO. En este mercado, los canales buscan atraer a los anunciantes, y compiten principalmente vía precio, el cual está dado en función de la audiencia que atrae el contenido de la programación, debido a que los espacios de publicidad constituyen un bien escaso tanto por la aversión de los televidentes al exceso de publicidad, como por las disposiciones regulatorias vigentes en la materia. Este mercado de publicidad en televisión hace parte de un mercado más amplio de publicidad en general, que contiene varios submercados que son complementarios entre sí.

III. ETAPA DE PARTICIPACIÓN SECTORIAL Y ABOGACÍA DE LA COMPETENCIA

Que con fundamento en los artículos 2.2.13.3.2 y 2.2.13.3.3 del Decreto 1078 de 2015 y en el

artículo 8 numeral 8 de la Ley 1437 de 2011, entre el XX de XX de 2019 y el XX de XX de 2019, la CRC publicó el proyecto regulatorio "Por la cual se adicionan al Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 algunos mercados relevantes de televisión" con su respectivo documento soporte que contiene los análisis realizados por esta Entidad, con el fin de recibir comentarios de agentes involucrados y terceros interesados en relación con la definición de los mercados relevantes del sector postal en Colombia, respecto del cual se recibieron comentarios por parte de diferentes agentes interesados hasta el 15 de febrero de 2024.

Que en cumplimiento de lo establecido en el artículo 7 de la Ley 1340 de 2009, esta Comisión diligenció el cuestionario expedido por la SIC mediante el artículo 5 de la Resolución SIC 44649 de 2010, con el fin de verificar si las disposiciones contempladas en el presente acto administrativo tienen efectos en la competencia.

Que, en observancia de lo definidos en el artículo 7 de la Ley 1340 de 2009, el artículo 2.2.2.30.8. del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución SIC 44649 de 2010, el XX de XX de 2024 la CRC envió a la SIC el proyecto regulatorio publicado con su respectivo documento soporte, y anexó el cuestionario dispuesto por tal entidad para proyectos regulatorios de carácter general, así como los diferentes comentarios a la propuesta regulatoria que fueron recibidos durante el plazo establecido por la CRC.

Que, de acuerdo con lo anterior, mediante comunicación identificada con el radicado No. XX del XX de 2024, la SIC emitió concepto de abogacía de la competencia donde concluyó que el proyecto regulatorio sometido a su estudio XXXX.

Que el contenido del presente Acto Administrativo, una vez adelantados los trámites previos y efectuados los análisis antes descritos, fue presentado y aprobado por los miembros de la Sesión de Comisión de Comunicaciones, según consta en el Acta No. XX del XX de XX de 2024.

En virtud de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Modificar el Anexo 3.1. del Título ANEXOS TÍTULO III de la Resolución CRC 5050 de 2016, el cual quedará así:

"ANEXO 3.1. LISTA DE MERCADOS RELEVANTES.

1. Mercados minoristas definidos con alcance municipal

Mercado relevante	Servicios que conforman el mercado
1.1. Voz saliente local y nacional	Voz fija y Servicios Móviles
1.2. Acceso a Internet fijo residencial para los municipios con desempeño alto-moderado, incipiente y bajo	Internet fijo para el segmento residencial
1.3. Acceso a Internet fijo residencial para los municipios con desempeño limitado	Internet fijo para el segmento residencial e Internet móvil
1.4. Acceso a Internet fijo corporativo	Internet fijo para el segmento corporativo
1.5. Paquete de servicios Dúo Play 1 para el segmento residencial	Paquete que incluye telefonía fija + Internet fijo para el segmento residencial
1.6. Paquete de servicio Dúo Play 2 para el segmento residencial	Paquete que incluye televisión por suscripción + Internet fijo para el segmento residencial
1.7. Paquete de servicios Triple Play para el segmento residencial	Paquete que incluye televisión por suscripción + Internet fijo + telefonía fija para el segmento residencial
1.8. Televisión multicanal en municipios con desempeño alto-moderado	Televisión por suscripción

1.9. Televisión multicanal en municipios con desempeño incipiente, bajo y limitado	Televisión por suscripción y televisión comunitaria
--	---

2. Mercados minoristas definidos con alcance nacional

Mercado relevante	Servicios que conforman el mercado
2.1. Voz saliente móvil	Voz móvil, SMS y MMS
2.2. Voz saliente de larga distancia internacional	Voz fija, Servicios Móviles y plataformas OTT para realizar llamadas
2.3. Internet móvil	Internet móvil
2.4. Servicios Móviles	Paquete que incluye voz saliente móvil, SMS/MMS e Internet móvil
2.5. Mercado de dos lados de contenidos de TV abierta y pauta publicitaria	
2.5.1. Distribución minorista de contenidos en canales de TV abierta nacional operados por privados, con alcance nacional.	Emisión de contenidos de los canales de televisión abierta nacional.
2.5.2. Espacios de publicidad en canales de TV abierta nacional operados por privados, con alcance nacional.	Espacio publicitario en los canales de televisión abierta nacional.

3. Mercados minoristas de terminación

3.1. Terminación de llamadas fijo-móvil en todo el territorio nacional.

4. Mercados mayoristas

4.1. Mercados Mayoristas de Terminación

4.1.A. Mercado Mayorista de terminación de llamadas fijo-fijo en cada municipio del país.

4.1.B. Mercado Mayorista de terminación de llamadas móvil-fijo en cada municipio del país.

4.1.C. Mercado Mayorista de terminación de llamadas móvil-móvil en todo el territorio nacional.

4.1.D. Mercado Mayorista de terminación de llamadas de larga distancia internacional en todo el territorio nacional.

4.2. Mercado Mayorista Portador en cada municipio del país.

4.3. Mercado Mayorista de acceso y originación móvil - en todo el territorio nacional.

4.4. Mercados mayoristas de adquisición de paquetes de canales de pago con alcance nacional.

4.5. Mercados mayoristas de emisión de canales de TV abierta nacional operados por privados, con alcance nacional.

4.6. Mercados mayoristas de emisión de canales de TV abierta regional, con alcance nacional.”.

ARTÍCULO 2. VIGENCIA. La presente resolución rige a partir de la fecha de su publicación en el Diario Oficial.

Dada en Bogotá D.C. a los xxxxx

PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Presidente

NICOLÁS SILVA CORTÉS

Director Ejecutivo

Proyecto No: 2000-38-3-3

C.C.C. () Acta ()

S.C.C. () Acta ()

Revisado por: Alejandra Arenas Pinto – Coordinadora de Política Regulatoria y Competencia.

Elaborado por: Sergio Urquijo, Laura Martínez Nova, Mario Rodríguez, Isabella Russi, Hugo Romero, Laura Hernández Cruz – Líder del proyecto.

VERSIÓN BORRADOR