



Instructivo para el reporte de información
relacionada con el mercado minorista de dos
lados: distribución de contenidos – pauta
publicitaria

Analítica de Datos

Junio 10 de 2026

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	3
2	PERIODICIDAD Y PLAZO.....	3
3	MECANISMO PARA ENTREGA DEL REPORTE.....	4
3.1	PROCEDIMIENTO OPERATIVO	4
4	PARÁMETROS Y ATRIBUTOS	5
4.1	INFORMACIÓN CONTABLE	6
4.2	INVERSIÓN DE CONTENIDOS	8
4.3	ANUNCIANTES	10
4.3.1	Casos particulares del reporte de anunciantes	13

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 2 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1 INTRODUCCIÓN

De acuerdo con lo establecido en el artículo 16.5.1.2 de la Resolución 5050 de 2016, los operadores privados de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión del canal nacional de operación pública deberán suministrar información a esta Comisión relacionada con el mercado minorista de dos lados: distribución de contenidos – pauta publicitaria compuesta por los siguientes mercados:

- a) Distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional operados por privados, con alcance nacional.
- b) Mercado minorista de espacios de publicidad en canales de televisión abierta nacional

De acuerdo con el referido artículo, la información a suministrar está relacionada con:

- i Información contable relacionada con gastos, costos, activos e inversión.
- ii Contenidos emitidos dentro de la parrilla de programación.
- iii Negociaciones con anunciantes, agencias o centrales de medios.

A partir de lo anterior, la Comisión ha elaborado el presente documento con el propósito de definir los parámetros y atributos necesarios para la presentación de esta información, así como el mecanismo para la entrega del reporte y el procedimiento operativo.

2 PERIODICIDAD Y PLAZO

De acuerdo con lo establecido en el artículo 16.5.1.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016, los operadores privados de canales de televisión abierta y el concesionario de espacios de televisión del canal nacional de operación deben reportar la información de manera semestral, dentro de los treinta (30) días siguientes a la terminación de cada semestre.

Teniendo en cuenta lo anterior, la periodicidad y plazo de reporte se deberán realizar de la siguiente manera:

PERIODO A REPORTAR	PLAZO
Primer semestre del año	30 de julio del mismo año
Segundo semestre del año	30 de enero del año siguiente

El primer reporte de información corresponde al segundo semestre de 2026, que deberá reportarse a más tardar el 30 de enero de 2027.

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 3 de 13
Elaborado por: Miquelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

3 MECANISMO PARA ENTREGA DEL REPORTE

El reporte debe ser presentado a través de la plataforma Colombia TIC, utilizando la Herramienta de Cargue, Análisis y Auditoría (HECaa). Es imprescindible que los usuarios dispongan de las credenciales de acceso correspondientes.

3.1 PROCEDIMIENTO OPERATIVO

Para descargar la plantilla del formato, se debe acceder al menú «Reporte de información», seleccionar la opción «Consultar plantillas» y elegir la categoría que corresponda conforme a la resolución vigente, o bien realizar una búsqueda por nombre para localizar el formato «**Reporte de Pauta de Televisión Abierta**».



Tras descargar la plantilla indicada, se deben diligenciar todos los datos requeridos para el reporte, asegurándose de verificar la exactitud y cumplimiento de los campos obligatorios según lo solicitado en el formato.

La plantilla de reporte estará compuesta por tres diferentes hojas de trabajo correspondientes a: i) información contable, ii) contenidos emitidos dentro de la parrilla de programación y iii) pauta publicitaria asociada a anunciantes, agencias y/o centrales de medios. Estas hojas deberán ser diligenciadas conforme a la estructura, parámetros, validaciones y reglas definidas en la sección 4. Asimismo, el archivo deberá ser cargado de forma completa, conservando la estructura y configuración original de la plantilla descargada desde la plataforma HECaa.

Una vez finalizado el diligenciamiento de la plantilla, acceder a la sección «Reporte de información» y seleccionar la opción «Cargar plantillas». Escoger el archivo previamente completado y elegir el periodo correspondiente para realizar el envío del reporte.

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 4 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025



La plataforma realizará la verificación de la plantilla cargada, garantizando la validación de la estructura, los tipos de datos y los dominios o referencias definidos. Posteriormente, se llevará a cabo la validación de las reglas específicas del reporte. Si durante este procedimiento se detecta alguna anomalía, el sistema informará sobre la naturaleza del inconveniente conforme a las clasificaciones descritas a continuación para agilizar su solución:

- **Error de plantilla inconsistente:** Se presenta cuando la estructura original de la plantilla ha sido modificada o se intenta cargar un archivo que no corresponde al formato previamente descargado.
- **Error de permisos:** Surge cuando el usuario no dispone de los permisos adecuados para completar o enviar la plantilla.
- **Error de periodo:** Este error aparece si no existen periodos habilitados para realizar la carga de información, ya sea porque el plazo ha expirado o aún no está disponible.
- **Error de información:** Se genera cuando hay inconsistencias en los tipos de datos, celdas obligatorias sin diligenciar, o cuando los dominios y referencias no son válidos en alguna de las columnas de la plantilla.
- **Error en validación de reglas:** Corresponde a la segunda etapa en la que se revisan las condiciones específicas de los datos reportados, verificando que cumplan con los criterios establecidos.

Una vez que la validación de la información resulte exitosa, el sistema emitirá automáticamente un número de radicado que identificará el reporte enviado, confirmando así el registro correcto del proceso.

Las consultas relacionadas con la plataforma Colombia TIC, la Herramienta de Cargue, Análisis y Auditoría (HECaa) y el procedimiento para el cargue del reporte de información, deben ser dirigidas a la Mesa de Servicio Sectorial del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, mediante el correo electrónico: mesadeserviciosectorial@mintic.gov.co

4 PARÁMETROS Y ATRIBUTOS

Con el propósito de dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 16.5.1.2 de la Resolución 5050 de 2016, se establece un formato para la recolección de información. Este formato se encuentra estructurado en tres secciones parametrizadas; la primera corresponde a información contable; la segunda, a información sobre inversión en contenidos; y la tercera, a información relacionada con los anunciantes.

La implementación de este formato busca estandarizar el reporte de información, facilitar su procesamiento y análisis, y garantizar la comparabilidad y consistencia de los datos para fines de monitoreo del mercado por parte de la CRC.

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 5 de 13
Elaborado por: Miquelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.1 INFORMACIÓN CONTABLE

La información contable comprende, de manera agregada, los ingresos por pauta publicitaria y por contenidos, así como los costos asociados a la adquisición y producción de contenidos, la comercialización, el personal permanente, los pagos a sociedades de gestión colectiva, otros costos regulatorios y demás inversiones.

La información deberá ser discriminada de manera trimestral dentro de cada período semestral de reporte. En consecuencia, para cada semestre se deberán diligenciar los valores correspondientes a los dos trimestres que lo componen, considerando exclusivamente la información asociada a los meses que integran cada trimestre, de acuerdo con la estructura definida en la plantilla.

En la Tabla 1 se presentan, de forma sintética, los campos que componen esta información, junto con la descripción de cada uno y su naturaleza.

Tabla 1 Parámetros y atributos de la información contable

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>ANNO</i>	Corresponde al año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, serie de cuatro dígitos	Numérico	4
<i>SEMESTRE</i>	Corresponde al semestre del año al cual pertenece la información reportada. Campo numérico entero con valores esperados 1 o 2.	Numérico	1
<i>TRIMESTRE</i>	Corresponde al trimestre del año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, con valores esperados entre 1 y 4. La información se reporta de manera semestral; sin embargo, los valores deben corresponder a cada trimestre del semestre reportado.	Numérico	1
<i>INGRESOS_PAUTA_CANAL_PRINCIPAL</i>	Corresponde al valor total de los ingresos en pesos colombianos por concepto de los anuncios emitidos en el servicio de televisión en el canal principal. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.	Numérico	12
<i>INGRESOS_PAUTA_CANAL_SECUNDARIOS</i>	Corresponde al valor total de los ingresos en pesos colombianos por concepto de los anuncios emitidos en el servicio de televisión en los canales secundarios. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.	Numérico	12
<i>INGRESO_PAUTA_MEDIOS</i>	Corresponde al valor total de los ingresos en pesos colombianos por concepto de pauta publicitaria contratada exclusivamente en los medios diferentes a la emisión televisiva pero que comparten la misma marca comercial del canal. Por ejemplo, página web del canal, streaming, redes sociales del canal u otro medio. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.	Numérico	12
<i>INGRESOS_COMERCIALIZACION_CONTENIDOS</i>	Corresponde al valor total de los ingresos en pesos colombianos por concepto de venta de contenidos a terceros. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.	Numérico	12

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 6 de 13
Elaborado por: Mijuelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>OTROS_INGRESOS</i>	Corresponde al valor total de los ingresos en pesos colombianos no relacionados en las columnas anteriores, tales como servicios de producción para terceros, recursos provenientes de fondos de fomento estatales (FUTIC, recursos provenientes de entes territoriales, explotación de derechos de autor y conexos, servicios de central de medios, BTL, entre otros) y actividades secundarias (producción de comerciales, alquileres de equipos, etc.). No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.	Numérico	12
<i>DETALLE_OTROS_INGRESOS</i>	Corresponde a la descripción de los ingresos relacionados en la columna <i>OTROS_INGRESOS</i> .	Texto	1000
<i>DERECHOS_TRANSMISION_O_ADQUISICION CONTENIDOS</i>	Corresponde al valor total pagado en pesos colombianos por concepto de adquisición de contenidos o de derechos de transmisión.	Numérico	12
<i>ADQUISICION_LICENCIA_CONCESIONES</i>	Corresponde al valor total de los pagos en pesos colombianos por concepto de uso de frecuencias o por licencias de radiodifusión o derechos de concesión, incluidas sus prórrogas.	Numérico	12
<i>PRODUCCION_CONTENIDOS_EMISION_PROPIA</i>	Corresponde al valor total de los pagos en pesos colombianos por concepto de producción de contenidos para la emisión en algunos de los canales propios. Excluir valores asociados a la participación en coproducciones.	Numérico	12
<i>COPRODUCCION_CONTENIDOS</i>	Corresponde al valor total de los pagos en pesos colombianos por concepto de producción de contenidos para la emisión en algunos de los canales propios. Incluir valores asociados a la participación en coproducciones.	Numérico	12
<i>PRODUCCION_CONTENIDOS_EMISION_EXCLUSIVAMENTE_TERCEROS</i>	Corresponde al valor total de los pagos en pesos colombianos por concepto de producción de contenidos a emitir exclusivamente por terceros. Excluir valores asociados a la participación en coproducciones.	Numérico	12
<i>COSTO_COMERCIALIZACION_ESPACIOS_PUBLICITARIOS</i>	Corresponde al valor total de los pagos en pesos colombianos relacionados con la oferta y comercialización de los espacios publicitarios (costo en los que incurre el canal para atraer anunciantes).	Numérico	12
<i>DETALLE_COSTO_COMERCIALIZACION_ESPACIOS_PUBLICITARIOS</i>	Corresponde a la descripción de los costos relacionados en la columna <i>COSTO_COMERCIALIZACION_ESPACIOS_PUBLICITARIOS</i> .	Texto	1000
<i>INFRAESTRUCTURA_EQUIPAMIENTO</i>	Corresponde al valor total en pesos colombianos por concepto de compras, alquiler o mantenimiento de equipos de transmisión (antenas, transmisores, etc.) y equipos para producción (equipos de audio, consolas, equipos de grabación, edición etc.).	Numérico	12
<i>PERSONAL_PERMANENTE</i>	Corresponde al valor total en pesos colombianos por concepto de gasto de personal permanente vinculado a la producción, emisión, operación y gestión del servicio (presentadores, técnicos de sonido y grabación, personal administrativo y de gestión, entre otros).	Numérico	12
<i>VALORES_SOCIEDADES_GESTION_COLECTIVA</i>	Corresponde al valor total pagado en pesos colombianos por concepto de gestión de derechos de explotación o remuneración, de carácter patrimonial, por cuenta y en interés de varios titulares de derechos de propiedad intelectual (AYCO-ACINPRO, REDES, DASC, EGEDA, etc.).	Numérico	12

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 7 de 13
Elaborado por: Miquelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>OTROS_COSTOS_REGULATORIOS</i>	Corresponde al valor total en pesos colombianos por concepto de contraprestaciones y contribuciones (FUTIC, contribución a la CRC, etc.).	Numérico	12
<i>OTRAS_INVERSIONES</i>	Corresponde al valor total en pesos colombianos por concepto de otras inversiones no relacionadas en las columnas anteriores.	Numérico	12
<i>DETALLE_OTRAS_INVERSIONES</i>	Corresponde a la descripción de las inversiones relacionados en la columna <i>OTRAS_INVERSIONES</i> .	Texto	1000

4.2 INVERSIÓN DE CONTENIDOS

La información relacionada a inversión de contenidos comprende, de manera desagregada, género de contenido, los valores asociados a derechos de transmisión o adquisición de contenidos, producción de contenidos para emisión propia y coproducción de contenidos.

La información deberá ser discriminada de manera trimestral dentro de cada período semestral de reporte. En consecuencia, para cada semestre se deberán diligenciar los valores correspondientes a los dos trimestres que lo componen, considerando exclusivamente la información asociada a los meses que integran cada trimestre.

En la Tabla 2 se presentan los campos que componen esta información, junto con la descripción de cada uno y su naturaleza.

Asimismo, la sumatoria de los valores reportados por canal para cada trimestre en los rubros de inversión de contenidos deberá coincidir con los valores reportados para el mismo período y concepto en la sección de «Información Contable» reportados en la Tabla 1.

Tabla 2 Parámetros y atributos de la información de inversión en contenidos

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>ANNO</i>	Corresponde al año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, serie de cuatro dígitos.	Numérico	4
<i>SEMESTRE</i>	Corresponde al semestre del año al cual pertenece la información reportada. Campo numérico entero con valores esperados 1 o 2.	Numérico	1
<i>TRIMESTRE</i>	Corresponde al trimestre del año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, con valores esperados entre 1 y 4. La información se reporta de manera semestral; sin embargo, los valores deben corresponder a cada trimestre del semestre reportado.	Numérico	1

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 8 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>GENERO_CONTENIDO</i>	<p>Corresponde al género del contenido emitido durante la transmisión de la pauta. Las opciones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cine-Película-Documental 2. Concurso-Reality 3. Transmisiones en directo (eventos deportivos, reinados, conciertos, etc.) 4. Infantil 5. Loterías/Sorteos 6. Magazín-Opinión-Investigación-Análisis deportivo 7. Noticiero 8. Series-Telenovelas-Dramatizados 9. Otro 	Numérico	1
<i>GENERO_OTRO</i>	Corresponde a la descripción del género del contenido cuando se seleccione la opción "9" en el campo <i>GENERO_CONTENIDO</i> .	Texto	50
<i>DERECHOS_TRANSMISION_O_ADQUISICION_CONTENIDOS</i>	<p>Corresponde al valor trimestral, en pesos colombianos, de los pagos realizados por concepto de adquisición de contenidos o derechos de transmisión, correspondiente al periodo de reporte. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables.</p> <p>La sumatoria de los valores reportados por canal para cada trimestre debe coincidir con el total por canal reportado en el mismo rubro de la sección de Información Contable.</p>	Numérico	12
<i>PRODUCCION_CONTENIDOS_EMISION_PROPIA</i>	<p>Corresponde al valor trimestral, en pesos colombianos, de las inversiones realizadas por concepto de producción de contenidos para emisión propia, correspondiente al periodo de reporte. No incluye IVA ni otros impuestos aplicables. Se deben excluir los valores asociados a coproducciones.</p> <p>La sumatoria de los valores reportados por canal para cada trimestre debe coincidir con el total por canal reportado en el mismo rubro de la sección de Información Contable.</p>	Numérico	12
<i>COPRODUCCION_CONTENIDOS</i>	<p>Corresponde al Valor trimestral invertido en pesos colombianos, relacionado con la coproducción de contenidos a ser emitidos en el canal, correspondiente al periodo de reporte. No incluye IVA ni otros impuestos aplicados. Incluir valores asociados a la participación en coproducciones.</p> <p>La sumatoria de los valores reportados por canal para cada trimestre debe coincidir con el total por canal reportado en el mismo rubro de la sección de Información Contable.</p>	Numérico	12

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 9 de 13
Elaborado por: Miquelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.3 ANUNCIANTES

En la presente sección se recopila información relacionada con la pauta publicitaria, discriminada por anunciante, agencia y/o central de medios. El reporte deberá diligenciarse para cada una de las pautas, por franja horaria y género, de acuerdo con los anunciantes, agencias y/o centrales de medios que pautan en el canal.

La información deberá ser discriminada de manera mensual dentro de cada período semestral de reporte. En consecuencia, para cada semestre se deberán diligenciar los valores correspondientes a los meses que integran los seis meses del semestre reportado, conforme a la estructura definida en la plantilla.

En particular, se deberán reportar tanto los valores brutos de la publicidad, correspondientes a las tarifas aplicables a la pauta contratada, como los descuentos, otros ajustes y el valor neto efectivamente pagado por el anunciante, agencia y/o central de medios. La información reportada deberá guardar consistencia con los ingresos por pauta publicitaria registrados en la sección de información contable del formato.

La información reportada en esta sección deberá corresponder exclusivamente a la pauta publicitaria emitida en el canal principal. En la Tabla 3 se presentan los campos que componen esta información, junto con la descripción de cada uno y su naturaleza.

Tabla 3. Parámetros y atributos de la información anunciantes

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>ANNO</i>	Corresponde al año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, serie de cuatro dígitos	Numérico	4
<i>SEMESTRE</i>	Corresponde al semestre del año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, con valores esperados entre 1 y 2	Numérico	1
<i>MES</i>	Corresponde al mes del año para el cual se reporta la información. Campo numérico entero, con valores esperados entre 1 y 12	Numérico	1
<i>CONTRATACION_DIRECTA</i>	Corresponde al tipo de contratación de pauta publicitaria. Las opciones son: 1. Sí (la empresa realiza la contratación directa con los medios de comunicación) 2. No (la contratación se realiza a través de agencias de publicidad o centrales de medios)	Numérico	1
<i>NIT_ANUNCIANTE</i>	Corresponde al NIT (sin dígito de verificación) del anunciante, agencia y/o central de medios.	Numérico	9
<i>NOMBRE_ANUNCIANTE</i>	Corresponde al nombre del anunciante, agencia y/o central de medios.	Texto	100

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 10 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>TIPO_PUBLICIDAD</i>	<p>Corresponde a la característica principal de la pauta publicitaria contratada en el canal para ser emitida en el servicio de televisión. Las opciones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Anuncio publicitario en espacios comerciales del canal 2. Anuncio publicitario dentro de un programa (mención, transparencia, superposición, recuadro, etc.) 3. Patrocinio de un programa o segmento 4. Programa de televentas 5. Patrocinio general al canal 6. Múltiple (cuando la pauta corresponde a más de un tipo de publicidad) 7. Otro 	Numérico	1
<i>DETALLE_TIPO_PUBLICIDAD</i>	<p>Corresponde al detalle de los tipos de publicidad cuando en el campo <i>TIPO_PUBLICIDAD</i> se selecciona la opción "6" o "7". Cuando se selecciona la opción "6", se deben listar los códigos de las opciones múltiples (del 1 al 5), separadas por punto y coma (;).</p>	Texto	50
<i>FRANJA_HORARIA</i>	<p>Corresponde al rango horario en el que se emitiría la pauta publicitaria contratada. Las opciones son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lunes a domingo de 12:00 a.m. a 6:00 a.m. 2. Lunes a domingo de 6:00 a.m. a 12:00 p.m. 3. Lunes a viernes de 12:00 p.m. a 7:00 p.m. o fines de semana de 12:00 p.m. a 6:00 p.m. 4. Lunes a viernes de 7:00 p.m. a 10:30 p.m. o fines de semana de 6:00 p.m. a 10:00 p.m. 5. Lunes a viernes de 10:30 p.m. a 12:00 a.m. o fines de semana de 10:00 p.m. a 12:00 a.m. 	Numérico	1

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 11 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Nombre del atributo	Descripción	Tipo de dato	Longitud del dato
<i>GENERO_CONTENIDO</i>	Corresponde al género del contenido emitido durante la transmisión de la pauta. Las opciones son: 1. Cine-Película-Documental 2. Concurso-Reality 3. Transmisiones en directo (eventos deportivos, reinados, conciertos, etc.) 4. Infantil 5. Loterías/Sorteos 6. Magazin-Opinión-Investigación-Análisis deportivo 7. Noticiero 8. Series-Telenovelas-Dramatizados 9. Otro	Númérico	1
<i>GENERO_OTRO</i>	Corresponde a la descripción del género del contenido cuando se seleccione la opción "9" en el campo <i>GENERO_CONTENIDO</i> .	Texto	50
<i>NUM_ANUNCIOS</i>	Corresponde a la cantidad de anuncios contratados en la misma franja y género, emitidos por el servicio de televisión.	Númérico	5
<i>VALOR_BRUTO_PUBLICIDAD</i>	Corresponde al valor de los anuncios contratados por parte del anunciante, central de medio y/o agencia de publicidad para la franja y género que se reportan, emitidos en el canal, de acuerdo con las tarifas públicas de su tarifario.	Númérico	15
<i>DESCUENTOS_PUBLICIDAD</i>	Corresponde al valor total de los descuentos concedidos al anunciante, agencia o central de medios.	Númérico	15
<i>OTROS_AJUSTES_PUBLICIDAD</i>	Corresponde a otros valores (recargos o descuentos) que permiten calcular el valor efectivamente pagado por la pauta publicitaria.	Númérico	15
<i>DETALLE_OTROS_AJUSTES</i>	Corresponde a la descripción de los conceptos asociados a los valores registrados en la columna <i>OTROS_AJUSTES_PUBLICIDAD</i> .	Texto	100
<i>VALOR_NETO_PUBLICIDAD</i>	Corresponde al valor neto efectivamente pagado por la pauta publicitaria. La suma de estos valores, para un canal y periodo específicos, deberá coincidir con el valor registrado en el campo INGRESOS_PAUTA_CANAL_PRINCIPAL de la sección «Información Contable»	Númérico	15

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 12 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.3.1 Casos particulares del reporte de anunciantes

- En aquellos casos en los que la comercialización de pauta publicitaria se realice bajo esquemas de negociación directa, tarifas variables o valores definidos conforme a condiciones particulares de demanda, rating, volumen, temporalidad u otros criterios comerciales, el campo VALOR_BRUTO_PUBLICIDAD deberá corresponder al valor de referencia utilizado por el operador para la negociación de la pauta publicitaria, mientras que el campo VALOR_NETO_PUBLICIDAD deberá reflejar el valor efectivamente facturado o pagado por el anunciante, agencia y/o central de medios.
- En caso de existir descuentos, bonificaciones, compensaciones, recargos u otros ajustes identificables dentro de la negociación comercial, estos deberán ser reportados en los campos correspondientes del formato. Asimismo, en los campos de detalle definidos para tal fin se deberá indicar la descripción o concepto asociado al descuento y/o ajuste aplicado. La información reportada deberá cumplir la siguiente validación: el valor neto de la publicidad deberá corresponder al valor bruto de la publicidad, menos los descuentos aplicados y más o menos los otros ajustes asociados a la negociación comercial de la pauta publicitaria.
- Cuando no exista una separación explícita entre el valor bruto de la pauta y los descuentos u otros ajustes comerciales aplicados, los operadores podrán reportar en el campo VALOR_BRUTO_PUBLICIDAD el valor de referencia utilizado para la negociación comercial y en el campo VALOR_NETO_PUBLICIDAD el valor efectivamente facturado o pagado. En estos casos, la diferencia entre ambos valores deberá registrarse en campos OTROS_AJUSTES_PUBLICIDAD, según corresponda. Asimismo, en los campos de detalle definidos para tal fin se deberá indicar de manera general el concepto o motivo asociado al ajuste aplicado.
- En caso de que la pauta publicitaria corresponda a más de un (1) tipo de publicidad y no sea posible desagregar la información asociada a número de anuncios, valores brutos, descuentos, ajustes y valores netos para cada tipo de pauta de manera independiente, se deberá seleccionar la opción "6" correspondiente a "Múltiple". Asimismo, en el campo de detalle definido para tal fin se deberán indicar los tipos de publicidad asociados a la negociación reportada.

Instructivo para el reporte de información relacionada con el mercado minorista de dos lados.	Código: NA	Página 13 de 13
Elaborado por: Miguelangel Ramírez Suarez, Germán Darío Rodríguez Ávila	Revisado por: Miguel Andrés Durán - Coordinador de Analítica de Datos	Fecha de revisión: 10/06/2026
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025