



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

MERCADOS RELEVANTES DE RADIODIFUSIÓN SONORA

Documento de respuesta a comentarios

Coordinación de Diseño Regulatorio

Agosto de 2025



@CRCCol



/CRCCol



/CRCCol



CRCCOL



@CRCCol

CONTENIDO

1. COMENTARIOS GENERALES	6
2. COMENTARIOS ESPECÍFICOS SOBRE EL PROYECTO	10
2.1. Mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro	10
2.2. Mercado de adquisición de derechos y licencias para la emisión de contenidos....	13
2.3. Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora	14
2.4. Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora	20
2.5. Mercado de dos lados: pauta y contenido de radiodifusión sonora	33
3. COMENTARIOS SOBRE LA PROPUESTA REGULATORIA	37
4. OTROS COMENTARIOS	42

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE RADIODIFUSIÓN SONORA

FASE I – DEFINICIÓN DE MERCADOS RELEVANTES RELACIONADOS CON EL SERVICIO DE RADIODIFUSIÓN SONORA

Respuestas a comentarios realizados a la propuesta regulatoria

De conformidad con el Decreto 1078 de 2015¹, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) presenta al sector las respuestas a las observaciones y comentarios realizados a la propuesta regulatoria derivada del proyecto «Mercados relevantes de Radiodifusión sonora», publicada el día 26 de marzo de 2025 en el sitio web de esta Comisión. Esta propuesta estuvo acompañada de la publicación del proyecto de resolución «Por la cual se modifica el Anexo 3.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016, se adiciona el Anexo 3.5. a la Resolución CRC 5050 de 2016 con algunos mercados relevantes del servicio de radiodifusión sonora y se compilan disposiciones contenidas en las normas de carácter general vigentes expedidas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones - MinTIC- a la Resolución CRC 5050 de 2016»².

Dentro del plazo establecido se recibieron comentarios, observaciones o sugerencias por parte de los siguientes agentes³:

REMITENTE	ABREVIATURA
Asociación Nacional de Medios de Comunicación	ASOMEDIOS
Caracol Televisión	CARACOL TV
Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes	MinCulturas
Yurbana Radio	YURBANA RADIO

Para facilitar la comprensión de este documento, la CRC presenta exclusivamente los apartes de cada comentario en donde se hacen propuestas, observaciones y cuestionamientos puntuales frente al proyecto de regulación sometido a discusión, los cuales se responden agrupados por temas. Lo anterior sin perjuicio de la consulta de los textos completos de cada documento, que se encuentran publicados en la página web de esta Comisión⁴.

¹ Decreto 1078 de 2015, "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones", Artículo 2.2.13.3.2. (Publicidad de proyectos de regulaciones) compilatorio del Artículo 9° del Decreto 2696 de 2004.

² CRC. Mercados relevantes de Radiodifusión sonora. Interacción 2. Disponibles en: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-25>

³ Con posterioridad al término establecido no se recibieron comentarios adicionales por parte del sector.

⁴ Ibid.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 3 de 43
Versión No. 5	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por otro lado, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2.2.2.30.5. del Capítulo 30 del Decreto 1074 de 2015 y la Resolución SIC 44649 de 2010, esta Comisión diligenció el cuestionario expedido por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) para verificar si las disposiciones contempladas en el presente acto administrativo pueden tener incidencia sobre la libre competencia en los mercados, sin embargo, encontró que todas las respuestas a las preguntas fueron negativas.

Lo anterior, dado que el objetivo general del proyecto es «definir los mercados relevantes minoristas y mayoristas de radiodifusión sonora en función de los modelos de negocio y de la dinámica de la industria, a partir de la información disponible, y siguiendo los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016». Este objetivo sustenta la propuesta regulatoria objeto de los comentarios a los que se da respuesta en este documento, el cual, a su vez, contempla los siguientes objetivos específicos:

- (i) estudiar la dinámica de los servicios minoristas y mayoristas de radiodifusión sonora a nivel internacional; así como la orientación de las directrices regulatorias que se han implementado en materia de competencia en esos mercados;
- (ii) identificar los patrones de sustituibilidad o complementariedad entre los servicios minoristas, teniendo en cuenta factores como: (a) las ofertas de aplicaciones en línea (Over the Top) con funcionalidades similares a los servicios de radiodifusión sonora; y (b) las preferencias reveladas por los usuarios mediante los estudios que ha desarrollado la CRC;
- (iii) definir los mercados relevantes minoristas de servicios de radiodifusión sonora en función de los patrones de sustituibilidad identificados, el test de monopolista hipotético y la evolución tecnológica y transformación digital; y
- (iv) a partir de la información disponible, analizar la necesidad y pertinencia de definir los mercados relevantes mayoristas de radiodifusión sonora en función de los nuevos modelos de negocio y los cambios en la dinámica de los mercados.

En ese sentido, el alcance de la propuesta regulatoria publicada el 26 de marzo de 2025 es la definición de mercados relevantes minoristas de radiodifusión sonora, lo que equivale a determinar el servicio o grupo de servicios, en un área geográfica específica, que pueden percibirse como sustituibles entre sí⁵. De esta manera, la definición de mercados que efectúa la CRC no pretende determinar si los mercados identificados como relevantes deben ser sujetos a regulación ex ante⁶. Cosa distinta sucede cuando, como consecuencia de los análisis de competencia, la Comisión identifique fallas de mercado que requieran la intervención del regulador –por medio de la expedición de actos administrativos que incluyan, modifiquen o deroguen medidas regulatorias-.

⁵ Análisis que se surte a través de estudiar bien sea de manera cuantitativa o cualitativa, si un monopolista hipotético podría incrementar sus precios de forma no transitoria, tal que dicho incremento sea rentable; es decir, de manera que los usuarios no sustituyan el consumo de estos por el de otros servicios, como se describe en detalle en el Anexo 1 de este documento.

⁶ Es decir, que deben ser regulados.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 4 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Así las cosas, la propuesta regulatoria no tiene incidencia sobre la libre competencia, en tanto no genera medidas que puedan tener como efecto limitar el número o variedad de competidores en un mercado relevante, ni modifica condiciones en las cuales son exigibles obligaciones que han sido previamente impuestas por la ley; y, finalmente, tampoco tiene por objeto o como efecto limitar la capacidad de las empresas para competir, ni tampoco reducir los incentivos existentes para ello, ni mucho menos limita el derecho a la libre elección o a la información en cabeza de los consumidores.

En consecuencia, de conformidad con lo establecido en el artículo 2 de la Resolución SIC 44649 de 2010, en concordancia con el artículo 6 del Decreto 2897 de 2010, no fue necesario poner en conocimiento de la SIC la propuesta regulatoria con anterioridad a su expedición.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 5 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1. COMENTARIOS GENERALES

MinCulturas

Frente a la modificación del Anexo 3.1. del Título ANEXOS TÍTULO III y la inclusión del Anexo 3.5. al Título ANEXOS TÍTULO III de la Resolución CRC 5050, el Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes (**MinCulturas**) manifiesta la necesidad de que dichos cambios consideren la participación de otros actores del ecosistema radial.

En relación con el servicio de radiodifusión sonora comunitario, **MinCulturas** resalta que, dada su función social, dicho servicio debe ser analizado «desde otros aspectos como la participación ciudadana, el enfoque de su programación, la vinculación con los procesos territoriales». En este sentido, señala que las emisoras comunitarias operan bajo una cadena de valor, modelos de funcionamiento y esquemas de sostenibilidad que difieren de los del servicio de radiodifusión sonora comercial. Por tanto, consideran que la CRC debería definir mercados y cadenas de valor específicos para el servicio comunitario, en articulación con las redes y actores que lo conforman.

En este contexto, **MinCulturas** propone establecer espacios de participación con la CRC con el propósito de socializar y analizar los procesos de medición del sector de radiodifusión sonora comunitario. Al respecto, señala que dichos procesos de medición se han venido desarrollando en conjunto con otros actores, mediante la generación de un índice de rentabilidad social.

En cuanto a la etapa de participación del sector respecto a lo contenido en el documento de formulación del problema, **MinCulturas** consulta si, además de los comentarios presentados por ASOMEDIOS, se recibieron aportes de otros agentes, en particular de redes comunitarias. Adicionalmente, manifiestan su preocupación frente a la «posición de ASOMEDIOS y del enfoque de la investigación de ubicar en un mismo escenario de competencia a la radio comunitaria y a las radios comerciales».

Finalmente, **MinCulturas** subraya que la radiodifusión sonora comunitaria y la comercial se diferencian sustancialmente en aspectos como su finalidad, la naturaleza del servicio, función social y el régimen normativo aplicable. En consecuencia, consideran necesario establecer distinciones claras entre ambos servicios. Asimismo, advierte que elementos técnicos como la cobertura y el área de servicio ponen a las emisoras comunitarias en una posición de desventaja.

RESPUESTA CRC:

Frente al comentario de **MinCulturas** en el que manifiesta la necesidad de que los cambios que se proponen en el proyecto de resolución consideren la participación de otros actores del ecosistema radial, la Comisión resalta los esfuerzos que se han realizado con el objeto de disponer espacios de socialización

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 6 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

y mesas de trabajo con el sector, especialmente con los agentes regulados⁷. Específicamente, en el marco de la elaboración y desarrollo del documento soporte para la definición de los mercados relevantes, la Comisión convocó mesas de trabajo con emisoras comerciales, emisoras comunitarias (redes), y emisoras de interés público, entre julio y octubre de 2024⁸.

Asimismo, se realizaron requerimientos de información a los diferentes agentes⁹ regulados el 16 de septiembre de 2024, mediante la comunicación con radicado de salida No. 2024528753, para la cual se dispuso como término de respuesta el 18 de octubre de 2024. Posteriormente, y en atención a las diferentes solicitudes de ampliación de plazo presentadas por algunos agentes, la CRC decidió otorgar dicha ampliación para la entrega de la información requerida¹⁰.

Adicionalmente, la Comisión pone de presente que ha participado en múltiples mesas de trabajo con el MinTIC y la ANE, con el propósito de presentar aportes técnicos que sirvan de ilustración y sustento en el marco de la discusión del Proyecto de Ley No. 227 de 2024 - Cámara «Por medio de la cual se promueve el fortalecimiento del servicio público de radiodifusión sonora comunitaria», que fue presentado para consideración y trámite ante la Comisión Sexta de la Cámara de Representantes. La iniciativa legislativa, sea de paso mencionar, se impulsó con el propósito de garantizar que «[...] la radiodifusión comunitaria se convierta en una herramienta efectiva de comunicación, educación y desarrollo, fortaleciendo la democracia y mejorando la calidad de vida de las comunidades».

En concreto, la CRC participó en mesas de trabajo que se adelantaron sobre el asunto, las cuales se llevaron a cabo en las fechas y en las franjas horarias que se presentan a continuación:

- 26 de septiembre de 2024, a la 1:30 p.m. (presencial, en las instalaciones del MinTIC)
- 7 de octubre de 2024, a las 10:00 a.m. (virtual)
- 8 de octubre de 2024, a las 2:00 p.m. (virtual)
- 28 de octubre de 2024, a las 2:00 p.m. (presencial, en las instalaciones del MinTIC)

A su turno, en el curso del trámite legislativo, mediante comunicación con radicado interno No. 2024530017 del 25 de septiembre de 2024, la Comisión presentó observaciones sobre el proyecto de ley referido en aras de contribuir con elementos adicionales que permitan nutrir, desde la perspectiva técnica, el debate de esa iniciativa.

⁷ En total se han realizado 14 espacios de socialización y mesas de trabajo con el sector, con actores regulados, no regulados, y entidades del gobierno (MINTIC y ANE).

⁸ Durante el proyecto se realizaron 9 mesas de trabajo y entrevistas con i) operadores de radiodifusión sonora en todas las modalidades (encargados de las áreas de comercial, jurídica, regulación e ingeniería); y ii) representantes de no regulados: emisoras virtuales y entidades de gobierno.

⁹ Se realizaron requerimientos de información a 24 concesionarios de emisoras comerciales, y 29 emisoras comunitarias.

¹⁰ La CRC otorgó plazos de manera general al sector; sin embargo, también evaluó casos particulares, teniendo en cuenta la calidad de la información reportada por las emisoras, así como las condiciones y consideraciones específicas solicitadas por los agentes del sector.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 7 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por otra parte, una vez publicada la propuesta regulatoria el 26 de marzo de 2025, la CRC convocó a espacios de socialización virtual¹¹ de los agentes regulados de la siguiente manera:

- **Emisoras comunitarias:** (i) 28 de abril – 11:00 a.m., (ii) 28 de abril – 2:00 p.m., y (iii) 29 de abril- 9:00 a.m.
- **Emisoras comerciales:** (i) 29 de abril – 3:00 p.m., y (ii) 30 de abril – 3:00 p.m.
- **Emisoras de interés público:** 5 de mayo de 2025 – 9:00 a.m.

Por último, en atención al requerimiento de **MinCulturas**, la CRC llevó a cabo una mesa de trabajo con la entidad el día 31 de julio de 2025, en la cual se socializó el Índice de Rentabilidad Social, herramienta por medio de la cual se mide la gestión del sector de radiodifusión sonora comunitario. Este espacio permitió a la Comisión obtener una visión más amplia sobre la labor que adelanta la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos en conjunto con las emisoras comunitarias.

Respecto a la preocupación expresada por el **MinCulturas** sobre la baja participación del sector, especialmente en relación con los comentarios recibidos durante la etapa de formulación, es importante precisar que, a pesar de los esfuerzos de la CRC por habilitar espacios de socialización y mesas de trabajo con los agentes, los únicos comentarios recibidos en dicha etapa provinieron de ASOMEDIOS, tal como lo indica la misma entidad. En la etapa de consulta de la propuesta regulatoria, se recibieron comentarios de ASOMEDIOS, Caracol TV, Yurbana Radio y del propio Ministerio. En ninguno de estos casos se registraron comentarios extemporáneos.

En relación con el comentario de **MinCulturas**, según el cual considera que se deben definir mercados y cadenas de valor específicos para el servicio comunitario, es importante mencionar que una cadena de valor es el conjunto de actividades que realiza un agente para llevar un producto o servicio desde su diseño hasta su entrega al consumidor final. En el caso de la radiodifusión sonora, esta cadena incluye etapas como: (i) acceso al espectro; (ii) infraestructura; (iii) creación de contenidos; (iv) adquisición de derechos y licencias; (v) espacios publicitarios; (vi) emisión de contenidos; y (vii) retransmisión de contenidos. Aunque estas actividades pueden variar entre emisoras, de acuerdo con sus modelos de negocio, todas tienen como objetivo común ofrecer servicios de radiodifusión sonora.

Teniendo en cuenta lo anterior, dos agentes con diferencias en su programación, forma de financiación o nivel de vinculación territorial pueden compartir eslabones clave de una misma cadena de valor. Esto ocurre porque, a pesar de sus particularidades, realizan funciones similares —como captar audiencias, emitir señales y utilizar tecnologías similares— y pueden ser considerados sustitutos desde la perspectiva del oyente. En otras palabras, compiten por la atención del mismo público o por recursos similares, como la pauta publicitaria, según corresponda.

Por esta razón, dentro de una definición de mercados, es posible que emisoras con modelos de negocio y operativos distintos pertenezcan al mismo mercado relevante. La existencia de diferencias o asimetrías

¹¹ En total se realizaron 264 invitaciones a concesionarios de emisoras comerciales, 733 invitaciones a emisoras comunitarias, y 26 invitaciones a emisoras de interés público.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 8 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

regulatorias no necesariamente implica que se trate de mercados separados, siempre que participen en dinámicas comunes de oferta y demanda. Lo fundamental es que compartan condiciones de competencia y contribuyan a la misma cadena de valor del servicio de radiodifusión sonora.

En ese sentido, los eslabones que contempla la cadena de valor desarrollada por la CRC no desconocen la naturaleza de las emisoras comunitarias y su modelo de negocio. De igual modo, la definición de los mercados minoristas realizada por la CRC, se encuentra sustentada en los análisis de sustitución desde el lado de la demanda y la oferta, los cuales evidencian que las emisoras comerciales y comunitarias compiten en el Mercado de dos lados de contenidos y espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en Frecuencia Modulada (F.M.), el cual está compuesto del: (i) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en Frecuencia Modulada (F.M.), con alcance municipal y (ii) Mercado de espacio publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en Frecuencia Modulada (F.M.), con alcance municipal.

Ahora bien, teniendo en cuenta que **MinCulturas** destaca que existen diferencias fundamentales entre la radiodifusión comunitaria y la comercial en términos de objetivos, función social, naturaleza del servicio y marco normativo, por lo cual considera necesario diferenciarlas, la CRC aclara que la definición de mercados minoristas no desconoce las asimetrías regulatorias entre ambos tipos de emisoras, así como las particularidades que rodean la naturaleza del servicio. En este sentido, si bien es cierto que desde el punto de vista normativo se han distinguido reglas aplicables a cada modalidad del servicio, lo cierto es que la CRC, bajo una óptica de mercados, no puede desconocer la realidad de las dinámicas del servicio, las preferencias y hábitos de consumo de los oyentes. En este sentido, los próximos análisis de competencia evaluarán las asimetrías regulatorias, y los efectos que estas puedan tener en el mercado, sin dejar de lado la naturaleza de los servicios y su enfoque social.

Por último, **MinCulturas** señala que las limitaciones técnicas en términos de cobertura y área de servicio generan condiciones desfavorables para las emisoras comunitarias frente a otros operadores. En relación con este asunto, la CRC considera que, si bien las emisoras comunitarias presentan limitaciones técnicas en términos de cobertura y área de servicio, estas características responden a la naturaleza específica del servicio que prestan, el cual está orientado a atender necesidades comunicativas locales y a fortalecer la participación ciudadana en contextos territoriales delimitados. Por tanto, su alcance técnico no debe interpretarse como una condición desfavorable frente a emisoras comerciales, sino como una diferencia estructural que delimita su propósito y diseño operativo.

No obstante, es importante tener en cuenta que la definición de los mercados minoristas se realiza a nivel municipal, lo que implica que las condiciones de competencia se determinan, principalmente, en el territorio donde efectivamente interactúan la oferta y la demanda. En este sentido, se parte del supuesto de que los oyentes acceden y eligen entre las opciones disponibles dentro de su propio municipio, y que las condiciones de sustitución y rivalidad competitiva se presentan, principalmente, en ese ámbito geográfico.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 9 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Bajo ese contexto, la cobertura no se considera, por sí sola, un factor determinante, sino que adquiere relevancia en la medida en que incida en la capacidad efectiva de los agentes para competir dentro del mercado geográfico definido, en este caso, el municipio. Sin embargo, en el marco del análisis de competencia, se tendrá en cuenta el posible impacto que pueda generar la capacidad de cobertura sobre aspectos como la atracción de anunciantes, la formación de alianzas o el acceso a apoyos institucionales, en tanto estos elementos pueden incidir en la sostenibilidad operativa de determinados operadores.

2. COMENTARIOS ESPECÍFICOS SOBRE EL PROYECTO

2.1. Mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro

ASOMEDIOS

Critica la definición de mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro en AM y FM con alcance municipal, argumentando que no se definió previamente el mercado primario correspondiente. Solicita que la CRC incluya el «Mercado mayorista primario de acceso al espectro radioeléctrico para la concesión del servicio público de radiodifusión sonora en gestión directa o indirecta».

Además, **ASOMEDIOS** objeta el enfoque geográfico de la CRC, que considera la selección de unidades geográficas basada en la facilidad de aplicación de medidas normativas, en lugar de identificarlas según el consumo real. **ASOMEDIOS** sostiene que «una unidad geográfica no se 'selecciona' sino que se 'identifica', y corresponde al espacio en donde un consumidor realiza la sustitución de un bien, producto o servicio por otro». La Asociación propone que el ámbito geográfico sea zonal, en línea con la clasificación de la Resolución MinTIC 2614 de 2022, y que los mercados se definan como:

- «Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en A.M. para concesiones comerciales con alcance zonal.»
- «Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en F.M. para concesiones comerciales con alcance zonal.»

RESPUESTA CRC:

El comentario de **ASOMEDIOS** parte de dos observaciones, las cuales se responderán a continuación de manera independiente:

i) En relación con el planteamiento según el cual la **CRC** debería definir un mercado mayorista de acceso al espectro radioeléctrico para la concesión del servicio público de radiodifusión, tanto directa como indirecta, es importante señalar, en primer lugar, que tal y como se expuso en el documento soporte publicado por la Comisión, el mercado mayorista de acceso al espectro está determinado por los procesos de selección objetiva adelantados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 10 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Comunicaciones (MinTIC), en el marco de sus competencias, conforme a lo dispuesto en el artículo 11 de la Ley 1341 de 2009:

«El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones adelantará mecanismos de selección objetiva, que fomenten la inversión en infraestructura y maximicen el bienestar social, previa convocatoria pública, para el otorgamiento del permiso para el uso del espectro radioeléctrico y exigirá las garantías correspondientes».

En este contexto, se precisa que el mercado mayorista de acceso está relacionado con la asignación de permisos para el uso del espectro radioeléctrico, conforme a los lineamientos que defina el MinTIC en el marco de sus competencias. Dicha asignación no se limita exclusivamente a la concesión del servicio de radiodifusión sonora, sino que también aplica a otros servicios que, al igual que este, hacen uso de espectro licenciado y, por tanto, deben someterse a procesos previos de asignación. Un ejemplo de ello son los procesos de subasta de espectro para la provisión de servicios móviles.

Si bien la asignación del servicio de radiodifusión sonora depende de la modalidad bajo la cual se gestione dicho servicio, ya sea de forma directa o indirecta, estos procesos se determinan conforme a los lineamientos establecidos por la autoridad competente. En el caso de la gestión indirecta, los procesos de selección objetiva responden en su mayoría a manifestaciones de interés por parte de los posibles interesados y se desarrollan bajo condiciones de igualdad, de acuerdo con los procedimientos adelantados por el MinTIC. De igual forma, los trámites que se adelantan bajo la modalidad de gestión directa, si bien no requieren un proceso previo de selección objetiva, también se originan a partir de una manifestación de interés por parte de los posibles interesados, quienes pueden acceder al servicio conforme a la naturaleza y orientación de este.

En tal sentido, esta Comisión no incluye el mercado primario de asignación de espectro radioeléctrico dentro de la definición de mercado relevante, no porque dicho mercado no exista, sino porque su funcionamiento se encuentra regulado de manera taxativa por MinTIC. En efecto, la asignación del espectro se realiza bajo reglas, criterios y procedimientos previamente definidos por dicha entidad, sin margen de negociación entre las partes. Por tanto, al tratarse de un ámbito estrictamente regulado por el MinTIC, no corresponde a la CRC definirlo como un mercado en el marco del presente análisis. No obstante, la Comisión reconoce que la asignación de espectro radioeléctrico es un factor determinante para comprender la dinámica de los mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro, toda vez que el espectro asignado constituye el recurso disponible para negociar en este mercado mayorista definido por la CRC y, además, el espectro que podrían aprovechar los operadores para su participación en los mercados minoristas. Por lo anterior, la asignación de espectro será considerada como un elemento de estudio dentro del análisis de competencia actual y potencial, tanto en los mercados relevantes mayoristas como en los minoristas.

Específicamente, tal como se expone en el documento soporte publicado por la CRC, los análisis de competencia deberán considerar las disposiciones regulatorias y las posibles barreras de acceso al espectro, toda vez que su análisis resulta fundamental para comprender el origen, la estructura y la dinámica del mercado secundario definido. En este sentido, la identificación de la cantidad de espectro

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 11 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

radioeléctrico actualmente asignado, así como el que se encuentra disponible para futura asignación mediante procesos de selección objetiva, será un elemento clave en el análisis, a partir de una evaluación de la distribución del espectro en los distintos municipios del país, con el fin de identificar posibles asimetrías que puedan incidir en las condiciones de competencia y acceso al mercado secundario.

Por otra parte, en relación con la observación de **ASOMEDIOS**, según la cual indica que, en el ejercicio de definición de mercados relevantes, la unidad geográfica debe identificarse y no simplemente seleccionarse, esta Comisión coincide en que, en efecto, la unidad debe ser el resultado de un proceso de identificación. En este sentido, la unidad geográfica definida para el análisis del mercado secundario de acceso al espectro fue identificada con base en los siguientes criterios:

- i) La concesión para la prestación del servicio de radiodifusión sonora, independientemente de la orientación de su programación, se otorga para una única división territorial, que puede corresponder a un municipio, distrito, centro poblado o área no municipalizada. Aunque la emisora pueda tener cobertura o incidencia en otras divisiones territoriales —es decir, que su área de servicio incluya otros municipios, centros poblados o áreas no municipalizadas—, el municipio de concesión asignado inicialmente no se modifica y por tanto se mantiene como referencia de la concesión otorgada.
- ii) La cantidad de municipios que pueden conformar el área de servicio de una estación de radiodifusión sonora comercial no es uniforme ni predefinida, ya que depende de múltiples factores. Entre otros, se destacan las condiciones técnicas de operación de cada emisora, la orografía del territorio donde se ubican los sistemas de transmisión y las disposiciones normativas aplicables, los cuales inciden directamente en las características del servicio prestado bajo cada concesión. En este sentido, incluso bajo condiciones regulatorias similares, dos emisoras pueden tener áreas de servicio diferentes. Por ejemplo, mientras una emisora puede optar por prestar el servicio únicamente en un municipio, otra —con condiciones técnicas y normativas comparables— puede cubrir dos o más municipios. Esta variabilidad también puede responder a decisiones del operador.

Por lo tanto, no resulta viable establecer unidades geográficas zonales fijas para definir el alcance del mercado, ya que la unidad geográfica debe responder a las condiciones reales de prestación del servicio y a las particularidades técnicas, geográficas y regulatorias de cada estación de radiodifusión sonora.

En concordancia con lo expuesto, esta Comisión considera que el ámbito municipal constituye una unidad adecuada para delimitar el análisis de los mercados secundarios de acceso al espectro, en tanto permite evaluar condiciones de competencia y detectar posibles fallas de mercado de forma diferenciada. No obstante, los análisis de competencia no perderán de vista el alcance zonal real de las emisoras comerciales, reflejado en las áreas de servicio efectivas, y por tanto incluirán los municipios en los que la prestación del servicio genera incidencia, más allá del municipio base de concesión.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 12 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

2.2. Mercado de adquisición de derechos y licencias para la emisión de contenidos

CARACOL TV

Indica que, de cara a la adquisición de contenidos como licencias de eventos especiales, no es relevante si los contratos son iguales o no, ya que el titular del evento tiene plena libertad para negociar condiciones, incluyendo licencias conjuntas para radio, televisión y plataformas digitales. Esto implica que contratos de otros medios pueden terminar afectando los derechos de transmisión en radio. Además, **CARACOL TV** señala que es común que estos derechos se otorguen en exclusiva, lo cual representa una ventaja competitiva. Transmitir resúmenes o notas no sustituye la transmisión del evento, ni para la audiencia ni desde el punto de vista legal, dado que existen límites normativos sobre fragmentos informativos.

En cuanto a las licencias por comunicación pública de obras musicales, **CARACOL TV** advierte que el análisis no contempla que muchos actores digitales —legales e ilegales— no pagan estos derechos. Además, indican que SAYCO gestiona alrededor del 95% del repertorio musical en Colombia, ya sea de manera directa o mediante convenios internacionales. Las tarifas propuestas no tienen una base objetiva ni límites razonables, y no es viable sortear ese costo programando solo obras en dominio público, ya que ello afectaría gravemente la estrategia de contenido y marca de las emisoras, que dependen de ofrecer música actual y relevante para captar audiencia. También aclara que las obras extranjeras sí están protegidas en Colombia.

RESPUESTA CRC:

Respecto al comentario planteado por **CARACOL TV**, relacionado con las formas de negociación de las licencias y las exclusividades que puedan rodear su otorgamiento, la Comisión concuerda en que los titulares de derechos de eventos pueden negociar condiciones de manera libre, incluyendo licencias conjuntas para diferentes medios.

Sin embargo, es importante precisar que el «mercado mayorista de licencias de transmisión de eventos» para radio se restringe al ámbito específico de la adquisición de derechos individuales para su explotación de radiodifusión sonora, sin abarcar aquellos paquetes integrados que combinan medios como televisión o plataformas digitales. La existencia de contratos conjuntos no implica que se esté frente a un único mercado, sino que, desde una perspectiva económica, los derechos de transmisión para radio constituyen un mercado en sí mismo, adquirido con fines, audiencias, formatos y usos claramente diferenciados. Por tanto, la inclusión de esos derechos en contratos globales no desvirtúa la delimitación de un mercado mayorista propio y específico para la radio.

En relación con la sustitución, se reconoce que las notas a color o los resúmenes no sustituyen legal ni plenamente la transmisión del evento en vivo. Sin embargo, el análisis realizado —y respaldado por operadores durante las mesas de trabajo— muestra que estos contenidos actúan como sustitutos

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 13 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

imperfectos, en tanto permiten a las emisoras competir en contenido y fidelizar audiencias en ausencia de derechos exclusivos. Su uso responde a una estrategia editorial que, aunque no replica la experiencia del evento en vivo, sí cumple parcialmente la función de informar y conectar al oyente con el acontecimiento, especialmente cuando las condiciones del mercado permiten el acceso a licencias exclusivas. Este tipo de dinámicas no elimina la diferenciación entre contenidos, pero sí evidencia que existen grados de sustituibilidad que deben ser considerados en la definición del mercado y el análisis de competencia.

Por otra parte, **CARACOL TV** advierte que muchos actores digitales no pagan derechos de comunicación pública y que SAYCO gestiona la mayoría del repertorio musical en Colombia. Además, señala que las tarifas carecen de base objetiva y que usar solo obras en dominio público afectaría gravemente la estrategia de contenido de las emisoras. Es importante precisar que estos aspectos no son competencia de la CRC, sino de la Dirección Nacional de Derechos de Autor (DNDA), entidad encargada de la vigilancia de las sociedades de gestión colectiva. No obstante, en el marco del análisis de competencia que se desarrollará en la segunda fase de este proyecto, se evaluará el impacto que estas condiciones pueden generar sobre la dinámica competitiva del mercado mayorista de licencias para la emisión radiofónica de obras musicales.

Asimismo, se aclara que el mercado relevante definido no contempla las obras en dominio público como sustitutos de aquellas sujetas a derechos de autor, ya que su uso limitado y su bajo atractivo para las audiencias actuales no permite cumplir la misma función en términos de contenido, fidelización y posicionamiento de marca. Finalmente, como parte de la segunda fase del proyecto, se prevé un análisis más detallado sobre el esquema tarifario aplicado por SAYCO, con el fin de identificar posibles distorsiones o restricciones a la competencia dentro del mercado, en el marco de las competencias propias de la Comisión.

2.3. Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora

ASOMEDIOS cuestiona la definición de mercados relevantes propuesta por la CRC, argumentando que se basa en un marco normativo desactualizado que no refleja la realidad del consumo actual de radiodifusión sonora en Colombia. Según la asociación, «su identificación de mercados relevantes es normativa y no corresponde a la realidad del consumo actual de los servicios de radiodifusión sonora en Colombia» debido a la migración de audiencias hacia medios digitales, plataformas OTT, agregadores en internet y redes sociales, impulsada por el mayor acceso a internet. Esto ha transformado el alcance de los contenidos radiales de local a nacional, lo que implica que «los mercados relevantes definidos por la CRC y las eventuales medidas regulatorias que llegare a tomar el regulador tomando como base dichos mercados no van a tener efecto sobre las condiciones competitivas del servicio de radiodifusión sonora en el país.»

Por ello, **ASOMEDIOS** solicita una revisión urgente de la normativa para adaptarla a la realidad del sector, proponiendo que la CRC ajuste sus estudios de mercados relevantes considerando que «los

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 14 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

medios digitales son sustitutos de los servicios de radiodifusión sonora». Además, resalta la necesidad de que se le atribuyan a la CRC facultades para regular y vigilar los medios digitales.

En cuanto al mercado de emisión de contenidos, **ASOMEDIOS** reitera su crítica al enfoque geográfico municipal de la CRC, insistiendo en que el ámbito debe ser zonal, ya que «la realidad del consumo del servicio de radiodifusión sonora comercial, en lo que se refiere al ámbito geográfico propiamente dicho, corresponde al espacio geográfico más amplio, el servicio zonal». Propone definir los mercados minoristas como:

- «Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. con alcance zonal.»
- «Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M. con alcance zonal.»

Por su parte, **CARACOL TV** indica que, si bien la radiodifusión sonora presenta diferencias tecnológicas y territoriales frente a la distribución de contenidos por internet, la CRC solo consideró criterios normativos, sin detenerse a analizar las dinámicas reales del mercado. Señala que los sitios web que transmiten programación similar a la radio pueden tener un alcance nacional o internacional, incluyendo audiencias locales sin las restricciones geográficas propias de la radiodifusión. En este sentido, **CARACOL TV** advierte que el análisis no aborda de fondo aspectos clave como los hábitos de consumo, la sustitución entre medios y el funcionamiento real del mercado publicitario. Por ello, considera que la unidad geográfica debe definirse en función de cómo se consume el servicio y cómo ocurre la posible sustitución, más allá del marco regulatorio vigente.

YURBANA RADIO critica que «la propuesta no distingue de manera clara a las emisoras comunitarias frente a las emisoras comerciales o públicas en la definición de mercados». Esto podría generar «cargas excesivas para medios comunitarios que no tienen fines de lucro ni capacidad financiera equiparable», lo que representa un riesgo significativo para su operación.

Además, **YURBANA RADIO** señala que «las emisoras comunitarias operan con presupuestos limitados y dependen de alianzas, pequeñas pautas locales o aportes comunitarios». Advierte que «si se impone un modelo de competencia basado en alcance o audiencia, se podría desconocer el valor social de estas emisoras, y limitar aún más su capacidad de financiamiento».

Asimismo, la emisora subraya que «la radiodifusión comunitaria no busca competir por rating o mercado, sino fortalecer el tejido social, la cultura local y la participación ciudadana». Considera que «medir el impacto o valor en términos exclusivamente de mercado puede invisibilizar su función social y educativa».

YURBANA RADIO presenta cinco propuestas específicas para mitigar las afectaciones del proyecto regulatorio:

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 15 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

- «Reconocimiento explícito del carácter diferencial de las emisoras comunitarias en cualquier definición de mercado relevante, con tratamiento regulatorio específico y adecuado.
- Exclusión de las emisoras comunitarias de obligaciones comerciales, o en su defecto, creación de un régimen regulatorio especial adaptado a su realidad.
- Garantías de sostenibilidad, incluyendo el acceso a fondos, apoyos técnicos y simplificación de trámites.
- Participación directa en la construcción normativa, incluyendo mesas de diálogo regionales con actores comunitarios.
- Definición de indicadores de valor social, y no solo de audiencia o competencia, para evaluar el rol de estas emisoras.»

Por último, **YURBANA RADIO** enfatiza la importancia de proteger el rol de las emisoras comunitarias, para lo cual reiteró «la importancia de que esta regulación no invisibilice ni limite el accionar de las emisoras comunitarias, que cumplen funciones vitales en la construcción de ciudadanía, identidad cultural y participación local». Solicita al MinTIC su respaldo para evitar que las normativas diseñadas con una lógica de mercado perjudiquen la misión de estas emisoras.

RESPUESTA CRC

En atención a los comentarios de **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** en los que cuestionan que la definición de mercados relevantes realizada por la CRC se base en un enfoque normativo, que no refleja la realidad del consumo actual de radiodifusión sonora ni las dinámicas reales del mercado, es importante precisar que la CRC, en efecto, reconoce la relevancia de comprender las dinámicas de consumo y la evolución de las preferencias de los usuarios frente a los servicios digitales. Por esta razón, en el documento soporte se incluyeron análisis que evalúan las relaciones entre los servicios de emisión de contenidos de radio, considerando los hábitos y patrones de consumo de los oyentes. Lo anterior con el propósito de establecer las relaciones de sustituibilidad entre los servicios de radiodifusión sonora y los servicios digitales ofrecidos por los OSP¹².

Este análisis se basó en los resultados de la encuesta «El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia»¹³, que muestra que el 46% de las personas escuchó radio tradicional sin recurrir a internet, el 45% la escuchó por ambos medios, y solo un 5% lo hizo exclusivamente por internet. Estos resultados se alinean con los hallazgos del Estudio Continuo de Audiencia de Radio-ECAR desarrollado por el Centro Nacional de Consultoría (CNC), donde se evidencia que el consumo digital coexiste con la radiodifusión tradicional, pero no la sustituye. Además, no se identificó evidencia de que el aumento en el uso de plataformas digitales para acceder a contenidos de música, noticias o entretenimiento reduzca la frecuencia de uso de emisoras de radiodifusión sonora.

¹² Online communication Service Providers, es decir, proveedores de servicios OTT de comunicaciones en línea.

¹³ COLOMBIA. Comisión de Regulación de Comunicaciones. Rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia 2022. [En línea] Bogotá. Noviembre de 2022. Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2022>

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 16 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con los resultados obtenidos en los análisis adelantados por la CRC, no hay sustitución entre la radio tradicional y los servicios ofrecidos por plataformas OSP, ya que cumplen funciones distintas y se dirigen a necesidades y hábitos de consumo diferenciados. La radio tradicional se caracteriza por ofrecer una programación en vivo, mientras que los servicios OSP operan bajo esquemas de consumo a demanda, centrados mayoritariamente en contenido musical personalizado. Esta diferencia en la naturaleza del contenido, así como en la forma de acceso y uso, impide que se configure una relación de sustitución directa entre ambos servicios.

Así pues, esta Comisión reitera a **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** que los resultados del estudio permiten concluir que no se evidencia una relación de sustitución entre los servicios digitales y la radiodifusión sonora. Lo anterior, puede estar evidenciando dinámicas propias de competencia entre medios de transmisión de contenidos, razón por la cual no se considera sustitución entre ambos servicios.

Ahora bien, en relación con los comentarios presentados por **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** respecto al alcance geográfico que la CRC determinó para la definición de los mercados relevantes del servicio de radiodifusión sonora, es importante precisar que el enfoque geográfico municipal considera las características técnicas del servicio de radiodifusión sonora, así como el marco normativo vigente que define su operación y cobertura autorizada. Este enfoque tiene en cuenta que la radiodifusión sonora es un servicio sujeto a concesiones de espectro radioeléctrico, cuya cobertura está delimitada por la licencia otorgada y el área técnica de operación aprobada por la autoridad competente, elementos que inciden directamente en el alcance efectivo del servicio y en las condiciones bajo las cuales compite en el mercado.

Si bien es cierto que los sitios web y plataformas digitales pueden tener un alcance nacional o internacional, ello no elimina las particularidades funcionales y regulatorias que siguen caracterizando al servicio de radiodifusión sonora como un medio con condiciones técnicas específicas, asociadas al uso del espectro, al licenciamiento y asignación de frecuencia que considera el área de cobertura geográfica establecida y las obligaciones diferenciadas en materia de contenidos. Estas características hacen que la radiodifusión sonora opere bajo reglas que no son equivalentes a las de los servicios en línea, por lo cual deben ser analizadas de manera diferenciada, razón por la cual esta Comisión no acoge la propuesta de **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** de ampliar el alcance geográfico a «zonal».

Sin embargo, considerando, los efectos que pueden generarse a partir de estos nuevos modelos de negocio para la transmisión de contenidos radiales, es importante mencionar que, en el marco del análisis de competencia, que hace parte de la segunda fase de este proyecto, esta Comisión examinará las posibles integraciones verticales presentes en el sector de radiodifusión sonora. También se estudiarán estos efectos verticales, teniendo en consideración, para el caso de las emisoras comerciales, las integraciones a través de cadenas radiales; para las emisoras comunitarias, las integraciones que puedan configurarse a través de redes; y, en general, las vinculaciones derivadas de la pertenencia a un mismo grupo económico entre diferentes emisoras.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 17 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Finalmente, en relación con la propuesta de **ASOMEDIOS** de que la CRC asuma funciones de regulación y vigilancia sobre los medios digitales, esta Comisión aclara que, conforme lo dispone el artículo 19 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 15 de la Ley 1978 de 2019, su ejercicio funcional está dirigido a 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.

En ese orden de ideas, en ejercicio de las facultades y competencias que la ley le atribuye a la CRC, resulta pertinente subrayar que, dada la expansión de los servicios en línea, la Comisión ha considerado pertinente analizar, en múltiples ocasiones, la dinámica de competencia de estos servicios y su impacto en el sector. El conocimiento de las dinámicas de los servicios OTT dentro del sector de comunicaciones ha hecho parte de la agenda regulatoria de la CRC desde 2017, pues se ha constituido como un insumo relevante para la formulación de política regulatoria en busca del desarrollo del sector TIC. Este ejercicio ha sido actualizado en 2019, 2021, 2022 (incluyendo en este año por primera vez la percepción de empresas) y 2023, consolidando una línea de análisis constante en torno al rol de los servicios digitales en el sector de las comunicaciones en Colombia.

Adicionalmente, en el caso de la Agenda Regulatoria 2018-2019, la Comisión consideró relevante revisar tendencias regulatorias relacionadas con la economía digital, para lo cual desarrolló el proyecto denominado «El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia, impactos y perspectivas regulatorias», el cual tuvo como objetivo general «determinar los efectos que la adopción de servicios OTT tiene en el sector de las comunicaciones e identificar las diferentes aproximaciones regulatorias a los desafíos y oportunidades que estos servicios han creado en los mercados de comunicaciones en Colombia».

Ciertamente, la Comisión ha considerado útil y necesario analizar el rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones de forma reiterada dadas las condiciones que rodean su desarrollo y evolución, pero, además, con el objetivo fundamental de comprender los hábitos de consumo y uso de los servicios/aplicaciones en línea por parte de los usuarios. De ahí que, con base en los análisis que desarrolla de manera integral frente a los asuntos que son de su resorte, la Comisión está llamada a expedir una regulación que promueva la inversión, la protección de los usuarios, la calidad de los servicios, la simplificación regulatoria la neutralidad de la red, e incentive la construcción de un mercado competitivo que desarrolle los principios orientadores que rigen la normativa del sector TIC.

En atención a los comentarios presentados por **YURBANA RADIO**, esta Comisión agradece su participación en este proceso y valora especialmente las observaciones orientadas a visibilizar el papel social y comunitario de las emisoras en el ecosistema de radiodifusión sonora. Adicionalmente, la CRC reconoce la naturaleza jurídica de las emisoras comunitarias, así como su rol en la promoción de la cultura local, la participación ciudadana y el fortalecimiento del tejido social. Por ello, es importante

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 18 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

aclarar que la etapa actual corresponde únicamente a la definición de mercados relevantes, y en esta fase no se generan obligaciones ni cargas regulatorias para los agentes del sector.

En esta etapa, el objetivo es definir técnica y objetivamente el mercado de radiodifusión sonora del país, distinguiendo entre las distintas modalidades de prestación del servicio, sin imponer medidas regulatorias. Posteriormente, en la etapa de análisis de condiciones de competencia, se examinarán las dinámicas de mercado y, de ser necesario, se evaluará la pertinencia de intervenciones regulatorias, las cuales serán definidas con base en los principios de proporcionalidad y adecuación normativa, sin perder de vista la naturaleza jurídica y las condiciones particulares de las emisoras comunitarias. Las acciones expuestas, se aclara, se realizarán por la Comisión en el ejercicio de las funciones que le atribuye la ley en materia del servicio de radiodifusión sonora, siendo distintas de aquellas que el MinTIC tiene a su cargo, por expresa disposición de lo reglado en la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.

Ahora bien, **YURBANA RADIO** en sus comentarios presenta cinco propuestas específicas, respecto de las cuales esta Comisión procede a dar respuesta en los siguientes términos:

A. «Reconocimiento explícito del carácter diferencial de las emisoras comunitarias en cualquier definición de mercado relevante, con tratamiento regulatorio específico y adecuado.»

Como se indicó en la sección de comentarios generales, desde el enfoque técnico-económico de la definición de mercados relevantes, es posible que emisoras con modelos de negocio, estructuras operativas y regímenes regulatorios distintos se ubiquen dentro de un mismo mercado, siempre que participen en dinámicas comunes de oferta y demanda. La existencia de asimetrías normativas o diferencias institucionales no implica, por sí misma, la necesidad de segmentar mercados, en la medida en que los agentes compitan efectivamente por la atención de la audiencia o el acceso a recursos similares, y contribuyan a una misma cadena de valor. No obstante, la Comisión reitera que reconoce la naturaleza de la radiodifusión comunitaria, y dicha condición será considerada en fases posteriores del proyecto, especialmente en lo relacionado con medidas de intervención proporcional y diferenciada, cuando sea pertinente.

B. «Exclusión de las emisoras comunitarias de obligaciones comerciales, o en su defecto, creación de un régimen regulatorio especial adaptado a su realidad.»

La propuesta regulatoria que se desarrolla en esta fase del proyecto se limita a la definición de los mercados relevantes y no implica, en ningún caso, la imposición de obligaciones comerciales a las emisoras comunitarias. Tampoco busca equiparar su régimen normativo al de los operadores comerciales. Las posibles medidas regulatorias que se deriven del análisis de competencia, que se dará en la segunda fase de este proyecto, serán diseñadas bajo principios de proporcionalidad, considerando la naturaleza diferenciada de los agentes involucrados, tal como lo establece el marco normativo vigente.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 19 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

C. «Garantías de sostenibilidad, incluyendo el acceso a fondos, apoyos técnicos y simplificación de trámites.»

Frente a este punto es importante mencionar que la CRC no tiene competencia sobre mecanismos de financiación ni asignación de recursos públicos o privados para los operadores del servicio de radiodifusión sonora. Sin embargo, esta Comisión reconoce la importancia de reducir cargas innecesarias y promover condiciones que favorezcan la operación eficiente de los diferentes tipos de emisoras. En ese sentido, una de las líneas de trabajo previstas para la segunda fase del proyecto está orientada a la simplificación regulatoria, donde se identificarán posibles cambios normativos que faciliten el cumplimiento de obligaciones.

D. «Participación directa en la construcción normativa, incluyendo mesas de diálogo regionales con actores comunitarios.»

La CRC, con el fin de promover la transparencia y la participación de todos los agentes involucrados, ha adelantado diversas acciones para fomentar la participación del sector comunitario, incluyendo espacios de socialización, mesas de trabajo y procesos de consulta pública, como se documenta en la sección de comentarios generales. Con sujeción de lo expuesto, la Comisión considera relevante fortalecer el diálogo con entidades como la Mesa Nacional de Radio de Colombia, las redes de emisoras comunitarias y entidades como el MinCulturas, con el objetivo de desarrollar sinergias y asegurar mecanismos de participación representativos, especialmente en las siguientes fases del proyecto.

E. «Definición de indicadores de valor social, y no solo de audiencia o competencia, para evaluar el rol de estas emisoras.»

En atención a esta propuesta, es importante mencionar que la metodología de definición de mercados y análisis de competencia utiliza indicadores cuantitativos como audiencia e ingresos para evaluar la dinámica del mercado y el nivel de concentración. Sin embargo, este análisis también considera elementos cualitativos relevantes como las barreras de entrada, las asimetrías regulatorias, la estabilidad del mercado y las características estructurales de los agentes. Dentro de este marco, se reconoce la naturaleza social y comunitaria de las emisoras que tienen tal naturaleza como un factor relevante para el diseño de eventuales medidas regulatorias diferenciadas, aunque no constituyen, por sí solos, criterios técnicos para segmentar mercados relevantes.

2.4. Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora

ASOMEDIOS

La asociación divide su comentario sobre el mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora en dos partes, a saber: por un lado, afirma que la CRC no aplicó el Test del Monopolista Hipotético (TMH) para la definición de este mercado relevante y que, en su lugar, esta Comisión utilizó la

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 20 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

metodología conocida como Sistema Casi Ideal de Demanda (AIDS, por sus siglas en inglés) y, por otro lado, el mercado de pauta publicitaria definido debería abarcar los servicios de audio y audiovisuales donde se incluyan la pauta publicitaria en televisión nacional, televisión regional, televisión local, radiodifusión sonora, medios digitales, etc. En consecuencia, **ASOMEDIOS** solicita que la CRC defina el «mercado de espacios publicitarios para servicios de audio y audiovisuales».

Sobre el uso del Test del Monopolista Hipotético

ASOMEDIOS recuerda que la CRC empleó la metodología AIDS para estimar las elasticidades precio propio y precio cruzado. Agrega que, a partir de la aplicación de esta herramienta econométrica, la CRC concluye lo siguiente: (i) la pauta publicitaria en radio es complementaria a la pauta publicitaria en televisión nacional; (ii) las pautas publicitarias en radio y televisión por suscripción son complementarias; (iii) la pauta publicitaria en televisión nacional y la pauta publicitaria en televisión por suscripción son complementarias; (iv) las demandas de las pautas publicitarias en radio, televisión nacional y televisión por suscripción son, respectivamente, inelásticas; y (v) la publicidad en radio constituye un mercado relevante por sí mismo, dado que, en virtud de la inelasticidad estimada —tanto en el ejercicio con los medios tradicionales como incluyendo los espacios publicitarios en internet—, un incremento significativo y no transitorio en los precios sería rentable para un hipotético monopolista.

Recuerda, además, que la regulación de la CRC considera que el TMH es la prueba econométrica para identificar un mercado relevante. Comenta que la prueba del monopolista hipotético más comúnmente usada es la pérdida crítica. A continuación, se resume la exposición e interpretación realizada por **ASOMEDIOS** sobre el análisis de pérdida crítica:

El análisis de la pérdida crítica compara dos conceptos entre sí para determinar si un mercado es relevante, estos son: (i) la pérdida crítica; y (ii) la pérdida efectiva. De acuerdo con el comentario, «mientras que la pérdida crítica busca determinar la reducción en la demanda total que resulta de un aumento del 5 o 10% en los precios que resulte en pérdidas al monopolista hipotético, la pérdida efectiva determina el cambio en la demanda que resulta de ese aumento de precios».

Afirma que la pérdida crítica, PC , como sigue

$$PC = \frac{x}{x + m}$$

Donde $x = \Delta p/p$ es el incremento porcentual del precio que realizaría el monopolista hipotético (típicamente 5% o 10%), $m = (p - c)/p$ es el margen del exceso del precio, p , sobre los costos marginales, c . Señala que m es igual al inverso de la elasticidad precio de la demanda que enfrentaría el monopolista hipotético.

Adicionalmente, la pérdida efectiva, PE , se define como

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 21 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

$$PE = x(\varepsilon_{z,p_z} - \varepsilon_{z,p_y})$$

Donde ε_{z,p_z} es la elasticidad precio propio del producto z y ε_{z,p_y} es la elasticidad precio cruzado del producto z respecto al producto sustituto y . **ASOMEDIOS** dice que la elasticidad precio propio y precio cruzado se calculan con una ecuación de demanda como la que sigue:

$$\ln z = \alpha + \varepsilon_{z,p_z} \ln p_z + \varepsilon_{z,p_y} \ln p_y + \epsilon$$

Con estos términos, **ASOMEDIOS** señala que el incremento en precios de un monopolista hipotético no es rentable siempre que $PE > PC$. En ese caso, el mercado bajo estudio se encuentra definido de manera estrecha, por lo que deben agregarse los productos o servicios sustitutos y volver a realizar la comparación entre PE y PC . En caso contrario, cuando $PE < PC$, es rentable para el monopolista hipotético aumentar sus precios.

Después de esta presentación, **ASOMEDIOS** comenta que la CRC no realiza la prueba del monopolista hipotético y tampoco indica las razones por las cuales no la realiza y, en su lugar, la sustituye por el AIDS. Paso seguido, presenta la cita al libro Quantitative techniques for competition and antitrust analysis de Peter Davis y Eliana Garcés para indicar que las elasticidades de la demanda son fundamentales para la aplicación del TMH, pero nunca indican que el AIDS sustituye al TMH.

«we have seen that demand is important in determining firm behavior such as pricing decisions and we have also seen that demand is a central determinant of the effect of changes in market structure—such as those that occur from merger and acquisition activity—on market outcomes such as prices. Relatedly, we have seen that **demand elasticities are a fundamental element of the tools of competition policy such as the hypothetical monopolist test for market definition**. Company revenues depend on the preferences of consumers and so necessarily demand is a fundamental element in shaping market outcomes» (Resaltado **ASOMEDIOS**)

Adicionalmente, señala que Deaton y Muellbauer no hacen alusión a que el AIDS sea un sustituto del TMH. En particular, extrae la siguiente cita del artículo An almost ideal demand system de Angus Deaton y John Muellbauer:

«In this paper we have introduced a new system of demand equations, the AIDS, in which the budget shares of the various commodities are linearly related to the logarithm of real total expenditure and the logarithms of relative prices. The model is shown to possess most of the properties usually thought desirable in conventional demand analysis, and to do so in a way not matched by any single competing system»

ASOMEDIOS menciona investigaciones relacionadas con Quadratic Almost Ideal Mixed Demand System (QAIMDS)¹⁴ y Linearized Almost Ideal Demand System (LAIDS)¹⁵, versiones del AIDS, donde tampoco se menciona que estas estimaciones reemplacen al TMH. Agrega que se utiliza el modelo Linear Approximate Almost Ideal Demand System (LAAIDS)¹⁶ para estimar las elasticidades de la demanda en un ejercicio en el que posteriormente se realiza el análisis de pérdida crítica para efectivamente concluir sobre la segmentación o independencia de mercados relevantes relacionados con la cerveza en EE.UU.

En gracia de discusión, **ASOMEDIOS** presenta la investigación de Gürkaynak y Kalkan¹⁷ donde los autores no utilizan la metodología AIDS para estimar elasticidades de la demanda, sino que utilizan un modelo logit anidado. No obstante, señala que estos autores «estiman el TMH para lo cual utilizan la elasticidad crítica, calculada a partir de los márgenes de beneficio del segmento premium de cerveza a nivel de cervecero/proveedor, con un TMH del 5% y del 10%».

Finalmente, **ASOMEDIOS** solicita que la CRC realice el ejercicio econométrico del TMH para comprobar que el mercado relevante de espacios publicitarios no se circunscribe a los servicios de radiodifusión sonora, sino que abarca todos los servicios de contenido audio y audiovisuales.

Sobre la redefinición de los mercados relevantes de pauta publicitaria en radiodifusión sonora

ASOMEDIOS considera que el mercado relevante de espacios publicitarios no se circunscribe únicamente al servicio de radiodifusión sonora. Afirma que este mercado es más amplio y debe considerar los servicios de audio y audiovisuales, donde se tenga en cuenta la sustitución de la pauta en televisión nacional, TV regional, TV local, radiodifusión sonora, medios digitales, etc.

Señala que las proyecciones del estudio «Comportamiento de la Inversión Publicitaria Neta -IPN y perspectivas para el futuro» demuestran que a 2029, primero, se mantiene el mix de medios y, segundo, la participación sectorial de digital en pauta publicitaria oscila entre 75% y 78%. Como sustento de lo anterior, **ASOMEDIOS** aporta el siguiente gráfico:

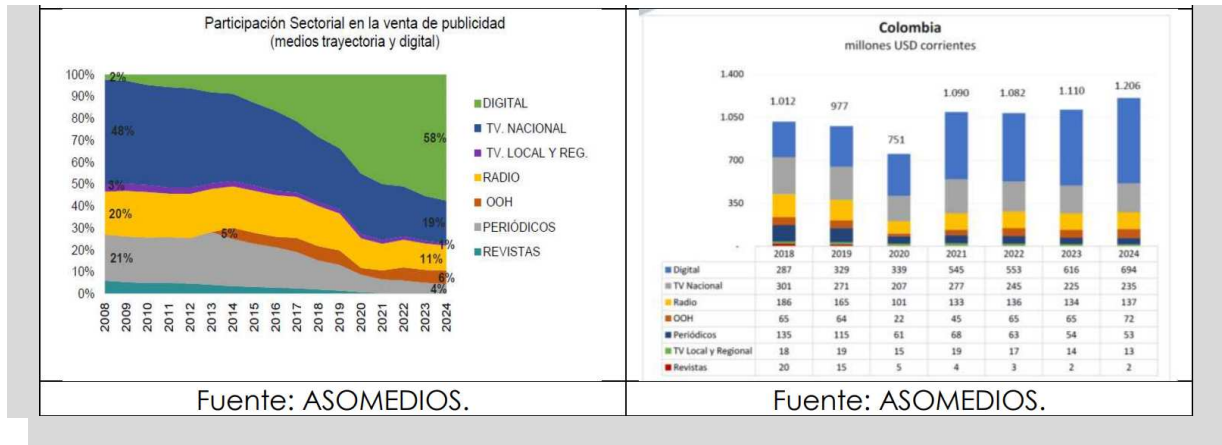
¹⁴ WONG, K. K. Gary; PARK, Hoanjae. "The use of conditional cost functions to generate estimable mixed demand systems purchased". *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 89, n.º 2, mayo 2007, pp. 273–286.

¹⁵ BUSE, Adolf. "Evaluating the linearized almost ideal demand system". *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 76, n.º 4, 1994, pp. 781–793.

¹⁶ HOUSKA, Tomáš; BIL, Jaroslav. "Definition of relevant market in beer industry: application of LA-AIDS model". *Proceedings of 30th International Conference Mathematical Methods in Economics*, [s. l.], 2012.

¹⁷ GÜRKAYNAK, G.; KALKAN, E. "Testing justification for segment based relevant product market definition in merger control: evidence from Turkey". *Journal of Competition Law & Economics*, vol. 13, n.º 2, 2017, pp. 328–345.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 23 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025



RESPUESTA CRC:

Sobre la solicitud de **ASOMEDIOS** de ampliar la dimensión producto del mercado relevante definido de espacios publicitarios de radiodifusión sonora, dado que, según menciona, no se utilizó el TMH para su definición, la CRC aclara que sí utilizó el Test del Monopolista Hipotético para definir los mercados relevantes de pauta publicitaria en radiodifusión sonora y, en consecuencia, no acoge la solicitud de ampliar la dimensión del mercado producto a cualquier medio audiovisual o de audio. Para sustentar lo anterior, a continuación, esta Comisión desarrollará de manera detallada los siguientes puntos: (i) aclaración sobre la estimación de las elasticidades precio propio y precio cruzado de la demanda; (ii) una explicación que aborda tanto la relación entre la pérdida crítica y el TMH, como las interpretaciones asociadas a cada uno de estos conceptos; (iii) una profundización de la relación entre el TMH y la inelasticidad precio propio de la demanda; y (iv) una explicación de las tendencias en las participaciones en el gasto en pauta publicitaria y su interpretación en el contexto de definición de mercados relevantes.

Para el efecto, la CRC utiliza la misma notación de **ASOMEDIOS** y, por lo tanto, toma a z como mercancía de referencia, cuyo precio unitario es p_z .

(i) Sobre la estimación de las elasticidades precio propio y precio cruzado

ASOMEDIOS señala que la elasticidad precio propio y precio cruzado se calculan con una ecuación de demanda como la que se muestra a continuación:

$$\ln z = \alpha + \epsilon_{z,p_z} \ln p_z + \epsilon_{z,p_y} \ln p_y + \epsilon$$

Donde ϵ_{z,p_z} es la elasticidad precio propio del producto z y ϵ_{z,p_y} es la elasticidad precio cruzada del producto z respecto al producto sustituto y .

Esta Comisión reconoce que esta ecuación permite estimar tanto la elasticidad precio propio como la elasticidad precio cruzado. Sin embargo, recuerda que la metodología *Almost Ideal Demand System* (AIDS), utilizada por la CRC en este proyecto, también permite estimar dichas elasticidades. A continuación, la CRC presenta un breve contraste entre ambas metodologías, del cual se concluye que la metodología empleada por la Comisión permite obtener estimaciones más flexibles, lo que facilita una mejor adaptación a las realidades del mercado.

Para comenzar, la ecuación presentada por **ASOMEDIOS** no estima el sistema de demanda del producto z , dado que en el momento de la estimación no se tiene en cuenta la variabilidad de la demanda del producto y ni la relevancia del presupuesto en la decisión de demanda. Además, la especificación funcional de la demanda adoptada impone que las elasticidades sean constantes. En particular, la derivada parcial de $\ln z$ con respecto a $\ln p_z$ es constante por construcción¹⁸, esto es:

$$\frac{\partial \ln z}{\partial \ln p_z} = \epsilon_{z,p_z}$$

En contraste, la metodología AIDS empleada por la CRC se basa principalmente en la relación lineal teórica entre las participaciones dentro del presupuesto y el logaritmo de los precios, así como el logaritmo del presupuesto deflactado por el índice de precios. Específicamente, ajustando la notación utilizada en el Anexo 2 del documento soporte a la propuesta regulatoria¹⁹, la relación está dada por la siguiente ecuación:

$$w_j = \alpha_j + \sum_{k=1}^J \gamma_{jk} \ln p_k + \beta_j [\ln M - \ln P]$$

Donde w_j es la participación de la mercancía j –ésima dentro del presupuesto, M es el presupuesto y P está pensado como un índice de precios que deflacta el ingreso, el cual se aproxima por el índice de Stone ($\ln P \approx \sum_{k=1}^J w_k \ln p_k$). Ahora, si w_z es la participación de la mercancía z en el presupuesto, se utiliza la siguiente expresión:

¹⁸ La CRC se permite recordar que la elasticidad de z con p_z es el cambio porcentual de la demanda del producto z ante un incremento porcentual en su precio p_z , manteniendo lo demás constante. De manera precisa, esta elasticidad, ϵ_{z,p_z} , es

$$\epsilon_{z,p_z} = \frac{\frac{\Delta z}{z}}{\frac{\Delta p_z}{p_z}}$$

Ahora, asumiendo que z es una función diferenciable en p_z , esta última se puede aproximar por medio de la siguiente expresión $\left(\frac{\partial z}{\partial p_z}\right) * \left(\frac{p_z}{z}\right)$. Adicionalmente, aplicando propiedades del logaritmo y los diferenciales, esta última expresión corresponde con $\frac{\partial \ln z}{\partial \ln p_z}$.

En consecuencia, esta última derivada es usualmente utilizada para el cálculo de elasticidades.

¹⁹ CRC. Mercados relevantes de radiodifusión sonora. [En línea] Bogotá. 26 de marzo de 2035. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/documento-soporte-2000-38-3-25.pdf>

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 25 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

$$\frac{\partial \ln z}{\partial \ln p_z} = \frac{\partial \ln w_z}{\partial \ln p_z} - 1$$

Para concluir que:

$$\epsilon_{z,p_z} = \frac{\gamma_{zz}}{w_z} - \beta_z - 1$$

Sobre lo anterior, la CRC resalta dos elementos sobre la elasticidad precio propio en el AIDS:

- Esta expresión es constante en la medida que w_z lo es, por lo que la metodología AIDS, a diferencia de la metodología mencionada por **ASOMEDIOS**, no impone que las elasticidades precio propio sean constantes.
- Esta expresión recoge la interacción de la mercancía z con el presupuesto y el índice de precios por medio del parámetro β_z .

Finalmente, el contraste entre las dos metodologías se puede extender a las elasticidades precio cruzado²⁰. De este modo, la CRC concluye que la metodología empleada en el marco del proyecto regulatorio, en efecto, permite obtener estimaciones que se adaptan mejor a las realidades de mercado que las propuestas por **ASOMEDIOS**.

(ii) Sobre la relación entre la pérdida crítica y el TMH

ASOMEDIOS presenta la relación entre la pérdida crítica y la pérdida efectiva como alternativa para el TMH. Sobre lo anterior, la CRC coincide con **ASOMEDIOS** en que la comparación entre estas dos pérdidas permite concluir cuál es el impacto del incremento del precio sobre los beneficios del monopolista. Sin embargo, es relevante hacer una salvedad teórica sobre la definición de la pérdida crítica, la cual es parte esencial de la explicación de la relación entre el TMH y la elasticidad precio propio de la demanda que será presentada en la sección (iii) de este acápite.

En adelante, se asume que la mercancía z es producida por un monopolista y , con el objetivo de simplificar la notación, el precio de z es solamente p . El TMH es una prueba que permite evaluar la reacción de la demanda por medio del impacto de un incremento del precio sobre los beneficios del monopolista. Específicamente, si un incremento pequeño, pero significativo y no transitorio en p es rentable para el monopolista, z es un mercado relevante en sí mismo. Por el contrario, si dicho incremento pequeño, pero significativo y no transitorio en p no es rentable para el monopolista, el mercado relevante debe considerar la inclusión de más productos que sustituyan a z y, posteriormente, iterar la prueba del incremento en p pequeño, pero significativo y no transitorio.

²⁰ No obstante, con el fin de mantener el análisis dentro de un nivel de detalle adecuado para los objetivos de este documento, esta Comisión centró su enfoque en el análisis del álgebra de las elasticidades precio propio.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 26 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

En términos intuitivos, si el monopolista hipotético incrementa el precio de la mercancía z y sus beneficios se reducen, entonces la demanda debió migrar a los sustitutos cercanos de z , los cuales ejercerían presión competitiva sobre z y su inclusión debería ser tenida en cuenta al momento de definir el mercado relevante. De manera similar se interpreta el resultado si el incremento en el precio de la mercancía z tiene como consecuencia un incremento en los beneficios del monopolista, pues allí los consumidores no tendrían alternativas razonables para sustituir el consumo de z .

En este contexto, aparece la comparación entre la pérdida crítica, PC , y la pérdida efectiva, PE , toda vez que, de manera indirecta, permite concluir si un incremento pequeño, pero significativo y no transitorio en p es rentable o no para el monopolista. A continuación, la CRC se enfoca en la pérdida crítica, por lo que muestra el desarrollo algebraico que da sustento a la expresión por medio de la cual **ASOMEDIOS** define esta pérdida.

Para iniciar, la pérdida crítica está definida como la caída porcentual de z que, ante un incremento en el precio, garantiza que los beneficios del monopolista se mantienen constantes. Para mostrar lo anterior, esta Comisión realiza lo siguiente: primero da una expresión para los beneficios, después considera dos momentos en el tiempo para calcular la variación de los beneficios y, finalmente, calcula la caída porcentual de z que garantiza que la variación en los beneficios es cero.

Dicho lo anterior, en términos teóricos, se suele asumir que los beneficios del monopolista hipotético, $\Pi(p)$, están dados por la siguiente ecuación

$$\Pi(p) = (p - c)D(p)$$

Donde c es el costo marginal y $D(p)$ representa la función de demanda del producto z .

Por otra parte, se consideran dos momentos en el tiempo 0 y 1. En el momento 0, el escenario base, el precio es p_0 y la demanda es $D(p_0)$, mientras que en el momento 1, el escenario en el que el monopolista incrementa el precio a p_1 , la demanda decrece a $D(p_1)$.

Con base en lo expuesto, los beneficios del monopolista en estos dos momentos están dados por las siguientes expresiones:

$$\Pi(p_1) = (p_1 - c)D(p_1) \quad \text{y} \quad \Pi(p_0) = (p_0 - c)D(p_0)$$

Como consecuencia de lo anterior, la variación de beneficio entre dos momentos del tiempo, $\Delta\Pi$, está caracterizada por la siguiente ecuación:

$$\begin{aligned} \Delta\Pi &= (p_1 - c)D(p_1) - (p_0 - c)D(p_0) \\ \Delta\Pi &= (p_1 - p_0 + p_0 - c)[D(p_1) - D(p_0)] + (p_1 - p_0)D(p_0) \end{aligned}$$

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 27 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Así, $\Delta\Pi = 0$ sí y solo si

$$-\frac{D(p_1) - D(p_0)}{D(p_0)} = \frac{\frac{p_1 - p_0}{p_0}}{\frac{p_1 - p_0}{p_0} + \frac{p_0 - c}{p_0}} = \frac{x}{x + m}$$

Donde x es la variación porcentual del precio, el cual típicamente se asume 5% o 10%, y m es el margen de ganancia del monopolista.

De lo anterior, el TMH y la pérdida crítica están relacionados de la siguiente manera:

- Si ante un incremento en el precio por parte del monopolista hipotético, la caída porcentual en la demanda es mayor que la pérdida crítica, dicho incremento en el precio no genera un incremento en los beneficios.
- Si ante un incremento en el precio por parte del monopolista hipotético, la pérdida crítica es mayor que la caída porcentual de la demanda, el incremento en el precio es rentable.

Por lo tanto, efectivamente, la relación entre la pérdida efectiva y la pérdida crítica sí están plenamente relacionados con la aplicación del TMH, tal y como lo ha aplicado esta Comisión en otros proyectos²¹. No obstante, la CRC resalta que la pérdida crítica es la caída en la demanda que garantiza que los beneficios no se modifican ante un incremento en el precio, por lo que, para poder calcularla es indispensable que esta exista.

(iii) Sobre la relación entre la elasticidad precio propio de la demanda y el TMH

ASOMEDIOS manifiesta que la CRC no utilizó el TMH para la definición de mercados relevantes en la pauta publicitaria de la radiodifusión sonora. En lo que sigue, esta Comisión muestra que, si la demanda es inelástica, cualquier incremento en el precio le genera ganancias adicionales al monopolista hipotético. Esto tiene como implicación directa que, dados los resultados presentados por esta Comisión en el documento soporte, la pauta publicitaria en radiodifusión sonora es un mercado relevante en sí mismo.

Para comenzar, se resalta que, como consecuencia de que $p > c > 0$, se tiene que el margen de ganancia siempre está en el intervalo $(0,1)$. En otras palabras, $0 < (p - c)/p < 1$ para todo p y todo c que cumplan con las condiciones impuestas al inicio de este párrafo.

²¹ CRC, 2022. Revisión de los mercados de servicios fijos. [consultado: 11 de julio de 2025]. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Documento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf>

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 28 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Adicionalmente, retomando la notación del numeral anterior, los beneficios del monopolista están dados por la siguiente función:

$$\Pi(p) = (p - c)D(p)$$

A continuación, esta Comisión muestra que, si la demanda es inelástica, $\Pi(p)$ se incrementa para cualquier incremento en p , dejando lo demás constante. Para lograr lo anterior, la CRC utiliza herramientas de cálculo diferencial, en particular, muestra que la derivada $\Pi'(p)$ es positiva para todo p , siempre que la elasticidad de la demanda está en el intervalo $(0,1)$ ²².

De acuerdo con lo anterior, la derivada de $\Pi(p)$ con respecto a p es $\Pi'(p) = D(p) + (p - c)D'(p)$, donde $D'(p)$ es la derivada de la demanda con respecto al precio p . En estos términos, $\Pi'(p) > 0$ sucede si y solo si se tiene que $D(p) + (p - c)D'(p) > 0$. Aplicando algunos procedimientos algebraicos, esta última desigualdad es equivalente con la siguiente

$$\frac{p - c}{p} < -\frac{1}{\varepsilon}$$

Donde $\varepsilon = D'(p)p/D(p)$ es la elasticidad precio propio de la demanda, debido a que $D'(p)$ es otra notación para dz/dp , cuando $z = D(p)$. En otras palabras, es suficiente con garantizar que esta desigualdad se tenga para concluir que cualquier incremento en el precio de z le genera un incremento en los beneficios del monopolista hipotético.

Dicho lo anterior, a continuación, la CRC muestra que $\Pi'(p) > 0$ para todo p siempre que la elasticidad precio propio de la demanda, ε , sea inelástica, es decir, $-\varepsilon < 1$.

Si se asume que la demanda es inelástica, es decir, $0 < -\varepsilon < 1$, entonces se tiene que la siguiente inequación es cierta $1 < -1/\varepsilon$. Este es el primer resultado que se obtiene. Por otra parte, como ya se ha mencionado en el numeral anterior, el margen de ganancia siempre es un número entre 0 y 1, lo cual implica que $(p - c)/p < 1$. Estos dos resultados permiten a la CRC afirmar que:

$$\frac{p - c}{p} < 1 < -\frac{1}{\varepsilon}$$

En consecuencia, si la demanda es inelástica, cualquier incremento en el precio (1%, 5% o 10%, entre otros) incrementa las ganancias del monopolista hipotético. Por lo tanto, dicho incremento en el precio por parte del monopolista hipotético es rentable y, aplicando el TMH, se puede concluir z es un mercado relevante.

²² En este punto, la CRC recuerda que el signo de la derivada de una función está relacionado con el crecimiento o decrecimiento del valor de la función, de tal manera que, si la derivada es positiva, la función es estrictamente creciente y si, por el contrario, es negativa, la función es estrictamente decreciente. Por ejemplo, típicamente se tiene $D'(p) < 0$, debido a que, ante cualquier incremento en el precio, se espera que la demanda por el producto decrezca.

La CRC comenta que este no es un resultado novedoso en Política de Competencia o en Organización Industrial, toda vez que existen amplia literatura en la que se señala que la inelasticidad precio propio de la demanda es una condición suficiente para la delimitación de un mercado relevante²³ y, además, este resultado hace parte de los lineamientos que sigue esta Comisión en sus ejercicios de definición de mercados relevantes²⁴.

Finalmente, teniendo en cuenta que la elasticidad precio propio de la pauta publicitaria en radiodifusión estimada por la CRC en sus dos ejercicios es inelástica (-0,78 con la información de IBOPE y -0,75 con la información de la SIC), el monopolista hipotético en este mercado puede incrementar los precios de manera rentable. Esto le permite concluir a la CRC que, dada esta evidencia y aplicando el TMH, la pauta publicitaria en radiodifusión es un mercado relevante en sí mismo.

(iv) Sobre las participaciones en el gasto en pauta publicitaria y su interpretación en el contexto de definición de mercados relevantes

Según **ASOMEDIOS**, las proyecciones del estudio «Comportamiento de la Inversión Publicitaria Neta y perspectivas para el futuro» demuestran que a 2029, primero, se mantiene el mix de medios y, segundo, la participación sectorial de pauta publicitaria en digital oscila entre 75% y 78%. Este argumento de **ASOMEDIOS** sostiene parcialmente la solicitud de definir el mercado de espacios publicitarios para servicios de audio y audiovisuales, donde se sugiere la sustitución entre la pauta publicitaria en televisión nacional, TV regional, TV local, radiodifusión sonora, medios digitales, etc.

Sobre lo anterior, esta Comisión realiza dos precisiones:

- El concepto de mix de medios, tal y como lo ha reconocido la CRC en los documentos de estudio²⁵ y de respuesta de comentarios²⁶ del proyecto «Análisis de los mercados de televisión fase I – Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión», hace referencia a la estrategia de los anunciantes de dividir su presupuesto en pauta publicitaria entre

²³ SIMON, Franz; LISTL, Karl. "Relevant product market". En: JONES, Christopher; VAN DER WOUDE, Maarten (eds.). *EU Competition Law. Volume II: Mergers and Acquisitions*. 2021, pp. 231–288.

MASSEY, Patrick. "Market definition and market power in competition analysis: some practical issues". *Economic and Social Review*, vol. 31, n.º 4, 2000, pp. 309–328.

KASERMAN, David L.; ZEISEL, Stephen H. "Market definition: implementing the Department of Justice merger guidelines". 1996, p. 679.

²⁴ CRC, 2008. Lineamientos metodológicos para la definición de mercados relevantes y posición dominante en mercados convergentes de telecomunicaciones en Colombia.

²⁵ CRC, 2022. Análisis de los mercados de televisión. Fase I – Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión. [consultado: 11 de julio de 2025]. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-9/Propuestas/documento-estudio-mercados-tv-2000-38-3-9.pdf>

²⁶ CRC, 2024. Documento de respuestas a comentarios: Análisis de los mercados de televisión. Fase I – Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión. [consultado: 11 de julio de 2025]. Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Documento%20de%20respuestas%20a%20comentarios%20-%20An%C3%A1lisis%20de%20los%20mercados%20de%20TV/Documento-respuesta-comentarios-Analisis-mercados-TV.pdf>

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 30 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

diferentes medios de comunicación, por lo que el gasto de publicidad no se destina únicamente a un medio en particular.

- El incremento en la inversión en pauta publicitaria en medios «digitales» no es evidencia suficiente de la relación de sustituibilidad con otros medios para realizar la pauta publicitaria, ni, en particular, con los medios de radiodifusión sonora.

A continuación, se profundiza en estos dos comentarios con el fin de mostrar que ni el concepto mix de medios ni el incremento en la inversión en la pauta publicitaria en algún medio particular son señales inequívocas de sustitución.

Para comenzar, el concepto de mix de medios no constituye evidencia de sustitución entre las distintas opciones de pauta publicitaria disponibles para un anunciante, toda vez que este solo hace referencia a una estrategia de asignación del presupuesto destinado para campañas publicitarias. Específicamente, el mix de medios está relacionado con la decisión del anunciante de distribuir su inversión en pauta publicitaria en diversos medios de comunicación, en lugar de concentrarla exclusivamente en uno solo. Contrario a lo que manifiesta **ASOMEDIOS**, este concepto está ligado más a la complementariedad entre las pautas publicitarias que a su sustituibilidad.

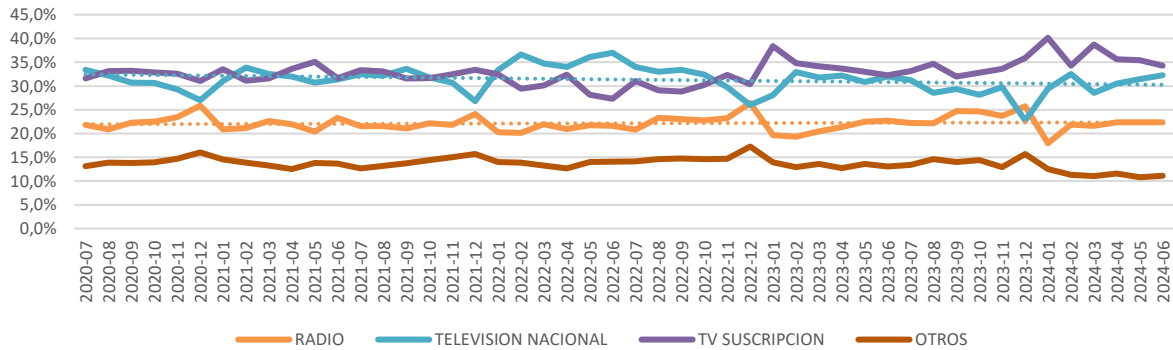
De manera precisa, lo que muestra el concepto de mix de medios es que existe una rivalidad en el presupuesto entre las diferentes pautas publicitarias disponibles para el anunciante, donde la CRC reconoce que los medios «digitales» han alcanzado una participación importante. No obstante, la rivalidad en el presupuesto no puede entenderse como evidencia de sustitución entre los medios para realizar pautas publicitarias.

Este último punto ya fue señalado por esta Comisión en el marco de la respuesta a comentarios formulados por **ASOMEDIOS** en el proyecto «Análisis de los mercados de televisión fase I – Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión», cuando se aclaró la interpretación de los resultados obtenidos en la investigación por la Superintendencia de Industria y Comercio sobre el mercado de pauta publicitaria en radiodifusión sonora bajo el Radicado SIC No. 12-149315.

Adicionalmente, en gracia de discusión, esta Comisión resalta que, de acuerdo con la información aportada por **ASOMEDIOS** sobre niveles de pauta publicitaria en Colombia desde 2018 hasta 2024, la participación de «Radio» se encuentra relativamente estable cerca del 12% en el periodo posterior a la pandemia del COVID-19 (2021-2024) y, además, su comportamiento en niveles está estable alrededor de 135 millones de dólares, aunque muestra un comportamiento relativamente creciente, pasando de 133 millones de dólares en 2021 a 137 millones de dólares en 2024.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 31 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

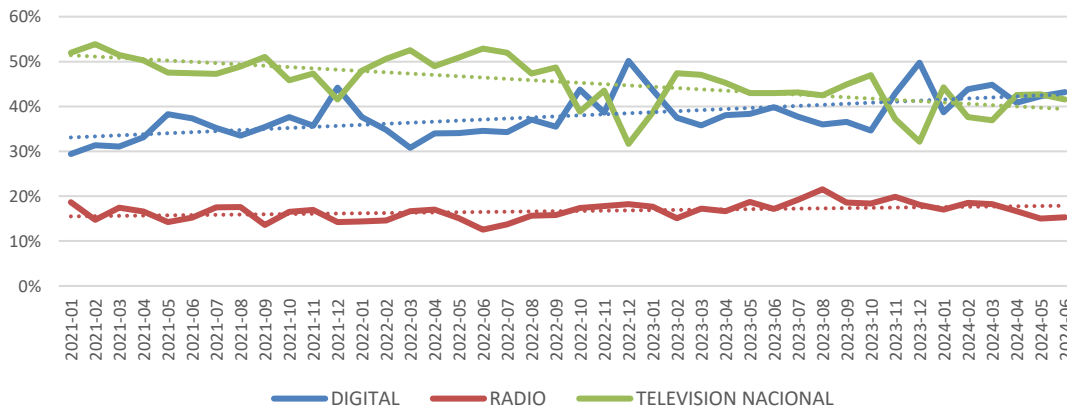
Gráfico 1. Participación en la inversión en pauta publicitaria en Colombia de los medios tradicionales desde julio de 2020 hasta junio de 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de IBOPE.

Estos resultados son concordantes con lo evidenciado por la CRC en el marco de ese proyecto, toda vez que, de acuerdo con la información reportada por IBOPE (ver Gráfico 1), la participación de la pauta publicitaria en medios de radiodifusión sonora dentro de la inversión publicitaria en medios tradicionales es estable alrededor del 23% desde julio de 2020 hasta junio de 2024. Aunado a lo anterior, de conformidad con la información reportada por la SIC (ver Gráfico 2), la participación de la pauta publicitaria en radio se mantiene relativamente constante desde el 2021 al compararlas con la pauta publicitaria en medios digitales y televisión.

Gráfico 2. Participación en el gasto en pauta publicitaria en Colombia en radio, televisión e internet desde enero de 2021 hasta junio de 2024



Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la SIC ²⁷.

De lo anterior se evidencia que la participación de la inversión de pauta publicitaria en radio se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, aun si se considera el crecimiento que ha tenido la inversión en pauta publicitaria en medios digitales, lo cual, sin entrar en el rigor que amerita la definición, no puede verse como evidencia de sustituibilidad.

En vista de lo expuesto, esta Comisión no acoge la solicitud de ampliar la dimensión del mercado producto a cualquier medio audiovisual o de audio, debido a que los ejercicios adelantados por la CRC, en los cuales se aplica el TMH, llevan a concluir que la pauta publicitaria en radiodifusión sonora es un mercado relevante en sí mismo y, además, los datos aportados y citados por **ASOMEDIOS** no dan cuenta de la sustituibilidad entre las pautas en los diferentes medios de comunicación de audio y audiovisuales.

2.5. Mercado de dos lados: pauta y contenido de radiodifusión sonora

ASOMEDIOS

Retoma los comentarios presentados en los literales anteriores para solicitar que la CRC realice la definición de los siguientes mercados relevantes de dos lados:

- (i) Compuesto por el mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. de alcance zonal y el mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.
- (ii) Compuesto por el mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M., de alcance zonal y el mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.

CARACOL TV

CARACOL TV señala que, aunque el documento no define de forma explícita el concepto de «demanda inelástica», este se aborda de manera implícita al analizar el comportamiento de los oyentes frente a variaciones en precios o disponibilidad del servicio. Indica que no puede afirmarse que exista una demanda inelástica en el mercado publicitario de radio, ya que factores como el aumento del inventario de pauta y las variaciones en la audiencia sí afectan el valor de la pauta. Esto se refleja en la disminución sostenida de los ingresos por publicidad radial, y que dicha situación no necesariamente se comporta de manera proporcional con igual tendencia al comportamiento de la audiencia.

Además, **CARACOL TV** menciona que, frente al consumidor final (el oyente), aunque el servicio es gratuito, una baja calidad del contenido puede generar pérdida de audiencia, afectando las tarifas publicitarias y provocando la migración de los anunciantes a otros medios o alternativas con mayor

²⁷ Información solicitada por la CRC mediante escritos del 6 y 20 de noviembre de 2024. La respuesta de la SIC fue concedida mediante escrito radicado con el No. 24-404417-221 del 20 de noviembre de 2024.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 33 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

audiencia. Indican también que, la audiencia debe ser cautivada permanentemente, ya que cuenta con múltiples opciones de consumo de contenidos, más allá de emisoras tradicionales o tecnologías específicas.

De otro lado, **CARACOL TV** indica que, actualmente, las emisoras comunitarias, debido a la amplia posibilidad de vender pauta comercial, compiten directamente con las emisoras comerciales en términos de contenido, captación de audiencia y comercialización de espacios publicitarios.

Además, **CARACOL TV** señala que la CRC menciona en el documento soporte la existencia de cambios en los hábitos de consumo y fenómenos de sustitución, evidenciados incluso en la migración de concesionarios que devuelven sus licencias para operar exclusivamente en medios digitales. Indican que esta migración no se limita a plataformas OTT, sino que incluye redes sociales y buscadores que también captan audiencia y venden publicidad. Además, muchos concesionarios operan de forma simultánea en radio tradicional y en portales digitales donde replican su contenido. En este contexto, **CARACOL TV** advierte que delimitar el mercado únicamente por la tecnología de transmisión o el ámbito territorial de las concesiones desconoce la realidad de convergencia en el consumo de contenidos, una tendencia que la propia CRC ha identificado en este y otros sectores.

RESPUESTA CRC

En relación con el comentario presentado por **ASOMEDIOS**, en el cual retoma los planteamientos expuestos en los literales anteriores, se solicita a la CRC que defina los siguientes mercados relevantes de dos lados:

- (i) Un mercado compuesto por el mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. de alcance zonal, y el mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.
- (ii) Un mercado compuesto por el mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M., de alcance zonal, y el mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.

De acuerdo con los análisis y argumentos expuestos en los numerales 2.3 y 2.4, la Comisión no acoge las modificaciones propuestas por **ASOMEDIOS**, ni en lo relacionado con el mercado de contenidos, ni respecto al mercado de espacios publicitarios en radio. Lo anterior, en tanto los análisis realizados sustentan de manera adecuada la definición de los mercados relevantes planteada en el documento soporte.

CARACOL TV señala que en el documento no se define de forma explícita el concepto de «demanda inelástica», pero este se aborda de manera implícita al analizar el comportamiento de los oyentes frente a variaciones en precios o disponibilidad del servicio. En este sentido, esta Comisión aclara que el concepto demanda inelástica está determinado por el valor numérico de la elasticidad precio propio de la demanda.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 34 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Para dar precisión sobre este concepto, la CRC utiliza la misma notación empleada en la respuesta asociada a los comentarios relacionados con los mercados de pauta publicitaria en radio. Específicamente, se toma como referencia la mercancía z , cuyo unitario precio es p_z . Por otra parte, se considera otro producto que se identifica con y y su precio por unidad comprada es p_y . Aquí, la cantidad demandada del producto z está determinada tanto por p_z como por p_y , de tal manera que $z = D(p_z, p_y)$, donde $D(p_z, p_y)$ se conoce como función de demanda.

En este contexto, la elasticidad precio propio de la demanda del producto z mide el cambio porcentual en la demanda de z ante un incremento porcentual en p_z , manteniendo lo demás constante. En términos matemáticos, la elasticidad precio propio de la demanda, denotada por ϵ_{z,p_z} , se calcula como:

$$\epsilon_{z,p_z} = \frac{\frac{\Delta z}{z}}{\frac{\Delta p_z}{p_z}}$$

En el caso particular en el que z es una función diferenciable en p_z , la elasticidad precio propio de la demanda se puede aproximar por medio de la siguiente expresión $(\partial z / \partial p_z) * (p_z / z)$. En este punto, esta Comisión resalta el hecho de que ϵ_{z,p_z} es un número que está determinado por los niveles de p_z y p_y . En estos términos, la demanda por z es inelástica siempre que $|\epsilon_{z,p_z}| < 1$.

Dicho lo anterior, intuitivamente la demanda de z es inelástica siempre que un incremento de p_z en un uno por ciento, dejando lo demás constante, tiene como una reducción en dicha demanda menor a un uno por ciento.

Así, los resultados obtenidos por esta Comisión de la estimación de la elasticidad precio propio de la demanda para la pauta publicitaria en radiodifusión es, por un lado, -0,78 con la información de IBOPE y, por el otro, -0,75 con la información de la SIC. A manera de ejemplo, si se incrementa el precio de la pauta publicitaria en un uno por ciento, dejando lo demás constante, se espera que la demanda por dicha pauta se reduzca solamente 0,78 por ciento, utilizando la información de IBOPE, o 0,75 por ciento, utilizando la información de la SIC.

Adicionalmente, sobre el comentario de **CARACOL TV** en el que señala factores como el aumento del inventario de pauta y las variaciones en la audiencia sí afectan el valor de la pauta, la CRC se permite recordar que, siguiendo la metodología utilizada por *Veronika Khlyupina* en su estudio de efectos de red sobre la televisión en Rusia titulado *Estimation of the indirect network effect: On the example of television advertising*²⁸, en el documento soporte se presentaron los resultados de la estimación de las siguientes ecuaciones:

²⁸ KHLUPINA, Veronika. Estimation of the indirect network effect: On the example of television advertising. *Applied Econometrics*, 2024, vol. 73, p. 102-118.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 35 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

$$\ln(p_{jt}) = \lambda_a \ln(a_{jt}) + \gamma_2 C_2 + \gamma_3 C_3 + \delta_2 A_{22} + \delta_3 A_{23} + \delta_4 A_{24} + \phi_{jt}$$

Y

$$\ln(s_{jt}) - \ln(s_{0t}) = \alpha \ln ad_{jt} + \gamma_2 C_2 + \gamma_3 C_3 + \delta_2 A_{22} + \delta_3 A_{23} + \delta_4 A_{24} + \varepsilon_{jt}$$

donde p_{jt} es el precio del segundo de pauta publicitaria en la emisora j en el instante t ; a_{jt} es la audiencia de la emisora j en el instante t , la cual está medida en miles de personas; C_k una dummy correspondiente al cuatrimestre k : 2 y 3; y A_l una dummy correspondiente al año l : 22, 23 y 24, s_{jt} es la cuota de audiencia de la emisora j ; s_{0t} es la cuota del *outside option*; ad_{jt} es la pauta publicitaria emitida en la emisora j en el instante t y ε_{jt} es un término de error.

Sobre estas estimaciones, la CRC recuerda que el término λ_a representa el impacto de la audiencia sobre el precio y α el impacto de la pauta sobre la participación en audiencia. Esta Comisión encontró, por un lado, que un incremento en 1% en la audiencia de una emisora, se espera que el precio del segundo de pauta publicitaria en dicha emisora se incremente aproximadamente 0,3%, manteniendo lo demás constante, y, por otro lado, un incremento en 1% en la cantidad de anuncios de una emisora no tiene efectos significativos sobre la participación en la audiencia de la emisora.

En ese sentido, los hallazgos de la Comisión no deben entenderse de manera tal que cualquier incremento en la pauta publicitaria dentro de la programación no tienen efectos sobre la participación en audiencia, debido a que los análisis de sensibilidad se llevan a cabo en un contexto de incrementos marginales, típicamente de 1%. En efecto, la CRC no desconoce que el nivel de audiencia determine el nivel de precio, más aún cuando los resultados de sus ejercicios respaldan esta conclusión, y tampoco que el exceso de pauta publicitaria al interior de una parrilla de programación va en detrimento del volumen de audiencia que tiene una emisora de radio.

Adicionalmente, **CARACOL TV** plantea que, aunque la radiodifusión sonora es un servicio gratuito para el oyente, la calidad del contenido incide directamente en la permanencia de la audiencia. Una reducción en la calidad puede traducirse en pérdida de oyentes, lo que afecta el valor comercial del espacio publicitario y puede incentivar la migración de anunciantes hacia medios con mayor alcance. Frente a este comentario es perentorio precisar que, partiendo de la premisa de que en la radiodifusión sonora no existe una transacción económica directa entre la emisora y el oyente, dado que se trata de un mercado de precio cero, la CRC reconoce que la calidad y diversidad del contenido emitido se convierten en factores clave de competencia entre emisoras. En este escenario, la capacidad de cautivar y fidelizar a la audiencia mediante programación atractiva y pertinente resulta determinante para sostener niveles de audiencia que, a su vez, impactan en las tarifas publicitarias.

En línea con este planteamiento, se resalta que como resultado de las estimaciones presentadas en el documento soporte, esta Comisión encontró evidencia de una externalidad de red positiva desde la audiencia hacia los anunciantes, en la medida en que el nivel de audiencia de las emisoras incide de manera directa y positiva en el precio de la pauta publicitaria. Es decir, a mayor audiencia, mayor valor

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 36 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

adquieren los espacios publicitarios, lo que refuerza la importancia de atraer y mantener oyentes como elemento central en la dinámica competitiva del mercado de radiodifusión sonora.

Por otra parte, **CARACOL TV** advierte que limitar el mercado por tecnología o a nivel de municipios desconoce la convergencia digital, evidenciada en la migración de concesionarios a plataformas en línea y la operación simultánea en radio y medios digitales. Si bien, desde la CRC se reconoce la existencia de fenómenos de convergencia en el consumo de contenidos y la presencia de operadores que combinan radio tradicional con medios digitales, el análisis de sustituibilidad desde el lado de la demanda —tanto desde el lado de pauta como del lado de consumo de contenido— no evidenció relaciones de sustitución entre los medios tradicionales y los digitales. Específicamente, no se identificaron patrones que indiquen que los anunciantes o los oyentes consideran estas opciones como intercambiables de forma sistemática o inmediata.

En ese sentido, aunque plataformas digitales como las OTT comparten ciertas características funcionales propias de los mercados de dos lados (M2L), no se cuenta con evidencia que justifique incluirlas dentro del mismo mercado relevante de la radiodifusión sonora. Por otro lado, si bien los medios digitales y las plataformas OTT presentan características que podrían justificar su definición como mercados de alcance nacional, las condiciones observadas en los mercados de radiodifusión sonora revelan dinámicas distintas. Existen barreras tecnológicas, como las limitaciones en conectividad o acceso a dispositivos, así como factores de fidelización de audiencias, que hacen que los usuarios opten por contenidos de emisoras con presencia local. En consecuencia, el consumo de radio sigue respondiendo en gran medida a criterios territoriales, lo cual refuerza la pertinencia de definir el mercado relevante con un alcance municipal.

Una vez aclarados los argumentos expuestos por los agentes interesados, esta Comisión destaca el valioso aporte de **ASOMEDIOS**, en tanto dedicaron tiempo y esfuerzo para comprender a profundidad los análisis adelantados por la Entidad y presentar argumentos técnicos en la materia. Estas contribuciones constituyen insumos fundamentales que enriquecen el proceso de construcción conjunta de decisiones regulatorias, garantizando que las medidas adoptadas respondan a las realidades y necesidades del sector de la radiodifusión sonora. La participación activa y técnica de los actores del sector en los procesos de consulta pública es esencial para fortalecer la legitimidad, la transparencia y la efectividad de la regulación.

3. COMENTARIOS SOBRE LA PROPUESTA REGULATORIA

ASOMEDIOS

Por otra parte, **ASOMEDIOS** identifica una omisión en el ámbito de aplicación de la Resolución CRC 5050 de 2016, que actualmente se limita a servicios de telefonía, internet, televisión y postales. Propone modificar el artículo 3.1.1.2 para incluir los servicios de radiodifusión sonora, sugiriendo el siguiente texto: «El Capítulo I del Título III se aplica a los servicios de telefonía, internet, televisión, postales y

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 37 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión: 13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

de radiodifusión sonora, estos últimos según las definiciones contenidas en la Resolución MinTIC 2614 de 2022 y cualquiera otra que la llegare a modificar, sustituir o subrogar».

De igual modo, **ASOMEDIOS** considera que debería eliminarse el artículo 1 del proyecto de resolución, debido a que la propuesta regulatoria no realiza modificación alguna sobre el Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016, más allá del traslado de los mercados de televisión al Anexo 3.5.

Sobre el artículo 2 del proyecto de resolución, **ASOMEDIOS** señala que la CRC no incluyó los mercados mayoristas identificados en el proyecto regulatorio, por lo que solicita que estos mercados sean incorporados en el Anexo 3.5.

Adicionalmente, solicita que se eliminen los artículos 3 y 4 del proyecto de resolución, toda vez que la compilación de definiciones y disposiciones normativas de la Resolución MinTIC 2614 de 2022 no hacen parte del objetivo de este proyecto regulatorio. Además, afirma que dicha compilación normativa es innecesaria, ya que cualquier modificación, sustitución, derogación o subrogación que llegara a realizar el MinTIC se debe incorporar automáticamente a la regulación. **ASOMEDIOS** señala que se debe dar prelación al principio de coordinación administrativa establecido en el artículo 209 de la Constitución Política.

Finalmente, solicita que se eliminen los artículos 5 y 6 del proyecto de resolución, debido a que la compilación de los formatos 8 y 9 de la Resolución MinTIC 175 de 2021 en la Resolución CRC 5050 de 2016 no tienen relación con el objetivo de este proyecto regulatorio y, además, señala que los formatos propuestos T.1.10. y T.5.9. son exactamente iguales a los formatos 8 y 9 mencionados anteriormente, por lo que duplicar va en contravía de lo establecido en el artículo 209 de la Constitución Política. **ASOMEDIOS** le recuerda a la CRC que esta Comisión puede acceder a la información reportada en ColombiaTIC. Agrega que esta compilación duplica la carga de reporte de información para los concesionarios del servicio de radiodifusión sonora comercial y, en consecuencia, se genera un doble riesgo de incumplimiento de reporte.

CARACOL TV

Considera que incluir fragmentos de la Resolución MinTIC 2614 de 2022 dentro de la Resolución CRC 5050 de 2016 carece de justificación jurídica y regulatoria, ya que se trata de una norma vigente, de obligatorio cumplimiento y conocida por los operadores del servicio. Advierte que, al no hacerse una compilación completa, ambas resoluciones seguirían vigentes, lo que podría generar duplicidades, redundancia normativa y conflictos de interpretación, además de dificultar la consulta del marco regulatorio. Señala también que la Resolución 2614 es clara y accesible para los agentes del sector, por lo que no es necesario replicarla en otras normas.

Adicionalmente, **CARACOL TV** señala que, aunque la CRC busca facilitar la consulta normativa mediante la creación de un nuevo Título XVIII en la Resolución 5050 de 2016, la inclusión literal de normas expedidas por otra entidad, como la Resolución MinTIC 2614 de 2022, es innecesaria y genera

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 38 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

redundancia. Manifiestan que esta norma ya está vigente, publicada y plenamente aplicada por los operadores del servicio, con un contenido claro y suficiente, cuyo cumplimiento no requiere ser replicado en otros cuerpos regulatorios, por lo cual, según ellos, reproducirla textualmente no aporta valor adicional y puede generar errores de interpretación, duplicidad normativa y confusión. Además, **CARACOL TV** indica que, en caso de futuras modificaciones por parte del MinTIC, se corre el riesgo de inconsistencias entre textos, afectando la seguridad jurídica del sector.

Por otro lado, **CARACOL TV** también manifiesta su preocupación por la propuesta de incorporar en el régimen de reportes de la CRC los contenidos de los formatos 8 y 9 de la Resolución MinTIC 175 de 2021, ya que esto podría generar una doble obligación de reporte para los prestadores del servicio. Señala que esta situación implicaría una carga administrativa innecesaria y una duplicación de esfuerzos que no añade valor al control o supervisión que ya ejerce el MinTIC.

RESPUESTA CRC

Frente al comentario presentado por **ASOMEDIOS** sobre la presunta omisión que presentaría el capítulo I del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, pues el ámbito de aplicación no abarcaría la radiodifusión sonora, la Comisión encuentra pertinente subrayar que dicha normativa sí incluye los asuntos relacionados con este servicio. Precisamente, la Sección 1 del Capítulo 1 del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, en su artículo 3.1.1.1. establece las condiciones, metodologías y criterios para llevar a cabo, entre otros asuntos «la definición de los mercados relevantes de los servicios postales y servicios de telecomunicaciones, incluidos los servicios de televisión abierta radiodifundida y de radiodifusión sonora.»

A su turno, el artículo 3.1.1.2. de la misma resolución dispone que el ámbito de aplicación de las reglas previstas en el Capítulo 1 del Título III se aplica a todos los servicios respecto de los cuales la CRC ejerce sus competencias regulatorias, conforme lo establecido en la Constitución y la ley. Ciertamente, al tenor de la norma en cita, la Comisión no encuentra que se presenta la omisión alegada, pues la regulación ha señalado que las reglas contenidas en dicha sección de la Resolución CRC 5050 de 2016 se extienden a la totalidad de los servicios sobre los cuales se han conferido competencias a la Comisión, entre los que se encuentra la radiodifusión sonora, por expreso mandato de lo establecido en la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.

En concreto, el artículo 19 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 15 de la Ley 1978 de 2019 dispone que la Comisión 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, incluido el de radiodifusión sonora, sea económicamente eficiente y refleje altos niveles de calidad.

Entonces, dado que la regulación dispone que el ámbito de aplicación de lo contenido en el Capítulo 1 del Título III se extiende a todos los servicios respecto de los cuales la CRC ejerce sus competencias

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 39 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

regulatorias, entre los que se encuentra la radiodifusión sonora, por expreso mandato de la ley, no resultaría cierta la omisión alegada, por lo que de manera consecuente no sería necesaria la modificación propuesta.

Por otro lado, en relación con la solicitud de **ASOMEDIOS** de eliminar el artículo 1 del proyecto de resolución en tanto que no se propone un ajuste sustancial del Anexo 3.1., salvo el traslado de los mercados de televisión al Anexo 3.5., la Comisión determinó que solo modificaría el Anexo 3.1. en el sentido de agregar al listado contenido en el Anexo 3.1 los mercados minoristas con alcance municipal definidos en el marco del proyecto regulatorio, es decir: (i) Contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en Frecuencia Modulada (F.M.); (ii) Contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en Amplitud Modulada (A.M.); y (iii) Contenidos de radiodifusión sonora para concesiones de interés público.

La decisión adoptada sobre el asunto tuvo en cuenta los comentarios formulados por el sector y las modificaciones que fueron introducidas recientemente mediante la Resolución CRC 7811 de 2025²⁹. En concreto, conforme lo dispone el artículo 3.1.2.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016, en el Anexo 3.1. y Anexo 3.3. del Título de Anexos se encuentra la relación de los mercados relevantes de telecomunicaciones y postal, respectivamente, identificados por la CRC.

Con lo anterior, la CRC tiene como objetivo otorgarle un sentido organizacional acorde a los asuntos que integran la regulación y facilitar la consulta relacionada con el listado de mercados relevantes contenidos en la Resolución CRC 5050 de 2016. Ciertamente, esta proposición le aporta claridad a la regulación, con lo cual, además, se reconocen las modificaciones introducidas por el legislador en relación con el regulador único y convergente, bajo la óptica de una regulación por mercados y su evolución.

A su turno, en lo que respecta a la propuesta formulada por **ASOMEDIOS** de incluir los mercados mayoristas en el acápite de Anexos de la Resolución CRC 5050 de 2016, la Comisión aclara que el listado de mercados contenido en la regulación está orientado a la expedición de la regulación que le asiste a la CRC, conforme sus facultades y competencias. No obstante, el estudio y análisis de los mercados minoristas, en sede del análisis de competencia, determinará la necesidad de analizar los mercados mayoristas identificados, como resultado de las fallas de mercado o de los problemas de competencia que se puedan llegar a detectar en dicho análisis.

Finalmente, frente a los comentarios formulados por **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** sobre la compilación contenida en el proyecto de resolución, esta Comisión se permite señalar, en primera medida, que acogerá las alegaciones alegadas sobre el asunto, en el sentido de optar por una alternativa que evite la duplicidad normativa. En este sentido, con base en las observaciones presentadas, la CRC considera que la compilación propuesta podría generar que las reglas contenidas en los cuerpos normativos a los que se refiere la propuesta resulten redundantes frente a su contenido formal o sustancial.

²⁹ «Por la cual se simplifica el marco regulatorio aplicable a los servicios de comunicaciones en Colombia». Mediante el artículo 64 de la Resolución CRC 7811 de 2025, se modificó el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 40 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por lo anterior, la Comisión considera conveniente que, aunque la compilación no sea la herramienta más idónea, la normativa expedida por el MinTIC relacionada con el servicio de radiodifusión sonora — en la medida en que se articula con las funciones de este regulador— sea incorporada a la Resolución CRC 5050 de 2016 mediante la adición correspondiente. Además, si bien el proyecto regulatorio «Mercados Relevantes de Radiodifusión Sonora» tiene como objetivo general definir los mercados relevantes minoristas y mayoristas de radiodifusión sonora en función de los modelos de negocio y de la dinámica de la industria, a partir de la información disponible, y siguiendo los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, lo cierto es que, la propuesta funge como una herramienta necesaria a efectos de propender por la organización clara y simple del marco regulatorio aplicable al servicio de radiodifusión sonora.

En esa medida, la propuesta regulatoria sometida a conocimiento y discusión del sector, además de contener la revisión y definición de los mercados relevantes tanto mayoristas como minoristas del servicio de radiodifusión sonora, propende por la adición de las normas que deben integrarse al marco regulatorio por tratarse de un asunto que se encuentra bajo el marco funcional atribuido al regulador. Como se mencionó anteriormente, por mandato de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, la CRC ostenta funciones de regulación respecto de la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, entre los que se incluye de forma expresa el servicio de radiodifusión sonora. Así, dado que el servicio de radiodifusión sonora, desde el punto de vista regulatorio, no se encuentra dentro del ámbito de competencia del MinTIC, sino de esta Comisión, resulta pertinente que las normas regulatorias sobre la materia, expedidas con anterioridad a la Ley 1978 de 2019 y que continúan vigentes, se incorporen al cuerpo normativo que agrupa el conjunto de reglas aplicables al sector.

De este modo, en criterio de la Comisión, no tiene sentido que las reglas regulatorias aplicables al servicio de radiodifusión sonora, que hacen parte del ordenamiento jurídico con posterioridad de la entrada en vigor de la Ley 1978 de 2019, se encuentren dispersas en otros cuerpos normativos, pues ello podría generar, frente al sector y los sujetos regulados, afectaciones a la seguridad jurídica, así como conflictos de interpretación. Precisamente, la CRC tiene como propósito habilitar la consulta de la regulación en materia de radiodifusión sonora en un solo texto, en aras de facilitar, con posterioridad, cualquier modificación, sustitución, derogación o subrogación que considere necesaria la Comisión, por tratarse de un asunto que, como se ha mencionado en reiteradas ocasiones, está bajo su resorte funcional.

Esta misma conclusión se extiende al régimen de reportes, dado que la CRC analizará la información que presenten los agentes bajo la perspectiva de sus competencias legales, sin perjuicio de que el MinTIC analice lo que considere, en el marco de las atribuciones conferidas por el legislador. De ahí que no se encuentre duplicidad en el ejercicio funcional de las entidades, pues tal y como advierte **CARACOL TV** en su comentario, las facultades de inspección, vigilancia y control están a cargo del MinTIC por expresa disposición de la ley, mientras que las regulatorias están a cargo de esta Comisión.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 41 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por lo anterior, también es importante aclarar que la CRC no adiciona a la Resolución CRC 5050 de 2016 la totalidad de las reglas contenidas en la normativa expedida por el MinTIC, en razón a que su ámbito de aplicación está orientado a asuntos que no corresponden con las competencias de la Comisión. Entonces mal haría este regulador si decidiera agrupar en la regulación normas que no se encuentren asociadas a los aspectos que el legislador le ha atribuido por disposición de la ley.

De igual forma, la CRC se acoge a la solicitud de **ASOMEDIOS** y **CARACOL TV** de eliminar los artículos 5 y 6 del proyecto de resolución, debido a que la compilación de los formatos 8 y 9 de la Resolución MinTIC 175 de 2021 en la Resolución CRC 5050 de 2016 podría generar actualmente una duplicidad normativa que se vería reflejada en un aumento en la carga de reporte de información por parte de las emisoras. Sin embargo, en la segunda fase de este proyecto esta Comisión evaluará la pertinencia de incluir formatos relacionados con el servicio de radiodifusión sonora en el Título Reportes de información de la Resolución CRC 5050 de 2016.

4. OTROS COMENTARIOS

YURBANA RADIO destaca las limitaciones tecnológicas de las emisoras comunitarias, indicando que «muchas emisoras comunitarias aún operan con tecnología analógica o limitada» y que «las exigencias para posicionarse frente a 'servicios alternativos digitales' podrían ser difíciles de cumplir». Esto podría llevar al «cierre de emisoras que no logren migrar» a estándares tecnológicos o digitales.

RESPUESTA CRC

Frente a la observación planteada por **YURBANA RADIO**, es importante resaltar que la naturaleza del servicio de radiodifusión sonora comunitario está orientada a suplir las necesidades de comunicación de las comunidades dentro del área de servicio objeto de la concesión, lo cual le otorga un alcance territorial más restringido en comparación con otras modalidades del servicio. En consecuencia, estas emisoras presentan limitaciones técnicas y operativas en términos de cobertura, acordes con su propósito social y comunitario.

No obstante, en los últimos años las modificaciones introducidas a la normativa nacional, especialmente desde el punto de vista técnico, han permitido mejorar las condiciones para la prestación del servicio por parte de las emisoras comunitarias. A modo ilustrativo, la reciente modificación del Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora (PTNRS) en FM de la ANE, habilitó a las emisoras comunitarias para ampliar su cobertura a municipios colindantes al municipio de concesión, y autorizó mayores niveles de potencia de operación, con el fin de garantizar un cubrimiento más efectivo tanto en el municipio de origen como en los municipios colindantes que conformen su área de servicio.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 42 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por tanto, si bien existen diferencias técnicas claras entre las emisoras comunitarias y las emisoras comerciales, estas se justifican por la orientación y finalidad del servicio comunitario, sin perjuicio de los avances normativos que han buscado optimizar sus condiciones técnicas de operación.

Ahora bien, en relación con la inquietud sobre las posibles dificultades que podrían enfrentar algunas emisoras para posicionarse frente a servicios alternativos digitales, esta Comisión considera importante señalar que, tal como se expone en el documento soporte, el uso de plataformas digitales como internet no constituye un escenario de sustitución frente a la radiodifusión tradicional, sino que, por el contrario, actúa como un canal complementario en la prestación del servicio. En este sentido, la transición tecnológica hacia entornos digitales no debe interpretarse como un factor que, por sí solo, comprometa la sostenibilidad o continuidad de las emisoras, toda vez que la radiodifusión mantiene un rol predominante y diferenciado en la oferta de contenidos locales.

Documento de respuesta a comentarios- Mercados relevantes de radiodifusión sonora	Código: 2000-38-3-25	Página 43 de 43
	Revisado por: Diseño Regulatorio	Fecha de revisión:13/08/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025