



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Bogotá D.C., 30 de mayo de 2025

Señores

Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC

Ciudad

Asunto: Comentarios al proyecto regulatorio “Análisis de los mercados relevantes del servicio de radiodifusión sonora”

En atención a la propuesta regulatoria derivada del estudio “Mercados Relevantes de Radiodifusión Sonora”, publicada por la Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC para comentarios del sector, la Asociación Nacional de Medios de Comunicación – Asomeditos se permite presentar los comentarios, con su respectiva justificación, que estarán ordenados de la siguiente manera:

A. Comentarios generales al proyecto regulatorio

B. Comentario a la Resolución 5050 de 2026 – CRC

C. Comentarios específicos sobre el proyecto regulatorio

1. Comentarios al documento soporte “Mercados relevantes de radiodifusión sonora. Documento soporte. Coordinación Diseño Regulatorio. Marzo de 2025”

1.1 Mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro para la prestación del servicio de radiodifusión sonora

1.2 Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora

1.2.1 Ámbito geográfico

1.3 Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora

1.3.1 Sobre el Sistema Casi Ideal de Demanda (SCID)

1.3.2 Redefinición de los mercados relevantes por parte de la CRC

1.4 Mercado de dos lados: emisión de contenidos y espacios publicitarios en radiodifusión sonora

2. Comentarios al 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»

2.1 Sobre el artículo 1

2.2 Sobre el artículo 2



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2.3 Sobre los artículos 3 y 4

2.4 Sobre los artículos 5 y 6

A. Comentarios generales al proyecto regulatorio

ASOMEDIOS considera importante poner de presente a la CRC que su definición de mercados relevante se limita fundamentalmente al marco normativo para el otorgamiento de concesiones expedido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, esto es, su identificación de mercados relevantes es normativa y no corresponde a la realidad del consumo actual de los servicios de radiodifusión sonora en Colombia. Lo anterior por cuanto en el transcurso de los últimos diez años el consumo de la radiodifusión ha disminuido ocasionado por la convergencia tecnológica que ha propiciado la migración de la audiencia a medios digitales, plataformas OTT audiovisuales, agregadores en internet legales e ilegales y redes sociales; esta migración potenciada por el cada vez mayor acceso a Internet en Colombia (tanto en conexiones fijas como a través de celulares u otros terminales móviles) hace que la emisión de contenidos radiales que antes eran principalmente a través de radiodifundidos con cobertura o alcance local, ahora tenga un alcance y un consumo nacional.

En síntesis, 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.

En virtud de lo anteriormente expuesto, ASOMEDIOS considera que es imperativo y urgente que el Estado colombiano adapte su normativa en relación con el mercado relevante de radiodifusión sonora, la cual ya no refleja la realidad del sector en la actualidad.

Aun cuando la CRC no está facultada para regular los medios digitales, es necesario que revise y ajuste los diferentes estudios de mercados relevantes identificados en el proyecto regulatorio, teniendo en cuenta que los medios digitales son sustitutos de los servicios de radiodifusión sonora.

En este sentido, con el fin de que la normativa reconozca la realidad de la prestación y consumo de los servicios de radiodifusión sonora y televisión, la CRC debe estar facultada para regular y vigilar los medios digitales.

B. Comentario a la Resolución 5050 de 2026 – CRC



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El Capítulo I “Criterios y condiciones para determinar mercados relevantes y para la existencia de posición dominante en dichos mercados” del Título III “Mercados relevantes” de la Resolución CRC 5050 de 2016 abarca tanto el objeto como el ámbito de aplicación de la siguiente forma:

“Artículo 3.1.1.2. Ámbito de aplicación. El Capítulo 1 del Título III se aplica a los servicios de telefonía, internet, televisión y postales”.

Al respecto, se debe modificar el texto del artículo 3.1.1.2 para que incluyan a los servicios de radiodifusión sonora.

A efectos de lo anterior, ASOMEDIOS solicita que la CRC modifique el artículo 3.1.1.2 en el siguiente sentido:

“Artículo 3.1.1.2. Ámbito de aplicación. El Capítulo 1 del Título III se aplica a los servicios de telefonía, internet, televisión, postales y 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”.

C. Comentarios específicos sobre el proyecto regulatorio

1. Comentarios al documento soporte “Mercados relevantes de radiodifusión sonora. Documento soporte. Coordinación Diseño Regulatorio. Marzo de 2025”¹.

1.1 Mercados mayoristas secundarios de acceso al espectro para la prestación del servicio de radiodifusión sonora.

Como resultado de los análisis de sustituibilidad por el lado de la oferta y por el lado de la demanda así como del examen del ámbito geográfico, la CRC identifica los siguientes mercados relevantes:

- Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en A.M. con alcance municipal.
- Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en F.M. con alcance municipal.

En su análisis se refiere la CRC a un mercado primario del acceso al espectro que corresponde a los procesos de selección objetiva, licitación para el otorgamiento de concesiones para la prestación del servicio de radiodifusión sonora comercial y convocatorias públicas para la prestación del servicio de radiodifusión sonora

¹ Recuperado de: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/documento-soporte-2000-38-3-25.pdf>



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

comunitaria y comunitaria étnica². Señala la CRC que “Si bien el mercado primario de acceso al espectro abarca todos los servicios de telecomunicaciones y, por ende, no es objeto de definición específica en este documento”³.

Frente a lo anterior, ASOMEDIOS considera que debe definirse el mercado relevante primario. No es posible definir un mercado secundario sin previamente haber definido el mercado primario relacionado.

La definición del mercado primario relacionado debe partir de la clasificación en función de la gestión del servicio⁴, que atiende a los diferentes mecanismos de selección objetiva, a saber, licitaciones para emisoras comerciales y convocatorias públicas para emisoras comunitarias y de interés público.

Así las cosas, ASOMEDIOS solicita que la CRC defina el siguiente mercado relevante, y lo incluya en el correspondiente listado: *Mercado mayorista primario de acceso al espectro radioeléctrico para la concesión del servicio público de radiodifusión sonora en gestión directa o indirecta.*

Por otra parte, en cuanto al ámbito geográfico afirma la CRC en su documento soporte⁵ que “la selección de una unidad geográfica en el análisis de mercados relevantes depende, principalmente, de la posibilidad de contar con variables a esa escala que permitan tanto caracterizar el mercado geográfico, como aplicar medidas normativas. Por ejemplo, para mercados geográficos muy segmentados (a nivel de barrio, manzana, localidad etc.) puede ser complejo contar con variables del servicio y socioeconómicas. Del mismo modo, el cumplimiento de la normativa en estas fracciones territoriales (intermunicipal o regional) puede ser costoso y difícil de monitorear”.

En sentido contrario a las manifestaciones de la CRC, ASOMEDIOS considera que una unidad geográfica no se “selecciona” sino que se “identifica”, y corresponde al espacio en dónde un consumidor realiza la sustitución de un bien, producto o servicio por otro. De igual manera, la unidad geográfica tampoco depende de la aplicación de medidas normativas, debe corresponder a la realidad de cómo se consume el bien, producto o servicio. Si bien podría resultar que el ejercicio de las funciones de cumplimiento de la regulación, *law enforcement*, sea más complejo y dispendioso en un ámbito geográfico “estrecho”, lo primordial es que su identificación corresponda a la realidad de cómo se consume. Está en los gobiernos potenciar sus capacidades organizacionales y proveer

² Recuperado de: <https://www.crcm.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-25>.

³ Ibidem. Pág. 39.

⁴ Artículo 16 de la Resolución MinTIC 2614 de 2022.

⁵ Ibidem. Pág. 54.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

a sus instituciones los recursos necesarios para el ejercicio de la inspección, vigilancia y control de la regulación; más la identificación de un mercado relevante, bien en su ámbito de producto como geográfico, no puede estar sujeta a qué tan fácil, difícil, costoso o no sea el monitoreo o seguimiento de la regulación a la que estaría sujeto un mercado relevante en particular.

Bien lo señala la propia CRC al citar las disposiciones de la Resolución MinTIC 2614 de 2022 que clasifica el servicio de radiodifusión sonora según el área de servicio en las siguientes categorías: (i) de servicio zonal, (ii) de servicio zonal restringido y (iii) de servicio local restringido. *"(l)a diferenciación entre estas categorías radica en los parámetros técnicos esenciales autorizados para la operación de las estaciones y los cuales se encuentran establecidos en los Planes Técnicos Nacionales de Radiodifusión Sonora. Sin embargo, para las emisoras comerciales, únicamente aplica la clasificación de servicio zonal, las cuales cubren áreas que incluyen varios municipios o distritos, dentro de esta clasificación se encuentran emisoras en A.M. y F.M., tanto comerciales como de interés público"*. En efecto, la realidad del consumo del servicio de radiodifusión sonora comercial, en lo que se refiere al ámbito geográfico propiamente dicho, corresponde al servicio zonal.

En razón a los argumentos expuestos ASOMEDIOS solicita que la CRC reconozca la realidad de la prestación, pero sobre del consumo del servicio y que el ámbito geográfico sea de carácter zonal.

Por último, ASOMEDIOS solicita que la CRC precise que el alcance a nivel del producto de los mercados relevantes identificados es para las concesiones de emisoras comerciales.

Así, los mercados relevantes mayoristas deben estar definidos de la siguiente manera:

- 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.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.2 Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora

1.2.1 Ámbito geográfico:

De manera análoga al caso de los mercados relevantes mayoristas secundarios de acceso al espectro para la prestación del servicio de radiodifusión sonora, la CRC nuevamente indicó que *“La selección de una unidad geográfica en el análisis de mercados relevantes depende, principalmente, de la posibilidad de contar con variables a esa escala que permitan tanto caracterizar el mercado geográfico, como aplicar medidas regulatorias”*⁶.

En este punto, ASOMEDIOS reitera los comentarios expresados en la sección 1.1. En sentido contrario a las manifestaciones de la CRC, ASOMEDIOS considera que una unidad geográfica no se “selecciona” sino que se “identifica”, corresponde al espacio en dónde un consumidor realiza la sustitución de un bien, producto o servicio por otro.

Una vez más la CRC alude al artículo 18 de la Resolución MinTIC 2614 de 2022 que clasifica a las emisoras en función del área de servicio asociada a la concesión: zonal, zonal restringido y local restringido. En efecto, 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.

En otro orden de ideas, en cuanto a la relación entre la definición de un mercado relevante y la eventual *aplicación de medidas regulatorias* el ejercicio económico es primordial y fundamental, no de otra forma podría serlo, es que su identificación corresponda a la realidad de cómo se consume un bien, servicio o producto.

Reside en las instituciones, en este caso, MinTIC, ANE y CRC potenciar sus capacidades organizacionales y contar con los recursos necesarios para el ejercicio de la inspección, vigilancia y control de la regulación, en lo que a cada una corresponda, *contrario sensu* la identificación un mercado relevante, bien en su ámbito de producto como geográfico, no puede estar sujeta al monitoreo o seguimiento de la regulación a la que estarían sujetas eventuales medidas regulatorias a ser aplicadas.

En razón a los argumentos expuestos ASOMEDIOS solicita que la CRC reconozca la realidad de la prestación, pero, sobre todo, del consumo del servicio y que el ámbito geográfico sea de carácter zonal.

En síntesis, los mercados minoristas de emisión de contenidos deben estar definidos de la siguiente manera:

⁶ Ibidem. Pág. 107.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 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.

1.3 Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora:

En cuanto al eslabón de la cadena de valor correspondiente a los espacios publicitarios, la CRC concluye su análisis de sustitución por el lado de la oferta y de la demanda con la identificación de los siguientes mercados relevantes:

- Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. con alcance municipal.
- Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M. con alcance municipal.

1.3.1 Sobre el Sistema Casi Ideal de Demanda (SCID):

Desde el punto de vista econométrico, el análisis de la sustituibilidad de la demanda se sustentó en el Sistema Casi Ideal de Demanda. Señala la CRC que realizó las estimaciones de estas elasticidades precio propio y precio cruzado por medio de la aplicación de la metodología denominada Sistema Casi Ideal de Demanda (*Almost Ideal Demand System, AIDS*) en la cual se utilizan las participaciones dentro de la inversión en pauta publicitaria y los precios de la pauta para encontrar las elasticidades mencionadas⁷.

El empleo del SCID conduce a que la CRC concluya⁸: **(i)** la pauta publicitaria de radio es complementaria de la pauta publicitaria en televisión nacional, **(ii)** las pautas publicitarias en radio y televisión por suscripción y las pautas en televisión nacional y televisión por suscripción son complementarias, **(iii)** las pautas publicitarias en radio, televisión nacional y televisión por suscripción son inelásticas y **(iv)** la pauta publicitaria en radio es un mercado en sí mismo, toda vez que, dada la demanda inelástica que se ha estimado en los ejercicios con los medios tradicionales y con la inclusión de los espacios publicitarios en internet, cualquier incremento no transitorio, pero significativo en el nivel de precios sería rentable para un monopolista hipotético.

La regulación de la CRC considera que es el Test del Monopolista Hipotético (TMH) la prueba econométrica para identificar un mercado relevante:

⁷ Ibidem. Pág. 116.

⁸ Ibidem. Págs. 116 y 117.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

“Prueba que se realiza para determinar el grado de sustitución de oferta y demanda, y por lo tanto la extensión del mercado y consiste en examinar lo que sucede si se aumenta en una pequeña proporción pero de forma significativa, y de manera permanente, el precio de un servicio determinado, suponiendo que los precios de los otros servicios se mantienen constantes”.⁹

La prueba del monopolista hipotético más comúnmente usada es la de la pérdida crítica.

El análisis de la pérdida crítica emplea dos conceptos que se comparan entre sí para determinar si un mercado es relevante o no. Estos son la pérdida crítica y la pérdida efectiva. 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. La definición de mercado relevante compara los porcentajes de la pérdida crítica versus los porcentajes de la pérdida efectiva.

La pérdida crítica (PC) se estima como:

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

Donde:

$$X = \frac{\Delta p}{p}$$

Incremento en precios, generalmente del 5% o 10% que el monopolista hipotético realiza.

$$m = \frac{p - CMg}{p}$$

m = es el margen del exceso del precio, p, sobre los costos marginales, CMg, de proveer el servicio, el cual es igual al inverso de la elasticidad precio de la demanda que enfrentaría el monopolista hipotético.

El precio, p, es el precio prevaleciente en la industria.

Pérdida efectiva o proyectada (PE):

$$PR = X [\epsilon_{x,p_x} - \epsilon_{x,p_y}]$$

Donde:

$$X = \frac{\Delta p}{p}$$

⁹ Título I. Resolución CRC 5050 de 2016. Recuperado de: https://normograma.info/crc/docs/resolucion_crc_5050_2016.htm



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

es el incremento en precios, generalmente del 5% o 10% que el monopolista hipotético realiza.

ε_{z,p_z} , es la elasticidad precio-propia del producto Z.

ε_{z,p_y} , es la elasticidad cruzada del producto Z respecto a sustitutos y.

La elasticidad precio-propia y cruzada se calculan con una ecuación de la demanda:
 $\ln(Z) = \alpha + \varepsilon_{z,p_z} \ln(P_z) + \varepsilon_{z,p_y} \ln(P_y) + \epsilon$

El incremento en precios de un monopolista hipotético se vuelve no rentable si la pérdida efectiva es mayor a la pérdida crítica, $PE > PC$. En ese caso, el mercado bajo estudio se encuentra definido de manera estrecha y por lo tanto deben agregarse los productos o servicios sustitutos. Agregando estos, se vuelve a realizar el cálculo.

El mercado relevante se encuentra cuando la pérdida efectiva es inferior a la pérdida crítica, $PE < PC$. En este caso, es rentable para el monopolista hipotético aumentar sus precios, por ejemplo, en un 10%.

No obstante lo anterior, la CRC no realiza el TMH y tampoco indica las razones por las cuales no se realiza dicha prueba y en su lugar, la sustituye por el SCID; por ejemplo, la CRC no indica que no disponía de la información para llevar a cabo el TMH, costos marginales para la estimación de la pérdida crítica, precios, etc.

El SCID es un modelo de selección continua de estimación de la demanda, v.gr. modelo de Rotterdam¹⁰, entre otros. Davis y Garcés¹¹ indican que las elasticidades de la demanda son fundamentales para el TMH para la definición de mercado, pero nunca indican que el SCID sustituye al TMH. En efecto,

*“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*

¹⁰ Barnett, William, Seck, Ousmane. Rotterdam model versus Almost Ideal Demand System: will the best specification please stand up? Journal of Applied Econometrics. 23: 795-824 (2008).

¹¹ Davis, Peter; Garcés, Eliana. Quantitative techniques for competition and antitrust analysis. Princeton University Press, 2009.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

revenues depend on the preferences of consumers and so necessarily demand is a fundamental element in shaping market outcomes.” (NFT).

Incluso, Deaton y Muellbauer no hacen alusión al SCID como un sustituto del TMH¹². Los autores concluyen que:

“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”.

Así pues, la CRC no demuestra que el SCID sustituye al TMH ni presenta evidencia internacional de referencia sobre la utilización del primero para determinar mercados relevantes, literatura económica, aplicación por parte de otros reguladores, casos de protección de la competencia (antimonopolio), entre otros. Incluso en sus versiones *Quadratic Almost Ideal Mixed Demand System (QAIMDS)*¹³ y *Linearized Almost Ideal Demand System (LAIDS)*¹⁴ tampoco hay evidencia de su utilización en remplazo del TMH.

Houška y Bil¹⁵ investigan la existencia de un mercado relevante de productos más específico que la cerveza. Utilizan el modelo *Linear Approximate Almost Ideal Demand System (LAAIDS)* de presupuesto multinivel para estimar las elasticidades de la demanda de las principales marcas de cerveza y de segmentos de cerveza seleccionados a partir de datos de escáner de EE.UU. Posteriormente, realizan el análisis de pérdida crítica para investigar si los segmentos propuestos constituyen mercados relevantes independientes. Incluso Houška y Bil utilizan las dos versiones del análisis de pérdida crítica, *break-even critical loss analysis* y *profit-maximizing critical loss analysis*.

En aras de la discusión, Gürkaynak y Kalkan¹⁶ en su investigación sobre si los diferentes segmentos de productos cerveceros pueden constituir un mercado de productos relevante separado en el marco del derecho de la competencia, aunque no utilizan el AIDS sino un modelo de demanda logit anidado, también estiman el TMH para lo cual

¹² Deaton, Angus; Muellbauer, John. An almost ideal demand system. *The American Economic Review*, 1980, vol. 70, no 3, p. 312-326.

¹³ Wong, K. K. Gary, Park, Hoan-jae. “The Use of Conditional Cost Functions to Generate Estimable Mixed Demand Systems Purchased.” *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 89, Issue 2, May 2007, pp. 273–286.

¹⁴ Buse, Adolf. “Evaluating the Linearized Almost Ideal Demand System.” *American Journal of Agricultural Economics*, vol. 76, no. 4, 1994, pp. 781–93.

¹⁵ Houška, Tomáš, Bil, Jaroslav. “Definition of relevant market in beer industry: Application of LA-AIDS model”. *Proceedings of 30th International Conference Mathematical Methods in Economics*.

Recuperado de: http://mme2012.opf.slu.cz/proceedings/pdf/055_Houska.pdf

¹⁶ 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, no. 2, 2017, pp. 328–345.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

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%.

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

1.3.2 Redefinición de los mercados relevantes por parte de la CRC:

Tal como se explicó en el numeral anterior, ASOMEDIOS considera que el mercado relevante de espacios publicitarios no se circunscribe únicamente al servicio de radiodifusión sonora, es más amplio y debe considerar los servicios de audio y audiovisuales y en una definición más amplia que tome en cuenta la sustitución de la pauta en televisión nacional, TV regional, TV local, radiodifusión sonora, medios digitales, etc.

Las proyecciones del estudio “Comportamiento de la Inversión Publicitaria Neta -IPN y perspectivas para el futuro” (ASOMEDIOS) de la pauta publicitaria demuestran que a 2029, primero, se mantiene el mix (*bundling*) de medios, al que incluso la misma CRC había considerado en el análisis de los mercados de televisión¹⁷:

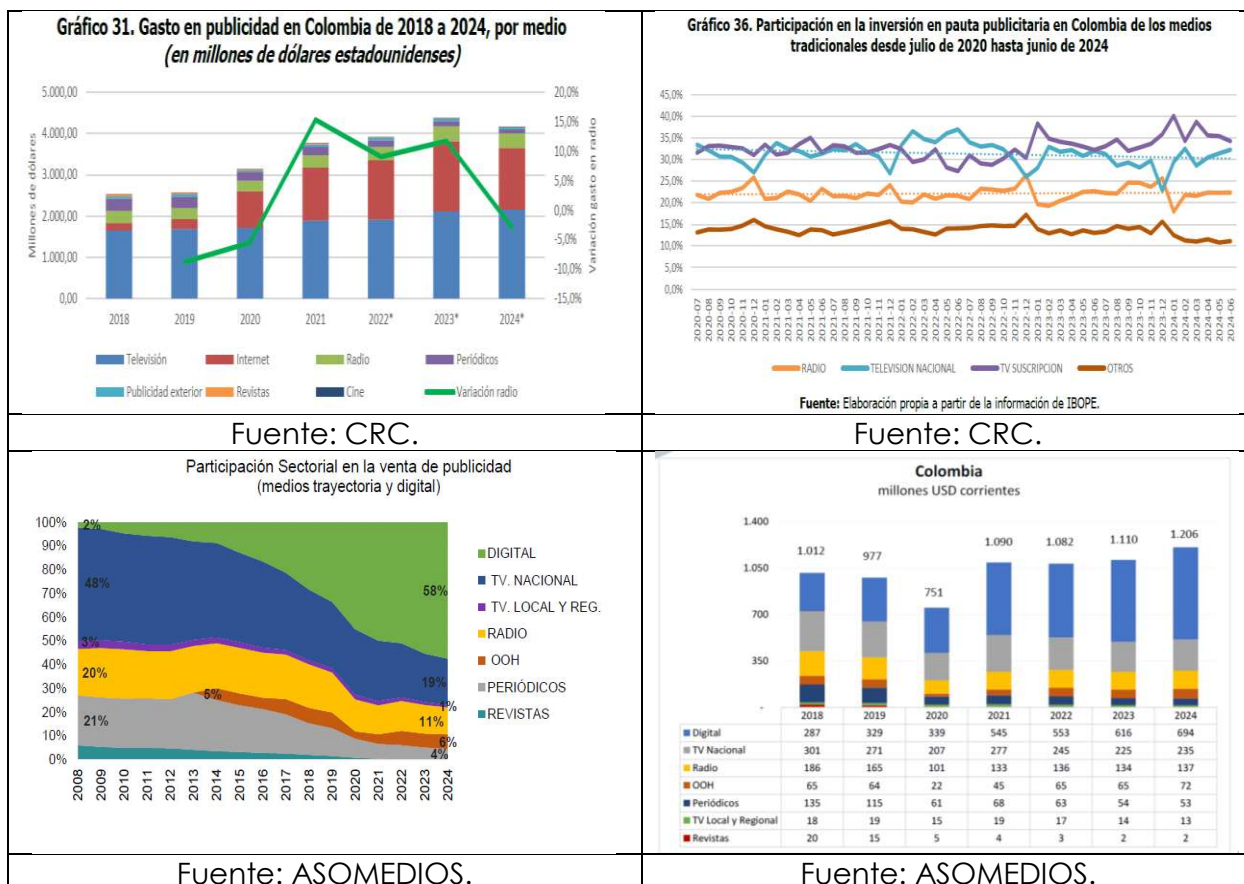


¹⁷ Análisis de los mercados de televisión fase I – Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión. Documento de Estudio, diciembre 2023. Recuperado de: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-9/Propuestas/documento-estudio-mercados-tv-2000-38-3-9.pdf>



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Segundo, la participación sectorial de digital en la venta de publicidad oscila entre el 75% y el 78%.



En aras de los argumentos esgrimidos en las secciones 1.3.1 y 1.3.2 ASOMEDIOS solicita que se defina el “mercado de espacios publicitarios para servicios de audio y audiovisuales”.

1.4 Mercado de dos lados: emisión de contenidos y espacios publicitarios en radiodifusión sonora.

En comprobación de los tres criterios establecidos para que los mercados sean catalogados como mercados de dos lados, la CRC consideró la existencia de los relacionados a continuación:



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

I. Mercado de dos lados de contenidos y espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. de alcance municipal, el cual está compuesto por el:

- a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M., y el
- b) Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M.

II. Mercado de dos lados de contenidos y espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M. de alcance municipal, el cual está compuesto por el:

- a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M., y el
- b) Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M.

Retomando los comentarios presentados por ASOMEDIOS, se solicita que la CRC realice la definición de los siguientes mercados relevantes:

I. Mercado de dos lados, el cual está compuesto por el:

- a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. de alcance zonal y el
- b) Mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.

II. Mercado de dos lados, el cual está compuesto por el:

- a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M., de alcance zonal y el
- b) Mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.

2. Comentarios al 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»¹⁸.

2.1 Sobre el artículo 1:

Tiene como fin modificar el Anexo 3.1 del Título ANEXOS TÍTULO III de la Resolución CRC 5050 de 2016.

¹⁸ Recuperado de: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/proyecto-resolucion-2000-38-3-25.pdf>



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Frente a lo anterior, ASOMEDIOS destaca que la CRC no propone ninguna modificación al citado Anexo 3.1 en lo que específicamente se refiere a los servicios de radiodifusión sonora. Pero observa que elimina el punto 2.5 de televisión.

En todo caso, dado que se adiciona el Anexo 3.5 con el listado de los mercados relevantes minoristas y mayoristas, ASOMEDIOS considera que no se hace necesario que la CRC realice modificación alguna, razón por la cual solicita que se elimine el artículo 1 del proyecto de resolución objeto de comentarios.

2.2 Sobre el artículo 2:

Este artículo adiciona el Anexo 3.5 “Lista de mercados relevantes de servicios radiodifundidos” al Título «ANEXOS TÍTULO III» de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Respecto a la propuesta regulatoria, se debe acotar que la CRC no incluyó los siguientes mercados relevantes secundarios, que ella misma identificó:

- Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en A.M. con alcance municipal.
- Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en F.M. con alcance municipal.

De forma complementaria, la CRC no incluye los siguientes mercados relevantes mayoristas a su listado:

- Mercado mayorista de derechos de autor y derechos conexos para la emisión radiofónica de canciones con alcance nacional.
- Mercado mayorista de derechos autor y conexos para la emisión de segmentos y programas con alcance nacional.
- Mercado mayorista de licencias de transmisión de eventos con alcance nacional.

Incluir el mercado relevante mayorista primario, acorde con lo indicado anteriormente en la presente comunicación.

A efectos de lo anterior, ASOMEDIOS solicita que el Anexo 3.5 quede de la siguiente manera:

ANEXO 3.5. LISTA DE MERCADOS RELEVANTES DE SERVICIOS RADIODIFUNDIDOS.

1. Mercados minoristas definidos con alcance zonal.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.1 Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M.

1.2 Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M.

1.3 Mercado de emisión de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones de interés público en F.M.

2. Mercados minoristas definidos con alcance zonal.

2.1 Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. con alcance zonal.

2.2 Mercado de espacios publicitarios de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M. con alcance zonal.

3. Mercado mayorista primario de acceso al espectro radioeléctrico para la concesión del servicio público de radiodifusión sonora en gestión directa o indirecta.

4. Mercados mayoristas secundarios con alcance zonal.

4.1 Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en A.M. para concesiones comerciales con alcance zonal.

4.2 Mercado mayorista secundario de acceso al espectro en F.M. para concesiones comerciales con alcance zonal.

5. Mercados mayoristas con alcance nacional.

5.1 Mercado mayorista de derechos de autor y derechos conexos para la emisión radiofónica de canciones con alcance nacional.

5.2 Mercado mayorista de derechos autor y conexos para la emisión de segmentos y programas con alcance nacional.

5.3 Mercado mayorista de licencias de transmisión de eventos con alcance nacional.

6. Mercados minoristas de dos lados.

6.1 Mercado de dos lados, el cual está compuesto por el:

a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales y comunitarias en F.M. de alcance zonal y el

b) Mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

6.2 Mercado de dos lados, el cual está compuesto por el:

- a) Mercado de contenidos de radiodifusión sonora para concesiones comerciales en A.M., de alcance zonal y el
- b) Mercado de espacios publicitarios para servicios audiovisuales.

2.3 Sobre los artículos 3 y 4:

El artículo 3 compila en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, las definiciones de parámetros técnicos esenciales, parámetros técnicos no esenciales, cadena radial y estaciones de radiodifusión sonora de operación itinerante, en tanto que el artículo 4 adiciona el Título XVIII Servicio Público de Radiodifusión Sonora" a la Resolución CRC 5050 de 2016 incorporando para ello las disposiciones normativas de la Resolución MinTIC 2614 de 2022.

Sobre las dos disposiciones regulatorias anteriores, ASOMEDIOS manifiesta que tales compilaciones no tienen ninguna relación con el objetivo del proyecto regulatorio, el cual según lo señalado en el documento "Mercados relevantes de radiodifusión sonora. Documento de Formulación de Estudio. Agosto, 2024."¹⁹ tiene por 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".

En todo caso, la compilación normativa se torna innecesaria toda vez que cualquier modificación, sustitución, derogación o subrogación que llegare a realizar el MinTIC a la Resolución 2614 de 2022 automáticamente debe ser incorporada a la regulación.

Por otra parte, se debe dar prelación al principio de coordinación administrativa establecido en el artículo 209 de la Constitución Política "(l)as autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del Estado", así que cualquier modificación por parte del Ministerio de su Resolución 2614 de 2022 debe ser previamente consultada con la CRC para obtener retroalimentación desde el punto de vista del regulador.

En conclusión, ASOMEDIOS solicita que la CRC elimine los artículos 3 y 4 del proyecto de resolución en comento.

2.4 Sobre los artículos 5 y 6:

¹⁹ Recuperado de:

https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/doc_formulacion_mercados_relevantes_radiodifusion_sonora.pdf



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El artículo 5 compila en el Título «Reportes de Información», Capítulo 2 «Reportes de Información de Servicios de Telecomunicaciones», Sección 1 «Mercados» de la Resolución CRC 5050 de 2016, el formato 9 de la Resolución MinTIC 175 de 2021; y, a su vez, el artículo 6 tiene como propósito compilar en el Título «Reportes de Información», Capítulo 2 «Reportes de Información de Servicios de Telecomunicaciones», Sección 5 «Otros» de la Resolución CRC 5050 de 2016, el formato 8 de la Resolución MinTIC 175 de 2021.

Frente a estos dos artículos, nuevamente es pertinente resaltar que tales compilaciones no tienen ninguna relación con el objetivo del proyecto regulatorio, el cual según lo señalado en el documento “Mercados relevantes de radiodifusión sonora. Documento de Formulación de Estudio. Agosto, 2024.”²⁰ tiene por objetivo general “(d)efinir 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”.

Por otra parte, al comparar los formatos propuestos T.1.10 y T.5.9 con el contenido de los formatos de la Resolución MinTIC 175 de 2021 se evidencia que son exactamente iguales en cuanto a periodicidad de reporte (anual), estructura, campos y su correspondiente definición.

En este orden de ideas, reiteramos que duplicar los formatos va en contravía del principio de coordinación administrativa establecido en el artículo 209 de la Constitución Política, ya mencionado en el numeral 2.3 de este. Así las cosas, ASOMEDIOS se permite recordar que la CRC puede tener acceso a la consulta de la información reportada a ColombiaTIC en concomitancia con lo indicado en el artículo 11 de la Resolución MinTIC 3484 de 2012 “Por la cual se crea el Sistema de Información Integral del Sector de TIC - Colombia TIC y se dictan otras disposiciones”, modificado por el artículo 7 de la Resolución MinTIC 175 de 2021:

*“Artículo 11. Utilización del sistema Colombia TIC por las entidades administrativas del sector. **El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberá promover que las entidades adscritas al Sector usen la información disponible en el Sistema Colombia TIC para el ejercicio de sus funciones.***

²⁰ Recuperado de: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/doc_formulacion_mercados_relevantes_radiodifusion_sonora.pdf
https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-25/Propuestas/doc_formulacion_mercados_relevantes_radiodifusion_sonora.pdf



ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La información contenida en el Sistema Colombia TIC, reglamentado por la presente resolución, es una de las fuentes oficiales del Sector **e insumo para el ejercicio de las funciones legales** del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Agencia Nacional del Espectro, el Fondo Único de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la **Comisión de Regulación de Comunicaciones** y la Superintendencia de Industria y Comercio, en lo que al Sector TIC se refiere". (NFT).

Finalmente, se resalta que duplicar los formatos implica una doble carga de reporte de información para los concesionarios del servicio de radiodifusión sonora comercial y en consecuencia un doble riesgo de incumplimiento por reporte de información, ya que el artículo 19 de la Ley 1341 de 2009 otorga la facultad a la CRC para definir reportes de información y velar por su cumplimiento:

"Requerir para el cumplimiento de sus funciones información amplia, exacta, veraz y oportuna a los proveedores de redes y servicios de comunicaciones, de televisión abierta radiodifundida y de radiodifusión sonora. Aquellos que no proporcionen la información que mediante requerimientos específicos efectúa la CRC, o que la misma no cumpla con las condiciones de calidad definidas por la CRC, podrán ser sujetos de imposición de multas diarias por parte de la CRC hasta por 250 salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha de la ocurrencia de los hechos, por cada día en que incurran en esta conducta, según la gravedad de la falta y la reincidencia en su comisión".

En síntesis, ASOMEDIOS solicita que el regulador elimine los artículos 5 y 6 del proyecto de resolución puesto a consideración sectorial por parte de la CRC.

Cordialmente,

TULIO ANGEL ARBELAEZ

Presidente

Asociación Nacional de Medios de Comunicación