



Bogotá D.C., 8 de septiembre de 2025.

Ingeniera
CLAUDIA XIMENA BUSTAMANTE OSORIO
Directora Ejecutiva
Comisión de Regulación de Comunicaciones – CRC
Calle 59 A bis No. 5- 53
Ciudad.

Asunto: Comentarios al documento *“Análisis de los Mercados de Televisión Fase II – Análisis de Competencia: Mercado de dos lados Pauta-Contenido”*.

Respetada Ingeniera Bustamante,

De conformidad con el plazo concedido por su entidad para la remisión de comentarios al proyecto regulatorio del asunto, desde Colombia Móvil S.A. ESP y UNE EPM Telecomunicaciones S.A. (en adelante TIGO) nos permitimos presentar para su consideración nuestros comentarios.

Para empezar, celebramos la disposición de la Comisión de incluir un análisis del impacto de los servicios que ofrecen las plataformas OTT, contrastado con los diferentes servicios de telecomunicaciones, en este caso la televisión abierta. Consideramos positivo que se aborde, aunque sea de forma preliminar, este servicio, en la medida en que los estudios que periódicamente publica la Comisión bajo el título *“El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia”* a la fecha no ha incorporado este tipo de análisis, información que sin duda será muy valiosa en futuras ediciones.

Ahora bien, entendemos que el mercado objeto de análisis en este documento no corresponde a aquellos en los que TIGO presta directamente sus servicios. No obstante, nos llama la atención que el estudio examine el dinamismo de las plataformas OTT de contenidos audiovisuales gratuitas y sus modelos de negocio, así como la relación que estos guardan con el servicio de internet, mercado en el cual sí participamos.

Dentro de este análisis, se señala que, si bien los servicios ofrecidos por las plataformas OTT actualmente no compiten de manera directa con la televisión abierta nacional operada por canales privados, en el mediano plazo podrían ejercer presiones competitivas sobre dicho mercado.

Una de las principales características de la televisión abierta radica tanto en la forma como se transmite la señal (a través de medios no guiados) como en su modelo de generación de ingresos, basado principalmente en la pauta publicitaria.



La Comisión presenta como servicios emergentes con potencial para incidir en la dinámica competitiva en este modelo de prestación de servicios, a los canales FAST¹ y las plataformas AVOD². Estos modelos se fundamentan en que el usuario no requiere realizar un pago o suscripción para acceder al contenido, lo cual los asemeja al esquema de la TV abierta, ya que el financiamiento proviene de la publicidad insertada en el contenido de video. De esta manera, se combina contenido gratuito para el usuario con ingresos por pauta para el prestador, situación que puede observarse en plataformas como YouTube.

Dentro de este análisis la Comisión señala que estos servicios OTT son percibidos como complementarios a los servicios de televisión abierta debido a la existencia de barreras estructurales como se señala a continuación:

*“Actualmente, estos servicios (AVOD y FAST) son percibidos como complementarios a la televisión abierta, debido a la existencia de barreras estructurales que limitan su alcance, siendo la más relevante **el acceso al internet**, especialmente en zonas rurales y alejadas del país, y a la diferencia existente en su oferta de contenidos.” (NSFT)*

No obstante, resulta llamativo que el análisis se concentre únicamente en la modalidad de acceso al contenido y en la forma en que las empresas captan ingresos, omitiendo la diferencia en la forma de transmisión de la señal. En efecto, mientras los operadores de televisión abierta deben asumir contraprestaciones por el uso del espectro radioeléctrico, es decir, pagan por el canal de transporte de datos, las plataformas OTT no reconocen ningún pago por el uso del medio de transmisión, que en este caso es el acceso a internet.

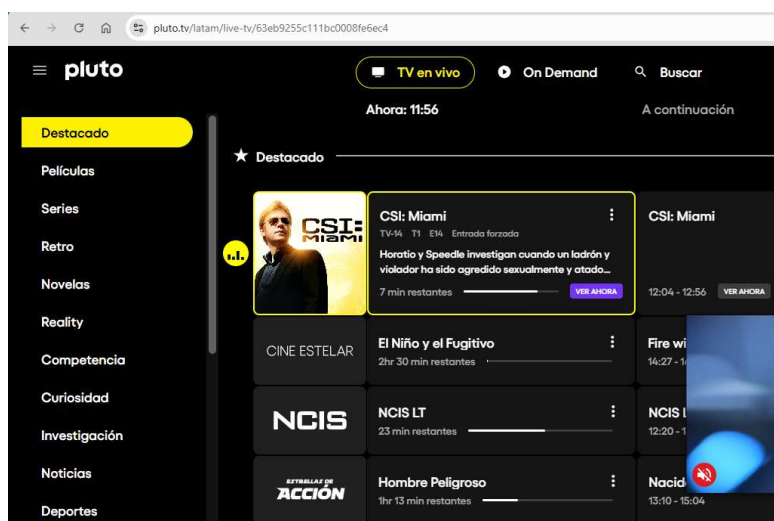
Esta situación genera una asimetría competitiva: los operadores de TV abierta enfrentan una estructura de costos significativamente más alta que la de los prestadores de servicios OTT, mientras que los proveedores de internet terminan subsidiando, de manera indirecta, un modelo de negocio en el cual no participan. Además, mientras los operadores nacionales asumen obligaciones regulatorias y fiscales, las plataformas OTT no contribuyen de manera equivalente, a pesar de captar ingresos significativos tanto por suscripciones como por pauta publicitaria.

Adicionalmente, la oferta de contenidos de un proveedor OTT suele ser mucho más amplia que la disponible a través de la señal TDT, llegando incluso a equipararse con la de los proveedores de televisión por suscripción (véase Figura 1). Esta amplitud de oferta refuerza el carácter sustitutivo que estas plataformas pueden tener frente a servicios tradicionales de televisión abierta y cerrada.

¹ FAST (Free Ad-supported Streaming TV).

² AVOD (Ad-supported Video On Demand).

Figura 1. Ejemplo de contenido de servicios AVOD.



Fuente. Pluto TV.

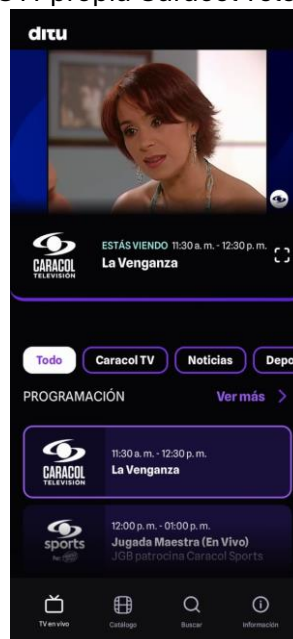
Por otra parte, además de la señal radiodifundida, los concesionarios de TV abierta han incursionado en la industria de contenidos mediante plataformas OTT propias, como es el caso del Canal RCN o Caracol Televisión con su aplicación/servicio OTT (véase Figura 2a y 2b), distribuyen contenido mediante sus páginas WEB, además de distribuirlo a través de OTTs de terceros como YouTube (véase Figura 2c), tráfico que se cursa sobre redes de Internet provistas por los PRST.

Figura 2. Operadores de TV abierta – distribución de contenido a través de OTTs.

a) OTT propia Canal RCN



b) OTT propia Caracol Televisión



c) Caracol Televisión con contenido a través de Youtube.



Fuente. Propia / Youtube.

Esta situación se vuelve particularmente crítica donde, por ejemplo, en eventos de alta audiencia como partidos de la selección Colombia de fútbol se ha presentado saturación de las redes de telecomunicaciones ante la demanda de tráfico, efecto que tienen que asumir los operadores en inversiones adicionales para garantizar la calidad según lo establecido en la regulación respectiva. Este sobre costo, es solo asumido por el operador sin que haya una redistribución de los costos generados entre los otros agentes de la cadena de valor.

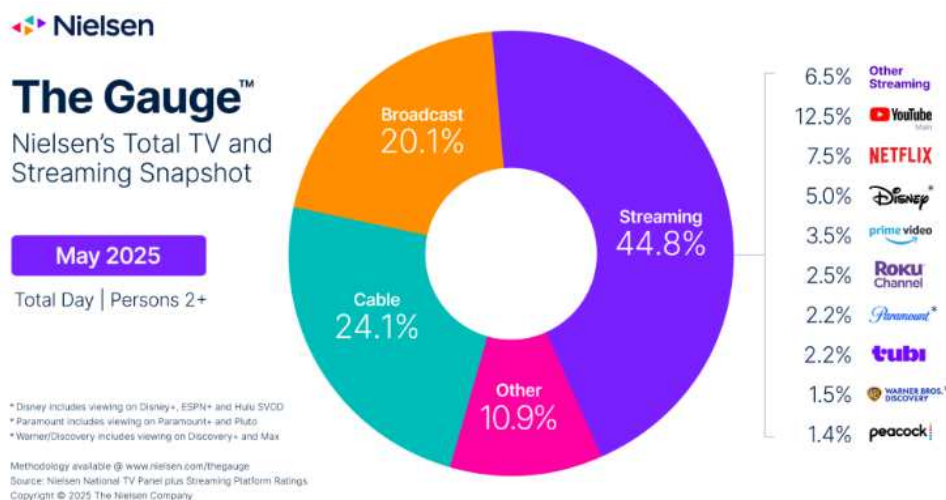
Asimismo, el mercado de contenidos se ha venido modificando, por ejemplo: se han concretado alianzas con plataformas OTT para la distribución de contenido propio. Un ejemplo destacado es el acuerdo entre Caracol Televisión y Netflix, mediante el cual ambas compañías anunciaron la extensión de su licenciamiento exclusivo para el desarrollo de al menos nueve nuevas superseries en los próximos 3 años³. Dichos acuerdos, está modificando la composición del mercado de contenidos, situación que debería ser analizada detalladamente por la CRC dentro de los estudios de competencia que adelante al respecto.

Estas dinámicas de transmisión de contenido a través de Internet, que inicialmente beneficiaban principalmente a las OTT, ahora están siendo capitalizadas por los operadores de TV abierta que han decidido incursionar en este modelo. Este fenómeno refleja una tendencia mundial en la que

³ <https://www.caracoltvcorporativo.com/comunicados-corporativos/caracol-television-y-netflix-anuncian-desarrollo-de-nuevas-superseries>

el consumo de video migra de la televisión tradicional hacia servicios de streaming, tanto bajo esquemas de suscripción paga (SVOD⁴) como financiados por publicidad (AVOD/FAST). En 2025, por ejemplo, el streaming superó por primera vez la combinación de “televisión abierta + televisión por suscripción” en la cuota de consumo de video en EE. UU⁵ (véase Figura 3).

Figura 3. El video Streaming supera la TV tradicional.



Fuente. Ibid.

Esta evolución del mercado impacta directamente a los PRST, que deben invertir constantemente en la ampliación de capacidad de sus redes, invertir en licencias de espectro para mantener niveles crecientes de tráfico, sin recibir compensación directa por parte de las OTT o de los operadores de TV abierta que ahora utilizan estos canales digitales.

Por lo anterior, es importante que la CRC inicie la evaluación del impacto del modelo de prestación de servicios de las plataformas OTT, incluso más allá de sus efectos en el mercado de televisión abierta, pues estos podrían incluso extenderse al mercado de televisión cerrada (por suscripción). En particular, se observa que la publicidad digital captada por plataformas globales está desplazando progresivamente la inversión publicitaria que antes se destinaba a operadores nacionales de televisión, afectando su sostenibilidad.

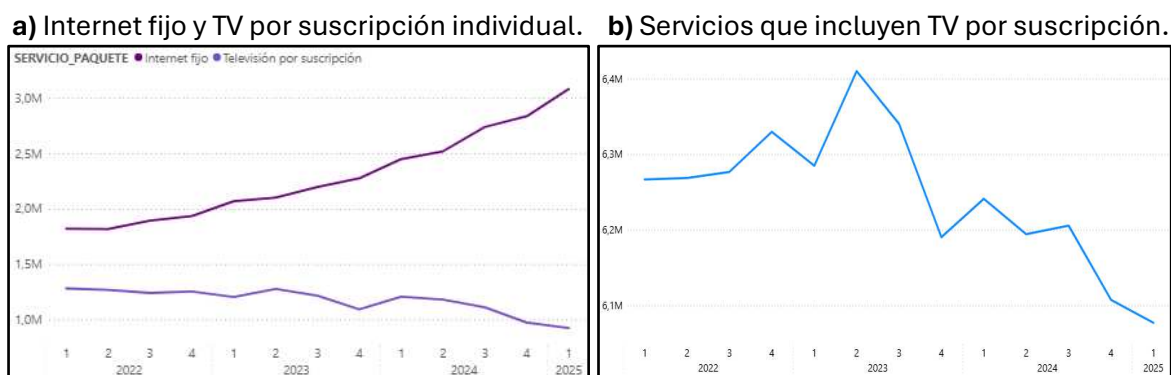
En efecto, de acuerdo con las cifras reportadas por la Comisión para los servicios empaquetados, el número de líneas de internet fijo muestra una tendencia de crecimiento sostenido en los últimos tres años, mientras que el servicio de televisión por suscripción presenta una tendencia decreciente en el mismo periodo (gráfica 1a).

⁴ SVOD (Subscription Video on Demand).

⁵ <https://www.nielsen.com/es/news-center/2025/streaming-reaches-historic-tv-milestone-eclipses-combined-broadcast-and-cable-viewing-for-first-time/>

En la misma línea, se observa que al agregar todos los servicios relacionados con televisión por suscripción (Duo Play 2, Duo Play 3, Triple Play y TV por suscripción), la cantidad total de líneas presenta una tendencia decreciente (gráfica 1b).

Gráfica 1. Servicios empaquetados fijos.



Fuente: Servicios Empaquetados -Postdata -CRC.

De lo anterior se concluye que el servicio de televisión por suscripción muestra una caída sostenida en términos generales, tanto en su oferta individual como en las modalidades empaquetadas. Esta situación refleja un cambio en los hábitos de consumo de los usuarios, quienes parecen estar migrando del servicio de televisión tradicional hacia alternativas de video en internet.

En este sentido, respetuosamente solicitamos a la Comisión profundizar en el análisis del impacto que generan las plataformas OTT, teniendo en cuenta que estas se benefician de manera significativa de la infraestructura de internet, pero no contribuyen a su financiamiento. En mercados de doble cara, donde proveedores de contenido y operadores de red mantienen una dependencia mutua, existe una justificación sólida para que los actores OTT compartan los costos de infraestructura, garantizando así condiciones más equitativas y sostenibles para todo el ecosistema. Este debate no es exclusivo de Colombia: en la Unión Europea y en Corea del Sur se ha avanzado en la discusión de mecanismos de “fair share” que buscan que los grandes generadores de tráfico contribuyan al sostenimiento de las redes.

Aunado a lo anterior, es necesario evaluar la sustituibilidad de los servicios de televisión tradicional por servicios de video por internet y entrar a regular a estas plataformas, ya que como quedo reflejado en el estudio *“El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia”* versión 2023, se observa un efecto relacionado con el cambio de tendencia en el número de suscriptores de televisión paga y el creciente uso de los servicios audiovisuales ofrecidos por las OTTs. Al respecto, **Brasil han avanzado en la discusión sobre el tema y además de haber declarado los servicios de video por streaming como servicio sustituto de la TV paga, es pionera en eliminar las asimetrías regulatorias entre estas**, donde el 22 de



agosto de 2025 ANATEL suspendió cautelarmente las obligaciones regulatorias aplicables a la TV por suscripción⁶.

Finalmente, confiamos en que nuestros comentarios sean analizados y considerados en los proyectos normativos y los análisis que realiza la Comisión sobre el rol de los servicios OTT para fortalecer el ecosistema digital, que, entre otras cosas, debe ganar dinamismo y flexibilidad para afrontar la rapidez en los avances tecnológicos. En la medida en que Colombia busca cerrar la brecha digital y garantizar la sostenibilidad de la inversión en redes, resulta imprescindible que todos los actores que se benefician de esta infraestructura contribuyan de manera proporcional a su financiamiento.

Cordial saludo,

VIAFIRMA COLOMBIA - 9014654196
Firma con certificado digital de Ana Marina Jiménez
NJW3-FOAG-OF1O-TB9N-0175-7355-7492-07

08/09/2025 13:22:29 COT -05



ANA MARINA JIMÉNEZ POSADA
Vicepresidente Asuntos Corporativos

⁶ <https://dplnews.com/brasil-pionera-en-eliminar-las-asimetrias-regulatorias-entre-tv-de-paga-y-streaming/>

