COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE TELEVISIÓN
FASE II – ANÁLISIS DE COMPETENCIA: MERCADOS MINORISTAS DE TELEVISIÓN MULTICANAL

Documento soporte

Coordinación de Diseño Regulatorio

Marzo de 2025

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE ESTA ENTREGA 4
1.1. OBJETIVOS DE ESTA ENTREGA 6
2. METODOLOGÍA DE LOS ANÁLISIS DE COMPETENCIA 7
3. MERCADO MINORISTA DE TELEVISIÓN MULTICANAL 10
3.1. Servicios audiovisuales de Televisión en Colombia 10
3.2. Definición del mercado minorista de televisión multicanal 12
4. TENDENCIAS INTERNACIONALES DE LOS SERVICIOS DE TELEVISIÓN CERRADA 15
4.1. Televisión paga en el mundo 16
4.2. Tendencias regulatorias internacionales 21
4.2.1. Dinámicas del servicio de televisión de pago y OTT 21
4.2.2. Dinámicas del servicio de televisión comunitaria 24
5. OFERTA DE TELEVISIÓN CERRADA EN COLOMBIA 27
6. ANÁLISIS DE COMPETENCIA 38
6.1. Análisis de la competencia actual 40
6.1.1. Índice compuesto municipal para priorización de la intervención regulatoria 41
6.1.2. Identificación de patrones geográficos 45
6.1.3. Evaluación de consolidación de mercados 47
6.1.4. Análisis de evolución del mercado y del comportamiento del líder 49
6.1.5. Análisis de las barreras de entrada y de asimetrías regulatorias 54
6.1.5.1. Índice de restricción del comercio de servicios 54
6.1.5.2. Análisis de potenciales asimetrías normativas y regulatorias 56
6.1.6. Conclusiones del análisis de competencia actual 65
6.2. Competencia potencial 65
6.2.1. OTT y nuevos modelos de negocio 66
6.2.2. Subreporte y piratería 73
6.2.3. Posible integración TIGO-MOVISTAR 75
6.2.4. Conclusiones del análisis de competencia potencial 78
6.3. Aplicación del derecho de la competencia 79

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

7. CONCLUSIONES 81
8. BIBLIOGRAFÍA 84
ANEXO 92
1. ANEXO METODOLÓGICO 92
2. ANÁLISIS POR CLÚSTERES DE MUNICIPIOS CON POTENCIALES PROBLEMAS DE COMPETENCIA 101
Municipios de *desempeño alto-moderado* 101
Municipios de desempeño *incipiente* 105
Municipios de *bajo* desempeño 108
Municipios de desempeño *limitado* 112
3. LISTADO DE MUNICIPIOS IDENTIFICADOS CON PROBLEMAS DE COMPETENCIA A PRIORIZAR 117
4. LISTADO DE MUNICIPIOS IDENTIFICADOS CON PROBLEMAS DE COMPETENCIA PARA MONITOREO 119

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

ANÁLISIS DE LOS MERCADOS DE TELEVISIÓN FASE II – ANÁLISIS DE COMPETENCIA MERCADOS MINORISTAS DE TELEVISIÓN MULTICANAL

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE ESTA ENTREGA

Los servicios de televisión vienen experimentando profundos cambios tecnológicos y culturales en el país, que han alterado las dinámicas del sector, como resultado de lo que se ha denominado «convergencia digital». En este paradigma, la interacción entre los diferentes servicios audiovisuales y de telecomunicaciones ha conducido al surgimiento de nuevos modelos de negocio, que tienen la potencialidad de complementar o sustituir los servicios tradicionales de televisión y de suplir nuevas necesidades y dinámicas de consumo de la sociedad.

Frente a dichos cambios, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), en atención a su función de promover y regular la libre competencia en los servicios de comunicaciones, ha desarrollado estudios y proyectos en los que se han abordado múltiples aspectos de la industria televisiva. Entre estos se encuentran la definición de los mercados que componen la industria de la televisión colombiana; la relación entre dichos mercados y los servicios de contenidos *Over The Top* (OTT)[1], de lo cual actualmente se hace un monitoreo periódico[2]; la estructura de la industria de contenidos audiovisuales, así como la compilación y simplificación normativa en materia tanto de contenidos audiovisuales como del servicio de televisión. Todo dentro del contexto normativo planteado en la Ley 1978 de 2019[3], a partir de la cual le fueron otorgadas a la CRC facultades regulatorias en materia de provisión de redes y servicios de televisión.

A partir los diferentes análisis adelantados en estos estudios se identificó la necesidad de examinar de manera integral tanto los mercados minoristas como los mayoristas de televisión. Surge así el proyecto «Análisis de los mercados de televisión» que, como se estableció en la Agenda Regulatoria de la CRC 2024- 2025, se planteó en dos fases consecutivas: en la primera, concluida en 2024, se definieron nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión[4], y en la segunda, en curso, se

[1] COLOMBIA. CRC. Documento de Formulación «Análisis de los mercados de Televisión». [En línea]. Octubre de 2022. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/analisis-mercados-audiovisuales-en-un-entorno-convergente>
[2] COLOMBIA. CRC. El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2023. [En línea]. Mayo de 2024. Disponible en: https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023
[3] COLOMBIA. CRC. Documento de Formulación «Análisis de los mercados de Televisión». Op. Cit.
[4] COLOMBIA. CRC. Documento Estudio «Análisis de los Mercados de Televisión – Fase I. Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión». [En línea]. Diciembre de 2023. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-9/Propuestas/documento-estudio-mercados-tv-2000-38-3-9.pdf

desarrollan los análisis de competencia de los mercados minoristas y mayoristas relacionados con el servicio de televisión. Ambas fases se surten siguiendo los lineamientos metodológicos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Como resultado de la primera fase del estudio, la CRC publicó el documento soporte *Estudio Mercados de TV: Fase I - Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión*, que dio lugar a la expedición de la Resolución CRC 7422 de 2024, en la cual se analizaron nuevos mercados:

i. Mercado minorista de dos lados: distribución de contenidos -pauta publicitaria: a) Distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional operados por privados, con alcance nacional y b) Mercado minorista de espacios de publicidad en canales de TV abierta nacional, operados por privados;
ii. Mercados mayoristas de emisión de canales de televisión abierta nacional operados por privados;
iii. Mercados mayoristas de emisión de canales de televisión abierta regional, con alcance nacional;
iv. Mercados mayoristas de adquisición de paquetes de canales de pago.

También en dicha fase, y en consideración de las facultades que ostenta la CRC, se incluyeron en el Anexo 3.1. del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016 los siguientes mercados relevantes:

i. i) Distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional operados por privados, con alcance nacional;
ii. Mercados mayoristas de emisión de canales de televisión abierta nacional operados por privados, y
iii. Mercados mayoristas de emisión de canales de televisión abierta regional, con alcance nacional.

El presente documento hace parte de una serie de publicaciones que pertenecen a la Fase II del estudio. En esta se realiza el análisis de competencia de los mercados mayoristas y minoristas previamente definidos, sea en proyectos que antecedentes o en la Fase I del actual proyecto «Análisis de los mercados de televisión»[5].

Como resultado parcial de la Fase II, en curso, y conforme a lo establecido en la Agenda Regulatoria 2025-2026, se publican de manera simultánea el presente documento, referente al *Análisis de competencia de los mercados minoristas de televisión multicanal*, y el documento *Análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago*, junto con un *Proyecto de resolución* que consigna la propuesta regulatoria derivada de dichos análisis. Posteriormente, se publicará el documento titulado *Análisis de competencia del mercado minorista de dos lados: distribución de contenidos – pauta publicitaria*.

De esta forma, el presente documento expone el análisis de competencia de los mercados minoristas de televisión multicanal. La primera sección incluye esta introducción y los objetivos del estudio. En la segunda sección se explica la metodología utilizada en desarrollo de los análisis de competencia de

[5] Íbid.

acuerdo con la normatividad que rige a esta Comisión. La sección 3 presenta la definición del mercado minorista de televisión multicanal. La cuarta, corresponde a la revisión de tendencias internacionales de la televisión cerrada. La quinta corresponde a la caracterización de la oferta del servicio de televisión y del mercado minorista de televisión multicanal. En la sexta sección se realiza el análisis de competencia propiamente dicho, que comprende la evaluación de los tres criterios estipulados en el artículo 3.1.2.3 de la Resolución 5050 de 2016, a saber:

i. análisis de la competencia actual;
ii. estudio de competencia potencial; y
iii. efectividad de la aplicación del derecho de la competencia.

Por último, se presentan las conclusiones de esta fase del estudio, la invitación al sector a participar en la etapa de comentarios, la bibliografía correspondiente, y los anexos.

Cabe mencionar que, siguiendo los lineamientos metodológicos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, los resultados obtenidos de los análisis acá presentados dan lugar al análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago, el cual se publica simultáneamente con este documento. Es importante resaltar que, como resultado de los análisis de ambos documentos, se determinará la necesidad de iniciar un proyecto que identifique la pertinencia de implementar medidas regulatorias o de simplificación normativa, bajo la metodología AIN, si a ello hay lugar. De ser ese el caso, el inicio del proyecto regulatorio se determinará una vez finalizada esta segunda fase del proyecto.

1.1. OBJETIVOS DE ESTA ENTREGA

Bajo el contexto anterior, como se plasmó en el documento *Análisis de los mercados de televisión – Fase II. Guía de lectura*, el objetivo general de la segunda fase del proyecto consiste en «conocer el estado de la competencia de los mercados relevantes minoristas y mayoristas de televisión, así como del marco normativo vigente con el fin de determinar potenciales barreras y oportunidades regulatorias para la promoción de la competencia en dichos mercados».

Los objetivos específicos planteados para esta entrega son:

- A partir de la información disponible, y siguiendo los criterios definidos en la normativa de la CRC, determinar si en los mercados minoristas de televisión multicanal se presentan problemas de competencia, de acuerdo con los lineamientos metodológicos del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016[6].

[6] Artículo 3.1.2.3. de la Sección 2 del Capítulo 1 del Título III de la Resolución 5050 de 2016: Criterios para determinar mercados relevantes susceptibles de regulación ex ante.

- Elaborar un diagnóstico sobre las posibles barreras y oportunidades regulatorias para la promoción de la competencia en el marco normativo que rige los mercados minoristas de televisión.

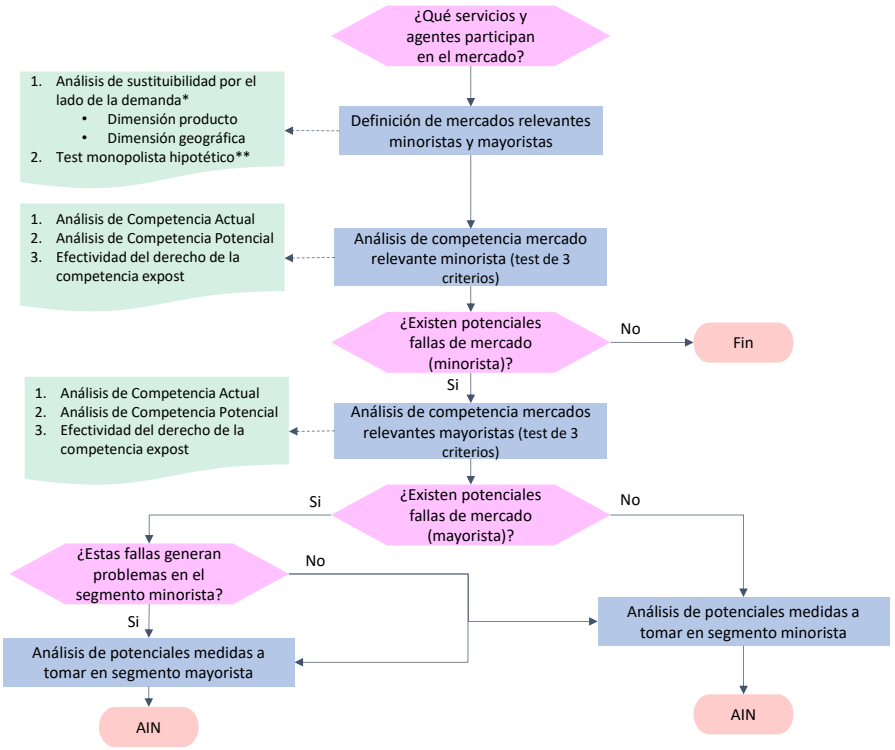
2. METODOLOGÍA DE LOS ANÁLISIS DE COMPETENCIA

De acuerdo con los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, los análisis de competencia se realizan sobre mercados relevantes previamente definidos. Para el efecto, se parte del análisis del mercado minorista, cuyos resultados determinan la necesidad de estudiar los mercados mayoristas correspondientes.

De esta manera, si luego de realizar los análisis mencionados en los segmentos minoristas se identifica la existencia de potenciales fallas de mercado o problemas de competencia en dichos mercados relevantes, se considera establecida la necesidad de analizar la estructura de los mercados mayoristas aguas arriba de la cadena de valor. Así, se hace un análisis de competencia de los mercados mayoristas definidos con el objetivo de establecer si los problemas en los mercados minoristas se desprenden de aspectos de los mercados mayoristas y si pueden ser corregidos mediante una intervención regulatoria. Este flujo de análisis se presenta en la Ilustración 1.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Ilustración 1. Flujograma de análisis de mercados



Nota: *De acuerdo con la disponibilidad de información, este análisis puede complementarse con el análisis de sustituibilidad por el lado de la oferta; **El desarrollo del *test* de monopolista hipotético puede darse tanto en términos cuantitativos como cualitativos, y su aplicación dependerá de la disponibilidad y calidad de la información.
Fuente: Elaboración CRC.

La definición de mercados relevantes permite a la CRC identificar los servicios en competencia, los participantes del mercado y delimitar el área de competencia efectiva. A partir de lo anterior, mediante los análisis de competencia correspondientes, se determina si existen fallas de mercado o problemas de competencia que ameriten la intervención a través de regulación ex ante.

Una vez definidos los mercados relevantes a examinar, y de acuerdo con el Artículo 3.1.2.3 del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, los análisis de competencia se surten mediante la aplicación de tres criterios que deben ser evaluados de manera consecutiva, a efectos de determinar si un mercado debe ser sujeto a regulación *ex ante*. Los criterios son los siguientes:

i) análisis de las condiciones de competencia actuales;
ii) competencia potencial; y

iii) efectividad de la aplicación del derecho de la competencia para corregir posibles fallas de mercado.

Para determinar el cumplimiento del primer criterio, esto es, validar si el estado de la competencia actual en el mercado relevante es deficiente, se suele examinar la organización industrial o estructura del mercado en cuestión, habitualmente mediante el análisis de participaciones de mercado, indicadores de concentración e indicadores de dominancia, entre otros. Adicionalmente, se considera la evolución de estas variables en el tiempo, pues su tendencia podría ser indicativa de que el potencial problema de competencia llegaría a ser solucionado por medio de las dinámicas propias del mercado.

De manera similar, se establece la existencia de las barreras de entrada, así como su grado de transitoriedad. Asimismo, teniendo en cuenta las competencias de la CRC, en el marco del análisis de competencia actual se adelanta la revisión de la regulación y normativa vigente aplicable a los agentes participantes en el mercado bajo estudio. Esta labor se desarrolla con el fin de determinar la existencia de posibles asimetrías regulatorias que puedan generar ventajas o desventajas competitivas en el mismo.

En caso de que se identifiquen potenciales insuficiencias en los niveles de competencia actual del mercado relevante sujeto a análisis, se procede con el estudio de competencia potencial en el corto y mediano plazo. El propósito de ese análisis es establecer si en términos prospectivos se esperan cambios en la estructura del mercado que lo lleven a una mayor competencia.

De cumplirse los dos primeros criterios, se realiza una evaluación de la efectividad de la aplicación del derecho de la competencia ex post para corregir las fallas de mercado identificadas.

Así, esta segunda fase tiene como propósito desarrollar los análisis de competencia de los mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión, que se consideren pertinentes bajo el marco de las competencias de la CRC y los lineamientos del Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016. De acuerdo con el flujograma de análisis descrito, estos mercados corresponden a los minoristas de televisión multicanal y a la distribución minorista de contenidos en canales de televisión abierta nacional operados por privados.

Dado que se trata de mercados distintos, con complejidades específicas, cada uno será analizado en un documento independiente. Como se indicó anteriormente, este documento corresponde al análisis de competencia del mercado minorista de televisión multicanal, cuya definición fue revisada y actualizada en la Resolución CRC 6990 de 2022[7]. En caso de que se identifiquen fallas de mercado o problemas de competencia, tras surtir el análisis de los tres criterios, se procederá a realizar el análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago.

[7] COLOMBIA. CRC. Resolución 6990 de 2022. «Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones». [En línea]. Noviembre de 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00006990.pdf

A partir de estos análisis, se determinará si es necesario establecer, modificar o eliminar medidas regulatorias en cada mercado con el objetivo de promover la competencia. Una vez se socialicen los resultados con el sector, y si corresponde, se iniciará un proyecto regulatorio para definir las medidas a adoptar, siguiendo la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN) plasmada en la Política de Mejora Regulatoria de esta entidad[8].

3. MERCADO MINORISTA DE TELEVISIÓN MULTICANAL

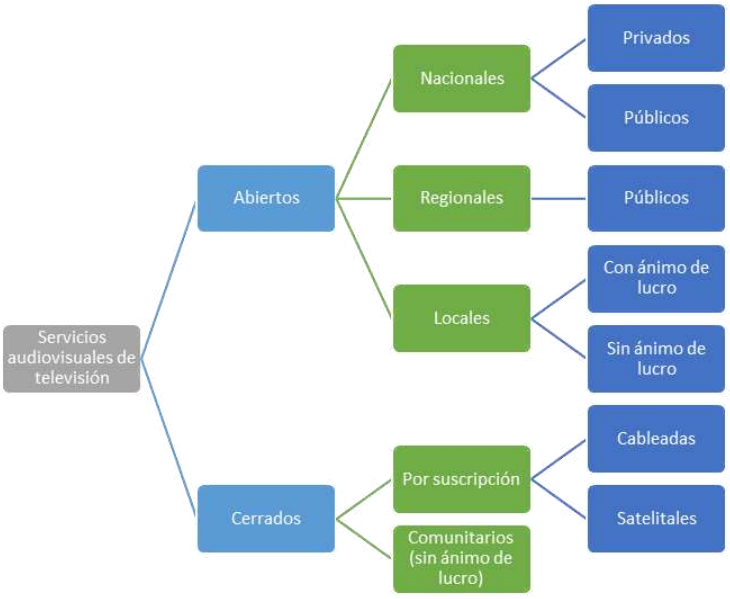
3.1. Servicios audiovisuales de televisión en Colombia

La Ley 182 de 1995, en su artículo 1, dispone que la televisión es un servicio público sujeto a la titularidad, reserva, control y regulación del Estado. La misma norma prevé que, desde la orientación técnica, la televisión es un servicio de telecomunicaciones que «consiste en la emisión, transmisión, difusión, distribución, radiación y recepción de señales de audio y video en forma simultánea»[9].

Los tipos de servicios a los que puede acceder un usuario corresponden a televisión abierta o televisión cerrada (ver Ilustración 2). La televisión abierta es aquella en la que la señal puede ser recibida libremente por cualquier persona ubicada en el área de servicio de la estación, sin perjuicio de que, de conformidad con las regulaciones, ciertos programas se destinen únicamente a determinados usuarios[10]. Además, el principal modelo de negocio de la televisión abierta (su fuente de ingresos) es la pauta publicitaria. Por otra parte, la televisión cerrada es aquella en la que la señal llega al suscriptor a través de un medio físico de distribución (cable, fibra óptica o satélite) ya sea destinado exclusivamente a la transmisión de este servicio, o compartido para la prestación de otros servicios de telecomunicaciones (internet o telefonía). Esto de conformidad con las respectivas concesiones o condiciones de la habilitación general[11], según sea el caso, y las normas especiales que regulan la materia.

[8] COLOMBIA. CRC. Política de mejora regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. [En línea]. Agosto de 2022. p.p. 26 – 39. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf
[9] Ley 182 de 1995, Ley 335 de 1996, Ley 680 de 2001, Ley 1978 de 2019.
[10] Ley 182 de 1995.
[11] De acuerdo con el artículo 10 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019, la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones goza de habilitación general, la cual comprende la autorización para la instalación, ampliación, modificación, operación y explotación de redes para la prestación de los servicios de telecomunicaciones, se suministren o no al público. Por el contrario, no incluye el derecho al uso del espectro radioeléctrico.

Ilustración 2. Servicios de contenidos audiovisuales de televisión en Colombia



Fuente: Elaboración CRC.

Con fundamento en lo expuesto, es pertinente resaltar que en los mercados minoristas de televisión multicanal (que son el interés principal de este documento) participan exclusivamente los servicios de televisión cerrada. Este tipo de televisión está constituido en Colombia por dos modalidades: televisión por suscripción y televisión comunitaria. El servicio de televisión por suscripción es aquel en el que la señal, independientemente de la tecnología de transmisión utilizada y con sujeción a un mismo régimen jurídico de prestación, está destinada a ser recibida únicamente por personas autorizadas para la recepción[12]. Por su parte, el servicio de televisión comunitaria es un servicio sin ánimo de lucro prestado por comunidades organizadas, que tiene como finalidad satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales, y cuya programación de producción propia tiene un énfasis en contenido social y comunitario[13].

[12] Literal b) del artículo 20 de la Ley 182 de 1995.
[13] Numeral 4 del artículo 37 de la Ley 182 de 1995, reiterado por la definición compilada en el TÍTULO I. DEFINICIONES de la Resolución CRC 5050 de 2016.

La operación del servicio de televisión comunitaria se diferencia de la del servicio de televisión por suscripción en las restricciones con respecto a su alcance territorial[14], número de asociados[15] y señales codificadas[16]. El régimen normativo dispone reglas de restricción territorial, en tanto prevé que el servicio debe prestarse en un área geográfica continua dentro de un municipio o distrito o parte de ellos, y que sus miembros deben estar unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos. En cuanto al número de asociados, la normativa dispone un máximo de seis mil (6.000), para cada operador comunitario. De igual modo, la regulación dispone que las comunidades organizadas licenciatarias pueden recibir y distribuir señales incidentales y hasta siete (7) señales codificadas de televisión.

Esto considerando además que el servicio de televisión comunitaria se presta, por naturaleza, sin ánimo de lucro, a diferencia del servicio de televisión por suscripción, que tiene una connotación comercial. Además, la normativa aplicable al servicio de televisión por suscripción no establece limitaciones frente al alcance territorial, el número de asociados y las señales codificadas. En todo caso, los ingresos de los dos tipos de servicios de televisión cerrada provienen esencialmente del pago que efectúa el suscriptor final por acceder a dichos servicios.

3.2. Definición del mercado minorista de televisión multicanal

En 2022, a partir del proyecto regulatorio «Revisión de los mercados de servicios fijos»[17] se actualizó la lista de mercados relevantes de las comunicaciones. Para ello se tuvo en cuenta la evolución de las dinámicas de sustitución y complementariedad entre servicios frente al surgimiento de nuevas alternativas con funcionalidades similares, asociadas principalmente a la convergencia digital y a los avances tecnológicos. Los servicios de televisión multicanal, al hacer parte de los mercados de servicios fijos, fueron considerados en dicha revisión.

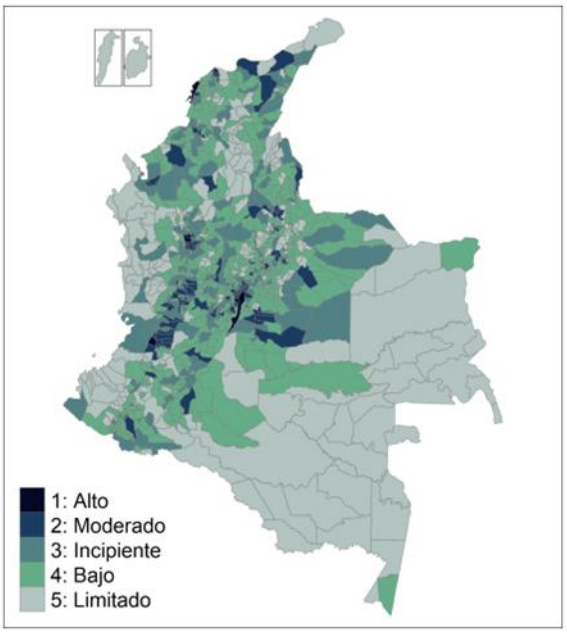
Para todos los mercados analizados en el documento soporte del proyecto antes referido, que concluyó con la Resolución CRC 6990 de 2022[18], se identificaron los bienes y servicios sustituibles y

[14] El numeral 2 del artículo 16.1.7.6 de la Resolución CRC 5050 de 2016 prevé que las comunidades organizadas que prestan el servicio de televisión comunitaria no podrán distribuir sus señales y/o prestar el servicio en un área o ámbito geográfico de cubrimiento diferente al autorizado o conforme lo que se establezca en la habilitación general.
[15] El artículo 16.4.6.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016 dispone los rangos relacionados con el número de asociados de las comunidades organizadas que prestan el servicio de televisión comunitaria.
[16] El numeral 6 del artículo 16.1.7.6 de la Resolución CRC 5050 de 2016 prevé que las comunidades organizadas que prestan el servicio de televisión comunitaria no podrán Exceder el número máximo de siete (7) señales codificadas de televisión autorizadas.
[17] COLOMBIA. CRC. Revisión de los mercados de servicios fijos. Documento Soporte. [En línea]. Agosto de 2022. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Ducumento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf>
[18] COLOMBIA. CRC. Resolución CRC 6990 de 2022. «Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones». [En línea]. Noviembre de 2022. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00006990.pdf>

complementarios para los consumidores utilizando la metodología *choiced based conjoint*[19]. A su vez, se delimitó el área en que los bienes y servicios son suministrados, de acuerdo con la homogeneidad de las condiciones de competencia.

Este análisis se realizó con base en una agrupación de municipios por clústeres, el cual clasificó todos los municipios del país en cinco categorías: la de desempeño «Alto-moderado», correspondiente principalmente a ciudades capitales y ciudades intermedias; la de desempeño «Incipiente»; la de desempeño «Bajo»; y la de desempeño «Limitado». Esta última corresponde a municipios, en su mayoría alejados de las ciudades capitales con altos índices de ruralidad, ubicados en zonas apartadas y con dificultades de acceso (ver Ilustración 3). La agrupación explicada consideró 23 variables clasificadas en 5 dimensiones: socioeconómica, geográfica, características de los servicios de Internet fijo, de televisión y de telefonía[20].

Ilustración 3. Clústeres de servicios fijos de telecomunicaciones



a) Distribución geográfica

Categoría por desempeño	Cantidad de municipios	Porcentaje de población
Alto-Moderado	109	63,2%
Incipiente	219	15,3%
Bajo	526	14,8%
Limitado	268	6,7%

b) Tamaño de los clústeres

Fuente: Elaboración CRC.

[19] En un análisis *conjoint* se aplica un instrumento de recolección de información en el que se plantea a los encuestados una situación hipotética en la cual deben elegir entre varios servicios disponibles, en este caso de comunicaciones, con base en el listado de atributos más relevantes de cada servicio en el proceso de decisión.
[20] COLOMBIA. CRC. Análisis de componentes principales y de clúster de municipios para servicios fijos. Op. Cit.

En lo concerniente al mercado relevante minorista de televisión multicanal, en el citado documento se ratificó que el servicio de televisión comunitaria ejerce presión competitiva sobre el de televisión por suscripción; esto para los clústeres de municipios de desempeño incipiente, bajo y limitado, por lo que hacen parte del mismo mercado relevante. Para el clúster de municipios de desempeño alto-moderado se identificó que el servicio de televisión por suscripción corresponde a un mercado relevante en sí mismo, lo que significa que en este grupo de municipios la televisión comunitaria no compite en este mercado[21].

Así mismo, se estableció tanto por el lado de la demanda, como por el lado de la oferta, que el alcance geográfico del mercado relevante es municipal. De igual modo, tal como se identificó en 2016, los servicios OTT de video a demanda por suscripción (SVOD) son servicios complementarios a la televisión por suscripción. De acuerdo con el seguimiento periódico que realiza esta Comisión sobre el consumo de OTT en los hogares del país, esta relación aún se mantiene; el estudio de seguimiento más reciente[22] indica que «no se evidencia que los colombianos estén en proceso de cancelación de los planes de televisión por suscripción para reemplazarlos por el uso de aplicaciones», presentando en el país un nivel inferior al 2% de *cord cutters*[23].

La misma relación se encontró con la televisión abierta, pues, según los hallazgos del proyecto, los usuarios consideran que estos servicios son distintos con carácter complementario y no sustitutivo. Adicionalmente, en dicho análisis no se encontró evidencia estadística de sustituibilidad entre el servicio de televisión por suscripción contratado de forma individual y los servicios empaquetados fijos[24]. Este hallazgo también se soportó en los resultados de la encuesta de hábitos y usos de los usuarios de servicios fijos[25] los cuales mostraron que «la contratación del servicio de televisión por suscripción se concentra en la modalidad individual en los clústeres Incipiente, Bajo y Limitado, por lo cual no se estaría configurando una relación de sustituibilidad estadísticamente entre el servicio individual y los empaquetados. En el único clúster en el que se prefiere la modalidad empaquetada sobren la individual es en el Alto-moderado»[26]. Se debe mencionar que, como se verá más adelante en la Sección 5 de este

[21] Estos hallazgos surgen a partir de la implementación del *test* de monopolista hipotético, que se basó en el cálculo de los valores de pérdida actual y de los coeficientes de desviación por clúster, los cuales resultaron del cálculo de las elasticidades propias y cruzadas arrojadas por el ejercicio *choiced based conjoint*. Ver: COLOMBIA. CRC. Documento soporte- Revisión de los mercados de servicios fijos [En línea]. 2022. p.p. 131-134. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Ducumento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf

[22] COLOMBIA. CRC. El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2023. [En línea]. Mayo de 2024. Disponible en: https://postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023

[23] Se refiere a los espectadores que cancelan su suscripción a servicios de televisión por suscripción y, en contraposición, cambian su consumo por medios de comunicación que funcionan bajo plataformas de Internet de banda ancha (servicios OTT).

[24] Por medio del proyecto regulatorio «Revisión de mercados de servicios fijos», el cual soportó la Resolución CRC 6990 de 2022, esta comisión determinó que cada servicio empaquetado «Dúo Play 1, Dúo Play 2 y Triple Play» corresponde a un mercado relevante en un ámbito municipal específico.

[25] Esta encuesta hizo parte de los entregables de la consultoría contratada con el CNC por parte de la CRC, mediante el Contrato 74 de 2021, en el marco del proyecto regulatorio «Revisión de los mercados de servicios fijos».

[26] COLOMBIA. CRC. Documento soporte- Revisión de los mercados de servicios fijos . Op. Cit.

documento, estas dinámicas de consumo aún se mantienen vigentes. La Tabla 1 resume los hallazgos mencionados:

Tabla 1. Relaciones entre los servicios de contenidos audiovisuales y definición de mercados relevantes por clúster

	Servicios	Clúster 1- Alto-moderado	Clúster 2- Incipiente	Clúster 3- Bajo	Clúster 4- Limitado
Relación entre servicios	Televisión por suscripción vs. Televisión comunitaria	No compiten	Sustitución asimétrica	Sustitución asimétrica	Sustitución asimétrica
	Televisión por suscripción vs. SVOD	Complementarios	Complementarios	Complementarios	Complementarios
Mercado relevante	Televisión multicanal	Televisión por suscripción (mercado en sí mismo)	Televisión por suscripción y televisión comunitaria	Televisión por suscripción y televisión comunitaria	Televisión por suscripción y televisión comunitaria

Fuente: Elaboración CRC.

Como conclusión, la información que corresponde a los mercados de televisión multicanal se centra en:

i. el servicio de televisión por suscripción que se presta de manera individual, es decir, excluyendo los casos en los que el servicio se presta de manera empaquetada con al menos otro servicio de telecomunicaciones[27]; y
ii. el servicio de televisión comunitaria, en los municipios en los que se identificó una presión competitiva.

4. TENDENCIAS INTERNACIONALES DE LOS SERVICIOS DE TELEVISIÓN CERRADA

Esta sección consta de una revisión de tendencias internacionales del servicio de televisión por suscripción (también llamado servicio de televisión de pago). Las cifras acá expuestas consideran la evolución en la cantidad de suscriptores, los ingresos generados y precios promedio asociados a estas

[27] Bajo el entendido que los casos en los que el servicio de televisión por suscripción se presta de manera empaquetada, este hace parte del mercado de servicios fijos empaquetados. Ver: CRC. COLOMBIA. *Resolución CRC 6990 de 2022. Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones*. [En línea] Diario Oficial 52.232 del 28 de noviembre de 2022. Disponible en: https://normograma.info/crc/docs/resolucion_crc_6990_2022.htm

ofertas. Se debe señalar que, si bien la figura de la televisión comunitaria existe en varios países, no se cuenta con la información necesaria para hacer un análisis similar a nivel internacional.

Así mismo, se presenta una exploración internacional de las medidas regulatorias que se han implementado en algunos países en los últimos años, en especial considerando los desafíos que el sector viene experimentando. Finalmente, se presentan algunos referentes internacionales con respecto a la normativa que se tiene sobre la televisión comunitaria.

4.1. Televisión paga en el mundo

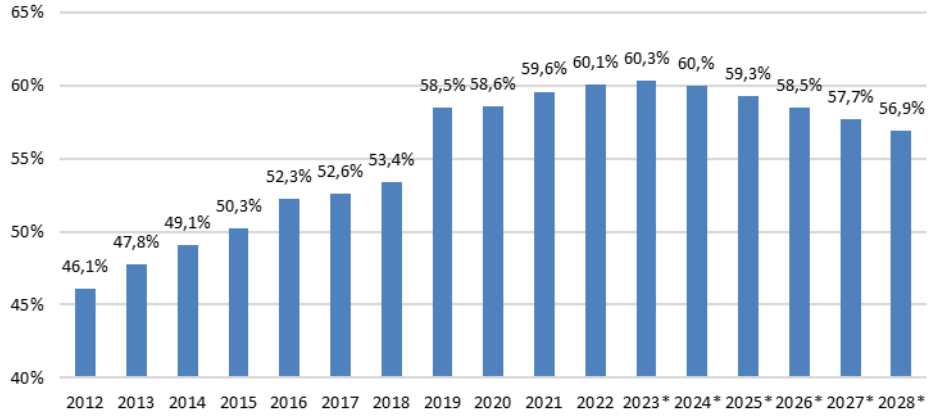
El número de abonados a la televisión de pago en todo el mundo se redujo en 28 millones entre 2022 y 2024, llegando a 985 millones[28] en el último año, luego de registrar un crecimiento anual promedio de 4% entre 2018 y 2022[29].

Para los próximos años se pronostica un crecimiento moderado del número de usuarios de este servicio a unas tasas menores o cercanas al crecimiento de la población, lo que generaría una disminución en la penetración del servicio, como se puede ver en el Gráfico 1. Actualmente, se evidencia que cerca del 60% de los hogares en el mundo cuentan con algún tipo de suscripción a un servicio de televisión de pago, pero esta cifra tenderá a reducirse en al menos 3 puntos porcentuales en los siguientes cuatro años, según los pronósticos de Statista[30].

[28] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Number of pay TV suscribers worldwide 2023. Noviembre de 2023. [En línea] Disponible en: https://www.statista.com/statistics/250373/number-of-pay-tv-subscribers-worldwide/
[29] GLOBAL DATA. Video streaming overtakes traditional pay TV in subscriber base, finds GlobalData. 12 de julio de 2023 [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/media/thematic-research/video-streaming-overtakes-traditional-pay-tv-subscriber-base-finds-globaldata/
[30] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV penetration rate worldwide from 2012 to 20282 (Gráfica). Diciembre de 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/484272/pay-tv-penetration/

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

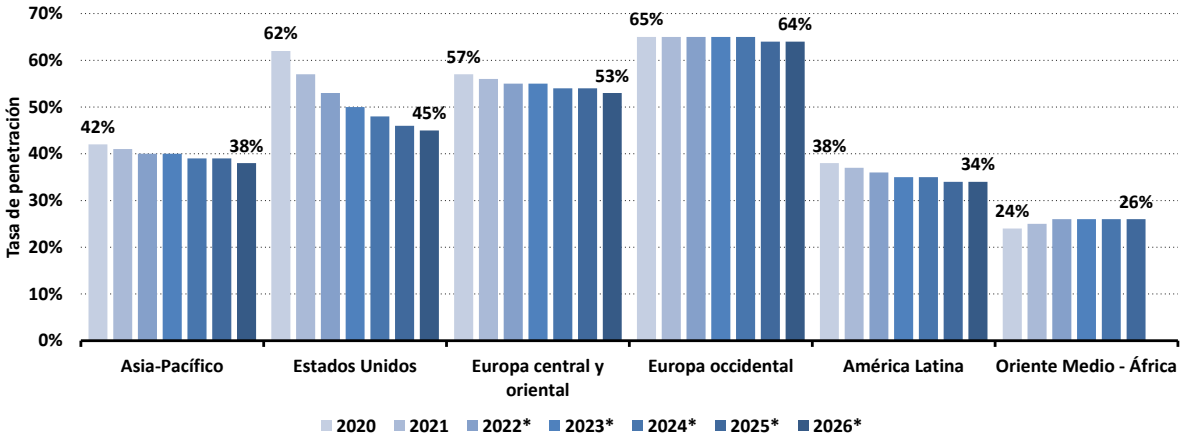
Gráfico 1. Penetración de la TV paga en el mundo 2012-2028(p)



Fuente: Statista[31].

No obstante, las tasas de penetración de la televisión por suscripción presentan marcadas diferencias entre países, e incluso entre regiones puede detectarse dispersión, como se observa en el Gráfico 2.

Gráfico 2. Evolución de la penetración de televisión-paga en el mundo (2020-2026)



Fuente: Statista[32].

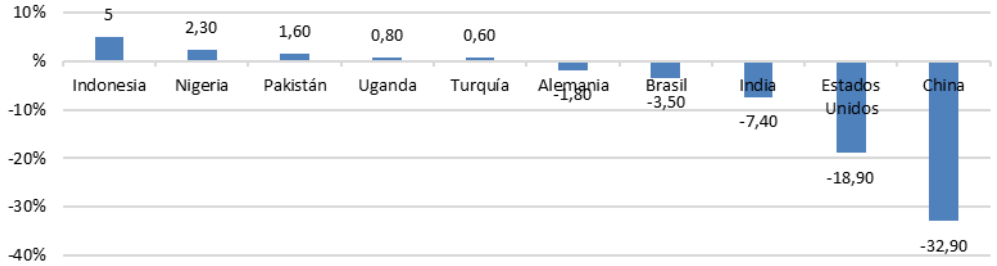
[31] Ibíd.
[32] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV worldwide. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/study/13124/pay-tv-worldwide-statista-dossier/

En términos comparativos por regiones, se evidencia que la región con mayor penetración del servicio es Europa occidental con una tasa cercana al 65%, seguida de Europa central y oriental con aproximadamente 55%, mientras que la región de Oriente medio y África tiene la menor tasa con 26% (ver Gráfico 2). Se destaca que, de acuerdo con las proyecciones disponibles, la región en la que más disminuirá el porcentaje de suscriptores en el corto plazo es la de las Américas (en el gráfico, Estados Unidos más América Latina), asociada principalmente a las tendencias de *cord-cutting*[33] en Estados Unidos y Canadá (ver siguiente sección).

Por otro lado, se prevé que los ingresos globales de la televisión de pago disminuirán en los próximos años hasta alcanzar los $194 mil millones de dólares en 2027[34], en parte debido a la proliferación de contenido a demanda vía Internet.

Si bien es cierto que la televisión de pago está prosperando en algunos países en vía de desarrollo (ver Gráfico 3), la revolución del *streaming* está acelerando la deserción de suscriptores de televisión por cable en los mercados digitales maduros[35] en los cuales se puede estar presentando una situación diferente a la que ocurre en el mercado colombiano, para el cual se evidenció que estos dos servicios son complementarios[36].

Gráfico 3. Cambio en la penetración de televisión-paga en el mundo 2022-2028(p)
(Países con 5 mayores y 5 menores tasas de crecimiento)



Fuente: Statista[37].

[33] Corresponde al patrón de comportamiento de los espectadores cuando cancelan sus suscripciones tradicionales de televisión por cable o satelital y reemplazan su consumo de contenidos de televisión por servicios en línea audiovisuales.
[34] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV worldwide. 2023. [En línea]. Op. Cit.
[35] GLOBAL DATA. Bases de datos de uso restringido de Global Data: Global Broadcasting & Cable televisión. 2022. [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/reports/global-broadcasting-cable-tv-116247/
[36] COLOMBIA. CRC. Revisión de los mercados de servicios fijos. Documento Soporte. [En línea]. Agosto de 2022. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Ducumento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf>
[37] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Change in pay TV subscription numbers worldwide between 2022 and 2028, by country. 17 de abril de 2024. [En línea] Disponible en: https://www.statista.com/statistics/1461540/change-in-pay-tv-subscription-numbers-by-country/

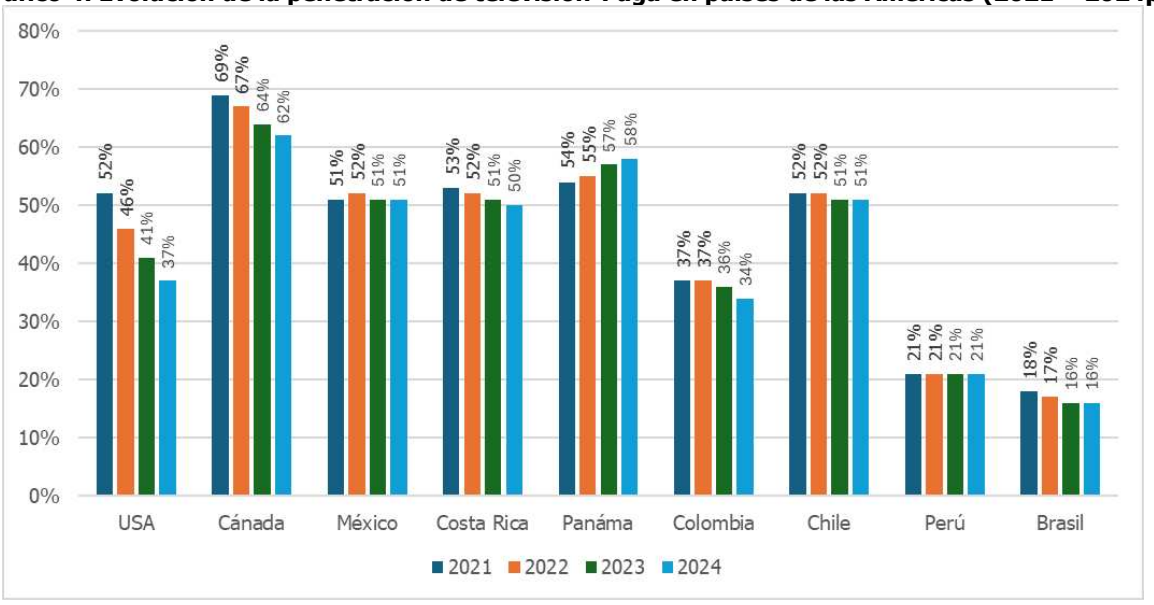
COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Dinámicas del servicio de televisión paga en países de las Américas

En línea con lo indicado previamente, como se observa en el Gráfico 4, en Estados Unidos y Canadá la penetración del servicio de televisión paga ha descendido. En efecto, entre 2021 y 2024 la tasa de penetración del servicio en estos dos países decreció en cerca de 15% y 7% respectivamente. En contraste, en Panamá la tasa creció 4% en el mismo periodo, mientras en países como Costa Rica y Chile se registró un decrecimiento, pero a un ritmo menor que el de Estados Unidos y Canadá (el cambio fue de 3% y 1%, respectivamente). Por otro lado, se destacan los casos de Perú y Brasil, donde la penetración es muy baja, de solo 21% y 17% en 2022, respectivamente. El promedio de la penetración del servicio en la región se mantuvo alrededor del 50% durante el periodo presentado en el Gráfico 4.

En el caso de Colombia, la penetración del servicio de televisión de pago estaba en 32,96% al primer semestre de 2024, con 6,2 millones de accesos registrados[38]. En el país, el número de suscriptores se redujo 2,86% desde el año anterior[39].

Gráfico 4. Evolución de la penetración de televisión-Paga en países de las Américas (2021 – 2024p)



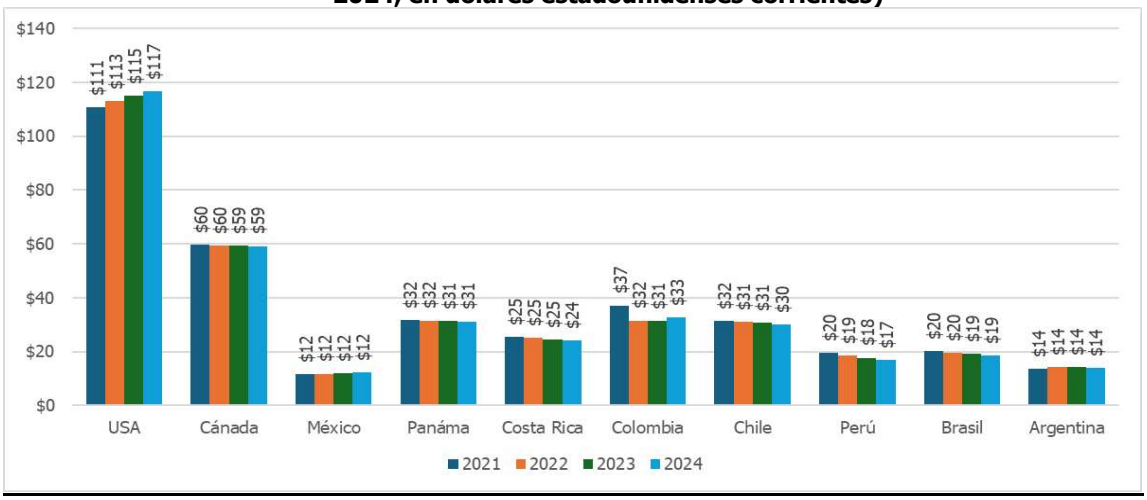
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC, para los datos de Colombia (ver mayor detalle en Gráfico 6), y con base en Global Data[40], para los demás países.

[38] COLOMBIA. CRC. Data Flash 2024-017 - Servicios fijos [En línea]. 29 de enero de 2025. Disponible en: https://www.postdata.gov.co/dataflash/data-flash-2024-017-servicios-fijos
[39] Ibidem.
[40] GLOBAL DATA. Op cit.

En Brasil, la televisión de pago presenta una tendencia decreciente. En diciembre de 2023, Claro tenía una participación del 46,1% en el mercado de televisión de pago. Por su parte, la participación de SKY/AT&T y Oi representaba el 28,6% y el 14,2% de las suscripciones a televisión de pago, respectivamente[41]. Adicionalmente, entre 2022 y 2023, disminuyó la cuota de audiencia de televisión de pago un 17%. De acuerdo con cifras de TELECO, en el lapso comprendido entre 2019 y 2023, los proveedores de televisión de pago han perdido más de siete millones de clientes[42]. Según cifras de ANATEL, para 2023, el nivel de penetración de la televisión de pago en Brasil equivale al 6%, cifra que es inferior a la registrada en 2020[43].

Respecto al precio promedio del servicio de televisión paga en los países de las Américas, en el Gráfico 5 se comparan los ingresos que cada suscripción genera en promedio por mes (cifras en dólares estadounidenses corrientes). Se evidencia que USA y Canadá tenían los precios promedio más altos de las Américas, 113 USD y 60 USD respectivamente, para el año 2022. En ese mismo año, México, Colombia y Argentina contaban con los menores precios promedio, entre 12 USD y 14 USD.

Gráfico 5. Precio promedio del servicio de televisión en algunos países de las Américas (2019 – 2024, en dólares estadounidenses corrientes)



Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC, para los datos de Colombia (convertidos con la TRM promedio anual), y de Global Data[44], para los demás países.

[41] Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL, Brasil). (20 de marzo de 2024). Distribución de proveedores de televisión paga en Brasil en diciembre de 2023, por participación de suscripciones [Gráfica]. En *Statista*. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/422794/brazil-pay-tv-market-share-provider/

[42] Teleco Brasil, «Net losses of pay TV accesses in Brazil from 2019 to 2023 (in 1,000s)», 4 de julio de 2024, Disponible en: https://www.statista.com/statistics/1387277/pay-tv-subscriptions-additions-losses-brazil/

[43] Agencia Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL), «Monthly pay TV penetration rate per 100 inhabitants in Brazil from December 2012 to December 2023», 20 de marzo de 2024, Disponible en: https://www.statista.com/statistics/251630/pay-tv-penetration-in-brazil/

[44] GLOBAL DATA. Op cit.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

4.2. Tendencias regulatorias internacionales

4.2.1. Dinámicas del servicio de televisión de pago y OTT

En el mundo, durante los últimos 40 años se han generado varios momentos de discusión sobre las necesidades en términos regulatorios, de los servicios televisivos. Este debate se ha intensificado ante la tensión generada por la aparición de nuevos actores que ofrecen servicios audiovisuales en línea, quienes por su propia naturaleza y desarrollo no fueron en un principio sujetos de una regulación como la que rige desde hace décadas los servicios de televisión, tanto en su prestación como en lo que tiene que ver con los contenidos.

Los debates regulatorios actuales que se suscitan en este contexto en el mundo se dan desde dos enfoques principales: la regulación estatal de los nuevos servicios audiovisuales no lineales (principalmente, las plataformas SVOD); y la disminución de la regulación estatal sobre los servicios lineales de televisión, sea abierta (radiodifundida, en una notación internacional) o cerrada (agrupadas bajo los conceptos «suscripción» o «cable» en diversas regulaciones), lo que también se ha llamado «desregulación».

Estos debates se presentan principalmente en Estados Unidos y Europa, que como se mencionó previamente en esta sección (y principalmente los primeros), son mercados digitales maduros, que enfrentan una acelerada deserción de suscriptores de televisión por cable dada la evolución de los medios OTT y de los servicios de suscripción de video por demanda (SVOD). Cabe decir que ambos enfoques, si bien se presentan normalmente con propuestas diferenciadas y son respaldados por diversos grupos de actores sectoriales, no necesariamente son contrapuestos; incluso los mayores movimientos regulatorios, como la modificación realizada en el año 2018 a la Directiva Europea de Medios Audiovisuales[45] que será expuesta más adelante, contemplan acciones en ambos sentidos.

En relación con el **primer enfoque** (regular los servicios no lineales), el cambio más amplio se ha presentado en Europa, en donde tanto la Unión Europea como el Reino Unido post-Brexit han generado regulación general sobre los servicios OTT, como una manera de disminuir las asimetrías regulatorias.

La Comisión Europea aprobó en 2018 modificaciones a su Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2010 considerando las nuevas realidades del mercado y los nuevos desafíos de los servicios audiovisuales en Internet, actualizando las normas audiovisuales de la Unión Europea con «un

[45] COMISIÓN EUROPEA. Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:02010L0013-20250208.

enfoque selectivo para las plataformas en línea»[46]. Las principales modificaciones aprobadas fueron: incluir en la regulación las plataformas de intercambio de video (VSP); emitir normas que permitan mayor protección a menores; obligar a los servicios VOD a contar con una cuota mínima de producciones europeas, así como unas directrices sobre el etiquetado de los contenidos para poder verificar dicha cuota; flexibilizar las restricciones sobre publicidad en televisión radiodifundida; y reforzar la independencia de los organismos reguladores.

Respecto al **segundo enfoque** (disminución de la regulación de los servicios de televisión o *desregulación*), en los casos que se expondrán a continuación se puede observar que este ha cobrado impulso ante las varias dificultades que implica regular las OTT, y las implicaciones que esto puede tener para la libertad de información y para la promoción de la innovación en los mercados.

En abril de 2021, un fallo de la Suprema Corte de los Estados Unidos permitió a la *Federal Communications Commission* (FCC) comenzar un proceso de relajamiento de las medidas que limitaban el número de estaciones de radio, televisión y de periódicos, que podían ser propiedad de una misma entidad en un mercado determinado[47], lo cual fue justificado por la FCC y por la Corte en términos de adaptación regulatoria al nuevo contexto al considerar que permitir combinaciones más eficientes entre medios podría beneficiar a los consumidores.

No obstante, la FCC también ha impuesto recientemente reglas a los proveedores de televisión por cable y satélite, en aras de que los consumidores puedan tomar decisiones informadas. Dentro de estas, se obliga a los proveedores que especifiquen, en sus materiales promocionales y en las facturas de los suscriptores, el precio total de los servicios de programación (incluyendo las tarifas relacionadas con la transmisión o retransmisión de eventos deportivos regionales). El objetivo de las reglas adoptadas por la FCC es «eliminar la práctica engañosa de describir los costos de programación de video como un impuesto, tarifa o recargo»[48].

Otro ejemplo de este enfoque se da en Brasil. En abril de 2024, la Agencia Nacional de Telecomunicaciones de ese país (ANATEL) analizó una medida cautelar elevada por SKY Brasil mediante la cual solicitó igualar el tratamiento regulatorio que se aplica a los prestadores de servicios OTT, y con esto, liberarla de algunas obligaciones que sólo son atribuibles a proveedores con poder significativo en el mercado. En su decisión, el regulador señaló que el Servicio de Acceso Condicionado (servicios de televisión de pago) «ya no es un servicio de telecomunicaciones que, por sí solo, tiene la capacidad de constituir un mercado minorista relevante. Por el contrario, se puede observar que hoy las aplicaciones

[46] COMISIÓN EUROPEA. Ibid.
[47] SUPREME COURT OF THE UNITED STATES. Sentence 19-1231. [En línea]. Abril de 2021. Disponible en: <https://www.supremecourt.gov/opinions/20pdf/19-1231_i425.pdf>
[48] FCC, «FCC Adopts 'All-In' Cable and Satellite Video Pricing», marzo 19 de 2024, Disponible en: https://www.fcc.gov/document/fcc-adopts-all-cable-and-satellite-video-pricing

OTT, identificadas por el regulador de Brasil como sustitutas del servicio[49], son el principal dinamizador del mercado de prestación de contenidos audiovisuales vía suscripción»[50].

El análisis técnico, que tuvo en cuenta las condiciones del mercado minorista de oferta de contenido híbrido en Brasil, arrojó como resultado que los servicios OTT tienen una participación de mercado equivalente al 87,7%, mientras que los demás operadores de televisión de pago poseen, en conjunto, el 12,3%. De este modo, ANATEL señaló que los cambios experimentados en el sector, la convergencia regulatoria y los usos y preferencias de los usuarios han ocasionado que operadores como SKY se expongan a un escenario competitivo en el que deben garantizar el cumplimiento de obligaciones que no recaen sobre otros proveedores de televisión de pago y OTT. Dicho factor, en consideración del regulador, «le resta flexibilidad a su operación e impone costos que no son asumidos por sus competidores»[51].

Por otro lado, como ejemplo de un **enfoque mixto**, en abril de 2022 el regulador británico OFCOM anunció una amplia actualización de la regulación vigente, con el principal objetivo de nivelar el terreno de juego, generar control sobre las OTT y dotar a los servicios de televisión abierta de mayores oportunidades de competencia. Conforme a dicho plan, OFCOM eliminó muchas de las restricciones vigentes desde 2003, para permitir que los operadores públicos (que en Reino Unido reúnen mayor audiencia que el cable) puedan generar y difundir contenidos para plataformas SVOD, aspecto en el que antes estaban limitados[52]. En este contexto, se establecieron medidas particulares como garantizar que los derechos de emisión de eventos como la Copa Mundial de Fútbol (en sus versiones masculina y femenina) de la FIFA o el Abierto de Wimbledon sean exclusivos de la televisión pública[53], en aras de garantizar el acceso a estos para todos los ciudadanos. A través de la medida se buscó también que estos operadores exploren nuevas líneas de negocios y fuentes de financiación diferentes a la estatal, aumentando el límite de endeudamiento de la BBC y permitiendo mayor inversión privada en determinados canales públicos.

[49] Se precisa que para Colombia la CRC sostiene que se trata de servicios complementarios y no sustitutos, de acuerdo con los estudios realizados, como se identificó en la definición del mercado referenciado en la Sección 3.2.
[50] ANATEL. Análisis No. 20/2024 AC/Proceso No. 53500.109871/2023-18. [En línea]. Abril de 2021. Disponible en: https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?8-74Kn1tDR89f1Q7RjX8EYU46IzCFD26Q9Xx5QNDbqa1Q4c0Q6z-zLKGxf9XxtHNyxzZFq8u_KiWcqGwkew5_qoKTIDLBdada2YMcIJoqRufBJfLh3aGye53oP0M4BAO
[51] Ibid.
[52] OFCOM. On-demand programme service (ODPS) providers. [En línea]. 4 de diciembre de 2015 (Última actualización: 20 de febrero de 2025). Disponible en: https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/video-on-demand/on-demand/
[53] OFCOM. On-demand programme service (ODPS) providers. Code on Sports and Other Listed and Designated Events. 2015 (Última actualización: 2025). [En línea]. Disponible en: https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/other-codes/ofcom_code_on_sport.pdf?v=331621

En México, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)[54] inicialmente declaró la existencia de agentes económicos con poder sustancial en el mercado relevante de provisión del servicio de televisión de pago y audio restringidos[55]. Así, en 2015, la autoridad concluyó, por medio de un dictamen preliminar, que el Grupo Televisa tenía poder sustancial en el mercado de TV de pago[56]. No obstante, en 2024, el IFT anuló la declaración que efectuó sobre Televisa Univisión como agente económico con poder sustancial en los servicios de TV paga y audios restringidos[57]. La medida adoptada está precedida de una decisión judicial expedida en ese sentido y deja sin efecto el procedimiento iniciado con el objeto de imponer medidas asimétricas a la compañía y sus subsidiarias.

De este modo, el IFT modificó las medidas impuestas a Televisa como Agente Económico Preponderante en relación con la adquisición de derechos de televisión de pago en exclusiva. Al respecto, la autoridad encontró procedente prohibir que los integrantes del Agente Económico Preponderante adquieran, directa o indirectamente, derechos para transmitir en exclusiva Contenidos Audiovisuales Relevantes. Además, si algún organismo ofrecía en exclusiva los derechos de transmisión de esos contenidos, el Agente Económico Preponderante podía adquirir y mantener esos derechos «solo si adquiere el derecho a sublicenciarlos a otros prestadores del Servicio de Televisión Radiodifundida Concesionada, así como a terceros que sin ser concesionarios presten el servicio a través de un canal de programación en multiprogramación»[58].

Si bien en esta sección se han presentado algunos análisis realizados en otras jurisdicciones sobre la sustituibilidad de los servicios OTT y la televisión por suscripción, lo cierto es que como se mencionó en la sección 3.2., la Comisión ha indicado que esos servicios (OTT y tv por suscripción) son servicios complementarios.

4.2.2. Dinámicas del servicio de televisión comunitaria

En Canadá, la Comisión Canadiense de Radio, Televisión y Telecomunicaciones (CRTC, por sus siglas en inglés) ha expedido políticas regulatorias con el objetivo de garantizar que los ciudadanos canadienses tengan acceso a una programación local y comunitaria que refleje sus necesidades e

[54]El Poder Ejecutivo Federal de México adelantó una reforma constitucional al artículo 28, mediante la cual extingue el IFT. De este modo, según lo publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 24 de enero de 2025 se expidió el decreto que contiene el reglamento de la Agencia de Transformación Digital y Telecomunicaciones -ATDT-, organismo que asume distintas funciones en materia de las políticas de telecomunicaciones y radiodifusión del gobierno. El reglamento de ATDT se encuentra disponible para consulta en el siguiente enlace: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5747756&fecha=24/01/2025#gsc.tab=0

[55] IFT, expediente AI/DC-002-2019. La decisión adoptada por el Pleno puede consultarse en el siguiente enlace: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp181120436.pdf

[56] IFT, «Televisa, con poder sustancial en el mercado de TV de paga», Disponible en: https://www.ift.org.mx/conocenos/acerca-del-instituto/historia/televisa-con-poder-sustancial-en-el-mercado-de-tv-de-paga

[57] IFT, «Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime modifica y adiciona medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/77 y P/IFT/EXT/270217/120», Disponible en: https://www.ift.org.mx/industria/politica-regulatoria/preponderancia-radiodifusion/ift-resolucion-modificacion-medidas-preponderante-radiodifusion-accion_modificar_acuerdo_anterior-P-IFT-EXT-060314-77-acuerdo_modificado-P-IFT-EXT-270217-120

[58] Ibid.

intereses[59]. Uno de los motivos que sustentan los esfuerzos de esa Comisión sobre el asunto está fundamentado en el hecho del interés que tienen las personas de mantenerse informados. Esto incluye la transmisión de noticias locales de alta calidad en las que los canadienses confían para mantenerse enterados sobre los temas locales de interés y por la transmisión de programación comunitaria mediante la cual puedan expresarse.

Según dicha política, la CRTC indica que el interés referido debe considerarse en línea con el desarrollo tecnológico y los medios digitales, los cuales facilitan el acceso de las personas a la información y contenido de forma más ágil y sencilla. Al respecto, el regulador destaca que «[l]as tecnologías digitales están empoderando a las personas, permitiéndoles contar historias de interés público y compartirlas instantáneamente con millones de personas»[60]. De igual modo, en su análisis, la CRTC tuvo en consideración que los participantes en el proceso de formación de la política regulatoria manifestaron que los servicios en línea aún no tienen el alcance de reemplazar a las fuentes locales tradicionales, incluso porque los canales de televisión comunitaria desempeñan un papel clave en zonas remotas, dado que no todos tienen acceso a computadores o a Internet[61].

Así, la política regulatoria de la CRTC en materia de televisión comunitaria establece medidas para garantizar la creación y exhibición de programación producida a nivel local, así como el fomento de la diversidad de opciones con el objetivo de facilitar la participación de nuevos operadores a nivel local. En ese orden de ideas, los operadores de canales comunitarios tienen la responsabilidad primaria de reflejar a sus comunidades por medio de la programación que ofrecen a los ciudadanos. No obstante, la Comisión también resalta la importancia de que los canadienses tengan acceso a la programación comunitaria en la plataforma de su preferencia, pues desde su perspectiva, «un mayor uso de múltiples plataformas permitiría que la programación comunitaria gozara de mayor visibilidad y llegara a un público más joven y diverso»[62].

En Australia, la Autoridad de Comunicaciones y Medios de Australia (ACMA, por sus siglas en inglés) ha fijado una serie de pautas en aras de que los prestadores de televisión comunitaria conozcan las reglas previstas en la Ley de Servicios de Radiodifusión vigente[63]. Así, uno de los asuntos de mayor relevancia para la autoridad es reiterar la naturaleza de este servicio, en función de sus objetivos y finalidades.

Al respecto, ACMA considera que la televisión comunitaria es un servicio que requiere la participación o contribución de un grupo de personas que compartan un interés común en el enfoque de su comunidad. Además, resalta la relevancia de que sus miembros vivan o trabajen dentro del área que cubre la

---

[59] CRTC. «Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2016-224». Disponible en: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2016/2016-224.htm
[60] Ibid.
[61] Ibid.
[62] Íbid.
[63] ACMA, «Community Television Broadcasting Codes of Practice», Disponible en: https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-10/Community%20Television%20Broadcasting%20Codes%20of%20Practice%20%28ACTA%29.pdf

licencia, pues en criterio de la autoridad, sus titulares deben fomentar la participación de los miembros de las comunidades en su operación y en la selección y provisión de programas de la comunidad.

En esa medida, al establecer parámetros para la programación, ACMA dispone que los titulares de las licencias tienen el deber de abordar cuestiones tales como la diversidad cultural, la representación de los aborígenes y los isleños, así como garantizar la privacidad y el bienestar de los niños. De esta manera, las emisoras comunitarias cumplen un papel esencial en la creación de un espacio inclusivo que promueve el entendimiento, el respeto y la integración social, lo cual permite que todas las voces, especialmente las de grupos vulnerables o históricamente marginados, sean escuchadas y respetadas.

Según el Código de Buenas Prácticas de Televisión Comunitaria expedido por esa autoridad, la representación de los pueblos indígenas y sus culturas es fundamental en el ejercicio de los prestadores de televisión comunitaria. Para el efecto, se considera la relevancia de tomar medidas concretas para evitar distorsiones o malinterpretaciones sobre tales culturas, por lo que sugiere que los titulares de las licencias se asesoran de organizaciones especializadas en radiodifusión comunitaria indígena, respecto de protocolos y prácticas indígenas.

Finalmente, al expedir un documento que compila pautas de participación en transmisiones comunitarias, ACMA señala que la televisión comunitaria requiere un compromiso financiero considerable, lo que ha incentivado que muchos prestadores adopten un modelo de consorcio, basado en la membresía organizacional más que individual. En este modelo, los miembros participan principalmente por medio de sus organizaciones o como voluntarios. Así, para fomentar la participación, los titulares de licencias involucran a la comunidad mediante comités de programas, comités asesores y comités de participación comunitaria, que permiten que los miembros de la comunidad hagan recomendaciones sobre diversos asuntos, como la programación y la inclusión de grupos no representados en los contenidos[64].

En Irlanda, la Autoridad de Radiodifusión de Irlanda (hoy en día, *Coimisiún na Meán*, antes la BAI, por sus siglas en inglés), ha distinguido la televisión irlandesa como una mezcla de servicios nacionales, regionales y locales, entre los que se encuentran los comunitarios[65]. En este caso, el regulador está encargado del proceso de concesión de licencias para los servicios de televisión comunitaria, por lo que se destaca que en la actualidad operan dos servicios en esta modalidad: DCTV en Dublín y CCTV en Cork.

Al igual que en otras jurisdicciones, el servicio de televisión comunitaria debe atender los intereses de la comunidad a la que sirve y proporcionar un beneficio social. Este tipo de servicio es propiedad de los miembros de la comunidad y está gestionado por ellos mismos. En ese sentido, DCTV, que lo dirige un

[64]ACMA, «Community Broadcasting Participation Guidelines», Disponible en: https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-12/Community%20Broadcasting%20Participation%20Guidelines%20-%20Print%20enabled.pdf
[65] COIMISIÚN NA MEÁN, «Community television services», Disponible en: https://www.cnam.ie/general-public/tv-radio-on-demand/tv/

comité de gestión voluntaria en representación de sus miembros, tiene como objetivo promover la igualdad y la inclusión social, empoderando a las comunidades, especialmente a aquellas en situación de desventaja, y trabajar con ellas para alcanzar sus metas sociales, económicas, educativas y culturales. Además, se busca garantizar la participación activa de los ciudadanos en la planificación y el funcionamiento del canal, fomentando su implicación en la gobernanza y el desarrollo de la ciudad. A través de su programación, el canal debe celebrar la diversidad cultural, mediante la ampliación del acceso a contenidos variados que eduquen, entretengan e informen, especialmente a audiencias minoritarias[66].

Por su parte, CCTV está conformada por personas de la comunidad que tienen como objetivo realizar, gestionar y transmitir contenidos que reflejen los intereses, actividades y preocupaciones de su comunidad. De este modo, promueven la producción y transmisión de programas no comerciales que tienen relación con los asuntos comunitarios, utilizando este como un medio de comunicación accesible para sus miembros. Al igual que otros casos ya analizados, su esquema de operación y gobernanza sugiere el fomento de la participación de sus miembros en aras de lograr que hagan parte de sus órganos de dirección, así como su intervención en las actividades propias del servicio (talleres, producción de contenidos o colaboración en el funcionamiento)[67].

5. OFERTA DE TELEVISIÓN CERRADA EN COLOMBIA

Antes de abordar las características de la oferta de los mercados minoristas de televisión multicanal, se considera pertinente tener un contexto más amplio de las características de prestación del servicio de televisión cerrada, es decir, considerando la televisión comunitaria y la televisión por suscripción, tanto individual como empaquetada. En ese sentido, esta sección primero considera una caracterización de dichos servicios, para posteriormente proporcionar las características principales de la oferta del mercado minorista de televisión multicanal en el país, de acuerdo con la definición de mercado expuesta en la Sección 3.2.

5.1. Servicios de televisión por suscripción y televisión comunitaria en Colombia

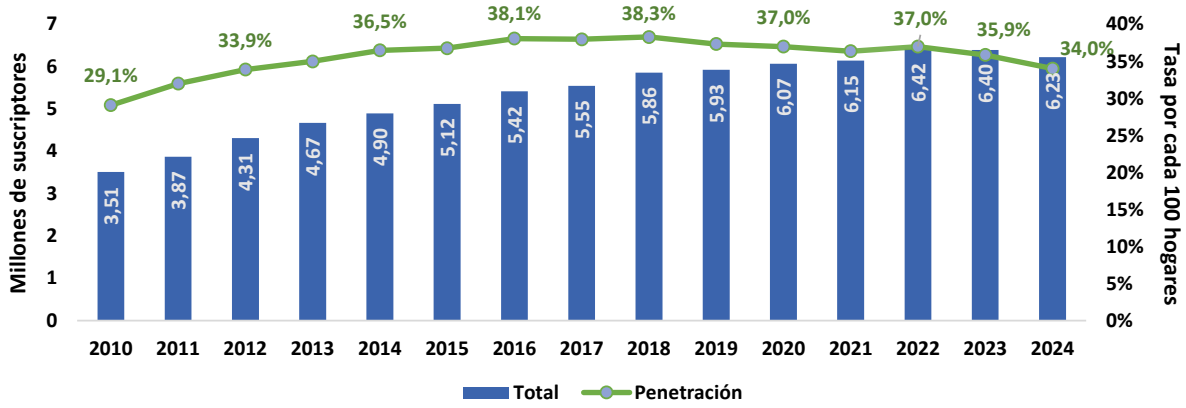
Como se observa en el Gráfico 6 los suscriptores de televisión cerrada, que incluye tanto el servicio de televisión por suscripción como el de televisión comunitaria, pasaron de 3,5 millones en 2010 a 6,4 millones en 2022. A partir de dicho año, se observa un decrecimiento de suscriptores, alcanzando los 6,2 millones para 2024.

[66] DUBLÍN COMMUNITY TELEVISIÓN (DCTV), «DCTV is a not-for-profit cooperative», Disponible en: https://www.dctv.ie/about/
[67] CORK COMMUNITY TELEVISIÓN (CCTV), «Community Televisión», Disponible en: https://corkcommunitytv.ie/cork-community-tv/

Entre 2010 y 2016 el crecimiento fue sostenido, alcanzando 5,4 millones de suscriptores y reflejándose en un aumento de la tasa de penetración del servicio, que pasó de 29,1% a 38,1%. Para el periodo 2017 a 2022, el número de suscriptores aumentó, llegando a 6,4 millones. Sin embargo, el crecimiento promedio de hogares a nivel nacional (3,4%) superó al del número de suscriptores (2,9%), lo que resultó en una disminución de la tasa de penetración, llegando a ser del 37%.

Durante los últimos dos años se presentó un cambio en la tendencia, con una disminución del número de suscriptores que descendió a 6,2 millones en 2024. Este decrecimiento se reflejó en una reducción de la tasa de penetración que llegó al 34%.

Gráfico 6. Evolución de suscriptores y penetración de los servicios de televisión cerrada



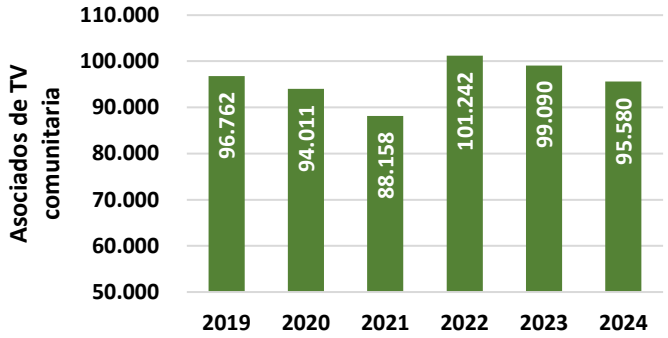
Nota: (i) Datos promedio anual (ii) Los datos del 2024 son con corte al tercer trimestre. (iii) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde el 2019.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC[68].

Al enfocarse en la evolución de la televisión comunitaria entre 2019 y 2024, (Gráfico 7) se puede observar que hubo un decrecimiento progresivo del número de asociados en los primeros tres años, al pasar de 97 mil a 88 mil. En 2022 se registró el mayor número de asociados de los últimos 5 años, seguido de una contracción que, a 2024, se refleja en un total de 96 mil asociados.

[68] La información desde 2010-1T hasta 2019-2T corresponde a la publicada por la ANTV. La información de 2019-3T y 2019-4T fue reportada por los proveedores de TV como respuesta a un requerimiento particular de la CRC. La información del 2020-1T a 2021-2T fue reportada a través del HECAA por los proveedores de televisión como respuesta a un requerimiento particular de la CRC. La información a partir del 2021-3T corresponde a la reportada por los proveedores de televisión de acuerdo con lo establecido en la Resolución MinTIC 175 de 2021. Para efectos de este documento, la información de este pie de página corresponde a todos los gráficos e información que se reporten con la misma fuente a la que hace referencia esta nota.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

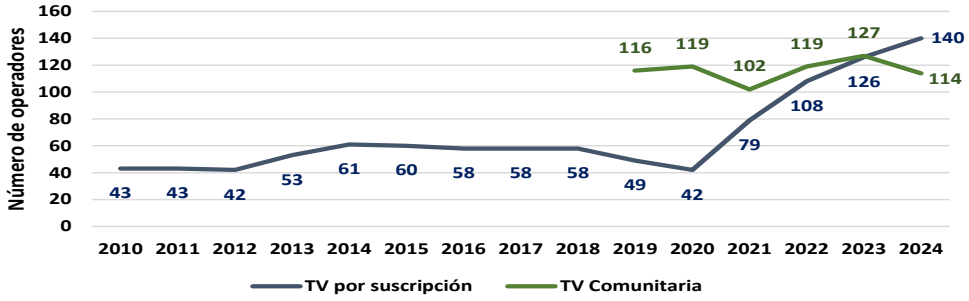
Gráfico 7. Evolución de suscriptores del servicio de televisión comunitaria



Nota: (i) Datos promedio anual (ii) Los datos del 2024 son con corte al tercer trimestre. (iii) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde 2019-3T.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC.

El Gráfico 8 muestra el número de operadores que presta el servicio. Entre 2010 y 2020 se registró una cantidad aproximada de entre 40 y 60 operadores de televisión por suscripción; posteriormente, este número presentó un aumento sostenido hasta alcanzar 140 operadores en 2024. Ahora bien, en la lectura de estos datos debe considerarse que, tal como se explica en nota pie de página 68, hasta 2021-2T se presentaron diversos cambios en las fuentes de los datos. A pesar de la variación en el número de operadores del que se tiene registro, al comparar estos datos con el número de suscriptores, se puede inferir que los nuevos operadores representan una baja participación de usuarios en el total nacional, pues si bien se está hablando de un aumento de entre 80 y 100 operadores, esto no se refleja en un cambio drástico en el número de suscriptores. En cuanto al número de operadores de televisión comunitaria, los datos tienden a mostrar una tendencia estable, de alrededor de 120 operadores, durante los últimos seis años.

Gráfico 8. Evolución cantidad de operadores de los servicios de televisión



Nota: (i) Datos promedio anual. (ii) Los datos del 2024 son con corte al tercer trimestre. (iii) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde el 2019-3T.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC.

Los ingresos operacionales[69] del total de proveedores que prestan el servicio de televisión por suscripción crecieron en promedio 4,8% anual entre 2014 y 2023, pasando de $569 mil millones a $866 mil millones. En 2024 se registra una disminución de estos ingresos, con una variación negativa de 5,2%, llegando a los $821 mil millones (ver Gráfico 9).

En contraste, para el servicio de televisión comunitaria se observa que entre el 2019 y el 2021, los ingresos operacionales decrecieron en un 3,0% promedio anual, pasando de $5.966 millones a $5.611 millones. A partir de 2022 se revierte la tendencia, creciendo 2,4% promedio anual, alcanzando los $7.398 millones (ver Gráfico 10).

Gráfico 9. Evolución de ingresos del servicio de televisión por suscripción (2014 – 2024) – (valores constantes a dic. de 2024)

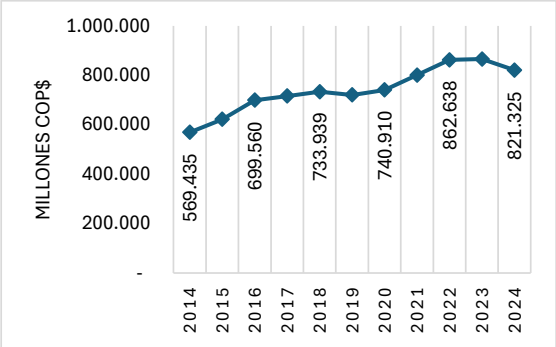
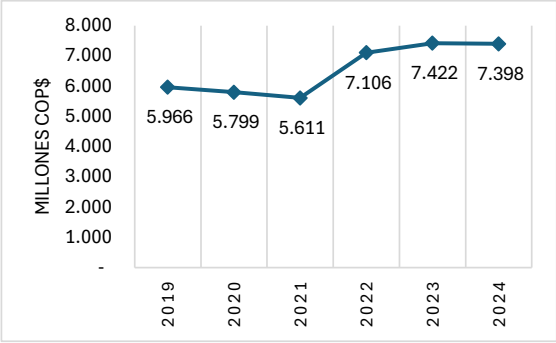


Gráfico 10. Evolución de ingresos del servicio de televisión comunitaria (2019 – 2024) – (valores constantes a dic. de 2024)



Nota: (i) Valores deflactados por el IPC, subclase Servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet, publicado por el DANE. (ii) Los datos del 2024 son con corte al tercer trimestre. (iii) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde el 2019-3T.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC.

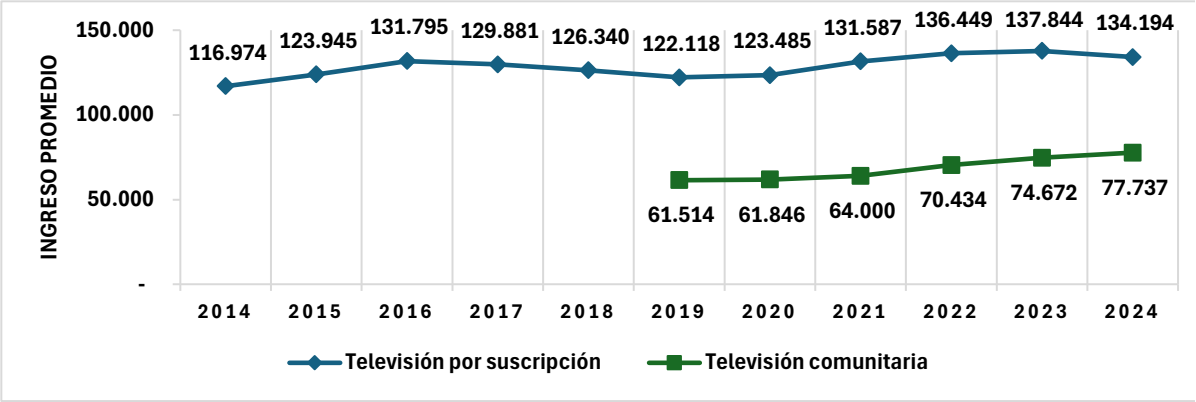
En cuanto a la evolución de los precios promedio mensuales por acceso del servicio de televisión por suscripción, en el Gráfico 11 se observa que aumentaron un 1,5% promedio anual entre 2014 y 2024, al pasar de $117 mil a $134 mil pesos. Al tomar el periodo 2019-2024 para tener comparabilidad con la disponibilidad de información del servicio de televisión comunitaria, se observa un incremento del 1,9% en promedio por año. En este periodo los precios promedio de la televisión comunitaria crecieron 4,8% promedio anual, alcanzando los $78 mil pesos.

En el mismo gráfico también se observa que el precio de televisión por suscripción se ha mantenido aproximadamente dos veces superior al de televisión comunitaria. Lo anterior evidencia el papel que tiene este último servicio en la sociedad, al ofertar el servicio de televisión a un menor precio, lo que

[69] Corresponde a los ingresos operacionales expresados en pesos colombianos por concepto de la prestación del servicio de televisión. No incluye ingresos por pauta publicitaria ni los que se producen por otros conceptos no operacionales, tampoco IVA ni otros impuestos aplicables.

permite apoyar la función de las comunidades organizadas que, según establece la Ley 182 de 1995, es «alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales»[70].

Gráfico 11. Precio promedio por acceso de los servicios de televisión (valores constantes a dic. de 2024)



Nota: (i) Los precios promedios son calculados a partir de los ingresos operacionales totales de los operadores de cada servicio, divididos en la totalidad de accesos reportados. (ii) Valores deflactados por el IPC, subclase Servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet, publicado por el DANE. (iii) Los datos del 2024 son con corte al segundo tercer trimestre. (iv) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde el 2019-3T.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC.

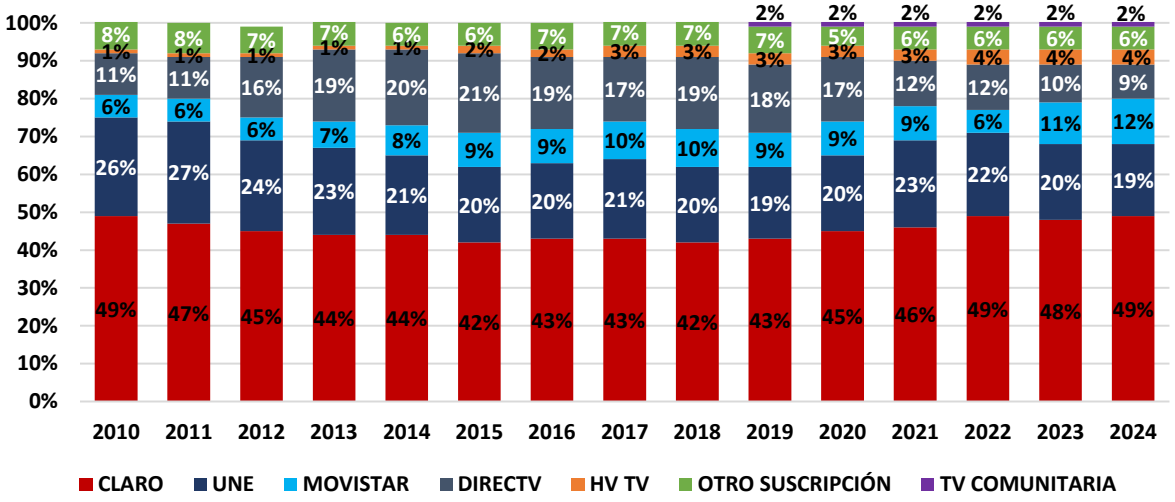
A pesar del crecimiento en el número de proveedores del servicio de televisión cerrada durante los últimos años, más del 90% de la oferta se encuentra distribuida en 5 operadores: CLARO (antes TELMEX), UNE, MOVISTAR (MOVISTAR -COLTEL), DIRECTV y HV TV (ver Gráfico 12).

Por una parte, CLARO ha conservado el liderazgo a nivel nacional durante los catorce años de observación, incrementando su participación (en nivel de accesos) de forma sostenida entre 2018 y 2024 hasta alcanzar una cuota de mercado del 49%. Por su parte, la participación de UNE ha oscilado en los últimos doce años entre el 20% y el 23%. MOVISTAR se situó en tercer lugar en los últimos dos años, con 12% del mercado en 2024. Para el caso de DIRECTV, se evidencia una disminución constante de su participación desde el año 2019 llegando a 9% en el 2023, lo que equivale a 8 p.p. menos respecto a cuatro años atrás. Por su parte, HV TELEVISIÓN ha mantenido constante su participación desde 2022, con 4%. Finalmente, los proveedores de televisión comunitaria tienen una participación del mercado que ha oscilado en los últimos años, alrededor del 1,7%.

[70] Numeral 4 del artículo 37 de la Ley 182 de 1995.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Gráfico 12. Evolución de la participación de los operadores que prestan servicios de televisión



Nota: (i) Los datos del 2024 son con corte al tercer trimestre. (ii) Se cuenta con información del servicio de televisión comunitaria desde el 2019-3T.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC.

5.2. Mercado minorista de televisión multicanal

Una vez caracterizada la oferta de los servicios de televisión cerrada en el país, se hace énfasis en los servicios específicos que hacen parte de los mercados minoristas de televisión multicanal, es decir, el servicio de televisión por suscripción individual (excluyendo la oferta del servicio cuando se presta de manera empaquetada con al menos otro servicio de telecomunicaciones)[71] y el servicio de televisión comunitaria (los cuales corresponden a los servicios focales del mercado, tal como se enunció en la Sección 3.2).

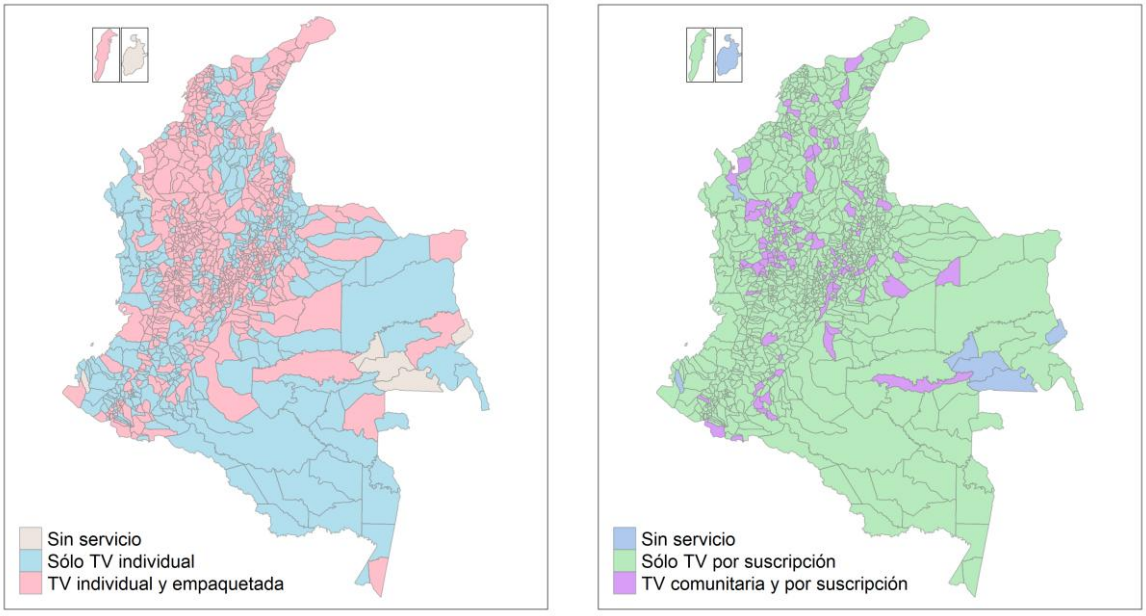
Para esto, es importante mencionar que en lo que respecta a la televisión por suscripción, en todos los municipios en los que el servicio se oferta de manera empaquetada, también existe oferta del servicio

[71] Por medio del proyecto regulatorio «Revisión de los mercados de servicios fijos», que derivó en la expedición de la Resolución CRC 6990 de 2022 esta Comisión determinó que cada servicio empaquetado «Dúo Play 1, Dúo Play 2 y Triple Play» corresponde a un mercado relevante en un ámbito municipal específico. Ver: CRC. Documento soporte del Proyecto regulatorio «Revisión de mercados de servicios fijos». Agosto 25 de 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Ducumento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf
CRC. Resolución CRC 6990 de 2022. «Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones». Diario Oficial No. 52.232 de 28 de noviembre de 2022. Disponible en: https://normograma.info/crc/docs/resolucion_crc_6990_2022.htm

individual (ver Ilustración 4-a). De manera similar, en todos los municipios donde existe oferta de televisión comunitaria, también existe oferta de televisión por suscripción (ver Ilustración 4-b).

Así las cosas, para 2024 se registran 1.116 municipios con cobertura del servicio de televisión por suscripción individual, 113 de los cuales también cuentan con cobertura de televisión comunitaria. Adicionalmente se registran 7 municipios y áreas no municipalizadas en los que no hay cobertura de ningún servicio de televisión cerrada[72].

Ilustración 4. Georreferenciación de municipios que cuentan con servicios de televisión cerrada, 2024.



a) Municipios que cuentan con televisión por suscripción, individual o empaquetada

b) Municipios que cuentan con servicios de televisión comunitaria y por suscripción

Nota: Datos con corte a tercer trimestre.
Fuente: Elaboración CRC con base en el Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

[72] Estos corresponden a los municipios Roberto Payán (Nariño); la Isla de Providencia y Santa Catalina (San Andrés y Providencia); Belén de Bajira (Chocó); Mapiripana (Guainía); y los Corregimientos Departamentales de Cacahual, Pana Pana y Morichal (Guainía).

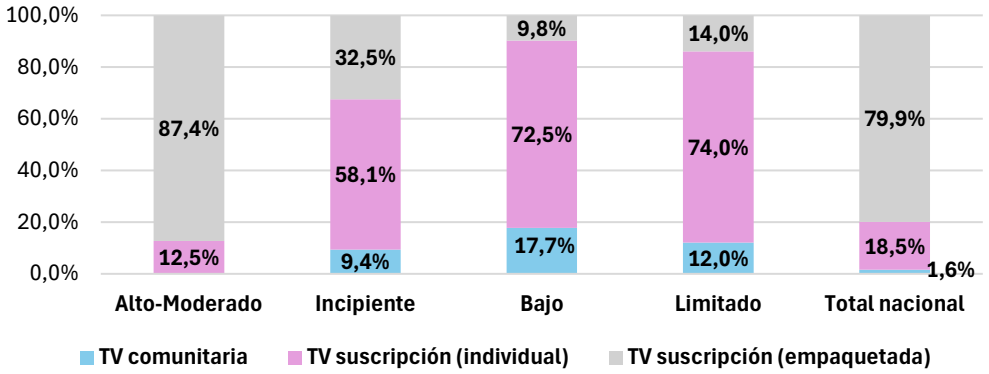
Es importante mencionar que, de acuerdo con la información reportada por los operadores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, el 80% de los hogares del país[73] que cuentan con el servicio de televisión cerrada adquieren el servicio de manera empaquetada. Eso implica que el mercado minorista de televisión multicanal se enfoca en el 20% restante.

Ahora bien, cuando el análisis se realiza a nivel de clúster se observa que, para los hogares de los municipios de desempeño incipiente, bajo y limitado, el acceso a la televisión cerrada se da principalmente mediante el servicio de televisión por suscripción adquirido de forma individual. A su vez, en estos mismos municipios se oferta el servicio de televisión comunitaria, lo que va en línea con la presión competitiva que este servicio ejerce sobre la televisión por suscripción en los municipios de estos clústeres, tal cual como se identificó en la definición del mercado referenciada en la Sección 3.2 (ver Gráfico 13).

A partir de estos datos es importante resaltar que el mercado minorista de televisión multicanal se concentra principalmente en el consumo de televisión cerrada en los municipios alejados de las ciudades principales e intermedias, es decir, aquellos que pertenecen a los clústeres de desempeño *incipiente, bajo* y *limitado.* Esto por cuanto en los municipios de desempeño *alto-moderado* es preponderante el consumo de televisión cerrada de manera empaquetada con al menos otro servicio de telecomunicaciones, cuyo análisis corresponde a otros mercados relevantes[74].

[73] Asumiendo que cada acceso residencial reportado por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016, corresponde a un hogar.
[74] A saber, en la Agenda Regulatoria 2024-2025, se identificó la necesidad de profundizar el estudio de los mercados relevantes de servicios empaquetados, a partir de lo cual esta Comisión se encuentra desarrollando el proyecto «Análisis de competencia de los mercados de servicios de comunicaciones empaquetados». Ver: CRC. Análisis de competencia de los mercados de servicios de comunicaciones empaquetados. [En línea]. 2024. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-41-6-1

Gráfico 13. Distribución de accesos de los servicios de televisión cerrada, por clúster y tipo de suscripción. 2024



Nota: Datos con corte a tercer trimestre.
Fuente: Elaboración CRC con base en el Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En cuanto al número de operadores que participan en el mercado minorista de televisión multicanal, a nivel nacional se registran 129 empresas que ofertan el servicio de televisión por suscripción de manera individual y 122 que ofrecen televisión comunitaria. El Gráfico 14 evidencia que los municipios con mayor nivel de desempeño tienden a tener un mayor número de empresas que compiten en el mercado. Así, mientras que los municipios que pertenecen al clúster de desempeño *alto-moderado* tienden a tener entre cinco y siete empresas, los de desempeño *limitado* tienen entre una y dos empresas únicamente.

En cuanto a la televisión comunitaria, en general tiende a haber un único proveedor de este servicio en los municipios en los que existe este tipo de televisión, con excepción de tres municipios[75], pertenecientes al clúster de *bajo* desempeño, en el que hay dos proveedores. A nivel de clúster, el 13,7% de los municipios de desempeño *incipiente* cuentan con este servicio, seguido por el 11,8% de los municipios de desempeño bajo y el 7,8% de los municipios de desempeño *limitado* (ver Tabla 2).

[75] Corresponden a los municipios de Andes y Puerto Nare en el municipio de Antioquia; y Puerto Nare en Caldas.

Gráfico 14. Distribución del número de empresas por municipio, por clúster. 2024

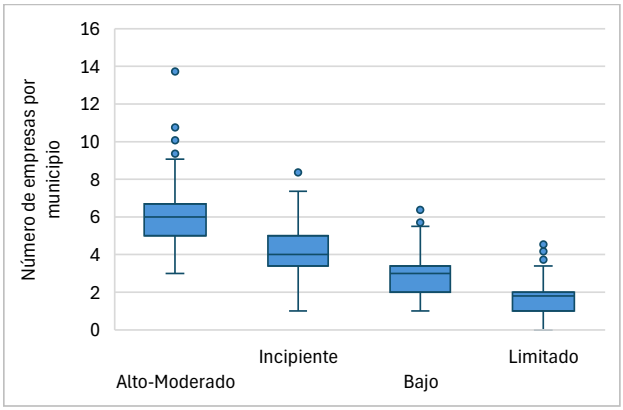


Tabla 2. Número de municipios con presencia de operadores de televisión comunitaria. 2024

Clúster	Total municipios	Municipios con operadores de tv comunitaria	
		1 operador	2 operadores
Alto-moderado	109	-	-
Incipiente	219	30	-
Bajo	526	59	3
Limitado	268	21	-

Nota: Datos promedio anual, con corte a tercer trimestre.
Fuente: Elaboración CRC con base en el Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Como se observa en el Gráfico 15, para el tercer trimestre de 2024, DIRECTV es el operador que tiene mayor cobertura en la prestación de televisión por suscripción individual, prestando el servicio en casi todo el país (excepto los 7 municipios ya mencionados), siendo líder de mercado en 424 municipios. Le sigue CLARO, con presencia en 954 municipios de los cuales tiene mayor participación en 505. Por su parte, MOVISTAR solo lidera en 1 mercado de los 545 municipios en los que tiene presencia.

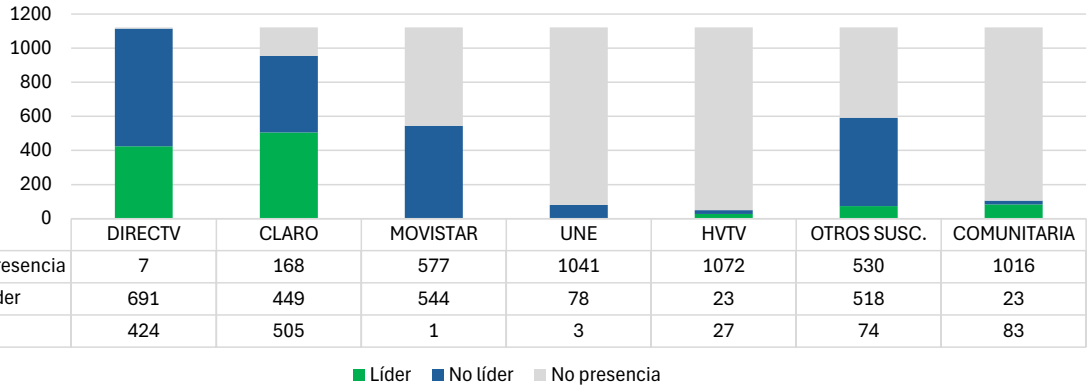
La presencia de DIRECTV en casi la totalidad del territorio nacional podría estar relacionada, en parte, con la facilidad que da la tecnología satelital ofertada por este operador para prestar el servicio en zonas más apartadas con dificultades de acceso, como las que pueden llegar a tener los municipios, principalmente de desempeño *bajo* y *limitado*[76]. Por su parte, UNE y HVTV tienen presencia en 81 y 50 municipios, respectivamente. El primero es líder del mercado en 3 municipios y el segundo en 27 municipios.

De los 106 municipios en los que participan los operadores comunitarios, en 83 este tipo de agentes son líderes. Así mismo, existen 74 municipios en los que la empresa que lidera el mercado no es ninguna de las cinco principales, ni es un operador comunitario. Los operadores que lideran en estos 74 municipios corresponden a un conjunto de 38 empresas, entre las que se destacan: CABLEMAS, que

[76] En la construcción de los clústeres se tuvieron en cuenta variables de acceso como insumo para la clasificación de municipios.

lidera en 9 municipios[77]; TEVECOM en 8[78]; CABLE ÉXITO y TV COLOMBIA DIGITAL en 6 cada uno[79]; PROMOVISIÓN en 4[80]; y MEGACABLE 5G en 3[81]. Las empresas DIGIORIENTE, LEGON, HULIG, CABLE SUR, UNICABLE H.D., y la SOCIEDAD DE TELEVISIÓN, MERCADEOS Y TELECOMUNICACIONES son líderes en 2 mercados cada una. Existe un grupo de 26 empresas, las cuales cada una lidera un único mercado.

Gráfico 15. Liderazgo y presencia de los principales operadores - mercados minoristas de televisión multicanal. 2024 – 3T



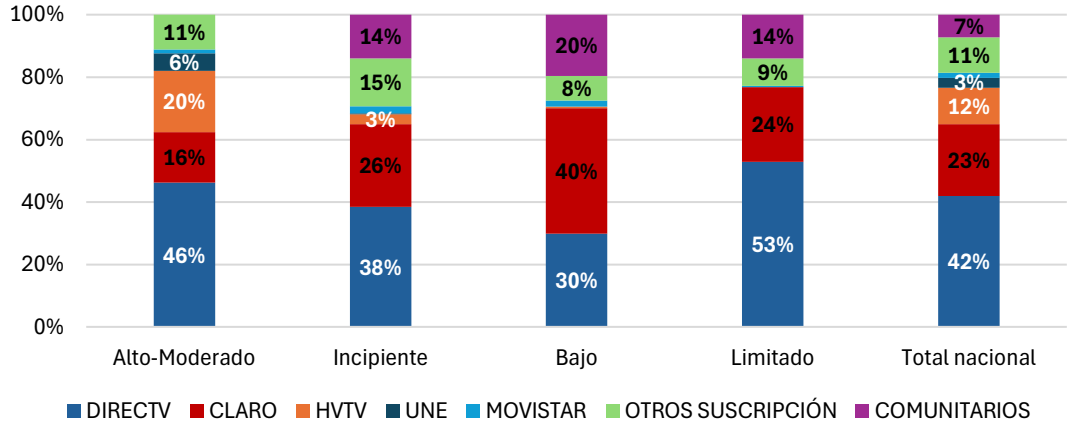
	DIRECTV	CLARO	MOVISTAR	UNE	HVTV	OTROS SUSC.	COMUNITARIA
No presencia	7	168	577	1041	1072	530	1016
No líder	691	449	544	78	23	518	23
Líder	424	505	1	3	27	74	83

Fuente: Elaboración CRC con base en el Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Por contraste del análisis de todos los servicios de televisión cerrada, en el que CLARO se posiciona como el operador con mayor participación (Gráfico 16), al analizar únicamente el mercado minorista de televisión multicanal, DIRECTV es el de mayor participación a nivel de accesos (42% en 2024). Este comportamiento se replica en todos los clústeres, exceptuando al de municipios de *bajo* desempeño, en donde CLARO se posiciona como principal proveedor del servicio. Por otra parte, HVTV y UNE centran su oferta comercial en municipios de *alto* desempeño.

[77] De estos, 6 municipios se encuentran en el departamento de Cundinamarca, y los tres restantes en Valle del Cauca, Santander y Meta.
[78] De estos, 6 municipios se encuentran en el departamento de Antioquia, y los otros dos en Santander y Cundinamarca.
[79] Los municipios en los que CABLE ÉXITO lidera se encuentran en el departamento de Norte de Santander, mientras que TV COLOMBIA DIGITAL lidera en 2 municipios de Antioquia, 2 de Huila, 1 de Santander y 1 de Boyacá.
[80] De estos, 2 municipios se encuentran en el departamento del Meta y los otros dos en Risaralda y Cundinamarca.
[81] 2 ubicados en el departamento de Tolima y 1 en Cundinamarca.

Gráfico 16. Participación de los operadores en el mercado minorista de televisión multicanal. 2024



Nota: Datos con corte a tercer trimestre.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

La caracterización de la oferta de televisión cerrada evidencia que, a pesar del incremento en la cantidad de operadores de televisión por suscripción, la oferta sigue altamente concentrada en cinco empresas, siendo CLARO el operador con mayor participación en la prestación del servicio de televisión cuando se presta de manera empaquetada y DIRECTV el líder en la provisión de televisión por suscripción individual. Por su parte, la televisión comunitaria mantiene una presencia estable en los municipios de desempeño *incipiente, bajo* y *limitado*, donde ejerce un rol clave en la provisión del servicio a menores costos en estos municipios, que suelen estar alejados de las ciudades grandes e intermedias.

En el mercado minorista de televisión multicanal, que comprende exclusivamente la televisión por suscripción individual y la televisión comunitaria, se observa que su alcance es mayor en municipios con menor desempeño económico, dado que estas opciones representan la principal forma de acceso a televisión cerrada. Si bien hay una diversidad de proveedores a nivel nacional, la presencia de operadores y la intensidad de la competencia varían según el nivel de desempeño de los municipios (es decir, según el clúster), aspecto que debe considerarse para el análisis de competencia que se abordará en la siguiente sección.

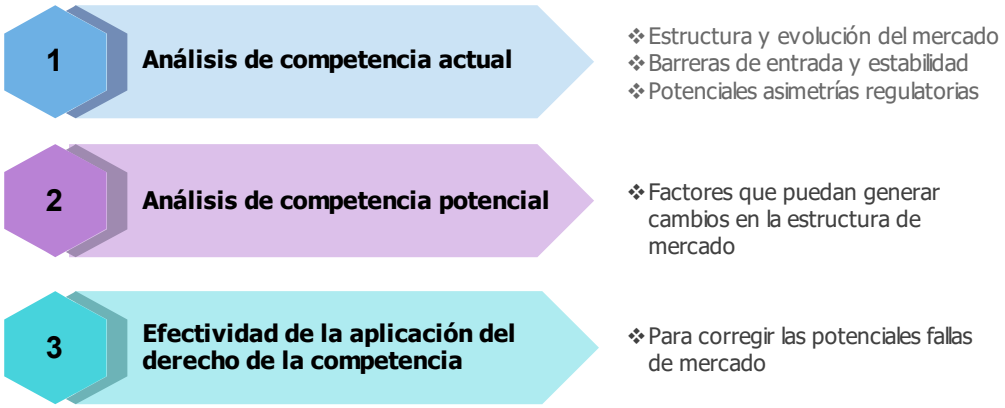
6. ANÁLISIS DE COMPETENCIA

En la sección anterior se presentó una caracterización general de diferentes variables que permiten analizar la estructura bajo la cual se prestan los servicios de televisión cerrada, enfocándose posteriormente en la prestación de los servicios que participan en los mercados minoristas de televisión multicanal.

La Comisión reitera que los servicios de televisión cerrada se refieren al servicio de televisión por suscripción (el cual es un mercado relevante en sí mismo, en los municipios de *alto-moderado* desempeño), y al servicio de televisión comunitaria (que ejerce una presión competitiva al primero, en los municipios de desempeño *incipiente, bajo* y *limitado*) (ver Sección 3.2).

En esta sección se desarrolla el análisis de competencia de estos mercados, siguiendo la metodología expuesta en la Sección 2 y que se resume en la Ilustración 5, que consta de la aplicación del test de los tres criterios para identificar si en los mercados minoristas de televisión multicanal existen problemas de competencia y deben declararse como sujetos a regulación ex ante.

Ilustración 5. Test de los tres criterios para el análisis de la competencia



Fuente: Elaboración CRC con base en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Para ello, con el fin de evaluar el primer criterio, se realiza un análisis que incluye la creación de un índice compuesto para cada municipio, seguido de la evaluación de existencias de patrones geográficos, los cuales buscan identificar los municipios con posibles fallas de mercado. Posteriormente, se hace un análisis de barreras de entrada y de estabilidad del mercado (en cuanto a las dinámicas de entrada y salida de empresas prestadoras de los servicios), y se estudian las características de los municipios identificados en relación con el clúster al que pertenecen. La aplicación del primer criterio concluye con un análisis de asimetrías regulatorias, el cual se considera pertinente debido a que en este mercado participan dos operadores de distinta naturaleza jurídica.

En caso de que se identifiquen problemas de competencia, se procede a evaluar el segundo criterio, que corresponde al análisis de competencia potencial. Finalmente, si como resultado de la evaluación de los dos primeros criterios se concluye que existen problemas de competencia, se analiza si estos pueden ser solucionados con la aplicación del derecho de la competencia ex post.

6.1. Análisis de la competencia actual

El objetivo del análisis de competencia actual es analizar las condiciones de competencia del mercado minorista de televisión multicanal a nivel municipal. Específicamente, busca identificar municipios donde puedan existir problemas de competencia, para así priorizar el uso de recursos regulatorios en las áreas más críticas. Este análisis consta de tres pasos: la creación de un índice compuesto, la identificación de patrones geográficos y la evaluación de la consolidación del mercado[82] (ver Ilustración 6).

Ilustración 6. Diagrama de flujo del análisis para identificar municipios con potenciales problemas de competencia

Fuente: Elaboración CRC.

El primer paso consiste en crear un índice compuesto a nivel municipal, el cual evalúa tres factores clave:

a. Las condiciones estructurales y la concentración de mercado, a partir del análisis de la distribución de la participación de mercado de las empresas que operan en cada municipio,
b. la dominancia del líder, mediante el cual se observa si una empresa en particular tiene la capacidad de ejercer un control significativo sobre el mercado, y
c. el desempeño del mercado, a partir del análisis de penetración del servicio.

[82] La metodología de análisis que se sigue en este documento se plantea sin perjuicio de que la CRC pueda utilizar criterios distintos en otros análisis según las características de los mercados bajo estudio y la disponibilidad de información.

El índice permite ordenar los municipios según el nivel de problemas de competencia identificados, facilitando la selección de aquellos en donde se considera prioritaria la intervención de la Comisión. Es importante destacar que la exclusión de un municipio de esta lista no implica la ausencia de problemas de competencia.

En el segundo paso, a partir de los resultados del índice compuesto municipal, se analiza si existen municipios que puedan llegar a verse afectados por las condiciones de mercado de municipios vecinos. Este elemento de análisis se lleva a cabo considerando que la competencia en un municipio puede influir en la de sus alrededores, especialmente si los proveedores operan en varias localidades cercanas, reconociendo la existencia de potenciales efectos de red o economías de alcance.

Finalmente, se verifica si los mercados identificados en los dos pasos anteriores tienen mercados consolidados. Este paso reconoce que, si bien existen municipios que puedan presentar fallas de mercado, estas podrían derivarse de procesos de expansión y desarrollo de estos.

Para los mercados que se identifiquen como consolidados y que presenten problemas de competencia más críticos, se realizará un análisis más profundo para determinar si requieren medidas regulatorias. Para esto se tomará como referencia la evolución de los accesos, tanto del mercado como de la empresa líder (si la hay), todo esto considerando la evolución del mercado de municipios similares, a partir del clúster de desempeño al que pertenecen (ver Sección 3.2). Este análisis busca identificar si en efecto se presentan fallas de mercado y cuál es la naturaleza del problema. Posteriormente, se proseguirá con los análisis de competencia potencial y de efectividad de la aplicación del derecho a la competencia (ver Ilustración 5).

6.1.1. Índice compuesto municipal para priorización de la intervención regulatoria

El índice compuesto municipal para priorización de la intervención regulatoria busca sistematizar el análisis de diversas variables que capturen las dinámicas y condiciones de competencia en el mercado minorista de televisión multicanal a nivel municipal. Está inspirado en ejercicios previos realizados por la CRC para el análisis de competencia y en lo dispuesto en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016 en los mercados de comunicaciones. Evalúa cinco elementos clave: cuatro relacionados con las condiciones de competencia desde el lado de la oferta y uno relacionado con el desempeño del mercado (ver Ilustración 7).

El índice actúa como un criterio de ordenamiento para la priorización de recursos. Así, cada municipio recibe un puntaje en el rango comprendido entre 0 y 1; de esta manera corresponde a un índice de criticidad de la intervención regulatoria, el cual busca priorizar y focalizar las intervenciones regulatorias. En tal sentido, un municipio calificado con un valor cercano a 0 representa menor criticidad en términos de restricciones a las dinámicas de competencia, mientras que uno con un valor cercano a uno, sugiere mayor criticidad y necesidad de intervención regulatoria asociado con problemáticas en torno a las dinámicas de competencia. El ejercicio de ordenamiento y calificación permite identificar, priorizar y focalizar las intervenciones regulatorias hacia donde sean más necesarias.

A continuación, se hace una breve descripción de la construcción del índice y de los elementos que lo componen. Dichos elementos analíticos se resumen en la Ilustración 7. Un mayor detalle metodológico puede ser consultado en el ANEXO 1.

Ilustración 7. Elementos de análisis para la construcción del índice compuesto municipal

Aspecto	Evaluación
Estructura	$HHI^j \geq 3.000$
Evolución	$\partial HHI^j/\partial t \geq 0$
Dominancia	$C_1^j - SB^j \geq 0$
Evolución	$\partial(C_1^j - SB^j)/\partial t \geq 0$
Desempeño	$\partial Penetración^j/\partial t \geq 0$

Fuente: Elaboración CRC.

El primer elemento, evalúa los niveles de concentración de mercado desde el lado de la oferta, por medio del **Índice Herfindahl-Hirschman (HHI)**. Si bien los umbrales críticos definidos a partir de las guías de fusiones horizontales utilizadas por el Departamento de Justicia de los Estados Unidos consideran un HHI superior a 2.500 como un mercado altamente concentrado, debe tenerse en cuenta que los mercados de telecomunicaciones hacen parte de una industria que se caracteriza por tener significativas barreras de entrada, un bajo número de competidores y altos costos fijos y hundidos; en razón a ello, mayores niveles de concentración. Por lo tanto, se considera consiste establecer **un HHI igual o superior a 3.000 puntos**[83] [84] como umbral para realizar el análisis de los niveles de concentración. Cuando se supera este umbral se considera como un indicativo de que los operadores podrían ejercer un poder de negociación excesivo en el mercado minorista, siendo esto un reflejo de las posibles fallas estructurales de mercado. Las tendencias internacionales muestran que algunos de los mercados de comunicaciones más dinámicos presentan índices HHI en el rango entre 2.500 y 3.000 puntos[85].

[83] CRC (2022). Documento soporte: Análisis de los mercados de internet fijo y su relación con el mercado mayorista portador. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-6/Propuestas/documento-soporte-portador-f.pdf CRC (2017). Documento soporte: Revisión del mercado de datos fijos. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Revisi%C3%B3n%20del%20mercado%20de%20datos%20fijos/247-170517_mercados_datos_fijos_.pdf

[84] Esto plantea sin perjuicio de que la CRC pueda utilizar criterios distintos en otros análisis según las características de los mercados bajo estudio y la disponibilidad de información.

[85] OCDE (2018). Market Concentration - Note by Mexico (IFT). Disponible en: https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)24/en/pdf Bahia, K. & Castells, P. (2023). The dynamic effects of competition on investment: the case of the european mobile communications industry. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4175243. Sung, N. (2014). Market concentration and competition in OECD mobile telecommunications markets. Disponible en: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036846.2014.920480

El segundo elemento, que se aplica para los municipios que presenten un valor de HHI igual o superior al umbral de 3.000, se relaciona con el análisis de la evolución de la concentración de mercado en el tiempo mediante el cálculo de la pendiente de una regresión lineal del HHI a lo largo del periodo analizado[86]. Si la **pendiente es positiva**, indica que el mercado no ha mostrado mejoras en su estructura de competencia, ya que la concentración se ha mantenido o ha aumentado. Por el contrario, una pendiente negativa sugiere una dinámica hacia la desconcentración, lo que podría indicar una potencial corrección de la falla de mercado identificada en el primer paso.

El tercer elemento, evalúa si una empresa en particular podría tener una posición dominante en el municipio. Para esto, se hace una comparación entre **la participación del líder y el Índice de Stenbacka**[87], que represente un umbral a partir del cual el líder de un mercado podría detentar dominancia. De tal manera, si la participación del líder es superior al valor del umbral de *Stenbacka*, se considera como un indicio de que la empresa líder podría tener una posición de dominio en el mercado.

El cuarto elemento, que se aplica para los municipios donde el líder muestra indicios de dominancia, analiza cómo ha cambiado esta situación en el tiempo. Para esto, se calcula la pendiente de una regresión lineal de la diferencia entre la participación del líder y el valor del umbral de *Stenbacka* a lo largo del periodo de análisis. Una **pendiente positiva** indica que la brecha entre la participación del líder y el umbral de *Stenbacka* se ha mantenido o ha aumentado, lo que sugiere la potencial consolidación de la potencial posición dominante. Una pendiente negativa indica una reducción de la potencialidad del líder de ejercer dominancia, lo cual puede reflejar un mercado más competitivo.

El quinto elemento, evalúa el desempeño del mercado en términos de eficiencia mediante la **tasa de penetración del servicio de televisión cerrada**. Si la tasa de penetración aumentó en el tiempo, se considera un desempeño dinámico por el lado de la demanda; por el contrario, si no hay un aumento en la penetración, se interpreta como una **falta de dinamismo** en el mercado.

En este punto vale la pena anotar que, como se vio en la Sección 3, es pertinente analizar la penetración del servicio de televisión cerrada y no solo la del mercado minorista de televisión multicanal, ya que una baja penetración del mercado minorista de televisión multicanal no necesariamente indica una contracción de la demanda por parte de los hogares, pues éstos podrían estar accediendo al servicio de manera empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones. Esto implica que analizar

[86] Este corresponde al periodo 2022-IIIT – 2024-IIIT, periodo de mayor estabilidad de los datos obtenidos a partir de la información reportada por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Este formato fue modificado mediante la Resolución 6333 de 2021.

[87] Este índice es utilizado típicamente como una medida indicativa de la posible existencia de un oferente con posición de dominio. Es definido como un umbral de dominancia basado en las participaciones de mercado de las dos empresas más grandes de la industria, e indica el nivel de participación a partir del cual se puede considerar que la empresa líder puede mostrar posición de dominio. Se calcula median la fórmula: $S^D = 1/2[1 - \gamma(S_1^2 - S_2^2)]$. En este caso se tomó $\gamma = 1$. Ver: CRC. Batería de indicadores para el análisis de la competencia en los mercados de comunicaciones. [En línea]. Abril de 2022. p.p. 6. Disponible en: https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Gu%C3%ADa%20de%20Indicadores%20de%20Competencia.pdf

exclusivamente la penetración del mercado minorista de televisión multicanal podría subestimar el acceso real de los hogares al servicio, dando una percepción inferior a la real del grado de potencialidad de desarrollo del mercado.

Luego de realizar los análisis de los cinco elementos que componen el índice, expuestos anteriormente, se procede a explicar su proceso de construcción:

1. Para cada uno de los cinco elementos, se asigna un valor de 0 si el municipio no presenta la condición que refleja un problema de competencia. Si el valor del índice supera el umbral establecido, se asigna una puntuación de 0 a 1.
2. Una vez obtenidos los cinco puntajes se calcula un promedio simple, lo cual permite no asignar mayor peso a ningún elemento. Esto da lugar a un valor del **índice compuesto** para cada municipio, que varía entre 0 y 1, donde un valor más alto indica una mayor incidencia de problemas de competencia.
3. Para garantizar el cumplimiento de las propiedades estadísticas en el proceso de priorización, éste se transforma para que su distribución coincida con una normal. De esta manera se determina, por medio de las medidas de tendencia central, un umbral[88] a partir del cual se identifican los municipios que potencialmente van a ser sujetos de análisis.

A manera de ejemplo, para la asignación de valores por elemento, si se tiene un municipio cuyo HHI es inferior a 3.000, se asigna un valor de 0. Por construcción, el máximo valor del HHI es 10.000, en cuyo caso al municipio se le asignaría un valor de 1[89]. Así, si el índice toma valor de 6.500, el índice de este elemento será de 0,5. Tras esta asignación de valores, para cada municipio se tiene un puntaje en cada elemento evaluado. (para un mayor detalle, consultar el ANEXO 1). Luego de tener el puntaje para cada uno de los cinco elementos, se prosigue con la construcción del índice.

La Ilustración 8 muestra, para el caso del índice compuesto municipal del mercado minorista de televisión multicanal, los valores georreferenciados, en los que los valores oscuros indican los municipios que tienen una mayor incidencia de problemas de competencia.

Con base en este índice, se identificaron **288 municipios** con un valor superior al umbral establecido, de los cuales **131 corresponden a mercados que cuentan con un prestador único,** en los que los servicios se estarían prestando bajo condiciones de monopolio (ver Tabla 3).

[88] Dado que el índice compuesto fue normalizado, se estableció como umbral de análisis el promedio más una desviación estándar. En ese sentido, todos los municipios cuyo valor del índice iguala o supera este umbral, se consideran como potenciales municipios a analizar.
[89] Esta descripción se da a manera de ejemplo para entender los análisis llevados a cabo en cada paso. Es de aclarar que en la construcción del índice a los municipios que presentan monopolio en la prestación del mercado minorista de televisión multicanal, se asignó un valor de 1, lo que indica que estos mercados van a ser sujetos de análisis en los siguientes pasos.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Ilustración 8. Índice compuesto municipal

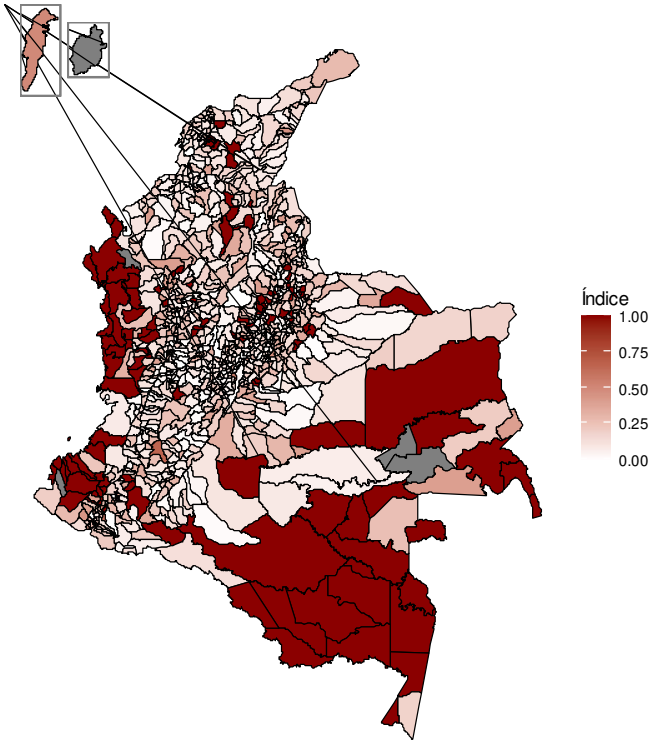


Tabla 3. Resultados de análisis del índice compuesto municipal

índice compuesto

Resultado análisis índice compuesto (IC)	Cantidad de municipios
$IC < umbral$	830
$IC \geq umbral$	157
$Monopolios$	131
Potenciales municipios por analizar	**288**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

6.1.2. Identificación de patrones geográficos

A partir del **índice compuesto municipal**, se realiza un análisis de **autocorrelación espacial** para evaluar la distribución geográfica de los municipios objeto de análisis priorizados con potenciales problemas de competencia. Este análisis permite identificar si los municipios vecinos tienden a presentar condiciones de competencia similares o diferentes.

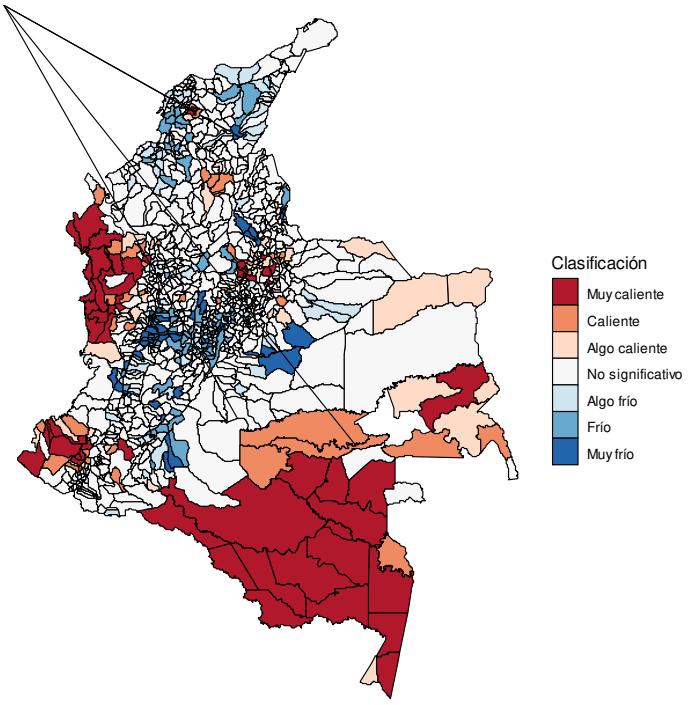
Para llevar a cabo este análisis, se utiliza el **estadístico *Getis*-Ord**[90], que mide la intensidad y patrón de autocorrelación espacial (ver ANEXO 1 para más detalles). De acuerdo con este estadístico, si los municipios vecinos tienen valores similares del índice compuesto municipal, se dice que hay

[90] El estadístico Getis Ord mide tanto la intensidad como el patrón de la autocorrelación espacial en el territorio evaluado. Permite identificar y cuantificar patrones de agrupación en un conjunto de datos geográficos.

autocorrelación espacial positiva. Si los valores son distintos entre municipios vecinos, hay autocorrelación espacial negativa.

La Ilustración 9 muestra el resultado del análisis a través de un mapa de calor. De esta manera la intensidad del color indica el grado de significancia estadística de la autocorrelación: colores más intensos reflejan relaciones más significativas. Así, los municipios con autocorrelación espacial negativa se representan en azul, indicando vecindades con valores dispersos del índice, mientras que los municipios con autocorrelación espacial positiva tienden a pintarse de color rojo, indicando vecindades (agrupaciones de municipios colindantes) con altos valores del índice, lo que sugiere que la cercanía geográfica podría influenciar los resultados del índice.

Ilustración 9. Análisis de puntos calientes del índice compuesto municipal



Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Este análisis tiene como finalidad identificar municipios que no superaron el umbral del índice compuesto, pero que se encuentran en vecindades con alta o muy alta autocorrelación positiva (es decir, rodeados de municipios con altos valores del índice). Estos municipios podrían estar en riesgo de tener problemas de competencia en el corto plazo, debido a la influencia de las condiciones de mercado

de sus vecinos. Esta identificación permite anticipar posibles problemas de competencia y enfocar acciones regulatorias preventivas en zonas geográficas estratégicas.

La Tabla 4 muestra tanto los resultados de la clasificación del índice compuesto como los del análisis de autocorrelación espacial aplicado a los municipios que no superaron el umbral. En esta se observa que, de los 830 municipios que luego del cálculo del del **índice compuesto municipal** obtuvieron un valor por debajo del umbral, 24 se encuentran en vecindades con alta o muy alta autocorrelación positiva. Como resultado, de ambos análisis, se tiene un total de 312 municipios que requieren un análisis más detallado. De estos 312 municipios, 157 tuvieron un valor del índice compuesto superior al umbral, 131 cuentan con un prestador único y 24 cumplen con los criterios de autocorrelación espacial. Así, el análisis de patrones geográficos permite identificar zonas de riesgo en términos de las dinámicas de competencia que no son evidentes al evaluar municipios de manera aislada, lo que contribuye a una estrategia regulatoria más focalizada, que considere la influencia de las condiciones competitivas en mercados de municipios vecinos.

Tabla 4. Resultados del análisis de autocorrelación espacial aplicado a municipios que no cumplieron el umbral del índice compuesto

Resultado análisis índice compuesto (IC)	Cantidad de municipios	Análisis de municipios con puntos calientes	Potenciales municipios por analizar
$IC < umbral$	830	24	24
$IC \geq umbral$	157	NA	157
$Monopolios$	131	NA	131
Total			**312**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

6.1.3. Evaluación de consolidación de mercados

Considerando los 312 municipios identificados mediante los ejercicios de priorización, se realiza un análisis para evaluar si la prestación del servicio de televisión cerrada se da en mercados consolidados o no consolidados. Esto es, el grado de madurez de desarrollo del mercado en el municipio. Este análisis es necesario para distinguir entre problemas de competencia estructurales y situaciones de mercado en proceso de desarrollo o consolidación.

Para esto, se evalúa la penetración del servicio de televisión cerrada, independientemente de si se ofrece de manera empaquetada o individual, pues como se ha mencionado previamente, existen hogares que accedan al servicio de televisión de manera empaquetada, por lo que analizar

exclusivamente la penetración del mercado minorista de televisión multicanal podría subestimar el acceso real de los hogares al servicio.

En este análisis, un **mercado está consolidado** cuando la penetración del servicio de televisión cerrada alcanza un umbral que indica madurez en la oferta y aceptación por parte de los consumidores. Por el contrario, un **mercado no consolidado** es aquel en el que la penetración del servicio es baja, indicando potencialidad de crecimiento o falta de madurez en la oferta.

Con el fin de establecer un umbral de elección de municipios, se tomaron los datos de penetración del servicio de televisión cerrada a nivel nacional y se transformaron los datos de manera tal que siguieran las propiedades estadísticas de la distribución normal. Una vez transformados los datos, se estableció un umbral estadístico, considerando las medidas de tendencia central[91], a partir del cual se considera que el mercado se encuentra consolidado (para más detalles consultar el ANEXO 1).

La Tabla 5 ilustra los resultados obtenidos de este análisis. De los 312 municipios identificados en los pasos anteriores, 114 se clasifican como mercados no consolidados y 198 como mercados consolidados. Este último conjunto de municipios (los consolidados) se consideran como **mercados con potenciales problemas de competencia**, y por lo tanto, requieren un análisis más detallado. De estos, 20 municipios fueron identificados por el análisis de autocorrelación espacial, 130 por el análisis del índice compuesto y 48 corresponden a mercados con un único prestador del servicio.

Por las consideraciones expuestas hasta aquí los 114 mercados no consolidados se identifican potencialmente problemáticos; sin embargo, u grado de desarrollo indica que son mercados que no son lo suficientemente maduros, por lo que no serán objeto de la focalización regulatoria.

Tabla 5. Resultados del análisis de consolidación de mercados aplicado a municipios identificados de los pasos anteriores

Resultado análisis índice compuesto (IC)	Potenciales municipios por analizar	Distribución de municipios – análisis de consolidación	
		Municipios no consolidados	Municipios consolidados
$IC < umbral$	24	4	20
$IC \geq umbral$	157	27	130
$Monopolios$	131	83	48
Total	**312**	**114**	**198**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

[91] En este caso, se encontró pertinente establecer el umbral en el promedio menos una desviación estándar. Este corresponde a un umbral de 2,76%.

La Ilustración 10 muestra la distribución geográfica de los 198 municipios identificados como potencialmente problemáticos en términos de competencia. De estos, el 87% pertenece a los clústeres de *desempeño bajo* y *limitado*, los cuales corresponden a municipios que cuentan con muy baja densidad poblacional, con bajos niveles de ingreso, con mayores índices de pobreza que los municipios del resto del país, y con altas tasas de ruralidad (ver Tabla 6)

De otra parte, se identificaron 7 municipios que pertenecen al clúster de *desempeño alto-moderado*, lo que representa el 4% de los municipios identificados, 19 en el clúster de *desempeño incipiente*, equivalente al 10% del total. Estos municipios presentan características socioeconómicas y condiciones de mercados distintas a las observadas en los clústeres de *desempeño bajo* y *limitado*, sugiriendo que podrían estar enfrentando problemas de competencia por razones diferentes.

Ilustración 10. Resultados georreferenciados del análisis de competencia actual

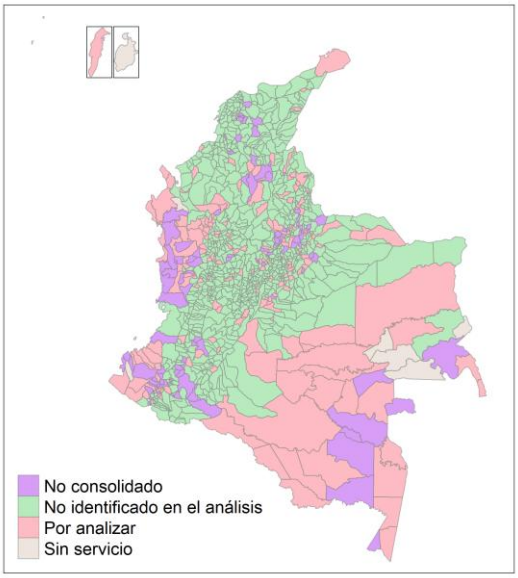


Tabla 6. Distribución de municipios por analizar, por clúster

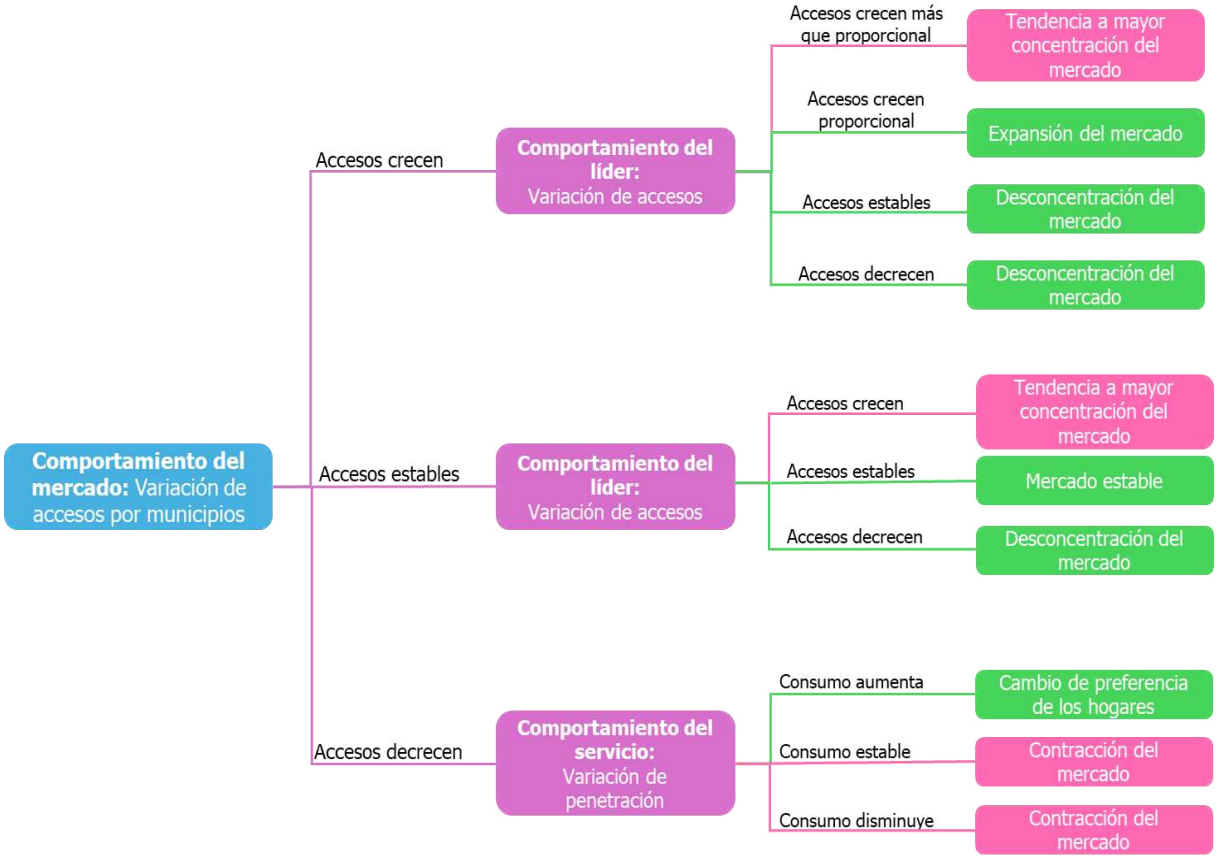
Clúster	Municipios por clúster	Municipios por analizar
Alto-moderado	109	7
Incipiente	219	19
Bajo	526	86
Limitado	268	87
Total	**1.121**	**198**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

6.1.4. Análisis de evolución del mercado y del comportamiento del líder

Si bien las variables analizadas permitieron identificar municipios con condiciones estructurales que sugieren problemas de competencia, es necesario analizar las particularidades que se presentan en estos mercados con el fin de identificar de manera más precisa las situaciones que están afectando el desempeño competitivo del mercado. Este enfoque permite segmentar los mercados de acuerdo con la naturaleza de sus problemas, facilitando un análisis posterior de asignación de medidas regulatorias, de manera tal que estas sean más específicas y oportunas.

Ilustración 11. Árbol de decisión para identificar municipios con condiciones estructurales que afectan el desempeño del mercado



Fuente: Elaboración propia

Para esto, se sigue el árbol de decisión que se plantea en la Ilustración 11, el cual evalúa la evolución de los accesos de cada municipio. Se pueden dar tres casos:

1. Si el **número de accesos crece**[92], se analizan los accesos del líder[93]:

[92] Se considera que el número de accesos del municipio crece en los dos años de análisis si tuvo un cambio superior al 10%, y decrece si el cambio es inferior al -10%. En caso contrario se considera que el número de accesos se mantuvo estable.
[93] El análisis de la evolución del número de accesos de la empresa líder se hace en los mismos términos de análisis del número de accesos del municipio.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

   a. Si el líder mantiene o reduce el número de accesos, se infiere que el aumento observado en el mercado es impulsado por otros operadores, lo que indica desconcentración del mercado.
   b. Si el líder crece en proporción similar al mercado[94], el crecimiento proviene de la expansión de este operador, lo que indica que no se están afectando las condiciones de competencia.
   c. Si el líder crece más que el mercado[95], su expansión se da a expensas de sus competidores, lo que sugiere problemas de competencia.

2. Si el **número de accesos se mantiene estable**, se evalúan los accesos del líder:
   a. Si los accesos del líder se mantienen estables o disminuyen, no hay indicios de fallas competitivas, pues implica que la estructura del mercado se mantiene o que los demás operadores están aumentando, lo que indicaría desconcentración del mercado.
   b. Si el líder aumenta el número de accesos, indica una mayor concentración, posiblemente debido a prácticas como ventajas en costos (por ejemplo, acceso a mejores tarifas mayoristas de adquisición de canales, o acceso a mejores parrillas debido a un mayor poder de negociación que sus rivales).
3. Si el **número de accesos disminuye**, se analiza la causa:
   a. Si el consumo de televisión cerrada aumenta[96], los hogares pueden estar migrando a servicios empaquetados, lo que no implica una falla de mercado y puede sugerir un cambio en las preferencias de consumo de los hogares.
   b. Si el consumo de televisión cerrada disminuye o permanece estable, se infiere que existe una contracción del mercado minorista de televisión multicanal y en general del consumo, posiblemente causada por barreras de entrada, asimetrías de mercado o costos mayoristas elevados.

A partir de este análisis se identifican cuatro escenarios en los que existen indicios de fallas en el mercado, para los cuales podrían ser necesarias medidas regulatorias:

- El líder crece más rápido que el mercado, indicando una tendencia hacia mayor concentración.
- El líder crece en un mercado estable, lo que sugiere que su expansión se da a expensas de sus competidores.
- Dos escenarios en los que el mercado está decreciendo (cuando el consumo de televisión cerrada es estable o se reduce), lo que indica una contracción del mercado minorista de televisión multicanal.

[94] Se refiere a cuando la razón entre el cambio del líder y el cambio del mercado se encuentra entre 0 y 1,2.
[95] Se refiere a cuando la razón entre el cambio del líder y el cambio del mercado es superior a 1,2.
[96] Se considera que el consumo de televisión cerrada aumenta si la pendiente de la regresión lineal de la penetración del servicio es superior a 1, lo que es equivalente a un cambio acumulado a 9 puntos porcentuales en el periodo analizado. De manera similar, se considera que el consumo disminuye si la pendiente es inferior a -1. En el resto de los casos se considera que el consumo estuvo estable.

Estos problemas podrían ser del mercado minorista (como poder de mercado, mayor poder de negociación o existencia de barreras) o derivarse del mercado mayorista (como precios elevados o condiciones de desventaja en la adquisición de canales).

Es importante realizar este análisis a la luz de las particularidades que se presentan en cada clúster, considerando las tendencias de penetración, el número de empresas que participan en el mercado y los cambios en la estructura competitiva, esto permite entender el contexto bajo el cual se presentan las situaciones enunciadas en cada municipio. Este análisis detallado se encuentra en el ANEXO 2 de este documento, cuyos resultados se presentan a continuación, de manera consolidada a nivel nacional.

La Tabla 19 muestra que 106 de los 198 municipios identificados con potenciales problemas de competencia cumplen con las cuatro condiciones antes explicadas. El número de municipios que cumple cada condición se muestra de manera resaltada en color rosado.

Allí se observa que, en cuatro municipios, si bien hay un crecimiento del mercado, la participación del líder crece de manera más que proporcional. También se observa que, en 10 municipios, aunque el mercado permanece estable, el líder viene aumentando el número de accesos. Ambas condiciones indican una tendencia a una mayor concentración del mercado. Por otra parte, hay 92 municipios en donde se identifica una contracción del mercado minorista de televisión multicanal. Vale la pena aclarar que, como se observa en el Anexo 2, 31 de los 92 municipios en los que hay contracción del mercado, corresponden a mercados en condiciones de monopolio.

Tabla 7. Número de municipios con problemas de competencia

		Comportamiento del líder			
		Crece		Estable	Decrece
		Más que proporcional	Proporcional		
Comportamiento del mercado	Crece	4	24	0	1
	Estable	10		65	1
		Comportamiento del servicio			
		Crece		Estable	Decrece
	Decrece	1		76	16

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden al número de municipios que se consideran con mayores problemas de competencia.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En la Tabla 8 se hace un énfasis en los casos en los que el mercado se encuentra en contracción, según el comportamiento del líder. En esta se observa que en 8 municipios el líder está creciendo, lo cual implica una mayor concentración del mercado. En los 26 casos en los que el líder permanece estable, se infiere que sus competidores son los que están disminuyendo su participación, lo cual también supone una mayor concentración del mercado. Finalmente, en los 57 casos en los que el líder también está

decreciendo, la contracción del mercado puede tener múltiples causas; por ejemplo, puede estar relacionada con la existencia de barreras de entrada que no permitan que el líder ni que otros operadores puedan dinamizar la competencia; con una disminución de la demanda por cambios en las preferencias de los hogares, o por disminución de los ingresos, entre otros factores.

Tabla 8. Número de municipios con problemas de competencia. Énfasis en los municipios de contracción del mercado

		Comportamiento del Mercado	
		Decrece	
		Comportamiento del servicio	
		Estable	Decrece
Comportamiento del líder	Crece	2	7
	Estable	24	2
	Decrece	50	7

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden al número de municipios que se consideran con mayores problemas de competencia.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Por otra parte, tras hacer el análisis del árbol de decisión, se identificaron 17 mercados adicionales en los que el servicio se prestó bajo condiciones de monopolio, pertenecientes al clúster de *desempeño limitado,* en los que el mercado permaneció estable o tuvo una tendencia creciente. Al no haber más competidores para contrastar la evolución de los accesos se realizó un análisis adicional sobre estos municipios, en el que se contrastó la evolución de la tarifa de cada operador con la variación de la mediana de la tarifa del clúster[97]. En este análisis se identificaron 4 de los 17 monopolios en los que la tarifa aumentó entre tres y cuatro veces la tarifa de los municipios similares, situación que puede identificarse como riesgosa para el bienestar de los usuarios del servicio.

De esta manera, considerando los 106 municipios que resultan del árbol de decisión y los 4 monopolios adicionales, se concluye que en 110 municipios existen situaciones en las que se debe analizar la necesidad de implementar, simplificar o eliminar medidas regulatorias con el fin de incentivar la competencia y mitigar las posibles fallas de mercado.

En cuanto a los 88 municipios restantes, si bien los problemas de competencia resultantes del análisis del índice compuesto, patrones geográficos y consolidación de mercados están presentes, las condiciones observadas no justifican una intervención inmediata. Esto no significa que sean mercados en equilibrio competitivo ni que las distorsiones sean irrelevantes. Por esta razón, estos municipios serán

[97] Se tomó el promedio de la tarifa de la oferta comercial por operador. Las tarifas fueron calculadas con base en los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC, datos recolectados mediante el Formato T.1.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016, y de la información de tarifas para servicios fijos y móviles de telecomunicaciones recolectada a través de métodos de web scraping sobre las páginas de los operadores que cuenten con una participación superior al 1% de accesos fijos a internet en el segmento residencial o al 1% de los suscriptores de televisión.

objeto de monitoreo continuo en el corto plazo, permitiendo evaluar si las dinámicas actuales persisten o evolucionan hacia escenarios que requieran ajustes regulatorios adicionales. El listado de los 110 municipios con problemas de competencia se encuentra detallado en el ANEXO 3; el de los 88 municipios de monitoreo puede consultarse en el ANEXO 4.

Tabla 9. Resultado análisis de competencia actual

Clúster	Total municipios por clúster	Municipios con problemas de competencia	Municipios para monitoreo
Alto-moderado	109	1	6
Incipiente	219	10	9
Bajo	526	46	39
Limitado	268	53	34
Total	**1.122**	**110**	**88**

Fuente: Elaboración CRC.

Continuando con el análisis de competencia actual, de acuerdo con la metodología definida en la sección 2 de este documento, en la Sección 6.1.5 se procede a examinar las potenciales barreras de entrada del mercado minorista de televisión multicanal, así como la normatividad y regulación vigente en Colombia aplicable a los agentes participantes en los mercados relevantes bajo análisis, con el fin de identificar si existen asimetrías regulatorias que pudieran estar generando ventajas o desventajas competitivas en el mismo. Posteriormente, siguiendo con el *test* de los tres criterios, se examinará la competencia potencial (Sección 6.2); y finalmente, la aplicabilidad del derecho de la competencia ex post según los estudios realizados (Sección 6.3).

6.1.5. Análisis de las barreras de entrada y de asimetrías regulatorias

6.1.5.1. Índice de restricción del comercio de servicios

En el mundo existen índices que identifican obstáculos al comercio de servicios. Específicamente, la OCDE cuenta con el Índice de Restricción del Comercio de Servicios (STRI por sus siglas en inglés). Este indicador es una herramienta que proporciona información sobre las regulaciones que afectan el comercio de servicios en 22 sectores, entre ellos el sector de radiodifusión, el cual incluye el servicio de televisión[98].

El STRI se divide en cinco áreas de política: (i) las restricciones a la entrada de operadores extranjeros, donde se incluyen barreras relacionadas con el establecimiento y la operación de empresas, como los límites de capital extranjero o los requisitos en la junta directiva y los flujos de datos transfronterizos; (ii) las restricciones a la circulación de personas, que comprenden las barreras que afectan la entrada

[98] OCDE. Índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión. [En línea]. 2021. Disponible en: <https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/>

temporal de proveedores de servicios extranjeros por medio de cuotas, pruebas de mercado laboral y estancias de corta duración; (iii) otras medidas discriminatorias, que incluyen la segregación de los proveedores de servicios extranjeros en lo que se refiere a impuestos, subvenciones y contratación pública, (iv) las barreras a la competencia, que incluyen información sobre la política antimonopolio, la propiedad estatal de las principales empresas y la medida en que las empresas estatales están exentas de las leyes de competencia; y (v) la transparencia regulatoria, que incluye información sobre consultas y difusión previa a la entrada en vigor de leyes y reglamentos, también registra información sobre la obtención de una licencia o una visa. Este análisis, se centra en el sector de radiodifusión, y específicamente, en dos dimensiones: las barreras a la competencia y la transparencia regulatoria.

En cuanto a las **barreras a la competencia**, en casi todos los países que mide el STRI el gobierno controla al menos un canal de televisión importante. Hay restricciones a la publicidad y los requisitos generales relacionados con el capital mínimo para nuevas empresas están presentes en algunos países. Para el caso de Colombia, la integración vertical es monitoreada y regulada; no existen requisitos relacionados con el capital mínimo para nuevas empresas; y las empresas controladas por el sector público no están exentas de la aplicación de la legislación general sobre competencia.

Con respecto a las barreras relacionadas con la **transparencia regulatoria**, en el promedio de los países de la OCDE los obstáculos procesales relacionados con las visas de negocios son los desafíos más comunes en este sector. Además, en la mayoría de los países el proceso de consulta pública para nuevos instrumentos legislativos no cumple con las mejores prácticas, mientras que las licencias de transmisión se otorgan de manera no transparente en cuatro de los países analizados. Sin embargo, Colombia se caracteriza porque sus procesos de licencias de radiodifusión se conceden de manera transparente[99]. También, cabe resaltar que el proceso de consulta pública para nuevos instrumentos regulatorios cumple con las mejores prácticas, es decir, existe un procedimiento adecuado de publicación para comentarios abierto a todos los interesados, incluidos los proveedores extranjeros[100]; además existe la obligación legal de comunicar los proyectos de regulación que expide la CRC al público dentro de un tiempo razonable antes de la expedición de la decisión[101].

Mayores valores del STRI indican una mayor restricción en cuanto a las áreas evaluadas. A partir de lo anterior y como se observa en la Tabla 10, se puede concluir que en Colombia este sector cuenta con buenas prácticas internacionales respecto a factores relacionados con barreras a la competencia (0,018) y la transparencia regulatoria (0,039), en comparación con el promedio de países de la OCDE.

---

[99] Ley 182 de 1995, Decreto 4392 de 2010 y Ley 1978 de 2019.
[100] De acuerdo con las directrices de técnica normativa establecidas en el Decreto Único Reglamentario 1081 de 2015, para la elaboración de proyectos de decretos y resoluciones para la firma del Presidente de la República, la entidad que lidere su elaboración deberá promover la participación ciudadana, aplicando, entre otras, las reglas del artículo 2.1.2.1.25. de dicho Decreto.
[101] Según el artículo 2.2.13.3.2 del Decreto Único Reglamentario 1078 de 2015, las comisiones de regulación deben publicar sus proyectos de regulación, que no tengan relación con fórmulas tarifarias, en su página web con una antelación de mínimo treinta (30) días a la fecha de expedición. Aquellos que involucren regulación de tarifas, deben aplicar lo establecido en el artículo 2.2.13.3.4 del mismo Decreto.

Tabla 10. Índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión - 2024

Área de política	Promedio de países de la OCDE	Colombia
Restricciones a la entrada de extranjeros	0,211	0,508
Restricciones al movimiento de personas	0,015	0,027
Otras medidas discriminatorias	0,020	0,035
Transparencia regulatoria	0,037	0,039
Barreras de competencia	0,021	0,018
Índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión	0,304	0,628

Fuente: Elaboración CRC a partir de información de OCDE[102].

Ahora bien, desde el punto de vista de la posibilidad técnica y del despliegue de infraestructura, es necesario mencionar que un proveedor que desee ingresar al mercado debe tener presente los altos costos de entrada a los que se enfrenta, ya que debe contar con el capital o los inversionistas suficientes para la compra de equipos, despliegue, operación y mantenimiento de la red.

En conclusión, en lo que tiene que ver con las barreras a la competencia en Colombia, según el Índice de Restricción del Comercio de Servicios de la OCDE, el sector de televisión no evidencia tener restricciones significativas, ejerce buenas prácticas en cuanto a transparencia regulatoria, y evidencia estabilidad de mercado. En cuanto a las barreras económicas de entrada, este sector se caracteriza por presentar altos costos de inversión en infraestructura que resultan en costos hundidos para las empresas que deciden entrar al mercado.

6.1.5.2. Análisis de potenciales asimetrías normativas y regulatorias

Aunado a las barreras de entrada a la competencia, resulta relevante revisar la normativa en la que se sustenta la provisión del servicio público de televisión en Colombia, en sus modalidades por suscripción y comunitaria, con el propósito de identificar si existen asimetrías que le estén otorgando ventajas competitivas significativas a alguno de estos agentes.

Así, sea lo primero indicar que, a partir de la expedición de la Constitución Política, según lo dispuesto en su artículo 334, el Estado tiene la capacidad de intervenir por mandato de la ley, entre otros, en los servicios públicos y privados, con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes y la distribución equitativa de las oportunidades, racionalizar la economía, fomentar el

[102] OCDE. Simulador del índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión. [En línea]. Consultado el 21 de febrero de 2025. Disponible en: https://sim.oecd.org/Simulator.ashx?lang=En&ds=STRI&d1c=asbrd&d2c=col y https://data-explorer.oecd.org/vis?df[ds]=DisseminateFinalDMZ&df[id]=DSD_STRI%40DF_STRI_MAIN&df[ag]=OECD.TAD.TPD&dq=A...J60....&pd=2024%2C2024&to[TIME_PERIOD]=false&vw=ov

desarrollo y promover la productividad y la competitividad. Esto, teniendo en consideración que, también por mandato constitucional[103], los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado, conforme lo disponen los artículos 1 y 2 de la carta fundamental y, en consecuencia, le corresponde el deber de asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional, así como el ejercicio de las funciones de regulación, control y vigilancia de dichos servicios.

En desarrollo de estos preceptos constitucionales, el legislador estableció que la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, dentro de los cuales se encuentra la televisión, es un servicio público bajo la titularidad del Estado y, por consiguiente, se podrá intervenir el sector de las TIC con el objetivo de lograr, entre otros, los siguientes fines:

> «1. Proteger los derechos de los suscriptores, incluyendo a los niños, niñas y adolescentes, y a la familia velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios, y la promoción de la digitalización de los trámites asociados a esta provisión.
>
> 2. Promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal.
>
> (…)
>
> 5. Promover y garantizar la libre y leal competencia y evitar el abuso de la posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia»[104].

De esta manera, todas las modalidades del servicio de televisión son susceptibles de ser intervenidas por el regulador, dentro del marco normativo que se ha definido, desde la expedición de la Ley 182 de 1995 hasta la 1978 de 2019, siendo esta última la que le otorgó las facultades de regulación a la CRC respecto de las condiciones de operación y explotación del servicio, reconociendo las particularidades según la modalidad que se decida utilizar para proveerlo.

Por su parte, como se explicó en la Sección 3 de este documento, a partir de los análisis de sustituibilidad por el lado de la demanda que ha efectuado este regulador, mediante la Resolución CRC 6990 de 2022[105], entre otras cosas, primero, se definió el mercado relevante minorista de televisión multicanal en el que las modalidades por suscripción y comunitaria compiten en los clústeres de municipios de desempeño incipiente, bajo y limitado de Colombia, mientras que en el clúster de desempeño alto-moderado, el servicio de televisión por suscripción es un mercado en sí mismo; y, segundo, se determinó que los servicios de televisión por suscripción y plataformas OTT de video pagas «son servicios complementarios y por lo tanto no hacen parte del mismo mercado relevante».

---

[103] Constitución Política de Colombia. Artículo 365.
[104] Artículo 4 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.
[105] *"Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones"*

Finalmente, se reconocen las características especiales que por su naturaleza la Ley establece para cada uno de los mencionados servicios en competencia, en el que se resaltan como principales diferencias las restricciones territoriales, de número de asociados y de señales codificadas, así como la característica sin ánimo de lucro del servicio de televisión comunitaria.

Teniendo en consideración todos estos elementos y siguiendo con el análisis de competencia actual, a continuación, se presenta un comparativo de las obligaciones más relevantes establecidas en la ley (Tabla 11) y en la regulación (Tabla 12) que se encuentran en cabeza de los proveedores de los servicios de televisión por suscripción y comunitaria.

Tabla 11. Comparativo de la legislación aplicable por modalidad de servicio

Temática normativa	Norma aplicable al servicio de televisión suscripción	Norma aplicable al servicio de televisión comunitaria	Disposición normativa
Limitación de proveedores del servicio	No existe limitación	Comunidades Organizadas debidamente establecidas	Numeral 4 del Artículo 37 de la Ley 182 de 1995.
Limitación en la cantidad de usuarios a proveer el servicio	No existe limitación	El número máximo de asociados de los operadores de televisión comunitaria es de seis mil (6.000).	Ficha I-COL-25 del Anexo I del Acuerdo de Promoción Comercial suscrito entre la República de Colombia y los Estados Unidos de América, aprobado mediante las leyes 1143 y 1166 de 2007. Resolución ANTV 650 de 2008.
Clasificación del servicio en función de la orientación de la programación	Televisión comercial	Televisión de interés público, social, educativo y cultural.	Artículo 21 de la Ley 182 de 1995
Clasificación del servicio en razón a su nivel de cubrimiento	Nacional	Local, un área geográfica continua dentro de un municipio o distrito o parte de ellos, y sus miembros deberán estar unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos.	Artículo 37 de la Ley 182 de 1995
Posibilidad de acogerse a la habilitación general	A partir de la expedición de la Ley 1978 de 2019, tienen la posibilidad de acogerse a la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones.	A partir de la expedición de la Ley 1978 de 2019, tienen la posibilidad de acogerse a la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones.	Artículo 10 y parágrafo del artículo 36 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.
Obligación de pagar contraprestación al MinTIC	Los operadores que mantienen la concesión deben pagar: • Valor fijo inicial de la concesión • Valor de compensación: varía según la cantidad de	Los operadores que se acojan a la habilitación general se exceptúan del pago de la contraprtiestación periódica a favor del FUTIC por 5 años, contados a partir de la entrada en vigor del Decreto	Parágrafo transitorio del artículo 36 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.

Temática normativa	Norma aplicable al servicio de televisión suscripción	Norma aplicable al servicio de televisión comunitaria	Disposición normativa
	habitantes de un municipio[106]. • Valor variable: depende de la cantidad de habitantes de un municipio[107]. Los operadores que se acojan o acogieron a la habilitación general deben pagar una contraprestación trimestral del 1,9%[108] sobre los ingresos brutos causados[109].	1419 de 2020, esto es el 3 de noviembre de 2020.	
Obligación de pagar contribución anual a la CRC	Los operadores deberán pagar una contribución anual que se liquidará sobre los ingresos brutos que obtengan en el año anterior a aquel al que corresponda la contribución, por la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, excluyendo terminales, que no puede exceder de 0,15%.[110]	Los operadores que se acojan o acogieron a la habilitación general se exceptúan del pago de la contribución por regulación anual a favor de la CRC por 5 años[112].	Artículo 24 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.

[106] Ibid., pág. 18. Valor de la compensación:
Alternativa 1: Municipios > 100 M Habitantes
- 4,3% S / Ingresos
- $1.462 por usuario

Alternativa 2: Municipios < 100 M Habitantes
- 0,5% S / Ingresos
- $110 por usuario

[107] Ibid., pág. 18. Valor variable:
Alternativa 1: Municipios > 100 M Habitantes
- 0,8% S / Ingresos
- $272 por usuario

Alternativa 2: Municipios < 100 M Habitantes
- 0,3% S / Ingresos
- $66 por usuario

[108] Artículo 2 de la Resolución MinTIC 290 de 2010, modificada por la Resolución MinTIC 903 de 2020.
[109] Según el artículo 2.2.6.2.1.5 del Decreto 1078 de 2015, los ingresos brutos aquí indicados incluyen ingresos por concepto de pauta publicitaria y terminales.
[110] Adicionalmente, mediante la Ley 2108 de 2021 se incluyó un beneficio adicional para los Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones que provean internet fijo residencial y que a 31 de diciembre de 2020 tenían entre 1 y 30.000 suscriptores, se exceptúan del pago de la contribución anual a la CRC y de la contraprestación al FUTIC por concepto de los ingresos obtenidos por la provisión del servicio de acceso a Internet fijo residencial minorista por casi 5 años.
[112] Los 5 años de excepción al pago de la contraprestación única periódica al FUTIC se cuentan a partir de la entrada en vigor de la Ley 1978 de 2019.

Temática normativa	Norma aplicable al servicio de televisión suscripción	Norma aplicable al servicio de televisión comunitaria	Disposición normativa
	Tarifa contribución vigencia 2022: 0,1370% de los ingresos brutos obtenidos en 2024[111].		
Obligación de pagar contraprestación por uso o renovación del permiso de uso de espectro radioeléctrico	Aquellos operadores que requieran usar espectro radioeléctrico para proveer el servicio de televisión por suscripción y se hayan acogido al régimen de habilitación general deberán pagar una contraprestación al FUTIC que será determinada por el MinTIC.	Aquellos operadores que requieran usar espectro radioeléctrico para proveer el servicio de televisión comunitaria y se hayan acogido al régimen de habilitación general deberán pagar una contraprestación al FUTIC que será determinada por el MinTIC.	Artículos 12 y 13 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019

Fuente: Elaboración CRC.

Tabla 12. Comparativo de la regulación aplicable por modalidad de servicio

Temática regulatoria	Regulación aplicable al servicio de televisión por suscripción	Regulación aplicable al servicio de televisión comunitaria	Legislación relacionada
Cumplimiento del régimen de calidad de los servicios de televisión	Deben cumplir las obligaciones en materia de calidad para la provisión del servicio de televisión en todas las modalidades, discriminados por tipo de tecnología empleada, establecidas en el Capítulo 2 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Existen excepciones de cumplimiento para los operadores que tengan menos de 12.500 suscriptores.	Deben cumplir las obligaciones en materia de calidad para la provisión del servicio de televisión en todas las modalidades, discriminados por tipo de tecnología empleada, establecidas en el Capítulo 2 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Teniendo en cuenta la condición legal de que los operadores de televisión comunitaria pueden tener máximo 6.000 asociados, la excepción de cumplimiento de las medidas de calidad con umbral de 12.500 asociados, les aplica.	Numeral 1 del artículo 4 y artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.
Cumplimiento del Régimen de Protección de los Derechos de los Usuarios	Aplica el régimen de protección de los derechos de los usuarios de los servicios de comunicaciones, establecido en el Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016, con	Aplica la regulación especial vigente en materia de protección de derechos de los usuarios del servicio de televisión comunitaria[113]. La regulación establece los derechos y deberes que	Numeral 1 del artículo 4 y artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificada por la Ley 1978 de 2019.

[111] Resolución CRC 7611 de 2024, Disponible en: https://www.crcom.gov.co/es/eventos/cuota-tarifa-contribucion-y-calendario
[113] Sección 26 Capítulo 1 del Título II de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Temática regulatoria	Regulación aplicable al servicio de televisión por suscripción	Regulación aplicable al servicio de televisión comunitaria	Legislación relacionada
	excepción de lo indicado expresamente para otros servicios.	deben cumplir tanto los asociados como las comunidades organizadas dentro de los cuales se encuentran: el deber de información, trámite de PQR, contenido de los estatutos y del documento de afiliación.	
Garantía de recepción de la señal de televisión abierta	Tienen la obligación de distribuir sin costo a sus suscriptores la señal de los canales de televisión abierta[114].	Tienen la obligación de distribuir sin costo a sus suscriptores la señal de los canales de televisión abierta que se reciban en la región de operación autorizada[115].	Artículos 15.1.4.1 y 16.4.6.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Sentencias C-654 de 2003 y T-599 de 2016[116]
Aviso por cese en la prestación del servicio	Cuando haya cese de operaciones en un municipio, el operador debe avisar a sus suscriptores con una antelación mínima de un (1) mes[117].	No hay obligación	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.
Aviso por suspensión temporal del servicio	No hay obligación	Deben informar a MinTIC cuando por fuerza mayor o caso fortuito deban suspender el servicio temporalmente, indicando las razones y plazo. Adicionalmente, deben avisar a sus asociados las razones y	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.

[114] Artículo 15.1.4.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[115] Artículo 16.4.6.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[116] De acuerdo con la Sentencia T-599 de 2016, la Corte Constitucional, reiteró lo indicado en la Sentencia C-654 de 2003, respecto de la obligación de permitir el acceso a los canales públicos reposa en cabeza de los operadores de televisión por suscripción, textualmente se indicó: «174. Así mismo, frente a la idoneidad y proporcionalidad de la carga impuesta a los operadores por suscripción la Corte señaló que esta era adecuada "para la consecución del fin propuesto, por cuanto si la conexión de los usuarios a una red de televisión por suscripción implica por razones técnicas que ellos no puedan recibir las señales de la televisión abierta que emiten los canales nacionales, resulta adecuado imponerle a los operadores de dicho servicio el deber de garantizarles a sus suscriptores la recepción de los canales de la televisión abierta, siempre y cuando cuenten con la debida capacidad técnica, tal como lo prescribe la norma acusada. ||En cuanto hace a la proporcionalidad de la medida enjuiciada, encuentra la Corte que si bien es cierto que la exigencia de la norma acusada podría afectar la libertad económica de los operadores de la televisión por suscripción, también lo es que la carga que se les impone no es de ninguna manera mayor que el beneficio que se pretende obtener, el cual consiste en la garantía del derecho a recibir una información libre e imparcial. Puede afirmarse, incluso, que lejos de afectar a los operadores de la televisión por suscripción la medida censurada comporta para ellos beneficios significativos, en tanto y en cuanto transmiten a sus usuarios la programación que ofrecen los canales colombianos de televisión abierta sin tener que cancelar derechos por este concepto. Y además tal garantía puede hacer más atractivo para los usuarios el servicio por suscripción».
[117] Artículo 16.1.6.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Temática regulatoria	Regulación aplicable al servicio de televisión por suscripción	Regulación aplicable al servicio de televisión comunitaria	Legislación relacionada
		la fecha estimada de reanudación del servicio[118].	
Provisión gratuita a entidades sin ánimo de lucro beneficiarias de la función social	Deben prestar el servicio de forma gratuita a entidades sin ánimo de lucro beneficiarias de la función social[119].	No hay obligación	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.
Prohibición de cesión de la operación y explotación del servicio	Pueden celebrar contratos de agencia comercial, pero tienen prohibido ceder la operación y explotación del servicio[120].	No aplica	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.
Inexistencia de ánimo de lucro	No aplica	Ninguna persona natural o jurídica directa o indirectamente podrá lucrarse con la prestación del servicio de televisión llevado a cabo por las comunidades organizadas[121].	Numeral 4 del artículo 37 de la Ley 182 de 1995
Propiedad de la infraestructura para proveer el servicio podrá ser propia o contratada	No hay medida	La red de distribución podrá ser propiedad de la Comunidad Organizada o podrá ser contratada con PRST[122]	Artículo 16.1.7.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
Limitación del medio de transmisión de las señales	No existe limitación	Según la definición de la red de distribución contenida en el Título I de la Resolución CRC 5050 de 2016, en ningún caso la distribución de señales de televisión por parte de una comunidad organizada se realiza utilizando como medio el espectro radioeléctrico[123].	Título I. Definiciones (Resolución CRC 5050 de 2016).
Limitación en la emisión de señales codificadas	No hay medida	Tienen la limitación de emitir hasta siete (7) señales codificadas[124]	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.

[118] Literal h) del Artículo 16.1.7.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[119] Artículo 16.1.6.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[120] Artículo 16.1.6.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[121] Artículo 16.1.7.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[122] Artículo 16.1.7.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[123] «Red de distribución: Para efectos del servicio de Televisión Comunitaria, es el medio a través del cual la comunidad organizada transporta las señales de televisión a sus asociados. En ningún caso la distribución de señales de televisión por parte de una comunidad organizada se realizará utilizando como medio el espectro radioeléctrico.» Título I DEFINICIONES de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[124] Artículo 16.1.7.4 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Temática regulatoria	Regulación aplicable al servicio de televisión por suscripción	Regulación aplicable al servicio de televisión comunitaria	Legislación relacionada
Contabilidad separada en caso de proveer más servicios	Están obligados a adoptar y reportar esquemas de contabilidad separada.	Si proveen otros servicios de telecomunicaciones deben llevar contabilidad separada.[125]	Numeral 19 del artículo 22, y del numeral 8 del artículo 64 de la Ley 1341 de 2009
Cumplimiento de regulación sobre publicidad, franjas de programación, contenidos y derechos de los televidentes (Título XVI de la Resolución CRC 5050 de 2016)	Aplica la regulación general establecida para estos temas en los que expresamente se mencione esta modalidad del servicio de televisión, dentro de los cuales están: responsabilidad por el contenido de la programación, condiciones de *closed caption* y las horas de programación únicamente para su canal propio, cuando lo produzcan y emitan[126]. El régimen de derechos de los televidentes no aplica de manera expresa a los operadores de televisión por suscripción.	Aplica la regulación general establecida para estos temas en los que expresamente se mencione esta modalidad del servicio de televisión. De acuerdo con el artículo 16.5.6.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016, la publicidad, al igual que la programación, debe respetar la normativa vigente en materia de contenidos, franjas y demás derechos de los televidentes. La regulación también establece que, en ningún caso, los operadores de televisión comunitaria podrán interrumpir o alterar el contenido de las señales incidentales o las codificadas para incluir en ellas comerciales desde territorio nacional.	Artículos 27, 29, 30 de la Ley 182 de 1995 y numeral 30 del artículo 22 de la Ley 1341 de 2009, modificado por la Ley 1978 de 2019
Canal de producción propia	No es una obligación, pero sí pueden producir y emitir un canal de producción propia, caso en el cual deben cumplir las reglas regulatorias establecidas para este tipo de canales[127]. En caso de no producir dicho canal, deberán incluir dentro de su parrilla de programación como mínimo cinco (5) canales temáticos	Deben producir y emitir al menos un canal comunitario con el propósito de satisfacer las necesidades educativas, recreativas y culturales; garantizando la participación de los asociados y de la comunidad en la producción de dichos contenidos[129].	No existe norma específica al respecto, hace parte de la facultad regulatoria.

[125] Literal b) del Artículo 16.1.7.5 de la Resolución CRC 5050 de 2016
[126] Numeral 5 del artículo 15.2.3.9, y artículos 15.8.1.1 y 16.4.5.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016
[127] Artículos 16.4.9.1 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[129] Artículo 16.4.6.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Temática regulatoria	Regulación aplicable al servicio de televisión por suscripción	Regulación aplicable al servicio de televisión comunitaria	Legislación relacionada
	de origen nacional de los registrados ante la CRC[128].		

Fuente: Elaboración CRC.

Así, de la Tabla 11Tabla 11 y Tabla 12 se observa que existen asimetrías en el nivel jerárquico legislativo entre los operadores de televisión por suscripción y los de televisión comunitaria, principalmente en lo que respecta a la limitación de usuarios, la contraprestación que los agentes pagan a MinTIC y a la contribución que pagan ante la CRC; mientras que, a nivel de la regulación se identifican diversos aspectos en que las obligaciones entre los agentes difieren, dentro de los cuales están: regímenes de protección de los derechos de los usuarios con condiciones diferentes, limitaciones en la comercialización de publicidad y en la transmisión de señales codificadas, y la existencia o no del ánimo de lucro.

A nivel técnico no existen diferencias significativas entre ambos servicios, salvo en el medio de transmisión. La televisión comunitaria solo puede utilizar medios guiados como el cable coaxial, la fibra óptica o sistemas híbridos. Por lo demás, no hay condiciones técnicas que favorezcan a uno de los servicios sobre el otro para el despliegue de infraestructura y la prestación del servicio.

Las asimetrías normativas identificadas, que se derivan en gran medida de la naturaleza de los servicios analizados, claramente se reflejan en el despliegue operativo de los operadores. En el marco de las mesas de trabajo que adelantó la CRC[130], los prestadores del servicio manifestaron sus puntos de vista frente a las situaciones que evidencian respecto de los demás operadores. Así, por un lado, los operadores del servicio de televisión por suscripción sostienen, en su mayoría, que los prestadores del servicio de televisión comunitaria gozan de beneficios que no se acompasan con su objeto y naturaleza. Por su parte, estos últimos manifestaron de forma unánime que su operación está limitada, por cuenta de las reglas previstas en el régimen normativo aplicable, especialmente la prohibición de exceder el número máximo de siete (7) señales codificadas de televisión autorizadas[131].

Las consideraciones expuestas podrían tener mayor sentido si se analizan en contexto con los datos examinados. Ciertamente, en los últimos años el número de operadores de televisión por suscripción ha aumentado significativamente, superando al de las asociaciones de televisión comunitaria. Como se observó en el Gráfico 8, durante los últimos años casi se cuatriplicó el número de operadores por suscripción, pues pasaron de 40 a 140 agentes, en comparación con el número de operadores de televisión comunitaria, que en el mismo lapso se ha mantenido en 120 operadores. Así mismo, en el análisis clúster a clúster de los municipios identificados como problemáticos (ver ANEXO 2), se observa

[128] Artículos 16.4.5.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.
[130] En el desarrollo del proyecto se surtieron mesas de trabajo y entrevistas con diversos operadores, entre los que destacan: operadores de televisión por suscripción como TIGO y CLARO, operadores asociados a ASOTIC, asociaciones y operadores de televisión comunitaria, agregadores de canales como NEVA y LEG. Estas mesas se desarrollaron con el fin de realizar los análisis desarrollados en este estudio, y su fin no incluye la publicación ni divulgación de la información suministrada por los entrevistados.
[131] Artículo 16.1.7.6 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

una disminución tanto del número de operadores de televisión comunitaria como de los pequeños operadores de televisión por suscripción.

Con fundamento en las asimetrías expuestas y la situación evidenciada con ocasión del funcionamiento de los operadores de televisión cerrada, la CRC encuentra necesario verificar si, dentro del análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago (aguas arriba), existen elementos que sirvan como base para establecer si se pudieran estar confiriendo ventajas competitivas a alguno de los agentes que participan en el mercado. En este ejercicio se deberán analizar las condiciones que conforman el lado de la oferta y el nivel de información que tienen los agentes para la toma de sus decisiones.

6.1.6. Conclusiones del análisis de competencia actual

A partir de los análisis desarrollados en las secciones 6.1.1 y 6.1.5 de este documento, la Tabla 13 resume los hallazgos del análisis de competencia actual del mercado minorista de televisión multicanal, de acuerdo con: las condiciones de competencia identificadas el análisis de variables de competencia y evolución del mercado; las barreras de entrada; y la evaluación de potenciales asimetrías normativas y regulatorias.

Tabla 13. Resumen del análisis de competencia actual mercado de televisión multicanal

<table>
<tr><th></th><th colspan="3">Análisis de competencia actual</th></tr>
<tr><th></th><th colspan="2">Condiciones de competencia</th><th>Barreras de entrada/ Estabilidad mercado</th><th>Asimetrías normativas/regulatorias</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Mercado minorista de televisión multicanal</td><td>Mercado no consolidado</td><td>114 municipios</td><td rowspan="3">• No se identifican barreras a la competencia.
• Sector con altos costos hundidos.
• Disminución en el número de operadores de televisión comunitaria y de pequeños operadores de televisión por suscripción en el conjunto de los 110 municipios problemáticos y los 88 de monitoreo.</td><td rowspan="3">• Identificadas asimetrías normativas y regulatorias que existen entre competidores.</td></tr>
<tr><td>Problemas de competencia</td><td>110 municipios</td></tr>
<tr><td>Municipios de monitoreo</td><td>88 municipios</td></tr>
</table>

Fuente: Elaboración CRC

6.2. Competencia potencial

Una vez desarrollado el análisis de competencia actual, se procede a evaluar el segundo criterio mencionado, esto es, estudiar la competencia potencial con el fin de determinar si en términos prospectivos se esperan cambios que pudieran dinamizar la competencia de manera automática, a

través de las fuerzas del mercado. Para ello se han identificado tres factores que pueden incidir en el funcionamiento a futuro en este mercado: el dinamismo de las OTT y los nuevos modelos de negocio, el fenómeno de subregistro y piratería y los efectos de la posible integración entre TIGO y MOVISTAR[132]. Estos factores se analizan a continuación:

6.2.1. OTT y nuevos modelos de negocio

Como se presentó por parte de la CRC en el «Monitoreo de tendencias tecnológicas y de consumidores 2022»[133], la evolución tecnológica ha incentivado el surgimiento de nuevos modelos de negocio, que se evidencian en una convergencia digital cada vez más consolidada. En efecto, son cada vez más acelerados los avances en la participación de la digitalización, tanto de contenidos como de tecnologías de transmisión, así como en modelos de prestación de servicios de contenidos audiovisuales no lineales, en entornos multipantalla, en los que los suscriptores escogen tanto el contenido que consumen, como la forma y el momento de hacerlo.

Especialmente en los mercados más desarrollados en el campo digital, la industria de la televisión de pago enfrenta importantes desafíos en competencia. Estos derivan principalmente de la disponibilidad y asequibilidad cada vez mayor de las plataformas OTT, sean de video bajo demanda por suscripción (SVOD[134]), video bajo demanda por transacción (TVOD[135]) o televisión lineal por internet financiada con publicidad (FAST[136]). Por medio de estos servicios los usuarios pueden acceder a una variedad de contenidos audiovisuales, con un consumo en cierta medida personalizados a sus gustos e intereses[137]. En consecuencia, en dichos mercados los usuarios están dejando gradualmente las suscripciones de cable o satélite a favor de este tipo de opciones de entretenimiento de video, más flexibles.

La magnitud de este fenómeno es tal que en la actualidad las suscripciones SVOD en el mundo ya superaron a las del servicio de TV paga, y la diferencia entre ellas seguirá creciendo a nivel global en los próximos años, de acuerdo con los analistas del sector, como se observa en el Gráfico 17.

---

[132] La transacción fue presentada a la SIC el 20 de diciembre de 2024. El trámite se adelanta en esa autoridad con el radicado SIC 24-546942. De acuerdo con lo establecido en la Ley 1340 de 2009, la SIC publicó en su página web el inicio del procedimiento de autorización de la integración empresarial. Disponible en: https://www.sic.gov.co/integraciones-inicio-autorizacion

[133] COLOMBIA. CRC. Monitoreo de tendencias tecnológicas y de consumidores 2022 [En línea]. 2 de febrero de 2023. Disponible en: https://postdata.gov.co/story/monitoreo-de-tendencias-tecnologicas-y-de-consumidores-2022

[134] SVOD, por las siglas de su nombre en inglés: Subscription Video on Demand.

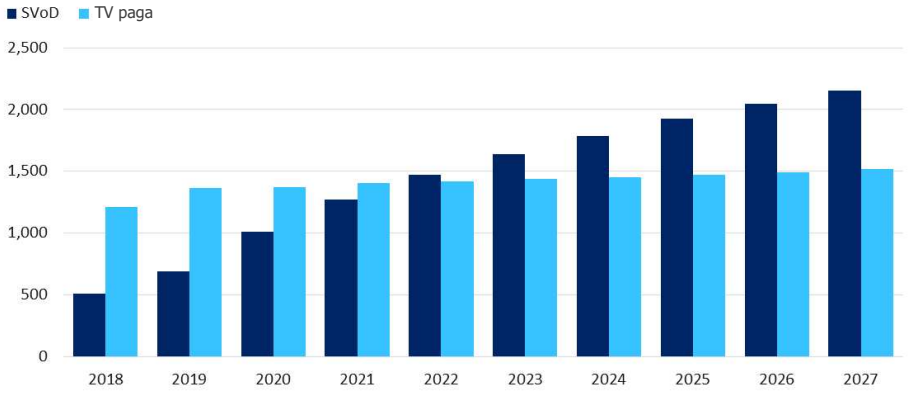
[135] TVOD, del inglés transactional video-on-demand, correspondiente al concepto comercial de pay-per-view (PPV). Este es un modelo de distribución de contenido audiovisual bajo demanda en el que los usuarios pagan por transacción, es decir, el pago se realiza para alquilar o comprar un contenido específico, como películas, series o eventos en vivo, en lugar de pagar una suscripción recurrente.

[136] FAST, por las siglas de su nombre en inglés: Free Ad-Supported Streaming TV

[137] En todos los tipos de plataformas OTT existen varios tipos de contenidos disponibles: por el lado de las SVOD existen OTT generalistas, que ofrecen amplios catálogos con contenido variado, como Netflix o Disney+, y SVOD especializadas, que se centran en nichos específicos, como deportes (DAZN) o documentales (Curiosity Stream), la oferta TVOD permite que el usuario pague únicamente por el contenido específico que concuerda con sus gustos (películas, eventos, etc), y los canales FAST se estructuran principalmente alrededor de un tema o contenido específico, como ocurre con los canales de TV por suscripción, salvo los que replican los contenidos de los canales "tradicionales" de TV.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

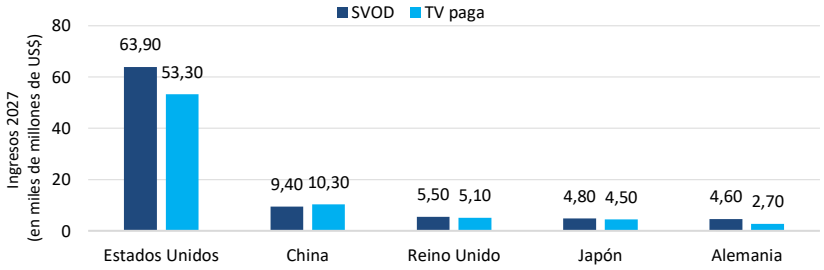
Gráfico 17. Suscripciones SVOD vs. TV paga a nivel global (2018 - 2027p, en millones de usuarios)



Fuente: Global Data[138].

En esa misma línea, se estima que para 2027 los ingresos de las empresas que prestan servicios SVOD superarán los que generan las empresas de telecomunicaciones al ofrecer servicios de televisión por suscripción en las principales economías del mundo, como se observa en el Gráfico 18.

Gráfico 18. Ingresos de servicios SVOD y TV paga en 2027(p) para algunos países seleccionados



Fuente: Statista[139]

El mayor exponente de esta tendencia en el mundo es la región de América del Norte, donde el número de suscriptores de televisión de pago ha disminuido constantemente durante los últimos diez años, una tendencia a la baja que es particularmente pronunciada en los Estados Unidos. En este país el total de

[138] GLOBAL DATA. Video streaming overtakes traditional pay TV in subscriber base, finds GlobalData. 12 de julio de 2023 [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/media/thematic-research/video-streaming-overtakes-traditional-pay-tv-subscriber-base-finds-globaldata/

[139] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV worldwide. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/study/13124/pay-tv-worldwide-statista-dossier/

hogares que contaban con el servicio cayó de 84 a 58 millones entre 2019 y 2023[140], es decir una contracción de 31%, lo que provocó caídas en los ingresos de los proveedores de televisión de pago en todo el país, en favor de los servicios SVOD quienes alcanzarán el nivel de ingresos de los operadores de TV paga aproximadamente en 2027[141].

En cuanto a la evolución de la penetración de los servicios de video por demanda SVOD en los países de las Américas, se destacan Estados Unidos y Canadá por contar con la mayor penetración, de 87% y 66%, respectivamente para el año 2022, mientras que México y Argentina contaban con una penetración cercana al 51%, y Brasil, Chile y Perú tenían las menores proporciones, con 36%, 36% y 18%, respectivamente. La penetración de los servicios SVOD prestados sobre plataformas OTT para el año 2022 en toda la región de América Latina fue cercana a 47,7% de acuerdo con eMarketer[142].

Para Colombia, si bien no se ha evidenciado una sustitución en el consumo de los hogares de la televisión por suscripción hacia estos servicios, de acuerdo con los análisis desarrollados por la CRC, debido a que se viene configurando como un servicio complementario[143], se espera que las tendencias de consumo de OTT continúen creciendo en los próximos años. Sin embargo, la tasa de crecimiento de adopción de los servicios OTT depende necesariamente del acceso a servicios de internet de banda ancha en los hogares, lo que limita el crecimiento en el acceso de los hogares colombianos, como se explicará más adelante en esta misma sección.

Ahora bien, dadas las diferencias entre cada modelo de negocio de las OTT (SVOD, TVOD y FAST), para entender mejor el panorama, a continuación se presentará un resumen de la oferta y adopción de cada uno de ellos en el mundo y con algunos datos para Colombia:

Las cifras de número de usuarios de cada servicio SVOD permiten vislumbrar el tamaño actual de estos servicios en el mundo. A nivel global, Netflix reportó aproximadamente 283 millones de suscriptores en el último trimestre de 2023; y en América Latina, cerca de 43 millones de suscriptores[144]. Por su parte,

---

[140] STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV worldwide. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/study/13124/pay-tv-worldwide-statista-dossier/

[141] GLOBAL DATA. US SVoD revenues to increase at 6.3% CAGR during 2022-2027, nearly equaling pay TV revenues, forecasts GlobalData. 25 de mayo de 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/media/technology/us-svod-revenues-increase-6-3-cagr-2022-2027-nearly-equaling-pay-tv-revenues-forecasts-globaldata/

[142] EMARKETER. Latin America Digital Video. 2019. [En línea]. Disponible en: https://www.emarketer.com/content/latin-america-digital-video-2019

[143] En el documento soporte Revisión de los mercados de servicios fijos de la Resolución CRC 6990 de 2022 se evidenció que existe una complementariedad, para todos los municipios del país, entre los servicios OTT y el servicio de televisión por suscripción. Este comportamiento se encuentra evidenciado en el Gráfico 24, en donde se observa que el uso de plataformas de manera exclusiva para acceder a contenidos audiovisuales por parte de los hogares es muy bajo, correspondiendo en promedio al 3% para todos los clústeres, y que, por otra parte, los hogares están contratando de forma simultánea el servicio de televisión por suscripción y las plataformas OTT de video. Este comportamiento se presentó en el 24% de hogares pertenecientes a los municipios de desempeño alto-moderado, en el 8% para los municipios del desempeño incipiente, y entre el 3% y 4% de los municipios de desempeño bajo y limitado.

[144] STATISTA. Netflix - statistics & facts. 4 de noviembre de 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/topics/842/netflix/ y https://www.statista.com/topics/6542/netflix-in-latin-america/#topicOverview

se tiene previsto que Amazon Prime Video alcanzará los 167 millones de suscriptores en 2025[145], mientras que Disney reportó 174 millones de abonados para 2024[146].

Todas estas plataformas ofrecen servicios en Colombia, pero no se cuenta con información de cuantos usuarios están ubicados en el país. Otros servicios que tienen presencia en Colombia, aunque sin que haya un estimado de suscriptores, son Apple TV+, Paramount+ y Universal+. De igual modo, Claro Video, Movistar Play y DGo están integrados en los paquetes de servicios de sus respectivas empresas de telecomunicaciones, y para el último de ellos también está disponible el servicio individual como OTT independiente, es decir, sin contar con la suscripción del servicio satelital de DIRECTV.
Finalmente, dentro del contexto de las OTT que operan como SVOD, debe destacarse que algunas como Netflix y Disney han lanzado en los últimos años una oferta con un plan de menor precio respecto al plan «estándar» pero con la inclusión de publicidad dentro de la emisión del contenido. Este escenario trae retos tanto para los operadores de televisión por suscripción como para los canales abiertos, en un panorama en el que la participación de ingresos por publicidad para los servicios audiovisuales tradicionales ha mostrado una tendencia decreciente en los últimos años.

Por otra parte, es relevante destacar que, dado que varias de las productoras que emitían su contenido por medio de una OTT de un tercero o por medio de operadores de televisión cerrada, ahora han abierto sus propias plataformas de contenido, especialmente bajo el modelo de suscripción SVOD (como es el caso de Disney, Amazon, Paramount), se está evidenciando una atomización de plataformas que afecta a los usuarios, quienes, en caso de querer acceder a los diferentes contenidos, deben contratar las diferentes plataformas, aumentando los rubros de sus ingresos destinados al acceso a contenidos audiovisuales.

En cuanto al modelo **TVOD**, éste comenzó a popularizarse en la década de 2000, con el desarrollo de plataformas digitales como iTunes, lanzado en 2003. Este modelo opera generalmente bajo dos modalidades: EST (*Electronic Sell-Through*), en la que los usuarios compran contenidos que pueden descargar o acceder de manera indefinida, y DTR (*Download-to-Rent*), en la que los usuarios alquilan contenido por un período limitado, generalmente entre 24 y 48 horas. Se utiliza el modelo principalmente para el acceso a estrenos de películas, eventos deportivos y conciertos. Si bien hay compañías que ofrecen solo TVOD, el modelo ha cambiado y cada vez funciona más como complemento a modelos SVOD, ya que muchas plataformas de suscripción, como Amazon Prime Video y Apple TV+, también ofrecen opciones de TVOD como servicio adicional.

El TVOD está dirigido principalmente a usuarios que buscan acceso puntual a contenido premium sin comprometerse a un pago recurrente, especialmente para estrenos o títulos que aún no están disponibles en modelos de suscripción.

---

[145] STATISTA. Top SVOD platforms by subscriber numbers. [En línea]. Disponible en https://www.statista.com/statistics/1052770/global-svod-subscriber-count-by-platform/
[146] THE WALT DISNEY COMPANY. Fourth Quarter and Full Year Earnings for Fiscal 2024 Report. En: https://www.cnbc.com/2022/08/10/disney-lowers-2024-forecast-for-disney-subscribers-by-15-million.html

Los principales proveedores de TVOD en el mundo hoy son Apple (a través de la app Apple TV y iTunes), Google (a través de YouTube y Google TV), Amazon Prime Video y Vudu. Estas tienen presencia en América Latina, junto con iniciativas locales como Claro Video. En Colombia, operadores como Claro y Movistar incluyen servicios de alquiler de películas en sus plataformas digitales.

Por otro lado, se tiene el modelo **FAST**, que se constituye como el principal modelo OTT de distribución de canales al usuario final. A diferencia de los SVOD y TVOD, el FAST no ofrece a los usuarios contenidos específicos individuales, sino canales de televisión lineal, es decir, emula la experiencia de la televisión tradicional pero distribuida en internet, con canales que ya tienen una programación lineal predeterminada y que no puede ser alterada por el usuario, con una guía de programación. Además, no exige un pago por parte de los usuarios, ya que la plataforma FAST inserta publicidad propia y geolocalizada en los espacios comerciales de los canales que ofrece y con los cuales ha suscrito alianzas comerciales.

Por otro lado, aunque es similar a la emisión *broadcast* tradicional (es decir a los canales de TV radiodifundida), el modelo FAST al no tener restricciones respecto al número de señales que puede transmitir, permite a la plataforma organizar el contenido en canales temáticos (cine, noticias, deportes), y además, no tiene los límites geográficos inherentes a las licencias de emisión de televisión, lo que permite al usuario acceder a canales de muchos lugares del mundo.

El FAST surgió en la década de 2010, con el lanzamiento de servicios como Pluto TV en 2014, pero su adopción creció significativamente en los últimos años, con estimaciones que indican que el número total de usuarios globales llegó a 600 millones en 2024[147].

El mercado de servicios FAST comienza a mostrarse como modelo importante en el entretenimiento digital, tanto por su accesibilidad como por la facilidad de expansión. Adicionalmente, uno de los factores que más promovió el crecimiento del FAST en el mundo es la existencia de acuerdos con las compañías fabricantes de televisores inteligentes para incluir en las interfaces de los equipos aplicaciones del servicio. Incluso algunos de estos fabricantes cuentan con sus propias plataformas FAST, como Samsung TV Plus y LG Channels.

Los principales proveedores de servicios FAST en el mundo son Pluto TV, Tubi, Samsung TV Plus y Roku Channel. En Latinoamérica, Pluto TV es un líder destacado, acompañado de servicios como VIX, lo cual se replica en Colombia.

En América Latina, el mercado FAST está en rápida expansión debido a su accesibilidad y a que no implica costos para los usuarios. En esta región el número de usuarios aumentó en un 40% en 2023, con proyecciones de alcanzar los 80 millones en 2024. Se proyecta que los ingresos en la región alcancen los USD 1.2 mil millones para 2027, con Brasil y México representando los mayores mercados[148]. Factores

[147] PARROT ANALYTICS. LATAM Quarterly Report Q4, 2023. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.parrotanalytics.com
[148] Ibidem.

como la alta penetración de *smartphones* y el menor desarrollo de los servicios de suscripción de pago han incentivado su crecimiento en la región. Así mismo, con la inversión publicitaria en aumento y el interés de los usuarios finales por contenido local, se espera que este sector mantenga una tendencia al crecimiento en los próximos años.

En Colombia, siguiendo la tendencia de otros países de la región, han comenzado a surgir iniciativas FAST de canales nacionales: es el caso de las OTT Canal RCN, del canal del mismo nombre; y DITU, del Canal Caracol, ambas lanzadas en los primeros meses de 2025. La primera agrupa los canales de televisión abierta del operador RCN (principalmente deportes y telenovelas) que antes tenía oferta de algunos contenidos a través de la plataforma paga VIX, más algunas apuestas exclusivas para lo digital[149]. La segunda integra para acceso gratuito y sin registrarse, además de telenovelas emitidas anteriormente por el Canal Caracol, contenido en vivo 24 horas de «Noticias Caracol en vivo», la programación del Canal Caracol, Blu Radio y La Kalle (emisoras de radio del mismo grupo económico del canal) y contenido deportivo bajo la marca «Caracol Sports» producido en alianza con RedBull TV[150].

Por otro lado, los operadores de telecomunicaciones han tenido la necesidad de adaptarse frente a estas nuevas tendencias, dado el rol disruptivo de las OTT, lo que permitió el surgimiento de nuevos modelos de negocio, en donde los operadores tradicionales de suscripción han adoptado estrategias como ofrecer sus propios servicios de OTT, decodificadores avanzados y plataformas de *streaming*. También han optado por hacer alianzas comerciales estratégicas en las que ofrecen tanto canales premium como acceso a plataformas externas OTT como Netflix y Amazon Prime, funcionando como *carrier billing*, es decir, sirviendo de intermediario entre el suscriptor y la plataforma en cuanto a la facturación, lo que facilita que una mayor población tenga acceso a estas tecnologías (por ejemplo, usuarios no bancarizados)[151].

De lo anterior, se infiere que el dinamismo de las OTT podría generar dos **efectos opuestos** sobre el mercado de la televisión por suscripción: por un lado, el surgimiento de nuevos modelos de negocio donde los operadores de servicios de telecomunicaciones (que incluyen televisión por suscripción) establecen alianzas con las OTT y amplíen su oferta comercial, permite que aprovechen las economías de alcance, generando potencialmente una dinamización de los mercados y una mayor competencia. Por otro lado, la creación de OTT propias de productoras que antes emitían su contenido por televisión por suscripción, lo que puede llegar a generar presiones competitivas en el mercado, ralentizando su desempeño. En ese sentido, hasta el momento no es posible determinar el efecto neto de ambos fenómenos, lo que implica la necesidad de continuar con el monitoreo de ambos servicios.

---

[149] CANAL RCN. La televisión ahora es digital, gratuita y a tu medida con Canal RCN. 14 de enero de 2025. (Artículo web). [En línea]. Disponible en: https://www.noticiasrcn.com/tendencias/descarga-la-app-de-canal-rcn-completamente-gratis-840919

[150] CANAL CARACOL. Ya está disponible ditu: Descarga la app y disfruta del contenido gratis y sin registrarte. (Artículo web). 17 de febrero de 2025. [En línea]. Disponible en: https://www.caracoltv.com/corporativo/ya-esta-disponible-ditu-descarga-la-app-y-disfruta-del-contenido-gratis-y-sin-registrarte-ed45

[151] NEXtelevisión SERIES. ANDEAN 2022. Panel: El trayecto de los operadores de televisión paga hacia la "super agregación". Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=0wcReQPzrc4>

Por lo tanto, puede preverse una presión creciente de los servicios SVOD, TVOD y FAST en el mercado, desde la perspectiva de la elección del usuario. Esto teniendo en cuenta que, como se ha expuesto, no se trata de una competencia potencial directa entre servicios y la televisión multicanal, sino que se están generando modelos híbridos y alianzas entre los servicios tradicionales y los nuevos modelos.

Sin embargo, a nivel de los hogares colombianos esta dinámica de las OTT en los próximos años dependerá en todo caso de aspectos como el grado de penetración de Internet fijo[152], servicio cuya penetración actual es de 43,85%[153] en el país, y por lo tanto, el ritmo de crecimiento en el consumo de OTT estará limitado por la expansión y mejora de la infraestructura y no se prevé que alcance los niveles que ya tienen los países de Norteamérica, entre otros (ver Sección 4.1). Para el caso de los 110 mercados identificados con potenciales problemas de competencia en el mercado minorista de televisión multicanal, se observa que solo el municipio con desempeño alto-moderado cuenta con una tasa de penetración promedio del servicio de Internet fijo mayor a 28%, mientras que los municipios con un desempeño incipiente, bajo y limitado, cuentan con tasas de penetración promedio de Internet fijo de 21%, 9% y 8%, respectivamente; situación similar a la que se observa en los 88 mercados que están en riesgo de presentar dichos problemas, es decir, los que se dejan en monitoreo (ver Tabla 14).

Tabla 14. Penetración promedio del servicio de Internet fijo para 2024-3T, en los mercados de intervención regulatoria y en los municipios de monitoreo, en el mercado minorista de televisión multicanal

Desempeño municipal	Municipios identificados	Penetración promedio	Desempeño municipal	Municipios identificados	Penetración promedio
Alto-moderado	1	28,4%	Alto-moderado	6	72,4%
Incipiente	10	21,4%	Incipiente	9	23,1%
Bajo	46	9,0%	Bajo	39	16,6%
Limitado	53	71,1%[154]	Limitado	34	86,3%[173]

[152] Dados los avances que viene teniendo el Internet móvil, puede esperarse que el efecto de las OTT en los mercados de televisión multicanal también dependan de la penetración de dicho servicio. Dependerá de la proporción de la población en cada municipio que pueda acceder a un servicio de Internet móvil que permita conservar la calidad de los contenidos audiovisuales.

[153] Corresponde a la tasa para el segundo trimestre de 2024, de acuerdo con el último Data Flash de servicios fijos publicado por la CRC (Disponible en línea en https://postdata.gov.co/dataflash/data-flash-2024-017-servicios-fijos). El dato es calculado a partir del reporte de los PRST mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016 en la plataforma HECAA del sistema Colombia TIC. Se aclara que, de acuerdo con la Resolución CRC 6990 de 2022 compilada dentro de la Resolución CRC 5050 de 2016, el mercado relevante «Acceso a internet fijo residencial para los municipios con desempeño limitado» incluye tanto el servicio de Internet fijo para el segmento residencial, como el servicio de internet móvil, lo que aumentaría la penetración en este clúster de municipios. Sin embargo, no se incorporan los accesos móviles en este análisis dado que las velocidades de descarga ofrecidas por los operadores que prestan el servicio de internet móvil en estos municipios y la capacidad de consumo de los planes y paquetes más frecuentes, en la práctica limitan el acceso a OTT a través del servicio móvil.

[154] Para el caso de los municipios del clúster limitado se incluyen también los accesos de internet móvil lo que aumenta la tasa de penetración respecto a los demás clústeres. La tasa de penetración de solo internet fijo en este grupo de municipios sería, para 2024-3T, del 7,5% para los mercados de intervención regulatoria y de 9,6% en los de monitoreo. Lo anterior teniendo en cuenta que el mercado relevante «Acceso a internet fijo residencial para los municipios con desempeño limitado» incluye tanto el servicio de Internet fijo para el segmento residencial, como el servicio de internet móvil, como se indicaba en la nota al pie

M. Potenciales problemas de competencia	**110**	**9,6%**	**M. Riesgo Potenciales problemas de competencia**	**88**	**18,4%**
a) Mercados de intervención regulatoria			**b) Mercados de monitoreo**		

Fuente: Elaboración CRC con base en Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores a través de los Formatos T.1.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016 (luego de las reglas de validación y ajustes) y Formato 1.2. del MinTIC

Así, puede esperarse que en el corto y mediano plazo el efecto del dinamismo de las OTT y de los modelos de negocio acá identificados, aumenten la presión competitiva principalmente en los 7 mercados de desempeño alto-moderado de los dos grupos de municipios (1 con potenciales problemas de competencia, y 6 de los municipios de monitoreo) dadas sus características socioeconómicas, que inciden en mayores niveles de ingresos y consumo de servicios digitales, y sus tasas de penetración del servicio de Internet fijo, que les permiten un mayor acceso a los hogares a ese tipo de plataformas. Caso contrario se observa en los 191 municipios de los clústeres restantes, pues aunado a sus restricciones socioeconómicas, la baja penetración del servicio de Internet fijo limita el alcance que las plataformas OTT puedan tener en estos mercados.

6.2.2. Subreporte y piratería

Por otra parte, diferentes actores del sector han manifestado que el fenómeno de subreporte y piratería es un factor que afecta la competencia en el mercado de televisión multicanal. Al comparar las cifras del DANE de la Encuesta de Calidad de Vida publicada más reciente, en cuanto a los hogares con servicio de televisión por suscripción, cable, satelital, IPTV o antena parabólica[155] frente a las cifras oficiales reportadas por los operadores de televisión por suscripción y asociaciones de televisión comunitaria a la CRC y al MinTIC a través de la plataforma Colombia TIC[156], se observa que a partir de la encuesta del DANE se estima una tasa de penetración del servicio de televisión por suscripción del 44,4% a nivel nacional, mientras que la calculada a partir del reporte a MinTIC es de 33,1% (ver Gráfico 19).

A nivel departamental se observa una mayor discrepancia de las cifras en los departamentos de San Andrés (negativa), Chocó, Caldas, Guaviare y Amazonas (positivas).

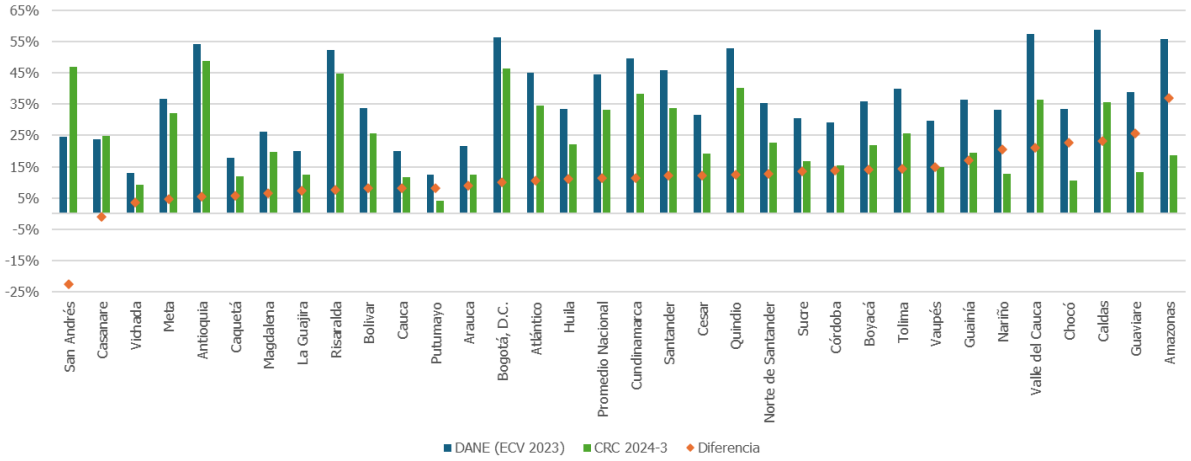
anterior. Se consideran en este caso las líneas móviles con plan pospago reportadas por los operadores del servicio de internet móvil a través del Formato 1.2. del MinTIC, para cada municipio.

[155] Se calcula a partir de la respuesta a la pregunta P3201 "¿Pagan en este hogar por servicio de TV (de forma individual o en combo o paquete)? (opciones de respuesta: Si/No) de la Encuesta de Calidad de Vida 2023, expandida al total de hogares en cada departamento del país (microdatos anonimizados disponibles en: https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/827/) Según el DANE "Con esta pregunta se busca determinar si los hogares que usan algún servicio de televisión (cable, satelital o IPTV, opciones 2, 3 o 4 en pregunta L17) pagan por ese servicio…"

[156] Corresponde a la consolidación de la información del reporte del FORMATO T.1.3. LÍNEAS O ACCESOS Y VALORES FACTURADOS O COBRADOS DE SERVICIOS FIJOS INDIVIDUALES Y EMPAQUETADOS" de la Resolución CRC 5050 de 2016 y el Formato 6 de la Resolución MinTIC 175 de 2021 para el caso de las asociaciones de televisión comunitaria, para el periodo 2024-3T. Se toman en cuenta para el cálculo los suscriptores tanto del servicio individual de televisión como de quienes cuentan con el servicio a partir de una oferta de servicios empaquetados, junto con al menos otro servicio de comunicaciones fijo.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Gráfico 19. Tasa de penetración de televisión por suscripción reportada por el DANE (Encuesta de calidad de vida 2023) y por la CRC 2024-3T



Fuente: Elaboración CRC con base en el Sistema Colombia TIC – Información reportada por los proveedores a través del Formato 6 de la Resolución MinTIC 175 de 2021 y DANE – Encuesta Nacional de Calidad de Vida, 2023.

La ilegalidad en la prestación del servicio puede estar dada por operaciones clandestinas de televisión paga, usuarios de equipos decodificadores FTA (Free to Air), derivaciones fraudulentas de señales análogas y subreporte de suscriptores[157].

En esta misma línea, de acuerdo con Business Bureau, en 2021 en Colombia la proporción de subreporte era del 12%, y de piratería del 14%, mientras que el promedio para América Latina era de 9% y 13% respectivamente. Por su parte, de acuerdo con ANDESCO, en Colombia el subreporte ronda el 66%[158]. La discrepancia de estas estimaciones está acorde con lo expuesto por Raúl Katz, quien menciona que «el principal problema a la hora de realizar análisis económicos sobre piratería bien sea bajo la modalidad de robo de señal o subreporte, es la falta de datos de carácter público que aporten métricas confiables de forma continua»[159]. Así, estos fenómenos representan un escenario de ilegalidad, que implica dificultades metodológicas para obtener datos y cifras confiables de fuentes primarias que reflejen la realidad de este fenómeno y su impacto en el mercado[160].

[157] DNP. El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado. Diciembre de 2016.
[158] ANDESCO. El fenómeno de subreporte en el sector audiovisual en Colombia genera evasión de impuestos por una cifra cercana a los US$14,1 millones al año. [En línea]. Mayo de 2021. Disponible en: <https://andesco.org.co/el-fenomeno-de-subreporte-en-el-sector-audiovisual-en-colombia-genera-evasion-de-impuestos-por-una-cifra-cercana-a-los-us14-1-millones-al-ano/>
[159] Extraído del comentario recibido por parte de TIGO a los comentarios al Documento de Formulación de este estudio.
[160] Respuesta a comunicación presentada por ANDESCO, identificada con el Radicado CRC No. 2022809796, de asunto: «Efectos de la piratería en el mercado audiovisual en Colombia».

Ahora, de acuerdo con el DNP, entre los principales impactos negativos que genera el subreporte se encuentran[161]: i) impacto fiscal negativo, dado que el Estado no recibe los tributos respectivos; ii) menores recursos para el FUTIC; iii) competencia desleal entre los operadores *formales* y los *informales*; iv) pérdida de inversiones de la industria formal al no poder competir con empresas que trasladan a sus tarifas minoristas los ahorros por el no pago de licencias e impuestos; v) reducción de inversiones en redes en perjuicio del desarrollo de la conectividad y la implementación de estándares tecnológicos como el TDH; y vi) fortalecimiento de la cultura de «no cumplir paga».

Sobre el particular, vale la pena mencionar que estos fenómenos no se solucionan mediante expedición de mayor regulación, dado que su desarrollo implica el desconocimiento intrínseco e incumplimiento de las normas que ya reglan las actividades asociadas, por lo que requiere del adecuado ejercicio de facultades de inspección, vigilancia y control e incluso del ejercicio de acciones penales. Así mismo, es importante señalar que la CRC como autoridad administrativa no cuenta con funciones de inspección, vigilancia y control relacionadas con la piratería, por lo que no dispone de herramientas para atacar directamente el fenómeno.

Así las cosas, en cuanto a los 110 municipios en los que se identificaron potenciales problemas de competencia y los 88 de monitoreo, puede esperarse que estos fenómenos tengan una mayor incidencia principalmente en los 109 mercados correspondientes a los clústeres de desempeño incipiente, bajo y limitado en el primer grupo, y los 82 del segundo, dadas las bajas tasas de penetración de los servicios de televisión cerrada, que se dan a la par con restricciones socioeconómicas y con una baja disponibilidad de pago del servicio. No obstante, frente a lo advertido en el párrafo anterior y las dificultades de acceso a información confiable, no se cuenta con evidencia concluyente sobre el impacto de la piratería y el subreporte en la competencia en los mercados bajo análisis.

6.2.3. Posible integración TIGO-MOVISTAR

A mediados de diciembre de 2024, Tigo y Movistar presentaron ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) una solicitud para iniciar el trámite de preevaluación de una operación de integración. Dicha operación contempla que MILLICOM SPAIN S.L., controlante de Tigo, adquiera el 67,5% de las acciones de Movistar, con lo que adquiriría el control societario y competitivo de este operador[162].

El 9 de enero de 2025, tras realizar el estudio formal del escrito de preevaluación y sus anexos, la SIC determinó que la información presentada estaba incompleta. Por esta razón, solicitó a los operadores complementar datos relacionados con el detalle de la operación, la definición de los mercados relevantes y otros elementos necesarios para un análisis adecuado de la solicitud. Los operadores radicaron la información requerida el lunes 24 de febrero de 2025. En consecuencia, la SIC anunció en su página web el inicio del procedimiento de preevaluación de la integración y ordenó su publicación. A partir de

[161] DNP. Op. Cit.
[162] Información solicitada por la CRC mediante escritos del 23 de diciembre de 2024, el 10 y 17 de febrero de 2025. La respuesta de la SIC fue concedida mediante escrito radicado con el No. 2025803694 del 21 de febrero de 2025.

este momento, y durante 10 días, terceros interesados presentaron los comentarios y la información que consideraron relevantes para el análisis de la operación por parte de esa superintendencia. Actualmente, la SIC está analizando la información aportada para evaluar si es posible descartar posibles riesgos en materia de competencia derivados de la integración o si es necesario pasar a la etapa formal de evaluación para realizar un examen detallado sobre la operación y decidir si la aprueba, condiciona u objeta.

Como resultado de la operación proyectada, Tigo y Movistar dejarían de competir en todos los mercados en los que actualmente operan, consolidándose como un único agente económico. Esta integración podría tener efectos en diversos segmentos de servicios fijos, incluidos los mercados minoristas de televisión multicanal con alcance municipal. Actualmente la SIC está analizando la información aportada para evaluar si es posible descartar posibles riesgos en materia de competencia derivados de la integración o si es necesario pasar a la etapa formal de evaluación para realizar un examen detallado sobre la operación y decidir si la aprueba, condiciona u objeta.

Según la información remitida por parte Tigo y Movistar a la SIC, para el mercado minorista de televisión multicanal en municipios con desempeño *alto-moderado,* luego de la integración, los operadores afirman que en este segmento tendrían una participación de mercado combinada del 35,5% a nivel agregado (conjunto de municipios con *desempeño alto-moderado*), lo que resultaría en la consolidación del segundo competidor más grande. Respecto a los municipios con *desempeño incipiente, bajo* y *limitado*, los operadores afirman que tendrían una participación combinada en este segmento del 12,1% a nivel agregado (conjunto de municipios con *desempeño incipiente, bajo y limitado*), lo que también resultaría en la consolidación del segundo competidor más grande del mercado[163]. A su vez, Tigo y Movistar afirman que continuarán enfrentando una fuerte presión competitiva por parte del líder Claro, y del actual seguidor, DirecTv. Sin embargo, sería conveniente señalar que la metodología utilizada para el cálculo de las participaciones debería basarse a nivel de municipios de acuerdo a la definición del mercado, en lugar de realizar los cálculos de manera agregada por clústeres.

Ahora bien, teniendo en cuenta la potencial operación de integración entre Tigo y Movistar, la CRC identificó que los dos operadores coinciden en 79 municipios (aproximadamente al 7% del total del país), por lo que, en términos horizontales, estos serían los mercados relevantes que podrían verse afectados directamente por la integración. Ahora bien, asumiendo que la empresa integrada sumaría la participación que tiene cada empresa de manera individual, esta lideraría en los 4 municipios en los que o Tigo o Movistar ya tienen la mayor participación de mercado, a saber, Caldas, Campamento, Itagüí y La Estrella, todos en Antioquia. Sin embargo, es importante aclarar que actualmente los operadores solo coinciden en dos (2) de estos municipios: Caldas e Itagüí.

Gráfico 20. Distribución de la concentración en los mercados de televisión multicanal afectados por la integración entre TIGO-UNE y MOVISTAR

[163] Información solicitada por la CRC mediante escritos del 23 de diciembre de 2024, el 10 y 17 de febrero de 2025. La respuesta de la SIC fue concedida mediante escrito radicado con el No. 2025803694 del 21 de febrero de 2025.

Fuente: Elaboración CRC

Al analizar los niveles de concentración de los municipios donde Tigo y Movistar coinciden, el 79% presenta un HHI por encima de los 3.000 puntos, es decir, son municipios concentrados (ver Gráfico 20). En este contexto, en el escenario hipotético de integración entre Tigo y Movistar, en el que se considera que la participación de mercado de la entidad fusionada correspondería a la suma de las participaciones individuales de ambas firmas, se recalculó el IHH y se hizo un ejercicio de comparación de este índice, antes y después de la posible integración. A partir de este ejercicio se encontró que solo dos (2) municipios presentarían un incremento superior a 100 puntos: Caldas y La Ceja[164] municipios que pertenecen al clúster de municipios de desempeño alto-moderado. Además, es importante mencionar que la empresa integrada sería líder solo en Caldas, mientras que DirecTv seguiría siendo líder en La Ceja.

De este modo, podría considerarse que, ante la presunta integración entre Tigo y Movistar, los mercados de televisión multicanal no mostrarían indicios claros de un impacto significativo en los niveles de concentración en los municipios donde ambos operadores coinciden. Asimismo, la operación no parecería alterar la posición de liderazgo que actualmente ostentan DirecTv y Claro en dichos municipios. Por otro lado, la Comisión no dispone de evidencia que sugiera posibles efectos verticales entre los mercados de televisión multicanal y los mercados mayoristas de adquisición de canales de pago.

Se resalta que los mercados en los que se prevé un aumento superior a 100 puntos del IHH no se encuentran dentro de los 110 municipios que presentan indicios de problemas de competencia; no obstante, de concretarse la integración, esta Comisión haría un monitoreo de los cambios que se den en los mercados.

Es importante considerar que, como se ha mencionado previamente en este documento, el mercado minorista de televisión multicanal se concentra principalmente en el consumo de televisión cerrada en los municipios de desempeño *incipiente, bajo* y *limitado*; esto debido a que en los municipios de

[164] Municipios del departamento de Antioquia.

desempeño *alto-moderado* los hogares adquieren el servicio de televisión, en mayor medida, empaquetado con al menos otro servicio de telecomunicaciones, haciendo parte de los mercados relevantes de servicios empaquetados. Así, dado que la oferta comercial de Tigo y Movistar se concentra principalmente en los municipios del clúster de desempeño *alto-moderado*, es posible que la anunciada integración pueda llegar a tener efectos más significativos en dichos mercados, asunto que tendrá en consideración esta Comisión en los análisis que realice al respecto.

6.2.4. Conclusiones del análisis de competencia potencial

Los resultados del análisis de competencia potencial se resumen en la Tabla 15, de acuerdo con el estudio de los efectos de: las OTT y los nuevos modelos de negocio; el subreporte y la piratería, en el mercado de televisión multicanal; y los efectos esperados de la integración Tigo-Movistar.

A partir de estos factores, en la actualidad la Comisión no cuenta con evidencia que le permita prever que se van a generar cambios prospectivos que pudieran dinamizar la competencia de manera efectiva, utilizando las fuerzas del mercado, en los 110 mercados municipales en los que se identificaron fallas, ni en los 88 de monitoreo.

Tabla 15. Resumen de la clasificación por condiciones del análisis de competencia actual y del análisis de competencia potencial del mercado de televisión multicanal

	Análisis competencia actual		**Análisis de competencia potencial**		
	Condiciones de competencia		**OTT y modelos de negocio**	**Subreporte y piratería**	**Posibles efectos integración TIGO-MOVISTAR**
Mercado minorista de televisión multicanal	**Mercado no consolidado**	114 municipios	Presión competitiva por parte de las OTT principalmente en municipios de desempeño alto-moderado. Las OTT pueden generar dos efectos opuestos: • Dinamización del mercado por alianzas entre operadores y OTT • Surgimiento de OTT de productoras de contenidos y de proveedores de canales, ralentizando la dinámica. El efecto neto es indeterminado.	No se cuenta con información concluyente sobre el impacto en los mercados, aunque se esperaría que tenga mayor incidencia en clústeres de desempeño incipiente, bajo y limitado. Respecto a la piratería, dado su carácter de ilegalidad, se requieren esfuerzos adicionales para mitigar este fenómeno, competencias que no hacen parte de las otorgadas por el legislador a la CRC.	La integración completa de Tigo y Movistar podría tener repercusiones en todos los mercados de servicios fijos, incluyendo los mercados minoristas de televisión multicanal con alcance municipal. Para los municipios con desempeño alto moderado el ente integrado tendrá una participación de mercado del 35,5% a nivel agregado, lo que resulta en el segundo competidor más grande. En los municipios con desempeño incipiente, bajo y limitado el ente integrado tendrá una participación del 12,1% a nivel agregado,
	Problemas de competencia	110 municipios			
	Municipios de monitoreo	88 municipios			
	• Sector con altos costos hundidos. • Existen asimetrías y regulatorias entre los competidores del mercado. • Disminución en el número de operadores de televisión comunitaria y de pequeños operadores de televisión por suscripción en el conjunto de los 110 municipios problemáticos y los 88 de monitoreo.				

	Análisis competencia actual	Análisis de competencia potencial		
	Condiciones de competencia	**OTT y modelos de negocio**	**Subreporte y piratería**	**Posibles efectos integración TIGO-MOVISTAR**
				convirtiéndose en el segundo competidor más grande. Adicionalmente, la integración podría impactar el mercado de televisión multicanal, puesto que una entidad más fuerte podría tener la capacidad de ofrecer servicios más atractivos, lo que podría afectar a otros proveedores de televisión multicanal. Es de resaltar que, no se prevé un cambio que afecte en el corto plazo los niveles de concentración en los mercados minoristas de televisión multicanal con problemas de competencia.

Fuente: Elaboración CRC

6.3. Aplicación del derecho de la competencia

El tercer criterio para determinar si un mercado relevante debe ser sujeto a regulación ex ante es la evaluación de si los problemas de competencia identificados en los 110 mercados minoristas de televisión multicanal, podrían ser resueltos a través del derecho de la competencia ex post. En este caso en particular, los problemas de competencia se encuentran asociados a mercados altamente concentrados, con un bajo crecimiento, y bajo número de empresas, sin embargo, no se han identificado conductas anticompetitivas que se estén desarrollando explícitamente y que ameriten ser trasladadas para estudio por parte de la autoridad de competencia ex post; aunque sí se identificaron condiciones que requieren un análisis más profundo de la regulación vigente con el fin de identificar la pertinencia y necesidad de implementar medidas regulatorias ex ante, desregular o simplificar la regulación.

Sin perjuicio de lo anterior, en el marco del estudio de las decisiones adoptadas por la SIC, se identificó la actuación[165] que se tramitó contra Cable Unión S.A.[166], Cable Vista S.A. (Global TV Telecomunicaciones S.A.)[167] y UNE EPM Telecomunicaciones S.A., por la presunta infracción de lo establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009. En concreto, en esta actuación la SIC analizó dos transacciones. En primer lugar, la operación adelantada entre Cable Unión y Cable Vista y, en segundo lugar, la operación que tuvo lugar entre Cable Vista y Une EPM, con ocasión del contrato de dación en pago con alcance de transacción pues los usuarios de Cable Vista fueron trasladados a Une EPM en el marco del contrato referido por concepto de las deudas que acumulaban entre sí.

En este caso la SIC analizó si las operaciones se adelantaron en cumplimiento del deber de información previo, según lo dispone el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009, como quiera que la primera operación no se habría informado y la segunda se habría presentado ante la SIC de manera tardía, pues se puso en conocimiento de la autoridad cuando ya se había materializado. Surtida la actuación, concluyó que, en efecto, las operaciones se adelantaron sin garantizar el cumplimiento del deber previo de información establecido en el artículo 9 de la Ley 1340 de 2009[168].

Conclusiones del análisis de competencia

A manera de resumen, la Tabla 16 expone los principales hallazgos del análisis de competencia del mercado minorista de televisión multicanal, para cada uno de los tres criterios abordados.

Tabla 16. Resumen del análisis de competencia del mercado minorista de televisión multicanal – Aplicación del Test de los tres criterios

	Análisis competencia actual		**Análisis de competencia potencial**	**Aplicación del derecho de la competencia**
	Condiciones de competencia			
Mercado minorista de televisión multicanal	**Mercado no consolidado**	114 municipios	• Dado el reciente surgimiento de los factores identificados en este estudio, no se determina con precisión el efecto de las OTT y modelos de negocio, • No se cuenta con información concluyente acerca del efecto del subreporte y la piratería.	No se prevé que a través del derecho de la competencia ex post se puedan solucionar las fallas de mercado identificadas.
	Problemas de competencia (a priorizar)	110 municipios		
	Municipios de monitoreo	88 municipios		

[165] Expediente SIC 10-91005.
[166] En su actuación, la SIC identificó que Cable Unión dejó de operar como concesionario del servicio de televisión por suscripción desde marzo de 2010 porque la extinta CNTV le negó la solicitud de prórroga del contrato de concesión. Al respecto, consultar la Resolución SIC 49903 del 22 de agosto de 2014, disponible en: https://normograma.info/sic/docs/pdf/r_siyc_49903_2014.pdf
[167] La SIC también encontró que Global TV aumentó significativamente su participación de mercado desde marzo de 2010 en los municipios donde operaba Cable Unión. Al respecto, consultar la Resolución SIC 49903 del 22 de agosto de 2014, disponible en: https://normograma.info/sic/docs/pdf/r_siyc_49903_2014.pdf
[168] Mediante la Resolución SIC 67127 de 2014, la SIC resolvió los recursos de reposición interpuestos contra la decisión adoptada en la Resolución SIC 49903 del 22 de agosto de 2014. Sin perjuicio de que se atenuaron algunas multas impuestas, la SIC confirmó en las demás partes su decisión.

	Análisis competencia actual	Análisis de competencia potencial	Aplicación del derecho de la competencia
	Condiciones de competencia		
	• Sector con altos costos hundidos. • Existen asimetrías y regulatorias entre los competidores del mercado. • Disminución en el número de operadores de televisión comunitaria y de pequeños operadores de televisión por suscripción en el conjunto de los 110 municipios problemáticos y los 88 de monitoreo.	• La CRC estará al tanto de la posible integración TIGO-MOVISTAR y sus efectos en este mercado.	

Fuente: Elaboración CRC

Ahora bien, siguiendo los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, el paso a seguir es el análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago, el cual se realizará con el fin de determinar si los problemas de competencia encontrados en los 110 mercados minoristas (y de los 88 adicionales) pueden derivarse o intensificarse de cuellos de botella aguas arriba o están relacionados con posibles fallas de mercado en el nivel mayorista.

7. CONCLUSIONES

Este documento, el cual corresponde a la segunda fase del proyecto *Análisis de los mercados de televisión*, aborda el análisis de competencia de los mercados minoristas de televisión multicanal, así como el diagnóstico sobre las posibles barreras y oportunidades regulatorias para la promoción de la competencia en dichos mercados. Este análisis se desarrolló de acuerdo con los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, esto es, mediante la aplicación del *test* de los tres criterios que, de acuerdo con la regulación, deben surtirse a efectos de determinar si un mercado presenta problemas de competencia; y tomando como insumo la definición del mercado minorista de televisión multicanal, cuya última revisión y actualización se dio mediante la Resolución CRC 6990 de 2022[169].

De esta manera, según la definición del mercado minorista de televisión multicanal, existe una presión competitiva del servicio de televisión comunitaria sobre el de televisión por suscripción en los municipios de desempeño *incipiente, bajo* y *limitado*, mientras que en los municipios de desempeño *alto-moderado* el mercado se compone únicamente por el servicio de televisión por suscripción. Así mismo, según la revisión del mercado minorista realizado en 2022, el alcance geográfico de este mercado relevante es

[169] Vale resaltar que, de acuerdo con la regulación, el análisis de competencia debe surtirse, y de encontrarse la existencia de posibles problemas de competencia, utilizarse como insumo para, posteriormente, analizar los mercados mayoristas. De acuerdo con los resultados de dichos análisis podrá determinarse si los mercados analizados deben ser sujeto a regulación *ex ante* o no.

municipal; también se identificó una relación de complementariedad de los servicios OTT de video pagas (SVOD), la cual es coherente con los últimos estudios de monitoreos de los mercados OTT realizados por esta entidad.

El primer criterio del análisis de competencia, correspondiente a la competencia actual, se evaluó mediante la creación de un índice compuesto (que incorpora la concentración del mercado (HHI), la diferencia de participación del líder respecto a sus competidores y el umbral de *Stenbacka*). También incorporó el análisis de patrones geográficos y de consolidación de mercado. Posteriormente, este análisis se complementó con una evaluación detallada de la evolución de accesos y estructura de mercado. En conjunto, estos análisis permitieron identificar un grupo de 110 municipios en los que existen condiciones que pueden llegar a intensificar las posibles fallas de mercado.

A su vez, se identificó 88 mercados en los que existen algunos problemas de competencia, pero en los que no se evidencia la necesidad de implementar una intervención regulatoria en el corto plazo. Esto no significa que estos mercados estén en equilibrio competitivo ni que las distorsiones sean irrelevantes, por lo que estos municipios deben ser objeto de monitoreo continuo por parte de la CRC, con el fin de evaluar si las dinámicas actuales persisten o evolucionan hacia escenarios que requieran ajustes adicionales.

Es importante mencionar que, dado que existen asimetrías normativas y regulatorias frente al funcionamiento y obligaciones que deben cumplir los operadores de televisión por suscripción y los operadores de televisión comunitaria, la CRC considera necesario analizar si en el mercado mayorista se evidencian elementos que otorguen un diagnóstico más robusto para determinar si habrían ventajas competitivas de los agentes del mercado minorista aquí analizado, y de esta manera revisar las alternativas regulatorias que podrá acoger el regulador.

En este aspecto, es importante mencionar que, aunque en los últimos años ha aumentado el número de operadores de televisión por suscripción y se ha mantenido constante el de televisión comunitaria, el número de suscriptores y asociados presenta una tendencia decreciente. En particular, tanto en los municipios identificados como problemáticos como en los de monitoreo, se observó una reducción tanto en los operadores de televisión comunitaria como en los pequeños operadores de televisión por suscripción.

Frente al segundo criterio, correspondiente al análisis de competencia potencial, se analizaron tres aspectos. Con respecto al dinamismo de las OTT y los nuevos modelos de negocio que han venido surgiendo puede preverse una presión creciente de los servicios SVOD, TVOD y FAST sobre el mercado de televisión por suscripción. Además, en particular para el caso de los 110 municipios identificados con problemas de competencia, y a los 88 de monitoreo, puede esperarse que en el corto y mediano plazo se evidencie esta presión principalmente en los 7 municipios que corresponden al clúster de desempeño alto-moderado (1 y 6 municipios, respectivamente en cada grupo), dadas sus características socioeconómicas (que inciden en mayores ingresos) y a las mayores tasas de penetración del servicio de Internet fijo. Respecto a las condiciones de acceso a internet de banda ancha por parte de los

hogares, aunque la definición del mercado relevante en el clúster limitado sí incluyó tanto el servicio de Internet fijo como el servicio de internet móvil, factores como las velocidades de descarga ofrecidas por los operadores que prestan el servicio de internet móvil y la capacidad de consumo de los planes y paquetes, en la práctica limitan el acceso a OTT a través del servicio móvil, por lo cual no se considera que en el corto y mediano plazo los accesos móviles incidan en el crecimiento en la adopción de servicios OTT.

El efecto neto de los nuevos modelos de negocio relacionados con los servicios OTT sobre las dinámicas de mercado de la televisión por suscripción no puede determinarse hasta el momento, pues este fenómeno genera dos resultados diferentes que se dan de forma simultánea:

a) dinamización de los mercados y mayor competencia, dado el aprovechamiento de las economías de alcance generado por el surgimiento de nuevos modelos de negocio, donde los operadores establecen alianzas con las OTT y amplían su oferta comercial; y
b) presiones competitivas en el mercado que ralenticen su desempeño, a raíz del surgimiento de nuevas OTT propias de productoras que antes emitían su contenido solo por televisión por suscripción.

Así, este aspecto reitera la necesidad de continuar con el monitoreo de ambas tendencias.

En cuanto al fenómeno de subreporte y piratería, debido a su carácter de ilegalidad, se requieren esfuerzos adicionales para mitigarlo, competencias que no hacen parte de las otorgadas por el legislador a la CRC. No obstante, es importante mencionar que se espera que este fenómeno tenga una mayor incidencia en los clústeres de desempeño incipiente, bajo y limitado, dadas las bajas tasas de penetración de los servicios de televisión cerrada, que se dan a la par con restricciones socioeconómicas y con una baja disponibilidad de pago del servicio.

Finalmente, en cuanto a la presunta integración de Tigo y Movistar, si bien se reconoce que ésta podría tener repercusiones en todos los mercados de servicios fijos, incluyendo los mercados minoristas de televisión multicanal con alcance municipal, se resalta que no se prevé un cambio que afecte en el corto plazo los niveles de concentración en los mercados minoristas de televisión multicanal con problemas de competencia.

En cuanto al tercer criterio, no se espera que con el derecho de la competencia *expost* se solucionen los potenciales problemas de competencia identificados en los 110 mercados.

Respecto a las asimetrías regulatorias entre los servicios audiovisuales lineales «tradicionales», regulados, y los que están basados en plataformas OTT no lineales, no regulados, en la revisión internacional se encontró que en la actualidad hay dos tendencias en regulación en materia de televisión. Por un lado, algunos países han optado por regular estos últimos en algunos aspectos, mientras que, por otro, prefirieron flexibilizar la regulación sobre los servicios lineales. En todo caso, dichas tendencias representan la visión de autoridades de otras jurisdicciones que podrían llegar a complementar el análisis

de la Comisión. Con base en lo anterior, se analizarán las medidas adoptadas en otras jurisdicciones en aras de establecer su pertinencia en el ámbito nacional, en el marco de las competencias otorgadas a la CRC.

En suma, considerando los hallazgos obtenidos tras esta primera fase del estudio, es decir, el análisis de competencia desarrollado en los mercados minoristas de televisión multicanal, a partir de la aplicación de los tres criterios, y siguiendo los lineamientos metodológicos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, se continuará con el desarrollo del análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago, para determinar si existen cuellos de botella que expliquen los problemas de competencia identificados en los 110 mercados minoristas, o si existen fallas en dichos mercados que estén afectando su desempeño, y en el mismo sentido, definir si estos mercados deben ser declarados como sujetos de regulación *ex ante.*

En caso de ser así, de manera posterior a la culminación de este proyecto, se dará inicio a un proyecto regulatorio en el que se evalúe, bajo la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN) plasmada en la Política de Mejora Regulatoria de esta entidad[170], la pertinencia de imponer medidas regulatorias o, por el contrario, desregular o simplificar la regulación vigente.

El documento correspondiente al análisis del segmento mayorista, denominado «Análisis de los mercados de televisión – Fase II: Análisis de competencia del mercado mayorista de adquisición de canales de pago» es publicado de manera simultánea a este documento, y se puede consultar en el siguiente link: https://www.crcom.gov.co/es/proyectos-regulatorios/2000-38-3-9-1.

8. BIBLIOGRAFÍA

ACMA (Australia) «Community Broadcasting Participation Guidelines». [En línea]. Disponible en: https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-12/Community%20Broadcasting%20Participation%20Guidelines%20-%20Print%20enabled.pdf

ACMA (Australia). «Community Television Broadcasting Codes of Practice». [En línea]. Disponible en: https://www.acma.gov.au/sites/default/files/2019-10/Community%20Television%20Broadcasting%20Codes%20of%20Practice%20%28ACTA%29.pdf

ANATEL (Brasil). Análisis No. 20/2024 AC/Proceso No. 53500.109871/2023-18. [En línea]. Abril de 2021. Disponible en: https://sei.anatel.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?8-

[170] COLOMBIA. CRC. Política de mejora regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. [En línea]. Agosto de 2022. p.p. 26 – 39. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf

74Kn1tDR89f1Q7RjX8EYU46IzCFD26Q9Xx5QNDbqa1Q4c0Q6z-zLKGxf9XxtHNyxzZFg8u_KiWcgGwkew5_qoKTIDLBdada2YMcIJogRufBJfLh3aGye53oP0M4BAO

ANATEL (Brasil). Distribución de proveedores de televisión paga en Brasil en diciembre de 2023, por participación de suscripciones [Gráfica]. 20 de marzo de 2024. En: Bases de datos de uso restringido de Statista. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/422794/brazil-pay-tv-market-share-provider/

ANATEL (Brasil), Monthly pay TV penetration rate per 100 inhabitants in Brazil from December 2012 to December 2023. 20 de marzo de 2024. En: Bases de datos de uso restringido de Statista. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/251630/pay-tv-penetration-in-brazil/

ANDESCO. El fenómeno de subreporte en el sector audiovisual en Colombia genera evasión de impuestos por una cifra cercana a los US$14,1 millones al año. [En línea]. 2021. Disponible en: https://andesco.org.co/el-fenomeno-de-subreporte-en-el-sector-audiovisual-en-colombia-genera-evasion-de-impuestos-por-una-cifra-cercana-a-los-us14-1-millones-al-ano/

BAHIA, K. & CASTELLS, P. The dynamic effects of competition on investment: the case of the european mobile communications industry. [En línea]. 2023 Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4175243.

COLOMBIA. Constitución Política de Colombia.

COLOMBIA. Ley 182 de 1995.

COLOMBIA. Ley 335 de 1996.

COLOMBIA. Ley 680 de 2001.

COLOMBIA. Ley 1978 de 2019.

CANAL CARACOL. Ya está disponible ditu: Descarga la app y disfruta del contenido gratis y sin registrarte. (Artículo web). 17 de febrero de 2025. [En línea]. Disponible en: https://www.caracoltv.com/corporativo/ya-esta-disponible-ditu-descarga-la-app-y-disfruta-del-contenido-gratis-y-sin-registrarte-ed45

CANAL RCN. La televisión ahora es digital, gratuita y a tu medida con Canal RCN. 14 de enero de 2025. (Artículo web). [En línea]. Disponible en: https://www.noticiasrcn.com/tendencias/descarga-la-app-de-canal-rcn-completamente-gratis-840919

COLOMBIA. CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia C-654 de 2003, [En línea]. Disponible en: https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2003/C-654-03.htm

COLOMBIA. CORTE CONSTITUCIONAL. Sentencia T-599 de 2016, [En línea]. Disponible en: https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2016/t-599-16.htm

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Análisis de componentes principales y de clúster de municipios para servicios fijos. [En línea]. 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Batería de Indicadores para el Análisis de la Competencia en los mercados de Comunicaciones. [En línea]. 2022. Disponible en: https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Gu%C3%ADa%20de%20Indicadores%20de%20Competencia.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Data Flash 2024-017 - Servicios fijos [En línea]. 29 de enero de 2025. Disponible en: https://www.postdata.gov.co/dataflash/data-flash-2024-017-servicios-fijos

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento de Formulación «Análisis de los mercados de Televisión». [En línea]. Octubre de 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/es/biblioteca-virtual/analisis-mercados-audiovisuales-en-un-entorno-convergente

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento Estudio «Análisis de los Mercados de Televisión – Fase I. Definición de nuevos mercados relevantes relacionados con el servicio de televisión». [En línea]. Diciembre de 2023. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-9/Propuestas/documento-estudio-mercados-tv-2000-38-3-9.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento soporte: Análisis de los mercados de internet fijo y su relación con el mercado mayorista portador. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-6/Propuestas/documento-soporte-portador-f.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento soporte: Revisión del mercado de datos fijos. [En línea]. 2017. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Revisi%C3%B3n%20del%20mercado%20de%20datos%20fijos/247-170517_mercados_datos_fijos_.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia – 2023. [En línea]. Mayo de 2024. Disponible en: https://postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Monitoreo de tendencias tecnológicas y de consumidores 2022 [En línea]. 2 de febrero de 2023. Disponible en: https://postdata.gov.co/story/monitoreo-de-tendencias

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Política de mejora regulatoria de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. [En línea]. Agosto de 2022. p.p. 26 – 39. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/webcrc/noticias/documents/documento-politica-mejora-regulatoria-crc.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Resolución CRC 5050 de 2016, «Por la cual de compilan las Resoluciones de Carácter General vigentes expedidas por la Comisión de Regulación Comunicaciones». [En línea]. 21 de noviembre de 2016 (Última actualización: marzo de 2025). Disponible en: https://normograma.info/crc/docs/resolucion_crc_5050_2016.htm

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Resolución CRC 6990 de 2022. «Por la cual se modifica la lista de mercados relevantes contenida en el Anexo 3.1. de la Resolución CRC 5050 de 2016 y se dictan otras disposiciones». [En línea]. Noviembre de 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/sites/default/files/normatividad/00006990.pdf

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Resolución CRC 7611 de 2024. « Por la cual se establece la tarifa de contribución a la CRC para la vigencia del año 2025» [En línea]. 16 de diciembre de 2024. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/es/eventos/cuota-tarifa-contribucion-y-calendario

COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Revisión de los mercados de servicios fijos. Documento Soporte. [En línea]. Agosto de 2022. Disponible en: <https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-3/Propuestas/Ducumento-Soporte-Mercado-Servicios-Fijos-08082022.pdf>

COLOMBIA. DANE. Encuesta de Calidad de Vida 2023. [En línea]. 2023. Disponible en: https://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/827/

COLOMBIA. DNP. El futuro del sector audiovisual en Colombia: Necesidad de política pública y reformas normativas en el marco de la convergencia tecnológica y las tendencias del mercado. Diciembre de 2016. Disponible en: https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/Informe%20convergencia%20dyd%20rev_STEL%2018-01-2017CEVC.pdf

COLOMBIA. MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES. (2019). Definición para el FUTIC de la tasa de contraprestación periódica única para el período 2020-2023. Enero. Disponible en: https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-125658_propuesta_tasa_contraprestacion.pdf

COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Resolución SIC 67127 de 2014

COLOMBIA. SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO. Resolución SIC 49903 del 22 de agosto de 2014. [En línea]. Disponible en: https://normograma.info/sic/docs/pdf/r_siyc_49903_2014.pdf

COLOMBIA. TDT Para todos. Cobertura y canales TDT. [En línea]. 2021. Disponible en: https://www.tdtparatodos.tv/sites/default/files/cobertura2021.pdf

COIMISIÚN NA MEÁN (Irlanda). «Community television services». [En línea]. Disponible en: https://www.cnam.ie/general-public/tv-radio-on-demand/tv/

COMISIÓN EUROPEA. Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual). [En línea]. 2018. Disponible en: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02010L0013-20181218.

CORK COMMUNITY TELEVISIÓN (CCTV) (Irlanda), «Community Televisión», Disponible en: https://corkcommunitytv.ie/cork-community-tv/

CRTC (Canadá). «Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2016-224». [En línea]. Disponible en: https://crtc.gc.ca/eng/archive/2016/2016-224.htm

DUBLÍN COMMUNITY TELEVISIÓN (DCTV), «DCTV is a not-for-profit cooperative», Disponible en: https://www.dctv.ie/about/

EMARKETER. Latin America Digital Video 2019. [En línea]. 2019. Disponible en: https://www.emarketer.com/content/latin-america-digital-video-2019

FCC. FCC Adopts 'All-In' Cable and Satellite Video Pricing. marzo 19 de 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.fcc.gov/document/fcc-adopts-all-cable-and-satellite-video-pricing

GLOBAL DATA. US SVoD revenues to increase at 6.3% CAGR during 2022-2027, nearly equaling pay TV revenues, forecasts GlobalData. 25 de mayo de 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/media/technology/us-svod-revenues-increase-6-3-cagr-2022-2027-nearly-equaling-pay-tv-revenues-forecasts-globaldata/

GLOBAL DATA. Video streaming overtakes traditional pay TV in subscriber base, finds GlobalData. 12 de julio de 2023 [En línea]. Disponible en: https://www.globaldata.com/media/thematic-research/video-streaming-overtakes-traditional-pay-tv-subscriber-base-finds-globaldata/

IFT (México). «Televisa, con poder sustancial en el mercado de TV de paga», [En línea]. Disponible en: https://www.ift.org.mx/conocenos/acerca-del-instituto/historia/televisa-con-poder-sustancial-en-el-mercado-de-tv-de-paga

IFT (México). «Resolución mediante la cual el Pleno del Instituto Federal de Telecomunicaciones suprime modifica y adiciona medidas impuestas al agente económico preponderante en el sector de radiodifusión mediante Acuerdos P/IFT/EXT/060314/77 y P/IFT/EXT/270217/120», [En línea]. Disponible en: https://www.ift.org.mx/industria/politica-regulatoria/preponderancia-radiodifusion/ift-resolucion-modificacion-medidas-preponderante-radiodifusion-accion_modificar_acuerdo_anterior-P-IFT-EXT-060314-77-acuerdo_modificado-P-IFT-EXT-270217-120

IFT (México). Expediente AI/DC-002-2019. [En línea]. Disponible en: https://www.ift.org.mx/sites/default/files/conocenos/pleno/sesiones/acuerdoliga/vp181120436.pdf

NEW YORK TIMES. Supreme Court Lets F.C.C. Relax Limits on Media Ownership. [En línea]. Publicado el 1 de abril de 2021. https://www.nytimes.com/2021/04/01/us/supreme-court-media-ownership.html

NEXtelevisión SERIES. ANDEAN. Panel: El trayecto de los operadores de televisión paga hacia la "super agregación". [En línea]. 2022. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=0wcReQPzrc4

OBSERVACOM. Desafíos y asimetrías regulatorias de los servicios audiovisuales en Internet ¿Qué hacer?. [En línea]. 2019. Disponible en: https://www.observacom.org/desafios-y-asimetrias-regulatorias-de-los-servicios-audiovisuales-en-internet-que-hacer

OCDE. Market Concentration - Note by Mexico (IFT). [En línea]. Mayo de 2018. Disponible en: <https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)24/en/pdf>

OCDE. Índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión. [En línea]. 2021. Disponible en: https://www.oecd.org/trade/topics/services-trade/

OCDE. Simulador del índice de restricción del comercio de los servicios de radiodifusión. [En línea]. Consultado el 21 de febrero de 2025. Disponible en: https://sim.oecd.org/Simulator.ashx?lang=En&ds=STRI&d1c=asbrd&d2c=col y https://data-explorer.oecd.org/vis?df[ds]=DisseminateFinalDMZ&df[id]=DSD_STRI%40DF_STRI_MAIN&df[ag]=OECD.TAD.TPD&dq=A...J60....&pd=2024%2C2024&to[TIME_PERIOD]=false&vw=ov

OFCOM. On-demand programme service (ODPS) providers. [En línea]. 4 de diciembre de 2015 (Última actualización: 20 de febrero de 2025). Disponible en: https://www.ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/video-on-demand/on-demand/

OFCOM. On-demand programme service (ODPS) providers. Code on Sports and Other Listed and Designated Events. 2015 (Última actualización: 2025). [En línea].

https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/other-codes/ofcom_code_on_sport.pdf?v=331621

OROZCO, Francisco. Netflix y la televisión abierta en tiempos de los millennials. WEF Forum. 2017. Disponible en: https://es.weforum.org/agenda/2017/08/netflix-y-la-television-abierta-en-tiempos-de-los-millennials

PARROT ANALYTICS. LATAM Quarterly Report Q4, 2023. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.parrotanalytics.com

SEMANA. Plan "barato" con publicidad de Netflix no estará disponible en Colombia (artículo web). 2022. [En línea]. Disponible en: https://www.semana.com/tecnologia/articulo/plan-barato-con-publicidad-de-netflix-no-estara-disponible-en-colombia/202246/

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Change in pay TV subscription numbers worldwide between 2022 and 2028, by country. 17 de abril de 2024. [En línea] Disponible en: https://www.statista.com/statistics/1461540/change-in-pay-tv-subscription-numbers-by-country/

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Netflix - statistics & facts. 4 de noviembre de 2024. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/topics/842/netflix/ y https://www.statista.com/topics/6542/netflix-in-latin-america/#topicOverview

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Number of pay TV suscribers worldwide 2023. Noviembre de 2023. [En línea] Disponible en: https://www.statista.com/statistics/250373/number-of-pay-tv-subscribers-worldwide/

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV worldwide. 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/study/13124/pay-tv-worldwide-statista-dossier/

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Pay TV penetration rate worldwide from 2012 to 20282 (Gráfica). Diciembre de 2023. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/484272/pay-tv-penetration/

STATISTA. Bases de datos de uso restringido de Statista: Top SVOD platforms by subscriber numbers. [En línea]. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/1052770/global-svod-subscriber-count-by-platform/

SUNG, N. 2014. Market concentration and competition in OECD mobile telecommunications markets. [En línea]. 2014. Disponible en: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036846.2014.920480

SUPREME COURT OF THE UNITED STATES. Sentence 19-1231. [En línea]. Abril de 2021. Disponible en: <https://www.supremecourt.gov/opinions/20pdf/19-1231_i425.pdf>

TELECO BRASIL. Net losses of pay TV accesses in Brazil from 2019 to 2023 (in 1,000s). 4 de julio de 2024, En: Bases de datos de uso restringido de Statista. Disponible en: https://www.statista.com/statistics/1387277/pay-tv-subscriptions-additions-losses-brazil/

THE WALT DISNEY COMPANY. Fourth Quarter and Full Year Earnings for Fiscal 2024 Report. En: https://www.cnbc.com/2022/08/10/disney-lowers-2024-forecast-for-disney-subscribers-by-15-million.html

UNITED KINGDOM GOVERNMENT. Up next - The government's vision for the broadcasting sector. [En línea]. 2022. https://www.gov.uk/government/publications/up-next-the-governments-vision-for-the-broadcasting-sector

WIK CONSULTANT. Bottom-up cost model for the fixed access network in Spain - Model description -. 2012. Disponible en: https://www.cnmc.es/sites/default/files/editor_contenidos/Telecomunicaciones/Modelos%20de%20coste/20180221_Descripci%C3%B3n%20modelo%20BU_LRIC%20red%20de%20acceso.pdf

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

ANEXO

1. ANEXO METODOLÓGICO

METODOLOGÍA DE SELECCIÓN DE MUNICIPIOS

El presente proceso tiene como objetivo identificar y seleccionar los municipios que serán sometidos a un análisis detallado de sus condiciones de competencia en el mercado minorista. Para ello, se emplea una metodología integral que abarca desde la depuración y normalización de datos, hasta la evaluación de indicadores de concentración y patrones geográficos, así como el análisis de consolidación del mercado. Este enfoque permite priorizar la intervención en aquellos municipios que presentan indicios de problemas en torno a las dinámicas de competencia, asegurando una revisión exhaustiva que podrá incluir en una etapa posterior, entre otros aspectos, la evaluación de barreras de entrada y salida, y demás información relevante para el análisis de competencia actual.

1. Depuración de la Base de Datos

En primer lugar, se realiza un proceso de depuración de la base de datos para asegurar la consistencia y confiabilidad de la información[171]. Para ello, se determinan el primer cuartil (Q_1) y el tercer cuartil (Q_3), que representan los puntos donde se acumulan el 25% y el 75% de los datos, respectivamente. A partir de estos valores, se calcula el rango intercuartílico (RIC), que corresponde a la diferencia entre $Q_3 - Q_1$.

Cualquier valor que se encuentre por debajo de $Q_1 - 1.5 \times RIC$ o por encima de $Q_3 + 1.5 \times RIC$ se considera un dato atípico. Estos valores atípicos se reemplazan por la mediana del conjunto de datos para ese municipio, lo que permite mantener la representatividad de la información sin distorsionar el análisis de competencia.

[171] La base de datos analizada en este proyecto está construida, en parte, a partir de la información que reportan los operadores con ocasión del Formato T.1.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016 de empaquetamiento de servicios fijos, la cual fue consultada el 11 de febrero de 2025. Es importante aclarar que sobre la información de este formato se realizó una depuración previa la cual consistió en: **(i)** tener en cuenta únicamente los reportes de líneas o accesos activos estrictamente positivos y cuyos valores facturados fueran superiores o iguales a $100 COP. **(ii)** Filtrar los reportes desde el tercer trimestre de 2022. **(iii)** Reemplazar el número de accesos y el valor facturado real (precios de diciembre de 2024) por su respectiva mediana calculados para cada empresa, en cada municipio, discriminando por tecnología, tipo de servicio o paquete y el estrato residencial. Este reemplazo se realizó solo en aquellos casos donde el valor facturado real por acceso estuviese por debajo de $Q_1 - 1.5 \times RIC$ o por encima de $Q_3 + 1.5 \times RIC$. **(iv)** Utilizar el coeficiente de variación para identificar los casos en los que esta depuración realizada en **(iii)** elevara la variabilidad de los datos. En aquellos casos en los que la variabilidad se incrementaría, no se llevó a cabo esta depuración.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

2. Identificación de Municipios en los que los servicios se prestan bajo condiciones de monopolio

El segundo paso consiste en identificar los municipios que cuentan con un prestador único, en los que los servicios se estarían prestando bajo condiciones de monopolio. Para esto, se utilizan los datos correspondientes a los últimos tres periodos disponibles. En cada periodo, se calcula el *Índice de Herfindahl-Hirschman* (HHI), una medida estándar de concentración de mercado.

Se considerará que en un municipio los servicios se prestan bajo condiciones de monopolio si en al menos dos de los tres periodos analizados el índice de concentración alcanza un valor de 10.000, lo que reflejaría la existencia de un solo operador en el mercado. A estos municipios se les asignará un valor de 1 en el índice compuesto municipal que se construirá posteriormente, con el fin de resaltar su prioridad en el análisis de competencia.

3. Proceso para seleccionar los municipios que se someterán a examen

a) Creación de un Índice compuesto municipal

El índice compuesto municipal para priorización de la intervención regulatoria busca sistematizar el análisis de diversas variables que capturen las dinámicas y condiciones de competencia en el mercado minorista de televisión multicanal a nivel municipal. Su diseño se inspira en ejercicios previos realizados por la Comisión y se fundamenta en los lineamientos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050-2016.

Ilustración 12. Elementos de análisis para la construcción del índice compuesto municipal

Aspecto	Evaluación
Estructura	$HHI^j \geq 3.000$
Evolución	$\partial HHI^j/\partial t \geq 0$
Dominancia	$C_1^j - SB^j \geq 0$
Evolución	$\partial(C_1^j - SB^j)/\partial t \geq 0$
Desempeño	$\partial Penetración^j/\partial t \geq 0$

Fuente: Elaboración CRC.

El índice actúa como un criterio de ordenamiento para la priorización de recursos. Así, cada municipio recibe un puntaje en el rango comprendido entre 0 y 1; de esta manera corresponde a un índice de criticidad de la intervención regulatoria, el cual busca priorizar y focalizar las intervenciones regulatorias. En tal sentido, un municipio calificado con un valor cercano a 0 representa menor criticidad en términos de restricciones a las dinámicas de competencia, mientras que uno con un valor cercano a uno, sugiere

mayor criticidad y necesidad de intervención regulatoria asociado con problemáticas en torno a las dinámicas de competencia. El ejercicio de ordenamiento y calificación permite identificar, priorizar y focalizar las intervenciones regulatorias hacia donde sean más necesarias.

El primer elemento, evalúa los niveles de concentración del mercado desde la perspectiva de la oferta, utilizando el *Índice de Herfindahl-Hirschman* (HHI). Aunque las guías de fusiones horizontales del Departamento de Justicia de los Estados Unidos consideran que un mercado con un HHI superior a 2.500 es altamente concentrado, los mercados de telecomunicaciones presentan características particulares que justifican un enfoque diferente.

Esta industria se caracteriza por tener barreras de entrada significativas, un número limitado de competidores y altos costos fijos y hundidos, factores que tienden a generar niveles de concentración naturalmente elevados. En este contexto, se considera consistente establecer un HHI igual o superior a 3.000[172] [173] como umbral para realizar el análisis de los niveles de concentración. Cuando se supera este umbral se considera como indicativo de que los operadores podrían ejercer un poder de negociación excesivo en el mercado minorista, siendo esto un reflejo de las posibles fallas estructurales de mercado. Las tendencias internacionales muestran que algunos de los mercados de comunicaciones más dinámicos presentan índices HHI superiores a 2.500 y 3.000 puntos[174].

El segundo elemento, que se aplica para los municipios que presenten un valor de HHI igual o superior al umbral de 3.000, se relaciona con el análisis de la evolución de la concentración de mercado en el tiempo mediante el cálculo de la pendiente de una regresión lineal del HHI a lo largo del periodo analizado[175]. Si la pendiente es positiva, indica que el mercado no ha mostrado mejoras en su estructura de competencia, ya que la concentración se ha mantenido o ha aumentado. Por el contrario, una pendiente negativa sugiere una dinámica hacia la desconcentración, lo que podría indicar una potencial corrección de la falla de mercado identificada en el primer paso.

---

[172] COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento soporte: Análisis de los mercados de internet fijo y su relación con el mercado mayorista portador. [En línea]. 2022. Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-6/Propuestas/documento-soporte-portador-f.pdf COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Documento soporte: Revisión del mercado de datos fijos. [En línea]. 2017 Disponible en: https://www.crcom.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Revisi%C3%B3n%20del%20mercado%20de%20datos%20fijos/247-170517_mercados_datos_fijos_.pdf

[173] Esto plantea sin perjuicio de que la CRC pueda utilizar criterios distintos en otros análisis según las características de los mercados bajo estudio y la disponibilidad de información.

[174] OCDE. Market Concentration - Note by Mexico (IFT). [En línea]. Mayo de 2018. Disponible en: https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2018)24/en/pdf BAHIA, K. & CASTELLS, P. The dynamic effects of competition on investment: the case of the european mobile communications industry. [En línea]. 2023. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4175243. Sung, N. Market concentration and competition in OECD mobile telecommunications markets. [En línea]. 2014. Disponible en: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00036846.2014.920480

[175] Este corresponde al periodo 2022-IIIT – 2024-IIIT, periodo de mayor estabilidad de los datos obtenidos a partir de la información reportada por los proveedores a través del Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016. Este formato fue modificado mediante la Resolución 6333 de 2021.

El tercer elemento, evalúa si una empresa en particular podría tener una posición dominante en el municipio. Para esto, se hace una comparación entre la participación del líder y el Índice de *Stenbacka*[176], que represente un umbral a partir del cual el líder de un mercado podría detentar dominancia. De tal manera, si la participación del líder es superior al valor del umbral de *Stenbacka*, se considera como un indicio de que la empresa líder podría tener una posición de dominio en el mercado.

El cuarto elemento, que se aplica para los municipios donde el líder muestra indicios de dominancia, analiza cómo ha cambiado esta situación en el tiempo. Para esto, se calcula la pendiente de una regresión lineal de la diferencia entre la participación del líder y el valor del umbral de *Stenbacka* a lo largo del periodo de análisis. Una pendiente positiva indica que la brecha entre la participación del líder y el umbral de *Stenbacka* se ha mantenido o ha aumentado, lo que sugiere la consolidación de la potencial posición dominante. Una pendiente negativa indica una reducción de la potencialidad del líder de ejercer dominancia, lo cual puede reflejar un mercado más competitivo.

El quinto elemento, evalúa el desempeño del mercado en términos de eficiencia mediante la tasa de penetración del servicio de televisión cerrada. Si la tasa de penetración aumentó en el tiempo, se considera un desempeño dinámico por el lado de la demanda; por el contrario, si no hay un aumento en la penetración, se interpreta como una falta de dinamismo en el mercado.

Es importante señalar que, para el HHI y para la diferencia entre la participación del líder y el índice de Stenbacka, se calculó el promedio observado para cada municipio en los últimos 9 trimestres[177]. Así mismo, tanto para dichos índices como para la penetración del servicio de televisión cerrada, se calculó una regresión lineal por municipio, de la cual se obtuvo la pendiente de variación de los 9 trimestres observados. Para cada uno de estos elementos, se asigna un valor de 0 si el municipio no presenta la condición que refleje un problema de competencia. Si el indicador supera el umbral establecido, se asigna una puntuación normalizada en una escala de 0 a 1.

Por ejemplo, consideremos el HHI:

- Si un municipio tiene un HHI inferior a 3.000 (evaluado a partir del promedio del índice en los 9 trimestres observados), se le asigna un valor de 0 para este elemento.

[176] Este índice es utilizado típicamente como una medida indicativa de la posible existencia de un oferente con posición de dominio. Es definido como un umbral de dominancia basado en las participaciones de mercado de las dos empresas más grandes de la industria, e indica el nivel de participación a partir del cual se puede considerar que la empresa líder puede mostrar posición de dominio. Se calcula mediante la fórmula: $S^D = 1/2[1 - \gamma(S_1^2 - S_2^2)]$. En este caso se tomó $\gamma = 1$. Ver: COLOMBIA. COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES. Batería de indicadores para el análisis de la competencia en los mercados de comunicaciones. [En línea]. Abril de 2022. p.p. 6. Disponible en: https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Gu%C3%ADa%20de%20Indicadores%20de%20Competencia.pdf

[177] Correspondientes a los últimos datos disponibles con mayor estabilidad, obtenidos mediante el reporte de información T.1.3. de la Resolución CRC 5050 de 2016.

- Por construcción, el valor máximo del HHI es 10.000; es decir, un municipio con un HHI promedio de 10.000 recibe la puntuación máxima de 1.
- Así, un municipio con un HHI promedio de 6.500 obtendría un puntaje de 0,5 para este indicador.

Una vez asignados los puntajes para cada elemento, cada municipio cuenta con un valor específico en cada uno de ellos.

En el caso de la pendiente del HHI, se evalúa la evolución de la concentración de mercado a lo largo del tiempo. Si la pendiente es negativa o el promedio del HHI se encuentra por debajo de 3.000, se asigna un valor de 0, ya que esto indica que la concentración no está empeorando. Por el contrario, cuando el HHI se encuentra por encima de 3.000 y la pendiente de la regresión lineal del índice es positiva, se normaliza el valor asignándole un puntaje entre 0 y 1 (iniciando, por ejemplo, en 0,01) de forma tal que refleje el grado de incremento en la concentración.

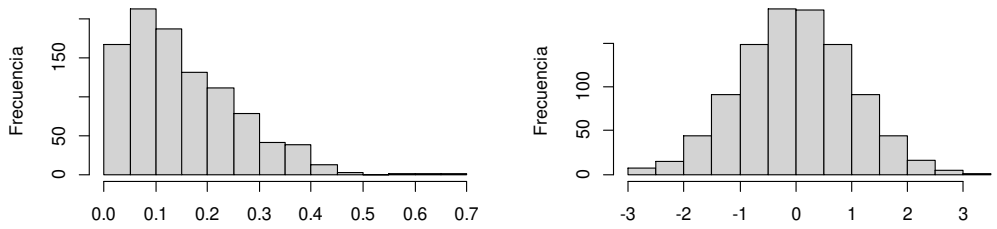
El mismo procedimiento se aplica al cálculo de la diferencia entre la participación del líder y el índice de Stenbacka:

- Si esta diferencia es mayor a 0, se ordenan los municipios asignándoles un puntaje entre 0 y 1, siendo 1 el valor máximo para aquellos municipios que evidencian una situación de monopolio.
- Asimismo, para la pendiente de la diferencia entre la participación del líder y el índice de Stenbacka se repite el proceso utilizado para la pendiente del HHI: se asigna 0 si la pendiente es negativa o si el índice es igual o inferior a 0; en caso contrario, se normaliza el valor entre 0 y 1.

Para el paso 5 del índice se evalúa el desempeño del mercado en términos de penetración del servicio para determinar si el mercado está consolidado o en fase de crecimiento. En este caso, la pendiente de la regresión lineal de la penetración del servicio a lo largo de 9 trimestres, se normaliza de manera inversa en una escala de 0 a 1. De esta manera, a los valores más negativos se les asigna un valor cercano a 1, mientras que los valores iguales o superiores a cero toman un valor de 0. De esta manera, un mayor valor indica que el mercado está teniendo un decrecimiento más acentuado.

Para la construcción del índice compuesto municipal, se procede a calcular el promedio de los índices individuales normalizados asignados a cada municipio. Posteriormente, se transforma la distribución del índice en una distribución normal, lo que permite utilizar sus características estadísticas, por medio de las medidas de tendencia central. El Gráfico 21 muestra, para los mercados minoristas de televisión multicanal, el histograma del índice compuesto municipal calculado y lo compara con el histograma del índice ya normalizado. Dado que el índice ya se encuentra normalizado, se establece como umbral de análisis el promedio más una desviación estándar. En este sentido, todos los municipios cuyo valor del índice iguale o supere este umbral se consideran como potenciales casos para un análisis más detallado.

Gráfico 21. Histogramas de distribución del índice compuesto municipal sin normalizar y normalizado



a) Índice compuesto municipal sin normalizar **b) Índice compuesto municipal normalizado**

Fuente: Elaboración CRC.

Una vez transformado el índice compuesto municipal para que siga una distribución normal, se deberá realizar una prueba de normalidad que confirme que la variable efectivamente sigue una distribución gaussiana. Entre las pruebas que se pueden aplicar se encuentran la prueba de *Shapiro-Wilk*, la prueba de *Kolmogórov-Smirnov* y la prueba de *Anderson-Darling*, entre otras. Estos *tests* permiten demostrar la validez del umbral establecido (promedio más una desviación estándar) y asegurar la correcta interpretación y priorización de los municipios a partir del índice compuesto.

Para el caso particular de los mercados minoristas de televisión multicanal se surtió la prueba de normalidad de *Shapiro-Wilk*, a partir de la cual no se rechaza la hipótesis nula de que los datos del índice provienen de una distribución normal, lo que sustenta la interpretación y elección del umbral de evaluación (ver Tabla 17).

Tabla 17. Resultados de la prueba Shapiro-Wilk sobre los datos normalizados del índice compuesto municipal – mercados minoristas de televisión multicanal

```
Shapiro-Wilk normality test

data:  x_boxcox
W = 0.99923, p-value = 0.9651
```

Fuente: Elaboración CRC

Como resultado final, se obtiene un conjunto de municipios que, al alcanzar o superar el umbral establecido en el índice compuesto municipal (definido como el promedio más una desviación estándar), serán sometidos a un examen exhaustivo de sus condiciones actuales de competencia[178].

[178] Es importante señalar que, aunque los monopolios no se incluyen en la construcción del índice global de competencia, esta decisión se fundamenta en que dichos municipios ingresan directamente a la lista de aquellos que serán sometidos a un examen más exhaustivo.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

b) Análisis de Patrones Geográficos

Para este ejercicio es necesario incluir en el análisis los municipios en los que los servicios se prestan en condición de monopolio, asignándoles un valor de 1 en el índice. A partir del índice compuesto municipal, se lleva a cabo un análisis de autocorrelación espacial para evaluar la distribución geográfica de los problemas de competencia. Este análisis permite determinar si los municipios vecinos presentan condiciones de competencia similares o diferentes.

Para llevar a cabo este análisis se utiliza el estadístico de Getis-Ord es un estadístico espacial que permite identificar y cuantificar patrones de agrupación en un conjunto de datos geográficos. Si de acuerdo con este estadístico los municipios adyacentes exhiben valores parecidos del índice, se identifica una autocorrelación espacial positiva, lo que sugiere que los problemas de competencia se agrupan en áreas contiguas. Por el contrario, si los valores difieren entre municipios vecinos, se detecta una autocorrelación espacial negativa, indicando una distribución más dispersa de las condiciones de competencia. Existen dos versiones principales del estadístico:

- **Getis-Ord Gi* (global):** Calcula un *test* global para evaluar la autocorrelación espacial utilizando como aproximación simulaciones Monte Carlo, es decir, simulando datos con la misma estructura espacial que la original, pero generadas de manera aleatoria. Esta prueba evalúa la hipótesis nula de no existencia de autocorrelación espacial.

- **Getis-Ord Gi* (local):** Este indicador se calcula para cada entidad individualmente y permite detectar *hotspots* (agrupaciones de valores altos) o *coldspots* (agrupaciones de valores bajos). Para cada municipio, se evalúa si la suma de los valores en su entorno es mayor o menor de lo que se esperaría bajo una distribución aleatoria, proporcionando así una medida localizada de autocorrelación espacial.

El estadístico local de Getis-Ord, conocido como G_i^*, se calcula con la siguiente fórmula:

$$G_i^* = \frac{\sum_{j=1}^{n} w_{ij} x_j - \bar{X} \sum_{j=1}^{n} w_{ij}}{S \sqrt{\frac{n \sum_{j=1}^{n} w_{ij}^2 - \left(\sum_{j=1}^{n} w_{ij}\right)^2}{n-1}}}$$

Donde:

- x_j es el valor del atributo en la ubicación i.
- w_{ij} es el peso espacial que relaciona la ubicación i con la j.
- $\bar{X}$ es la media de los valores de x en todas las ubicaciones.
- S es la desviación estándar de x.
- n es el número total de ubicaciones.

Para este paso se revisa inicialmente si el estadístico global Getis-Ord (G test) permite rechazar la hipótesis nula, lo que indicaría una autocorrelación espacial relevante en la distribución de los índices de competencia. Si el G test arroja resultados significativos, se procede a realizar un análisis de clusterización por regiones a través el estadístico local Getis-Ord.

La Tabla 18 muestra los resultados del estadístico global Getis-Ord para el índice compuesto municipal del mercado minorista de televisión multicanal. Como se observa, el *p-value* de la prueba tiende a 0, por lo que se rechaza la hipótesis nula de no existencia de autocorrelación espacial. Esto implica que es viable calcular el estadístico local Getis-Ord para analizar la autocorrelación espacial entre los mercados municipales.

Tabla 18. Resultados del estadístico Getis-Ord global para el índice compuesto del mercado minorista de televisión multicanal

```
        Getis-Ord global G statistic

data:  municipios_sf_filtered$iglobal
weights: pesos

standard deviate = 8.6506, p-value < 0.00000000000000022
alternative hypothesis: greater
sample estimates:
Global G statistic       Expectation          Variance
  0.00687168956937   0.00536502667189   0.00000003033458
```

Fuente: Elaboración CRC

El estadístico local Getis-Ord calcula no sólo el índice de autocorrelación, sino el grado de intensidad a partir de la significancia estadística de dicha autocorrelación. Esto permite construir escenarios en función de la correlación espacial observada y, a partir de ello, clasificar a los municipios en categorías que reflejen distintos niveles de concentración o dinamismo en el mercado. Así, se asignan etiquetas que pueden ser: Muy caliente, caliente, algo caliente, algo frío, frío y muy frío[179]. Estas categorías facilitan la identificación de áreas que requieren mayor atención o intervención, y sirven como herramienta para la priorización de análisis y acciones regulatorias.

[179] Siendo «gi» el índice de autocorrelación, y «sig» el grado de significancia estadística, los escenarios planteados son:
- Si gi >0 y sig <=0,01: «Muy caliente»
- Si gi >0 y sig <=0,05: «Caliente»
- Si gi >0 y sig <=0,1: «Algo caliente»
- Si gi <0 y sig <=0,01: «Muy frío»
- Si gi <0 y sig <=0,05: «Frío»
- Si gi <0 y sig <=0,1: «Algo frío»

En los demás casos, se considera que la relación de autocorrelación espacial no es significativa.

En el análisis de vecindades se considerarán únicamente aquellas conformadas por al menos tres municipios, lo que garantiza que un municipio se encuentre adyacente a al menos dos municipios con potenciales problemas de competencia. Al final de este ejercicio, se sumarán a la selección de municipios aquellos clasificados como «Caliente» o «Muy caliente» que no hubiesen sido considerados en la parte **a)** del proceso.

c) Evaluación de Consolidación de Mercados

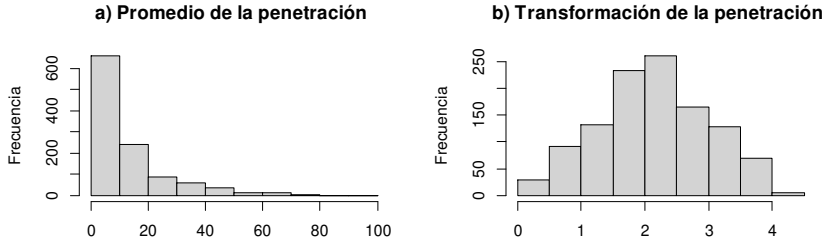
En los municipios identificados mediante los ejercicios de priorización (pasos a y b) se realiza un análisis para evaluar si la prestación del servicio se da en mercados consolidados o no consolidados. Esto es, el grado de madurez del mercado en el municipio. Este ejercicio es fundamental para distinguir entre problemas de competencia estructurales y situaciones de mercado en proceso de desarrollo o consolidación.

Para ello, se evalúa el promedio de la penetración del servicio a lo largo de los 9 trimestres analizados. En este sentido, un mercado se considera consolidado cuando la penetración alcanza un umbral que indica madurez en la oferta y una alta aceptación por parte de los consumidores. Por el contrario, un mercado no consolidado es aquel en el que la penetración es baja, lo que sugiere potencial de crecimiento o falta de madurez en la oferta.

Con el fin de establecer un umbral que permita la selección de municipios, se toman los datos de penetración del servicio y se transforman de modo que su distribución se vuelva simétrica, aproximándolos a una distribución normal. Una vez transformados, se establece un umbral estadístico acorde a esta distribución, definiéndolo como el promedio menos una desviación estándar. Así, los municipios cuyos mercados se encuentren por encima de este umbral se consideran consolidados, mientras que aquellos por debajo indican mercados en desarrollo o no consolidados.

A efectos del análisis se utilizó el promedio de la penetración de los servicios de televisión cerrada (comunitaria, individual y empaquetada). El Gráfico 22 muestra los datos observados y los datos transformados a una distribución más simétrica, a partir del cual se aplica el umbral establecido en el análisis presentado en este documento.

Gráfico 22. Histogramas de la distribución del promedio de la penetración del servicio de televisión cerrada (original y transformada)



Fuente: Elaboración CRC

Este paso final permite obtener el listado definitivo de municipios que se someterán a un examen más exhaustivo. Dicho análisis profundo implicará la evaluación detallada de tarifas, barreras de entrada y salida, y demás información disponible para el análisis de competencia actual, asegurando una revisión integral de las condiciones del mercado.

2. ANÁLISIS POR CLÚSTERES DE MUNICIPIOS CON POTENCIALES PROBLEMAS DE COMPETENCIA

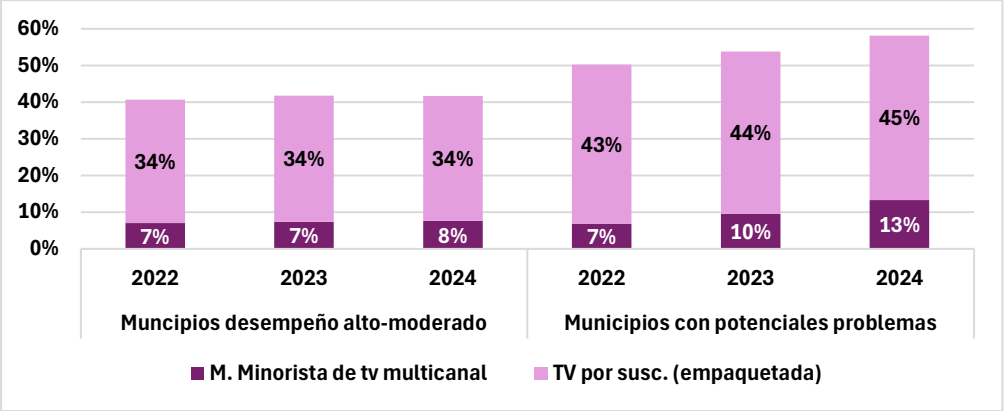
Municipios de *desempeño alto-moderado*

Los 109 municipios que pertenecen a este clúster tienen un mejor desempeño en las variables socioeconómicas, de acceso y de servicios de telecomunicaciones, respecto de los demás municipios del país. De estos, se identificaron 7 municipios con potenciales problemas de competencia para ser analizados.

El Gráfico 23 muestra la tasa promedio de penetración del servicio de televisión cerrada en todos los municipios del clúster, contrastándolas con las de los 7 municipios con potenciales problemas de competencia. En este se observa que en el clúster general la tasa de penetración del mercado minorista de televisión multicanal aumentó un punto porcentual entre 2022 y 2024, alcanzando el 8% de los hogares. La penetración del servicio de televisión empaquetada con otros servicios de telecomunicaciones se mantuvo constante en 34%.

Frente a los siete municipios con potenciales problemas, la penetración aumentó en promedio, alcanzando el 45% de hogares con acceso a servicios empaquetados y el 13% con televisión individual.

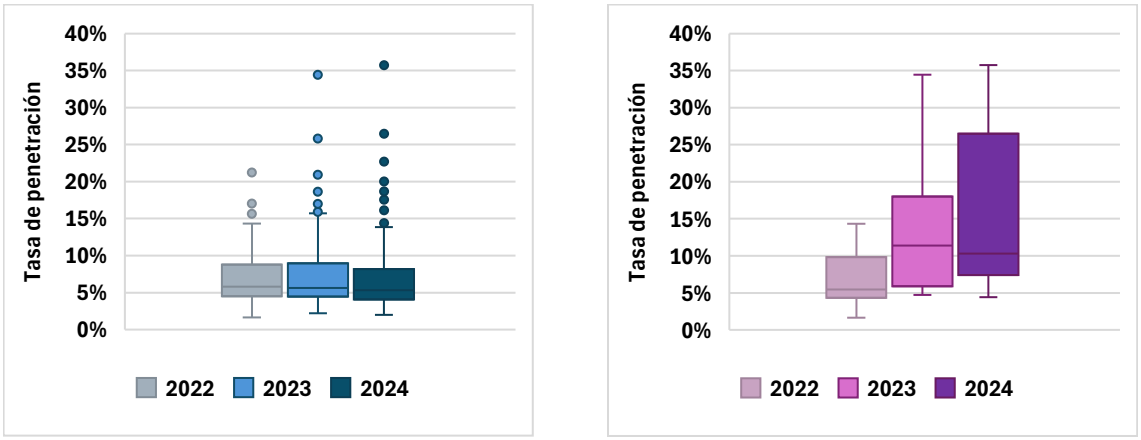
Gráfico 23. Tasas promedio de penetración del servicio de televisión cerrada. Total clúster alto-moderado vs municipios con potenciales problemas



Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Al focalizar el análisis en las tasas de penetración del mercado minorista de televisión multicanal, se observa que en el clúster en general las tasas suelen concentrarse entre el 5% y el 10%. En los siete municipios identificados con potenciales problemas de competencia este rango es entre el 5% y el 27%. La penetración aumentó en todos los casos, con algunos mercados superando el 20%[180] (ver Gráfico 24).

Gráfico 24. Distribución de la penetración del mercado minorista de televisión multicanal. Clúster alto-moderado



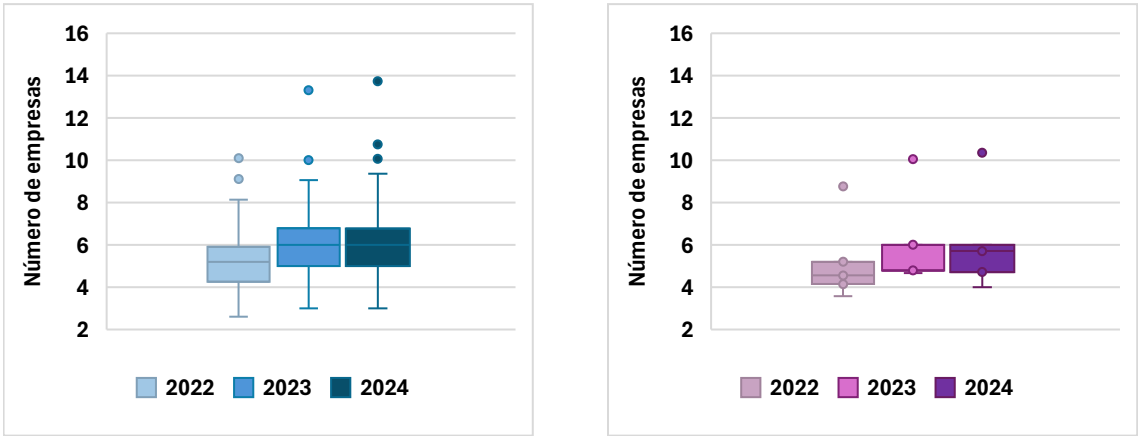
[180] Esto corresponde a tres municipios: Honda en Tolima, Tocancipá en Cundinamarca y Acacías en Meta.

a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Para 2024 se registraron 69 empresas que operan en al menos uno de los municipios del clúster; de éstas, 14 operan en al menos uno de los 7 municipios de análisis. Como se observa en el Gráfico 25, en el clúster general las empresas activas oscilan entre 5 y 7; en los 7 municipios problemáticos participan entre 5 y 6 operadores, excepto en un caso donde hay entre 9 y 10 empresas[181].

Gráfico 25. Número de empresas que operan en el mercado minorista de televisión multicanal. Clúster alto-moderado



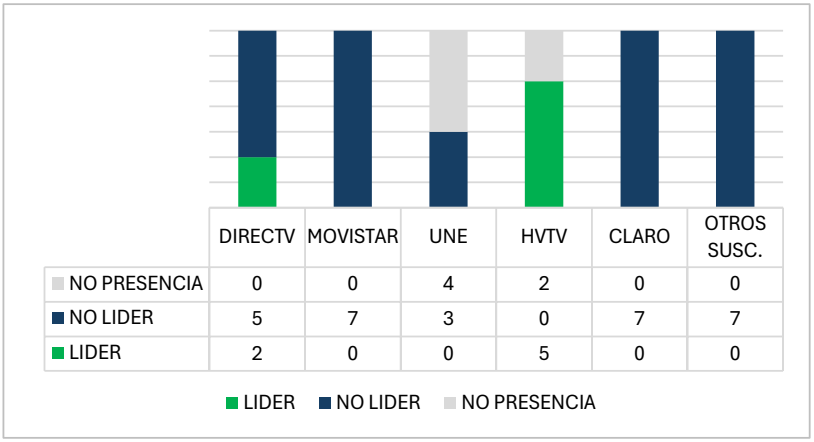
a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

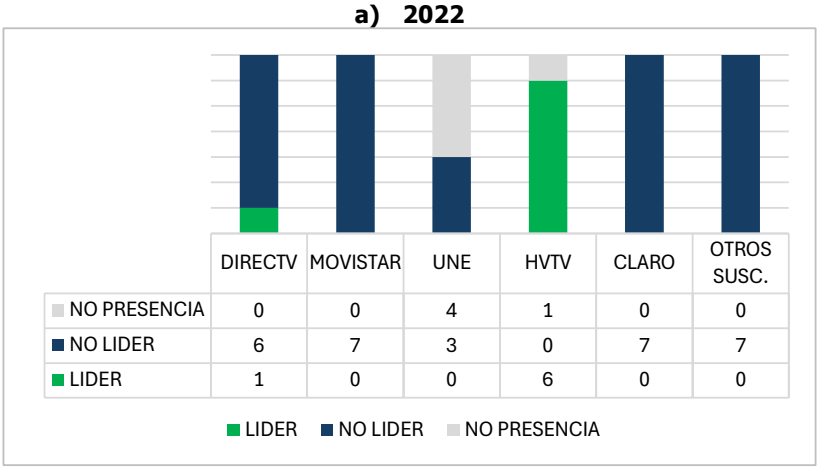
Al analizar el comportamiento de las principales empresas que operan en los municipios con potenciales problemas, se observa un cambio en la estructura, con lo que parece ser una expansión de mercado por parte de HVTV (ver Gráfico 26). En dos años esta empresa expandió su participación a un municipio adicional, y desplazó a DIRECTV como líder de mercado en otro.

[181] Corresponde al municipio de Soacha en Cundinamarca.

Gráfico 26. Presencia y liderazgo de las principales empresas en municipios con potenciales problemas. Clúster alto-moderado



a) 2022



b) 2024

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En la Tabla 19 se observa que solo uno de los municipios identificados cumple con uno de los criterios de riesgo de competencia, indicando que este mercado se encuentra en condición de *contracción*, con consumo de televisión individual decreciente, y un consumo de televisión general estable.

En particular, DIRECTV es el líder del municipio identificado, lo que sugiere que la expansión de HV TV no parece estar afectando negativamente el mercado en términos que justifiquen una intervención regulatoria.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Tabla 19. Número de municipios con problemas de competencia a priorizar. Clúster alto-moderado

		Comportamiento del líder			
		Crece		Estable	Decrece
		Más que proporcional	Proporcional		
Comportamiento del mercado	Crece	0	4	0	0
	Estable	0		2	0
		Comportamiento del servicio			
		Crece		Estable	Decrece
	Decrece	0		1	0

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden con el número de municipios que se consideran con problemas de competencia críticos.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

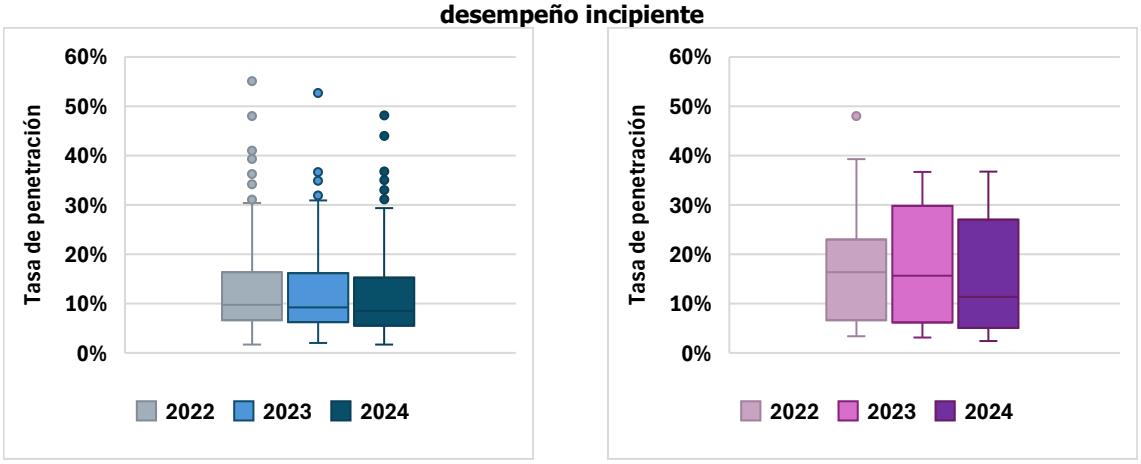
Por otro lado, en los seis municipios restantes, si bien los problemas de competencia resultantes del análisis del índice compuesto y patrones geográficos están presentes, las condiciones observadas no justifican una intervención inmediata. Esto no significa que sean mercados en equilibrio competitivo ni que las distorsiones sean irrelevantes. Por esta razón, estos municipios serán objeto de monitoreo continuo en el corto plazo, permitiendo evaluar si las dinámicas actuales persisten o evolucionan hacia escenarios que requieran ajustes regulatorios adicionales.

Municipios de desempeño *incipiente*

El clúster de desempeño incipiente corresponde a 219 municipios en los que el mercado de televisión multicanal contempla tanto el servicio de televisión por suscripción como el de televisión comunitaria. En estos, el desempeño de variables socioeconómicas, de acceso y de los servicios es inferior al de los municipios del clúster de *desempeño alto-moderado*. En este clúster se identificaron 19 municipios con potenciales problemas de competencia, 2 de los cuales son mercados en los que la prestación de los servicios se da en condición monopólica.

El Gráfico 27 muestra las tasas de penetración del mercado minorista de televisión multicanal en los municipios del clúster, y lo contrasta con las de los 19 municipios con potenciales problemas de competencia. Se observa que en el clúster en general las tasas suelen concentrarse entre el 6% y el 16%, con una mediana que permanece alrededor del 10%. Por el contrario, en los 19 municipios con potenciales problemas de competencia existen municipios con penetraciones de hasta el 29%. En 2024 la mediana de la penetración en estos municipios decreció 5 puntos porcentuales, alcanzando el 11%.

Gráfico 27. Distribución de la penetración del mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de desempeño incipiente

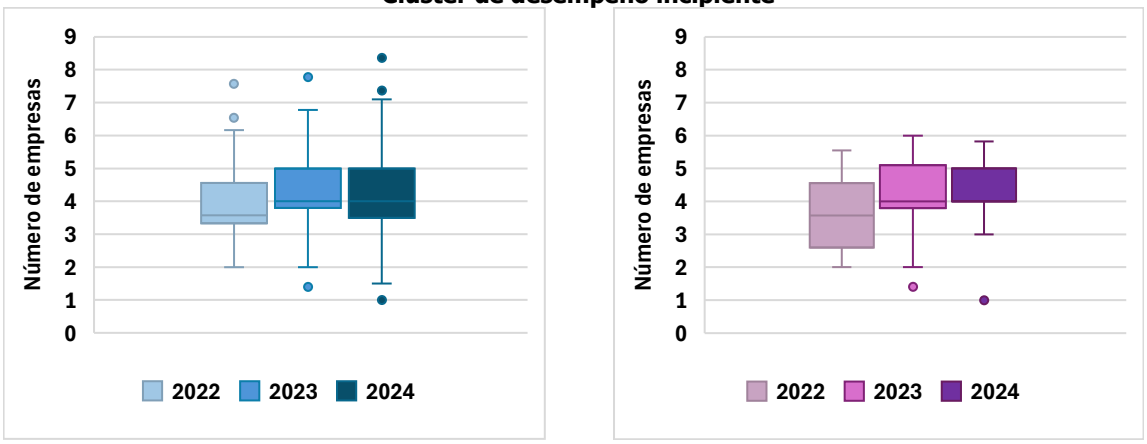


a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En 2024 se registraron 64 empresas que ofertan el servicio de televisión por suscripción individual y 30 que ofrecen televisión comunitaria. De estas, 16 empresas por suscripción y 5 comunitarias tienen presencia en al menos uno de los 19 municipios con potenciales problemas. Como se observa en el Gráfico 28, en los municipios de análisis ha habido una tendencia creciente en el número de empresas, con un rango entre 4 y 5 empresas por municipio.

Gráfico 28. Número de empresas que operan en el mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de desempeño incipiente



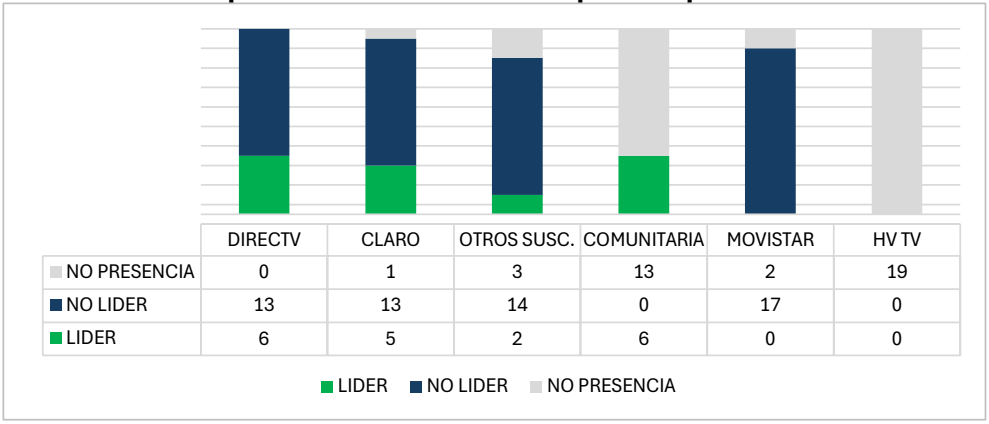
a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Al analizar el comportamiento de las principales empresas que operan en los municipios con potenciales problemas, se observa que en los últimos dos años DIRECTV logró el liderazgo de dos municipios adicionales, y que HV TV, que en 2022 no tenía presencia en este conjunto de municipios, alcanzó el liderazgo de otros dos. Estos operadores desplazaron del liderazgo de estos 4 municipios a CLARO y a dos operadores comunitarios.

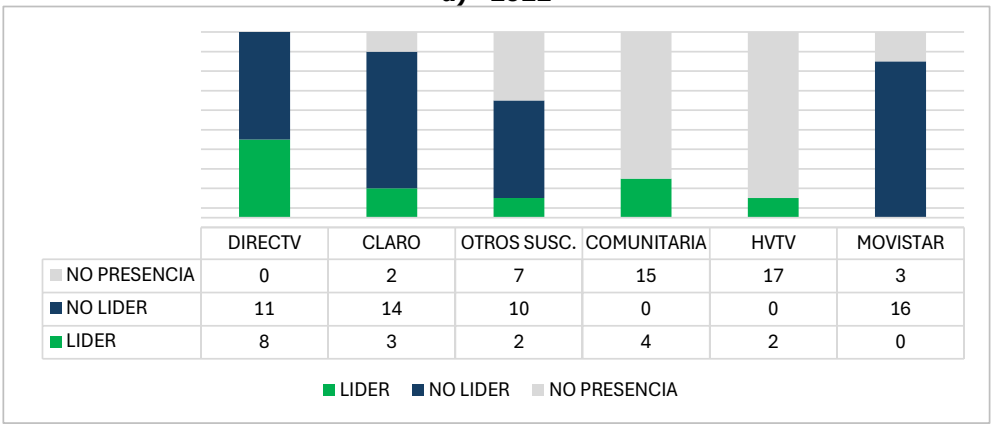
A su vez, se observa que tanto los operadores de televisión comunitaria como los operadores de televisión por suscripción más pequeños, vienen reduciendo su presencia en este conjunto de municipios.

Gráfico 29. Presencia y liderazgo de las principales empresas en municipios con potenciales problemas. Clúster de desempeño incipiente



	DIRECTV	CLARO	OTROS SUSC.	COMUNITARIA	MOVISTAR	HV TV
NO PRESENCIA	0	1	3	13	2	19
NO LIDER	13	13	14	0	17	0
LIDER	6	5	2	6	0	0

a) 2022



	DIRECTV	CLARO	OTROS SUSC.	COMUNITARIA	HVTV	MOVISTAR
NO PRESENCIA	0	2	7	15	17	3
NO LIDER	11	14	10	0	0	16
LIDER	8	3	2	4	2	0

b) 2024

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

El análisis de escenarios de indicios de fallas de mercado sobre los 19 municipios indica que en 10 se presentan condiciones que dificultan la competencia y que requieren medidas regulatorias. En 2 de estos 10 municipios se observa un crecimiento en el número de accesos del líder que es superior al crecimiento del mercado, mientras que en 8 se presenta una condición de contracción (ver Tabla 20).

Tabla 20. Número de municipios con problemas de competencia a priorizar. Clúster de desempeño incipiente

		Comportamiento del líder			
		Crece		Estable	Decrece
		Más que proporcional	Proporcional		
Comportamiento del mercado	Crece	2	4	0	0
	Estable	0		5	0
		Comportamiento del servicio			
		Crece		Estable	Decrece
	Decrece	0		4	4

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden con el número de municipios que se consideran con problemas de competencia críticos.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

HV TV y GLOBAL WEB1 son los líderes en los municipios en los que su crecimiento supera al del mercado, lo que indica una tendencia hacia una mayor concentración. En los municipios donde se presenta una contracción del mercado los líderes son CLARO, DIRECTV, TV COLOMBIA DIGITAL y dos operadores comunitarios que operan en Yaguará (Huila) y en Socorro (Santander). Vale la pena mencionar que en los dos municipios en los que la prestación de los servicios se da en condiciones de monopolio (por parte de DIRECTV), también se presenta una contracción del mercado.

Tabla 21. Líderes de mercado y situación de competencia en municipios identificados. Clúster de desempeño limitado

Empresa líder	Situación	Número de municipios		Total
		No monopolio	Monopolio	
CLARO	Contracción	2	0	2
DIRECTV	Contracción	1	2	3
HVTV	M. crece - Líder crece (>M)	1	0	1
OTROS SUSC.	M. crece - Líder crece (>M)	1	0	1
OTROS SUSC.	Contracción	1	0	1
COMUNITARIA	Contracción	2	0	2
Total		**8**	**2**	**10**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

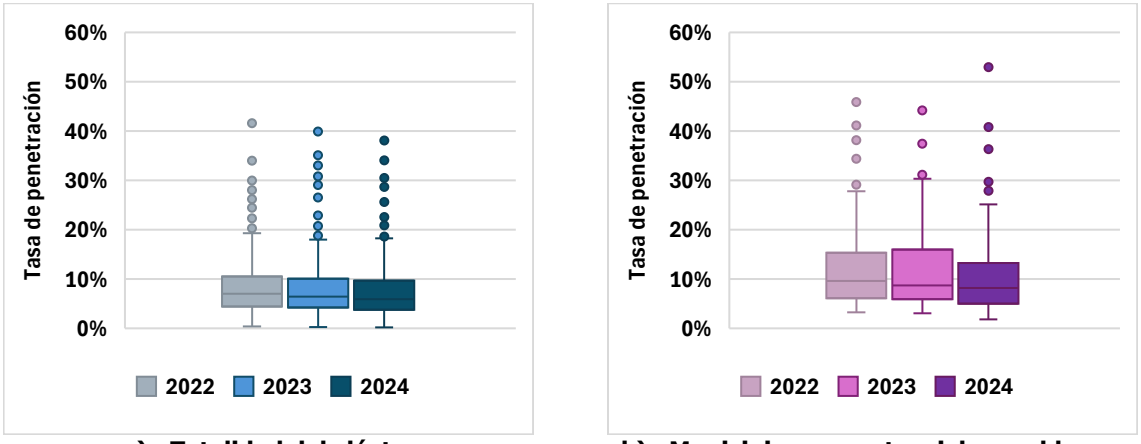
Municipios de *bajo* desempeño

Este clúster cuenta con 526 municipios, los cuales presentan mayores vulnerabilidades en promedio a nivel socioeconómico y de acceso a los servicios de telecomunicaciones frente a los municipios

pertenecientes a los clústeres hasta ahora analizados. En este clúster se identificaron 85 municipios con potenciales problemas de competencia; de estos, sólo uno cuenta con un único proveedor del servicio.

Al analizar las tasas de penetración del mercado minorista de televisión multicanal en los municipios del clúster, se observa que éstas suelen estar constantes, entre el 4% y el 10%. En los 86 municipios de análisis se presenta una leve contracción en la penetración, que se evidencia en una mayor concentración de las distribuciones hacia valores más bajos; de hecho, entre 2022 y 2024 la mediana de las tasas de penetración se contrajo 2 puntos porcentuales, llegando al 8% (ver Gráfico 30).

Gráfico 30. Distribución de la penetración del mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de bajo desempeño

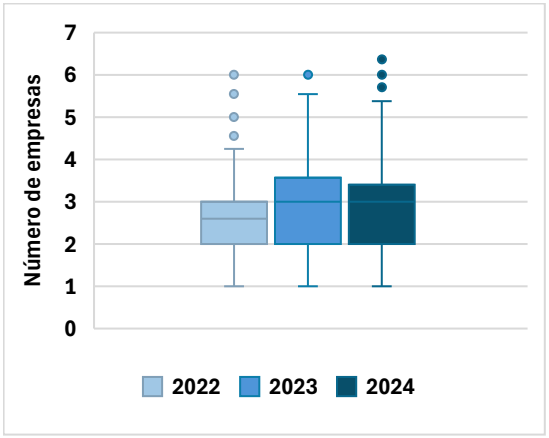


a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

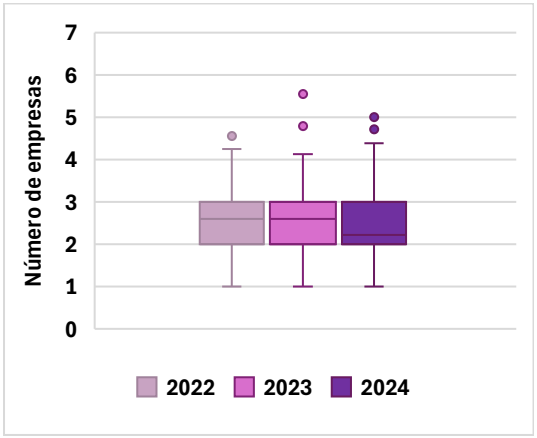
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Este clúster es el que cuenta con una mayor presencia de operadores de televisión comunitaria. En 2024 se registraron 64 asociaciones y 62 operadores de televisión por suscripción. De estas empresas, 9 comunitarias y 15 de televisión por suscripción tuvieron oferta de sus servicios en al menos uno de los 85 municipios con potenciales problemas. Mientras que en el total del clúster en varios municipios se registró un aumento a 3 empresas que operan en el mercado, en los 86 municipios de análisis el número tiende a permanecer constante, entre 2 y 3 empresas (ver Gráfico 31).

Gráfico 31. Número de empresas que operan en el mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de bajo desempeño



a) Totalidad del clúster

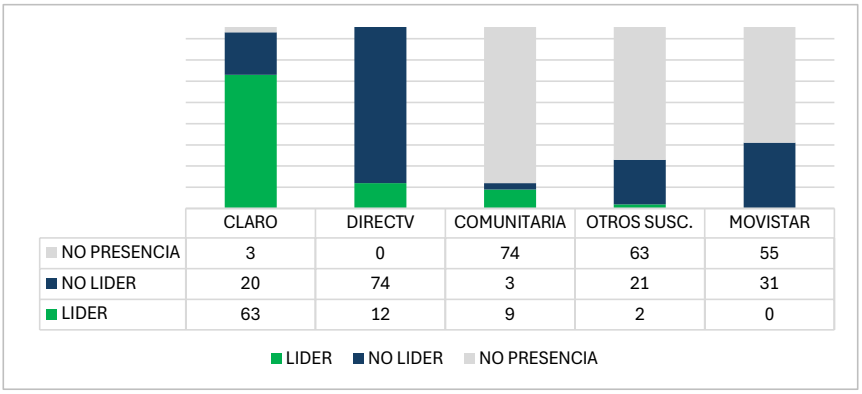


b) Municipios con potenciales problemas

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

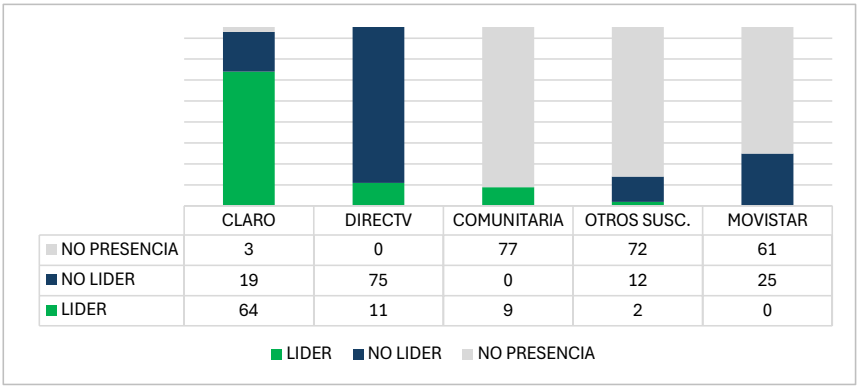
CLARO es la empresa que es líder en un mayor número de municipios de los 85 que tienen potenciales problemas (64 mercados). En los últimos dos años, esta empresa desplazó a DIRECTV en el liderazgo de un municipio. Por otra parte, se registran tres empresas comunitarias que prestaban el servicio en los años 2022, en alguno de los municipios de análisis, pero que ya no lo prestan en 2024. Así mismo, se registra una disminución del número de operadores de televisión por suscripción en el mismo periodo.

Gráfico 32. Presencia y liderazgo de las principales empresas en municipios con potenciales problemas. Clúster de bajo desempeño



	CLARO	DIRECTV	COMUNITARIA	OTROS SUSC.	MOVISTAR
NO PRESENCIA	3	0	74	63	55
NO LIDER	20	74	3	21	31
LIDER	63	12	9	2	0

a) 2022



b) 2024

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

La Tabla 22 evidencia que en 39 de los 85 municipios se presenta una contracción del mercado minorista de televisión multicanal, lo que va en línea con los análisis de penetración, número de empresas y estructura de mercado. Adicionalmente, en 6 municipios hay un crecimiento del líder en un mercado estable, y en un municipio el líder está creciendo en una proporción mayor a la que crece la demanda en el municipio. En suma, se identifican 46 municipios que presentan condiciones que pueden requerir intervención regulatoria.

Tabla 22. Número de municipios con problemas de competencia a priorizar. Clúster de desempeño incipiente

		Crece		Estable	Decrece
		Más que proporcional	Proporcional		
Comportamiento del mercado	Crece	1	8	0	0
	Estable	6		30	1
		Comportamiento del servicio			
		Crece		Estable	Decrece
	Decrece	1		34	5

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden con el número de municipios que se consideran con problemas de competencia críticos.

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

CLARO es el líder del mercado en el que su crecimiento es superior al del municipio. De los 6 municipios en los que el líder crece en un mercado estable, en 3 CLARO es líder y en los 3 restantes lo es DIRECTV. Estas situaciones son indicios de una tendencia a una mayor concentración. En los municipios en los que se presenta contracción los líderes son CLARO (29 municipios), DIRECTV (6), dos operadores de suscripción (CABLE ÉXITO y TEVECOM) en dos municipios, y dos operadoras comunitarias en los 2

mercados restantes (en Simijaca-Cundinamarca y en Pácora-Caldas). El municipio en el que solo hay un único proveedor (DIRECTV), también presenta una contracción del mercado.

Tabla 23. Líderes de mercado y situación de competencia en municipios identificados. Clúster de desempeño limitado

Empresa líder	Situación	Número de municipios		Total
		No monopolio	Monopolio	
CLARO	M. crece - Líder crece (>M)	1	0	1
CLARO	M. estable - Líder crece	3	0	3
CLARO	Contracción	29	0	29
DIRECTV	M. estable - Líder crece	3	0	3
DIRECTV	Contracción	5	1	6
OTROS SUSC.	Contracción	2	0	2
COMUNITARIAS	Contracción	2	0	2
Total		**45**	**1**	**46**

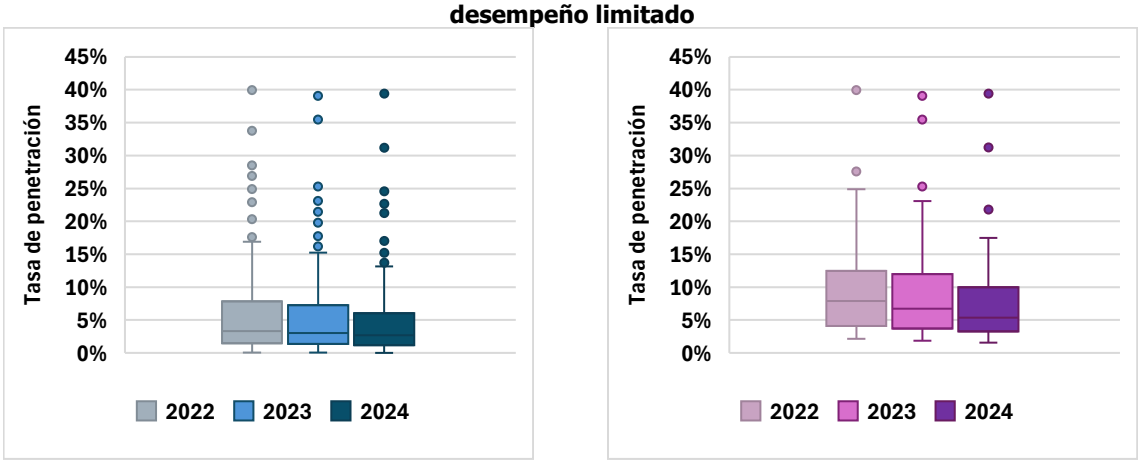
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

Municipios de desempeño *limitado*

El clúster de desempeño limitado consta de 267 municipios, los cuales se caracterizan por tener mayores índices de ruralidad, menores ingresos per cápita y de ser susceptibles a sufrir inundaciones, lluvias torrenciales o deslizamientos de tierra, lo que podría llegar a dificultar el despliegue de infraestructura. En este clúster se identificaron 87 municipios con potenciales problemas de competencia, 45 de los cuales son mercados con un único proveedor.

Al analizar las tasas de penetración del mercado minorista de televisión multicanal se observa que presentan una tendencia decreciente, concentrándose por debajo del 6%. En los 87 municipios, se observa una mayor consolidación del mercado; no obstante, las tasas también vienen decreciendo, concentrándose en 2024 por debajo del 10%.

Gráfico 33. Distribución de la penetración del mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de desempeño limitado

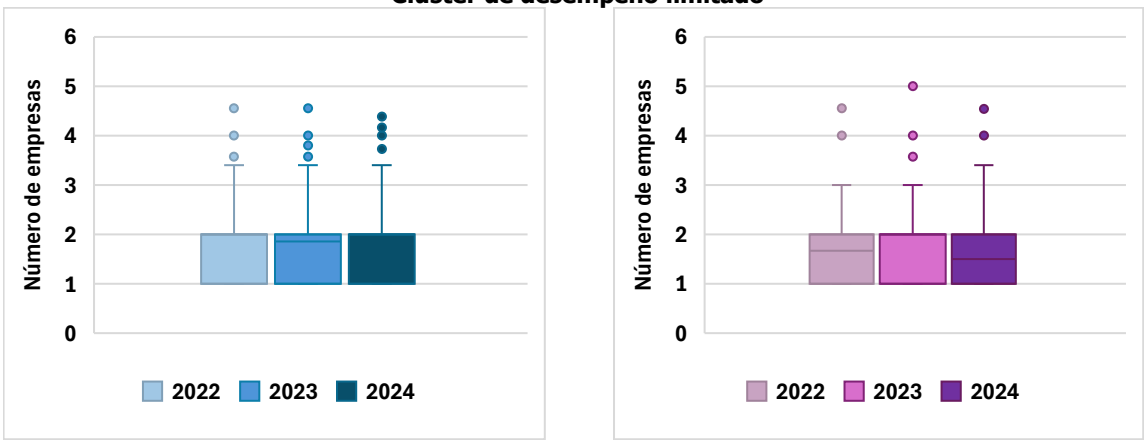


a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En 2024, se registraron 15 empresas que ofertan el servicio de televisión por suscripción individual y 23 que ofrecen televisión comunitaria. De estas, 12 empresas de televisión por suscripción y 9 comunitarias tienen presencia en al menos uno de los 87 municipios con potenciales problemas. Tanto en el clúster como en los municipios de análisis, el número de empresas que presta el municipio en cada municipio tiende a ser entre 1 y 2.

Gráfico 34. Número de empresas que operan en el mercado minorista de televisión multicanal. Clúster de desempeño limitado



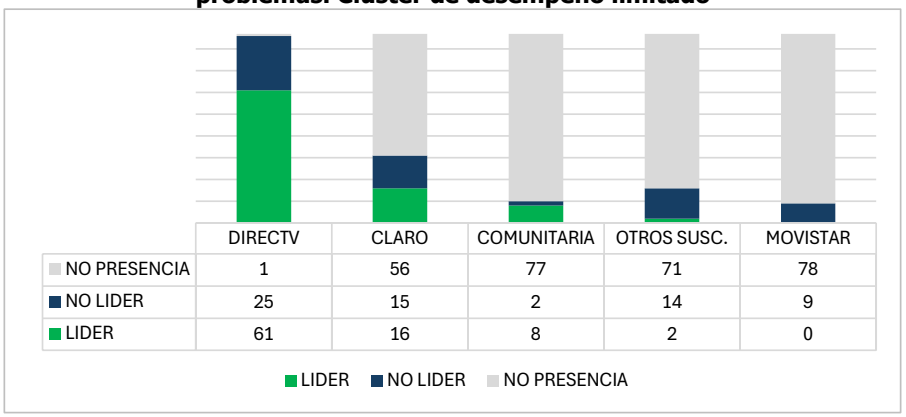
a) Totalidad del clúster **b) Municipios con potenciales problemas**

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

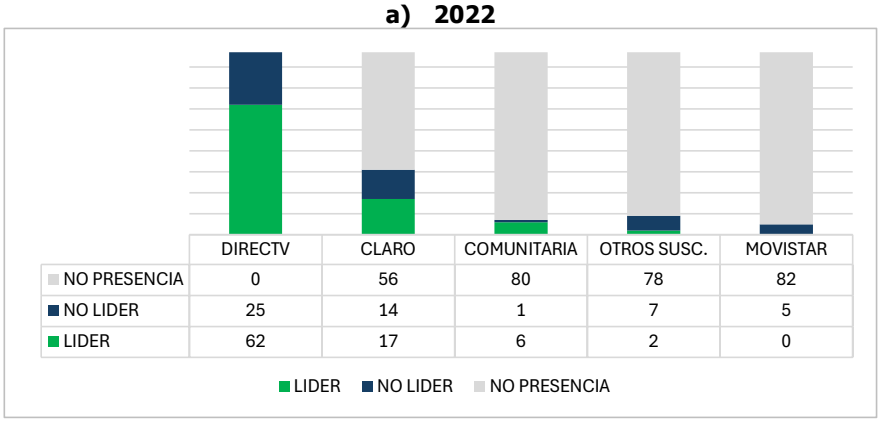
DIRECTV es la empresa que es líder en un mayor número de los 87 que tienen potenciales problemas (62 mercados), seguido de CLARO (17). En los últimos dos años, cada una de estas empresas consiguió el liderazgo en un municipio adicional, desplazando el liderazgo de empresas comunitarias. Mientras que en 2022 10 municipios contaban con este servicio, en 2024 este número se redujo a 7.

Por otra parte, se observa que tanto los operadores de televisión comunitaria como los operadores de televisión por suscripción más pequeños, vienen reduciendo su presencia en este conjunto de municipios.

Gráfico 35. Presencia y liderazgo de las principales empresas en municipios con potenciales problemas. Clúster de desempeño limitado



a) 2022



b) 2024

Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En la Tabla 24 se observa que en 44 de los 87 municipios se presenta una contracción de mercado. Adicionalmente, en 4 hay un crecimiento del líder en un mercado estable, y en un municipio el líder está

creciendo en una proporción mayor a la que crece la demanda. Es decir, se identificaron 49 municipios que presentan condiciones que pueden requerir intervención regulatoria.

Tabla 24. Número de municipios con problemas de competencia a priorizar. Clúster de desempeño limitado

		Comportamiento del líder			
		Crece		Estable	Decrece
		Más que proporcional	Proporcional		
Comportamiento del mercado	Crece	1	8	0	1
	Estable	4		29	0
		Comportamiento del servicio			
		Crece		Estable	Decrece
	Decrece	0		37	7

Nota: Los recuadros resaltados en color naranja, corresponden con el número de municipios que se consideran con problemas de competencia críticos.
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En uno de los municipios (Sabanalarga-Antioquia) se presenta un crecimiento del líder superior al del municipio; en este caso el principal oferente es una asociación comunitaria. Por otra parte, en 4 municipios en los que CLARO es líder, se presenta un aumento en su participación con un mercado estable. Estas situaciones son indicios de una tendencia a una mayor concentración. En los municipios que se presenta contracción los líderes son CLARO (6 municipios), DIRECTV (36), y dos asociaciones comunitarias en los 2 merados restantes (Salgar-Antioquia y El Retorno-Guaviare). Vale la pena mencionar que en 28 mercados en los que el único oferente es DIRECTV también se presenta contracción del mercado.

Tabla 25. Líderes de mercado y situación de competencia en municipios identificados. Clúster de desempeño limitado

Empresa líder	Situación	Número de municipios		Total
		No monopolio	Monopolio	
CLARO	M. estable - Líder crece	4	0	4
CLARO	Contracción	6	0	6
DIRECTV	Contracción	8	28	36
COMUNITARIA	M. crece - Líder crece (>m)	1	0	1
COMUNITARIA	Contracción	2	0	2
Total		**21**	**28**	**49**

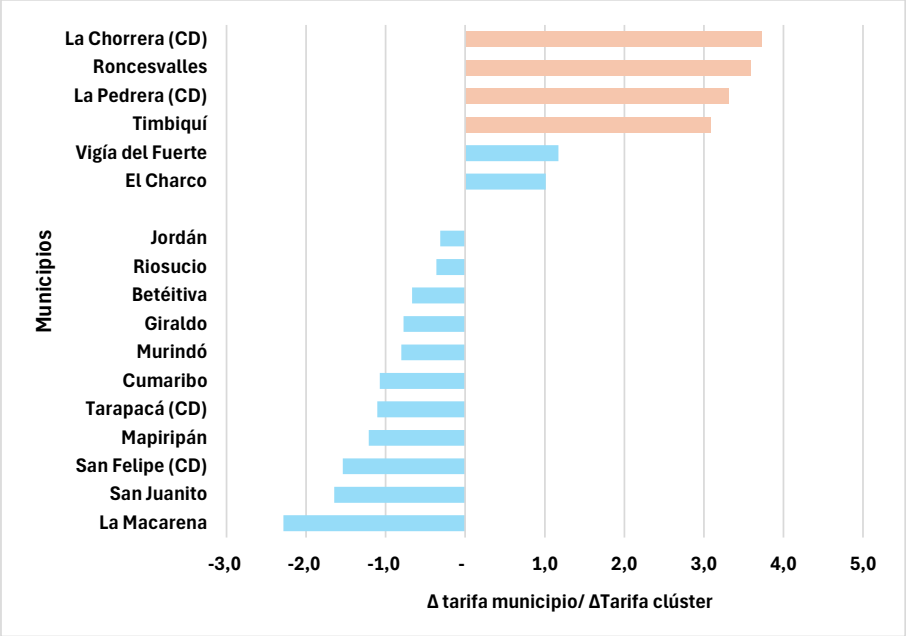
Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios mediante el Formato T.1.3 de la Resolución CRC 5050 de 2016.

En este caso, existen 17 municipios adicionales que cuentan con un único proveedor y en los que el mercado o permanece estable o tiene una tendencia creciente. Sobre este grupo de municipios se realizó

un análisis adicional, en el que se contrastó la mediana del crecimiento de las tarifas del clúster[182], contra el crecimiento de la mediana de las tarifas de la oferta comercial de la empresa que presta el servicio. Como se observa en el Gráfico 36, 4 de los 17 municipios presentaron una variación que supera entre tres y cuatro veces la observada en municipios con características similares.

Esta situación también se considera como un indicio de que el mercado puede llegar a requerir una intervención regulatoria, por lo que en total, de este clúster, se suman 53 municipios al listado de municipios con problemas de competencia a priorizar.

Gráfico 36. Relación entre la variación de las tarifas del clúster y de los monopolios no seleccionados



Fuente: Elaboración CRC a partir de los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC, datos recolectados mediante el Formato T.1.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016, y de la información de tarifas recolectada a través de web scraping.

[182] Las tarifas fueron calculadas con base en los datos reportados por los proveedores de redes y servicios al SIUST – Colombia TIC, datos recolectados mediante el Formato T.1.2 de la Resolución CRC 5050 de 2016, y de la información de tarifas para servicios fijos y móviles de telecomunicaciones recolectada a través de métodos de web scraping sobre las páginas de los operadores que cuenten con una participación superior al 1% de accesos fijos a internet en el segmento residencial o al 1% de los suscriptores de televisión.

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

3. LISTADO DE MUNICIPIOS IDENTIFICADOS CON PROBLEMAS DE COMPETENCIA A PRIORIZAR

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
1	05004	Antioquia	Abriaquí	Bajo
2	05044	Antioquia	Anzá	Limitado
3	05125	Antioquia	Caicedo	Limitado
4	05147	Antioquia	Carepa	Alto-Moderado
5	05150	Antioquia	Carolina	Incipiente
6	05197	Antioquia	Cocorná	Bajo
7	05206	Antioquia	Concepción	Limitado
8	05315	Antioquia	Guadalupe	Limitado
9	05361	Antioquia	Ituango	Bajo
10	05591	Antioquia	Puerto Triunfo	Bajo
11	05628	Antioquia	Sabanalarga	Limitado
12	05642	Antioquia	Salgar	Limitado
13	05652	Antioquia	San Francisco	Limitado
14	05658	Antioquia	San José de La Montaña	Incipiente
15	05819	Antioquia	Toledo	Limitado
16	05847	Antioquia	Urrao	Bajo
17	05854	Antioquia	Valdivia	Bajo
18	08675	Atlántico	Santa Lucía	Bajo
19	13006	Bolívar	Achí	Limitado
20	13042	Bolívar	Arenal	Limitado
21	13810	Bolívar	Tiquisio	Limitado
22	15106	Boyacá	Briceño	Bajo
23	15215	Boyacá	Corrales	Incipiente
24	15236	Boyacá	Chivor	Bajo
25	15244	Boyacá	El Cocuy	Bajo
26	15317	Boyacá	Guacamayas	Limitado
27	15442	Boyacá	Maripí	Bajo
28	15480	Boyacá	Muzo	Bajo
29	15491	Boyacá	Nobsa	Incipiente
30	15518	Boyacá	Pajarito	Limitado
31	15621	Boyacá	Rondón	Bajo
32	15723	Boyacá	Sativasur	Limitado
33	15810	Boyacá	Tipacoque	Limitado
34	15820	Boyacá	Tópaga	Bajo
35	15879	Boyacá	Viracachá	Bajo
36	15897	Boyacá	Zetaquira	Bajo
37	17513	Caldas	Pácora	Bajo
38	18756	Caquetá	Solano	Limitado
39	19318	Cauca	Guapi	Limitado

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
40	19585	Cauca	Puracé	Bajo
41	19809	Cauca	Timbiquí	Limitado
42	25281	Cundinamarca	Fosca	Bajo
43	25339	Cundinamarca	Gutiérrez	Bajo
44	25594	Cundinamarca	Quetame	Bajo
45	25653	Cundinamarca	San Cayetano	Limitado
46	25736	Cundinamarca	Sesquilé	Incipiente
47	25745	Cundinamarca	Simijaca	Bajo
48	27006	Chocó	Acandí	Limitado
49	27075	Chocó	Bahía Solano	Limitado
50	27135	Chocó	El Cantón del San Pablo	Limitado
51	27372	Chocó	Juradó	Limitado
52	27491	Chocó	Nóvita	Limitado
53	27495	Chocó	Nuquí	Limitado
54	27800	Chocó	Unguía	Limitado
55	41676	Huila	Santa María	Bajo
56	41885	Huila	Yaguará	Incipiente
57	44378	La Guajira	Hatonuevo	Bajo
58	44855	La Guajira	Urumita	Bajo
59	50270	Meta	El Dorado	Bajo
60	50370	Meta	Uribe	Limitado
61	52079	Nariño	Barbacoas	Limitado
62	52110	Nariño	Buesaco	Bajo
63	52381	Nariño	La Florida	Bajo
64	52390	Nariño	La Tola	Limitado
65	52480	Nariño	Nariño	Incipiente
66	52540	Nariño	Policarpa	Limitado
67	52585	Nariño	Pupiales	Bajo
68	52612	Nariño	Ricaurte	Bajo
69	52683	Nariño	Sandoná	Incipiente
70	52696	Nariño	Santa Bárbara	Limitado
71	52788	Nariño	Tangua	Bajo
72	52885	Nariño	Yacuanquer	Bajo
73	54206	Norte de Santander	Convención	Limitado
74	54344	Norte de Santander	Hacarí	Limitado
75	54398	Norte de Santander	La Playa	Limitado
76	54673	Norte de Santander	San Cayetano	Bajo
77	54720	Norte de Santander	Sardinata	Bajo
78	54871	Norte de Santander	Villa Caro	Limitado
79	68147	Santander	Capitanejo	Bajo
80	68209	Santander	Confines	Limitado
81	68229	Santander	Curití	Incipiente
82	68235	Santander	El Carmen de Chucurí	Bajo

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
83	68255	Santander	El Playón	Bajo
84	68320	Santander	Guadalupe	Bajo
85	68522	Santander	Palmar	Bajo
86	68745	Santander	Simacota	Bajo
87	68755	Santander	Socorro	Incipiente
88	68770	Santander	Suaita	Bajo
89	68773	Santander	Sucre	Limitado
90	73520	Tolima	Palocabildo	Bajo
91	73622	Tolima	Roncesvalles	Limitado
92	73870	Tolima	Villahermosa	Bajo
93	73873	Tolima	Villarrica	Bajo
94	81220	Arauca	Cravo Norte	Limitado
95	81300	Arauca	Fortul	Bajo
96	86573	Putumayo	Puerto Leguízamo	Limitado
97	91001	Amazonas	Leticia	Bajo
98	91263	Amazonas	El Encanto (CD)	Limitado
99	91405	Amazonas	La Chorrera (CD)	Limitado
100	91407	Amazonas	La Pedrera (CD)	Limitado
101	91530	Amazonas	Puerto Alegría (CD)	Limitado
102	91669	Amazonas	Puerto Santander (CD)	Limitado
103	94343	Guainía	Barrancominas	Limitado
104	94885	Guainía	La Guadalupe (CD)	Limitado
105	95015	Guaviare	Calamar	Limitado
106	95025	Guaviare	El Retorno	Limitado
107	95200	Guaviare	Miraflores	Limitado
108	97001	Vaupés	Mitú	Limitado
109	97161	Vaupés	Carurú	Limitado
110	97666	Vaupés	Taraira	Limitado

4. LISTADO DE MUNICIPIOS IDENTIFICADOS CON PROBLEMAS DE COMPETENCIA PARA MONITOREO

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
1	05021	Antioquia	Alejandría	Limitado
2	05042	Antioquia	Santafé de Antioquia	Incipiente
3	05088	Antioquia	Bello	Alto
4	05101	Antioquia	Ciudad Bolívar	Incipiente
5	05113	Antioquia	Buriticá	Bajo
6	05138	Antioquia	Cañasgordas	Limitado
7	05145	Antioquia	Caramanta	Bajo
8	05284	Antioquia	Frontino	Bajo

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
9	05306	Antioquia	Giraldo	Limitado
10	05353	Antioquia	Hispania	Bajo
11	05364	Antioquia	Jardín	Bajo
12	05411	Antioquia	Liborina	Limitado
13	05475	Antioquia	Murindó	Limitado
14	05495	Antioquia	Nechí	Limitado
15	05501	Antioquia	Olaya	Limitado
16	05664	Antioquia	San Pedro de Los Milagros	Incipiente
17	05665	Antioquia	San Pedro de Urabá	Bajo
18	05789	Antioquia	Támesis	Bajo
19	05790	Antioquia	Tarazá	Bajo
20	05873	Antioquia	Vigía del Fuerte	Limitado
21	08634	Atlántico	Sabanagrande	Incipiente
22	13160	Bolívar	Cantagallo	Limitado
23	13688	Bolívar	Santa Rosa del Sur	Limitado
24	15090	Boyacá	Berbeo	Limitado
25	15092	Boyacá	Betéitiva	Limitado
26	15109	Boyacá	Buenavista	Limitado
27	15135	Boyacá	Campohermoso	Bajo
28	15299	Boyacá	Garagoa	Incipiente
29	15368	Boyacá	Jericó	Bajo
30	15377	Boyacá	Labranzagrande	Bajo
31	15464	Boyacá	Mongua	Bajo
32	15476	Boyacá	Motavita	Bajo
33	15740	Boyacá	Siachoque	Bajo
34	17088	Caldas	Belalcázar	Bajo
35	19110	Cauca	Buenos Aires	Limitado
36	19355	Cauca	Inzá	Bajo
37	20787	Cesar	Tamalameque	Bajo
38	23500	Córdoba	Moñitos	Bajo
39	25335	Cundinamarca	Guayabetal	Bajo
40	25398	Cundinamarca	La Peña	Bajo
41	25430	Cundinamarca	Madrid	Moderado
42	25754	Cundinamarca	Soacha	Alto
43	25817	Cundinamarca	Tocancipá	Moderado
44	25839	Cundinamarca	Ubalá	Bajo
45	27001	Chocó	Quibdó	Incipiente
46	27050	Chocó	Atrato	Limitado
47	27160	Chocó	Cértegui	Limitado
48	27205	Chocó	Condoto	Limitado
49	27361	Chocó	Istmina	Incipiente
50	27615	Chocó	Riosucio	Limitado
51	41319	Huila	Guadalupe	Bajo
52	44847	La Guajira	Uribia	Limitado
53	50006	Meta	Acacías	Moderado
54	50325	Meta	Mapiripán	Limitado
55	50350	Meta	La Macarena	Limitado

COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

No.	Código municipio	Departamento	Municipio	Clasificación por desempeño
56	50450	Meta	Puerto Concordia	Bajo
57	50590	Meta	Puerto Rico	Bajo
58	50686	Meta	San Juanito	Limitado
59	52250	Nariño	El Charco	Limitado
60	52435	Nariño	Mallama	Limitado
61	52678	Nariño	Samaniego	Bajo
62	52835	Nariño	San Andrés de Tumaco	Incipiente
63	54109	Norte de Santander	Bucarasica	Limitado
64	54223	Norte de Santander	Cucutilla	Bajo
65	54385	Norte de Santander	La Esperanza	Bajo
66	54743	Norte de Santander	Silos	Bajo
67	68167	Santander	Charalá	Incipiente
68	68169	Santander	Charta	Bajo
69	68211	Santander	Contratación	Limitado
70	68271	Santander	Florián	Limitado
71	68327	Santander	Güepsa	Bajo
72	68370	Santander	Jordán	Limitado
73	68867	Santander	Vetas	Bajo
74	68872	Santander	Villanueva	Bajo
75	70124	Sucre	Caimito	Bajo
76	73236	Tolima	Dolores	Bajo
77	73349	Tolima	Honda	Moderado
78	73675	Tolima	San Antonio	Bajo
79	76054	Valle del Cauca	Argelia	Bajo
80	76243	Valle del Cauca	El Águila	Bajo
81	81591	Arauca	Puerto Rondón	Bajo
82	85015	Casanare	Chámeza	Limitado
83	85315	Casanare	Sácama	Limitado
84	88001	Archipiélago de San Andrés	San Andrés	Limitado
85	91798	Amazonas	Tarapacá (CD)	Limitado
86	94883	Guainía	San Felipe (CD)	Limitado
87	95001	Guaviare	San José del Guaviare	Bajo
88	99773	Vichada	Cumaribo	Limitado