

RESUMEN EJECUTIVO***CRC PUBLICA PARA COMENTARIOS LA
PROPUESTA REGULATORIA CORRESPONDIENTE
AL ANÁLISIS DE COMPETENCIA DE LOS
MERCADOS DE TELEVISIÓN ABIERTA***

 **www.
crcom.
gov.co**



@CRCCol



/CRCCol



/CRCCol



CRCCOL



@CRCCol

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), en atención a su función de promover y regular la libre competencia en los servicios de comunicaciones, continúa avanzando en el desarrollo del proyecto «Análisis de los mercados de televisión en Colombia» que concluyó en su primera fase con la definición de nuevos mercados relevantes relacionados con los servicios de televisión¹.

Como parte de la segunda Fase de este proyecto, y conforme lo establece la Agenda Regulatoria 2025-2026, la Comisión pone a disposición de los interesados el documento que contiene el análisis de competencia del mercado de distribución minorista de contenidos y del mercado minorista de espacios de publicidad, en canales nacionales operados por privados, junto con el respectivo proyecto de resolución.

Como resultado de los análisis de competencia, la Comisión identificó que ambos mercados presentan un alto grado de concentración. En estos, tanto Canal Caracol como Canal RCN cuentan con una integración vertical desde el lado de contenidos; adicionalmente, pertenecen a grupos económicos de empresas con las que establecen relaciones comerciales en el lado de la pauta, condiciones que les confieren ventajas competitivas frente a su competidor. En este contexto, se encontró que la dinámica competitiva en cada lado del mercado se desarrolla en un entorno de competencia de tipo oligopólico.

Asimismo, en el análisis de competencia conjunto, que considera ambos lados del mercado, se encontró que Canal Caracol cuenta con un poder de mercado más alto que el que ostenta Canal RCN y Canal Uno, medido bajo el Índice de Lerner. Este hallazgo, junto con los resultados del análisis de elasticidades propias y cruzadas entre ambos lados del mercado, reafirman las condiciones de ventaja competitiva que tiene el canal con mayor cuota de mercado.

En ese contexto, las condiciones de negociación de los espacios de pauta publicitaria que ofertan Canal Caracol y Canal RCN y que han sido identificados previamente por la autoridad de competencia, si bien se entienden como estrategias competitivas vía precios, pueden generar un efecto de cierre parcial del mercado, en tanto concentran aún más la demanda en los principales oferentes, perpetuando su participación y dificultando la entrada o expansión de competidores más pequeños.

Aunado a lo anterior, este mercado de dos lados presenta importantes barreras de entrada por los requisitos legales, tecnológicos y económicos que implicaría la entrada en operación de un nuevo canal. Además, las externalidades de red que conectan ambos lados del mercado pueden generar un círculo vicioso para los canales con menor audiencia.

A partir del análisis de competencia potencial, no se identificaron elementos que permitan concluir que las fallas encontradas puedan mitigarse por las propias fuerzas de mercado. Adicionalmente, al ser condiciones que derivan de las características propias del mercado, no se prevé que la aplicación del derecho de la competencia resulte suficiente para corregir las distorsiones identificadas. De esta manera, la Comisión encuentra necesario incluir el mercado de distribución minorista de contenidos en televisión abierta nacional, operado por privados, en un esquema de regulación ex ante.

1. 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.crc.gov.co/system/files/Proyectos%20Comentarios/2000-38-3-9/Propuestas/documento-estudio-mercados-tv-2000-38-3-9.pdf>

Con base en estos análisis, y siguiendo los lineamientos metodológicos establecidos en el Título III de la Resolución CRC 5050 de 2016, la CRC desarrollará un proyecto regulatorio que evaluará la pertinencia de aplicar medidas regulatorias específicas —o la posibilidad de desregular o simplificar la normativa vigente—, bajo la metodología de Análisis de Impacto Normativo (AIN). Esto con el fin de impulsar la competencia, mitigar las fallas identificadas y mejorar el bienestar del consumidor final.

Invitamos al sector y a los agentes interesados a remitir los comentarios sobre estos análisis, así como sobre la propuesta regulatoria, hasta el 22 de agosto de 2025 al correo electrónico mercados_television@crcom.gov.co.



CRC

COMISIÓN DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES

• INFORME DE DIRECCIÓN •



@CRCCol



/CRCCol



/CRCCol



CRCCOL



@CRCCol