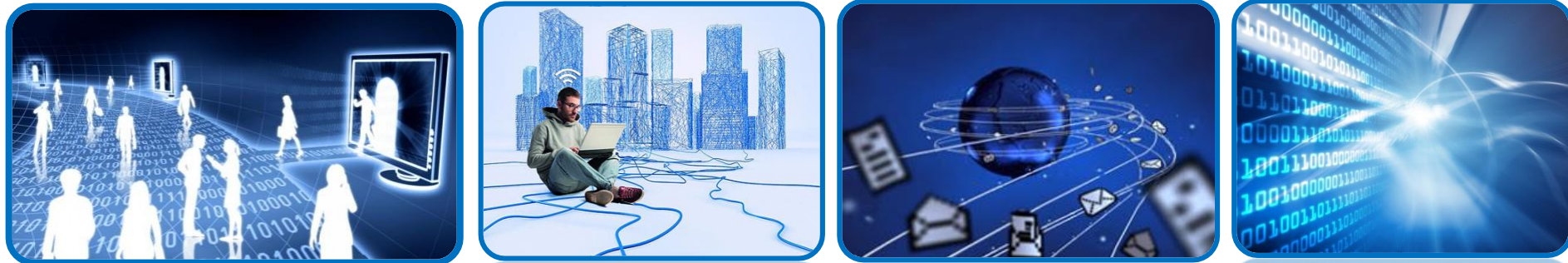


# Medición del Nivel de Satisfacción del Cliente de la CRC



**Informe cuantitativo**

**Bogotá, Diciembre de 2013**

Concurso de Méritos N° 055 de 2013

La presente investigación se ejecutará aplicando los códigos éticos de ICC/ESOMAR y siguiendo los lineamientos del Sistema de Gestión de Calidad de CONSENSO S.A.S., bajo las normas ISO 9001:2008 y la norma ISO 20252:2012 "Investigación de mercados, social" y de la opinión"



Certificado  
N° SC 2014-1



|                                               | Página    |
|-----------------------------------------------|-----------|
| <b>0. PRELIMINARES</b>                        | <b>4</b>  |
| <b>1. NIVEL DE SATISFACCIÓN</b>               | <b>12</b> |
| <b>2. CALIFICACIÓN GLOBAL</b>                 | <b>16</b> |
| <b>3. COMUNICACIONES</b>                      | <b>22</b> |
| Foros y eventos                               | 23        |
| Página Web                                    | 28        |
| Notificaciones de carácter particular         | 33        |
| <b>4. ATENCIÓN AL CLIENTE</b>                 | <b>38</b> |
| PQRS                                          | 39        |
| Trámites                                      | 46        |
| <b>5. PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN</b>             | <b>51</b> |
| Pago de la contribución                       | 52        |
| <b>6. ACTIVIDAD REGULATORIA</b>               | <b>57</b> |
| Proyectos regulatorios publicados             | 58        |
| Información de estudios técnicos o de mercado | 63        |
| Solución de controversias                     | 68        |
| <b>7. ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO</b>           | <b>72</b> |
| Asesoría y acompañamiento                     | 73        |

|            |                                           | Página     |
|------------|-------------------------------------------|------------|
| <b>8.</b>  | <b>EVOLUCIÓN PERCIBIDA</b>                | <b>76</b>  |
| <b>9.</b>  | <b>MATRIZ DE PRIORIDADES – CLIENTES</b>   | 79         |
|            | Usuario ciudadano                         | 80         |
|            | Usuario empresarial                       | 86         |
|            | PRST                                      | 92         |
|            | Operador Postal                           | 100        |
|            | Operador Televisión                       | 106        |
|            | Estado /Gobierno                          | 112        |
| <b>10.</b> | <b>IMAGEN DE LA CRC</b>                   | <b>118</b> |
| <b>11.</b> | <b>CONCLUSIONES</b>                       | 123        |
| <b>12.</b> | <b>ANEXOS</b>                             | 126        |
|            | Matriz prioridades – proceso              | 127        |
|            | Importancia Atributos                     | 138        |
|            | Muestra estimada para la próxima medición | 146        |
|            | Comparativo años anteriores               | 148        |

# 0. PRELIMINARES



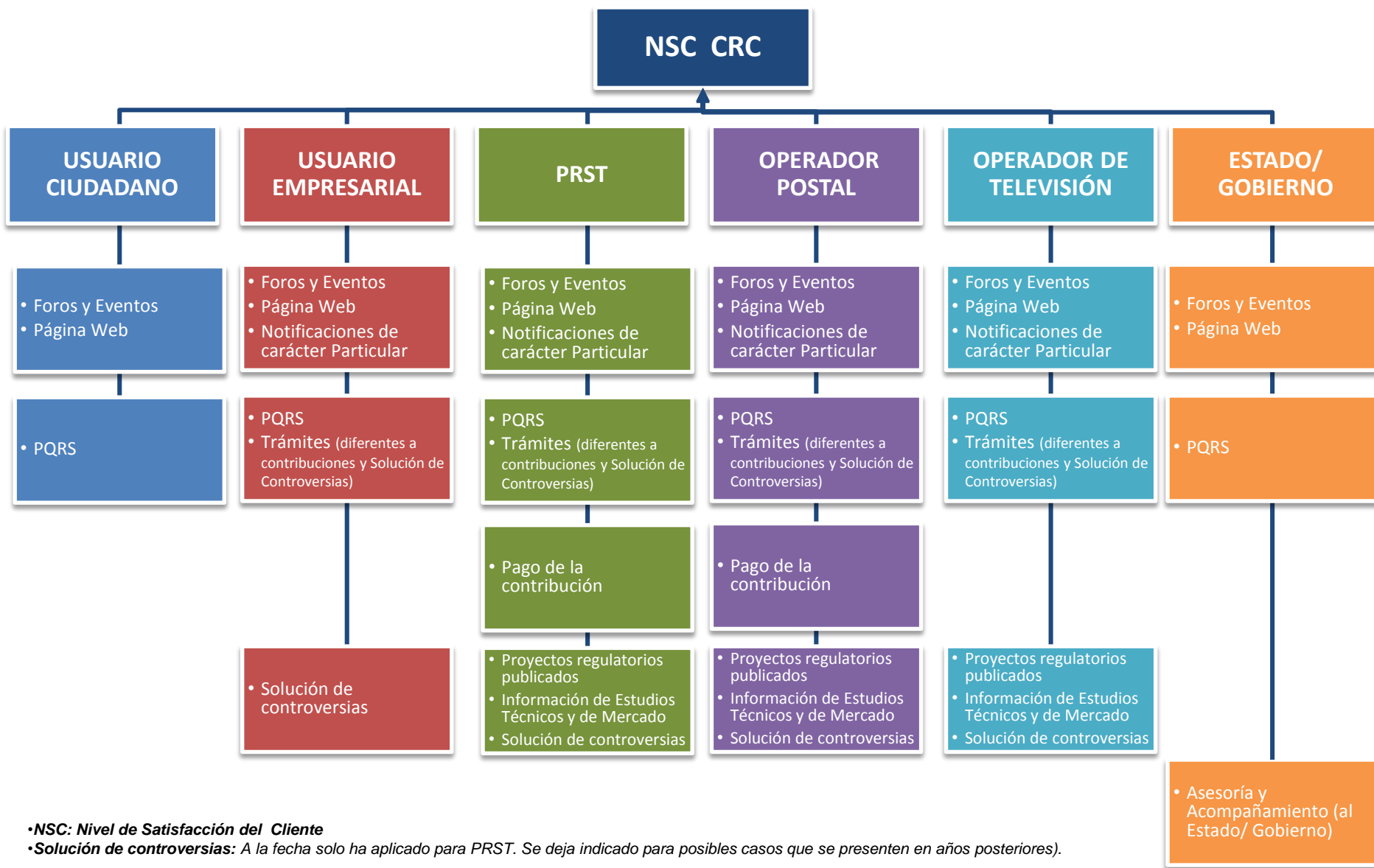
**Definir y elaborar un documento técnico** que contenga los parámetros que le permitan a la Entidad, efectuar la **medición del Nivel de Satisfacción del Cliente de la CRC**, así como llevar a cabo la **medición del 2013**.

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Empresa contratante</b>                  | Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Empresa de investigación</b>             | CONSENSO S.A.S., Investigación de Mercados, Social y de La Opinión.                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Título investigación</b>                 | <b>Medición del Nivel de Satisfacción del Cliente de la CRC 2013-</b>                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Naturaleza del estudio</b>               | <b>Cuantitativo</b>                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Técnica</b>                              | <b>Encuesta telefónica y presencial</b> con cuestionario estructurado                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Cobertura geográfica</b>                 | <b>Nacional</b>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <b>Población objetivo</b>                   | <b>Los públicos que se relacionan con la CRC</b> (Ciudadano - Usuario, Usuario – Empresarial, Proveedores de Redes y Servicios y Telecomunicaciones (PRST), Operador Postal, Operador de Televisión y Estado/ Gobierno) que se han relacionado con la CRC en el año 2013 |
| <b>Muestreo</b>                             | <b>Muestreo probabilístico estratificado con afijación proporcional</b>                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Unidad de muestreo</b>                   | Los participantes en la investigación fueron contactados vía telefónica                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Unidad de observación</b>                | Los participantes en la investigación fueron personas que se relacionaron con la CRC durante el año 2013                                                                                                                                                                 |
| <b>Marco muestral</b>                       | <b>Base de datos</b> provista por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)                                                                                                                                                                                      |
| <b>Tamaño de muestra</b>                    | Se realizaron <b>356 encuestas telefónicas efectivas</b>                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Nivel de confianza y margen de error</b> | Bajo un nivel de confianza del <b>95%</b> , la investigación ofrece resultados totales con un margen de error real de <b>3%</b> para el total, para las preguntas con base global (356 encuestas)                                                                        |
| <b>Método de Supervisión</b>                | Revisión de encuestas del 100%. Monitoreo telefónico del 5%.                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Incentivos</b>                           | Para esta investigación se entregó incentivo a los participantes que fueron contactado de manera presencial                                                                                                                                                              |
| <b>Período trabajo de campo</b>             | Del <b>14 de Noviembre al 9 de Diciembre de 2013</b>                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Entregables</b>                          | Un CD con una copia magnética de: un (1) documento técnico, un (1) informe en Power Point, el cuestionario que se aplicó en campo en formato Word                                                                                                                        |

| Segmentos de clientes                                        | Marco Muestral*<br>(Base de datos provista por la CRC) |                           | Muestra           |              |
|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|--------------|
|                                                              | Cantidad                                               | Distribución Proporcional | Muestra calculada | Muestra real |
| <b>Usuario Ciudadano</b>                                     | 339                                                    | 33%                       | 115               | 115          |
| <b>Usuario Empresarial(PCA, Fabricante, Comercializador)</b> | 152                                                    | 15%                       | 51                | 51           |
| <b>PRST</b>                                                  | 191                                                    | 19%                       | 65                | 65           |
| <b>Operador Postal</b>                                       | 230                                                    | 23%                       | 78                | 78           |
| <b>Operador de Televisión</b>                                | 65                                                     | 6%                        | 22                | 30           |
| <b>Estado/ Gobierno</b>                                      | 41                                                     | 4%                        | 14                | 17           |
| <b>TOTAL</b>                                                 | <b>1018</b>                                            | <b>100%</b>               | <b>345</b>        | <b>356</b>   |

- En la presente medición, el marco muestral es igual a la población objetivo de la CRC.
- Se realizó una distribución proporcional ente los tipos o segmentos de clientes.
- Dado que la población lo permitía, para los tamaños de muestra inferiores a 30, se procuró ajustar a 30. Para el segmento Estado/ Gobierno se logran 17 entrevistas efectivas.

- *Los resultados de este estudio son aplicables a la población objeto de estudio (clientes de la CRC)*
- *El NSC de la CRC corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.*
- *Para este estudio no se utilizó la imputación de datos.*
- *Para lograr una encuesta efectiva fue necesario contactar en promedio 2,2 personas.*
- *La presente investigación estuvo dirigida y coordinada por personal de CONSENSO S.A.S. quien tuvo a su cargo el siguiente personal subcontratado: 8 profesionales para la aplicación de las entrevistas, 1 digitador con formación técnica. Este personal fue entrenado por nuestra empresa en principios generales de investigación de mercados, social y de la opinión, código de ética y confidencialidad, y de manera profunda y detallada en el tema objeto de estudio, en la aplicación del instrumento especialmente diseñado para esta investigación y en la actividad a realizar.*





El contenido del cuestionario diseñado para la Medición del Indicador NSC de la CRC comprende 5 secciones:

### Identificación y caracterización del Cliente

- Busca encontrar el elemento de muestreo determinado para el estudio.

### Satisfacción Global Declarada con la CRC

- Contiene la pregunta que le permite al cliente expresar el sentimiento de satisfacción que tiene con la Comisión, antes de enfrentar las diferentes procesos y atributos derivados de los momentos de contacto que tiene con la entidad. En el caso de requerirse, esta declaración es utilizada como variable dependiente en el análisis estadístico para encontrar los pesos relativos de atributos y procesos.
- Incluye dos preguntas sobre los aspectos positivos y negativos percibidos en los productos y servicios de la CRC.

### Evaluación de la Imagen de la CRC

- Contiene atributos de imagen sobre los cuales se busca posicionar a la CRC entre sus clientes.

### Evaluación de la Calidad Percibida del Servicio

- Constituye el cuerpo de la entrevista y contiene todos los procesos, subprocesos y atributos definidos como determinantes de la satisfacción del usuario con este servicio.

### Evolución Percibida

- Obtiene la percepción de los entrevistados acerca de la forma cómo evoluciona la CRC con relación año inmediatamente anterior.

### Perfil del Cliente

- Contiene la información sobre la persona natural o jurídica que participó en la investigación

Para medir el Nivel de Satisfacción del Cliente de la CRC, los entrevistados evaluaron los atributos en una escala de 1 a 5.

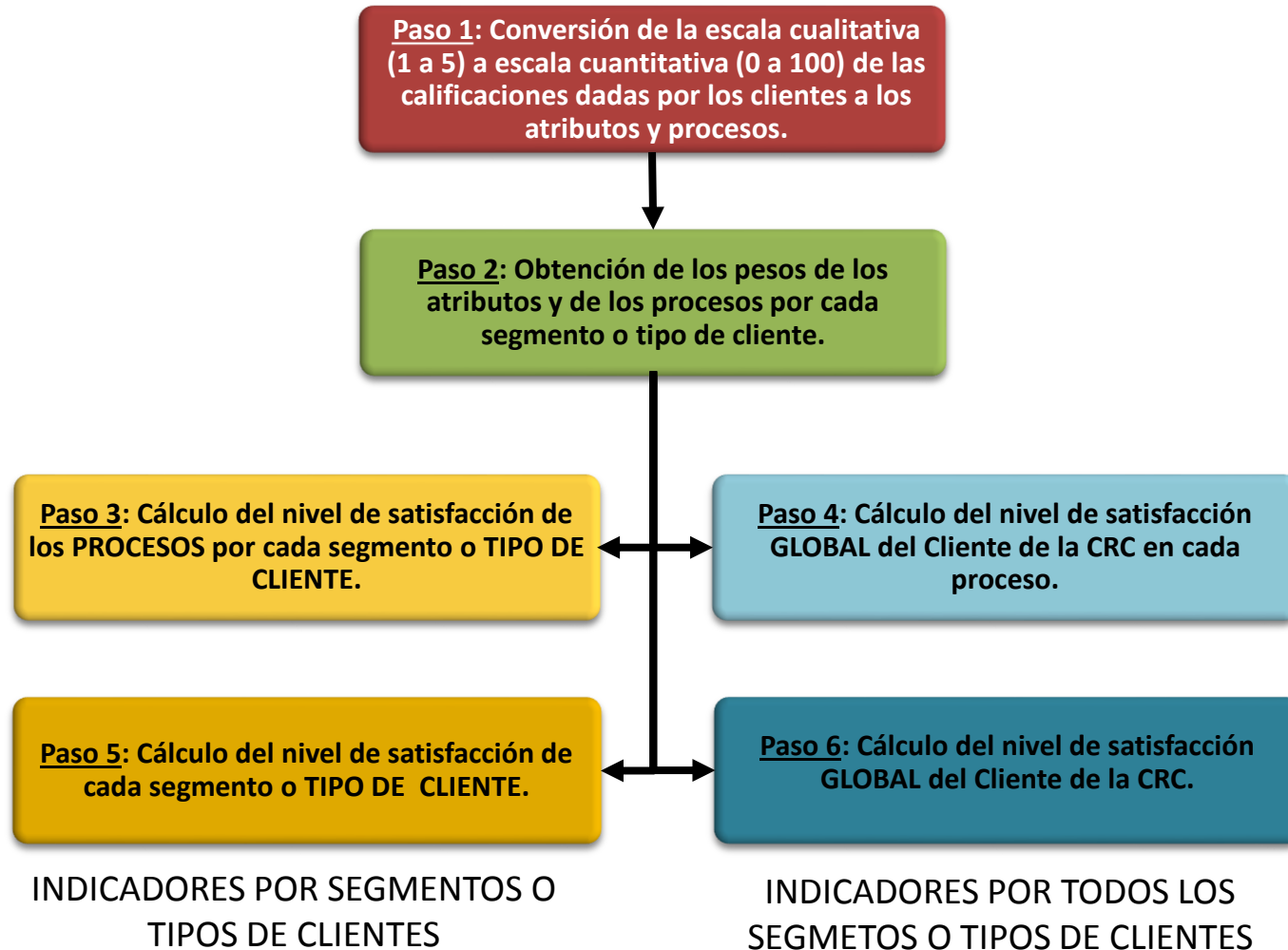
En la fase de procesamiento estadístico esta escala fue convertida como se ilustra a continuación, con el fin de calcular las calificaciones promedio.

|           | Escala original | Escalamiento cuantitativo |
|-----------|-----------------|---------------------------|
| Muy Bueno | 5               | 100                       |
| Bueno     | 4               | 75                        |
| Regular   | 3               | 50                        |
| Malo      | 2               | 25                        |
| Muy Malo  | 1               | 0                         |

- **CALIFICACIÓN DECLARADA:** Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado.
- **NS: Nivel de Satisfacción:** Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado **por** la importancia/peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo
- **Nota:** Dado que para la CRC cada tipo de cliente tiene el mismo peso (importancia), los valores globales corresponden al promedio simple de los valores de sus segmentos o tipos de clientes.

NS: Nivel de Satisfacción

## Obtención del Indicador Nivel de Satisfacción del Cliente



NS: Nivel de Satisfacción  
Ver documento técnico

# 1. NIVEL DE SATISFACCIÓN



# Nivel de Satisfacción

## ***NSC - Nivel de Satisfacción cliente-***

- **NSC:** Corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.

- ▲ Mayor al NSC Total CRC
- Igual al NSC Total CRC
- ▼ Menor al NSC Total CRC

| CLIENTES               | -NSC-<br>Nivel de Satisfacción Cliente                                                             | ENTREVISTADOS |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>TOTAL CRC</b>       |  <b>77,4</b>     | 356           |
| Usuario ciudadano      |  <b>75,7 ▼</b>   | 115           |
| Usuario empresarial*   |  <b>80,2 ▲</b>   | 51            |
| PRST                   |  <b>80,9 ▲</b>   | 65            |
| Operador postal        |  <b>76,5 ▼</b>  | 78            |
| Operador de televisión |  <b>77,3 ▼</b> | 30            |
| Estado/ Gobierno       |  <b>74,1 ▼</b> | 17            |

\* Usuario empresarial: Incluye Fabricantes, comercializadores, distribuidores, PCA (Proveedores de Contenidos y Aplicaciones)

## Nivel de Satisfacción de los clientes con los procesos

▲ Mayor al NSC Total CRC

■ Igual al NSC Total CRC




▼ Menor al NSC Total CRC

| PROCESOS                                      | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST      | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|-----------------------------------------------|-------------------|---------------------|-----------|-----------------|------------------------|------------------|
| <b>TOTAL</b>                                  | 75,7 ▼            | 80,2 ▲              | 80,9 ▲    | 76,5 ▼          | 77,3 ▼                 | 74,1 ▼           |
| Foros o eventos                               | 72,8 ▼            | 78,0 ▲              | 85,6 ▲    | 70,2 ▼          | 76,3 ▼                 | 80,3 ▲           |
| Página Web                                    | 79,3 ▲            | 74,7 ▼              | 82,8 ▲    | 75,1 ▼          | 80,3 ▲                 | 68,2 ▼           |
| Notificaciones de carácter particular         |                   | 83,5 ▲              | 83,3 ▲    | 78,5 ▲          |                        |                  |
| Pago de la contribución                       |                   |                     | 76,5 ▼    | 76,2 ▼          |                        |                  |
| Trámites                                      |                   | 87,6 ▲              | 82,1 ▲    | 75,0 ▼          | *1                     |                  |
| Atención y respuesta a PQRS                   | 71,0 ▼            | 84,3 ▲              | 81,4 ▲    | 75,8 ▼          | 79,0 ▲                 | 76,0 ▼           |
| Proyectos Regulatorios publicados             |                   |                     | 71,8 ▼    | *2              | *3                     |                  |
| Información de estudios técnicos o de mercado |                   |                     | 84,3 ▲    | 74,0 ▼          | *4                     |                  |
| Solución de controversias                     |                   |                     | 87,5 ▲    |                 |                        |                  |
| Asesoría y acompañamiento                     |                   |                     |           |                 |                        | 83,4 ▲           |
| <b>Entrevistados</b>                          | <b>115</b>        | <b>51</b>           | <b>65</b> | <b>78</b>       | <b>30</b>              | <b>17</b>        |

\*1; \*2; \*3; \*4: No tienen NSC, dado que el número de entrevistados es muy bajo lo cual no permite el análisis de regresión para calcular las importancias/pesos. El número de entrevistados fue el siguiente: \*1 = 1 entrevistado. \*2 = 3 entrevistados. \*3 = 2 entrevistados. \*4 = 2 entrevistados.

## NSP - Nivel de Satisfacción Procesos -

- NSP: Corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.

| PROCESOS                                      | -NSP-<br>Nivel de Satisfacción Procesos                                                            | ENTREVISTADOS |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b>TOTAL CRC</b>                              |  <b>77,4</b>     | 356           |
| Solución de controversias                     |  <b>87,5</b> ▲   | 10            |
| Asesoría y acompañamiento                     |  <b>83,5</b> ▲   | 9             |
| Notificaciones de carácter particulares       |  <b>81,8</b> ▲   | 124           |
| Trámites                                      |  <b>81,5</b> ▲   | 92            |
| Información de estudios técnicos o de mercado |  <b>79,1</b> ▲   | 34            |
| Atención y respuesta a PQRS                   |  <b>77,9</b> ▲   | 199           |
| Foros o eventos                               |  <b>77,2</b> ▼ | 78            |
| Página Web                                    |  <b>76,7</b> ▼ | 324           |
| Pago de la contribución                       |  <b>76,4</b> ▼ | 119           |
| Proyectos regulatorios publicados             |  <b>71,8</b> ▼ | 21            |

▲ Mayor al NSC Total CRC

■ Igual al NSC Total CRC

▼ Menor al NSC Total CRC












Datos ordenados  
descendentemente por  
NSP

## 2. CALIFICACIÓN GLOBAL





**CALIFICACIÓN DECLARADA.** Corresponde a las calificaciones dadas a la pregunta ¿De manera general, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con \_\_\_\_\_?

| CALIFICACIÓN GLOBAL DECLARADA                                                                                                                         | TOTAL                                                                                      | ENTREVISTADOS |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| De manera general, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la atención y los servicios prestados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)? |  72,5   | 356           |
| <b>Foros o eventos</b>                                                                                                                                |  79,8   | 78            |
| <b>Página Web</b>                                                                                                                                     |  77,3   | 324           |
| <b>Notificaciones de carácter particular</b>                                                                                                          |  80,1   | 124           |
| <b>Pago de la contribución</b>                                                                                                                        |  75,7   | 119           |
| <b>Trámites</b>                                                                                                                                       |  81,1   | 92            |
| <b>Atención y respuesta a PQRS</b>                                                                                                                    |  77,8   | 199           |
| <b>Proyectos Regulatorios Publicados</b>                                                                                                              |  65,6 | 21            |
| <b>Información de Estudios Técnicos o de Mercado</b>                                                                                                  |  80,1 | 34            |
| <b>Solución de controversias</b>                                                                                                                      |  87,5 | 10            |
| <b>Asesoría y acompañamiento</b>                                                                                                                      |  83,3 | 9             |

## Nivel de Satisfacción versus calificación declarada

■ **NSC:** Corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.  
 ■ **CALIFICACIÓN DECLARADA:** Corresponde a las calificaciones dadas a la pregunta ¿De manera general, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con \_\_\_\_\_?

| PROCESOS                                                                                                                                              | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST         | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|--------------|-----------------|------------------------|------------------|
| De manera general, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con la atención y los servicios prestados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)? | 75,7<br>71,1      | 80,2<br>83,8        | 80,9<br>73,8 | 76,5<br>69,9    | 77,3<br>64,2           | 74,1<br>72,1     |
| <b>Foros o eventos</b>                                                                                                                                | 72,8<br>73,5      | 78,0<br>80,6        | 85,6<br>86,3 | 70,2<br>72,5    | 76,3<br>80,0           | 80,3<br>85,7     |
| <b>Página Web</b>                                                                                                                                     | 79,3<br>76,9      | 74,7<br>71,4        | 82,8<br>80,4 | 75,1<br>77,1    | 80,3<br>83,3           | 68,2<br>75,0     |
| <b>Notificaciones de carácter particular</b>                                                                                                          |                   | 83,5<br>82,4        | 83,3<br>83,9 | 78,5<br>73,9    |                        |                  |
| <b>Pago de la contribución</b>                                                                                                                        |                   |                     | 76,5<br>74,5 | 76,2<br>76,8    |                        |                  |
| <b>Trámites</b>                                                                                                                                       |                   | 87,6<br>89,1        | 82,1<br>83,7 | 75,0<br>76,8    | *1<br>75,0             |                  |
| <b>Atención y respuesta a PQRS</b>                                                                                                                    | 71,0<br>72,0      | 84,3<br>85,5        | 81,4<br>80,9 | 75,8<br>76,2    | 79,0<br>77,3           | 76,0<br>75,0     |
| <b>Proyectos Regulatorios Publicados</b>                                                                                                              |                   |                     | 71,8<br>71,9 | *2<br>50,0      | *3<br>75,0             |                  |
| <b>Información de estudios técnicos o de mercado</b>                                                                                                  |                   |                     | 84,3<br>80,0 | 74,0<br>72,9    | *3<br>87,5             |                  |
| <b>Solución de controversias</b>                                                                                                                      |                   |                     | 87,5<br>87,5 |                 |                        |                  |
| <b>Asesoría y acompañamiento</b>                                                                                                                      |                   |                     |              |                 |                        | 83,5<br>83,3     |
|                                                                                                                                                       | Entrevistados 115 | 51                  | 65           | 78              | 30                     | 17               |

\*1; \*2; \*3; \*4: No tienen NSC, dado que el número de entrevistados es muy bajo lo cual no permite el análisis de regresión para calcular las importancias/ pesos. El número de entrevistados fue el siguiente: \*1 = 1 entrevistado. \*2 = 3 entrevistados. \*3 = 2 entrevistados. \*4 = 2 entrevistados.

## Aspectos positivos percibidos en el servicio

¿Qué es lo positivo o lo que más le gusta del servicio ofrecido por la CRC?

Porcentaje %

| ASPECTOS POSITIVOS                                                                                |      | USUARIO<br>CIUDADANO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | ESTADO/<br>GOBIERNO |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------------------|------------------------|------|--------------------|---------------------------|---------------------|
| La atención de la CRC es personalizada/ la buena atención/ el buen servicio                       | 25,8 | 16,5                 | 31,4                   | 30,8 | 32,1               | 26,7                      | 17,6                |
| La orientación/ el apoyo de la CRC/la respuesta oportuna/                                         | 25,7 | 22,6                 | 37,3                   | 32,3 | 19,2               | 13,3                      | 29,4                |
| Es imparcial ante la a regulación y vigilancia/ Es el controlador de los operadores               | 17,2 | 16,5                 | 11,8                   | 6,2  | 10,3               | 23,3                      | 35,3                |
| La variedad de la información en el portal web                                                    | 10,5 | 14,8                 | 5,9                    | 12,3 | 14,1               | 10,0                      | 5,9                 |
| Brindan información técnica                                                                       | 9,6  | 14,8                 | 5,9                    | 6,2  | 10,3               |                           |                     |
| La información de la CRC es actualizada                                                           | 9,3  | 6,1                  | 9,8                    | 1,5  | 9,0                | 10,0                      | 5,9                 |
| Los canales de comunicación con la CRC/ Los aplicativos para realización de trámites              | 7,0  | 13,0                 | 3,9                    | 1,5  |                    |                           |                     |
| La variedad de canales de información para realizar cualquier PQRS/ de medios para hacer trámites | 6,7  |                      |                        | 1,5  |                    |                           | 17,6                |
| Tiene en cuenta a los usuarios/ Piensa en los usuarios                                            | 6,2  |                      |                        |      | 3,8                |                           |                     |
| Ha mejorado los tiempos de la homologación de equipos                                             | 3,9  |                      | 3,9                    |      |                    |                           |                     |
| La importancia e interés del sector postal para la CRC/ Hay acompañamiento                        | 3,8  |                      |                        |      |                    | 6,7                       |                     |
| Otro                                                                                              | 3,1  | 2,6                  |                        | 1,5  | 5,1                |                           |                     |
| No sabe                                                                                           | 1,7  | 1,7                  |                        |      |                    |                           |                     |
| Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada Nada                                      | 14,1 | 13,0                 | 7,8                    | 18,5 | 10,3               | 23,3                      | 11,8                |
| Entrevistados                                                                                     | 356  | 115                  | 51                     | 65   | 78                 | 30                        | 17                  |

## Aspectos negativos percibidos en el servicio

¿Qué es lo negativo o lo que menos le gusta del servicio ofrecido por la CRC?

Porcentaje %

| ASPECTOS NEGATIVOS                                                                                     | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|------|
| La <b>falta de coherencia</b> en la regulación/ algunas decisiones no son acertadas                    | 15,4              |                     | 15,4 |                 |                        |                  |      |
| La <b>falta de respuesta oportuna</b> de trámites/ inquietudes/ información recibida                   | 13,7              | 13,9                | 19,6 | 13,8            | 7,7                    | 3,3              | 23,5 |
| <b>Falta de asesores con conocimiento</b> adecuado/ no contestan/ La mala atención al usuario          | 13,5              | 7,8                 | 11,8 | 20,0            | 21,8                   |                  | 5,9  |
| <b>No se conoce lo que hace la CRC/</b> poco conocimiento del servicio que presta                      | 11,4              | 1,7                 |      | 3,1             |                        | 23,3             | 17,6 |
| La <b>falta de divulgación de la normatividad/</b> de la regulación/ de eventos                        | 9,3               | 9,6                 | 9,8  | 6,2             | 7,7                    | 13,3             |      |
| La <b>falta de asesoría personalizada/</b> falta un contacto más directo                               | 8,0               | 4,3                 | 7,8  | 3,1             |                        | 16,7             |      |
| El <b>lenguaje es poco claro/ es muy técnico/</b> la información de notificaciones es confusa          | 7,4               | 2,6                 | 5,9  | 7,7             | 3,8                    | 6,7              | 17,6 |
| La <b>falta de regulación de la CRC</b> para las empresas de comunicación                              | 6,6               | 16,5                | 2,0  | 6,2             | 2,6                    |                  | 5,9  |
| La información que brindan es <b>toda por internet y</b> muchas localidades no cuentan con el servicio | 6,3               |                     |      |                 | 2,6                    | 10,0             |      |
| Las <b>notificaciones</b> que realiza la CRC llegan muy tarde a las empresas correspondientes          | 6,3               |                     |      |                 | 2,6                    | 10,0             |      |
| La regulación de la CRC <b>favorece a las multinacionales/</b> al operador dominante                   | 5,3               | 5,2                 | 3,9  |                 |                        | 6,7              |      |
| La <b>falta de información oportuna</b>                                                                | 5,2               | 7,8                 | 3,9  | 6,2             | 3,8                    | 3,3              | 5,9  |
| <b>Entrevistados</b>                                                                                   | 356               | 115                 | 51   | 65              | 78                     | 30               | 17   |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

## Aspectos negativos percibidos en el servicio

¿Qué es lo negativo o lo que menos le gusta del servicio ofrecido por la CRC?

Porcentaje %

### ASPECTOS NEGATIVOS

USUARIO  
CIUDADANO

USUARIO  
EMPRESARIAL

PRST

OPERADOR  
POSTAL

OPERADOR DE  
TELEVISIÓN

ESTADO/  
GOBIERNO

|                                                                                                               |      |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|
| No descarga la información que pide y aparece como enviado tarde/ No hay notificación de información recibida | 5,1  |      |      |      | 5,1  |      |      |
| La falta de capacitaciones                                                                                    | 4,4  |      |      | 4,6  | 5,1  | 3,3  |      |
| La información no se actualiza con regularidad                                                                | 3,7  | 1,7  |      | 4,6  | 2,6  |      | 5,9  |
| La página web no es clara ni fácil de manejar/ muy congestionada                                              | 4,1  | 1,7  | 7,8  | 1,5  | 5,1  |      |      |
| La falta de canales o medios para hacer trámites y consultas                                                  | 4,1  |      | 2,0  | 6,2  |      |      |      |
| La página web se cae de manera constante cuando se va a subir información/ reportes                           | 3,7  |      | 2,0  | 1,5  | 7,7  |      |      |
| Los procesos o trámites a realizar son muy dispendiosos                                                       | 3,7  |      | 5,9  | 1,5  |      |      |      |
| No hacen partícipe al cliente de las nuevas regulaciones que van a implementar/ Poco contacto con el cliente  | 2,6  |      |      |      | 2,6  |      |      |
| Beneficia el monopolio del mercado móvil del país                                                             | 1,5  |      |      | 1,5  |      |      |      |
| No hay un tiempo prudencial estipulado para empezar a regir a las empresas de comunicación                    | 1,3  |      |      |      | 1,3  |      |      |
| Otro                                                                                                          | 4,8  | 6,1  | 3,9  | 3,1  | 7,7  | 3,3  |      |
| Nada                                                                                                          | 24,8 | 32,2 | 27,5 | 18,5 | 26,9 | 20,0 | 23,5 |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

356

115

51

65

78

30

17

# 3. COMUNICACIONES



# Comunicaciones

## Foros y eventos



| FOROS Y EVENTOS                                                                               | USUARIO CIUDADANO                                                               | USUARIO EMPRESARIAL                                                             | PRST                                                                            | OPERADOR POSTAL                                                                 | OPERADOR DE TELEVISIÓN                                                          | ESTADO/ GOBIERNO                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha participado en FOROS O EVENTOS realizados por la CRC? | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>14,8 85,2 | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>17,6 82,4 | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>30,8 69,2 | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>25,6 74,4 | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>16,7 83,3 | <input checked="" type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br>41,2 58,8 |

Valores promedio

|                            |             |             |             |             |             |             |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>NSP FOROS Y EVENTOS</b> | <b>72,8</b> | <b>78,0</b> | <b>85,6</b> | <b>70,2</b> | <b>76,3</b> | <b>80,3</b> |
|----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

|                                                                                |      |      |      |      |      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| La divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos                          | 69,1 | 66,7 | 90,0 | 67,1 | 80,0 | 60,7 |
| La facilidad para participar en los foros y eventos                            | 73,5 | 72,2 | 88,8 | 75,0 | 70,0 | 78,6 |
| El grado en que la CRC propicia la participación en la definición de los temas | 73,5 | 83,3 | 85,0 | 63,2 | 81,3 | 78,6 |
| El análisis y consideración de las observaciones presentadas                   | 72,1 | 83,3 | 76,3 | 68,1 | 80,0 | 75,0 |
| La pertinencia de los temas seleccionados                                      | 66,2 | 75,0 | 86,3 | 71,3 | 65,0 | 89,3 |
| La idoneidad de los expositores                                                | 80,9 | 88,9 | 85,0 | 77,5 | 80,0 | 89,3 |
| La logística de foros y eventos                                                | 85,3 | 75,0 | 90,0 | 77,6 | 75,0 | 82,1 |
| Las metodologías de trabajo utilizadas                                         | 75,0 | 80,6 | 88,8 | 75,0 | 70,0 | 82,1 |
| El grado de participación que permiten durante su realización                  | 72,1 | 72,2 | 87,5 | 83,8 | 75,0 | 82,1 |

Entrevistados

17/ 115

9/ 51

20/ 65

20/ 78

5/ 30

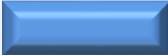
7/ 17










\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí participaron en foros y eventos.



**NSP: Nivel de Satisfacción:**

Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

| FOROS Y EVENTOS                                                                                           | CALIFICACIÓN                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NSP FOROS Y EVENTOS                                                                                       |  <b>77,2</b> |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ____?</i> |                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                |                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br/>Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ____?)</p> | La idoneidad de los expositores                                                |  <b>83,6</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | La logística de foros y eventos                                                |  <b>80,8</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | El grado de participación que permiten durante su realización                  |  <b>78,8</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | Las metodologías de trabajo utilizadas                                         |  <b>78,6</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | El grado en que la CRC propicia la participación en la definición de los temas |  <b>77,5</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | La facilidad para participar en los foros y eventos                            |  <b>76,3</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                               | El análisis y consideración de las observaciones presentadas                   |  <b>75,8</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                               | La pertinencia de los temas seleccionados                                      |  <b>75,5</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                               | La divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos                          |  <b>72,3</b> |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que SÍ participaron en foros y eventos: **78**

Valores promedio

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar los foros y eventos que realiza la CRC?

| FOROS Y EVENTOS                                                                               | TOTAL | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|
| Publicar más información de las fechas de los foros/ Avisar con anticipación/ Más divulgación | 28,4  | 11,8              | 33,3                | 20,0 | 20,0            |                        | 57,1             |
| Crear eventos locales/ en las diferentes regiones                                             | 28,1  | 29,4              |                     | 15,0 |                 | 40,0                   |                  |
| Hacer foros más didácticos/ menos aburridos                                                   | 20,0  |                   |                     |      |                 | 20,0                   |                  |
| Avisar cuál es el tema a tratar/<br>Enviar información previa del foro                        | 17,6  |                   | 11,1                | 5,0  |                 | 40,0                   | 14,3             |
| Usar un lenguaje más claro y menos técnico                                                    | 17,1  |                   |                     |      |                 | 20,0                   | 14,3             |
| Hacer más partícipes a las personas                                                           | 14,8  | 23,5              | 11,1                | 10,0 | 15,0            |                        | 14,3             |
| Exponer temas más específicos a cada sector                                                   | 12,5  |                   |                     | 20,0 | 5,0             |                        |                  |
| Deben tratar de resolver todas las dudas/<br>dar respuestas precisas y claras                 | 12,5  |                   |                     | 10,0 | 15,0            |                        |                  |
| Debe haber más puntualidad/<br>respetar los tiempos de exposición                             | 12,5  |                   |                     | 5,0  |                 | 20,0                   |                  |
| Los expositores deben tener un adecuado conocimiento de los temas                             | 11,3  | 17,6              |                     |      | 5,0             |                        |                  |
| Hacer memorias con el material de exposición                                                  | 5,0   |                   |                     | 5,0  | 5,0             |                        |                  |
| Hacer más foros virtuales                                                                     | 5,4   | 5,9               |                     | 5,0  |                 |                        |                  |
| Hacer más eventos/ con mayor frecuencia                                                       | 5,0   |                   |                     | 5,0  | 5,0             |                        |                  |
| Otro                                                                                          | 7,3   | 5,9               | 11,1                | 5,0  |                 |                        |                  |
| Ninguna                                                                                       | 25,9  | 23,5              | 33,3                | 5,0  | 45,0            | 20,0                   | 28,6             |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados 78/356

17/115

9/51

20/65

20/78

5/30

7/17

- Logra un **indicador** de satisfacción de **77.2**.
- Los **PRST** se muestran **más satisfechos** (85.6). Los **menos satisfechos** son **Operadores Postales** (70.2)
- Los atributos **mejor calificados** son la **idoneidad de los expositores** (82.6) y la **logística** (80.8).
- La calificación más **baja** es asignada a la **divulgación de foros y eventos** (**72.3**)
- **Los clientes esperan:**
  - **Mayor divulgación:** Informar las fechas y el tema a tratar, realizar eventos con mayor frecuencia (aspecto que reclaman espacialmente a los usuarios ciudadanos).
  - **Ampliar la cobertura:** Crear eventos locales, hacer foros virtuales.
  - **Metodologías más dinámicas:** Foros más didácticos, menos aburridos, estimular una mayor participación de los asistentes, resolver las dudas e inquietudes de los participantes.
  - **Pertinencia:** Lenguaje más claro y menos técnico, exponer temas más específicos del sector, garantizar la participación de expositores con amplio dominio del tema.
  - **Control logístico:** Mayor puntualidad y cumplimiento de la agenda de los expositores, entregar memorias de las exposiciones.
  - **Facilitar la participación en los foros y eventos**, especialmente entre los operadores de TV.
  - **Realizar análisis de las observaciones** presentadas por los diferentes actores del sector, principalmente las manifestadas por los PRST.
  - **Innovar en las metodologías de trabajo** utilizadas, especialmente con los operadores postales.

# Comunicaciones

## Página web



## Calificación declarada clientes

| PÁGINA WEB                                                                | USUARIO CIUDADANO                                                                                                                            | USUARIO EMPRESARIAL                                                                                                                          | PRST                                                                                                                                          | OPERADOR POSTAL                                                                                                                                | OPERADOR DE TELEVISIÓN                                                                                                                         | ESTADO/ GOBIERNO                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha visitado la PÁGINA WEB de la CRC? | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> | <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No<br> |

Valores promedio

|                |      |      |      |      |      |      |
|----------------|------|------|------|------|------|------|
| NSP PÁGINA WEB | 79,3 | 74,7 | 82,8 | 75,1 | 80,3 | 68,2 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

|                                                                             |      |      |      |      |      |      |
|-----------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| La <b>facilidad para encontrar</b> la información requerida                 | 72,9 | 67,7 | 78,3 | 71,2 | 77,4 | 68,3 |
| La <b>actualización</b> de la información                                   | 73,8 | 74,4 | 84,3 | 74,3 | 79,8 | 66,1 |
| La <b>confiabilidad</b> de la información                                   | 83,3 | 87,0 | 87,9 | 80,8 | 88,8 | 78,6 |
| La <b>pertinencia</b> de los contenidos de la página                        | 80,5 | 84,4 | 87,9 | 78,4 | 83,3 | 80,0 |
| La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y Servicios | 78,3 | 78,9 | 84,9 | 75,3 | 81,0 | 78,3 |
| La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                 | 83,0 | 82,1 | 87,9 | 80,6 | 85,7 | 76,8 |
| El <b>tiempo de permanencia</b> de la información publicada en la página    | 76,3 | 78,0 | 84,9 | 75,0 | 76,4 | 71,4 |
| El <b>diseño</b> de la página web de la CRC                                 | 74,8 | 65,6 | 81,1 | 77,4 | 81,0 | 65,0 |

Entrevistados

106/115

48/51

61/65

73/78

21/30

15/17

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí visitaron la página web.

## Calificación declarada total CRC

**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

| PÁGINA WEB | CALIFICACIÓN |
|------------|--------------|
|------------|--------------|

|                |      |
|----------------|------|
| NSP PÁGINA WEB | 76,7 |
|----------------|------|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

| CALIFICACIÓN DECLARADA:                                                                                                                                                                                    | Atributo                                                                    | Calificación |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Corresponde al <b>promedio</b> de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ____?) | La <b>confiabilidad</b> de la información                                   | 84,4         |
|                                                                                                                                                                                                            | La <b>utilidad</b> de la información contenida en la página                 | 82,7         |
|                                                                                                                                                                                                            | La <b>pertinencia</b> de los contenidos de la página                        | 82,4         |
|                                                                                                                                                                                                            | La <b>disponibilidad</b> de información acerca de los productos y Servicios | 79,5         |
|                                                                                                                                                                                                            | El <b>tiempo</b> de permanencia de la información                           | 77,0         |
|                                                                                                                                                                                                            | La <b>actualización</b> de la información                                   | 75,4         |
|                                                                                                                                                                                                            | El <b>diseño</b> de la página web de la CRC                                 | 74,1         |
|                                                                                                                                                                                                            | La <b>facilidad</b> para encontrar la información requerida                 | 72,6         |

- Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí visitaron la página web: **324**
- \* Ver anexo

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar la página web de la CRC?

Porcentaje %

| PÁGINA WEB                                                                                                                         | TOTAL | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|
| Debe de ser <b>más fácil de navegar</b> / más intuitivo/ debe tener un contenido al inicio por temas con hipervínculos             | 22,5  | 22,6              | 29,2                | 16,4 | 12,3            | 14,3                   | 40,0             |
| Debe ser <b>más dinámica e innovadora</b> / creativa/ llamativa/ debe tener tecnología videos                                      | 13,9  | 17,0              | 18,8                | 9,8  | 9,6             | 14,3                   |                  |
| Se debe de <b>actualizar constantemente</b>                                                                                        | 10,2  | 10,4              | 10,4                | 9,8  | 6,8             |                        | 13,3             |
| Debe de tener <b>menos problemas de bloqueo al cargar</b> documentos o hacer consultas/ menos tiempo al cargarla                   | 9,5   | 3,8               | 8,3                 | 8,2  | 20,5            |                        | 6,7              |
| La información debe <b>permanecer más tiempo en la web</b> / crear un histórico de noticias mes a mes                              | 8,6   | 5,7               | 4,2                 | 1,6  | 4,1             | 9,5                    | 26,7             |
| <b>Crear alertas de noticias</b> / eventos/ pagos/ requerimientos                                                                  | 7,1   |                   | 2,1                 | 4,9  | 1,4             |                        | 20,0             |
| La información <b>debe ser más clara/ menos técnica</b>                                                                            | 6,3   | 6,6               | 8,3                 | 3,3  | 6,8             |                        | 6,7              |
| Que habiliten las opciones para que <b>sea compatible</b> con otras versiones de internet/ otras tecnologías                       | 5,8   |                   | 8,3                 | 3,3  |                 |                        |                  |
| Debe de tener el concepto de los servicios que ofrece y normas separado para cada sector/ <b>debería ser más fácil encontrarla</b> | 5,0   | 7,5               | 2,1                 | 4,9  | 5,5             | 4,8                    |                  |
| Debe tener <b>asesoría virtual permanente</b>                                                                                      | 3,8   | 1,9               | 2,1                 | 1,6  |                 | 9,5                    |                  |
| Debe tener <b>más información para el usuario final</b>                                                                            | 3,8   | 0,9               |                     |      |                 |                        | 6,7              |
| Debe tener buen tráfico de publicidad para que sea más promocionada                                                                | 3,8   | 2,8               |                     |      |                 | 4,8                    |                  |
| El <b>contenido para niños y jóvenes</b> debe ser más novedoso/ llamativo/ con videos e imágenes                                   | 1,9   | 1,9               |                     |      |                 |                        |                  |
| Se deben <b>subir los seminarios y capacitaciones</b>                                                                              | 1,4   |                   |                     |      | 1,4             |                        |                  |
| Se debe tener <b>información sobre las tarifas de todos lo operadores</b>                                                          | 0,9   | 0,9               |                     |      |                 |                        |                  |
| Otro                                                                                                                               | 5,5   |                   |                     |      | 5,5             |                        |                  |
| Nada                                                                                                                               | 36,2  | 37,7              | 31,3                | 45,9 | 38,4            | 57,1                   | 6,7              |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados 324/356 106/115 48/51 61/65 73/78 21/30 15/17

- Registra un **indicador** de satisfacción de **76.7**.
- Los clientes **más satisfechos** son los **Usuarios empresariales** (94.1) y los más **insatisfechos Estado/ Gobierno** (68.2)
- El aspecto que **mayor satisfacción** genera es la **confiabilidad de la información** (84.4),
- El atributo de menor satisfacción es la **facilidad para encontrar la información** (72.6)
- **Los clientes esperan:**
  - **Mejorar la amigabilidad:** Una página web más fácil de navegar, más intuitiva, más dinámica e innovadora, con información separada por sector y que brinde asesoría virtual permanente.
  - **Mejorar el contenido:** Actualizar constantemente la información en el sitio web (aspecto más relevante para los operadores postales y Estado/ Gobierno), mayor tiempo de permanencia de la información publicada en la página (especialmente para Estado/Gobierno), publicar información acerca de los productos y servicios ofrecidos por la CRC (de mayor importancia para usuarios empresariales), crear alertas de noticias, eventos y fechas de pago, información más clara y en un lenguaje menos técnico, mayor información para los ciudadanos (no especialistas), publicar en el portal las memorias de seminarios y capacitaciones realizadas. Tener en la web información relacionada con las tarifas de los servicios que ofrecen las empresas del sector que regula la CRC.
  - **Mejorar el desempeño:** El portal no debe tener **problemas de bloqueo al cargar** documentos o al hacer consultas, menor tiempo al cargar la página. habilitar opciones para que el portal sea compatible con todas las tecnologías..
  - **Innovar en el diseño.** Aspecto que resulta más relevante para usuario ciudadano y usuario empresarial.



# Comunicaciones

## Notificaciones de carácter particular



# Notificaciones de carácter particular

## Calificación declarada clientes

| NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR                                                                              | USUARIO EMPRESARIAL                                                             | PRST                                                                             | OPERADOR POSTAL                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha recibido <b>NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR</b> por parte de la CRC? | <p>■ Si ■ No</p> <p>72,5 27,5</p>                                               | <p>■ Si ■ No</p> <p>66,2 33,8</p>                                                | <p>■ Si ■ No</p> <p>56,4 43,6</p>                                               |
| ¿A través de qué medio o medios ha recibido la(s) notificación(es) particulares?                                   | <p>■ Carta física<br/>■ Correo electrónico<br/>■ Aviso</p> <p>48,6 83,8 5,4</p> | <p>■ Carta física<br/>■ Correo electrónico<br/>■ Aviso</p> <p>72,1 83,7 11,6</p> | <p>■ Carta física<br/>■ Correo electrónico<br/>■ Aviso</p> <p>59,1 75,0 4,5</p> |

| NSP NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR                                                          | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|------|-----------------|
|                                                                                                    | 83,5                | 83,3 | 78,5            |
| ¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ____? |                     |      |                 |

**CALIFICACIÓN DECLARADA:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con \_\_\_\_?)

|                                                                                                      |      |      |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|
| Las <b>facilidades</b> que le brinda la CRC para realizar el proceso de <b>notificación</b>          | 83,1 | 82,6 | 72,7 |
| La <b>actitud o disposición de servicio</b> del personal de la CRC responsable de las notificaciones | 91,0 | 88,1 | 79,8 |
| El <b>cumplimiento de los términos de Ley</b> para las notificaciones que le han hecho               | 87,8 | 83,1 | 82,1 |

Entrevistados

37/51

43/65

44/78


\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados **SÍ** recibió Notificación de carácter particular




# Notificaciones de carácter particular

## Calificación declarada total CRC

| NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR | CALIFICACIÓN |
|---------------------------------------|--------------|
|---------------------------------------|--------------|

**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                   |                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| NSP NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR                                                         |  <b>81,8</b> |
| ¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___? |                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                      |                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br>Corresponde al <b>promedio</b> de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ___?) | <b>La actitud o disposición de servicio del personal</b> de la CRC responsable de las notificaciones |  <b>86,3</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                             | <b>El cumplimiento</b> de los términos de Ley para las notificaciones que le han hecho               |  <b>84,4</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Las facilidades</b> que le brinda la CRC para realizar el proceso de notificación                 |  <b>79,5</b> |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados SÍ recibió Notificación de carácter particular:124

# Notificaciones de carácter particular

## Recomendaciones

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar el proceso de notificaciones de carácter particulares?

| NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR                                                                                         | TOTAL | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------|------|-----------------|
| El envío de la información de las notificaciones y cambios de fecha <b>debe hacerse por diferentes medios de comunicación</b> | 12,8  | 10,8                | 9,3  | 18,2            |
| Deben enviar las <b>cartas físicas con más tiempo</b> para que no se venza el día de la citación                              | 10,5  | 10,8                | 11,6 | 9,1             |
| Ampliar los tiempos para dar respuesta de las notificaciones enviadas a la CRC/ <b>Mejorar el tiempo de respuesta</b>         | 8,1   |                     | 11,6 | 4,5             |
| <b>Deben actualizar los datos</b> de las personas y entidades para que lleguen a tiempo los correos                           | 7,0   |                     | 7,0  |                 |
| Deben ser un <b>poco flexibles en el tiempo</b> de respuesta a las notificaciones hechas por la CRC                           | 3,7   | 2,7                 | 4,7  |                 |
| <b>Los formatos</b> de las notificaciones, requerimientos y aprobaciones deben ser <b>menos confusos</b>                      | 2,7   | 2,7                 |      |                 |
| Deben informar de manera constante <b>por diferentes medios</b> los cambios de resolución                                     | 2,7   | 2,7                 |      |                 |
| La información suministrada debe <b>ser más clara/ menos técnica</b>                                                          | 2,5   | 2,7                 | 2,3  |                 |
| Otro                                                                                                                          | 5,9   | 10,8                | 2,3  | 4,5             |
| Nada                                                                                                                          | 61,3  | 62,2                | 53,5 | 68,2            |

Porcentaje %

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

124/356

37/51

43/65

44/78

- El **indicador** de satisfacción se ubica en **80.8**.
- Los **usuarios empresariales** con 83.5 y los **PRST** con 83.3 registran **niveles de satisfacción similares**. Por su parte los **Operadores Postales** se muestran más **insatisfechos** (78.5)
- El aspecto que **mayor satisfacción** genera es la **actitud/ disposición de servicio del personal** de la CRC responsable de las notificaciones de carácter particular (86.3).
- El atributo de **menor satisfacción** es la **facilidad para realizar el proceso** de notificación (79.5)
- **Los clientes esperan:**
  - **Mayor variedad de canales:** Enviar las notificaciones por diferentes medios, a través de cartas físicas, e-mail y asegurar su recepción vía telefónica.
  - **Claridad en la información solicitada:** Los formatos de las notificaciones, requerimientos y aprobaciones deben ser **menos confusos**, solicitar información de manera clara y menos técnica.
  - **Ampliar tiempos de respuesta:** Facilitar el proceso de notificación, permitiendo tiempos de respuesta más prolongados, se más flexibles ante las particularidades de los clientes (aspectos más relevante para los operadores postales)
  - **Actualización de datos:** Actualizar datos de los clientes (correo) para que la información llegue a tiempo.

# 4. ATENCIÓN AL CLIENTE



# Atención al Cliente

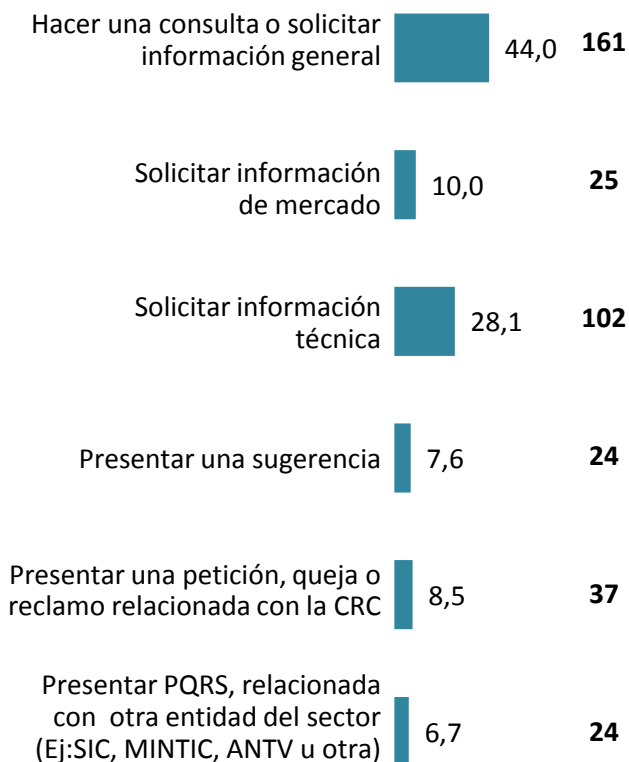
## PQRS



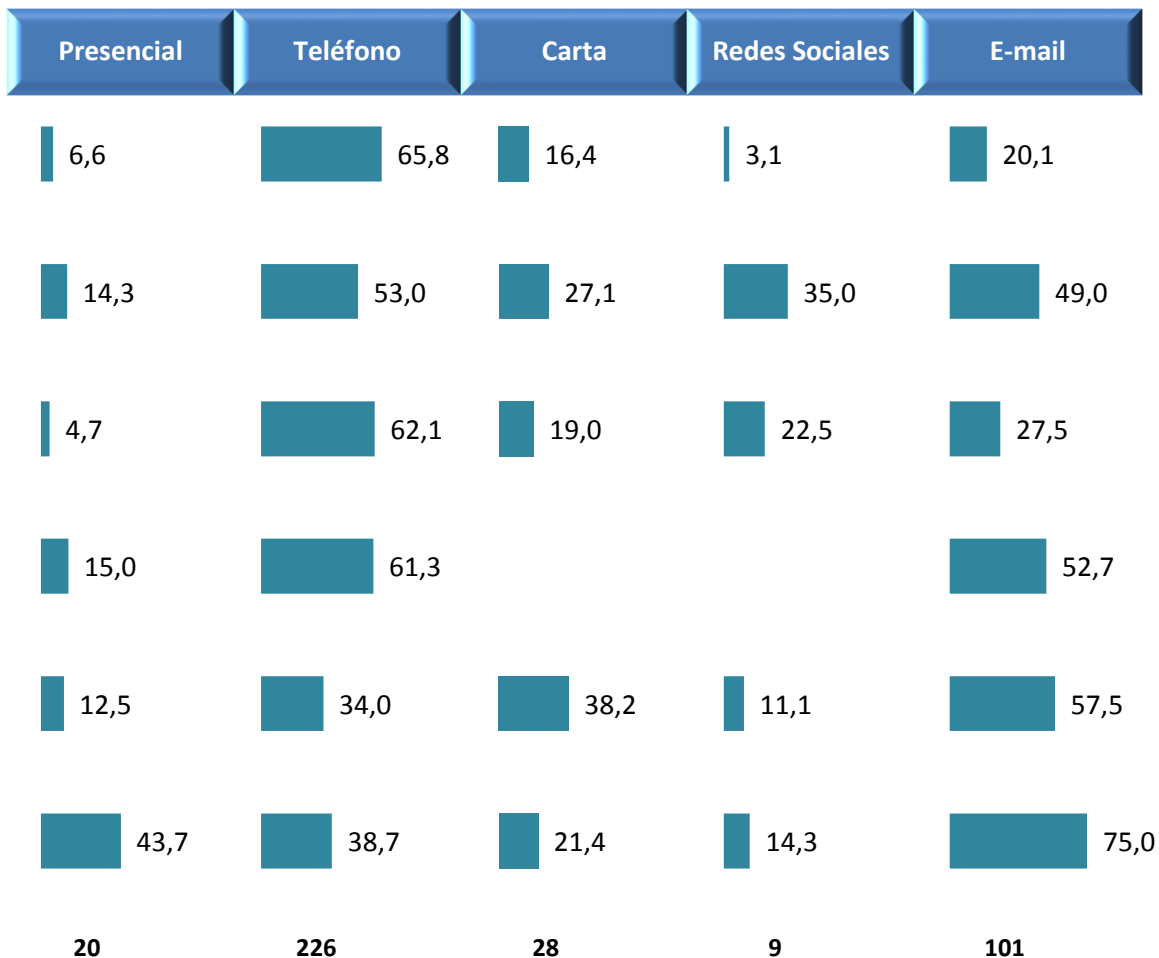
## Tipo de PQRS y canal

En lo que va corrido de este año,  
¿Usted se ha comunicado con la oficina de  
atención al cliente de la CRC para \_\_

Entrevistados



¿A través de qué medios: \_\_\_\_\_?





En lo que va corrido de este año, ¿Usted se ha comunicado con la oficina de atención al cliente de la CRC para \_\_\_

| TIPO DE CONSULTA                                               | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST      | OPERADOR POSTAL | OPERADOR TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|----------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|-----------|-----------------|---------------------|------------------|
| Hacer una consulta o solicitar información general             | 53,0              | 64,7                | 63,1      | 56,4            | 36,7                | 58,8             |
| Solicitar información de mercado                               | 38,3              | 51,0                | 58,5      | 48,7            | 26,7                | 41,2             |
| Solicitar información técnica                                  | 6,1               | 5,9                 | 10,8      | 1,3             | 6,7                 | 29,4             |
| Presentar una sugerencia                                       | 21,7              | 35,3                | 27,7      | 41,0            | 13,3                | 29,4             |
| Presentar una petición, queja o reclamo relacionada con la CRC | 8,7               | 5,9                 | 7,7       | 2,6             | 3,3                 | 17,6             |
| Presentar PQRS, relacionada con otra entidad del sector        | 15,7              | 5,9                 | 12,3      | 7,7             | 3,3                 | 5,9              |
| <i>Entrevistados</i>                                           | <b>115</b>        | <b>51</b>           | <b>65</b> | <b>78</b>       | <b>30</b>           | <b>17</b>        |

| TIPO DE CONSULTA                                   | MEDIO UTILIZADO | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|----------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|------|-----------------|---------------------|------------------|
| Hacer una consulta o solicitar información general | Presencial      | 6,8               | 3,8                 | 5,3  | 2,6             |                     | 14,3             |
|                                                    | Teléfono        | 65,9              | 84,6                | 71,1 | 84,2            | 75,0                | 14,3             |
|                                                    | Carta           |                   | 3,8                 | 2,6  | 7,9             | 25,0                | 42,9             |
|                                                    | Redes Sociales  | 2,3               | 3,8                 |      |                 |                     |                  |
|                                                    | E-mail          | 25,0              | 3,8                 | 21,1 | 7,9             |                     | 42,9             |
| Solicitar información de mercado                   | Presencial      |                   |                     | 14,3 |                 |                     |                  |
|                                                    | Teléfono        | 71,4              | 66,7                | 57,1 |                 | 50,0                | 20,0             |
|                                                    | Carta           |                   |                     | 14,3 |                 |                     | 40,0             |
|                                                    | Redes Sociales  |                   |                     |      |                 | 50,0                | 20,0             |
|                                                    | E-mail          | 28,6              | 33,3                | 42,9 | 100,0           |                     | 40,0             |
| Solicitar información técnica                      | Presencial      |                   | 5,6                 | 5,6  | 3,1             |                     |                  |
|                                                    | Teléfono        | 60,0              | 77,8                | 50,0 | 75,0            | 50,0                | 60,0             |
|                                                    | Carta           | 8,0               |                     |      | 3,1             | 25,0                | 40,0             |
|                                                    | Redes Sociales  |                   |                     |      |                 | 25,0                | 20,0             |
|                                                    | E-mail          | 32,0              | 16,7                | 50,0 | 18,8            |                     | 20,0             |

| TIPO DE CONSULTA                                               | MEDIO UTILIZADO | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|---------------------|------|-----------------|---------------------|------------------|
| Presentar una sugerencia o felicitación                        | Presencial      | 10,0              |                     | 20,0 |                 |                     |                  |
|                                                                | Teléfono        | 70,0              | 66,7                | 20,0 | 50,0            | 100,0               |                  |
|                                                                | E-mail          | 20,0              | 33,3                | 60,0 | 50,0            |                     | 100,0            |
| Presentar una petición, queja o reclamo relacionada con la CRC | Presencial      |                   |                     | 12,5 |                 |                     |                  |
|                                                                | Teléfono        | 11,1              | 33,3                | 25,0 | 66,7            |                     |                  |
|                                                                | Carta           | 11,1              |                     | 25,0 | 16,7            | 100,0               |                  |
|                                                                | Redes Sociales  | 11,1              |                     |      |                 |                     |                  |
|                                                                | E-mail          | 66,7              | 66,7                | 37,5 | 16,7            |                     | 100,0            |
| Presentar PQRS, relacionada con otra entidad del sector        | Presencial      |                   | 66,7                | 14,3 | 50,0            |                     |                  |
|                                                                | Teléfono        | 28,6              | 33,3                | 42,9 | 50,0            |                     |                  |
|                                                                | Carta           | 14,3              |                     | 28,6 |                 |                     |                  |
|                                                                | Redes Sociales  | 14,3              |                     |      |                 |                     |                  |
|                                                                | E-mail          | 42,9              |                     | 57,1 |                 | 100,0               | 100,0            |

## Calificación declarada clientes

| PQRS | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|
|------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|

|          |      |      |      |      |      |      |
|----------|------|------|------|------|------|------|
| NSP PQRS | 71,0 | 84,3 | 81,4 | 75,8 | 79,0 | 76,0 |
|----------|------|------|------|------|------|------|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

|                                                                                                                     |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|
| La <b>variedad de canales o medios</b> para hacer la solicitud, consulta presentar la queja reclamo o requerimiento | 76,3 | 84,8 | 82,5 | 75,6 | 81,8 | 75,0 |
| La <b>claridad</b> acerca del <b>procedimiento</b> a seguir                                                         | 70,4 | 82,6 | 80,6 | 73,2 | 81,8 | 67,5 |
| La <b>actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y darle respuesta                               | 75,4 | 89,4 | 82,5 | 76,2 | 81,8 | 84,4 |
| La <b>información recibida</b> comparada con la solicitada. Lo completa que fue la respuesta                        | 73,3 | 87,1 | 80,0 | 77,4 | 77,3 | 75,0 |
| La <b>claridad</b> de la <b>respuesta</b>                                                                           | 69,2 | 87,9 | 80,0 | 75,6 | 75,0 | 69,4 |
| El <b>cumplimiento de los tiempos</b> de respuesta establecidos por la Ley                                          | 68,2 | 87,1 | 80,6 | 78,0 | 84,1 | 78,6 |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras <b>entidades públicas</b>                                    | 69,5 | 86,7 | 83,3 | 76,2 | 79,5 | 75,0 |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras <b>entidades públicas del sector</b>                         | 69,1 | 83,9 | 83,1 | 75,6 | 77,3 | 78,6 |

Entrevistados

61/115

33/51

40/65

44/78

11/30

10/17


\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que presentaron solicitudes, quejas, reclamos o recomendaciones.









## Calificación declarada total CRC

| PQRS | CALIFICACIÓN |
|------|--------------|
|------|--------------|

**NSP: Nivel de Satisfacción:**

Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                          |                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| NSP PQRS                                                                                                 |  77,9 |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i> |                                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                        |                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br/>Corresponde al <b>promedio</b> de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ___?)</p> | La <b>actitud</b> o disposición del personal de la CRC para atender y darle respuesta                                  |  81,6   |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | El <b>cumplimiento</b> de los tiempos de respuesta establecidos por la Ley                                             |  79,4   |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | La <b>variedad</b> de canales o medios para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento |  79,3   |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | El <b>tiempo</b> de respuesta en comparación con <b>otras entidades públicas</b>                                       |  78,4   |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | La información recibida comparada con la solicitada. <b>Lo completa</b> que fue la respuesta                           |  78,3   |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | El <b>tiempo</b> de respuesta en comparación con otras Entidades <b>Públicas del sector</b>                            |  77,9 |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | La <b>claridad</b> de la respuesta                                                                                     |  76,2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                     | La claridad acerca del <b>procedimiento</b> a seguir                                                                   |  76,0 |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que presentaron solicitudes, quejas, reclamos o recomendaciones.: 199

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar el proceso de atención y respuesta a las solicitudes, quejas, reclamos o requerimientos de la CRC?

| PQRS                                                                                                   | TOTAL | USUARIO<br>CIUDADANO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR<br>POSTAL | OPERADOR<br>DE TELEVISIÓN | ESTADO/<br>GOBIERNO |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------|------------------------|------|--------------------|---------------------------|---------------------|
| Deben mejorar el <b>tiempo de respuesta/ mayor claridad de los tiempos</b>                             | 19,7  | 24,6                 | 3,0                    | 12,5 | 9,1                | 9,1                       | 60,0                |
| Debe mejorar la atención al cliente/<br><b>asesoría más personalizada</b>                              | 13,9  | 3,3                  | 3,0                    | 10,0 | 6,8                | 9,1                       | 20,0                |
| Deben hacer <b>más divulgación</b><br>de los servicios que presta la CRC                               | 9,5   | 13,1                 |                        | 15,0 | 13,6               |                           |                     |
| El personal que brinda la información debe tener<br><b>conceptos claros respecto a la normatividad</b> | 8,7   | 8,2                  | 6,1                    | 15,0 | 4,5                |                           |                     |
| Deben mejorar los <b>canales de comunicación/</b><br>implementar un chat de atención                   | 8,5   | 3,3                  |                        | 2,5  | 4,5                |                           | 10,0                |
| Deben tener mayor <b>difusión de la información de</b><br>las funciones de la CRC                      | 5,1   |                      |                        |      |                    | 9,1                       | 10,0                |
| Deben hacer más regulación/ <b>más control para</b><br>evitar quejas o reclamos                        | 4,5   | 6,6                  |                        | 2,5  |                    |                           |                     |
| Deben hacer un manual del procedimientos a<br>seguir y <b>subirlo a la web</b>                         | 2,3   |                      |                        |      | 2,3                |                           |                     |
| Deben <b>mejorar la página web</b>                                                                     | 1,6   | 1,6                  |                        |      |                    |                           |                     |
| Otro                                                                                                   | 2,0   | 1,6                  |                        |      | 2,3                |                           |                     |
| Nada                                                                                                   | 55,1  | 45,9                 | 87,9                   | 55,0 | 59,1               | 72,7                      | 10,0                |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

199/356

61/115

33/51

40/65

44/78

11/30

10/17

## Principales Hallazgos

- Logra un **indicador** de satisfacción en **77.9**.
- Los **más satisfechos** son los **usuarios empresariales** (84.3). Los usuarios **ciudadanos** son los **más insatisfechos** (71.0)
- La **actitud/ disposición de servicio del personal** de la CRC para atender y dar respuesta a la PQRS es el aspecto que **mayor satisfacción** genera (81.6).
- Lo que **mayor insatisfacción** genera es la **claridad acerca del procedimiento a seguir** (76.0) y la claridad de la respuesta (76.2)
- **Los clientes esperan:**
  - **Darse a conocer:** Mayor difusión de la información de las funciones y los servicios que ofrece la CRC.
  - **Mayor agilidad:** Mejorar los tiempos de respuesta antes las PQRS.
  - **Atención al cliente:** Brindar asesoría personalizada, el personal de atención al cliente debe evidenciar claridad y conocimiento sobre la normatividad, mejorar los canales de comunicación (chat de atención), dar conocer el manual del procedimientos a seguir y subirlo a la web.
  - **Mayor control:** Deben hacer más regulación y **más control para evitar quejas o reclamos**
  - Garantizar que la **información entregada al cliente sea la solicitada** y que la respuesta sea completa. Especialmente a los PRST y a los operadores de TV
  - **Dar respuestas claras.** Aspecto que reclaman con mayor fuerza los usuarios ciudadanos y los operadores postales.
  - **Cumplir con los tiempos pactados/** tiempos de ley. Solicitud de mayor relevancia para los operadores postales.
  - **Ofrecer tiempos de respuesta menores que otros entidades** públicas o del sector. Expectativa que es mencionada en mayor medida por los usuarios ciudadanos, Operadores Postales, Operadores de TV.

# Atención al Cliente

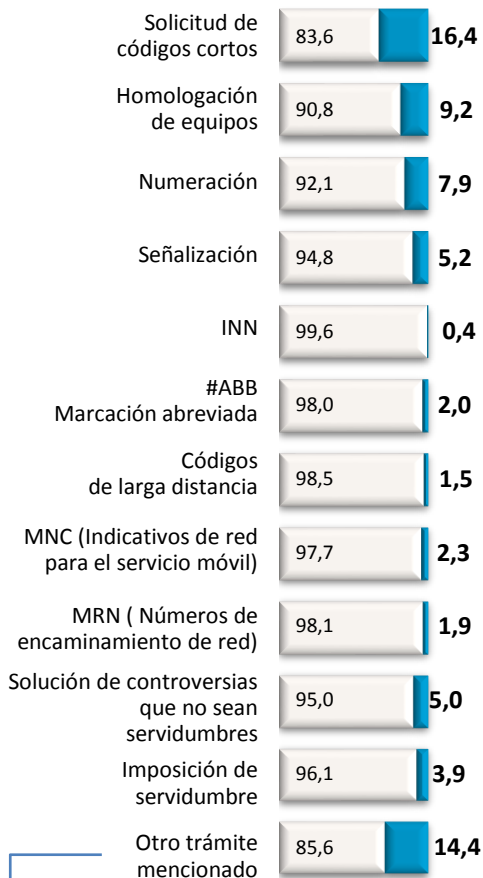
## Trámites



## Calificación declarada clientes

¿Cuál o cuáles de los siguientes trámites ha realizado ante la CRC?

■ No ■ Si



| TRÁMITES | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN |
|----------|---------------------|------|-----------------|------------------------|
|----------|---------------------|------|-----------------|------------------------|

Valores promedio

|                     |      |      |      |   |
|---------------------|------|------|------|---|
| <b>NSP TRÁMITES</b> | 87,6 | 82,1 | 75,0 | * |
|---------------------|------|------|------|---|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

|                                                                                                  |      |      |      |       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|-------|
| <b>La facilidad para solicitar el trámite</b>                                                    | 85,9 | 83,7 | 64,3 | 75,0  |
| <b>La claridad</b> acerca del procedimiento a seguir para realizar el trámite                    | 80,7 | 81,7 | 67,9 | 25,0  |
| <b>La actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y dar respuesta              | 89,4 | 79,8 | 76,8 | 75,0  |
| <b>La información recibida</b> comparada con la solicitada. Lo completa que fue la respuesta     | 91,7 | 80,8 | 78,6 | 25,0  |
| <b>El cumplimiento</b> de los tiempos para dar una respuesta                                     | 88,5 | 81,0 | 80,4 | 100,0 |
| <b>El tiempo de respuesta</b> en comparación con los dados por otras entidades públicas          | 90,0 | 82,3 | 80,4 | 100,0 |
| <b>El tiempo de respuesta</b> en comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones | 89,5 | 83,0 | 79,2 | 100,0 |

Entrevistados

48/51

27/65

16/78

1/30


De manera espontánea los clientes consideran que ante la CRC realizan otros trámites como actualización de datos, presentación de reportes, asignación de claves, cambio de usuario. Los operadores postales respondieron otros trámites. Para la próxima medición se debe definir si el proceso de trámites (y cuáles) se aplica o no a Operadores Postales y de TV.








- Un solo operador de Televisión realizó trámites ante la CRC lo que no permite incluirlo en el método matemático de regresión, para establecer el NSC calculado.
- Las calificaciones de los atributos corresponden a los entrevistados que Sí realizaron Trámites.

## Calificación declarada total CRC

| TRÁMITES | CALIFICACIÓN |
|----------|--------------|
|----------|--------------|

**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                          |                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NSP TRÁMITES</b>                                                                                      |  <b>81,5</b> |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i> |                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                |                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br/>Corresponde al <b>promedio</b> de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. <b>(¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ___?)</b></p> | El <b>tiempo</b> de respuesta en comparación con los datos por otras <b>entidades públicas</b> |  <b>88,2</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | El <b>tiempo</b> de respuesta en comparación con otras <b>empresas del sector</b>              |  <b>87,9</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | El <b>cumplimiento</b> de los tiempos para dar una respuesta                                   |  <b>87,5</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | La <b>actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y dar respuesta            |  <b>80,3</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | La <b>facilidad</b> para solicitar el trámite                                                  |  <b>77,2</b>  |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | La información recibida comparada con la solicitada. <b>Lo completa</b> que fue la respuesta   |  <b>69,0</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                                            | La claridad acerca del <b>procedimiento</b> a seguir para realizar el trámite                  |  <b>63,8</b> |

\* Las calificaciones de los atributos corresponden a los entrevistados que Sí realizaron Trámites: 92



¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar el proceso de solicitud y realización de trámites antes la CRC?

Porcentaje %

| TRÁMITES                                                                                                                   | TOTAL | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------|------|-----------------|------------------------|
| Deben <b>suministrar información pertinente/clara/mayor difusión de la información</b>                                     | 36,7  | 6,3                 | 3,7  |                 | 100,0                  |
| La página web debe tener un aplicativo más claro para el <b>procedimiento que se debe seguir/más didáctico/ tutoriales</b> | 10,4  | 10,4                |      |                 |                        |
| Las respuestas deben ser <b>más oportunas/más rápidas</b>                                                                  | 9,5   | 4,2                 | 14,8 |                 |                        |
| Deben hacer <b>recordatorios de trámites</b> , procesos por diferentes medios de comunicación                              | 7,4   |                     | 7,4  |                 |                        |
| Los <b>formatos deben ser más claros</b>                                                                                   | 7,4   |                     | 7,4  |                 |                        |
| Deben <b>mejorar la comunicación/contestar los teléfonos</b>                                                               | 6,3   |                     |      | 6,3             |                        |
| Deben hacer <b>capacitaciones para montar planillas</b> y formatos en la página                                            | 6,3   |                     |      | 6,3             |                        |
| El <b>personal de atención al cliente</b> debe ser más capacitado y dispuesto para dar solución                            | 5,9   | 4,2                 | 7,4  | 6,3             |                        |
| Los <b>trámites deben ser más claros/ más rápidos</b>                                                                      | 4,7   | 2,1                 | 7,4  |                 |                        |
| Deben tener <b>sucursales en las diferentes capitales</b>                                                                  | 4,2   | 4,2                 |      |                 |                        |
| Debe haber mayor regulación/ <b>actualización de las leyes para evitar confusiones en los trámites</b>                     | 3,9   | 4,2                 | 3,7  |                 |                        |
| Otro                                                                                                                       | 3,7   |                     | 3,7  |                 |                        |
| Nada                                                                                                                       | 67,1  | 64,6                | 55,6 | 81,3            |                        |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

92/356

48/51

27/65

16/78

1/30

- Se ubica en un **nivel de satisfacción** de **81.5**.
- Los **usuarios empresariales** (87.6) son los **más satisfechos** y los **más insatisfechos** son los **Operadores Postales** (75.0).
- Los atributo que **mayor satisfacción** generan están relacionados con **el tiempo** -*el tiempo de respuesta en comparación con los datos por otras entidades públicas (88.2), el tiempo de respuesta en comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones (87.9), el cumplimiento de los tiempos para dar una respuesta (87.5)*-
- La **mayor insatisfacción** se genera por la poca **claridad acerca del del procedimiento** a seguir para realizar el trámite (63.8)
- **Los clientes esperan:**
  - **Divulgación del procedimiento:** Suministrar información más pertinente, clara y aumentar su divulgación. Tener en la página web con un aplicativo más claro, más didáctico (tutoriales) acerca del procedimiento que se debe seguir para realizar trámites. Contar con formatos más claros para realizar los trámites. Mayor divulgación acerca de la regulaciones y actualización de las leyes para evitar confusiones en los trámites. Hacer recordatorios de trámites y/o procesos por diferentes medios de comunicación
  - **Mayor agilidad:** Respuestas más oportunas, más rápidas
  - **Atención al cliente:** Mejorar la atención, especialmente la telefónica, hacer capacitaciones para montar planillas y formatos en la página, personal capacitado, con actitud de servicio y con disposición para atender y dar respuesta. Tener sucursales en las diferentes capitales del país
  - Garantizar que la **información entregada al cliente sea la solicitada, que** respuesta sea completa. Especialmente a los PRST

# 5. PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN



# Pago de la contribución

## Pago de la contribución



| PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN                                                                                                      | PRST                              | OPERADOR POSTAL                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha realizado o ha participado en el proceso de pago de la <b>CONTRIBUCIÓN</b> a la CRC? | <p>■ Si ■ No</p> <p>76,9 23,1</p> | <p>■ Si ■ No</p> <p>88,5 11,5</p> |

Valores promedio

| NSP CONTRIBUCIÓN                                                                                                                                      | PRST | OPERADOR POSTAL |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------|
|                                                                                                                                                       | 76,5 | 76,2            |
| ¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ____?                                                    |      |                 |
| La <b>claridad</b> acerca del procedimiento a seguir para realizar el pago de la contribución a la CRC                                                | 74,5 | 71,7            |
| Los <b>mecanismos</b> de pago dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución                                                          | 77,6 | 77,9            |
| La <b>facilidad</b> para realizar el pago de la contribución a la CRC                                                                                 | 77,6 | 76,8            |
| La <b>actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución | 80,5 | 76,1            |

Entrevistados


50/65





69/78

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí realizaron o participaron del proceso Pago de Contribución.

| PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN | CALIFICACIÓN |
|-------------------------|--------------|
|-------------------------|--------------|

**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                          |                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>NSP CONTRIBUCIÓN</b>                                                                                  |  <b>76,4</b> |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i> |                                                                                                 |

|                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                              |                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br/>Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ___?)</p> | <p>La <b>actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución</p> |  <b>78,3</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                              | <p>Los <b>mecanismos de pago</b> dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución</p>                                                          |  <b>77,7</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                              | <p>La <b>facilidad</b> para realizar el pago de la contribución a la CRC</p>                                                                                 |  <b>77,2</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                              | <p>La claridad acerca del <b>procedimiento</b> a seguir para realizar el pago de la contribución a la CRC</p>                                                |  <b>73,1</b> |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí realizaron o participaron del proceso Pago de Contribución:119

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar el proceso para el pago de la contribución a la CRC?

Porcentaje %

| PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN                                                                                                          | TOTAL | PRST | OPERADOR POSTAL |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-----------------|
| El pago <b>por la web debe ser más fácil de</b> realizar/<br>más ágil                                                            | 18,4  | 18,0 | 18,8            |
| La información del <b>procedimiento debe estar siempre visible en la web/</b> estar actualizada/ debe ser claro el procedimiento | 17,6  | 28,0 | 7,2             |
| Debe haber <b>convenio con otras entidades bancarias/</b> más medios de pago                                                     | 8,3   | 8,0  | 8,7             |
| Debe haber <b>personal dispuesto a atender las consultas e</b> inquietudes relacionadas/ facilitar la comunicación               | 6,8   | 2,0  | 11,6            |
| Deben <b>enviar recordatorios</b> de las fechas de pago por diferentes medios                                                    | 5,6   | 4,0  | 7,2             |
| Deben generar una <b>factura o liquidación</b> del valor total del pago y no una fórmula para llenar/ a veces se llena mal       | 5,4   | 8,0  | 2,9             |
| El <b>pago realizado en la página</b> debe quedar registrado de inmediato                                                        | 2,9   |      | 2,9             |
| Otro                                                                                                                             | 2,4   | 2,0  | 2,9             |
| Nada                                                                                                                             | 38,3  | 36,0 | 40,6            |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

119/356

50/65

69/78

- Logra un **nivel de satisfacción** de **76.4**.
- Tanto los **PRST** (76.5) como los **Operadores Postales** (76.2) registran niveles de satisfacción similares.
- La **actitud o disposición** del personal de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas con el pago de la contribución (78.3) es el aspecto **mejor calificado**.
- El atributo que **menor satisfacción** genera es la **claridad** acerca del procedimiento a seguir para realizar el pago de la contribución a la CRC (73.1).
- **Los clientes esperan:**
  - **Canales de pago:** El pago por la web debe ser más fácil de realizar, contar con mayores medios de pago y tener convenio con otras entidades. Ofrecer diferentes mecanismos para realizar el pago de la contribución. Facilitar el proceso para el pago de la contribución a la CRC
  - **Disponibilidad del procedimiento:** La información del procedimiento debe estar siempre visible en la web, actualizada y clara.
  - **Atención al cliente:** Debe haber personal dispuesto a atender las consultas e inquietudes relacionadas, facilitar la comunicación y enviar recordatorios de las fechas de pago por diferentes medios. Especialmente entre los Operadores Postales.
  - **Constancia de pago:** Se debe generar una factura o liquidación del valor total del pago (no una fórmula para llenar) y que el pago realizado en la página quede registrado de inmediato



## 6. ACTIVIDAD REGULATORIA



# Actividad Regulatoria

## Proyectos regulatorios Publicados



# Proyectos Regulatorios Publicados

## Calificación declarada clientes

| PROYECTOS REGULATORIOS PUBLICADOS                                                                           | PRST                   | OPERADOR POSTAL       | OPERADOR DE TELEVISIÓN |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha participado en <b>Proyectos Regulatorios</b> realizados por la CRC? | ■ Si ■ No<br>24,6 75,4 | ■ Si ■ No<br>3,8 96,2 | ■ Si ■ No<br>6,7 93,3  |

|                                              |             |   |   |
|----------------------------------------------|-------------|---|---|
| <b>NSP PROYECTOS REGULATORIOS PUBLICADOS</b> | <b>71,8</b> | * | * |
|----------------------------------------------|-------------|---|---|

¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos \_\_\_\_?

|                                                                                                                          |             |             |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| La <b>promoción</b> de la participación de los <b>usuarios</b>                                                           | <b>84,4</b> | <b>66,7</b> | <b>62,5</b> |
| La <b>promoción</b> de la participación de los <b>proveedores y operadores</b> de las TIC                                | <b>86,7</b> | <b>58,3</b> | <b>75,0</b> |
| La <b>disposición</b> al diálogo y el interés de sus funcionarios en escuchar diferentes puntos de vista                 | <b>73,3</b> | <b>83,3</b> | <b>50,0</b> |
| Los <b>plazos</b> que da <b>para participar</b> en los proyectos regulatorios en función de la complejidad de los mismos | <b>60,9</b> | <b>75,0</b> | <b>50,0</b> |
| El <b>análisis y respuesta</b> que realiza a las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector         | <b>70,3</b> | <b>66,7</b> | <b>62,5</b> |
| La <b>oportunidad</b> de la regulación emitida                                                                           | <b>62,5</b> | <b>41,7</b> | <b>62,5</b> |
| La <b>coherencia</b> del marco regulatorio que produce                                                                   | <b>71,9</b> | <b>50,0</b> | <b>75,0</b> |
| El grado en que la regulación propende por el bienestar social y la <b>protección de los derechos</b> de los usuarios    | <b>79,7</b> | <b>75,0</b> | <b>75,0</b> |
| El grado en que la regulación <b>promueve la libre y leal competencia y la inversión</b> en el sector de las TIC         | <b>62,5</b> | <b>75,0</b> | <b>75,0</b> |
| La <b>claridad</b> y precisión técnica de la regulación emitida                                                          | <b>65,6</b> | <b>75,0</b> | <b>62,5</b> |
| Los <b>documentos</b> soporte de las resoluciones emitidas                                                               | <b>71,9</b> | <b>75,0</b> | <b>62,5</b> |

Entrevistados

16/65

3/78

2/30

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que **SÍ** realizó Proyectos Regulatorios.

\* Dado el bajo número de entrevistados que respondieron a esta pregunta del segmento Operadores Postales y Televisión no es posible realizar el análisis estadístico de regresión para calcular la importancia/ peso, por no es posible obtener el NSC para estos clientes, solo las calificaciones declaradas

Valores promedio

# Proyectos Regulatorios Publicados

## Calificación declarada total CRC

| PROYECTOS REGULATORIOS PUBLICADOS                                                                                       | CALIFICACIÓN |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>NSP PROYECTOS REGULATORIOS PUBLICADOS</b>                                                                            | <b>71,8</b>  |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i>                |              |
| El grado en que la regulación propende por el <b>bienestar social y la protección de los derechos de los usuarios</b>   | <b>76,6</b>  |
| La promoción de la participación de los proveedores y operadores de las TIC                                             | <b>73,3</b>  |
| <b>La promoción de la participación de los usuarios</b>                                                                 | <b>71,2</b>  |
| El grado en que la regulación <b>promueve la libre y leal competencia</b> y la inversión en el sector de las TIC        | <b>70,8</b>  |
| Los <b>documentos soporte</b> de las resoluciones emitidas                                                              | <b>69,8</b>  |
| La <b>disposición al diálogo</b> y el interés de sus funcionarios en escuchar diferentes puntos de vista                | <b>68,9</b>  |
| La <b>claridad y precisión técnica</b> de la regulación emitida                                                         | <b>67,7</b>  |
| El <b>análisis y respuesta</b> que realiza a las <b>observaciones</b> presentadas por los diferentes actores del sector | <b>66,5</b>  |
| La <b>coherencia del marco regulatorio</b> que produce                                                                  | <b>65,6</b>  |
| Los <b>plazos que da para participar</b> en los proyectos regulatorios en función de la complejidad de los mismos       | <b>62,0</b>  |
| La <b>oportunidad</b> de la regulación emitida                                                                          | <b>55,6</b>  |

**NSP: Nivel de Satisfacción:**

Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

**CALIFICACIÓN DECLARADA:**

Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con \_\_\_?)

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí realizó Proyectos Regulatorios:21

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar la actividad regulatoria de la CRC?

Porcentaje %

| PROYECTOS REGULATORIOS PUBLICADOS                                                                                                    | TOTAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-----------------|------------------------|
| <b>Ser más activo/ Ajustar la normatividad actual</b> teniendo en cuenta la dinámica actual del mercado/ Debe haber mayor regulación | 47,2  | 25,0 | 66,7            | 50,0                   |
| <b>Mayor plazo/ mayor tiempo de discusión/ más claridad</b> acerca de los tiempo de discusión                                        | 43,8  | 43,8 |                 |                        |
| <b>Considerar el impacto</b> en los usuarios/ empresas                                                                               | 12,5  | 12,5 |                 |                        |
| Tener más en cuenta la <b>opinión de los usuarios y empresas</b>                                                                     | 12,5  | 12,5 |                 |                        |
| Nada                                                                                                                                 | 34,0  | 18,8 | 33,3            | 50,0                   |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

21/356

16/65

3/78

2/30


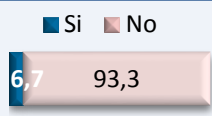
- Logra un **nivel de satisfacción de 71.8.**
- El atributo que genera **mayor satisfacción** es el grado en que la regulación **propende por el bienestar social y la protección de los derechos de los usuarios** (76.6).
- **La mayor insatisfacción** radica en la **oportunidad de la regulación emitida** (55.6).
- **Los PRST esperan:**
  - **Mayor actividad regulatoria:** Ser una entidad más activa, debe haber mayor regulación y ajustar la normatividad vigente teniendo en cuenta la dinámica actual del mercado
  - **Discusión de los proyectos regulatorios:** Mayor plazo y mayor claridad de los tiempo de discusión
  - **Considerar a todos los actores del mercado:** Analizar el impacto en los usuarios y de las empresas y tener más en cuenta la opinión de los mismos

# Actividad Regulatoria

## Información de estudios técnicos o de mercado



## Calificación declarada clientes

| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADO                                                                           | PRST                                                                               | OPERADOR POSTAL                                                                     | OPERADOR DE TELEVISIÓN                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha consultado Estudios técnicos o de mercado realizados por la CRC? |  |  |  |
| <b>NSP</b><br>ESTUDIOS TÉCNICOS O DE MERCADO                                                             | <b>84,3</b>                                                                        | <b>74,0</b>                                                                         | *                                                                                   |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i> |                                                                                    |                                                                                     |                                                                                     |
| <b>La facilidad</b> de acceso a la información                                                           | <b>88,8</b>                                                                        | <b>81,3</b>                                                                         | <b>75,0</b>                                                                         |
| La <b>pertinencia</b> de la información                                                                  | <b>87,5</b>                                                                        | <b>81,3</b>                                                                         | <b>75,0</b>                                                                         |
| La <b>oportunidad</b> en la divulgación de la información                                                | <b>80,0</b>                                                                        | <b>77,1</b>                                                                         | <b>87,5</b>                                                                         |
| La <b>sustentación</b> de la información                                                                 | <b>83,8</b>                                                                        | <b>70,5</b>                                                                         | <b>75,0</b>                                                                         |
| La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                | <b>87,5</b>                                                                        | <b>72,9</b>                                                                         | <b>75,0</b>                                                                         |
| El <b>aporte</b> de la información de estudios técnicos o de mercado al fortalecimiento del sector       | <b>83,8</b>                                                                        | <b>68,8</b>                                                                         | <b>87,5</b>                                                                         |
| <b>Entrevistados</b>                                                                                     | <b>20/65</b>                                                                       | <b>12/78</b>                                                                        | <b>2/30</b>                                                                         |

\* Dos Operadores de Televisión consultaron estudios técnicos o de mercado, lo que no permitió incluirlos en el método matemático de regresión, para establecer el NSC calculado.

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí Consultó estudios técnicos o de mercados.



## Calificación declarada total CRC

| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADO | CALIFICACIÓN |
|--------------------------------|--------------|
|--------------------------------|--------------|

**NSP: Nivel de Satisfacción:**

Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                   |                                   |      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------|
| NSP ESTUDIOS TÉCNICOS O DE MERCADO                                                                | <input type="text" value="79,1"/> | 79,1 |
| ¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___? |                                   |      |

|                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                             |                                   |      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------|
| <p><b>CALIFICACIÓN DECLARADA:</b><br/>Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con ___?)</p> | La <b>facilidad</b> de acceso a la información                                              | <input type="text" value="81,7"/> | 81,7 |
|                                                                                                                                                                                                                                              | La <b>oportunidad</b> en la divulgación de la información                                   | <input type="text" value="81,5"/> | 81,5 |
|                                                                                                                                                                                                                                              | La <b>pertinencia</b> de la información                                                     | <input type="text" value="81,3"/> | 81,3 |
|                                                                                                                                                                                                                                              | El aporte de la información de estudios técnicos o de mercado al fortalecimiento del sector | <input type="text" value="80,0"/> | 80,0 |
|                                                                                                                                                                                                                                              | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                   | <input type="text" value="78,5"/> | 78,5 |
|                                                                                                                                                                                                                                              | La <b>sustentación</b> de la información                                                    | <input type="text" value="76,4"/> | 76,4 |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí Consultó estudios técnicos o de mercado: 34.

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar la información de estudios técnicos y de mercado suministrada por la CRC? Porcentaje %

| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADO                                                                                                  | TOTAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|------|-----------------|------------------------|
| Deben <b>abordar más temas</b> / deben cubrir la realidad del mercado internacional y local/ mayor información del sector       | 35,0  | 20,0 |                 | 50,0                   |
| La información debe ser <b>más actualizada</b> / fácil de encontrar/ más profunda                                               | 13,3  | 10,0 | 16,7            |                        |
| Deben <b>publicar la recopilación de estudios</b> realizados como memorias/ publicarla en diferentes medios para llegar a todos | 9,2   | 10,0 | 8,3             |                        |
| Los procesos de los estudios deben hacerse más ágiles <b>en menor tiempo</b>                                                    | 10,0  | 10,0 |                 |                        |
| Nada                                                                                                                            | 60,0  | 55,0 | 75,0            | 50,0                   |

*Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada*

Entrevistados

34/356

20/65

12/78

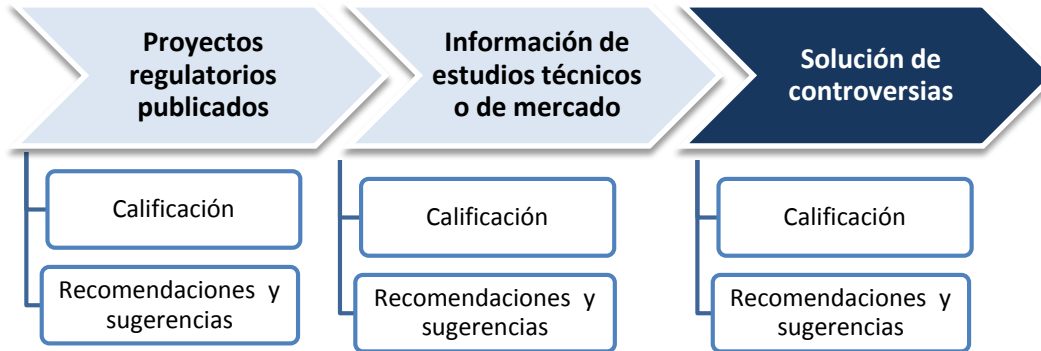
2/30

## *Principales Hallazgos*

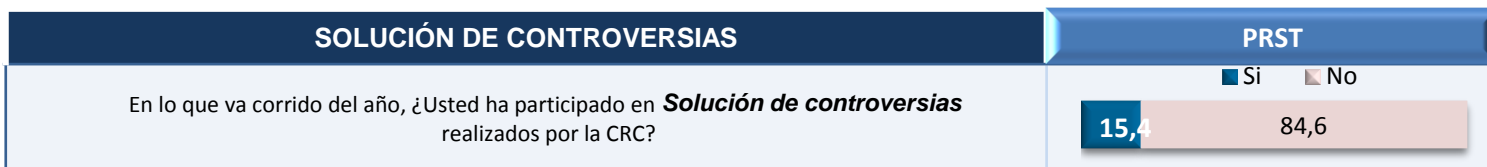
- Registra un indicador de **satisfacción** de **79.1**
- Los **PRST** se muestran **más satisfechos** (84.3), que los Operadores Postales (74.0)
- Los aspectos que mayor satisfacción generan son: La **facilidad de acceso** a la información (81.7), La **oportunidad** en la divulgación de la información (81.5), La **pertinencia** de la información (81.3).
- La **insatisfacción** se relaciona en mayor medida con la **sustentación** de la información (76.4)
- **Los clientes esperan:**
  - **Mayor cobertura temática.** Deben abordar más temas, que cubran la realidad del mercado internacional y local y que genere mayor información del sector
  - **Disponibilidad de la información:** La información debe ser más actualizada, fácil de encontrar y más profunda. Los procesos de los estudios deben hacerse más ágiles, en menor tiempo, deben publicar la recopilación de estudios realizados como memorias y divulgarla en diferentes medios para que llegue y se encuentre disponible para todos los públicos

# Actividad Regulatoria

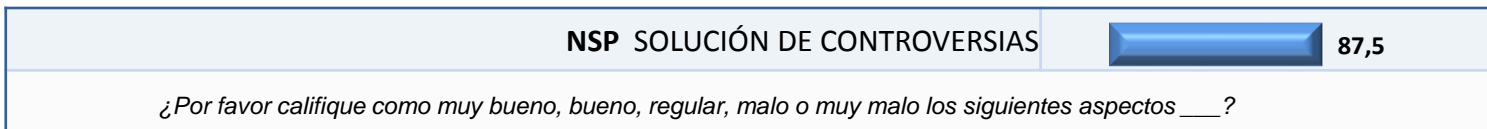
## Solución de controversias



## Calificación declarada clientes



**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo



|                                                                                                                                                                                         |      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| El <b>trato recibido</b> por parte del personal de la CRC durante todo el proceso administrativo                                                                                        | 97,5 |
| La posibilidad de <b>acceder a los expedientes</b> cuando lo necesitó                                                                                                                   | 94,4 |
| La <b>disponibilidad del personal</b> de la CRC para recibirlo y atenderlo durante todo el proceso administrativo                                                                       | 92,5 |
| Los <b>procesos de notificación</b> de las resoluciones particulares surtidos                                                                                                           | 92,5 |
| La <b>revisión del cumplimiento</b> de los requisitos de forma y procedimiento de la solicitud antes de dar inicio a la actuación administrativa                                        | 90,0 |
| El <b>acceso a la información</b> sobre la solicitud, para que pudiera presentar sus argumentos de hecho, derecho y pruebas dentro del proceso administrativo                           | 87,5 |
| Las <b>garantías al derecho a la defensa</b> , es decir, la posibilidad de pronunciarse sobre el tema, dentro de las oportunidades legalmente establecidas                              | 87,5 |
| El <b>apego del proceso</b> seguido por la CRC a los términos de Ley                                                                                                                    | 87,5 |
| Los <b>tiempos de respuesta de la CRC</b> en comparación con los dados por otras autoridades bien sea administrativas o judiciales (instancias de solución de controversias en el país) | 87,5 |
| La <b>integridad de la decisión</b> , es decir, revisó todos los asuntos bajo divergencia                                                                                               | 85,0 |
| La <b>integridad del análisis</b> , es decir, la revisión y consideración que hizo la CRC de toda la información y pruebas allegadas al proceso                                         | 82,5 |

**CALIFICACIÓN DECLARADA:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con \_\_\_\_?)

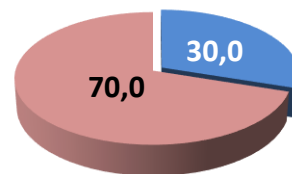
\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que Sí participó en Solución de Controversias: 10 / 65

¿Su empresa ha sido parte solicitante, solicitada o tanto solicitante como solicitada?

Porcentaje %

| RAZONES                           | PRST         |
|-----------------------------------|--------------|
| Parte solicitante                 | 30,0         |
| Parte solicitada                  | 40,0         |
| Tanto solicitante como solicitada | 30,0         |
| <b>Entrevistados</b>              | <b>10/65</b> |

¿Del proceso de **solución de controversia** en las cuales ha sido parte en lo que va corrido del año, **todas se resolvieron a su favor o solo algunas?**



■ Todas se resolvieron a su favor

■ Algunas se resolvieron a su favor y otras no

Entrevistados 10/65

**Razones** por las cuales su **empresa** decidió llevar a cabo proceso de **solución de controversias**

Porcentaje %

| RAZONES                                                      | PRST        |
|--------------------------------------------------------------|-------------|
| La CRC es la entidad encargada de regular las comunicaciones | 83,3        |
| Es el debido proceso                                         | 16,7        |
| No responde                                                  | 16,7        |
| <b>Entrevistados que fueron parte solicitante</b>            | <b>6/65</b> |

¿Cuáles son sus **recomendaciones o sugerencias** para mejorar el proceso de solución de controversias?

Porcentaje %

| OPORTUNIDADES DE MEJORA                                                                   | PRST         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Mayor objetividad/ mayor análisis/ más mesas de discusión                                 | 30,0         |
| Que la CRC sea más propositiva en la mesas de conciliación                                | 10,0         |
| Debe haber más claridad en las resoluciones para que no hayan diferentes interpretaciones | 10,0         |
| Se deben escuchar más las pretensiones de las partes implicadas                           | 10,0         |
| Nada                                                                                      | 40,0         |
| <b>Entrevistados</b>                                                                      | <b>10/65</b> |

- Se ubica en un nivel de satisfacción de **87.5**
- Sobresale de manera **positiva la calificación** dada al **trato recibido** por parte del personal de la CRC durante todo el proceso administrativo (97.5).
- La menor calificación la registra la integridad del análisis, es decir, la revisión y consideración que hace la CRC de toda la información y pruebas allegadas al proceso (82.5)
- **Los clientes esperan:**
  - **Objetividad en los análisis.** Mayor objetividad, análisis y más mesas de discusión. Atender y escuchar más las pretensiones de las partes implicadas
  - **Mayor precisión en la actividad regulatoria:** Debe haber más claridad en las resoluciones para evitar diferentes interpretaciones
  - **Mayor proactividad:** Que la CRC sea más propositiva en las mesas de conciliación

# 7. ASESORÍA Y ACOMPañAMIENTO





# Asesoría y acompañamiento

## Asesoría y acompañamiento

Asesoría y  
Acompañamiento

Calificación

Recomendaciones y  
sugerencias



## Calificación declarada clientes

Valores promedio

| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                                                                                                  | ESTADO/ GOBIERNO                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| En lo que va corrido del año, ¿Usted ha realizado o ha participado en el proceso de pago de la <b>ASESORÍA O ACOMPAÑAMIENTO</b> a la CRC?? | <p>■ Si ■ No</p> <p>52,9 47,1</p> |

**NSP: Nivel de Satisfacción:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

|                                                                                                          |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>NSP ASESORÍA O ACOMPAÑAMIENTO</b>                                                                     | <b>83,5</b> |
| <i>¿Por favor califique como muy bueno, bueno, regular, malo o muy malo los siguientes aspectos ___?</i> |             |

|                                                                                                                                 |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| La <b>facilidad para solicitar</b> el servicio de asesoría o acompañamiento de la CRC                                           | <b>91,7</b> |
| El <b>cumplimiento de los tiempos de Ley</b> para dar una respuesta                                                             | <b>88,9</b> |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con los dados por otras <b>entidades públicas</b>                                  | <b>88,9</b> |
| La <b>actitud o disposición</b> del personal de la CRC para atender y dar respuesta a su solicitud                              | <b>86,1</b> |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras Entidades Públicas del <b>sector de telecomunicaciones</b>               | <b>86,1</b> |
| La <b>confiabilidad</b> de la información presentada                                                                            | <b>83,3</b> |
| La <b>consistencia de las respuestas</b> o conceptos dados en relación con lo solicitado                                        | <b>80,6</b> |
| La información recibida comparada con la entregada por la CRC, es decir, <b>lo completa</b> que fue la respuesta a su solicitud | <b>77,8</b> |

**CALIFICACIÓN DECLARADA:**  
Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado. (¿Cuál es su nivel de satisfacción general con \_\_\_?)

### Recomendaciones

- **Soluciones rápidas/** las instancias de la CRC que revisan los entregables se demoran en hacer su labor y retrasan el proceso/ falta mayor empoderamiento de los asesores (44,4%)
- **Mayor orientación/** además de entregar la respuesta deberían brindar asesoría (33,4%)
- No dió sugerencia (22.2%)

Entrevistados

9/17





\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que **SÍ** Solicito Asesoría y Acompañamiento.

- El indicador de satisfacción se ubica en **83.5**
- El atributo mejor calificado es la **facilidad** para solicitar el servicio de asesoría o acompañamiento de la CRC (91.7).
- La mayor insatisfacción radica en la **información solicitada** comparada con la entregada por la CRC, es decir lo completa que fue la respuesta a la solicitud (77.8)
- **Los clientes esperan:**
  - **Agilizar los tiempos de respuesta:** Soluciones rápidas dado que las instancias de la CRC que revisan los entregables se demoran en hacer su labor y retrasan el proceso. Falta mayor empoderamiento de los asesores
  - **Acompañamiento:** Mayor orientación, además de entregar la respuesta deberían brindar asesoría

## 8. EVOLUCIÓN PERCIBIDA



Pensando en lo que va corrido del año y en comparación con el año anterior, ¿Usted considera que el servicio de la CRC\_?

| PERCEPCIÓN SERVICIO CRC |                                                                                               | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST      | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|-----------|-----------------|------------------------|------------------|
| Ha mejorado             |  <b>46,4</b> | 43,5              | 52,9                | 44,6      | 41,0            | 43,3                   | 52,9             |
| Sigue igual             |  <b>37,6</b> | 36,5              | 37,3                | 35,4      | 48,7            | 26,7                   | 41,2             |
| Ha desmejorado          |  <b>4,9</b>  | 5,2               |                     | 9,2       | 2,6             | 6,7                    | 5,9              |
| No sabe                 |  <b>11,1</b> | 14,8              | 9,8                 | 10,8      | 7,7             | 23,3                   |                  |
| Entrevistados           | <b>356</b>                                                                                    | <b>115</b>        | <b>51</b>           | <b>65</b> | <b>78</b>       | <b>30</b>              | <b>17</b>        |

| Percepción HA MEJORADO                                                                  | TOTAL | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|---------------------|------|-----------------|---------------------|------------------|
| La información de la página web/ el reporte de información                              | 21,4  | 24,0              | 14,8                | 13,8 | 31,3            | 23,1                |                  |
| En la agilidad/ la calidad de la respuesta                                              | 20,1  | 20,0              | 40,7                | 24,1 | 9,4             | 15,4                | 11,1             |
| En la actualización de la información                                                   | 19,3  | 14,0              |                     | 3,4  |                 | 15,4                | 44,4             |
| La disposición en la atención al cliente                                                | 17,6  | 12,0              | 25,9                | 20,7 | 28,1            | 7,7                 | 11,1             |
| Tiene n mayor contacto con el cliente                                                   | 11,3  | 4,0               |                     |      |                 | 7,7                 | 22,2             |
| Mayor variedad de canales de comunicación                                               | 9,8   | 8,0               | 7,4                 | 10,3 | 15,6            | 7,7                 |                  |
| Hay más control/ más regulación/ cambios normativos                                     | 9,5   | 16,0              | 3,7                 | 13,8 | 3,1             |                     | 11,1             |
| Es más clara y detallada la información que piden, solicitan y suministran              | 8,3   | 6,0               | 14,8                | 3,4  | 9,4             | 7,7                 |                  |
| La relación con los agentes del sector ha mejorado/ Hay más participación               | 7,3   |                   | 7,4                 | 6,9  |                 | 7,7                 |                  |
| Hay mayor divulgación de foros, eventos e información                                   | 7,1   | 4,0               |                     | 3,4  | 9,4             | 7,7                 | 11,1             |
| Los trámites son más ágiles/ El pago de la contribución es más fácil/ Notifican el pago | 6,6   | 2,0               | 7,4                 | 13,8 | 3,1             |                     |                  |
| En cuanto a los informes que solicitan/ ya no son tan repetitivos                       | 5,6   |                   |                     | 3,4  |                 | 7,7                 |                  |
| Hay mayor difusión del servicio que presta y la entidad como tal                        | 4,1   | 2,0               | 3,7                 |      | 3,1             | 7,7                 |                  |
| La imagen y la infraestructura ha mejorado                                              | 3,4   |                   |                     | 3,4  |                 |                     |                  |
| Otro                                                                                    | 6,9   | 8,0               |                     | 3,4  | 9,4             |                     |                  |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados 160/356 50/115 27/51 29/65 32/78 13/30 9/17

¿Por qué, Usted considera que el servicio de la CRC \_?

| Percepción SIGUE IGUAL                                                                   | TOTAL                                                | USUARIO<br>CIUDADANO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR<br>POSTAL | OPERADOR<br>TELEVISIÓN | ESTADO/<br>GOBIERNO |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------|------------------------|------|--------------------|------------------------|---------------------|
|                                                                                          | No ha visto cambios representativos/ No han innovado | 57,7                 | 42,9                   | 63,2 | 52,2               | 57,9                   | 87,5                |
| No brinda información de los servicios que presta/ No invierten en publicidad            | 25,0                                                 |                      |                        |      |                    | 25,0                   |                     |
| La página web es difícil de manejar/ Se cae al subir documentos/ La información es igual | 12,9                                                 | 23,8                 |                        | 4,3  | 10,5               |                        |                     |
| La información de temas y procedimientos no es clara/ son los mismos                     | 11,2                                                 |                      | 5,3                    | 17,4 | 7,9                |                        | 14,3                |
| La atención al cliente no ha mejorado                                                    | 11,1                                                 |                      | 5,3                    | 4,3  | 23,7               |                        |                     |
| Igual que antes tengo poco contacto con ellos                                            | 10,4                                                 | 2,4                  | 5,3                    | 13,0 | 2,6                |                        | 28,6                |
| El tiempo de respuesta siempre es retrasado                                              | 8,7                                                  | 19,0                 |                        | 4,3  | 2,6                |                        |                     |
| No ha tenido presencia en la regulación/ la regulación y las normas siguen iguales       | 8,3                                                  | 4,8                  |                        | 8,7  | 5,3                |                        | 14,3                |
| No han creado espacios de participación para usuarios/ No tienen en cuenta su opinión    | 6,1                                                  | 2,4                  | 10,5                   | 8,7  | 2,6                |                        |                     |
| La información no es muy divulgada/ Pocos medios o canales de comunicación               | 5,2                                                  | 2,4                  | 10,5                   |      | 2,6                |                        |                     |
| Sólo se enfoca en los grandes/ No tiene en cuenta a los pequeños                         | 4,8                                                  | 4,8                  |                        |      |                    |                        |                     |
| Debe mejorar el servicio a las empresas de comunicación                                  | 2,6                                                  |                      |                        |      | 2,6                |                        |                     |
| La comunicación siempre ha sido difícil                                                  | 2,5                                                  | 2,4                  |                        |      | 2,6                |                        |                     |
| Otro                                                                                     | 3,7                                                  | 4,8                  |                        |      | 2,6                |                        |                     |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados 137/356 42/115 19/51 23/65 38/78 8/30 7/17

| Percepción HA DESMEJORADO                                                  | TOTAL                         | USUARIO<br>CIUDADANO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR<br>POSTAL | OPERADOR<br>TELEVISIÓN | ESTADO/<br>GOBIERNO |
|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------|------------------------|------|--------------------|------------------------|---------------------|
|                                                                            | En el contacto con el cliente | 50,0                 |                        |      |                    | 50,0                   |                     |
| En la vigilancia, regulación y normatividad de las empresas                | 50,0                          | 33,3                 |                        | 66,7 |                    | 50,0                   |                     |
| En las respuestas oportunas/ pertinentes                                   | 50,0                          | 16,7                 |                        | 33,3 |                    |                        | 100,0               |
| En la facilidad de encontrar la información en la página web               | 33,3                          | 16,7                 |                        |      |                    | 50,0                   |                     |
| El tratamiento de los costos debe ser de acuerdo al tamaño de las empresas | 16,7                          |                      |                        | 16,7 |                    |                        |                     |
| En la atención al usuario                                                  | 16,7                          | 16,7                 |                        |      |                    |                        |                     |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados 17/356 6/115 6/65 2/78 2/30 1/17

# 9. MATRIZ DE PRIORIDADES- CLIENTES



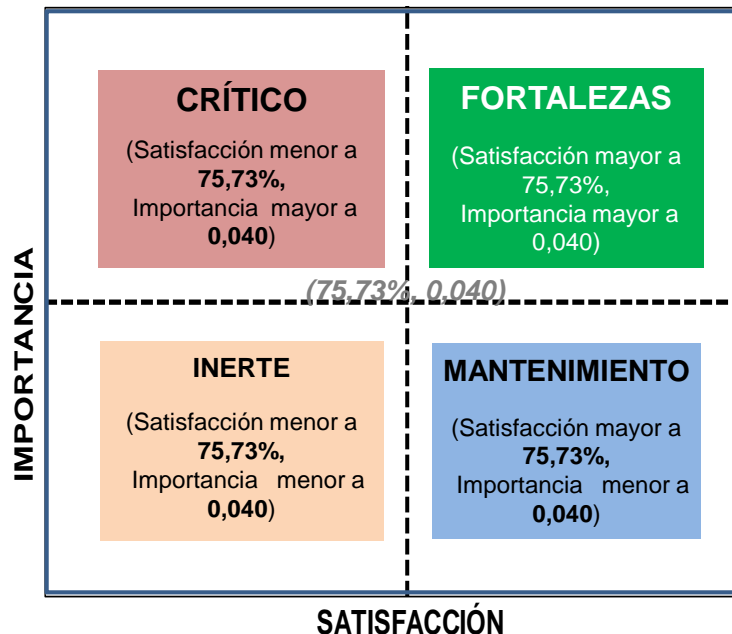
# Matriz de prioridades **Usuario Ciudadano**





• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

X: Satisfacción promedio 75,73  
Y: Importancia promedio: 0,040

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 75,73%, Importancia mayor a 0,040) |                                                                                                                         |              |             |
|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                | ATRIBUTO                                                                                                                | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PÁGINA WEB                                                             | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                                             | <b>83,02</b> | 0,1492      |
| PÁGINA WEB                                                             | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                               | <b>83,33</b> | 0,0960      |
| PÁGINA WEB                                                             | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC                                   | <b>78,33</b> | 0,0933      |
| PQRS                                                                   | La <b>variedad de canales o medios para hacer la solicitud</b> , consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento | <b>76,29</b> | 0,0546      |
| PÁGINA WEB                                                             | El <b>tiempo de permanencia de la información</b> publicada en la página                                                | <b>76,28</b> | 0,0454      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

| <b>MANTENIMIENTO</b><br>(Satisfacción mayor a 75,73%, Importancia menor a 0,040) |                                               |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                          | ATRIBUTO                                      | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                                                  | La idoneidad de los expositores               | 80,88        | 0,0225      |
| PÁGINA WEB                                                                       | La pertinencia de los contenidos de la página | 80,48        | 0,0152      |
| FOROS Y EVENTOS                                                                  | La logística de foros y eventos               | 85,29        | 0,0032      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| INERTE                                                   |                                                                                                                                                 |              |             |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción menor a 75,73%, Importancia menor a 0,040) |                                                                                                                                                 |              |             |
| PROCESO                                                  | ATRIBUTO                                                                                                                                        | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                          | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                                                      | 73,53        | 0,0398      |
| PQRS                                                     | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta                                                   | 73,31        | 0,0367      |
| PÁGINA WEB                                               | La <b>actualización</b> de la información                                                                                                       | 73,80        | 0,0289      |
| PQRS                                                     | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras entidades públicas                                                                       | 69,49        | 0,0246      |
| PQRS                                                     | El <b>cumplimiento de los tiempos</b> de respuesta establecidos por la Ley                                                                      | 68,22        | 0,0221      |
| FOROS Y EVENTOS                                          | El <b>análisis y consideración de las observaciones</b> presentadas por los diferentes actores del sector                                       | 72,06        | 0,0203      |
| FOROS Y EVENTOS                                          | El <b>grado de participación</b> que permiten durante su realización                                                                            | 72,06        | 0,0159      |
| FOROS Y EVENTOS                                          | La <b>pertinencia de los temas seleccionados</b> para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente)                        | 66,18        | 0,0122      |
| PQRS                                                     | La <b>claridad acerca del procedimiento</b> a seguir                                                                                            | 70,42        | 0,0108      |
| PQRS                                                     | La <b>actitud o disposición del personal de la CRC</b> para atender y darle respuesta                                                           | 75,43        | 0,0078      |
| FOROS Y EVENTOS                                          | El <b>grado en que la CRC propicia la participación</b> de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos | 73,53        | 0,0020      |
| FOROS Y EVENTOS                                          | Las <b>metodologías de trabajo utilizadas</b>                                                                                                   | 75,00        | 0,0016      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 75,73%, Importancia mayor a 0,040)

| PROCESO         | ATRIBUTO                                                                             | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PQRS            | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras Entidades Públicas del sector | <b>69,07</b> | 0,0965      |
| PÁGINA WEB      | El <b>diseño de la página web</b> de la CRC                                          | <b>74,76</b> | 0,0625      |
| PQRS            | La <b>claridad de la respuesta</b>                                                   | <b>69,17</b> | 0,0570      |
| PÁGINA WEB      | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                          | <b>72,88</b> | 0,0415      |
| FOROS Y EVENTOS | La <b>divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos</b>                         | <b>69,12</b> | 0,0406      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

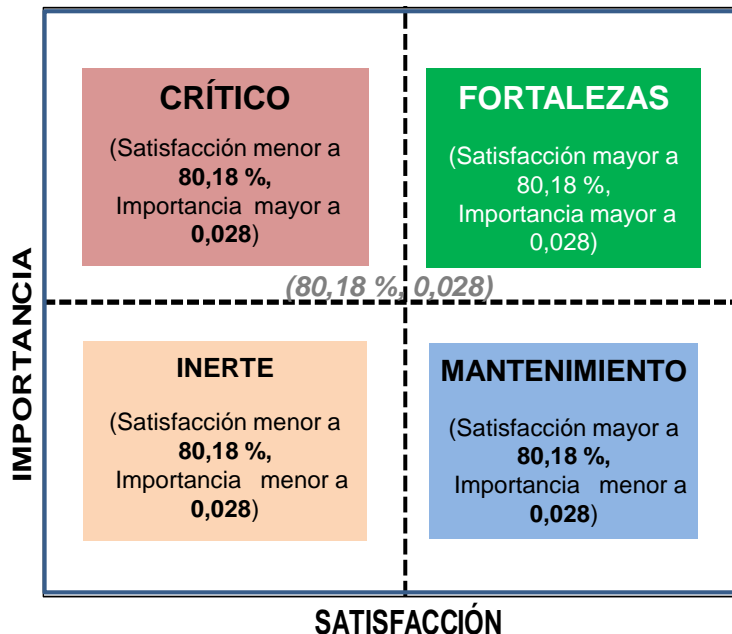
*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

# Matriz de prioridades **Usuario Empresarial**



• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

X: Satisfacción promedio: **80,18**  
Y: Importancia promedio: **0,028**

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 80,18 %, Importancia mayor a 0,028) |                                                                                                 |              |             |
|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                 | ATRIBUTO                                                                                        | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| NOTIFICACIONES                                                          | Las <b>facilidades</b> que le brinda la CRC para <b>realizar el proceso de notificación</b>     | <b>83,11</b> | 0,1879      |
| PÁGINA WEB                                                              | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                     | <b>82,07</b> | 0,1044      |
| TRÁMITES                                                                | La <b>facilidad para solicitar el trámite</b>                                                   | <b>85,94</b> | 0,1026      |
| PQRS                                                                    | La <b>claridad acerca del procedimiento</b> a seguir                                            | <b>82,58</b> | 0,0592      |
| PÁGINA WEB                                                              | La <b>pertinencia de los contenidos</b> de la página                                            | <b>84,38</b> | 0,0365      |
| TRÁMITES                                                                | El cumplimiento de los tiempos para dar una respuesta                                           | <b>88,54</b> | 0,0324      |
| TRÁMITES                                                                | La <b>información recibida comparada con la solicitada.</b><br>Lo completa que fue la respuesta | <b>91,67</b> | 0,0293      |
| PQRS                                                                    | La <b>información recibida comparada con la solicitada.</b><br>Lo completa que fue la respuesta | <b>87,12</b> | 0,0293      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*



| MANTENIMIENTO                                             |                                                                                                                                                 |              |             |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción mayor a 80,18 %, Importancia menor a 0,028) |                                                                                                                                                 |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                                                        | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                                                       | 86,98        | 0,0180      |
| TRÁMITES                                                  | El <b>tiempo de respuesta en comparación con los datos por otras entidades públicas</b>                                                         | 90,00        | 0,0175      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>grado en que la CRC propicia la participación</b> de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos | 83,33        | 0,0119      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | Las <b>metodologías de trabajo</b> utilizadas                                                                                                   | 80,56        | 0,0113      |
| NOTIFICACIONES                                            | La <b>actitud o disposición de servicio</b> del personal de la CRC responsable de las notificaciones                                            | 90,97        | 0,0102      |
| TRÁMITES                                                  | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras empresas del sector de telecomunicaciones</b>                                         | 89,53        | 0,0086      |
| TRÁMITES                                                  | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b> para realizar el trámite                                                                   | 80,73        | 0,0069      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>análisis y consideración de las observaciones</b> presentadas por los diferentes actores del sector                                       | 83,33        | 0,0050      |
| PQRS                                                      | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras Entidades Públicas del sector</b>                                                     | 83,87        | 0,0042      |
| PQRS                                                      | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras entidades públicas</b>                                                                | 86,67        | 0,0030      |
| TRÁMITES                                                  | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta                                                             | 89,44        | 0,0027      |
| PQRS                                                      | El <b>cumplimiento de los tiempos de respuesta</b> establecidos por la Ley                                                                      | 87,12        | 0,0025      |
| NOTIFICACIONES                                            | El <b>cumplimiento de los términos de Ley</b> para las notificaciones que le han hecho                                                          | 87,84        | 0,0015      |
| PQRS                                                      | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y darle respuesta                                                           | 89,39        | 0,0013      |
| PQRS                                                      | La <b>variedad de canales o medios</b> para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento                          | 84,85        | 0,0009      |
| PQRS                                                      | La <b>claridad de la respuesta</b>                                                                                                              | 87,88        | 0,0004      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>idoneidad de los expositores</b>                                                                                                          | 88,89        | 0,0002      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

| INERTE                                                    |                                                                                                                          |              |             |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción menor a 80,18 %, Importancia menor a 0,028) |                                                                                                                          |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                                 | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>actualización de la información</b>                                                                                | <b>74,44</b> | 0,0205      |
| PÁGINA WEB                                                | El <b>tiempo de permanencia de la información publicada</b> en la página                                                 | <b>77,98</b> | 0,0152      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>grado de participación</b> que permiten durante su realización                                                     | <b>72,22</b> | 0,0120      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                               | <b>72,22</b> | 0,0026      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>logística</b> de foros y eventos                                                                                   | <b>75,00</b> | 0,0022      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>divulgación</b> que hace la CRC de sus foros y eventos                                                             | <b>66,67</b> | 0,0022      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>pertinencia de los temas seleccionados</b> para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente) | <b>75,00</b> | 0,0021      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 80,18 %, Importancia mayor a 0,028)

| PROCESO    | ATRIBUTO                                                                              | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PÁGINA WEB | El <b>diseño de la página</b> web de la CRC                                           | <b>65,63</b> | 0,1280      |
| PÁGINA WEB | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                           | <b>67,71</b> | 0,0670      |
| PÁGINA WEB | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC | <b>78,89</b> | 0,0602      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

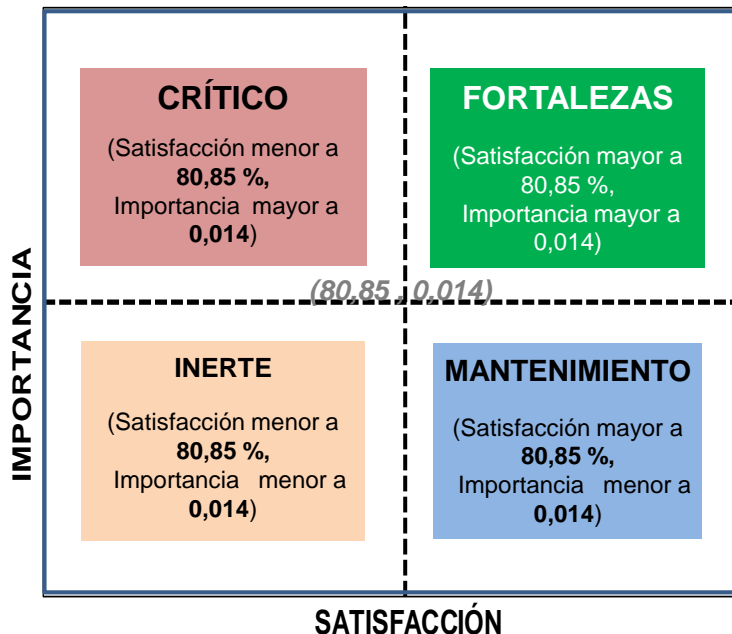
*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

# Matriz de prioridades **PRST**



• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.**

X: Satisfacción promedio: **80,85**

Y: Importancia promedio: **0,014**

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 80,85 %, Importancia mayor a 0,014) |                                                                                                |              |             |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                 | ATRIBUTO                                                                                       | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PÁGINA WEB                                                              | El <b>diseño</b> de la página web de la CRC                                                    | <b>81,15</b> | 0,1139      |
| TRÁMITES                                                                | La <b>facilidad</b> para solicitar el trámite                                                  | <b>83,65</b> | 0,0823      |
| PQRS                                                                    | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras Entidades Públicas del sector</b>    | <b>83,11</b> | 0,0448      |
| TRÁMITES                                                                | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con los datos por <b>otras entidades públicas</b> | <b>82,29</b> | 0,0393      |
| NOTIFICACIONES                                                          | El <b>cumplimiento de los términos de Ley</b> para las notificaciones que le han hecho         | <b>83,14</b> | 0,0262      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | Las <b>metodologías de trabajo</b> utilizadas                                                  | <b>88,75</b> | 0,0251      |
| PÁGINA WEB                                                              | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                    | <b>87,92</b> | 0,0242      |
| PÁGINA WEB                                                              | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC          | <b>84,91</b> | 0,0172      |
| PÁGINA WEB                                                              | La <b>pertinencia de los contenidos</b> de la página                                           | <b>87,92</b> | 0,0157      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| MANTENIMIENTO<br>(Satisfacción mayor a 80,85 %, Importancia menor a 0,014) |                                                                                                                                                                                                |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                    | ATRIBUTO                                                                                                                                                                                       | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | La <b>divulgación</b> que hace la CRC de sus foros y eventos                                                                                                                                   | 90,00        | 0,0148      |
| TRÁMITES                                                                   | El <b>cumplimiento de los tiempos</b> para dar una respuesta                                                                                                                                   | 81,00        | 0,0143      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | La <b>logística</b> de foros y eventos                                                                                                                                                         | 90,00        | 0,0142      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                                     | La <b>promoción de la participación</b> de los usuarios                                                                                                                                        | 84,38        | 0,0138      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | La <b>pertinencia de los temas</b> seleccionados para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente)                                                                       | 86,25        | 0,0137      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | El <b>grado en que la CRC propicia la participación de los actores</b> del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos                                                | 85,00        | 0,0134      |
| TRÁMITES                                                                   | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación <b>con otras empresas del sector de telecomunicaciones</b>                                                                                        | 83,00        | 0,0129      |
| NOTIFICACIONES                                                             | Las <b>facilidades</b> que le brinda la CRC para realizar el proceso de notificación                                                                                                           | 82,56        | 0,0123      |
| TRÁMITES                                                                   | La <b>claridad acerca del procedimiento</b> a seguir para realizar el trámite                                                                                                                  | 81,73        | 0,0105      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>actualización</b> de la información                                                                                                                                                      | 84,32        | 0,0086      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | La <b>idoneidad de los expositores</b>                                                                                                                                                         | 85,00        | 0,0071      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | Los <b>tiempos de respuesta</b> de la CRC en comparación con los dados por <b>otras autoridades bien sea administrativas o judiciales</b> (instancias de solución de controversias en el país) | 87,50        | 0,0058      |
| PÁGINA WEB                                                                 | El <b>tiempo de permanencia de la información</b> publicada en la página                                                                                                                       | 84,91        | 0,0053      |
| PQRS                                                                       | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación <b>con otras entidades públicas</b>                                                                                                               | 83,33        | 0,0039      |
| NOTIFICACIONES                                                             | La <b>actitud o disposición de servicio del personal</b> de la CRC responsable de las notificaciones                                                                                           | 88,10        | 0,0029      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                                                                                                     | 88,75        | 0,0026      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| MANTENIMIENTO<br>(Satisfacción mayor a 80,85 %, Importancia menor a 0,014) |                                                                                                                                                               |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                    | ATRIBUTO                                                                                                                                                      | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                                     | La <b>promoción de la participación</b> de los proveedores y operadores de las TIC                                                                            | 86,67        | 0,0024      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | El <b>grado de participación</b> que permiten durante su realización                                                                                          | 87,50        | 0,0023      |
| PQRS                                                                       | La <b>variedad de canales o medios para hacer la solicitud</b> , consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento                                       | 82,50        | 0,0022      |
| PQRS                                                                       | La <b>actitud o disposición del personal de la CRC para atender</b> y darle respuesta                                                                         | 82,50        | 0,0022      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>confiabilidad de la información</b>                                                                                                                     | 87,92        | 0,0010      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                                            | El <b>aporte de la información de estudios técnicos o de mercado</b> al fortalecimiento del sector                                                            | 83,75        | 0,0010      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                                            | La <b>pertinencia</b> de la información                                                                                                                       | 87,50        | 0,0007      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | El <b>acceso a la información</b> sobre la solicitud, para que pudiera presentar sus argumentos de hecho, derecho y pruebas dentro del proceso administrativo | 87,50        | 0,0005      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                                            | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                                                                     | 87,50        | 0,0003      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | La <b>revisión del cumplimiento de los requisitos</b> de forma y procedimiento de la solicitud antes de dar inicio a la actuación administrativa              | 90,00        | 0,0001      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                                            | La <b>sustentación</b> de la información                                                                                                                      | 83,75        | 0,0001      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                                            | La <b>facilidad de acceso</b> a la información                                                                                                                | 88,75        | 0,0001      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.



| MANTENIMIENTO<br>(Satisfacción mayor a 80,85 %, Importancia menor a 0,014) |                                                                                                                                                            |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                    | ATRIBUTO                                                                                                                                                   | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | Las <b>garantías al derecho a la defensa</b> , es decir, la posibilidad de pronunciarse sobre el tema, dentro de las oportunidades legalmente establecidas | 87,50        | 0,0001      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | La <b>integridad de la decisión</b> , es decir, la resolución revisó todos los asuntos bajo divergencia                                                    | 85,00        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | El <b>apego del proceso</b> seguido por la CRC a los términos de Ley                                                                                       | 87,50        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | La <b>integridad del análisis</b> , es decir, la revisión y consideración que hizo la CRC de toda la información y pruebas allegadas al proceso            | 82,50        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | La <b>disponibilidad del personal de la CRC</b> para recibirlo y atenderlo durante todo el proceso administrativo                                          | 92,50        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | Los <b>procesos de notificación</b> de las resoluciones particulares surtidos                                                                              | 92,50        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | La <b>posibilidad de acceder</b> a los expedientes cuando lo necesitó                                                                                      | 94,44        | 0,0000      |
| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                  | El <b>trato recibido por parte del personal</b> de la CRC durante todo el proceso administrativo                                                           | 97,50        | 0,0000      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| INERTE                                                    |                                                                                                                                                       |              |             |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción menor a 80,85 %, Importancia menor a 0,014) |                                                                                                                                                       |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                                                              | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | Los <b>plazos que da para participar</b> en los proyectos regulatorios en función de la complejidad de los mismos                                     | 60,94        | 0,0123      |
| CONTRIBUCIONES                                            | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución | 80,50        | 0,0107      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | La <b>coherencia del marco regulatorio</b> que produce                                                                                                | 71,88        | 0,0083      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | El <b>grado</b> en que la regulación <b>promueve la libre y leal competencia y la inversión</b> en el sector de las TIC                               | 62,50        | 0,0071      |
| PQRS                                                      | La <b>claridad acerca del procedimiento</b> a seguir                                                                                                  | 80,63        | 0,0066      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | Los <b>documentos soporte</b> de las resoluciones emitidas                                                                                            | 71,88        | 0,0039      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | La <b>claridad y precisión técnica</b> de la regulación emitida                                                                                       | 65,63        | 0,0033      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | El <b>grado en que la regulación propende por el bienestar social</b> y la protección de los derechos de los usuarios                                 | 79,69        | 0,0013      |
| PQRS                                                      | La <b>claridad de la respuesta</b>                                                                                                                    | 80,00        | 0,0009      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>oportunidad en la divulgación</b> de la información                                                                                             | 80,00        | 0,0007      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | El <b>análisis y respuesta que realiza</b> a las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector                                      | 70,31        | 0,0005      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | La <b>disposición al diálogo y el interés de sus funcionarios</b> en escuchar diferentes puntos de vista                                              | 73,33        | 0,0002      |
| PROYECTOS REGULATORIOS                                    | La <b>oportunidad de la regulación</b> emitida                                                                                                        | 62,50        | 0,0002      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 80,85 %, Importancia mayor a 0,014)

| PROCESO         | ATRIBUTO                                                                                                  | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| CONTRIBUCIONES  | La <b>facilidad para realizar el pago</b> de la contribución a la CRC                                     | <b>77,55</b> | 0,0978      |
| CONTRIBUCIONES  | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b> para realizar el pago de la contribución a la CRC    | <b>74,50</b> | 0,0870      |
| TRÁMITES        | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta                       | <b>79,81</b> | 0,0455      |
| PQRS            | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta             | <b>80,00</b> | 0,0433      |
| PQRS            | El <b>cumplimiento de los tiempos de respuesta</b> establecidos por la Ley                                | <b>80,63</b> | 0,0239      |
| FOROS Y EVENTOS | El <b>análisis y consideración de las observaciones presentadas</b> por los diferentes actores del sector | <b>76,25</b> | 0,0232      |
| CONTRIBUCIONES  | Los <b>mecanismos de pago</b> dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución              | <b>77,55</b> | 0,0229      |
| TRÁMITES        | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta             | <b>80,77</b> | 0,0228      |
| PÁGINA WEB      | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                                               | <b>78,33</b> | 0,0198      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

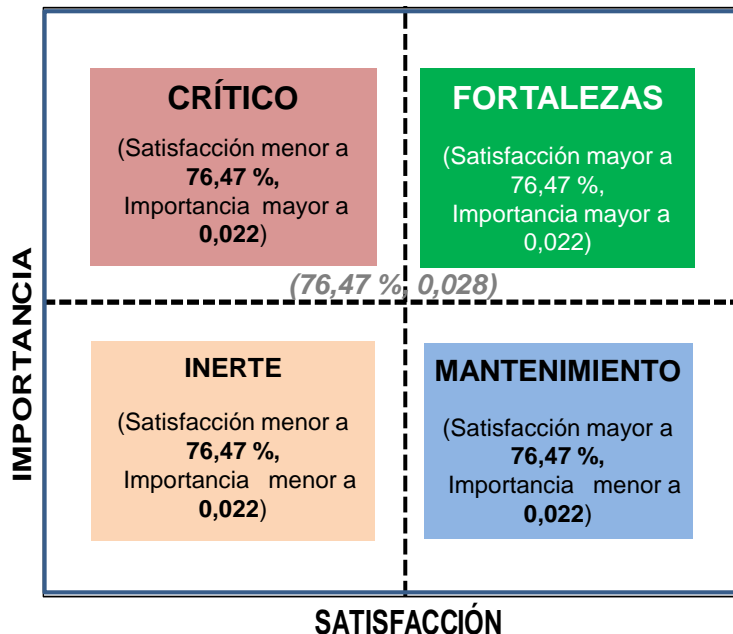
*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

# Matriz de prioridades **Operador Postal**



• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

X: Satisfacción promedio: **76,47**  
Y: Importancia promedio: **0,022**

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 76,47 %, Importancia mayor a 0,022) |                                                                                               |              |             |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                 | ATRIBUTO                                                                                      | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| NOTIFICACIONES                                                          | El cumplimiento de los términos de Ley para las notificaciones que le han hecho               | 82,14        | 0,1789      |
| CONTRIBUCIONES                                                          | La facilidad para realizar el pago de la contribución a la CRC                                | 76,81        | 0,0770      |
| PÁGINA WEB                                                              | El diseño de la página web de la CRC                                                          | 77,40        | 0,0724      |
| NOTIFICACIONES                                                          | La actitud o disposición de servicio del personal de la CRC responsable de las notificaciones | 79,76        | 0,0660      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| MANTENIMIENTO                                             |                                                                                                         |              |             |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción mayor a 76,47 %, Importancia menor a 0,022) |                                                                                                         |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PQRS                                                      | El <b>cumplimiento de los tiempos de respuesta</b> establecidos por la Ley                              | <b>77,98</b> | 0,0183      |
| TRÁMITES                                                  | El <b>tiempo de respuesta en comparación con los dados por otras entidades públicas</b>                 | <b>80,36</b> | 0,0177      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>pertinencia de los contenidos</b> de la página                                                    | <b>78,42</b> | 0,0129      |
| CONTRIBUCIONES                                            | Los <b>mecanismos de pago</b> dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución            | <b>77,90</b> | 0,0113      |
| PQRS                                                      | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta           | <b>77,38</b> | 0,0101      |
| TRÁMITES                                                  | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta           | <b>78,57</b> | 0,0079      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                             | <b>80,63</b> | 0,0068      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>idoneidad</b> de los expositores                                                                  | <b>77,50</b> | 0,0050      |
| TRÁMITES                                                  | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras empresas del sector de telecomunicaciones</b> | <b>79,17</b> | 0,0029      |
| TRÁMITES                                                  | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta                     | <b>76,79</b> | 0,0029      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                               | <b>80,82</b> | 0,0016      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>grado de participación que permiten</b> durante su realización                                    | <b>83,75</b> | 0,0011      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>facilidad de acceso</b> a la información                                                          | <b>81,25</b> | 0,0010      |
| TRÁMITES                                                  | El <b>cumplimiento de los tiempos</b> para dar una respuesta                                            | <b>80,36</b> | 0,0006      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>logística</b> de foros y eventos                                                                  | <b>77,63</b> | 0,0005      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>oportunidad en la divulgación</b> de la información                                               | <b>77,08</b> | 0,0004      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>pertinencia de la información</b>                                                                 | <b>81,25</b> | 0,0002      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

| INERTE                                                    |                                                                                                                                                        |              |             |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción menor a 76,47 %, Importancia menor a 0,022) |                                                                                                                                                        |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                                                               | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| TRÁMITES                                                  | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b> para realizar el trámite                                                                          | 67,86        | 0,0168      |
| PQRS                                                      | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b>                                                                                                   | 73,21        | 0,0147      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC                                                                  | 75,35        | 0,0142      |
| CONTRIBUCIONES                                            | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir para realizar el pago</b> de la contribución a la CRC                                                 | 71,74        | 0,0132      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>divulgación</b> que hace la CRC de sus foros y eventos                                                                                           | 67,11        | 0,0130      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>grado</b> en que la CRC <b>propicia la participación de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos</b> | 63,16        | 0,0070      |
| PÁGINA WEB                                                | El <b>tiempo de permanencia</b> de la información publicada en la página                                                                               | 75,00        | 0,0057      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | Las <b>metodologías</b> de trabajo utilizadas                                                                                                          | 75,00        | 0,0055      |
| PQRS                                                      | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y darle respuesta                                                                  | 76,19        | 0,0055      |
| PQRS                                                      | La <b>variedad de canales o medios para hacer la solicitud</b> , consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento                                | 75,60        | 0,0046      |
| TRÁMITES                                                  | La <b>facilidad</b> para solicitar el trámite                                                                                                          | 64,29        | 0,0023      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | El <b>aporte de la información</b> de estudios técnicos o de mercado al <b>fortalecimiento del sector</b>                                              | 68,75        | 0,0019      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>pertinencia de los temas seleccionados</b> para empresas como la suya/ personas como usted ( <b>según tipo de cliente</b> )                      | 71,25        | 0,0011      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                                                             | 75,00        | 0,0011      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                                                              | 72,92        | 0,0002      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>análisis y consideración de las observaciones presentadas</b> por los diferentes actores del sector                                              | 68,06        | 0,0001      |
| ESTUDIOS TÉCNICOS Y DE MERCADOS                           | La <b>sustentación de la información</b>                                                                                                               | 70,45        | 0,0000      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.



### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 76,47 %, Importancia mayor a 0,022)

| PROCESO        | ATRIBUTO                                                                                                                                              | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| NOTIFICACIONES | Las <b>facilidades que le brinda</b> la CRC para realizar el <b>proceso de notificación</b>                                                           | <b>72,73</b> | 0,1253      |
| PQRS           | El <b>tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector</b>                                                                  | <b>75,63</b> | 0,1003      |
| PÁGINA WEB     | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                                                                                           | <b>71,23</b> | 0,0643      |
| PQRS           | La <b>claridad de la respuesta</b>                                                                                                                    | <b>75,60</b> | 0,0324      |
| CONTRIBUCIONES | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución | <b>76,14</b> | 0,0258      |
| PQRS           | El <b>tiempo de respuesta en comparación con otras entidades públicas</b>                                                                             | <b>76,22</b> | 0,0255      |
| PÁGINA WEB     | La <b>actualización</b> de la información                                                                                                             | <b>74,29</b> | 0,0239      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

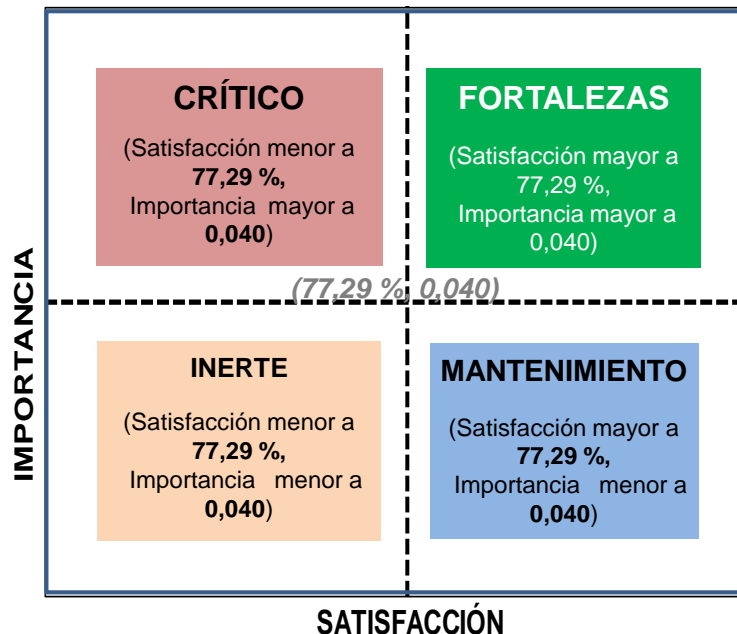
*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

# Matriz de prioridades Operador Televisión



• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

X: Satisfacción promedio: 77,29  
Y: Importancia promedio: 0,040

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 77,29 %, Importancia mayor a 0,040) |                                                                                                                                                        |              |             |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                 | ATRIBUTO                                                                                                                                               | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | El <b>grado</b> en que la CRC <b>propicia la participación de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos</b> | <b>81,25</b> | 0,1478      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | La <b>idoneidad</b> de los expositores                                                                                                                 | <b>80,00</b> | 0,1473      |
| PQRS                                                                    | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras entidades públicas                                                                              | <b>79,55</b> | 0,1392      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | La <b>divulgación</b> que hace la CRC de sus foros y eventos                                                                                           | <b>80,00</b> | 0,1198      |
| PQRS                                                                    | La <b>variedad de canales</b> o medios para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento                                 | <b>81,82</b> | 0,0430      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| MANTENIMIENTO<br>(Satisfacción mayor a 77,29 %, Importancia menor a 0,040) |                                                                                                           |              |             |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                    | ATRIBUTO                                                                                                  | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PÁGINA WEB                                                                 | El <b>diseño</b> de la página web de la CRC                                                               | <b>80,95</b> | 0,0158      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                                               | <b>77,38</b> | 0,0072      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>actualización</b> de la información                                                                 | <b>79,76</b> | 0,0063      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>pertinencia</b> de los contenidos de la página                                                      | <b>83,33</b> | 0,0038      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC                     | <b>80,95</b> | 0,0034      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>confiabilidad de la información</b>                                                                 | <b>88,75</b> | 0,0015      |
| FOROS Y EVENTOS                                                            | El <b>análisis y consideración de las observaciones presentadas</b> por los diferentes actores del sector | <b>80,00</b> | 0,0013      |
| PQRS                                                                       | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y darle respuesta                     | <b>81,82</b> | 0,0005      |
| PÁGINA WEB                                                                 | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                               | <b>85,71</b> | 0,0002      |
| PQRS                                                                       | El <b>cumplimiento de los tiempos de respuesta establecidos por la Ley</b>                                | <b>84,09</b> | 0,0001      |
| PQRS                                                                       | La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b>                                                      | <b>81,82</b> | 0,0001      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| INERTE<br>(Satisfacción menor a 77,29 %, Importancia menor a 0,040) |                                                                                                                          |              |             |
|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                             | ATRIBUTO                                                                                                                 | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                                     | La <b>pertinencia de los temas</b> seleccionados para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente) | 65,00        | 0,0292      |
| PQRS                                                                | La <b>claridad de la respuesta</b>                                                                                       | 75,00        | 0,0033      |
| PÁGINA WEB                                                          | El <b>tiempo de permanencia</b> de la información publicada en la página                                                 | 76,39        | 0,0030      |
| FOROS Y EVENTOS                                                     | La <b>logística de foros y eventos</b>                                                                                   | 75,00        | 0,0000      |
| FOROS Y EVENTOS                                                     | El <b>grado de participación que permiten</b> durante su realización                                                     | 75,00        | 0,0000      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 77,29 %, Importancia mayor a 0,040)

| PROCESO         | ATRIBUTO                                                                                      | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| FOROS Y EVENTOS | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                    | <b>70,00</b> | 0,1533      |
| PQRS            | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras Entidades Públicas del sector</b>   | <b>77,27</b> | 0,0669      |
| FOROS Y EVENTOS | Las <b>metodologías</b> de trabajo utilizadas                                                 | <b>70,00</b> | 0,0635      |
| PQRS            | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta | <b>77,27</b> | 0,0435      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

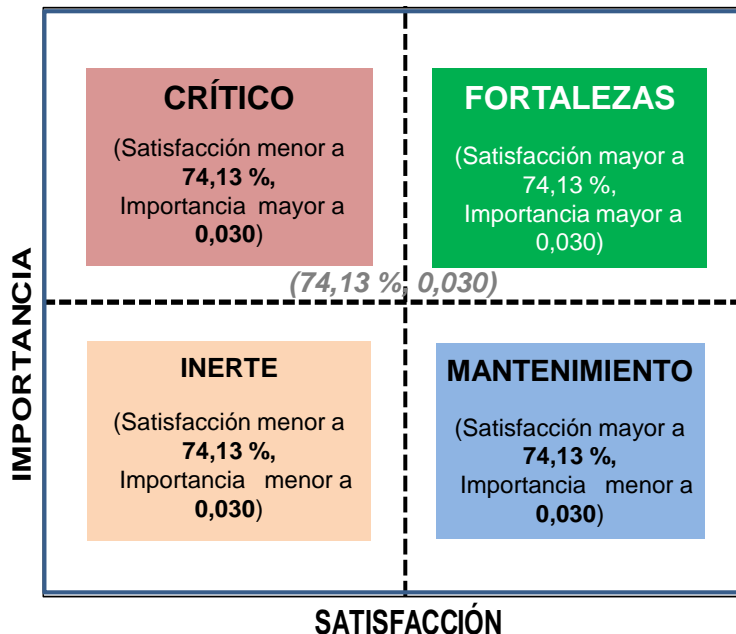
# Matriz de prioridades Estado / Gobierno





• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**



Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

X: Satisfacción promedio: **74,13**  
 Y: Importancia promedio: **0,030**

| FORTALEZAS<br>(Satisfacción mayor a 74,13 %, Importancia mayor a 0,030) |                                                                                                                                                        |              |             |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PROCESO                                                                 | ATRIBUTO                                                                                                                                               | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | La <b>logística</b> de foros y eventos                                                                                                                 | <b>82,14</b> | 0,0954      |
| PQRS                                                                    | La <b>variedad de canales o medios para hacer la solicitud</b> , consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento                                | <b>75,00</b> | 0,0679      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | El <b>análisis y consideración de las observaciones presentadas</b> por los diferentes actores del sector                                              | <b>75,00</b> | 0,0525      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | Las <b>metodologías</b> de trabajo utilizadas                                                                                                          | <b>82,14</b> | 0,0432      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                               | La <b>consistencia de las respuestas</b> o conceptos dados en relación con lo solicitado                                                               | <b>80,56</b> | 0,0427      |
| FOROS Y EVENTOS                                                         | El <b>grado</b> en que la CRC propicia la <b>participación de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos</b> | <b>78,57</b> | 0,0424      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                               | La <b>confiabilidad de la información</b> presentada                                                                                                   | <b>83,33</b> | 0,0392      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                               | El <b>tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector de telecomunicaciones</b>                                             | <b>86,11</b> | 0,0372      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

| MANTENIMIENTO                                             |                                                                                                                                |              |             |
|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| (Satisfacción mayor a 74,13 %, Importancia menor a 0,030) |                                                                                                                                |              |             |
| PROCESO                                                   | ATRIBUTO                                                                                                                       | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
| PQRS                                                      | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras Entidades Públicas del sector                                           | 78,57        | 0,0299      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>confiabilidad</b> de la información                                                                                      | 78,57        | 0,0246      |
| PQRS                                                      | La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta                                  | 75,00        | 0,0175      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>pertinencia de los contenidos</b> de la página                                                                           | 80,00        | 0,0063      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>pertinencia de los temas seleccionados</b> para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente)       | 89,29        | 0,0058      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>idoneidad de los expositores</b>                                                                                         | 89,29        | 0,0057      |
| PQRS                                                      | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y darle respuesta                                          | 84,38        | 0,0047      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | El <b>grado de participación</b> que permiten durante su realización                                                           | 82,14        | 0,0034      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                 | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con los datos por otras entidades públicas                                        | 88,89        | 0,0027      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                 | El <b>cumplimiento de los tiempos</b> de Ley para dar una respuesta                                                            | 88,89        | 0,0027      |
| PQRS                                                      | El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras entidades públicas                                                      | 75,00        | 0,0013      |
| FOROS Y EVENTOS                                           | La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                                     | 78,57        | 0,0012      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                 | La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta a su solicitud                             | 86,11        | 0,0004      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                 | La <b>información recibida</b> comparada con la entregada por la CRC, es decir lo completa que fue la respuesta a su solicitud | 77,78        | 0,0002      |
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                 | La <b>facilidad para solicitar el servicio de asesoría</b> o acompañamiento de la CRC                                          | 91,67        | 0,0000      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                                                    | 76,79        | 0,0000      |
| PÁGINA WEB                                                | La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los productos y servicios de la CRC                                          | 78,33        | 0,0000      |
| PQRS                                                      | El <b>cumplimiento de los tiempos</b> de respuesta establecidos por la Ley                                                     | 78,57        | 0,0000      |

Datos ordenados de forma descendente según importancia

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

### INERTE

(Satisfacción menor a 74,13 %, Importancia menor a 0,030)

| PROCESO         | ATRIBUTO                                              | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|-----------------|-------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PQRS            | La claridad de la respuesta                           | 69,44        | 0,0019      |
| PQRS            | La claridad acerca del procedimiento a seguir         | 67,50        | 0,0018      |
| FOROS Y EVENTOS | La divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos | 60,71        | 0,0005      |
| PÁGINA WEB      | El diseño de la página web de la CRC                  | 65,00        | 0,0000      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

### CRÍTICO

(Satisfacción menor a 74,13 %, Importancia mayor a 0,030)

| PROCESO    | ATRIBUTO                                                                 | SATISFACCIÓN | IMPORTANCIA |
|------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------|-------------|
| PÁGINA WEB | La <b>actualización</b> de la información                                | <b>66,07</b> | 0,2279      |
| PÁGINA WEB | La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida              | <b>68,33</b> | 0,1941      |
| PÁGINA WEB | El <b>tiempo de permanencia de la información</b> publicada en la página | <b>71,43</b> | 0,0472      |

*Datos ordenados de forma descendente según importancia*

*La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.*

# 10. IMAGEN DE LA CRC



¿Usted/ Su empresa está Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo o Totalmente en desacuerdo que la CRC es una entidad \_\_\_ (leer alternativas)?

Valores promedio

| IMAGEN DE LA CRC                                                                                                    | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST      | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|-----------|-----------------|------------------------|------------------|
| Confiable respecto a las regulaciones que expide, a los conceptos que emite, a la información que entrega o publica | 70,1              | 86,3                | 80,5      | 74,0            | 75,0                   | 82,4             |
| Que vela por la protección de los derechos de los usuarios                                                          | 72,8              | 84,2                | 83,3      | 75,0            | 73,3                   | 77,9             |
| Que toma decisiones basadas en criterios técnicos                                                                   | 74,8              | 84,0                | 74,6      | 73,4            | 76,7                   | 82,4             |
| Transparente                                                                                                        | 69,1              | 86,8                | 81,5      | 77,6            | 71,6                   | 75,0             |
| Que cuenta con personal idóneo                                                                                      | 74,8              | 79,0                | 79,4      | 74,7            | 83,3                   | 67,6             |
| Que contribuye a impulsar y fortalecer la competitividad del sector de las TIC                                      | 74,8              | 83,8                | 72,6      | 73,4            | 76,7                   | 76,5             |
| Que aporta al crecimiento y desarrollo del país                                                                     | 72,6              | 81,5                | 74,6      | 68,2            | 71,7                   | 75,0             |
| Innovadora y de vanguardia                                                                                          | 69,6              | 71,4                | 71,4      | 69,5            | 72,4                   | 70,6             |
| Que promueve espacios de participación de todos los actores del sector                                              | 67,9              | 67,7                | 75,8      | 66,4            | 68,5                   | 72,1             |
| Que se constituye en un referente dentro del sector de las TIC a nivel internacional                                | 71,8              | 72,3                | 69,8      | 66,5            | 75,0                   | 61,8             |
| <b>Entrevistados</b>                                                                                                | <b>115</b>        | <b>51</b>           | <b>65</b> | <b>78</b>       | <b>30</b>              | <b>17</b>        |

\* Las calificaciones de los atributos, corresponden a los entrevistados que sí respondieron

¿Usted/ Su empresa está Totalmente de acuerdo, Algo de acuerdo, Ni de acuerdo, ni en desacuerdo, Algo en desacuerdo o Totalmente en desacuerdo que la CRC es una entidad \_\_\_\_ (leer alternativas)?

| IMAGEN DE LA CRC                                                                                                    | TOTAL |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| Confiable respecto a las regulaciones que expide, a los conceptos que emite, a la información que entrega o publica | 78,0  |
| Que vela por la protección de los derechos de los usuarios                                                          | 77,8  |
| Que toma decisiones basadas en criterios técnicos                                                                   | 77,6  |
| Transparente                                                                                                        | 76,9  |
| Que cuenta con personal idóneo                                                                                      | 76,5  |
| Que contribuye a impulsar y fortalecer la competitividad del sector de las TIC                                      | 76,3  |
| Que aporta al crecimiento y desarrollo del país                                                                     | 73,9  |
| Innovadora y de vanguardia                                                                                          | 70,8  |
| Que promueve espacios de participación de todos los actores del sector                                              | 69,7  |
| Que se constituye en un referente dentro del sector de las TIC a nivel internacional                                | 69,5  |

Entrevistados 356

Valores promedio

\* Las calificaciones corresponden a los entrevistados que sí respondieron



¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar la imagen de la CRC? Profundizar. ¿Algo más?

| IMAGEN DE LA CRC                                                                                                    | TOTAL | Porcentajes %     |                     |      |                 |                        |                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|
|                                                                                                                     |       | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
| Dar a conocer los servicios que presta la entidad/ Más publicidad                                                   | 15,8  | 12,2              | 15,7                | 4,6  | 6,4             | 26,7                   | 29,4             |
| Realizar una mayor regulación a las empresas de comunicación                                                        | 14,2  | 21,7              | 2,0                 | 6,2  | 10,3            | 10,0                   | 35,3             |
| Tener una mayor interacción con los usuarios/ tener en cuenta a las empresas en las resoluciones que expide         | 9,4   | 10,4              | 7,8                 | 9,2  | 10,3            | 6,7                    | 11,8             |
| Hacer mayor difusión por diferentes medios de la información/ eventos                                               | 8,7   | 7,0               | 5,9                 | 7,7  | 6,4             | 16,7                   |                  |
| Quienes responden inquietudes, quejas o información deben tener conocimiento claro, específico/ Mejorar la atención | 7,8   | 6,1               | 7,8                 | 15,4 | 6,4             | 3,3                    |                  |
| Informar o actualizar por distintos medios los constantes cambios que realiza                                       | 7,5   | 5,2               | 3,9                 | 4,6  | 2,6             | 16,7                   | 11,8             |
| Hacer más capacitaciones sobre el servicio que se debe prestar y el pago a realizar                                 | 5,5   |                   |                     | 4,6  | 6,4             |                        |                  |
| Dar respuestas oportunas a cualquier solicitud, queja o trámite                                                     | 5,2   | 6,1               | 5,9                 | 4,6  | 5,1             | 3,3                    | 5,9              |
| Debe haber mayor sincronización a nivel internacional de las normas                                                 | 4,6   |                   |                     | 4,6  |                 |                        |                  |
| Dar solución oportuna a cualquier circunstancia que se presente                                                     | 4,6   |                   |                     |      |                 | 3,3                    | 5,9              |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

¿Cuáles son sus recomendaciones o sugerencias para mejorar la imagen de la CRC? Profundizar. ¿Algo más?

| IMAGEN DE LA CRC                                                                                              | TOTAL | Porcentaje %      |                     |      |                 |                        |                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------|---------------------|------|-----------------|------------------------|------------------|
|                                                                                                               |       | USUARIO CIUDADANO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | ESTADO/ GOBIERNO |
| La página web debe ser más fácil de manejar/<br>Crear allí notificaciones de archivos subidos                 | 4,0   | 0,9               | 7,8                 | 4,6  | 2,6             |                        |                  |
| Brindar una información más puntual/ más clara                                                                | 4,0   | 4,3               | 2,0                 | 3,1  |                 | 6,7                    |                  |
| La regulación debe ser más objetiva                                                                           | 3,9   | 5,2               | 3,9                 | 3,1  | 3,8             | 3,3                    |                  |
| Realizar aclaraciones de documentos o informes<br>que se deben presentar a la CRC<br>y a los entes que regula | 3,2   |                   |                     | 3,1  |                 | 3,3                    |                  |
| Adecuar oficinas de atención<br>y asesoría en las principales ciudades                                        | 2,9   |                   |                     |      | 2,6             | 3,3                    |                  |
| Dar un buen apoyo a las empresas<br>de comunicaciones                                                         | 2,4   |                   |                     | 1,5  |                 | 3,3                    |                  |
| La plataforma no debe presentar inconvenientes<br>para realizar pagos y llenar formularios                    | 1,5   |                   |                     | 1,5  |                 |                        |                  |
| Habilitar más medios de pagos                                                                                 | 1,3   |                   |                     |      | 1,3             |                        |                  |
| Otro                                                                                                          | 3,2   | 3,5               | 2,0                 | 6,2  | 1,3             |                        |                  |
| Nada                                                                                                          | 32,7  | 29,6              | 43,1                | 32,3 | 55,1            | 30,0                   | 5,9              |

Respuesta múltiple espontánea posteriormente codificada

Entrevistados

356

115

51

65

78

30

17

# 11. Conclusiones



De los diez (10) procesos evaluados, seis (6) se ubican por encima de este indicador NSC (77,4) y cuatro (4) se ubican por debajo

Los PRST y los Usuarios Empresariales se muestran más satisfechos con la CRC.

| PROCESOS                                      | TOTAL CRC   | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST        | Operador<br>Postal | Operador de<br>televisión | Estado/<br>Gobierno |
|-----------------------------------------------|-------------|-----------------------|------------------------|-------------|--------------------|---------------------------|---------------------|
| Solución de controversias                     | 87.5        |                       |                        | 87.5        |                    |                           |                     |
| Asesoría y acompañamiento                     | 83.5        |                       |                        |             |                    |                           | 83.5                |
| Notificaciones                                | 81.8        |                       | 83.5                   | 83.3        | 78.5               |                           |                     |
| Trámites                                      | 81.5        |                       | 87.6                   | 82.1        | 75.0               |                           |                     |
| Información de estudios técnicos o de mercado | 79.1        |                       |                        | 84.3        | 74.0               |                           |                     |
| Atención y respuesta PQRS                     | 77.9        | 71.0                  | 84.3                   | 81.4        | 75.8               | 79.0                      | 76.0                |
| Foros y eventos                               | 77.2        | 72.8                  | 78.0                   | 85.6        | 70.2               | 76.3                      | 80.3                |
| Página web                                    | 76.7        | 79.3                  | 74.7                   | 82.8        | 75.1               | 80.3                      | 68.2                |
| Pago de la contribución                       | 76.4        |                       |                        | 76.5        | 76.2               |                           |                     |
| Proyectos Regulatorios Publicados             | 71.8        |                       |                        | 71.8        |                    |                           |                     |
| <b>TOTAL CRC</b>                              | <b>77.4</b> | <b>75.7</b>           | <b>80.2</b>            | <b>80.9</b> | <b>76.5</b>        | <b>77.3</b>               | <b>74.1</b>         |

■ Valores superiores del NSC de la CRC (77.4)

■ Valores inferiores del NSC de la CRC (77.4)

■ **Nivel de Satisfacción:** Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión). Ver anexo: importancia por atributo

Las acciones de la CRC deben:

- Apalancarse en las **fortalezas** del servicio, identificadas por los clientes:
  - La **disposición y actitud** de servicio del personal
  - La **confiabilidad de la información** que suministra
  - La actividad regulatoria propende por el **bienestar social y la protección de los derechos de los usuarios**
- Dar respuesta a las **expectativas** de los clientes , fundamentalmente, en torno a:
  - Mayor **divulgación, publicidad** acerca de los servicios que ofrece la Entidad.
  - Mejor **desempeño de la página web**. Fácil de manejar / no se caiga al subir los documentos.
  - **Mejorar la atención al cliente**. Tiempos de respuesta más ágiles. Dar a conocer los procedimientos. Mayor acompañamiento a los clientes. Atención más personalizada.
  - **Considerar, propiciar y estimular** la participación de todos actores del sector en las actividades regulatorias y en los foros y eventos programados.
  - Dar a conocer los **procedimientos** para relacionarse con la CRC, ya sea a nivel de foros, PQRS; Trámites, Contribuciones, Actividad regulatoria.

# 12. ANEXOS



# Anexo

## Matriz de prioridades – PROCESO

Matriz de  
prioridades  
– PROCESO

Importancia  
Atributos

Muestra  
estimada

Comparativo  
años anteriores



| ATRIBUTOS<br>Foros y eventos                                                                                                                           | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>divulgación</b> que hace la CRC de sus foros y eventos                                                                                           | Crítico               | Inerte                 | Mantenimiento | Inerte                | Fortaleza                 | Inerte             |
| La <b>facilidad para participar</b> en los foros y eventos                                                                                             | Inerte                | Inerte                 | Mantenimiento | Inerte                | Crítico                   | Mantenimiento      |
| El <b>grado</b> en que la CRC propicia la <b>participación de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos</b> | Inerte                | Mantenimiento          | Mantenimiento | Inerte                | Fortaleza                 | Fortaleza          |
| El <b>análisis y consideración de las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector</b>                                              | Inerte                | Mantenimiento          | Crítico       | Inerte                | Mantenimiento             | Fortaleza          |
| La <b>pertinencia de los temas seleccionados para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente)</b>                               | Inerte                | Inerte                 | Mantenimiento | Inerte                | Inerte                    | Mantenimiento      |
| La <b>idoneidad de los expositores</b>                                                                                                                 | Mantenimiento         | Mantenimiento          | Mantenimiento | Mantenimiento         | Fortaleza                 | Mantenimiento      |
| La <b>logística</b> de foros y eventos                                                                                                                 | Mantenimiento         | Inerte                 | Mantenimiento | Mantenimiento         | Inerte                    | Fortaleza          |
| Las <b>metodologías de trabajo</b> utilizadas                                                                                                          | Inerte                | Mantenimiento          | Fortaleza     | Inerte                | Crítico                   | Fortaleza          |
| El <b>grado de participación</b> que permiten durante su realización                                                                                   | Inerte                | Inerte                 | Mantenimiento | Mantenimiento         | Inerte                    | Mantenimiento      |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.



| ATRIBUTOS<br>Página Web                                                                      | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>facilidad para encontrar la información</b> requerida                                  | Crítico               | Crítico                | Crítico       | Crítico               | Mantenimiento             | Crítico            |
| La <b>actualización de la información</b>                                                    | Inerte                | Inerte                 | Mantenimiento | Crítico               | Mantenimiento             | Crítico            |
| La <b>confiabilidad de la información</b>                                                    | Fortaleza             | Mantenimiento          | Mantenimiento | Mantenimiento         | Mantenimiento             | Mantenimiento      |
| La <b>pertinencia de los contenidos</b> de la página                                         | Mantenimiento         | Fortaleza              | Fortaleza     | Mantenimiento         | Mantenimiento             | Mantenimiento      |
| La <b>disponibilidad de información</b> acerca de los <b>productos y servicios de la CRC</b> | Fortaleza             | Crítico                | Fortaleza     | Inerte                | Mantenimiento             | Mantenimiento      |
| La <b>utilidad de la información</b> contenida en la página                                  | Fortaleza             | Fortaleza              | Fortaleza     | Mantenimiento         | Mantenimiento             | Mantenimiento      |
| El <b>tiempo de permanencia de la información</b> publicada en la página                     | Fortaleza             | Inerte                 | Mantenimiento | Inerte                | Inerte                    | Crítico            |
| El <b>diseño de la página web</b> de la CRC                                                  | Crítico               | Crítico                | Fortaleza     | Fortaleza             | Mantenimiento             | Inerte             |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS<br>Notificaciones de carácter particular                                            | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| Las facilidades que le brinda la CRC para realizar el proceso de notificación                 |                       | Fortaleza              | Mantenimiento | Crítico               |                           |                    |
| La actitud o disposición de servicio del personal de la CRC responsable de las notificaciones |                       | Mantenimiento          | Mantenimiento | Fortaleza             |                           |                    |
| El cumplimiento de los términos de Ley para las notificaciones que le han hecho               |                       | Mantenimiento          | Fortaleza     | Fortaleza             |                           |                    |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS PQRS                                                                                                         | CIUDADANO/USUARIO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | GOBIERNO ESTADO |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------|---------------|--------------------|------------------------|-----------------|
| La <b>variedad de canales o medios</b> para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento | Fortaleza         | Mantenimiento       | Mantenimiento | Inerte             | Fortaleza              | Fortaleza       |
| La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b>                                                                   | Inerte            | Fortaleza           | Inerte        | Inerte             | Mantenimiento          | Inerte          |
| La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y darle respuesta                                  | Inerte            | Mantenimiento       | Mantenimiento | Inerte             | Mantenimiento          | Mantenimiento   |
| La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta                          | Inerte            | Fortaleza           | Crítico       | Mantenimiento      | Crítico                | Mantenimiento   |
| La <b>claridad de la respuesta</b>                                                                                     | Crítico           | Mantenimiento       | Inerte        | Crítico            | Inerte                 | Inerte          |
| El <b>cumplimiento de los tiempos de respuesta establecidos por la Ley</b>                                             | Inerte            | Mantenimiento       | Crítico       | Mantenimiento      | Mantenimiento          | Mantenimiento   |
| El <b>tiempo de respuesta en comparación con otras entidades públicas</b>                                              | Inerte            | Mantenimiento       | Mantenimiento | Crítico            | Fortaleza              | Mantenimiento   |
| El <b>tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector</b>                                   | Crítico           | Mantenimiento       | Fortaleza     | Crítico            | Crítico                | Mantenimiento   |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS Trámites                                                                               | CIUDADANO/ USUARIO | USUARIO EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE POSTAL | OPERADOR DE TELEVISIÓN | GOBIERNO ESTADO |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|--------------------|------------------------|-----------------|
| La <b>facilidad</b> para solicitar el trámite                                                    |                    | Fortaleza           | Fortaleza     | Inerte             |                        |                 |
| La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b> para realizar el trámite                    |                    | Mantenimiento       | Mantenimiento | Inerte             |                        |                 |
| La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta              |                    | Mantenimiento       | Crítico       | Mantenimiento      |                        |                 |
| La <b>información recibida comparada con la solicitada</b> . Lo completa que fue la respuesta    |                    | Fortaleza           | Crítico       | Mantenimiento      |                        |                 |
| El <b>cumplimiento de los tiempos</b> para dar una respuesta                                     |                    | Fortaleza           | Mantenimiento | Mantenimiento      |                        |                 |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con los datos por otras entidades públicas          |                    | Mantenimiento       | Fortaleza     | Mantenimiento      |                        |                 |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones |                    | Mantenimiento       | Mantenimiento | Mantenimiento      |                        |                 |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS<br>Pago de la contribución                                                                                                                  | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST    | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>claridad acerca del procedimiento a seguir</b> para realizar el pago de la contribución a la CRC                                                |                       |                        | Crítico | Inerte                |                           |                    |
| Los <b>mecanismos de pago dispuestos</b> por la CRC para realizar el pago de la contribución                                                          |                       |                        | Crítico | Mantenimiento         |                           |                    |
| La <b>facilidad para realizar el pago</b> de la contribución a la CRC                                                                                 |                       |                        | Crítico | Fortaleza             |                           |                    |
| La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución |                       |                        | Inerte  | Crítico               |                           |                    |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS<br>Proyectos Regulatorios                                                                                   | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>promoción de la participación de los usuarios</b>                                                               |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>promoción de la participación de los proveedores y operadores de las TIC</b>                                    |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>disposición al diálogo y el interés de sus funcionarios</b> en escuchar diferentes puntos de vista              |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| Los <b>plazos que da para participar en los proyectos regulatorios</b> en función de la complejidad de los mismos     |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| El <b>análisis y respuesta que realiza a las observaciones presentadas</b> por los diferentes actores del sector      |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| La <b>oportunidad de la regulación emitida</b>                                                                        |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| La <b>coherencia del marco regulatorio</b> que produce                                                                |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| El <b>grado en que la regulación propende por el bienestar social y la protección de los derechos de los usuarios</b> |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| El <b>grado en que la regulación promueve la libre y leal competencia y la inversión en el sector de las TIC</b>      |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| La <b>claridad y precisión técnica</b> de la regulación emitida                                                       |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |
| Los <b>documentos soporte</b> de las resoluciones emitidas                                                            |                       |                        | Inerte        |                       |                           |                    |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

# Matriz de prioridades

## *Estudios Técnicos y de mercado*

| ATRIBUTOS<br>Estudios técnicos y de mercado                                                               | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>facilidad de acceso a la información</b>                                                            |                       |                        | Mantenimiento | Mantenimiento         |                           |                    |
| La <b>pertinencia de la información</b>                                                                   |                       |                        | Mantenimiento | Mantenimiento         |                           |                    |
| La <b>oportunidad en la divulgación de la información</b>                                                 |                       |                        | Inerte        | Mantenimiento         |                           |                    |
| La <b>sustentación de la información</b>                                                                  |                       |                        | Mantenimiento | Inerte                |                           |                    |
| La <b>confiabilidad de la información</b>                                                                 |                       |                        | Mantenimiento | Inerte                |                           |                    |
| El <b>aporte de la información</b> de estudios técnicos o de mercado <b>al fortalecimiento del sector</b> |                       |                        | Mantenimiento | Inerte                |                           |                    |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

| ATRIBUTOS<br>Solución de controversias                                                                                                                                                  | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST          | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|---------------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>revisión del cumplimiento de los requisitos</b> de forma y procedimiento de la solicitud antes de dar inicio a la actuación administrativa                                        |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| El <b>acceso a la información</b> sobre la solicitud, para que pudiera presentar sus argumentos de hecho, derecho y pruebas dentro del proceso administrativo                           |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>integridad del análisis</b> , es decir, la <b>revisión</b> y <b>consideración</b> que hizo la CRC de toda la <b>información</b> y pruebas allegadas al proceso                    |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| Las <b>garantías al derecho a la defensa</b> , es decir, la posibilidad de pronunciarse sobre el tema, dentro de las oportunidades legalmente establecidas                              |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>posibilidad de acceder a los expedientes</b> cuando lo necesitó                                                                                                                   |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>disponibilidad del personal</b> de la CRC para recibirlo y atenderlo durante todo el proceso administrativo                                                                       |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| El <b>trato recibido por parte del personal</b> de la CRC durante todo el proceso administrativo                                                                                        |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| La <b>integridad de la decisión</b> , es decir, la resolución revisó todos los asuntos bajo divergencia                                                                                 |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| El <b>apego del proceso</b> seguido por la CRC a los términos de Ley                                                                                                                    |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| Los <b>procesos de notificación</b> de las resoluciones particulares surtidos                                                                                                           |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |
| Los <b>tiempos de respuesta de la CRC</b> en comparación con los dados por otras autoridades bien sea administrativas o judiciales (instancias de solución de controversias en el país) |                       |                        | Mantenimiento |                       |                           |                    |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.



# Matriz de prioridades

## Asesoría y acompañamiento

| ATRIBUTOS<br>Asesoría y Acompañamiento                                                                                          | CIUDADANO/<br>USUARIO | USUARIO<br>EMPRESARIAL | PRST | OPERADOR DE<br>POSTAL | OPERADOR DE<br>TELEVISIÓN | GOBIERNO<br>ESTADO |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|------|-----------------------|---------------------------|--------------------|
| La <b>facilidad para solicitar el servicio de asesoría o acompañamiento</b> de la CRC                                           |                       |                        |      |                       |                           | Mantenimiento      |
| La <b>actitud o disposición del personal</b> de la CRC para atender y dar respuesta a su solicitud                              |                       |                        |      |                       |                           | Mantenimiento      |
| La <b>consistencia de las respuestas o conceptos dados en relación con lo solicitado</b>                                        |                       |                        |      |                       |                           | Fortaleza          |
| La <b>confiabilidad de la información</b> presentada                                                                            |                       |                        |      |                       |                           | Fortaleza          |
| La <b>información recibida comparada con la entregada por la CRC</b> , es decir lo completa que fue la respuesta a su solicitud |                       |                        |      |                       |                           | Mantenimiento      |
| El <b>cumplimiento de los tiempos de Ley</b> para dar una respuesta                                                             |                       |                        |      |                       |                           | Mantenimiento      |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con los dados por <b>otras entidades públicas</b>                                  |                       |                        |      |                       |                           | Mantenimiento      |
| El <b>tiempo de respuesta</b> en comparación con <b>otras Entidades Públicas del sector de telecomunicaciones</b>               |                       |                        |      |                       |                           | Fortaleza          |

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.

# Anexo

## Importancia Atributos

Matriz de  
prioridades  
– PROCESO

Importancia  
Atributos

Muestra  
estimada

Comparativo  
años anteriores



| PROCESOS                                                                                                                                        | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador<br>Postal   | Operador de<br>televisión | Gobierno/<br>Estado  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| FOROS Y EVENTOS                                                                                                                                 | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R3.2A. La divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos                                                                                    | 0,0406                | 0,0022                 | 0,0148               | 0,0130               | 0,1198                    | 0,0005               |
| R3.2B. La facilidad para participar en los foros y eventos                                                                                      | 0,0398                | 0,0026                 | 0,0026               | 0,0011               | 0,1533                    | 0,0012               |
| R3.2C. El grado en que la CRC propicia la participación de los actores del sector en la definición de los TEMAS a tratar en los foros o eventos | 0,0020                | 0,0119                 | 0,0134               | 0,0070               | 0,1478                    | 0,0424               |
| R3.2D. El análisis y consideración de las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector                                       | 0,0203                | 0,0050                 | 0,0232               | 0,0001               | 0,0013                    | 0,0525               |
| R3.2E. La pertinencia de los temas seleccionados para empresas como la suya/<br>personas como usted (según tipo de cliente)                     | 0,0122                | 0,0021                 | 0,0137               | 0,0011               | 0,0292                    | 0,0058               |
| R3.2F. La idoneidad de los expositores                                                                                                          | 0,0225                | 0,0002                 | 0,0071               | 0,0050               | 0,1473                    | 0,0057               |
| R3.2G. La logística de foros y eventos                                                                                                          | 0,0032                | 0,0022                 | 0,0142               | 0,0005               | 0,0000                    | 0,0954               |
| R3.2H. Las metodologías de trabajo utilizadas                                                                                                   | 0,0016                | 0,0113                 | 0,0251               | 0,0055               | 0,0635                    | 0,0432               |
| R3.2I. El grado de participación que permiten durante su realización                                                                            | 0,0159                | 0,0120                 | 0,0023               | 0,0011               | 0,0000                    | 0,0034               |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                    | <b>0,1580</b>         | <b>0,0496</b>          | <b>0,1163</b>        | <b>0,0345</b>        | <b>0,6622</b>             | <b>0,2500</b>        |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

## Pesos de los factores - Clientes-

| PROCESOS                                                                               | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador<br>Postal   | Operador de<br>televisión | Gobierno/<br>Estado  |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| PÁGINA WEB                                                                             | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R3.5_A. La facilidad para encontrar la información requerida                           | 0,0415                | 0,0670                 | 0,0198               | 0,0643               | 0,0072                    | 0,1941               |
| R3.5_B. La actualización de la información                                             | 0,0289                | 0,0205                 | 0,0086               | 0,0239               | 0,0063                    | 0,2279               |
| R3.5_C. La confiabilidad de la información                                             | 0,0960                | 0,0180                 | 0,0010               | 0,0016               | 0,0015                    | 0,0246               |
| R3.5_D. La pertinencia de los contenidos de la página                                  | 0,0152                | 0,0365                 | 0,0157               | 0,0129               | 0,0038                    | 0,0063               |
| R3.5_E. La disponibilidad de información acerca de los productos y servicios de la CRC | 0,0933                | 0,0602                 | 0,0172               | 0,0142               | 0,0034                    | 0,0000               |
| R3.5_F. La utilidad de la información contenida en la página                           | 0,1492                | 0,1044                 | 0,0242               | 0,0068               | 0,0002                    | 0,0000               |
| R3.5_G. El tiempo de permanencia de la información publicada en la página              | 0,0454                | 0,0152                 | 0,0053               | 0,0057               | 0,0030                    | 0,0472               |
| R3.5_H. El diseño de la página web de la CRC                                           | 0,0625                | 0,1280                 | 0,1139               | 0,0724               | 0,0158                    | 0,0000               |
| <b>TOTAL</b>                                                                           | <b>0,5319</b>         | <b>0,4498</b>          | <b>0,2057</b>        | <b>0,2018</b>        | <b>0,0412</b>             | <b>0,5000</b>        |

| PROCESOS                                                                                             | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador Postal      | Operador de<br>televisión | Gobierno/ Estado     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR                                                                | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R3.9A. Las facilidades que le brinda la CRC para realizar el proceso de notificación                 |                       | 0,1879                 | 0,0123               | 0,1253               |                           |                      |
| R3.9B. La actitud o disposición de servicio del personal de la CRC responsable de las notificaciones |                       | 0,0102                 | 0,0029               | 0,0660               |                           |                      |
| R3.9C. El cumplimiento de los términos de Ley para las notificaciones que le han hecho               |                       | 0,0015                 | 0,0262               | 0,1789               |                           |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                         |                       | <b>0,1997</b>          | <b>0,0414</b>        | <b>0,3702</b>        |                           |                      |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

## Pesos de los factores - Clientes-

| PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN                                                                                                                               | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| R4.2A. La claridad acerca del procedimiento a seguir para realizar el pago de la contribución a la CRC                                                |                      |                      | 0,0870               | 0,0132               |                      |                      |
| R4.2B. Los mecanismos de pago dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución                                                          |                      |                      | 0,0229               | 0,0113               |                      |                      |
| R4.2C. La facilidad para realizar el pago de la contribución a la CRC                                                                                 |                      |                      | 0,0978               | 0,0770               |                      |                      |
| R4.2D. La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución |                      |                      | 0,0107               | 0,0258               |                      |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                          |                      |                      | <b>0,2184</b>        | <b>0,1272</b>        |                      |                      |

| TRÁMITES                                                                                         | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| R5.2A. La facilidad para solicitar el trámite                                                    |                      | 0,1026               | 0,0823               | 0,0023               |                      |                      |
| R5.2B. La claridad acerca del procedimiento a seguir para realizar el trámite                    |                      | 0,0069               | 0,0105               | 0,0168               |                      |                      |
| R5.2C. La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta              |                      | 0,0027               | 0,0455               | 0,0029               |                      |                      |
| R5.2D. La información recibida comparada con la solicitada. Lo completa que fue la respuesta     |                      | 0,0293               | 0,0228               | 0,0079               |                      |                      |
| R5.2E. El cumplimiento de los tiempos para dar una respuesta                                     |                      | 0,0324               | 0,0143               | 0,0006               |                      |                      |
| R5.2F. El tiempo de respuesta en comparación con los dados por otras entidades públicas          |                      | 0,0175               | 0,0393               | 0,0177               |                      |                      |
| R5.2G. El tiempo de respuesta en comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones |                      | 0,0086               | 0,0129               | 0,0029               |                      |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                     |                      | <b>0,2001</b>        | <b>0,2275</b>        | <b>0,0510</b>        |                      |                      |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

## Pesos de los factores - Clientes-

| PROCESOS                                                                                                               | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador Postal      | Operador de<br>televisión | Gobierno/ Estado     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| PQRS                                                                                                                   | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R5.6A. La variedad de canales o medios para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento | 0,0546                | 0,0009                 | 0,0022               | 0,0046               | 0,0430                    | 0,0679               |
| R5.6B. La claridad acerca del procedimiento a seguir                                                                   | 0,0108                | 0,0592                 | 0,0066               | 0,0147               | 0,0001                    | 0,0018               |
| R5.6C. La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y darle respuesta                                  | 0,0078                | 0,0013                 | 0,0022               | 0,0055               | 0,0005                    | 0,0047               |
| R5.6D. La información recibida comparada con la solicitada. Lo completa que fue la respuesta                           | 0,0367                | 0,0293                 | 0,0433               | 0,0101               | 0,0435                    | 0,0175               |
| R5.6E. La claridad de la respuesta                                                                                     | 0,0570                | 0,0004                 | 0,0009               | 0,0324               | 0,0033                    | 0,0019               |
| R5.6F. El cumplimiento de los tiempos de respuesta establecidos por la Ley                                             | 0,0221                | 0,0025                 | 0,0239               | 0,0183               | 0,0001                    | 0,0000               |
| R5.6G. El tiempo de respuesta en comparación con otras entidades públicas                                              | 0,0246                | 0,0030                 | 0,0039               | 0,0255               | 0,1392                    | 0,0013               |
| R5.6H. El tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector                                   | 0,0965                | 0,0042                 | 0,0448               | 0,1003               | 0,0669                    | 0,0299               |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                           | <b>0,3101</b>         | <b>0,1008</b>          | <b>0,1278</b>        | <b>0,2114</b>        | <b>0,2966</b>             | <b>0,1250</b>        |

| ACTIVIDAD REGULATORIA                                                                                                 | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| R6.2A. La promoción de la participación de los usuarios                                                               |                      |                      | 0,0138               |                      |                      |                      |
| R6.2B. La promoción de la participación de los proveedores y operadores de las TIC                                    |                      |                      | 0,0024               |                      |                      |                      |
| R6.2C. La disposición al diálogo y el interés de sus funcionarios en escuchar diferentes puntos de vista              |                      |                      | 0,0002               |                      |                      |                      |
| R6.2D. Los plazos que da para participar en los proyectos regulatorios en función de la complejidad de los mismos     |                      |                      | 0,0123               |                      |                      |                      |
| R6.2E. El análisis y respuesta que realiza a las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector      |                      |                      | 0,0005               |                      |                      |                      |
| R6.2F. La oportunidad de la regulación emitida                                                                        |                      |                      | 0,0002               |                      |                      |                      |
| R6.2G. La coherencia del marco regulatorio que produce                                                                |                      |                      | 0,0083               |                      |                      |                      |
| R6.2H. El grado en que la regulación propende por el bienestar social y la protección de los derechos de los usuarios |                      |                      | 0,0013               |                      |                      |                      |
| R6.2I. El grado en que la regulación promueve la libre y leal competencia y la inversión en el sector de las TIC      |                      |                      | 0,0071               |                      |                      |                      |
| R6.2J. La claridad y precisión técnica de la regulación emitida                                                       |                      |                      | 0,0033               |                      |                      |                      |
| R6.2K. Los documentos soporte de las resoluciones emitidas                                                            |                      |                      | 0,0039               |                      |                      |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                          |                      |                      | <b>0,0533</b>        |                      |                      |                      |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

## Pesos de los factores - Clientes-

| ESTUDIOS TÉCNICOS O DE MERCADO                                                                      | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador Postal      | Operador de<br>televisión | Gobierno/ Estado     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
|                                                                                                     | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R6.5_A. La facilidad de acceso a la información                                                     |                       |                        | 0,0001               | 0,0010               |                           |                      |
| R6.5_B. La pertinencia de la información                                                            |                       |                        | 0,0007               | 0,0002               |                           |                      |
| R6.5_C. La oportunidad en la divulgación de la información                                          |                       |                        | 0,0007               | 0,0004               |                           |                      |
| R6.5_D. La sustentación de la información                                                           |                       |                        | 0,0001               | 0,0000               |                           |                      |
| R6.5_E. La confiabilidad de la información                                                          |                       |                        | 0,0003               | 0,0002               |                           |                      |
| R6.5_F. El aporte de la información de estudios técnicos o de mercado al fortalecimiento del sector |                       |                        | 0,0010               | 0,0019               |                           |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                        |                       |                        | <b>0,0029</b>        | <b>0,0038</b>        |                           |                      |

| SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS                                                                                                                                                               | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| R6.8A. La revisión del cumplimiento de los requisitos de forma y procedimiento de la solicitud antes de dar inicio a la actuación administrativa                                        |                      |                      | 0,0001               |                      |                      |                      |
| R6.8B. El acceso a la información sobre la solicitud, para que pudiera presentar sus argumentos de hecho, derecho y pruebas dentro del proceso administrativo                           |                      |                      | 0,0005               |                      |                      |                      |
| R6.8C. La integridad del análisis, es decir, la revisión y consideración que hizo la CRC de toda la información y pruebas allegadas al proceso                                          |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8D. Las garantías al derecho a la defensa, es decir, la posibilidad de pronunciarse sobre el tema, dentro de las oportunidades legalmente establecidas                               |                      |                      | 0,0001               |                      |                      |                      |
| R6.8E. La posibilidad de acceder a los expedientes cuando lo necesitó                                                                                                                   |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8F. La disponibilidad del personal de la CRC para recibirlo y atenderlo durante todo el proceso administrativo                                                                       |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8G. El trato recibido por parte del personal de la CRC durante todo el proceso administrativo                                                                                        |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8H. La integridad de la decisión, es decir, la resolución revisó todos los asuntos bajo divergencia                                                                                  |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8I. El apego del proceso seguido por la CRC a los términos de Ley                                                                                                                    |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8J. Los procesos de notificación de las resoluciones particulares surtidos                                                                                                           |                      |                      | 0,0000               |                      |                      |                      |
| R6.8K. Los tiempos de respuesta de la CRC en comparación con los dados por otras autoridades bien sea administrativas o judiciales (instancias de solución de controversias en el país) |                      |                      | 0,0058               |                      |                      |                      |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                            |                      |                      | <b>0,0066</b>        |                      |                      |                      |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

| PROCESOS                                                                                                                       | Ciudadano/<br>usuario | Usuario<br>empresarial | PRST                 | Operador Postal      | Operador de<br>televisión | Gobierno/ Estado     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|
| ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO                                                                                                      | Peso/<br>importancia  | Peso/<br>importancia   | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia      | Peso/<br>importancia |
| R7.2A. La facilidad para solicitar el servicio de asesoría o acompañamiento de la CRC                                          |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0000               |
| R7.2B. La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta a su solicitud                             |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0004               |
| R7.2C. La consistencia de las respuestas o conceptos dados en relación con lo solicitado                                       |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0427               |
| R7.2D. La confiabilidad de la información presentada                                                                           |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0392               |
| R7.2E. La información recibida comparada con la entregada por la CRC, es decir lo completa que fue la respuesta a su solicitud |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0002               |
| R7.2F. El cumplimiento de los tiempos de Ley para dar una respuesta                                                            |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0027               |
| R7.2G. El tiempo de respuesta en comparación con los dados por otras entidades públicas                                        |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0027               |
| R7.2H. El tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector de telecomunicaciones                     |                       |                        |                      |                      |                           | 0,0372               |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                   |                       |                        |                      |                      |                           | <b>0,1250</b>        |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.



| CRC                                                | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia | Peso/<br>importancia |
|----------------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>TOTAL FOROS Y EVENTOS</b>                       | 0,1580               | 0,0496               | 0,1163               | 0,0345               | 0,6622               | 0,2500               |
| <b>TOTAL PÁGINA WEB</b>                            | 0,5319               | 0,4498               | 0,2057               | 0,2018               | 0,0412               | 0,5000               |
| <b>TOTAL NOTIFICACIONES DE CARÁCTER PARTICULAR</b> |                      | 0,1997               | 0,0414               | 0,3702               |                      |                      |
| <b>TOTAL PAGO DE LA CONTRIBUCIÓN</b>               |                      |                      | 0,2184               | 0,1272               |                      |                      |
| <b>TOTAL TRÁMITES</b>                              |                      | 0,2001               | 0,2275               | 0,0510               |                      |                      |
| <b>TOTAL PQRS</b>                                  | 0,3101               | 0,1008               | 0,1278               | 0,2114               | 0,2966               | 0,1250               |
| <b>TOTAL PROYECTOS REGULATORIOS</b>                |                      |                      | 0,0533               |                      |                      |                      |
| <b>ESTUDIOS TÉCNICOS O DE MERCADO</b>              |                      |                      | 0,0029               | 0,0038               |                      |                      |
| <b>TOTAL SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS</b>             |                      |                      | 0,0066               |                      |                      |                      |
| <b>TOTAL ASESORÍA Y ACOMPAÑAMIENTO</b>             |                      |                      |                      |                      |                      | 0,1250               |

La importancia fue calculado mediante el proceso estadístico de análisis de regresiones. Ver Documento técnico.

# Anexo

## Muestra estimada próxima medición

Matriz de  
prioridades  
– PROCESO

Importancia  
Atributos

Muestra  
estimada

Comparativo  
años anteriores



La muestra estimada para la siguiente medición, se obtiene:

$$n_0 = \frac{Z^2 * s^2}{(e * \bar{y})^2}$$

$n_0$  : Tamaño de la muestra.

$Z$  : Nivel de confianza mínimo requerido (1.96, asociado a un nivel de confianza requerido del 95%)

$s^2$  : Varianza de la variable de calificación, NSC 2013

$e$  : Margen de error máximo permisible.

$\bar{y}$  : Media de la variable bajo estudio (NSC 2013)

|                      |           |            |
|----------------------|-----------|------------|
| Nivel de confianza   | Z         | 1,96       |
| Varianza NSC 2013    | $s^2$     | 469,6      |
| Margen de error      | e         | 3%         |
| NSC 2013             | $\bar{y}$ | 77,4       |
| Tamaño de la muestra | $n_0$     | <b>335</b> |

# Anexo

## Comparativo años anteriores

Matriz de  
prioridades  
– PROCESO

Importancia  
Atributos

Muestra  
estimada

Comparativo  
años anteriores



| PROCESOS                             | 2011        | 2012        |
|--------------------------------------|-------------|-------------|
| <b>TOTAL NSC</b>                     | <b>76,4</b> | <b>80,6</b> |
| Regulación                           | <b>72,5</b> | <b>80,7</b> |
| Proyectos Regulatorios               | <b>76,4</b> | <b>79,2</b> |
| Resolución de Conflictos             | <b>75,8</b> | <b>74,0</b> |
| Tramites                             | <b>84,6</b> | <b>80,9</b> |
| Asesoría Consultas                   | <b>85,7</b> | <b>88,6</b> |
| Estudios Técnicos y de Mercado       | <b>81,8</b> | <b>79,3</b> |
| Foros y Eventos de Discusión         | <b>80,6</b> | <b>78,6</b> |
| Pagina Web                           | <b>79,3</b> | <b>79,8</b> |
| Solicitud de Información o Consultas | <b>76,4</b> | <b>79,6</b> |
| Atención al Cliente                  | <b>86,8</b> | <b>85,5</b> |
|                                      |             |             |
|                                      |             |             |

| PROCESOS                                      | 2013        |
|-----------------------------------------------|-------------|
| <b>TOTAL NSC CRC</b>                          | <b>77,4</b> |
| Proyectos regulatorios                        | <b>71,8</b> |
| Solución de Controversias                     | <b>87,5</b> |
| Trámites                                      | <b>81,5</b> |
| Servicio de Asesoría y Acompañamiento         | <b>83,5</b> |
| Información de Estudios técnicos o de mercado | <b>79,1</b> |
| Foros y Eventos                               | <b>77,2</b> |
| Página Web                                    | <b>76,7</b> |
| PQRS                                          | <b>77,9</b> |
| Notificaciones de Carácter Particular         | <b>81,8</b> |
| Pago contribución                             | <b>76,4</b> |

*Si bien se presentan los resultados del NSC de los años 2011, 2012 y 2013. Conceptualmente no son comparativos dado que la metodología para el calculo son diferentes entre el 2011 y 2012 vs 2013*



# CONSENSO

---

## Investigaciones

*Cra. 35A No 15B -35 Of. 9801*

*CENTRO DE NEGOCIOS PRISMA*

*Via Las Palmas. El Poblado*

*Medellín – Colombia*

*PBX (57-4) 312 5757 – 311 7110 - Fax: 312 7373*

*Cel. 3003200070 – 300 3200080*

Las investigaciones que realiza CONSENSO S.A.S se ejecutan aplicando los códigos éticos de ICC/ESOMAR y siguiendo los lineamientos del Sistema de Gestión de Calidad de nuestra empresa, bajo las normas ISO 9001:2008 y la norma ISO 20252:2006 “Investigación de mercados, social” y de la opinión”



Certificado  
Nº 20.204.1

