



• CARACTERIZACIÓN •
DE GRUPOS DE VALOR
DE LA COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES





Introducción

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) busca fortalecer el conocimiento sobre sus grupos de valor para mejorar la interacción y la eficacia regulatoria. Este documento actualiza la caracterización presentada en 2022, incorporando información más reciente y un análisis ampliado que refleja los cambios en el entorno económico y tecnológico.

La actualización realizada responde a los diferentes cambios que ha enfrentado los sectores regulados por la CRC desde 2023 tales como: i) Avances tecnológicos: Mayor adopción de servicios digitales y OTT ii) Transformaciones socioeconómicas: Cambios en el acceso a servicios TIC en distintos estratos y regiones iii) Reformas regulatorias: ajustes normativos para fomentar la competencia y la protección del consumidor.

Lo anterior, teniendo en cuenta las encuestas y análisis demográficos, con los datos más recientes publicados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE, así como información generada con el desarrollo de estudios propios como el Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023.

Objetivo

Identificar, analizar, documentar y actualizar las necesidades, percepciones y características específicas de los diferentes grupos de interés relacionados con la CRC, con el propósito de diseñar estrategias de comunicación, divulgación y participación más efectivas, inclusivas y alineadas con las expectativas de dichos grupos.

Antecedentes

En el año 2022, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), contrató el desarrollo de un estudio que permitiera identificar los grupos de valor de la CRC y caracterizarlos.

Para llevar a cabo dicha labor, el proyecto, liderado por la empresa Brandstrat, se dividió en 2 fases:

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 1 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



- **Fase de grupos de trabajo interno:** desarrollada al interior de la Entidad a través de reuniones con los grupos internos de trabajo (once Coordinaciones y las dos Sesiones de Comisión que componen la CRC), para identificar los grupos de valor con los que cada equipo se relaciona en el desarrollo de sus funciones.
- **Fase cuantitativa:** Una vez identificados los grupos de valor en la Fase inicial se procedió a diseñar los instrumentos para recolectar la información requerida para caracterizarlos identificando sus necesidades, percepciones y características.

Actualización de la Caracterización por Grupo de Valor

De acuerdo con el Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023¹, *“Para el 2023, el Producto Interno Bruto (PIB) colombiano creció un 0,6% en términos reales, impulsado por sectores claves como la agricultura, actividades financieras, consumo de los hogares y gasto público. Tomando como referente los niveles de 2019, antes de la pandemia de COVID-19, la economía colombiana creció un 11,0%. A pesar de los persistentes desafíos globales de cadenas de suministro e inversión, este incremento refleja una recuperación moderada de la actividad económica del país tras los efectos de la pandemia. En materia de mercado laboral, la cantidad de personas ocupadas fue superior para todos los meses del 2023 en contraste con su respectivo periodo del año anterior. Así mismo, la tasa de desempleo se ubicó en 10,2%, la cual es inferior a la tasa de 2022 en un punto porcentual, manteniendo su tendencia decreciente. Por otro lado, las presiones inflacionarias, tanto internas como externas, persistieron en 2023, aunque con una desaceleración con respecto al año anterior. La inflación alcanzó el 9,28%, aún superior al objetivo de política monetaria, pero inferior al 13,1% de 2022. En respuesta, el Banco de la República continuó con su política de ajuste, fluctuando la tasa de intervención desde el 12% hasta el 13% entre enero y diciembre de 2023.*

Bajo este contexto, las actividades económicas de Información y Comunicaciones presentaron un desempeño superior en contraste con el promedio de la economía; mientras que las presiones inflacionarias no afectaron el nivel de precios de este grupo de servicios. El valor agregado de estas actividades económicas aumentó en un 1,5%, lo que indica un comportamiento de 0,9 puntos porcentuales por encima del crecimiento total del PIB y la tasa de inflación correspondiente al grupo de los servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet fue de 0% en 2023,

¹ CRC, 2024. “Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023” Disponible en: https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Reporte_Industria_TIC_POSTAL_2023F.pdf

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 2 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



mostrando el mismo comportamiento observado para el año inmediatamente anterior."

Según el reporte desarrollado por la CRC, en 2023 el sector de telecomunicaciones creció 2,5 veces más que la economía en general del país, lo que evidencia la contribución de los servicios de comunicaciones y postales a la reactivación económica. Mientras que el Producto Interno Bruto creció a una tasa del 0,6%, el sector se destacó con un crecimiento del 1,5%.

Estos son algunos de los datos más relevantes del estudio:

Durante 2023, los servicios de telecomunicaciones generaron ingresos por 27,1 billones de pesos, lo que representa un aumento del 3,11% en comparación con 2022. El servicio de Internet, fijo y móvil representó el 61,8% del total de ingresos.

El tráfico de Internet móvil creció 37,6%, alcanzando 4,15 millones de terabytes. El 78,1% de este tráfico lo generaron usuarios que pagan un cargo fijo periódicamente (pospago). El tráfico de telefonía móvil continúa la tendencia a la baja con una disminución en el total de minutos cursados del 22,6 % respecto al año 2022.

Los servicios móviles son los más usados. Por cada 100 personas, existen 167 líneas de voz, mientras que para el caso del servicio de Internet 86 de cada 100 personas cuentan con acceso a dicho servicio.

Las conexiones del servicio de Internet fijo crecieron 0,6% con respecto a 2022, llegando a 8,97 millones de conexiones. La penetración de este servicio fue de 50,3 accesos por cada 100 hogares. Las conexiones de Internet fijo mediante fibra óptica aumentaron 24,6% en 2023, llegando a representar el 37% del total de conexiones al servicio.

Los accesos de Internet móvil aumentaron 12,1% con respecto al año 2022, alcanzando 44,95 millones de conexiones. La tecnología 4G es la más utilizada para acceder al servicio de internet móvil con el 89,8% del total de accesos, mientras que la tecnología 3G representó el 9,4% y tecnología 2G 0,9%.

En los servicios de televisión y radio, el crecimiento de ingresos no alcanzó para cubrir la inflación de 2023, mostrando una caída en términos reales del 8,8% en conjunto.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 3 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



La tenencia de Smart TV creció 9% alcanzando presencia en el 53% de los hogares colombianos, mientras que el 44% contaba con televisor a color sin acceso directo a Internet.

El consumo de televisión abierta se concentra en noticias (39,2%), seguido de novelas (23,2%) y películas (20,2%), mientras que, para el caso de las aplicaciones de streaming en línea los contenidos más vistos son películas (24%) y series (21%).

Los ingresos del sector postal presentaron una reducción del 8,9% en término reales, reportando 2,5 billones de pesos, de los cuales el 81,3% corresponde a ingresos generados por el servicio de mensajería expresa, que creció un 2,8% respecto al año 2022. Los servicios de correos y giros postales presentaron una disminución en términos reales del 17,7% y 34,6 % respectivamente.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 4 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR

El presente documento corresponde al informe de resultados de la Fase cuantitativa para la caracterización de grupos de valor de la CRC identificados en 2022 a saber:

- 1. Ciudadanía**
 - Usuarios servicios CRC
 - Usuarios servicios regulados CRC
- 2. Estado**
 - Entidades
 - Alcaldías
- 3. Sectores Regulados**
 - Telecomunicaciones
 - Operadores TV Abierta
 - Operadores TV Comunitaria
 - Operadores Postales
 - Operadores Radio
- 4. Sectores No Regulados**
- 5. Gremios y asociaciones**
 - Gremios y asociaciones
 - Organizaciones de defensa ciudadanía
- 6. Prensa**
- 7. Academia**
- 8. Entidades Internacionales**

Tamaño y distribución de la muestra

En el estudio cuantitativo adelantado en 2022, se realizó una caracterización detallada de los diferentes grupos de interés vinculados a la CRC, mediante una muestra de 428 encuestas distribuidas en tres categorías principales: ciudadanía, sectores regulados y no regulados, y actores del Estado y otras entidades.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 5 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Distribución de la muestra:

Grupos de Valor/Segmentos	# de encuestas
Ciudadanía	290
Usuarios servicios CRC	75
Usuarios servicios regulados CRC	215
Estado	26
Entidades	24
Alcaldías	2
Sectores Regulados	59
Telecomunicaciones	39
Operadores TV Abierta	4
Operadores TV Comunitaria	6
Operadores Postales	3
Operadores Radio	7
Sectores No Regulados	18
Gremios y asociaciones	12
Gremios y asociaciones	9
Organizaciones de defensa ciudadanía	3
Prensa	7
Academia	4
Entidades Internacionales	12
Total	428

Resultados de la muestra de ciudadanía:

Distribución socioeconómica: Estrato 2 fue el grupo más representado (28,4%), seguido de estratos 3 (25,1%) y 4 (19,5%).

Edades: Predominaron las personas entre 26 y 39 años (27,9%) y entre 18 y 25 años (25,1%).

Género: Participaron mayoritariamente mujeres (56,3%).

Este enfoque permitió recoger datos representativos de diversos sectores, asegurando una visión integral de las necesidades, percepciones y expectativas de los actores clave para diseñar estrategias más efectivas y alineadas con el contexto colombiano.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 6 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

1 CARACTERIZACIÓN DE CIUDADANIA

1.1 Segmentos

De acuerdo a lo definido en la fase de identificación de los grupos de valor de la CRC, la Ciudadanía está compuesto por dos grande ejes: La ciudadanía en general que son usuarios de los servicios que regula la CRC (Comunicaciones – Internet, Telefónica fija y móvil, Internet fijo y móvil-, TV por suscripción, TV abierta, TV comunitaria, Radio y Servicios Postales) y audiencias de los canales de televisión abierta, que incluye a los diversos grupos etarios, etnias, personas con necesidades especiales, personas con discapacidad, entre otros; y las personas naturales que han realizado trámites, requerimientos, consultas, observaciones o que han participado en capacitaciones y eventos de la CRC.

Dado lo anterior para la fase Cuantitativa se estableció una distribución de muestra de estos dos segmentos, en la que prima (74%) la ciudadanía en general en relación a los usuarios de los servicios de la CRC (24%).



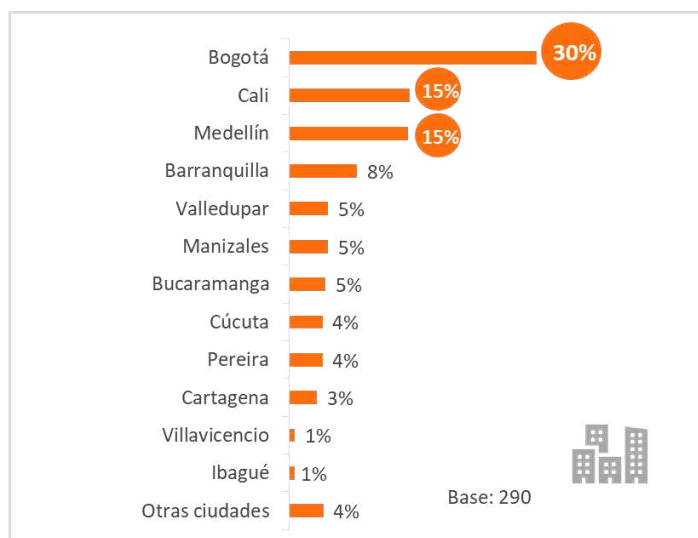
1.2 Caracterización por variables demográficas

1.2.1 Ubicación geográfica y nacionalidad

1.2.1.1 Ciudad

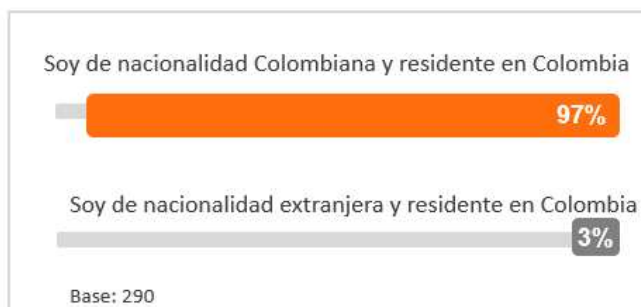
La muestra se realizó acorde al peso poblacional de las principales ciudades y municipios del país y de los departamentos evaluados, destacándose Bogotá (30% de la muestra), Medellín (15%), Cali (15%), Barranquilla (8%), y Bucaramanga (5%)

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 7 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



1.2.1.2 Nacionalidad

Un 3% del Grupo de Valor de Ciudadanía está compuesto por ciudadanos extranjeros residentes en el país. Este elevado porcentaje puede estar relacionado a los migrantes provenientes de Venezuela.



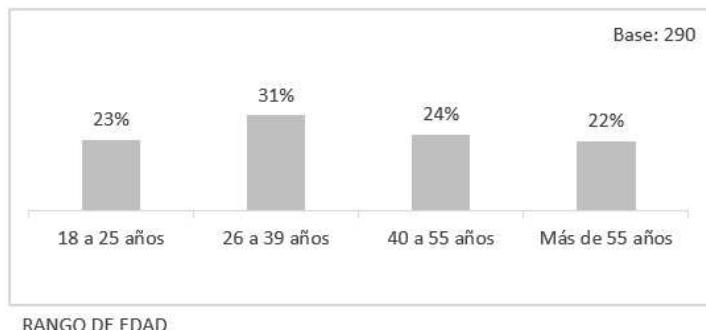
F1. De las siguientes opciones, ¿cuál describe su situación?

1.2.2 Caracterización demográfica

1.2.2.1 Edad

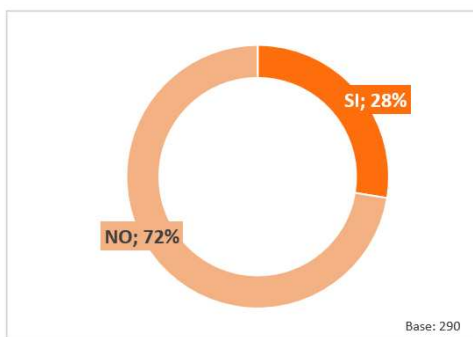
Se evidencia una distribución uniforme entre los diferentes segmentos etarios, con una leve mayor participación de los adultos jóvenes (26 a 39 años). Es de destacar que aproximadamente 1 de cada 5 personas del grupo de valor Ciudadanía son mayores de 55 años

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 8 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



1.2.2.2 Presencia de hijos entre 5 y 17 años en el hogar

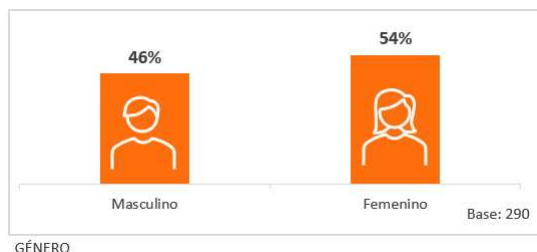
Los niños y adolescentes son uno de los segmentos claves y más sensibles para la CRC dentro del grupo de valor de Ciudadanía. Cerca de uno de cada tres de los hogares del grupo de valor tienen presencia de hijos entre los 5 y 17 años.



F4. ¿Usted tiene hijos entre los 6 y los 17 años?

1.2.2.3 Género

Se evidencia una leve prevalencia del género femenino, en línea con la distribución por género de la población del país del acuerdo al DANE (Proyección para el 2022 de las cifras del Censo del año 2018 – 49,2% hombres y 50,8% mujeres).



Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 9 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

1.2.3 Situación social

1.2.3.1 Nivel Socioeconómico

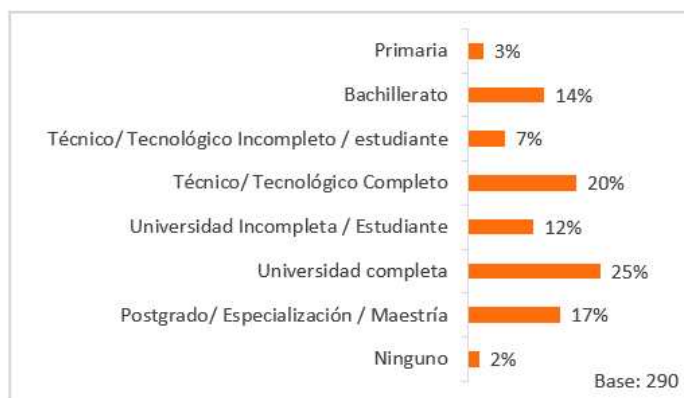
Cerca de 4 de cada 10 personas pertenecen a los estratos bajos.



1.2.4 Perfil ocupacional

1.2.4.1 Nivel educativo

Cerca de 3 de cada 10 de los individuos evaluados del grupo de valor de Ciudadanía no tienen estudios superiores, aspecto que también debe ser tenido en cuenta por la CRC para la elaboración de sus estrategias de comunicación y relacionamiento.



1. ¿Cuál es su nivel educativo actual?

1.2.4.2 Ocupación

Se evidencia una tasa importante de informalidad (26%) y desempleo (7%). No obstante, se debe resaltar que cerca de 4 de cada 10 personas son empleados y reciben un flujo de ingresos estable y predecible.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 10 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

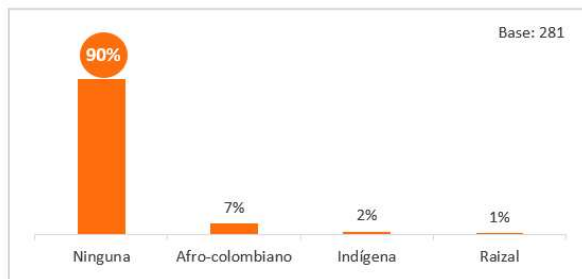


2. ¿Cuál de estas opciones describe mejor su ocupación actual?

1.2.5 Población vulnerable

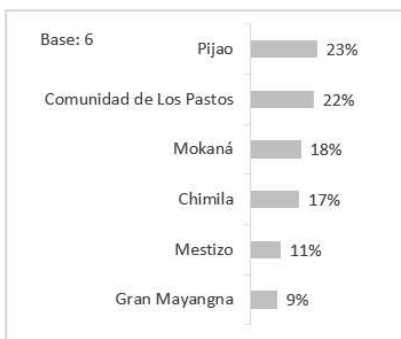
1.2.5.1 Etnias

A nivel de etnias se identifica una incidencia importante de estas dentro de la población, en donde 1 de cada 10 personas pertenecen a alguna etnia, destacándose los Afrocolombianos y en menor medida la población indígena (provenientes de seis diferentes comunidades).



3. ¿Se identifica usted, o hace parte de alguna de las siguientes etnias?

Comunidad indígena a la que pertenecen las personas que mencionaron ser de etnia Indígena:



3A. ¿A cuál comunidad indígena hace parte?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 11 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



A nivel de los idiomas o dialectos que hablan las comunidades indígenas llama la atención la baja prevalencia de dialectos indígenas y la alta incidencia del inglés, lo cual refleja la tendencia de la “globalización” de los pueblos indígenas que puede acarrear una pérdida de las tradiciones y cultura propia de dichas comunidades.



3B. ¿Qué idioma o dialecto habla su comunidad?

1.2.5.2 Población con necesidades especiales

Un 17% de la ciudadanía tiene algún tipo de necesidad especial, destacándose las madres cabezas de familia y en menos medida los desplazados y las personas en situación de discapacidad.



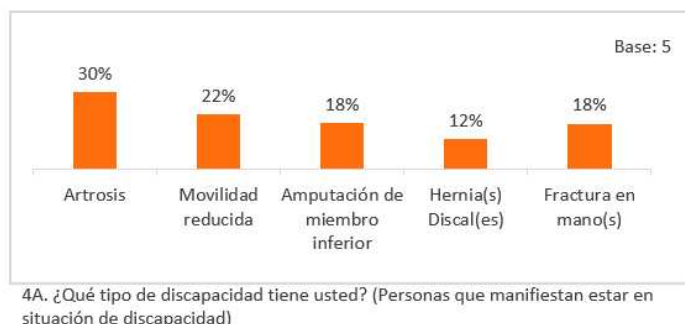
4. ¿Se identifica usted, o se encuentra actualmente bajo alguna de las siguientes condiciones sociales?

Entre aquellos que presentan algún tipo de discapacidad (2% del total del grupo de valor) se destacan la artrosis, la movilidad reducida y la amputación de miembro inferior.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 12 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



Tipos de discapacidad que tiene las personas que mencionaron estar en situación de discapacidad:



Población con discapacidad:

El Ministerio de Salud y Protección Social, en cumplimiento de la Ley 1618 de 2013 y la Resolución 1197 de 2024, ha implementado el procedimiento de certificación de discapacidad, Registro de Localización y Caracterización de Personas con Discapacidad -RLCPD desde el segundo semestre de 2020. De acuerdo con el más reciente Boletín técnico: Personas Certificadas con Discapacidad, publicado por esta entidad en el mes de julio de 2024²: *“Durante el segundo semestre de 2020 hasta el primer semestre de 2024, se han certificado en total 350.732 personas con discapacidad...”*

Dentro de las entidades territoriales con mayor número de personas certificadas con discapacidad se encuentra Bogotá con 61.828 personas (17,6%) del total de personas certificadas; Valle del Cauca con 32.316 personas (9,2%); Antioquia con 32.219 personas (9,2%); Santander con 21.429 personas (6,1%); y Cundinamarca con 21.144 personas (6,0%). Por su parte, las entidades territoriales con menor prevalencia de personas certificadas son Amazonas con 132 personas; San Andrés con 151 personas; Guainía con 151 personas; Vaupés con 169 personas; y Vichada con 425 personas, las cuales en conjunto representan el 0,3% de personas certificadas. Del total de personas certificadas con discapacidad 87.390 son víctimas del conflicto armado, es decir, el 24,9% del total de certificados. Asimismo, del total de personas certificadas, 1.650 son personas en proceso de reincorporación, lo cual

² Ministerio de Salud y Protección Social, 2024. “Boletín técnico: Personas Certificadas con Discapacidad” Disponible en: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PES/boletin-personas-certificadas-discapacidad-primer-semestre-2024.pdf>

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 13 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



equivale al 0,5% del total. Con relación al área de residencia, el 79,6% viven en cabeceras; 15,4% en zona rural; y 1,4% en centro poblado”.

El total de las personas certificadas, “están clasificadas en las siguientes categorías de discapacidad, las cuales no son mutuamente excluyentes (Ministerio de Salud y Protección Social, 2020): Discapacidad visual, Discapacidad auditiva, Discapacidad física, Discapacidad intelectual, Discapacidad psicosocial (mental), Discapacidad múltiple y Sordoceguera”

1.3 Hábitos de uso y relacionamiento con las TIC

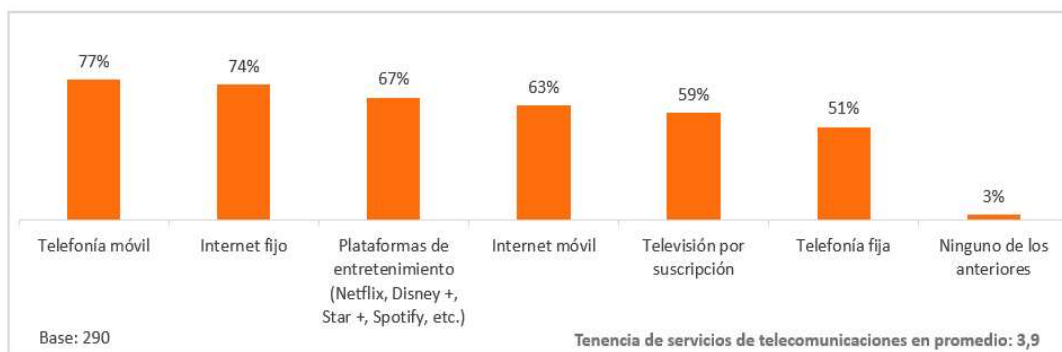
1.3.1 Incidencia de uso y tenencia de los servicios regulados por la CRC

La penetración de los servicios de comunicaciones es casi total, y esta impactado por la alta penetración de la telefonía móvil (77%) y del Internet Fijo (76%). La penetración de la TV abierta y de la radio entre el grupo de valor de *Ciudadanía* es del 70% y 65% respectivamente.



F2. ¿Cuáles de las siguientes actividades ha realizado en el último año? – Respuesta Múltiple

Es importante destacar que en cada hogar en promedio hay una tenencia de casi 4 servicios diferentes de comunicaciones.

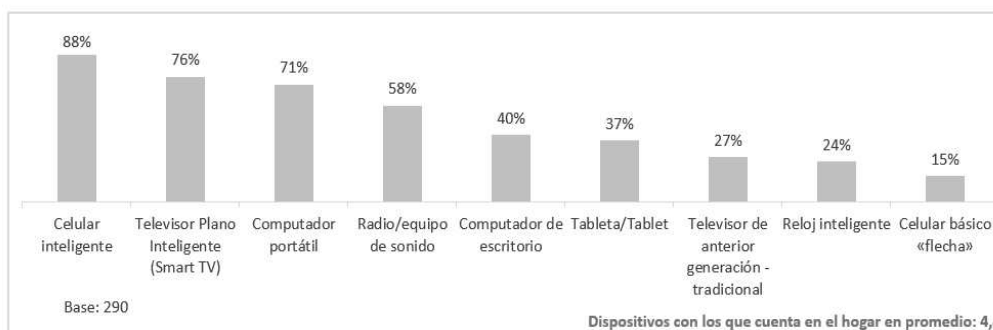


7. ¿Tiene usted actualmente alguno de los siguientes servicios de telecomunicaciones? – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 14 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

1.3.2 Incidencia de dispositivos en el hogar

De acuerdo con lo analizado en 2022, la penetración de dispositivos que permiten acceder a los diferentes servicios de comunicaciones es significativa en la *Ciudadanía*: 9 de cada 10 personas tienen un celular inteligente y cerca de 8 de cada 10 tienen un televisor plano y computador portátil. En promedio se tienen 4,4 dispositivos por hogar para acceder a servicios de comunicaciones.



6. ¿Con cuál de los siguientes dispositivos cuenta usted en su hogar? – Respuesta Múltiple

Ahora bien, de acuerdo con el Reporte de Industria de los sectores TIC y Postal de 2023³, “El total de abonados a telefonía móvil alcanzó los 87,37 millones al cierre de 2023, lo que representa un incremento de 6,56 millones en comparación con 2022. La modalidad postpago representó el 24,98% de los abonados, con un crecimiento del 9,8% respecto a 2022, mientras que la modalidad prepago experimentó un crecimiento del 7,59% en el mismo período”

Respecto al servicio de telefonía fija, “al cierre de 2023 se contabilizaron 7,28 millones de líneas, de las cuales el 86,9% pertenecían al segmento residencial. En comparación con el año 2022, las líneas disminuyeron en un 3,6% en 2023, es decir, 272 mil líneas menos”, mientras que “el servicio de Internet fijo alcanzó 8,97 millones de accesos, de los cuales el 89,7% pertenecen al segmento residencial. En comparación con 2022, esto representa aproximadamente 64 mil conexiones adicionales”.

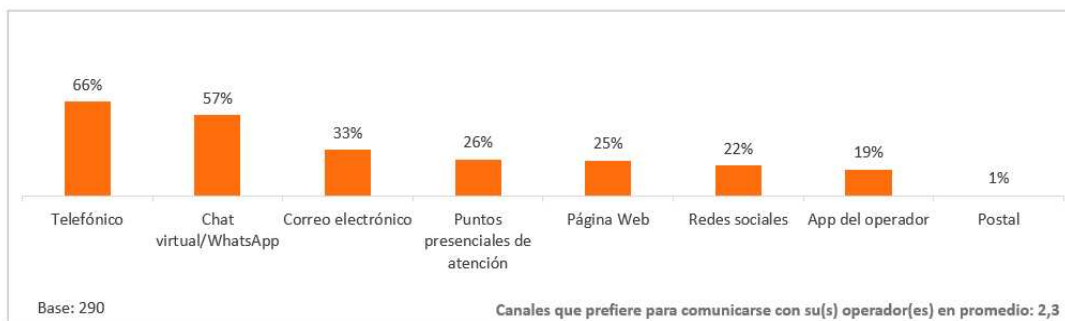
“A 2023, la tenencia de Smart TV creció 9% alcanzando presencia en el 53% de los hogares colombianos, mientras que el 44% contaba con televisor a color sin acceso directo a Internet”.

³ CRC, 2024. “Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023” Disponible en: https://postdata.gov.co/sites/default/files/general/Reporte_Industria_TIC_POSTAL_2023F.pdf

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 15 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

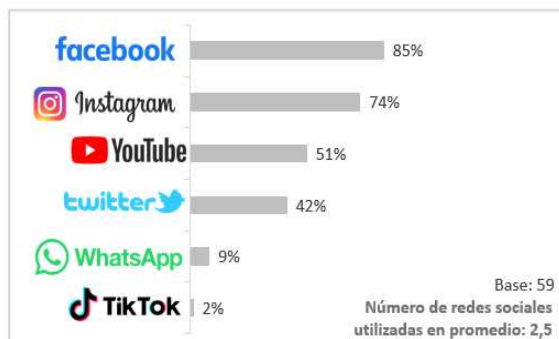
1.3.3 Canales de comunicación preferidos con los operadores

El contacto telefónico y el chat virtual/WhatsApp se constituyen en los medios predilectos de la Ciudadanía para contactarse con sus operadores, mientras solo uno de cada cuatro personas favorece el canal presencial. Esto evidencia la relevancia que mantienen las líneas de atención telefónica para como medio de contacto de los operadores con sus usuarios, incluso en un entorno donde cada vez prevalecen más los medios virtuales.



8. ¿Cuáles de los siguientes canales prefiere para comunicarse con su(s) operador(es)? – Respuesta Múltiple

Redes sociales preferidas entre las personas que favorecen las redes sociales como medio de contacto con sus operadores

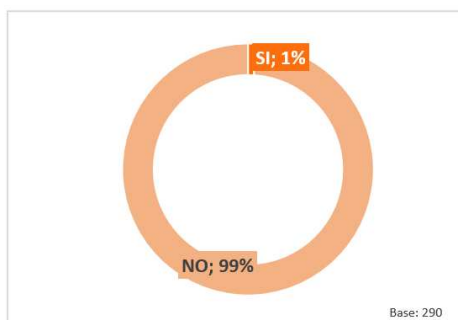


8A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que prefieren redes sociales como canal de atención para comunicarse con su operador) – Respuesta Múltiple

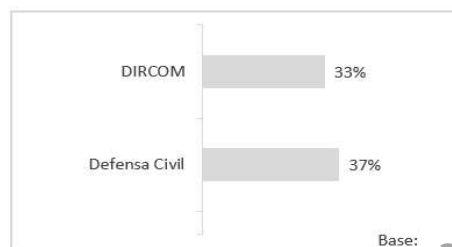
Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 16 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

1.3.4 Participación en asociaciones defensoras de los derechos de los usuarios de servicios de telecomunicaciones.

La participación en asociaciones de defensa de los derechos de la ciudadanía es prácticamente nula.



5. ¿Usted hace parte de alguna asociación que represente los derechos de los usuarios de algún servicio de comunicaciones?



5A. ¿De cuál o cuáles asociaciones hace parte o es miembro? (Personas que si hacen parte de alguna asociación que represente los derechos de los usuarios de algún servicio de comunicaciones)

1.4 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

1.4.1 Conocimiento de la CRC

1.4.1.1 Conocimiento de la existencia de la entidad

Se evidencia un nivel de conocimiento significativo de la CRC entre la ciudadanía usuaria de los servicios regulados por la CRC (55%). Llama la atención que uno de cada tres ciudadanos que han tenido contacto en algún momento con la CRC menciona no conocer a la entidad.



9. ¿Conoce o ha oído sobre la Comisión de Regulación de Comunicaciones o CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 17 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

	Usuarios servicios regulados	Usuario Servicios de la CRC
SI Conoce la CRC	55%	67%
NO Conoce la CRC	45%	33%

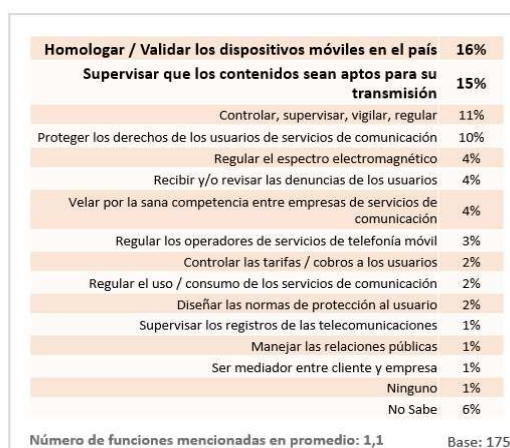
1.4.1.2 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

El nivel de asociación correcta de la CRC como ente regulador es muy significativa (65%), incluso este porcentaje es considerablemente superior al evidenciado en el grupo de valor de estado (46%).



10. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

A nivel de conocimiento de las funciones específicas de la CRC, se evidencia una incidencia baja de confusión (8%) y de desconocimiento (6%). Las dos funciones que en mayor proporción se asocian a la CRC son la homologación de dispositivos móviles (16%) y la supervisión de los contenidos audiovisuales que se transmiten en el país (15%).



11. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 18 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



1.4.1.3 Medios de comunicación recordados de la CRC

A nivel de los medios de información recordados de la CRC se evidencian tres niveles: La televisión como medio mayoritario (61%), lo cual puede estar influido por la cortinilla de cierre de la CRC en los comerciales; los medios digitales (Pagina web y Redes sociales) con una incidencia agregada del 47% y un tercer grupo de medios tradicionales (radio y prensa) con una incidencia agregada del 38%.

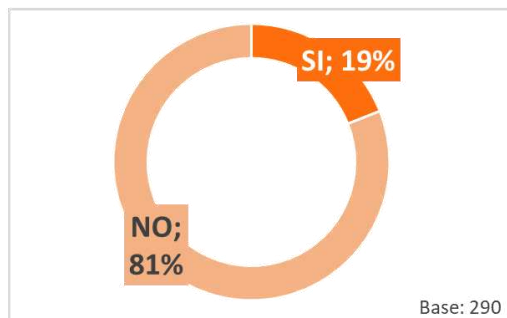


12. ¿A través de qué medios conoció o recibió información de la CRC? – Respuesta Múltiple

1.4.2 Experiencia con la entidad

1.4.2.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

La incidencia del contacto de la ciudadanía en general con la CRC es marginal (4%). Resalta el hecho que solo un 60% de las personas registradas en la CRC como usuarios de sus servicios en algún momento, recuerdan haber realizado algún trámite, solicitud o requerimiento con la entidad.



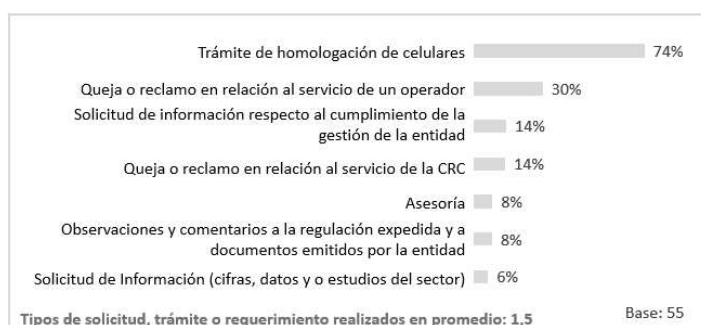
13. ¿Alguna vez ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento de información a la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 19 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

	Usuarios servicios regulados (Base: 215)	Usuario Servicios de la CRC (Base: 75)
SI	4%	60%
NO	96%	40%

1.4.2.2 Trámites realizados

El trámite predominante realizado por la Ciudadanía con la CRC es la *homologación de celulares* seguido en un lejano segundo lugar de las *quejas o reclamos en relación al servicio de un operador*.



14. De la lista a continuación, ¿qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC? – Respuesta Múltiple

1.4.2.3 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

A diferencia de los canales que la ciudadanía menciona preferir para contactar a sus operadores, el canal por excelencia para la realización de los diferentes trámites con la CRC es la *Página Web/Portal de Trámites de la entidad*, que para todos los tipos de trámites es que presenta una mayor incidencia de uso. El email es el segundo canal con mayor nivel de uso, en particular para la *Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)* y las *Asesorías*.

	Canales utilizados para los diferentes trámites realizados						
	Trámite de homologación de celulares	Queja o reclamo en relación al servicio de un operador	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Queja o reclamo en relación al servicio de la CRC	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Solicitud de Información (cifras, datos y/o estudios del sector)
Línea telefónica	11%	24%	49%	18%	46%	31%	69%
Página web/Portal trámites	83%	83%	68%	77%	70%	75%	72%
Carta física a la entidad	6%	16%	49%	34%	31%	31%	40%
Presencial entidad	9%	16%	34%	36%	31%	31%	40%
Redes sociales	7%	8%	18%	18%	31%	31%	40%
Email a la entidad	24%	38%	50%	43%	60%	56%	69%
Canales mencionados en promedio	1,4	1,9	2,7	2,3	2,7	2,6	3,3
	Base: 40	Base: 18	Base: 7	Base: 8	Base: 4	Base: 4	Base: 3

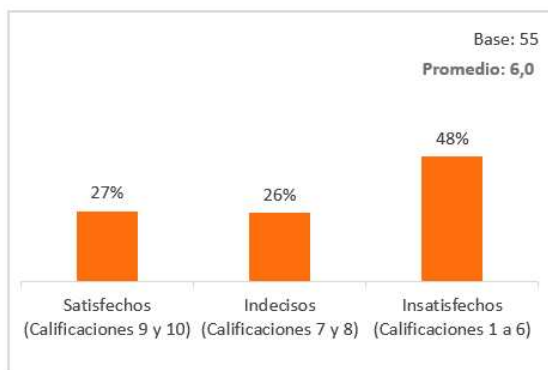
15. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 20 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



1.4.2.4 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

Entre las personas que mencionaron haber realizado alguna solicitud, trámite o requerimiento a la CRC (19% del total), se evidencian niveles importantes de insatisfacción (cerca de la mitad dieron una calificación entre 1 y 6 en una escala de 1 a 10)



18. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra con la atención que le brindó la CRC en su momento?

La principal razón de insatisfacción con la CRC es que nunca recibieron respuesta o solución a su requerimiento (2 de cada 3 insatisfechos dan esta razón). Es de vital importancia generar un sistema que notifique a los ciudadanos del estado de sus requerimientos o que les permita hacer un seguimiento y cuando se les dé una respuesta, que esta sea argumentada.



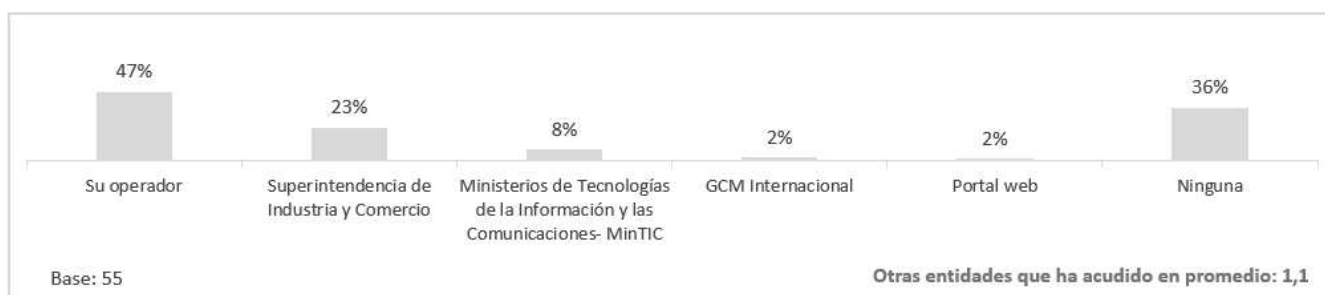
19. ¿Por qué motivo da esta calificación? (Personas insatisfechas con la atención brindada por la CRC que calificaron 1 a 6)

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 21 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



1.4.3 Otras entidades utilizadas para solicitudes, trámites y requerimientos similares a los realizados con la CRC

Más de cada 6 de cada 10 personas acuden a otras entidades diferentes a la CRC, para realizar trámites o requerimientos similares a los que hacen con la CRC. Teniendo en cuenta los niveles de insatisfacción con la respuesta de la CRC a sus solicitudes, es bastante probable que busquen en otras entidades poder dar solución a sus requerimientos.



16. ¿Con qué otras entidades ha acudido para solicitudes, trámites o requerimientos similares?

1.5 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

1.5.1 Necesidades y expectativas respecto a la gestión de la CRC para los diferentes trámites

Que les den *respuesta a sus solicitudes y requerimientos* y la *agilidad en los tiempos de respuesta* son las dos expectativas que tienen una incidencia mayoritaria en los diferentes trámites que realiza la *Ciudadanía* con la CRC. A nivel de quienes realizan observaciones/comentarios a la regulación expedida la expectativa se centra en que sus conceptos/opiniones sean tenidos en cuenta.

	Trámite de homologación de celulares	Queja o reclamo en relación al servicio de un operador	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Queja o reclamo en relación al servicio de la CRC	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)
Recibir solución satisfactoria	39%	41%	54%	62%	30%	31%	40%
Agilidad en la solución	32%	31%	-	48%	-	-	-
Ser defendido ante los abusos de los operadores de las telecomunicaciones	-	20%	-	33%	-	-	-
Que actúe con responsabilidad / ética	-	-	-	17%	-	-	-
Profundidad en la investigación	-	13%	-	-	-	-	-
Que se sigan los canales adecuados	-	4%	17%	-	-	19%	-
Recibir información clara y completa	39%	-	11%	-	16%	-	-
Agilidad en la realización del trámite	14%	-	-	-	-	-	-
Que no se permita la venta de equipos que no están homologados en el país	6%	-	-	-	-	-	-
Recibir atención de personas reales (no bots)	-	-	-	-	31%	-	-
Que haya cumplimiento de las funciones de la CRC	-	-	15%	-	-	-	-
Que le brinde información / otros también a nivel internacional	-	-	17%	-	-	-	-
Que se apliquen las sanciones realizadas	-	-	-	-	-	44%	-
Ninguno	2%	-	-	-	-	-	-
No sabe	12%	16%	14%	-	24%	25%	60%
Canales mencionados en promedio	1,2	1,2	1,3	1,6	1,0	1,2	1,0
	Base: 40	Base: 18	Base: 7	Base: 8	Base: 4	Base: 4	Base: 3

17. Teniendo en cuenta sus necesidades, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una _____

1.5.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

Se evidencia que a un 66% de la *Ciudadanía* le gustaría recibir información de la CRC, principalmente como aspectos relacionados al sector de telecomunicaciones (noticias y novedades), las funciones de la CRC y los derechos y deberes de los usuarios de los servicios regulados por la CRC:

Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	11%
Funciones de la CRC	9%
Derechos y deberes de los usuarios	8%
Instructivos para interponer PQR's (medios, forma, entidades etc.)	7%
Cambios en la normatividad	5%
Proceso efectivo de homologación de dispositivos en el país	4%
Derechos y deberes de los operadores	3%
Informes sobre el seguimiento de trámites	3%
Comparación de tarifas de los operadores	2%
Puntos / Información de contacto de la CRC	2%
Fechas de cursos / capacitaciones	2%
Información relacionada con servicios de telefonía móvil	2%
Noticias / información sobre tecnología	2%
Otras menciones	16%
Ninguno	16%
No Sabe	18%

Base: 175

20. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

1.5.3 Canales de comunicación deseados

La CRC debe canalizar su estrategia de comunicación a la Ciudadanía a través de canales digitales, utilizando primordialmente al Correo electrónico y las Redes sociales para transmitir información al público relacionada con las temáticas de interés resaltadas anteriormente y en algunos casos dirigirlos a la Página web/Portal transaccional, donde se puede establecer un contacto más profundo con el público.



21. ¿A través de qué canales de comunicación desearía recibir dicha información? – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 23 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

1.6 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

En la Fase inicial de los grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC se tipificaron las dinámicas de relacionamiento que se dan con los diferentes grupos de valor.

A continuación, se presentan los tres tipos de relacionamiento tipificados del grupo de valor de *Ciudadanía*:

- *Relación directa de alto impacto*: el equipo de la CRC está interactuando directamente con la ciudadanía y el resultado de dicha interacción tiene un impacto en los productos y servicios y las estrategias de la Coordinación/Sesión que lo realiza. Se presenta en la Coordinación de Contenidos Audiovisuales y en la Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales, e incluye las siguientes actividades:
 - Talleres con niños y adolescentes y sus padres
 - Estudios y consultorías con segmentos específicos de la ciudadanía (minorías étnicas, población con discapacidad auditiva, entre otros) con necesidades a través de entrevistas a profundidad, sesiones de grupo y encuestas es consultada
 - Creación de contenidos en conjunto (co-creación)

- *Relación directa de bajo impacto*: se genera a partir de una circunstancia específica que implica un contacto con la ciudadanía pero que no tiene impacto en los productos, servicios y/o estrategias de las Coordinaciones/Sesiones. En este grupo encontramos las siguientes dinámicas:
 - Solicitud de información/consultas de temas específicos
 - Comentarios puntuales en relación con algún documento/proyecto regulatorio
 - Oferta de contenidos virtuales para temas de transferencia de conocimientos de la regulación (se desarrollan para varios grupos de valor y no solo para un grupo específico)
 - Publicaciones del estado de implementación del sistema de control interno en la entidad

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 24 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



- PQRS (ejemplo: quejas ciudadanas respecto a contenidos audiovisuales/ incumplimiento del servicio de operadores de telecomunicaciones)
- Relación de respuesta a la ciudadanía ejerciendo funciones de control.

Se identifican dos dinámicas específicas:

- PQRS (ejemplo: quejas ciudadanas respecto a contenidos audiovisuales/ incumplimiento del servicio de operadores de telecomunicaciones)
- Veedurías ciudadanas. En el que unos agentes determinados (ciudadanos específicos/organizaciones comunitarias) representan a la ciudadanía en general en las labores de vigilancia del buen uso de los recursos por parte de la CRC.

Por otra parte, se realizó una clasificación de los diferentes grupos externos de la CRC entre Grupos de valor y Grupos de interés en cada una de las Coordinaciones y Sesiones de Comisionados de la entidad.

Lo anterior teniendo en cuenta que cada Coordinación y Sesión de la CRC cumple funciones específicas y tiene productos/servicios específicos, y se relaciona de forma diferente con los diferentes grupos externos, por lo que se evidencia de forma frecuente como un grupo externo específico puede ser clasificado como de valor por una Coordinación específica mientras que para otra es un grupo de interés, e incluso para algunas Coordinaciones un grupo externo puede ser un grupo de valor para ciertos productos/servicios y ser un grupo de interés para otros productos/servicios de la misma Coordinación.

A continuación, se presenta una matriz con la clasificación de *Ciudadanía* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos		X Facilitar acceso a información técnica, regulatoria y de mercado
Implementación Regulatoria e Innovación		X Política de gestión del conocimiento e innovación
Prospectiva Estratégica	X Construcción agenda regulatoria	X Estudios, análisis e investigaciones

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 25 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



Planeación y Gestión	X Rendición de Cuentas	X Plan Estratégico / planes institucionales
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	X Tramitar quejas respecto de los contenidos audiovisuales /estrategias informativas y pedagógicas, así como de participación ciudadana.	
Diseño Regulatorio		X Proyectos Regulatorios
Gestión Administrativa y Financiera		X Apoyo administrativo y financiero para cumplimiento funciones
Tecnologías y Sistemas de Información		X Gestionar y mantener disponibilidad de la infraestructura tecnológica
Relaciones con Grupos de Valor	X Punto de contacto / Atención PQRs / Trámites / Estrategia de comunicación / Estrategia de participación y servicio a la ciudadanía	
Control Interno		X
Gestión Jurídica	X Recursos de apelación y queja	
Coordinación Ejecutiva		X Coordinación general de los grupos internos de trabajo
Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales	X	X
Sesión de Comisionados de Comunicaciones	X	X

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 26 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2 CARACTERIZACIÓN DE ESTADO

2.1 Tipo de entidades

Se evidencia la predominancia del MinTIC en el grupo de valor de Estado, con un peso del 30% de la muestra. Cerca de 6 de cada 10 participantes del grupo de valor de estado son de algún Ministerio.

Entre las otras entidades destacan las Alcaldías y sus Secretarías y las Entidades de Control. Cabe destacar que en total se evaluaron 8 diferentes tipos de entidades, lo cual evidencia una adecuada pluralidad en la muestra recolectada.

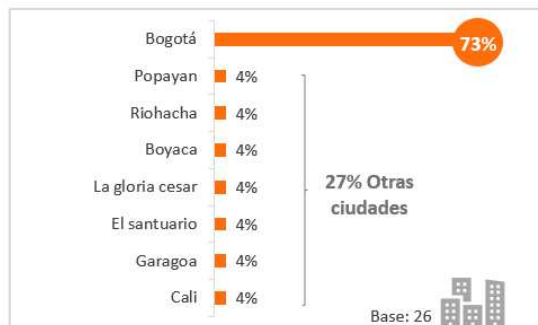


F1. Por favor clasifique el tipo de entidad en la que usted labora

2.2 Ubicación y alcance geográfico y poblacional

2.2.1 3.2.1 Ubicación (Ciudad)

Se evidencia una marcada concentración geográfica de los actores del Estado que se relacionan con la CRC, donde el 73% se encuentra en la ciudad de Bogotá, plaza que de igual forma concentra la mayor proporción de entidades del orden nacional y las del Distrito Capital.

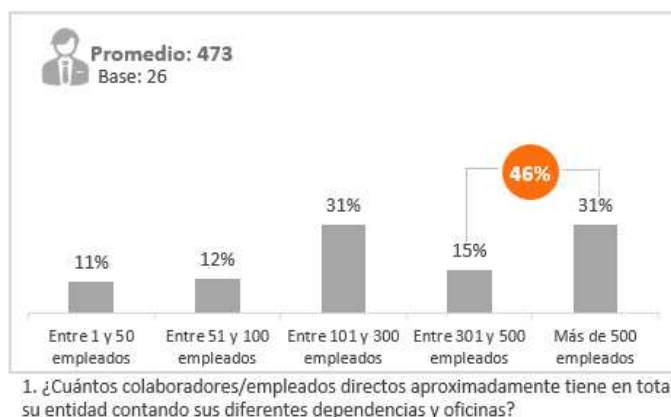


F0. Ciudad

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 27 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2.2.2 Tamaño de la entidad (# empleados)

A nivel de tamaño de la entidad, medido en el número de funcionarios (declarado por los funcionarios encuestados), se evidencia una participación de cerca de la mitad de las entidades con más de 300 colaboradores. De igual forma se evidencia una participación balanceada entre los diferentes rangos (23% de 1 a 100 empleados; 31% de 101 a 300 empleados y 46% de más de 300 colaboradores).



2.2.3 Alcance geográfico de la entidad

Se evidencia una participación mayoritaria de entidades con alcance nacional, es decir, del orden nacional, seguido de aquellas con alcance municipal/distrital, es decir, con perfil local que en su mayoría está constituido por Alcaldías y las Secretarías adscritas a estas.



Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 28 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2.2.4 Magnitud de población atendida

El tamaño de la población atendida por las entidades refleja el perfil del alcance geográfico de las entidades: mayoritariamente son entidades del orden nacional que tienen un amplio alcance a nivel de población atendida (63% atienden a 7 millones o más personas) y un segmento minoritario son entidades de alcance municipal o regional (37% atienden a poblaciones menores o iguales a 900 mil personas)



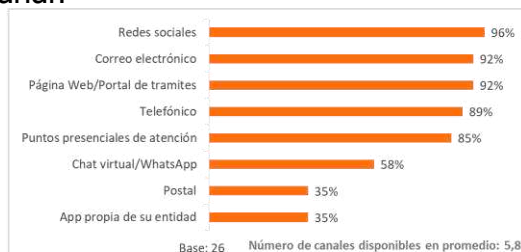
3. ¿De qué tamaño es la población o comunidad para la cual trabaja su entidad? Es decir, aproximadamente cual es el número de personas que componen dicha población o comunidad

2.3 Relacionamiento con la ciudadanía

2.3.1 Canales de atención disponibles para la ciudadanía

Llama la atención la cantidad de canales que las entidades mencionan tener disponible para la ciudadanía (cerca de 6). Cinco canales de atención están presentes en más de un 85% de las entidades evaluadas. Es posible que esto sea resultado de las políticas de transparencia y acceso ciudadano a la información que rige en entidades públicas.

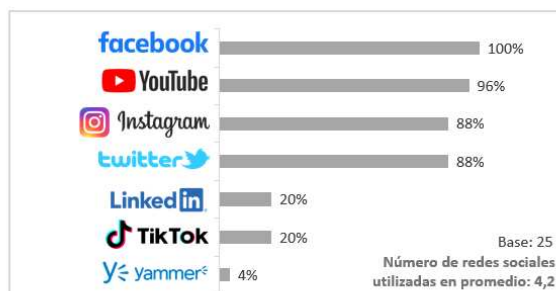
Así mismo cabe cuestionarse que tan efectivo, tanto a nivel de la gestión como de costos, es mantener activos más de 5 canales de atención a los usuarios/ciudadanía. ¿Podrían concentrar sus recursos en menos canales y desarrollar estrategias más robustas para cada canal?



4. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tiene a disposición la ciudadanía para comunicarse con su entidad? – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 29 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Redes sociales que tienen disponibles las entidades que mencionan usar las redes para contactar con sus usuarios:



4A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que usan redes sociales como canal de atención para comunicarse con su entidad) – Respuesta Múltiple

2.4 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

2.4.1 Nivel de familiaridad con la CRC

Un 54% de los funcionarios de las entidades evaluadas no mencionan el rol de ente regulador de la CRC al ser indagados porque tipo de entidad es la CRC. Destaca que cerca de 1 de cada 10 funcionarios que forman parte de la base de contactos de la CRC no sepa qué tipo de entidad es.

2.4.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC



5. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 30 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Se evidencia un nivel de conocimiento importante de las diferentes funciones que cumple la CRC. Tan solo un 4% de las entidades mencionan no saber que funciones cumple la CRC.



6. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

2.4.2 Medios de comunicación con la CRC

2.4.2.1 Medios de recepción de información por parte de la CRC

Se evidencia una mezcla entre medios de comunicación tradicionales (Televisión, Prensa), digitales (Página Web y redes sociales) medios de información personalizados (correo electrónico, comunicado directo y atención telefónica).



7. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC? – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 31 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2.4.2.2 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC

La interacción cotidiana con la CRC se da a partir del correo electrónico y por medio de solicitudes directas a un funcionario de la entidad. Por otra parte, cuatro de cada diez funcionarios utilizan el Portal de trámites de la CRC para tal fin. Se evidencia una oportunidad de promover en mayor medida el uso del Portal de trámites para la realización de consultas y envío de comentarios/observaciones.

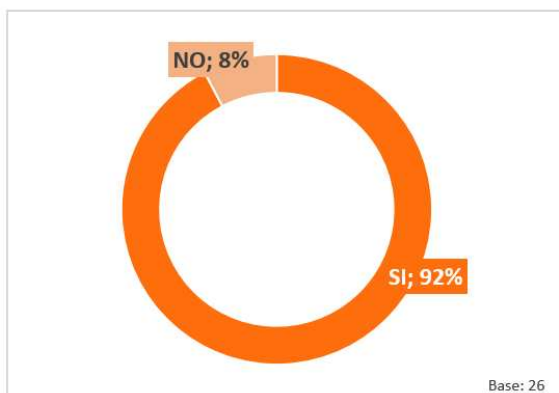


8. ¿A través de qué medios su entidad ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones a la CRC? – Respuesta Múltiple

2.4.3 Experiencia con la entidad

2.4.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

Es llamativo que cerca de uno de cada diez funcionarios expresan que su entidad no ha realizado ninguna solicitud, trámite o requerimiento directamente con la CRC.

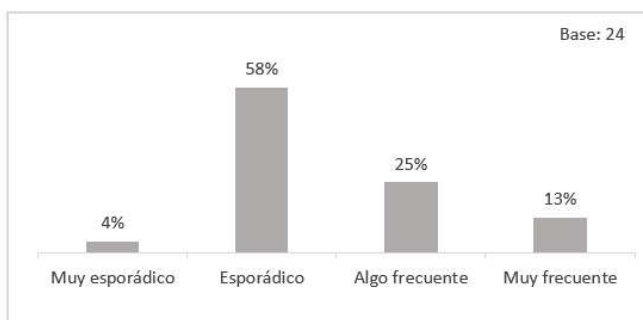


9. ¿Alguna vez su entidad ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 32 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2.4.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

La mayor proporción de entidades manifiestan tener un contacto *esporádico/muy esporádico* con la CRC (42%) y tan solo un 13% tienen un contacto *muy frecuente*.



14. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su entidad con la CRC?

2.4.3.3 Trámites realizados

La caracterización del tipo de solicitudes/trámites/requerimientos evidencia una marca concentración en la solicitud de espacios institucionales y/o mensajes cívicos.

A nivel de la colaboración/desarrollo conjunto de actividades/ proyectos se evidencia una incidencia del 12% sumando las diferentes actividades que incluyen dicho tipo de relacionamiento.



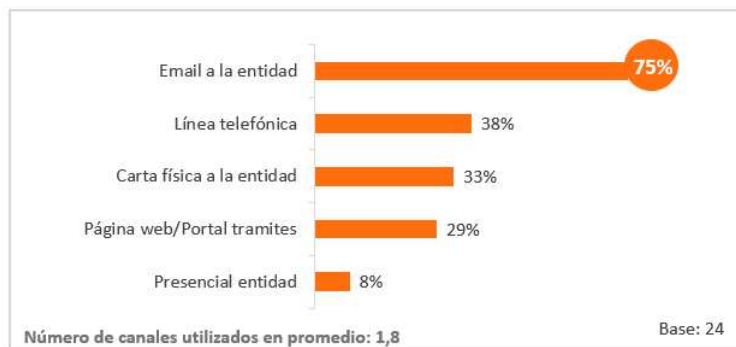
10. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 33 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



2.4.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

Hay un canal prioritario para la realización de las diferentes solicitudes, trámites y requerimientos a la entidad que es el email a la entidad. De todas formas, se evidencia de un segundo canal adicional al email (con participación similar de la línea telefónica, Página Web/Portal de trámites y carta dirigida a la entidad.



11. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente? – Respuesta Múltiple

2.4.3.5 Dependencias de la entidad encargadas de los diferentes trámites realizados con la CRC

Para la actividad con un mayor nivel de incidencia (Solicitud de espacios institucionales y/o mensajes cívicos) se evidencia la participación de una mayor cantidad de diferentes dependencias en el contacto con la CRC.

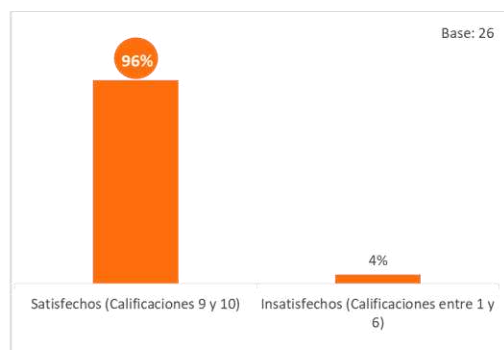
La dependencia de las entidades con mayor relacionamiento con la CRC es la *Oficina de Comunicaciones y Prensa*.

Trámite	Solicitud de Información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de espacios institucionales y/o mensajes cívicos	Asesoría	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación para participación conjunta en foros/eventos organizados por otras entidades	Invitación o coordinación para participación en eventos organizados por la CRC
Oficina de comunicaciones y prensa	50%	68%	75%	-	100%	100%	-	-
Dirección General	50%	14%	-	-	-	-	100%	50%
Relacionamiento con agentes	-	5%	25%	-	-	-	-	-
Presidencia	-	14%	-	-	-	-	-	-
Oficina de Información pública	-	5%	-	-	-	-	-	-
Auditor General	-	5%	-	-	-	-	-	-
Mercadeo	-	5%	-	-	-	-	-	-
No sabe	-	5%	-	100%	-	-	-	50%
	Base: 2	Base: 22	Base: 4	Base: 1	Base: 1	Base: 1	Base: 1	Base: 2

12. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su organización realizó o lideró dicha solicitud, trámite o requerimiento?

2.4.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

El nivel de satisfacción general con la CRC es muy positivo, donde solo una de las entidades evaluadas no calificó a la entidad de forma óptima (9 o 10 en una escala de 1 a 10).



15. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?

La razón de insatisfacción que da la única entidad que no está altamente satisfecha es que no hay comunicación por parte de la CRC.



16. ¿Por qué motivo da esta calificación? (Razones de las personas insatisfechas con la atención brindada por la CRC)

2.5 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

2.5.1 Necesidades y expectativas respecto a la gestión de la CRC en los diferentes trámites

Las principales expectativas, que son transversales a los diferentes trámites que realizan con la entidad, son la *agilidad en la respuesta/solución* y el *recibir información clara y completa por parte de la CRC*. Estas dos expectativas son también las de mayor peso para los trámites que tienen mayor incidencia de uso en el grupo de valor de estado: la *solicitud de espacios institucionales y/o mensajes cívicos* y las *Asesorías*

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 35 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Trámite	Solicitud de Información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de espacios institucionales y/o mensajes cívicos	Asesoría	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación para participación conjunta en foros/eventos organizados por otras entidades	Invitación o coordinación para participación en eventos organizados por la CRC.
Agilidad en la solución	100%	73%	50%	-	-	-	-	50%
Que actúe con responsabilidad / ética	50%	-	-	-	-	-	-	-
Recibir información clara y completa	-	36%	50%	-	100%	-	-	100%
Recibir solución satisfactoria	-	32%	-	-	-	-	-	-
Facilidad en la realización del trámite	-	5%	25%	-	-	-	-	-
Acompañamiento permanente	-	5%	25%	-	-	-	-	-
Confirmación y cooperación para canalizar la participación	-	-	-	-	-	100%	-	-
Manejo de protocolo / organización	-	-	-	-	-	-	-	50%
Ninguno	-	-	-	-	-	-	100%	-
No sabe	-	-	-	100%	-	-	-	-
	Base: 2	Base: 22	Base: 4	Base: 1	Base: 1	Base: 1	Base: 1	Base: 2

P13. Teniendo en cuenta las necesidades de su entidad, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una _____

2.5.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

A nivel de la información que les gustaría por parte de la CRC se destacan los elementos relacionados con los mensajes institucionales y cívicos (34%), que es la actividad de mayor incidencia de estas entidades con la CRC y en una segunda instancia todas las novedades relacionadas con los trámites y las fechas/plan de cursos y capacitaciones que ofrece la entidad.

Información sobre mensajes institucionales (procedimientos, impacto, etc.)	19%
Información y/o actualización del código cívico	15%
Novedades en los trámites	15%
Fechas de cursos / capacitaciones	12%
Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	8%
Cambios en la normatividad	4%
Instructivos para interponer POR's (medios, forma, entidades etc)	4%
Informes sobre el seguimiento de trámites	4%
Instructivos para importar información	4%
Agenda de actividades	4%
Procesos y/o herramientas de apoyo para los Ministerios	4%
Servicios a los que tienen derecho las entidades del Estado	4%
Indicadores relevantes del mercado	4%
Requerimientos para solicitar espacios en TV	4%
Información sobre temas ambientales y/o ecológicos	4%
No Sabe	8%

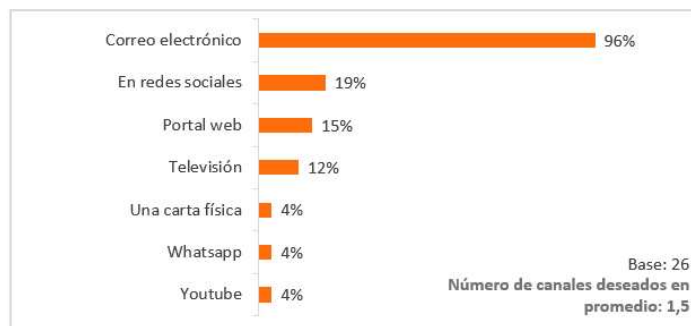
Base: 26

17. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 36 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

2.5.3 3.5.3 Canales de comunicación deseados

El correo electrónico se constituye en el canal de preferencia a través del cual esperan recibir la información deseada de la CRC. Los otros medios digitales (Redes sociales y Página web de la CRC) pueden utilizarse como canales de soporte al email en la estrategia de comunicación de novedades por parte de la entidad.



18. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información? –
Respuesta Múltiple

2.6 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las dinámicas de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Estado* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

- Mesas de trabajo (individuales con otra entidad y grupales) y Comités Técnicos en el que se interactúa con diferentes ministerios y entidades públicas y que por lo general implica el desarrollo de un producto específico por parte de la CRC (Ejemplo: Agenda regulatoria/Plan anticorrupción) o el aporte de la CRC con conceptos desde el ámbito de sus competencias (Ejemplo: Comité técnico del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación). Se complementan los documentos en desarrollo generados en las mesas a través de comentarios y observaciones que por lo general se transmiten a través del correo electrónico.
- Solicitud de información y datos de los sectores que regula la CRC
- Solicitud de comentarios o análisis a la CRC por parte del Congreso en iniciativas/proyectos de ley relacionados con temas TIC.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 37 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



- Debates de control o seguimiento por parte de las entidades de control en los que por lo general se envía un formulario con preguntas sobre temas específicos a la CRC y/o se solicitan indicadores/ información relacionada con la gestión de la entidad.
- Capacitaciones/charlas presenciales y cursos virtuales impartidos por la CRC

Por otra parte, se realizó una clasificación de los diferentes grupos externos de la CRC entre Grupos de valor y Grupos de interés en cada una de las Coordinaciones y Sesiones de Comisionados de la entidad. A continuación, se presenta una matriz con la clasificación del *Estado* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos	MinTIC	Superintendencia de Industria y Comercio, DNP, DANE, DIAN, Agencia Nacional del Espectro
Implementación Regulatoria e Innovación	Todas las entidades (requerimientos a participar en actividades o reuniones que promuevan otras entidades en materia de competitividad e innovación)	
Prospectiva Estratégica	MinTIC, Minciencias, Minvivienda, Presidencia de la República, Departamentos Administrativos, organismos y entidades internacionales, congreso de la República	Autoridades Locales (Alcaldes, Secretarios de Planeación, Consejos Municipales), Entidades de Control (Contraloría General de la República), Operadores de servicios regulados, industria, Academia
Planeación y Gestión	MinTIC, Ministerio de Hacienda, DNP, Congreso (rendición cuentas) y Entidades de control (rendición cuentas)	
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	MinTIC y Congreso	Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, Minciencias, DNP, ICBF, Presidencia de la República (Alta Consejería para la Mujer) Registradora, Consejo Nacional Electoral, Entidades de Control (Contraloría y Procuraduría Nacional); Secretarías (Cultura y Educación), Registraduría, MOE, CNE.
Diseño Regulatorio	MINTIC, Superintendencia de Industria y Comercio, CREG	Ministerio de Minas y Energía; Ministerio de Transporte; Minvivienda; Mincomercio; INVÍAS, ANI, ANE. Departamento Administrativo de la Presidencia, Departamento Administrativo de la Función Pública, DNP, Supertransporte; Superfinanciera, RTBV, Comisión de Regulación de Energía y Gas; Comisión de

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 38 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

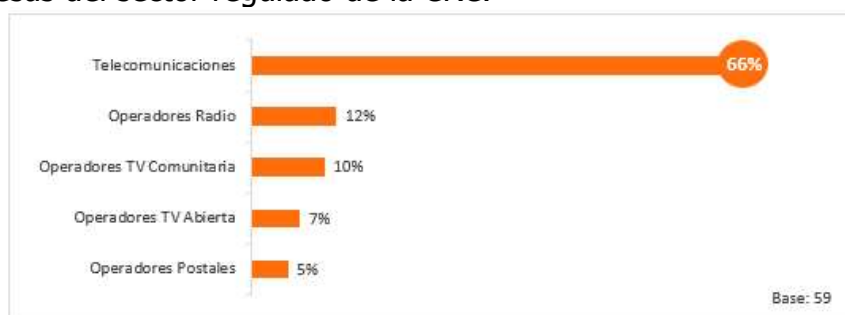
		Regulación de Agua y Saneamiento Básico, Alcaldías
Gestión Administrativa y Financiera		X (MinTIC, Minhacienda, DNP, Departamento Administrativo de la Función Pública, Comisión Nacional del Servicio Civil, Archivo General de la Nación)
Tecnologías y Sistemas de Información		X (MinTIC /Agencia Nacional Digital, DANE, Cámara de Comercio, RTVC)
Relaciones con Grupos de Valor	X (MinTIC, Ministerio de Comercio, Ministerio del Interior, Minambiente, Superintendencia de Industria y Comercio, ANI, ANE, RTVC, DIAN, Policía Nacional, Unidad Nacional de Gestión de Riesgo, Presidencia, Gobernaciones, Alcaldías, Congreso/Comisión Sexta, Entes de control (Fiscalía, Contraloría))	
Control Interno	X (<u>Instancias reguladoras</u> : Consejo Asesor del Gobierno Nacional/ Congreso de la República <u>Instancias evaluadoras</u> : Contraloría General de la República/ Contaduría General de la República/Departamento Administrativo de la Función Pública/ Procuraduría/ Fiscalía <u>Otras</u> : Agencia Nacional de Defensa del Estado ANDE, Secretaria de Transparencia de la Presidencia de la República/ Dirección Nacional de Derechos de Autor)	-
Gestión Jurídica	MinTIC, Ministerio de Comercio, Agencia Nacional de Defensa Jurídica del Estado ANDJE	Superintendencia de Industria y Comercio, DNP, Entidades de control (Procuraduría y Contraloría), Policía Nacional, Fiscalía, Jueces de la República (Rama Judicial)
Coordinación Ejecutiva	Ministerio de Hacienda	MinTIC, Departamento Administrativo de la Función Pública, DNP, Presidencia, Contraloría, Congreso
Sesión Comisionados de Contenidos Audiovisuales	MinTIC, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, Minciencias, Congreso/Comisión Sexta, Alcaldías, ICBF	Proimágenes Colombia (entidad mixta estatal de promoción de la cinematografía)
Sesión Comisionados de Comunicaciones	X (Ministerio TIC; Ministerio de Industria y Comercio, Minciencias, Ministerio de Defensa, DNP, DIAN, Superintendencia de Industria y Comercio, Presidencia de la República, Congreso, Entidades de Control, Rama Judicial, Policía Nacional, Alcaldías y Secretarías de Planeación, Reguladores de otros sectores (CREG))	

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 39 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

3 CARACTERIZACIÓN DE SECTORES REGULADOS POR LA CRC

3.1 Tipo de empresas/entidades

En la muestra del grupo de valor de Sectores Regulados se tuvieron empresas de todos los sectores que regula la CRC, con mayor predominancia de las empresas de telecomunicaciones, en línea con el peso mayoritario que tienen estas en el universo de empresas del sector regulado de la CRC.

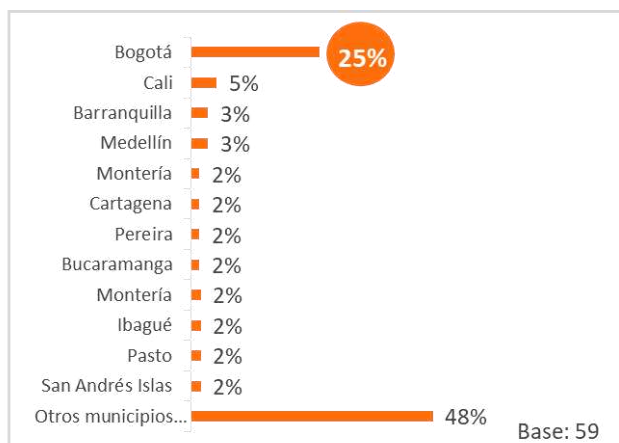


F1. Por favor clasifique el tipo de entidad en la que usted labora

3.2 Ubicación y alcance geográfico y poblacional

3.2.1 Ubicación (Ciudad)

Se evidencia la participación de empresas reguladas de diversas ciudades y municipios del país, destacándose Bogotá con un 25% de participación. Esta distribución obedece a la presencia de operadores de radio y televisión locales, así como la



F0. Ciudad

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 40 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Otros municipios: Palmira, Riohacha, Manzanares, Jardín, Miraflores, Villeta, San Francisco, El Zulia, Piendamó, Campoalegre, Turbana, Mompo, Argelia, Cáceres, Marsella, Roldanillo, Santander de Quilichao, Ipiales, Amagá, San Gil, El Rosal, Valencia, Puerto Nare, La Mesa, Jenesano, Tame y La Unión

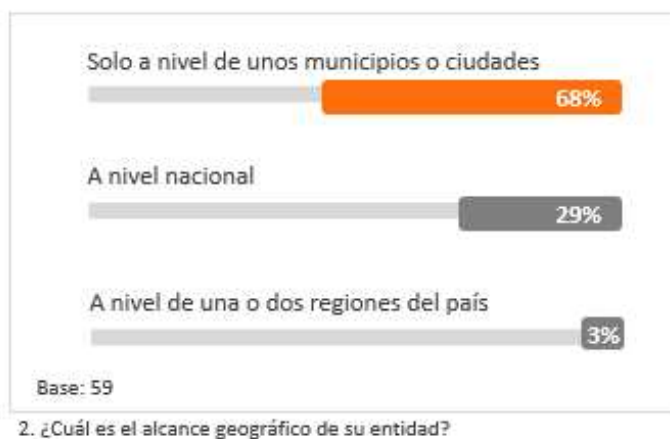
3.2.2 Tamaño de la empresa (# empleados)

El Sector Regulado se concentra en empresas de pequeño tamaño (cerca de 8 de cada 10 empresas) y en menor medida en empresas grandes de más de 100 empleados (cerca de 1 de cada 5 empresas).



3.2.3 Alcance geográfico de la empresa

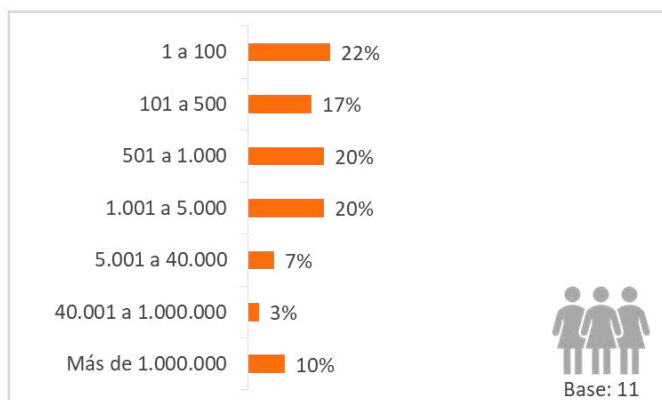
Se evidencia una participación mayoritaria de empresas con alcance local (68%), mientras que cerca de 1 de cada 3 tienen alcance nacional.



Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 41 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

3.2.4 4.2.4 Cantidad de usuarios de las empresas

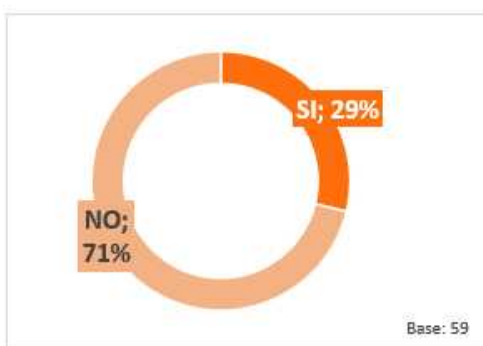
Teniendo en cuenta el alcance geográfico de las empresas de los sectores regulados, la cantidad de usuarios que atienden difiere de forma significativa entre las diferentes empresas evaluadas, con una participación mayoritaria (79%) de empresas que tienen 5.000 usuarios o menos y participación minoritaria (10%) de empresas con más de 1.000.000 de usuarios.



3. ¿Qué cantidad de usuarios tiene actualmente? Es decir, aproximadamente que número de personas utilizan el servicio de su empresa

3.2.5 4.2.5 Pertenencia a asociaciones/gremios del sector en el que operan

Aproximadamente tres de cada 10 empresas pertenecen a algún gremio del sector. Es decir, la mayoría de los operadores del sector no están agremiados, lo cual puede dificultar la articulación de iniciativas dirigidas a operadores pequeños y/o ubicados en municipios apartados, labor para la cual los gremios se pueden constituir en un aliado de la CRC.



5. ¿Su organización hace parte de una o de varias agremiaciones del sector o de la industria?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 42 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

A nivel de los gremios a los cuales pertenecen, dos gremios (Andesco y Fenalco) concentran un 36% de participación entre las empresas de los sectores regulados que están agremiadas. No obstante, se debe resaltar que en total se mencionan 16 gremios diferentes.

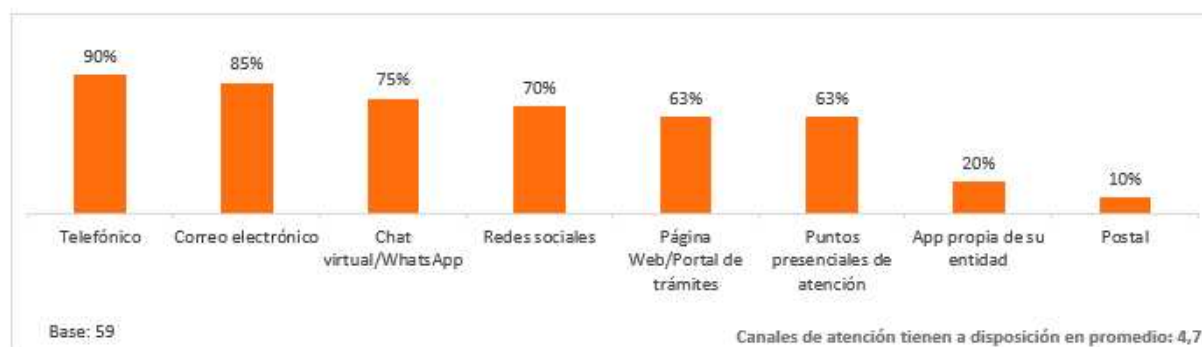


5A. ¿De cuál o cuáles agremiaciones hace parte o es miembro su organización?

3.3 4.3 Relacionamiento con usuarios/clientes

3.3.1 4.3.1 Canales de atención disponibles para sus usuarios/clientes

Seis de canales de atención al cliente tienen una incidencia mayor al 50% entre las empresas del *sector regulado*, con la línea telefónica, el correo electrónico y el Chat virtual/WhatsApp como los canales más prevalentes entre estas empresas.



6. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tienen a disposición de sus usuarios/clientes /miembros/asociados para comunicarse con su organización?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 43 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



6A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que usar redes sociales como canales de atención) – Respuesta Múltiple

3.4 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

3.4.1 Nivel de familiaridad con la CRC

3.4.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

De forma mayoritaria se tiene claridad del tipo de entidad que es la CRC y las funciones que cumple la entidad, sin ninguna asociación errónea.



7. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 44 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

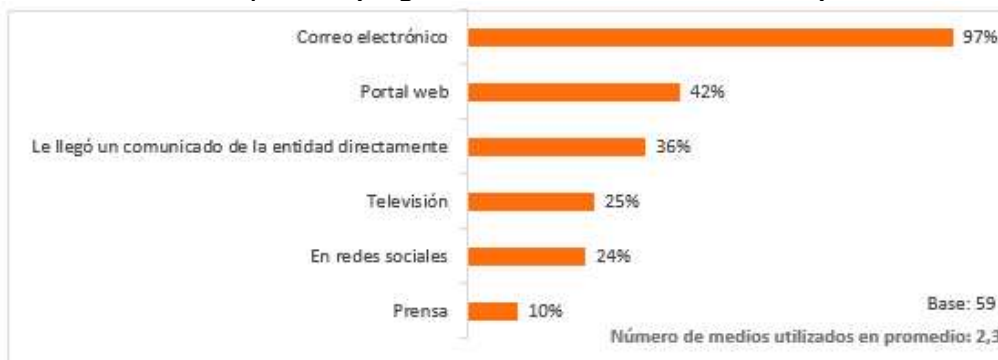


8. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

3.4.2 Medios de comunicación con la CRC

3.4.2.1 Medios de recepción y/consulta de información de la CRC

Los medios digitales tienen predominancia a nivel de canales de comunicación recordados de la CRC, con el correo electrónico presentando una incidencia cercana al 100%. Este medio garantiza un alcance total en el momento que se quiera realizar una estrategia de comunicación. También se destaca la incidencia de consulta de la Página Web (56%) como medio a través del cual la entidad les brinda información a las empresas del sector regulado., evidenciando una oportunidad para la CRC de usar estos dos medios digitales de forma mancomunada y así potenciar el alcance del mensaje (Página Web) y la profundidad/versatilidad de proveer información e interactuar con las empresas (Página Web/Portal transaccional).



9. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 45 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC:

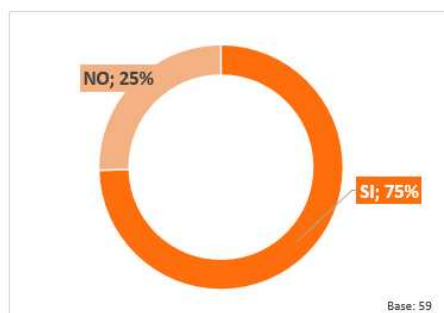


10. ¿A través de qué medios de la CRC su organización ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones?

3.4.3 Experiencia con la entidad

3.4.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

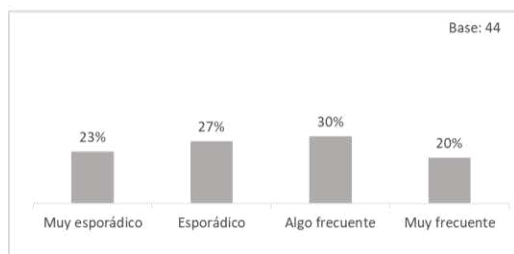
El grupo de valor de *sectores regulados* tiene una incidencia de contacto alta con la CRC, aspecto que se ve reflejado en el hecho que 3 de cada 4 empresas han realizado algún trámite, solicitud o requerimiento con la CRC



11. ¿Alguna vez su organización ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

3.4.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

Respecto a la frecuencia de contacto con la entidad, se identifican dos grandes segmentos: un 50% que declara tener un contacto frecuente/muy frecuente y el otro 50% que manifiesta una frecuencia de contacto esporádica/muy esporádica.



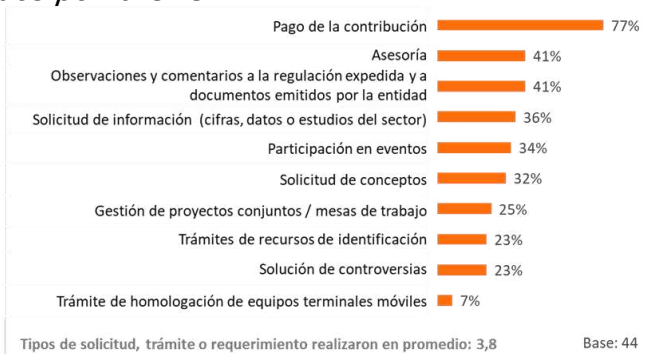
16. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su organización con la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 46 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



3.4.3.3 Trámites realizados

Los *sectores regulados* es uno de los grupos de valor con mayor cantidad de trámites realizados en promedio con la CRC: cada entidad realiza cerca de 4 trámites en promedio, evidenciándose tres actividades con una incidencia superior al 40%: *Pago de la contribución, asesoría y observaciones/ comentarios a la regulación y documentos emitidos por la CRC.*



12. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC?

3.4.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

Hay una utilización activa de los diferentes canales de comunicación de la CRC para la realización de trámites, segmentándose el uso de canales dependiendo del tipo de actividad/trámite, a diferencia de los otros grupos de valor de la CRC que tienen un uso prevalente de uno o dos canales.

Lo anterior se constituye en una ventaja para la CRC en su relacionamiento con las empresas de los sectores regulados, ya que se tienen diversos canales que se pueden gestionar de forma estratégica para maximizar el impacto de la gestión de la entidad en este grupo de valor.

	Pago de la contribución	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Invitación o coordinación de participación en eventos	Solicitud de conceptos	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles
Línea telefónica	3%	56%	11%	44%	-	43%	27%	30%	10%	-
Página web/Portal trámites	91%	39%	39%	56%	20%	36%	27%	80%	10%	67%
Carta física a la entidad	9%	22%	44%	31%	7%	43%	36%	30%	40%	100%
Presencial entidad	3%	28%	22%	31%	60%	21%	46%	20%	20%	33%
Redes sociales	-	-	11%	6%	53%	7%	9%	10%	-	-
Email a la entidad	21%	78%	94%	81%	27%	79%	46%	60%	100%	67%
Canales mencionados en promedio	1,3	2,2	2,2	2,5	1,7	2,3	1,9	2,3	1,8	2,7
	Base: 34	Base: 18	Base: 18	Base: 16	Base: 15	Base: 14	Base: 11	Base: 10	Base: 10	Base: 3

13. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 47 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



3.4.3.5 Dependencias de la empresa encargadas de los trámites con la CRC

Las áreas que mantienen un mayor contacto con la CRC son las de Dirección de Regulación, Legal/Jurídica, Gerencia y el Departamento Comercial. No obstante, más de 13 áreas diferentes están en contacto con la CRC, lo cual refleja un nivel de relacionamiento intenso y de muchas aristas, que si no se coordina bien puede traer contratiempos.

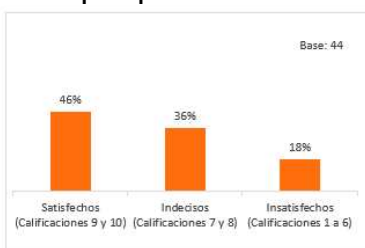
	Pago de la contribución	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Invitación o coordinación de participación en eventos	Solicitud de conceptos	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles
Legales / Jurídica	9%	11%	33%	19%	33%	29%	18%	10%	40%	
Dirección de regulación	6%	17%	33%	19%	27%	36%	46%	40%	40%	67%
Gerencia	12%	22%	17%	13%	7%	7%	9%		10%	
Oficina de comunicaciones y prensa				6%	7%					
Dirección General				6%						
Contabilidad	29%	28%	11%	6%		14%	9%	10%	10%	
Administración	6%			6%			9%			
Área de Impuestos	3%	6%		6%						
Recursos Humanos			6%	6%			9%			
Planeación			6%	6%				10%		
Comercial	3%	17%	6%	6%		7%		10%	10%	
Financiera	12%	6%		6%	7%		9%			
Sesión de contenidos audiovisuales		6%	6%		7%	7%	9%		10%	
Otros	30%	18%	35%		49%	21%	72%	10%	10%	33%
Canales mencionados en promedio	1,1	1,3	1,5	1,1	1,3	1,2	1,9	1,0	1,3	1,0
	Base: 34	Base: 18	Base: 18	Base: 16	Base: 15	Base: 14	Base: 11	Base: 10	Base: 10	Base: 3

14. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su organización realizó o lideró dicha solicitud, trámite o requerimiento?

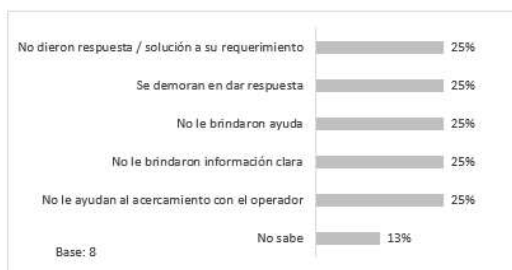
3.4.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

A nivel de la satisfacción con la gestión de la CRC entre quienes han realizado trámites y solicitudes con la entidad se evidencia una polarización en la percepción: un 64% califican entre 8 y 10 (en una escala de 1 a 10) y 36% califican entre 1 y 7.

La principal razón de insatisfacción con la CRC está asociada a los tiempos de respuesta a las solicitudes y trámites y a la percepción de una falta de apoyo más activa por parte de la entidad.



17. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?



18. ¿Por qué motivo da esta calificación? (Razones de las personas insatisfechas con la atención brindada por la CRC)

A continuación, se presentan algunas de las respuestas textuales a las razones de insatisfacción con la gestión de la CRC ante los trámites entre las empresas de sectores regulados:



"No he sentido apoyo en temas de orientación para el cumplimiento de las normas, se de ellos por los pagos que se les tiene que realizar"

"Es difícil la comunicación directa. En ocasiones las respuestas son tan abstractas y generales que no resuelven los interrogantes"

"Las respuestas a las peticiones o solicitudes están amarradas a los tiempos de ley y se toman todo el tiempo que estas indican para dar una respuesta y en ocasiones hasta más tiempo"

"Se siente una lejanía del regulador frente a la televisión pública"

3.5 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

3.5.1 Necesidades y expectativas respecto a la gestión de la CRC para los diferentes trámites

A nivel general las principales expectativas frente a la CRC, en relación con los trámites que realizan con la entidad, son la agilidad en la solución de los requerimientos/solicitudes, el brindar información clara y completa y el recibir un acompañamiento permanente por parte de la entidad.

A nivel de expectativas frente a trámites puntuales, se destaca el que se tengan en cuenta las observaciones/comentarios brindados a la regulación expedida y/o documentos emitidos por la CRC y durante las mesas de trabajo/gestión de proyectos conjunta que se realiza con la CRC.

También presenta una alta incidencia (67%) el facilitar el trámite de homologación de equipos terminales móviles, el cual se percibe como complejo actualmente.

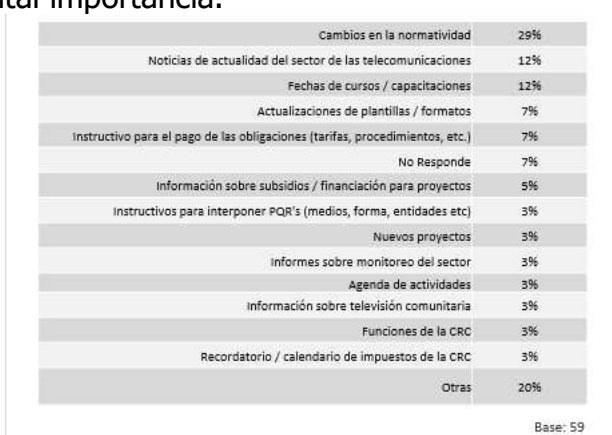
	Solicitud de información (datos, datos y/o estudio del sector)	Solicitud de conceptos	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles	Asesoría	Pago de la contribución	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y documentos emitidos por la entidad	Comisión de proyectos / mesas de trabajo	Facilitación de coordinación de proyectos / participaciones en eventos
Recibir información clara y completa	31%	43%	20%	30%		22%	15%	6%	18%	7%
Agilidad en la solución	25%	43%	70%	60%	33%	50%	6%	17%	9%	
Acompañamiento permanente	6%	7%		10%		6%	9%	6%	18%	
Recibir atención satisfactoria		29%		20%		11%	3%	6%	18%	
Facilidad en la realización del trámite			30%		67%		9%	6%		7%
Profundidad en la investigación				10%		6%		6%	18%	7%
Que se tomen en cuenta las sugerencias realizadas						6%		44%	46%	7%
Facilidad en la comunicación	13%	7%				17%	3%	11%		
Recibir informes sobre estudios del sector	19%									
Mayor socialización de los proyectos en curso								11%		
Confirmación y cooperación para canalizar la participación									9%	
Brindar contenidos relevantes										13%
Otros	6%						35%	6%	9%	40%
Síempre	6%			10%		22%	24%			20%
No sabe	6%						9%	11%		7%

15. Teniendo en cuenta las necesidades de su organización, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una...?

3.5.2 4.5.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

A nivel de la información que se espera recibir de la CRC se destaca en un primer lugar el que la entidad comunique oportunamente cuando haya cambios en la normatividad de los sectores que regula, seguido por noticias del sector de comunicaciones y las fechas de cursos/capacitaciones.

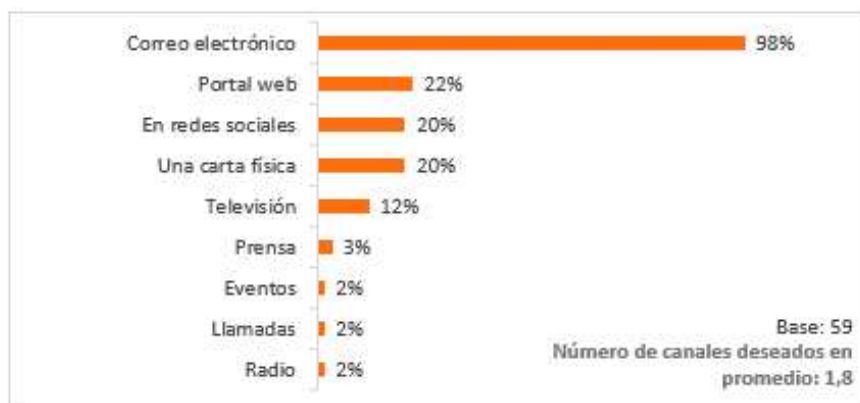
El uso estratégico de las redes sociales como conductor para brindar información o para llevar a las empresas a consultar información más profunda y completa en la Página web es de vital importancia.



19. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

3.5.3 4.5.3 Canales de comunicación deseados para recibir información de la CRC

Los medios digitales, en particular el correo electrónico, es el medio clave para utilizar y brindar la información que esperan recibir de la CRC las empresas de los sectores regulados.



20. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 50 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



3.6 4.6 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las dinámicas de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Sectores Regulados* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

- Mesas de trabajo (individuales con otra entidad y grupales) y Comités Técnicos en el que participan varias entidades y que por lo general implica el desarrollo de un producto específico por parte de la CRC (Ejemplo: Agenda regulatoria/Plan anticorrupción) o el aporte de la CRC con conceptos desde el ámbito de sus competencias. Se complementan los documentos en desarrollo generados en las mesas a través de comentario y observaciones que por lo general se transmiten a través del correo electrónico.
- Solicitud de información y datos de los sectores que regula la CRC
- Implementación y seguimiento de los formatos de reporte en la plataforma para Operadores (Desarrollado por MinTIC)
- Capacitaciones/charlas presenciales y cursos virtuales (Aula CRC-pueden entrar los operadores de un servicio y encontrar cursos sobre la normatividad vigente).

En la Coordinación de Contenidos Audiovisuales, para el grupo de valor de *Industria*, se expresa la expectativa de que haya aulas de innovación y mesas de trabajo enfocadas en los operadores más pequeños dado que algunos de estos le han mencionado a la CRC que estas dinámicas están diseñadas pensando en los operadores más grandes del mercado y no tienen en cuenta a los pequeños operadores.

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de los *Sectores Regulados* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Análítica de Datos	X Operadores de telecomunicaciones, Empresas de servicios postales, Empresas de radiodifusión y Canales de televisión	
Implementación Regulatoria Innovación	X Proveedores de redes y servicios y telecomunicaciones (PRST), operadores de televisión, radio y postales.	
Prospectiva Estratégica	X Proveedores de redes y servicios y telecomunicaciones (PRST), operadores de televisión, radio y postales.	
Planeación y Gestión	PRST, Operadores de Televisión, Operadores postales y Operadores de Radio	

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 51 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

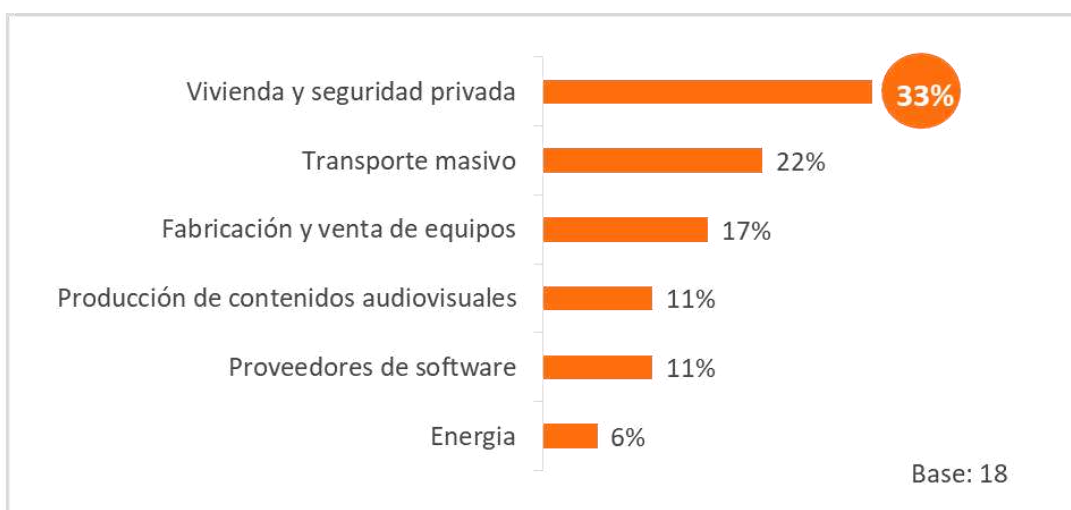
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	X Operadores de televisión	
Diseño Regulatorio	X Proveedores de Redes y Servicios de Telecomunicaciones, Operadores/Concesionarios y Licenciarios de Televisión, Operadores Postales y Empresas de Mensajería Expresa, Operadores de radio.	
Gestión Administrativa y Financiera	X Empresas reguladas por la CRC (PRST, Operadores de Televisión, Operadores postales y Operadores de Radio) usuarias de la plataforma de pagos de las cuotas a la CRC	
Tecnologías y de Sistemas de Información		
Relaciones con Grupos de Valor	X Telecomunicaciones, Postal, Radiodifusión, Canales TV Públicos/ Privados/ Locales/ Regionales	
Control Interno		X Operadores Telecomunicaciones/Postales/Radio /TV
Gestión Jurídica	X Proveedores de Telecomunicaciones/ Operadores Televisión/Radiodifusión/ Servicio Postal	
Coordinación Ejecutiva	X (Proveedores Telecomunicaciones/ Operadores Contenidos Audiovisuales/Radiodifusión/ Postales	
Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales	X Operadores de televisión	
Sesión de Comisionados de Comunicaciones	X Operadores de telecomunicaciones/ postales/televisión/radio	

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 52 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

4 CARACTERIZACIÓN DE SECTORES NO REGULADOS

4.1 Tipo de empresas/entidades

Se evidencia una participación en la muestra de empresas de diversos sectores económicos, con mayor preponderancia de empresas de vivienda y seguridad privada, transporte masivo y fabricación/comercialización de equipos.



F1. Por favor clasifique el tipo de entidad/empresa en la que usted labora.

En este grupo de valor se incluye las empresas proveedoras de servicios **Over-the-Top (OTT)**, que han experimentado un crecimiento en la penetración y uso en Colombia⁴. Estos servicios abarcan principalmente plataformas de streaming de video, música, juegos y mensajería. A continuación, algunos datos y empresas clave que operan en el país:

Streaming de Video: Netflix, Disney+, Amazon Prime Video, HBO Max, Claro Video, Movistar Play.

Mensajería y Comunicación: WhatsApp, Telegram, Signal.

⁴ CRC, 2023. "El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia" Disponible en: https://www.postdata.gov.co/sites/default/files/general/Segmento%20Residencial%20-%20Estudio%20OTT%202023_0.pdf

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 53 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

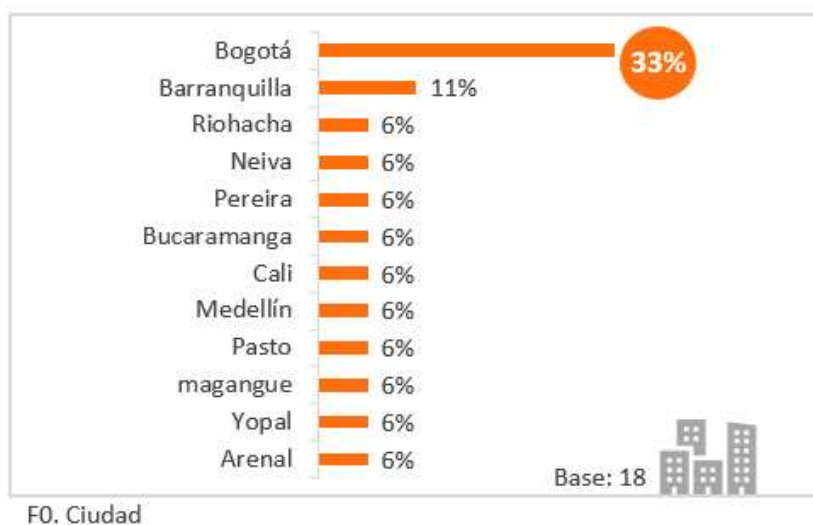


El mercado OTT en Colombia ha crecido significativamente, con un 53%⁵ de los hogares equipados con Smart TVs que facilitan el acceso a estas plataformas. Operadores locales como Claro y Movistar han integrado servicios OTT internacionales en sus planes para competir en el sector. Sin embargo, la falta de regulación específica para los OTT, en contraste con los servicios tradicionales, ha generado debates sobre su impacto en el mercado.

4.2 Ubicación y alcance geográfico y poblacional

4.2.1 Ubicación (Ciudad)

El grupo de valor de *Sectores No Regulados*, para la presente muestra, cuenta con una representación geográfica adecuada, con cobertura de las diferentes regiones del país: Centro (Bogotá), Costa (Barranquilla, Riohacha, Magangué, Arenal), Noroccidente (Medellín, Bucaramanga), Sur (Neiva, Pasto) Oriente (Cali, Pereira) y Occidente (Yopal)



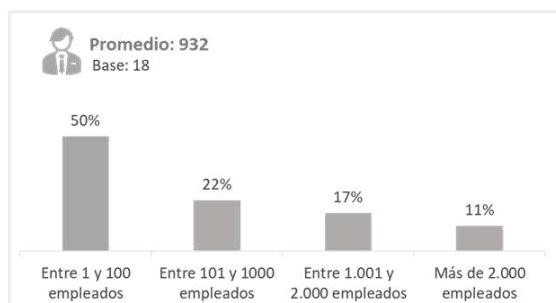
4.2.2 Tamaño de la empresa (# empleados)

En cuanto al tamaño de las empresas, la mitad de estas pueden clasificarse como pequeñas (100 empleados o menos). Estas son principalmente las empresas de *vivienda y seguridad privada*. Por otra parte, se evidencia la presencia de dos

⁵ CRC, 2024. "Reporte de Industria de los Sectores TIC y Postal 2023" Disponible en: <https://www.crcm.gov.co/system/files/Biblioteca%20Virtual/Reporte%20de%20Industria%20de%20los%20Sectores%20TI%20y%20Postal%202023/Reporte-Industria-2023.pdf>

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 54 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

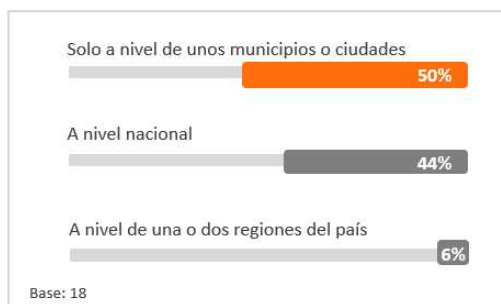
empresas de más de 2.000 empleados pertenecientes a los sectores de *energía/servicios públicos* y *transporte masivo*.



1. ¿Cuántos colaboradores/empleados directos aproximadamente tiene en total su organización, contando sus diferentes sucursales y oficinas?

4.2.3 Alcance geográfico de la empresa

Respecto a la cobertura geográfica de las empresas de los *sectores no regulados* se evidencia un balance entre aquellas que tienen cobertura nacional (44%) y las que tiene cobertura local (50%).



2. ¿Cuál es el alcance geográfico de su entidad?

Para el caso de las empresas OTT que operan en el país, la mayoría tiene un alcance geográfico global, sin embargo, existen algunas como las aplicaciones de video de los operadores de telecomunicaciones que tienen alcance nacional y regional.

De acuerdo con información de Business Bureau, en el cuarto trimestre de 2023, el 90,7% de los hogares con Internet fijo consumieron contenidos audiovisuales a través de servicios OTT⁶

⁶ CRC, 2023. "El rol de los servicios OTT en el sector de las comunicaciones en Colombia" Disponible en: <https://www.postdata.gov.co/story/el-rol-de-los-servicios-ott-en-el-sector-de-las-comunicaciones-en-colombia-2023>

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 55 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

4.2.4 Cantidad de usuarios atendidos

La gran mayoría de empresas de los *sectores no regulados* tienen una cantidad de usuarios más limitada en comparación con las del grupo de valor de *sectores regulados*. Esto obedece a que los productos/servicios de varias de estas empresas están dirigidas a grupos objetivos muy focalizados y no al público en general, como es el caso de las empresas de *vivienda y seguridad privada*.

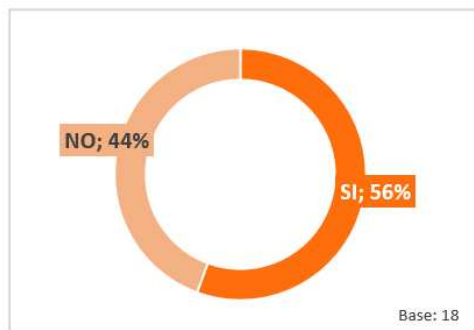


3. ¿Qué cantidad de usuarios tiene actualmente? Es decir, aproximadamente que número de personas utilizan el servicio de su empresa

Las plataformas OTT tienen un gran alcance global, con algunos servicios como WhatsApp, Netflix y Spotify alcanzando decenas de millones de usuarios en Colombia. La penetración de estos servicios sigue en aumento, reflejando el creciente consumo de contenido digital en el país.

4.2.5 Pertenencia a asociaciones/gremios del sector en el que operan

El nivel de participación en gremios y asociaciones entre este grupo de valor es mayor al de las empresas de los *sectores regulados*. Cerca de 6 de cada 10 de las empresas de los *sectores no regulados* pertenecen a alguna asociación o gremio de su sector.



5. ¿Su organización hace parte de una o de varias agremiaciones del sector o de la industria?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 56 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



La incidencia de los gremios esta directamente relacionada con el sector al que pertenecen las empresas evaluadas, de tal forma que Fedetec, que es un gremio relacionado a las empresas de *vivienda y seguridad privada*, es la que tiene un mayor peso (20%).



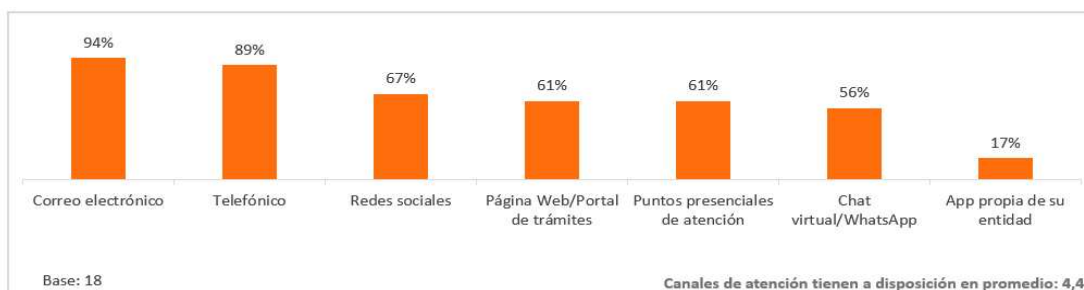
5A. ¿De cuál o cuáles agremiaciones hace parte o es miembro su organización?

Para el caso de las empresas OTT, existen gremios como Alianza In, ASOCOM (Asociación Colombiana de Empresas de Telecomunicaciones), ACOLAP (Asociación Colombiana de la Industria de la Televisión) y AmCham Colombia (Cámara de Comercio Colombo Americana) que asocian este tipo de empresas.

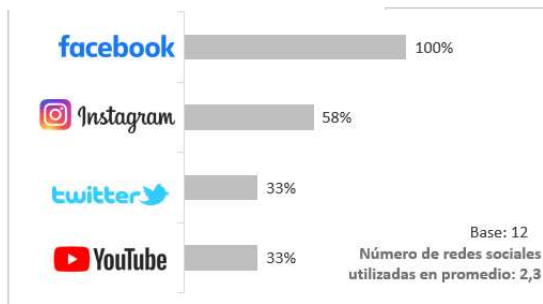
4.3 Relacionamiento con usuarios/clientes

4.3.1 Canales de atención disponibles para sus usuarios/clientes

Se identifica que las empresas de los *sectores no regulados* tienen a disponer en promedio de más de cuatro canales de atención a sus usuarios/ciudadanía.



6. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tienen a disposición de sus usuarios/clientes /miembros/asociados para comunicarse con su organización?



6A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que usan redes sociales como canales de atención) – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 57 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

4.4 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

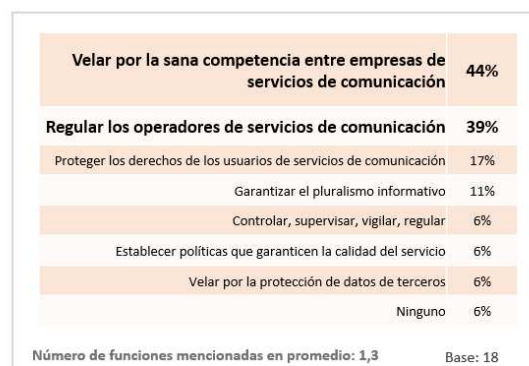
4.4.1 Nivel de familiaridad con la CRC

4.4.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

Se debe destacar el alto nivel de asociación correcta de la CRC, tanto a nivel del tipo de entidad que es (89%) como de las funciones que le competen a la entidad (100%).



7. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

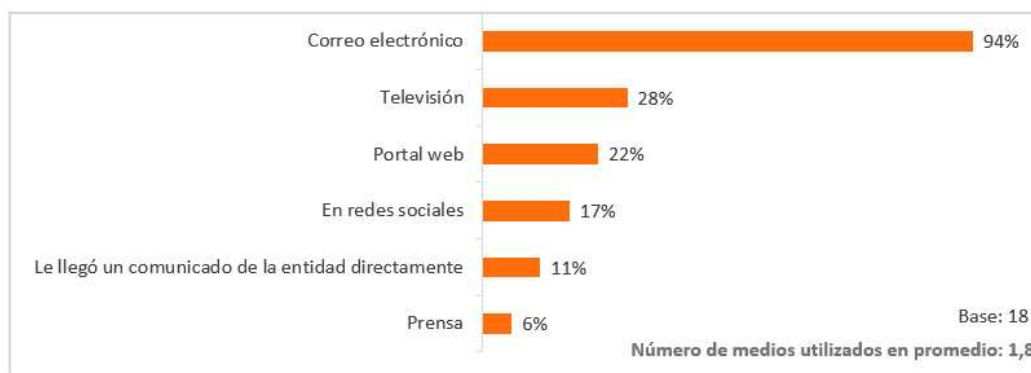


8. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

4.4.2 Medios de comunicación con la CRC

4.4.2.1 Medios de recepción de información por parte de la CRC

Los medios digitales (correo electrónico, página web y redes sociales) y la televisión son los medios que asocian principalmente a nivel de recepción de información de la CRC.



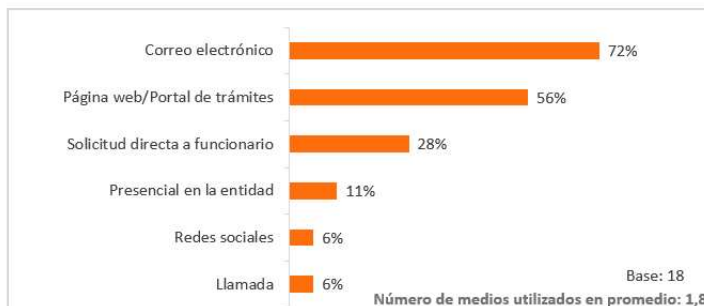
9. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 58 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



4.4.2.2 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC

Se tienen identificados tres canales principales para interactuar con la CRC: Correo electrónico, Página Web/Portal transaccional y Solicitud directa a un funcionario. Las empresas de *sectores no regulados* tienden a utilizar en promedio cerca de dos medios para realizar consultas o enviar comentarios/observaciones a la CRC.

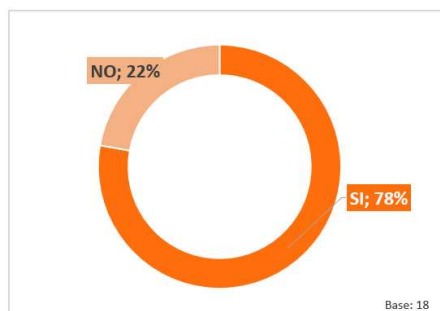


10. ¿A través de qué medios de la CRC su organización ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones?

4.4.3 Experiencia con la entidad

4.4.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

Aproximadamente 8 de cada 10 empresas de este grupo de valor mencionan haber realizado algún trámite, solicitud y/o requerimiento a la CRC.

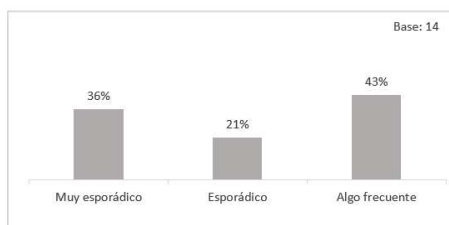


11. ¿Alguna vez su organización ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

4.4.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

A nivel de la frecuencia de contacto, no se registra una incidencia de contacto muy frecuente. Sin embargo, más de 4 de cada 10 empresas de este grupo de valor mencionan tener contacto con alguna frecuencia con la CRC.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 59 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



16. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su organización con la CRC?

4.4.3.3 Trámites realizados

Los trámites que presentan una mayor incidencia están relacionados con la solicitud de conceptos y asesoría a la entidad (79% de penetración sumadas estas dos actividades), y en menor medida solicitud de información (cifras, datos) y trámites de recursos de identificación.



Tipos de solicitud, trámite o requerimiento realizaron en promedio: 1,8 Base: 14
12. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC?

4.4.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

Los dos medios con incidencia alta para la realización de los diferentes trámites/actividades son el correo electrónico a la entidad y la Página web/Portal de trámites.

Canales utilizados para los diferentes trámites realizados									
	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Línea telefónica	33%	14%	67%		50%	75%			
Página web/Portal trámites	67%	71%	100%		100%	25%	50%		
Email a la entidad	67%	43%	100%	100%	50%	100%	100%		100%
Carta física a la entidad		29%	33%		50%	25%			
Presencial entidad		14%		50%	50%			100%	
Redes sociales		14%							
Canales mencionados en promedio	1,7 Base: 3	1,9 Base: 7	3,0 Base: 3	1,5 Base: 2	3,0 Base: 2	2,3 Base: 4	1,5 Base: 2	1,0 Base: 1	1,0 Base: 1

13. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente?



4.4.3.5 5.4.3.5 Dependencias de la empresa encargadas de los diferentes trámites realizados con la CRC

A diferencia de lo evidenciado en los otros grupos de valor, en los *sectores no regulados* no se evidencia la presencia de una o pocas áreas específicas/definidas para el contacto con la CRC en los diferentes trámites. En total se mapean más de 10 áreas diferentes en las empresas de sectores no regulados que intervienen en el contacto con la CRC. Esto representa un reto para la entidad, dado que tiene que relacionarse con diversos perfiles de personas y poder brindar un servicio destacado a todos.

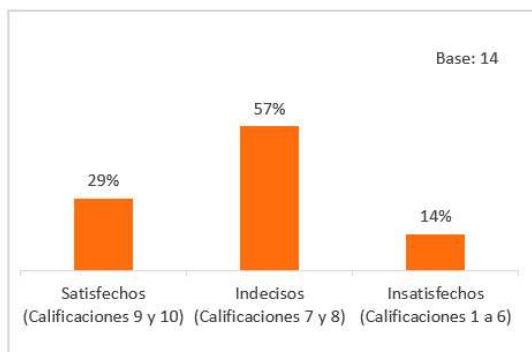
Dependencias de la empresa encargadas de los diferentes trámites									
	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Secretaría	33%	14%							
Administración	33%	14%				25%			
Dirección de consultoría	33%	14%		50%		25%	50%		
Contabilidad		14%	33%		50%	25%			
Junta Directiva		14%			50%			100%	
Dirección operativa		14%							
Dirección General			33%	50%					
Representante legal			33%						
Auxiliar / Operador						25%			
Gerencia									
Tesorería									
Revisoría fiscal									
Producción							50%		
No sabe		14%							100%
	Base: 3	Base: 7	Base: 3	Base: 2	Base: 2	Base: 4	Base: 2	Base: 1	Base: 1

14. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su organización realizó o lidero dicha solicitud, trámite o requerimiento?

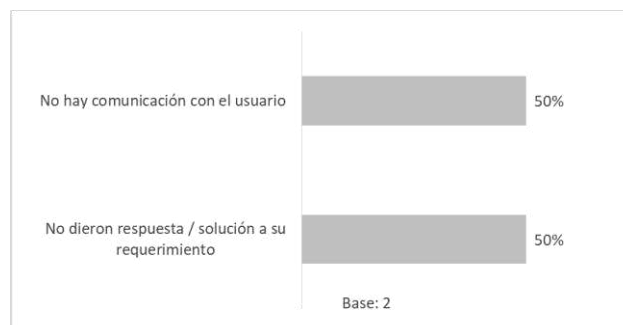
4.4.3.6 5.4.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

Solo tres de cada diez empresas de los *sectores no regulados* se encuentran muy satisfechos con la CRC (califican 9 o 10 en una escala de 1 a 10), mientras que cerca de 6 de cada 10 se encuentran algo satisfechos (califican 7 o 8 en una escala de 1 a 10). En relación al grupo de valor de *sectores regulados* el nivel de satisfacción de este grupo de valor es menor.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 61 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



17. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?



18. ¿Por qué motivo da esta calificación? (Razones de las personas insatisfechas con la atención brindada por la CRC)

4.5 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

4.5.1 Necesidades y expectativas respecto a la gestión de la CRC en los trámites

Las principales expectativas de este grupo de valor en relación a los trámites/actividades que realizan con la CRC son la *agilidad en la solución de los requerimientos/solicitudes* y el *brindar información clara y completa*.

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Trámites de recursos de identificación	Solución de controversias	Trámite de homologación de equipos terminales móviles	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Agilidad en la solución	33%	43%	33%						
Recibir solución satisfactoria	33%			100%		25%			
Recibir información clara y completa	33%	29%			50%	25%			
Mayor apoyo a empresas comunitarias de TV sin ánimo de lucro		14%							
Facilidad en la realización del trámite									
Implementar pagos por PSE / Virtual									
Que se apliquen las sugerencias realizadas							50%		100%
Ninguna			67%		50%			100%	
	Base: 3	Base: 7	Base: 3	Base: 2	Base: 2	Base: 4	Base: 2	Base: 1	Base: 1

15. Teniendo en cuenta las necesidades de su organización, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una _____

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 62 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

4.5.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

La preferencia respecto a las temáticas que les gustaría que la CRC los informara se concentra en los *cambios en la normatividad* (cerca de 4 de cada 10 de las empresas no reguladas por la CRC mencionan este rubro).

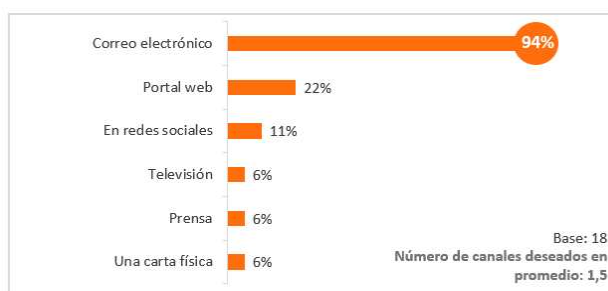
Cambios en la normatividad	39%
Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	17%
Funciones de la CRC	11%
Fechas de cursos / capacitaciones	11%
Recordatorio / calendario de impuestos de la CRC	11%
Nuevos proyectos	6%
Información sobre el MinTic y sus regulaciones	6%
Informes sobre monitoreo del sector	6%
Información de acceso al mercado de servicios de telecomunicaciones	6%
Instructivo para manejo del portal para los reportes de contribución	6%
Información sobre beneficios tributarios	6%
No Sabe	22%

Base: 18

19. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

4.5.3 Canales de comunicación deseados

De forma contundente se desea que la CRC les brinde información a través del correo electrónico. También se destaca que a un segmento de empresas del grupo de valor también les gustaría recibir la información en la Página Web y las redes sociales de la CRC.



20. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información?

4.6 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las dinámicas de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Sectores No Regulados* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

- Mesas de trabajo (individuales con otra entidad y grupales) y Comités Técnicos en el que participan varias entidades y que por lo general implica el desarrollo

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 63 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



de un producto específico por parte de la CRC (Ejemplo: Agenda regulatoria/Plan anticorrupción) o el aporte de la CRC con conceptos desde el ámbito de sus competencias. Se complementan los documentos en desarrollo generados en las mesas a través de comentario y observaciones que por lo general se transmiten a través del correo electrónico.

- Solicitud de información y datos de los sectores que regula la CRC
- Solicitud de conceptos o análisis a la CRC sobre temas o problemáticas relacionados con la aplicación de temas regulados por la CRC en los sectores no regulados.
- Capacitaciones presenciales y virtuales.

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de los *Sectores No Regulados* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos		X Empresas OTT, Energía, Construcción y Vivienda
Implementación Regulatoria e Innovación		X Fabricantes de tecnología, software de telecomunicaciones, empresas certificadoras y acreditadoras, operadores de energía eléctrica (Ej.: Codensa, Promigas), Operadores Viales (carreteras), servicios OTT
Prospectiva Estratégica		X Fabricantes de tecnología, software de telecomunicaciones, empresas certificadoras y acreditadoras, operadores de energía eléctrica (Ej.: Codensa, Promigas), Operadores Viales (carreteras), servicios OTT
Planeación y Gestión		X Proveedores de contenidos y aplicaciones
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	X Productores de contenidos audiovisuales / servicios OTT	
Diseño Regulatorio	Proveedores de infraestructura para el despliegue de telecomunicaciones, Empresas de sectores susceptibles de compartición de infraestructura, Transporte masivo, Construcción.	Creadores de contenidos audiovisuales, Apps de proveedores de servicios OTT

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 64 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

Gestión Administrativa y Financiera		
Tecnologías y de Sistemas de Información		
Relaciones con Grupos de Valor	X Fabricantes de equipos	
Control Interno		
Gestión Jurídica	Otros sectores como infraestructura eléctrica	Fabricantes de equipos
Coordinación Ejecutiva		
Sesión Comisionados de Contenidos Audiovisuales	Generadores y productores de contenidos audiovisuales (provisión de contenidos)	Apps de proveedores de servicios OTT
Sesión Comisionados de Comunicaciones	X Proveedores de infraestructura pasiva (compartición de infraestructura, energía eléctrica, torres, transporte y redes viales y mobiliario urbano).	

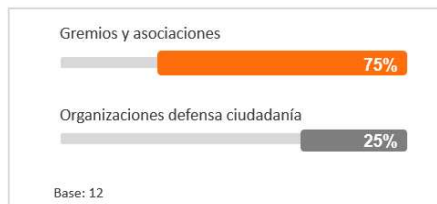
Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 65 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



5 CARACTERIZACIÓN DE GREMIOS Y ASOCIACIONES

5.1 Tipo de organizaciones

La mayor proporción (75%) de la muestra del grupo de valor de *Gremios y Asociaciones* corresponde a *agremiaciones /asociaciones sectoriales*, mientras que un 25% corresponde a Organizaciones de defensa ciudadana.

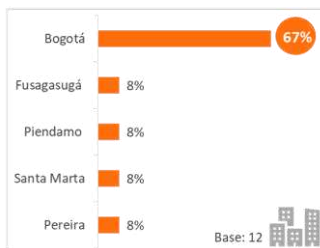


F1. TIPO DE ENTIDAD

5.2 Ubicación y alcance geográfico

5.2.1 Ubicación (Ciudad)

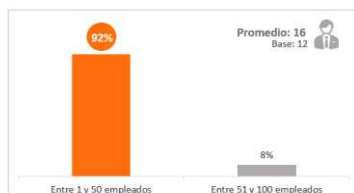
Cerca de seis de cada diez de los gremios y asociaciones participantes están ubicadas en Bogotá. Es importante resaltar la presencia de organizaciones de diferentes tipos de ciudades/ municipios: *Capitales/ciudades grandes* (Bogotá, Pereira, Santa Marta), *Ciudades intermedias* (Santa Marta), y *Municipios pequeños* (Fusagasugá, Piendamó).



CIUDAD

5.2.2 Tamaño del gremio/asociación (# empleados)

La gran mayoría de *gremios u asociaciones* tienen una estructura pequeña, con pocos colaboradores (92% tienen cincuenta empleados o menos).



1. ¿Cuántos colaboradores/empleados directos aproximadamente tiene en total su organización, contando sus diferentes sucursales y oficinas?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 66 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

5.2.3 Alcance geográfico del gremio/asociación

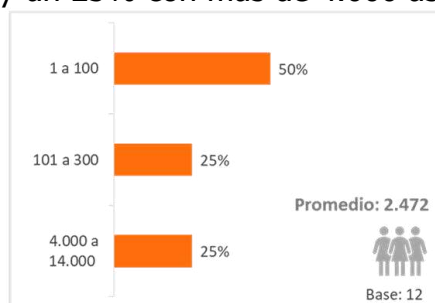
A nivel del alcance geográfico de los *gremios y asociaciones*, dos de cada tres de los gremios tienen cobertura nacional y uno de cada tres tiene cobertura local.



2. Por favor cuénteme, ¿Cuál es el alcance geográfico de su entidad?

5.2.4 Cantidad de miembros del gremio/asociación

Se evidencia una interesante pluralidad de *gremios y asociaciones* de acuerdo con su tamaño medido en número de miembros/asociados al gremio, con un 50% con menos de 100 miembros y un 25% con más de 4.000 asociados.



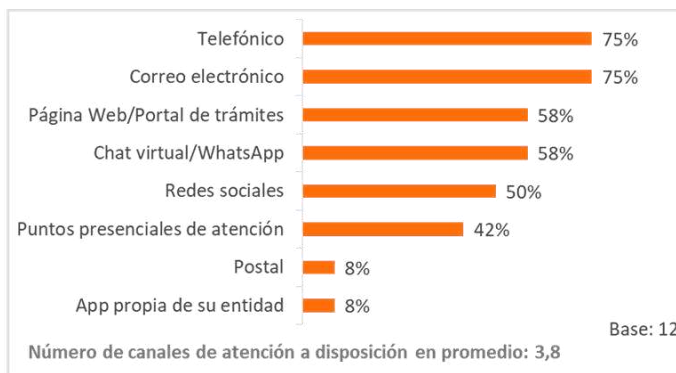
4. ¿Cuántos miembros o asociados aproximadamente tiene su organización actualmente en el país?

5.3 Relacionamiento con miembros/asociados

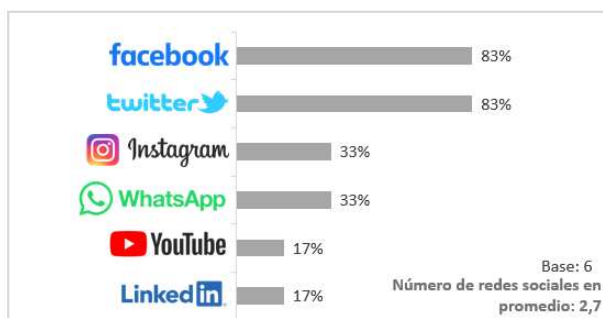
5.3.1 Canales de atención disponibles para sus miembros/asociados

El contacto telefónico y el correo electrónico se constituyen en los medios predominantes a través de los cuales los *gremios y asociaciones* se mantienen en contacto con sus miembros.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 67 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



6. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tienen a disposición de sus miembros/asociados para comunicarse con su organización? – Respuesta Múltiple



6A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que usan redes sociales como canal de atención para comunicarse con su organización) – Respuesta Múltiple

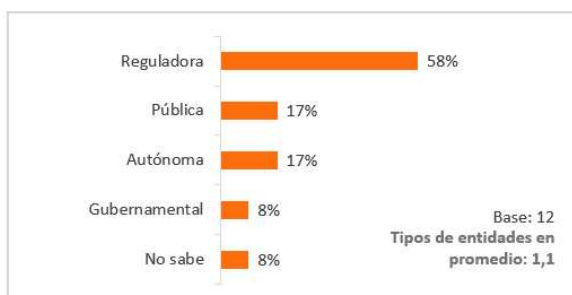
5.4 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

5.4.1 Nivel de familiaridad con la CRC

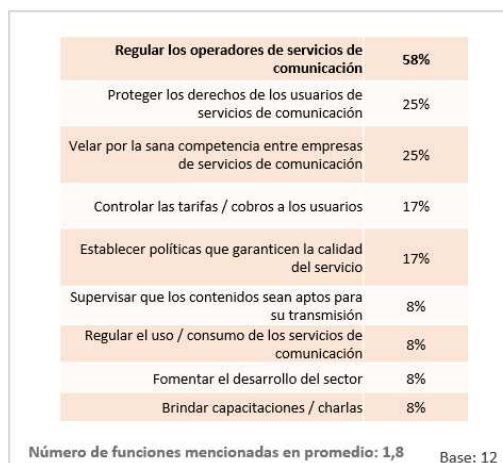
5.4.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

Cerca de 6 de cada 10 de los gremios clasifican a la CRC como un ente regulador. Por otra parte, se evidencia la recordación de varias de las funciones que realiza la CRC, con ninguna asociación equivocada. Es claro el rol de la CRC como ente que regula a los operadores de comunicaciones y protege los derechos de los usuarios de los servicios que regula la CRC:

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 68 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



7. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

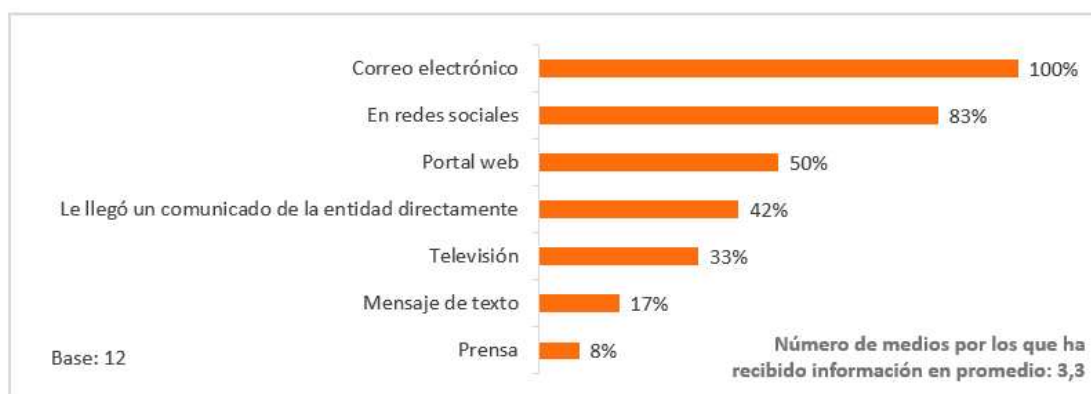


8. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

5.4.2 6.4.2 Medios de comunicación con la CRC

5.4.2.1 Medios de recepción de información por parte de la CRC

El correo electrónico, las redes sociales y la Página Web de la entidad son los tres principales medios a través de los cuales los *gremios y asociaciones* han recibido información por parte de la CRC.

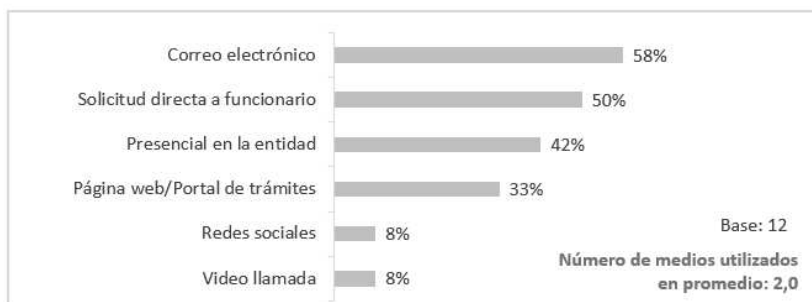


9. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC? – Respuesta Múltiple

5.4.2.2 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC

Respecto a la realización de consultas con la CRC, prima el correo electrónico y la solicitud directa a funcionarios de la entidad, con una incidencia un poco más baja de la atención presencial en la entidad y el Portal de trámites de la CRC.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 69 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

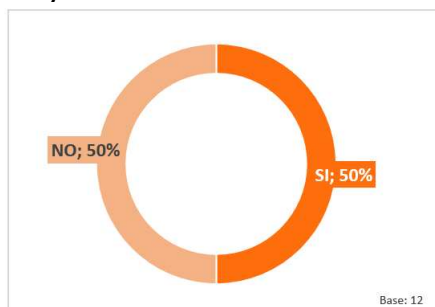


10. ¿A través de qué medios de la CRC su organización ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones?

5.4.3 Experiencia con la entidad

5.4.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

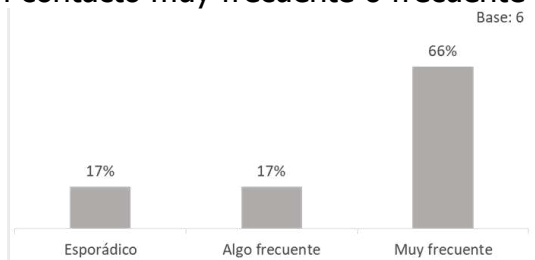
Respecto a la incidencia de realización de trámites/solicitudes/requerimientos a la CRC, un 50% de los gremios y asociaciones mencionan haberlos realizado.



11. ¿Alguna vez su organización ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

5.4.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

De forma mayoritaria las entidades que han realizado trámites/solicitudes a la CRC perciben que tienen un contacto muy frecuente o frecuente con la CRC (81%).



15. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su institución/centro de investigación con la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 70 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



5.4.3.3 Trámites realizados

Se identifican 3 tipos de trámites/actividades realizadas con la CRC con una incidencia superior al 65%: la participación conjunta en eventos, observaciones a la regulación o documentos expedidos por la CRC y la gestión de proyectos conjuntos/ mesas de trabajo.

Invitación o coordinación para participación en eventos	100%
Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	83%
Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	67%
Solicitud de información (cifras, datos o estudios del sector)	33%
Solicitud de conceptos	33%
Asesoría	33%
Base: 6	
Número de solicitudes, trámites o requerimientos mencionados en promedio: 3,5	

12. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC?

5.4.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

A nivel de los canales utilizados para las diferentes actividades, se evidencia una mezcla que involucra el uso de prácticamente todos los medios de los que dispone la CRC (a excepción de las redes sociales que solo tiene un nivel de uso marginal para la coordinación de la participación en eventos). El email tiene una incidencia del 100% en todos los trámites, a excepción de la participación en eventos.

Canales utilizados para los diferentes trámites realizados						
	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Línea telefónica	50%	50%	50%	20%	50%	
Página web/Portal trámites	50%	50%	50%	20%	25%	
Presencial entidad	50%	50%		40%	75%	67%
Email a la entidad	100%	100%	100%	100%	100%	67%
Carta física a la entidad			50%	40%		33%
Redes sociales						17%
Canales mencionados en promedio	2,5 Base: 2	2,5 Base: 2	2,5 Base: 2	2,2 Base: 5	2,5 Base: 4	1,8 Base: 6

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 71 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

5.4.3.5 Dependencias del gremio/asociación encargadas de los diferentes trámites realizados con la CRC

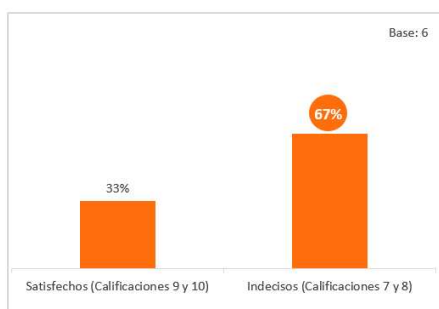
La gerencia/presidencia de los *gremios y asociaciones* y la secretaria son las dependencias que tienen mayor contacto con la CRC en general. En las organizaciones de participación ciudadana el contacto también se realiza a través de las vocales de control.

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Gerencia	50%	50%		40%	75%	50%
Vocal de control			50%			17%
Secretaria	50%		50%	20%	25%	33%
Legal / Jurídica				20%	25%	
Junta Directiva		50%		20%		
	Base: 2	Base: 2	Base: 2	Base: 5	Base: 4	Base: 6

14. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su organización realizó o lidero dicha solicitud, trámite o requerimiento?

5.4.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

Es de destacar que, entre los *gremios y asociaciones* que han realizado trámites/requerimientos con la CRC, todas las calificaciones son positivas (67% califican con 8 y 33% califican con 10 en una escala de 1 a 10).



17. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?

5.5 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

5.5.1 Necesidades y expectativas respecto a la gestión de la CRC en los trámites

La agilidad en la respuesta/solución (cuando realizan solicitudes de información y conceptos), el recibir la información completa (cuando realizan solicitudes de conceptos y asesorías), y que la CRC tenga en cuenta las observaciones que envían los gremios a la regulación y documentos que expiden son las expectativas que más se destacan. Esta última expectativa es compartida con otros grupos de valor y amerita que la CRC revise la comunicación que se genera en estos procesos con los diversos actores y asegurarse que todos aquellos que realizaron observaciones reciban una respuesta con un sustento de las razones por las que la CRC tuvo en cuenta o no sus observaciones.

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Solicitud de conceptos	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y documentos emitidos por la entidad	Gestión de proyectos conjuntos / mesas de trabajo	Invitación o coordinación de participación en eventos
Agilidad en la solución	100%	50%			25%	17%
Recibir solución satisfactoria	50%			20%		
Recibir información clara y completa	50%	100%	50%		25%	
Recibir asesoría presencial			50%			
Que se apliquen las sugerencias realizadas				40%	75%	17%
Abrir espacios de participación a la Asociación que representa a los ciudadanos				20%		
Identificar aspectos relevantes del sector que no estén considerados						33%
Brindar contenidos relevantes						17%
Ninguna				20%		34%
	Base: 2	Base: 2	Base: 2	Base: 5	Base: 4	Base: 6

15. Teniendo en cuenta las necesidades de su organización, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una _____

5.5.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

Al igual que lo evidenciado en otros grupos de valor en relación al tipo de información que les gustaría recibir, se destacan los cambios en la normatividad y las noticias y monitoreos del sector de comunicaciones.

Cambios en la normatividad	25%
Información relacionada con servicios de telefonía móvil	17%
Informes sobre monitoreo del sector	17%
Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	8%
Instructivos para interponer PQR's (medios, forma, entidades etc)	8%
Informes de las acciones de mejoramiento	8%
Noticias / información sobre tecnología	8%
Información relacionada a servicios de internet (empresas, tráfico, regulaciones, etc.)	8%
Derechos y deberes de los usuarios	8%
Agenda de actividades	8%
Proyectos de aumento de audiencia	8%
Información general sobre proveedores de telecomunicaciones (cantidad, etc.)	8%
No sabe	17%
	Base: 12

19. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 73 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

6.5.3 Canales de comunicación deseado

El correo electrónico y en menor medida las redes sociales y la página web de la CRC se constituyen en los canales preferidos entre los *gremios* y *asociaciones* para recibir la información que les envía la CRC.



20. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información? –
Respuesta Múltiple

5.6 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

Se identifican las siguientes dinámicas de relacionamiento de la CRC con los *Gremios* y *asociaciones*:

- Mesas de trabajo (individuales con otra entidad y grupales) y Comités Técnicos en el que se interactúa con diferentes tipos de entidades, empresas y gremios, que por lo general implica el desarrollo de un producto específico por parte de la CRC (Ejemplo: Agenda regulatoria/Plan anticorrupción) o el aporte de la CRC con conceptos desde el ámbito de sus competencias. Se complementan los documentos en desarrollo generados en las mesas a través de comentario y observaciones que por lo general se transmiten a través del correo electrónico.
- Solicitud de información y datos de los sectores que regula la CRC y dudas frente a los reportes que publica la CRC.
- Capacitaciones e invitación a eventos organizados por la CRC.
- Participación en foros/espacios de discusión organizados por los gremios.

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de los *Gremios* y *asociaciones* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 74 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos		X Operadores de Internet pequeños NAISP, Operadores de servicios móviles ASOMÓVIL, Operadores de servicios fijos ANDESCO
Implementación Regulatoria e Innovación		
Prospectiva Estratégica	X Asomóvil, Camacol (Construcción), Organismo Nacional de Acreditación (Certificaciones) Gremios de Comunicación (ASOPOSTAL, ASOTIC, ASOMOVIL, ANDESCO, NAISP, ASIET), Gremios de Otros Sectores (CAMACOL, ASOANDES, ANDI)	
Planeación y Gestión	X Asomóvil, Asopostal y Asotic	
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria		X Gema (animadores), Fenascol (población con discapacidad auditiva), Asomedios, Flip (libertad de prensa) AFACOM, AMCHAM, Karisma, ACIEM, Fílmico, PIC, ASOCINDE
Diseño Regulatorio	X Gremios de Comunicación (ASOPOSTAL, ASOTIC, ASOMOVIL, ANDESCO, NAISP, ASIET), Gremios de Otros Sectores (CAMACOL, ASOANDES, ANDI)	
Gestión Administrativa y Financiera		X Comunicaciones (Andesco, Asopostal, Red Intercable Tv Colombia), Poblaciones de interés (Fenascol)
Tecnologías y de Sistemas de Información		
Relaciones con Grupos de Valor	X Gremios de sectores regulados (Andesco, Andina Link, Asotic, Naisp, Asomóvil, ANDI Sector regulado)	
Control Interno	-	
Gestión Jurídica		X Asomóvil y Andesco
Coordinación Ejecutiva		
Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales	Sociedades de Gestión Colectiva	Gremio de comunicaciones y servicios públicos (ANDESCO)

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 75 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



Sesión Comisionados Comunicaciones	de de	X Gremios Sectores Regulados (Comunicaciones-NAISP, Agentes Postales, Operadores Audiovisuales y Radio), Gremios Sectores No Regulados (ASOCODIS de distribuidores de energía eléctrica, ANDI)
---	------------------	---

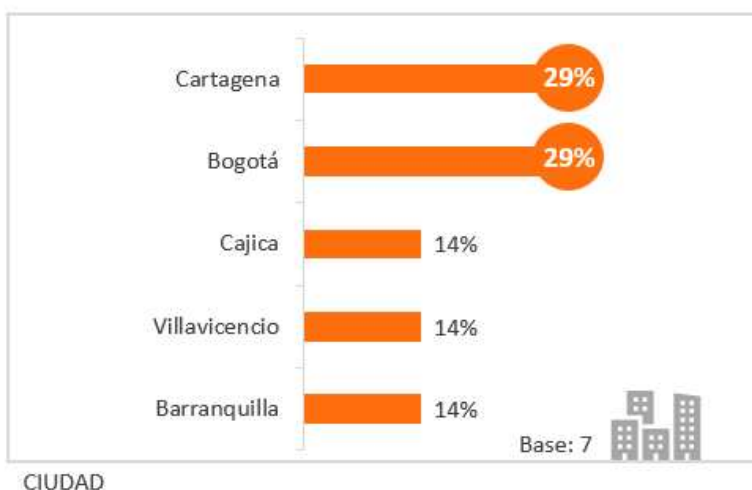
Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 76 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

6 CARACTERIZACIÓN DE PRENSA

6.1 7.1 Ubicación y alcance geográfico

7.1.1 Ubicación (Ciudad)

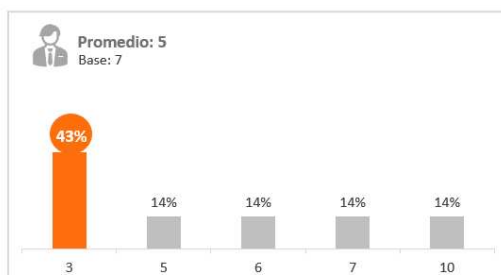
Cartagena y Bogotá se destacan como las plazas en las que se registró mayor participación de medios de prensa en el presente estudio (con 2 medios participantes en cada una de estas ciudades).



La mayoría de los medios nacionales tienen una cobertura extensa a nivel nacional, y tienen sede en Bogotá, mientras que los medios regionales y la distribución digital están ubicados particularmente en las distintas regiones del país.

7.1.2 Tamaño del medio (# empleados)

Los medios de prensa se caracterizan por ser pequeños, con un número reducido de colaboradores en promedio (5).



1. ¿Cuántos colaboradores/empleados directos aproximadamente tiene en total su organización, contando sus diferentes sucursales

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 77 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.1.3 Alcance geográfico del medio

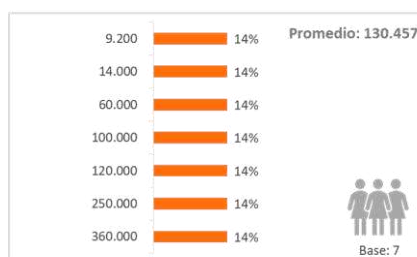
Se evidencia un balance entre medios internacionales y medios nacionales/regionales.



2. ¿Cuál es el alcance geográfico de su organización?

7.1.4 Tamaño de la audiencia del medio

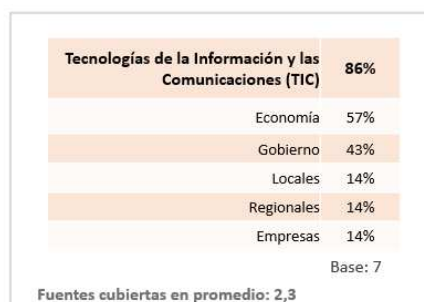
A nivel del tamaño de audiencia de los medios, se evidencia un rango variado de audiencias, desde 9.200 hasta 360.000 personas.



3. ¿Qué tan grande es su audiencia actualmente? Es decir, aproximadamente el número de personas que consumen su contenido

7.1.5 Tipos de fuentes que cubre el periodista en el medio

Más de 8 de cada 10 de los periodistas que representaron en el presente estudio al grupo de valor de *Prensa* cubren todo lo relacionado con las TIC en sus medios, seguido por Economía y Gobierno. En promedio cada periodista cubre un poco más de 2 medios en promedio.

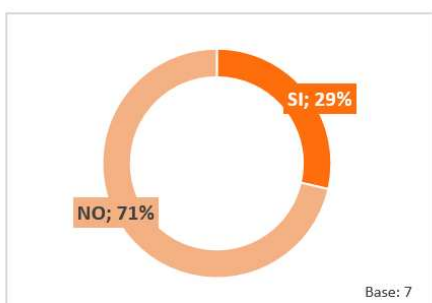


3A. ¿Qué fuentes cubre dentro del medio de comunicación?

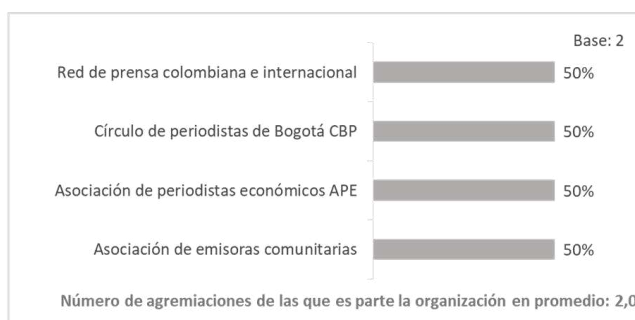
Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 78 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.1.6 Pertenencia a gremios del sector

A nivel de la participación en gremios del sector por parte de los medios de comunicación, se evidencia que aproximadamente 3 de cada 10 pertenecen a alguno, incidencia inferior al de la mayoría de los otros grupos de valor evaluados.



4. ¿Su organización hace parte de una o de varias agremiaciones del sector o de la industria?



4A. ¿De cuál o cuáles agremiaciones hace parte o es miembro su organización? – Respuesta Múltiple

6.2 Relacionamiento con la audiencia del medio

7.2.1 Canales de atención disponibles para la audiencia

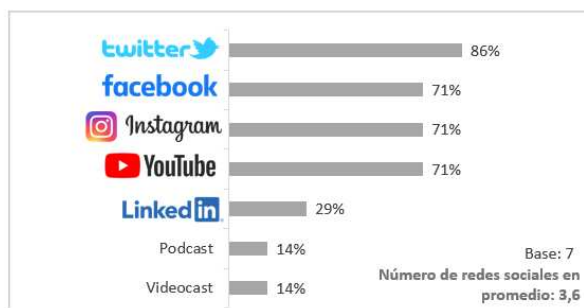
Al igual que lo evidenciado en los otros grupos de valor evaluados, los medios de *Prensa* cuentan con múltiples canales de atención disponibles para interactuar con sus audiencias, de los cuales cinco tienen una incidencia mayor al 50%.

Las redes sociales se constituyen en uno de los principales canales de contacto de la *Prensa*, que en promedio cada uno tiene cerca de 4 redes sociales.



5. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tiene a disposición su audiencia para comunicarse con su organización?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 79 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



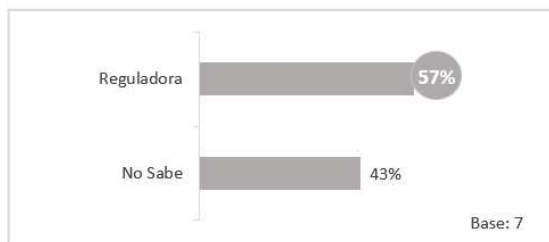
5A. ¿Cuáles redes sociales? (audiencia que usan redes sociales como canal de atención para comunicarse la organización) – Respuesta Múltiple

6.3 7.3 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

7.3.1 Nivel de familiaridad con la CRC

6.3.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

Respecto al nivel de conocimiento del tipo de entidad y las funciones que cumple la CRC, aunque un segmento importante (43%) no sabe definir exactamente el tipo de entidad que es la CRC, el nivel de conocimiento de las diferentes funciones que cumple es alto (86%).



6. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?



7. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

7.3.2 Medios de comunicación con la C

6.3.1.2 Medios de recepción de información por parte de la CRC

La recepción de información por parte de la CRC se da prioritariamente a través de comunicados escritos enviados principalmente por medio digital (correo electrónico), comunicación directa (43%) y medio físico (29%). Esto evidencia un contacto directo bastante personalizado con los diferentes periodistas de los medios de *Prensa*.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 80 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



8. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC? – Respuesta Múltiple

6.3.1.3 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios a la CRC

A nivel de los medios de la CRC utilizados para realizar consultas (es decir un contacto proactivo de los periodistas con la CRC), adicional al correo electrónico, que es el medio predominante para todos los tipos de comunicación entre la CRC y sus grupos de valor, se evidencia una incidencia significativa (43%) de la Página web/Portal de trámites de la CRC. Así mismo un segmento de periodistas (29%) menciona consultar las redes sociales de la CRC.

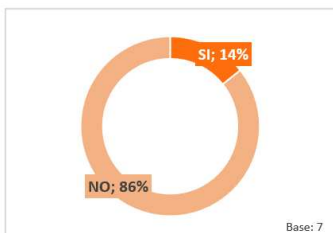


9. ¿A través de qué medios de la CRC ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones?

7.3.3 Experiencia con la entidad

6.3.1.4 Incidencia de realización de trámites con la CRC

Es evidente que los periodistas no conceptualizan su relación con la CRC como un “trámite” o “requerimiento”, reflejado en el hecho que solo un periodista menciona haber realizado alguna vez un trámite o solicitud a la CRC.

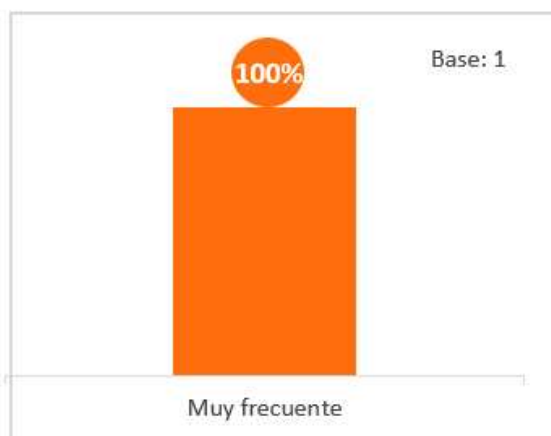


10. ¿Alguna vez ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 81 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

6.3.1.5 Frecuencia de contacto con la CRC

El medio de *prensa* que ha realizado algún trámite o requerimiento a la CRC menciona mantener contacto muy frecuente con la CRC.



14. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su organización con la CRC?

6.3.1.6 Trámites realizados

En promedio, el periodista que ha realizado trámites con la CRC menciona en promedio cuatro tipo de trámites como se evidencia en la tabla de abajo.

Solicitud de información (cifras, datos o estudios del sector)	100%
Solicitud de declaraciones y/o entrevistas y/o cuestionarios para notas de prensa/publicaciones	100%
Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	100%
Invitación o coordinación de participación en eventos	100%
Número de solicitudes, trámites o requerimientos mencionados en promedio: 4,0	

Base: 1

11. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC?

6.3.1.7 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

Se evidencia un uso de todos los canales de los que dispone la CRC para los diferentes trámites/ solicitudes por parte del medio de prensa que alguna vez ha realizado trámites o requerimientos a la CRC.

Canales utilizados para los diferentes trámites realizados				
	Solicitud de información (cifras, datos o estudios del sector)	Solicitud de declaraciones y/o entrevistas y/o cuestionarios para notas de prensa/ publicaciones	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Invitación o coordinación de participación en eventos
Carta física a la entidad	100%		100%	100%
Email a la entidad	100%	100%	100%	100%
Línea telefónica		100%	100%	100%
Página web/Portal trámites		100%		
Mensajería instantánea		100%		
Redes sociales			100%	100%
Canales mencionados en promedio	2,0 Base: 1	4,0 Base: 1	4,0 Base: 1	4,0 Base: 1

12. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente? – Respuesta Múltiple

6.3.1.8 Nivel de satisfacción con la CRC y razones de insatisfacción

El medio de *prensa* que realiza trámites con la CRC de forma frecuente se encuentra totalmente satisfecho con la gestión de la entidad ante sus solicitudes.



15. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?

6.4 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

7.4.1 Necesidades y expectativas frente a la gestión de la CRC en los trámites

La principal expectativa frente a la actuación de la CRC ante las solicitudes de información y de declaraciones/entrevistas es la agilidad en la respuesta/solución por parte de la CRC.

	Solicitud de información (cifras, datos o estudios del sector)	Solicitud de declaraciones y/o entrevistas y/o cuestionarios para notas de prensa/publicaciones	Solicitud de información respecto al cumplimiento de la gestión de la entidad	Invitación o coordinación de participación en eventos
Que actúe con responsabilidad /ética	100%			
Que haya cumplimiento de las funciones de la CRC	100%			
Agilidad en la solución		100%	100%	
Recibir información clara y completa		100%		
Confirmación y cooperación para canalizar la participación				100%
	Base: 1	Base: 1	Base: 1	Base: 1

13. Teniendo en cuenta sus necesidades, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una ___

7.4.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

A nivel de las expectativas de información por parte de la CRC se presentan diversas temáticas deseadas, destacándose las relacionadas con el sector de las TIC (noticias de actualidad, información sobre tecnologías y monitoreo del sector).

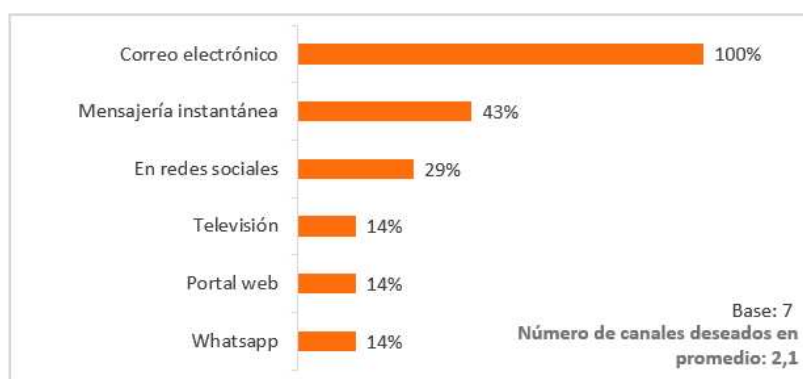
Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	14%
Cambios en la normatividad	14%
Informes de las acciones de mejoramiento	14%
Noticias / información sobre tecnología	14%
Fechas de cursos / capacitaciones	14%
Informes sobre monitoreo del sector	14%
Actas de las reuniones de la CRC	14%
No sabe	29%
	Base: 7

17. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 84 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.4.3 Canales de comunicación deseados

Los periodistas tienden a favorecer los medios personalizados (correo electrónico y mensajería instantánea) para recibir información de la CRC.



18. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información? – Respuesta Múltiple

6.5 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las dinámicas de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Prensa* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

La relación con el grupo de valor *Prensa* se canaliza a través de la Coordinación de *Relacionamiento con el agente*, por lo que solo para esta Coordinación se constituye en un grupo de valor, aunque es un grupo de interés para 5 Coordinaciones y las 2 Sesiones de Comisionados, dado que o bien interactúan con estos (entrevistas, notas periodísticas) con cierta frecuencia o desarrollan productos/servicios para estos (producción de información, elaboración de reportes, diligenciamiento de cuestionarios, explicación de resultados de estudios, apoyo en la elaboración de comunicados sobre una medida regulatoria, entre otros).

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de la *Prensa* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 85 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

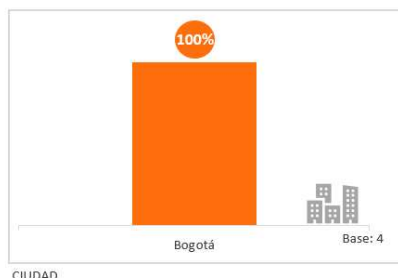
	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos		X
Implementación Regulatoria e Innovación		X
Prospectiva Estratégica		X
Planeación y Gestión		
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria		X
Diseño Regulatorio		
Gestión Administrativa y Financiera		
Tecnologías y Sistemas de Información		
Relaciones con Grupos de Valor	X Medios Regionales/Comunitarios (City TV, Teleantioquia, El País, El Colombiano, Vanguardia Internacional, entre otros), Nacionales (RCN Televisión, Caracol Televisión, El Tiempo, La República, entre otros), Internacionales (de los sectores regulados por la CRC: Convergencia Latina, PL News, ODN Américas, entre otros)	
Control Interno	-	
Gestión Jurídica		X
Coordinación Ejecutiva		X
Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales		X
Sesión de Comisionados de Comunicaciones		X

7 CARACTERIZACIÓN DE ACADEMIA

7.1 Ubicación y alcance geográfico

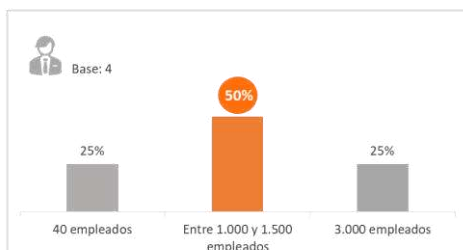
7.1.1 Ubicación (Ciudad)

Se refleja una concentración de Bogotá como plaza donde se encuentra ubicado el grupo de valor de *Academia*.



7.1.2 Tamaño de la institución/ centro de investigación (# empleados)

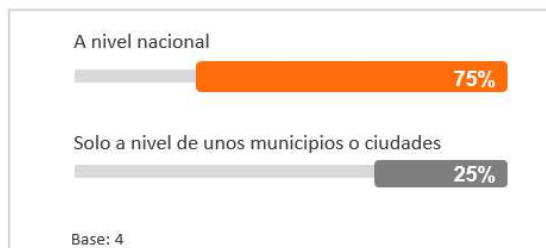
Los cuatro miembros del grupo de valor de academia presentan tamaños diferentes a partir de la cantidad de empleados, destacándose en rango de 1.000 a 1.500 empleados con una incidencia del 50% de las instituciones evaluadas.



1. ¿Cuántos colaboradores/empleados directos aproximadamente tiene en total su institución/centro de investigación, contando sus diferentes sucursales y oficinas?

7.1.3 Alcance geográfico de la institución/ centro de investigación

La mayoría de las instituciones participantes (75%) tienen alcance nacional y la restante es de carácter local.



2. ¿Cuál es el alcance geográfico de su institución/centro de investigación?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 87 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.1.4 Número de estudiantes de la institución/ centro de investigación

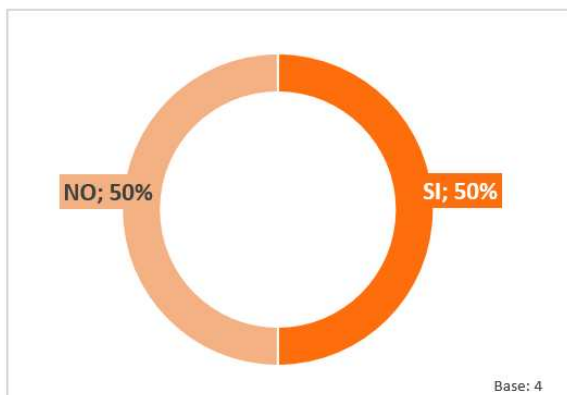
Similar a lo evidenciado en el apartado de número de colaboradores de las instituciones, las cuatro instituciones tienen una cantidad de estudiantes muy disímil. No obstante, cabe destacar que el 75% de las instituciones del grupo de valor tienen 8.000 o más estudiantes.



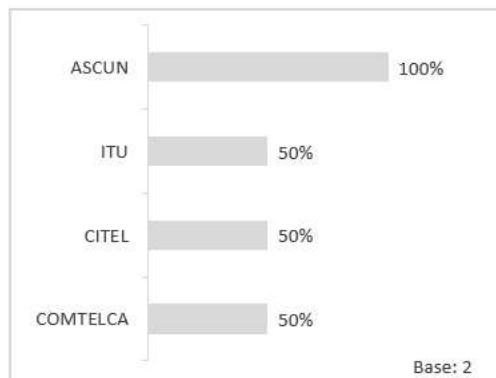
3. ¿Cuántos alumnos/miembros tiene su institución/centro de Investigación?

7.1.5 Pertenencia a gremios/asociaciones del sector

La mitad de las instituciones académicas pertenecen a algún gremio o asociación sectorial, destacándose la Asociación Colombiana de Universidades (ASCUN).



4. ¿Su institución/centro de investigación hace parte de una o de varias?



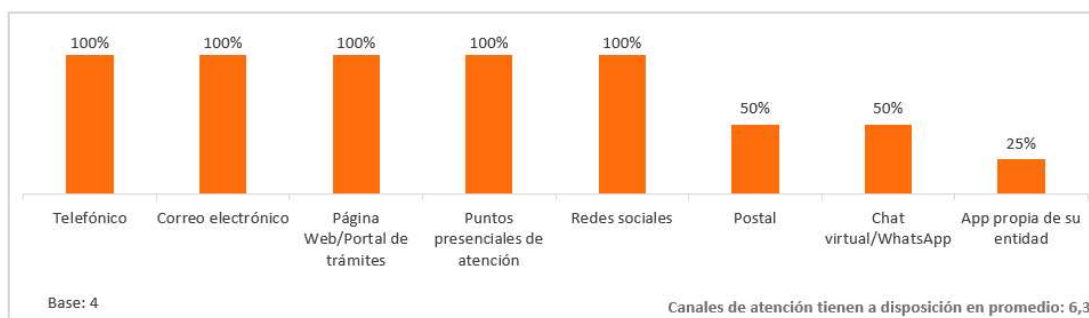
4A. ¿De cuál o cuáles agremiaciones hace parte o es miembro su institución/centro de investigación?

7.2 Relacionamiento con el público en general

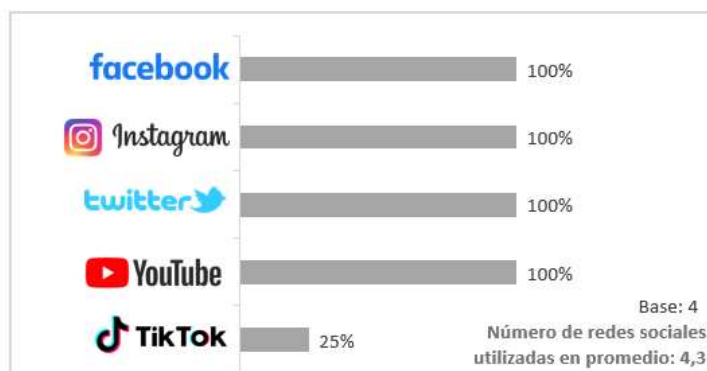
7.2.1 Canales de atención disponibles para el público en general

Las instituciones académicas, similar a lo observado con los otros grupos de valor, tiene una estrategia multicanal para hacer contacto con el público en general.

Cabe destacar que el 100% de las instituciones manejan en promedio cuatro redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y YouTube)



5. Me podría indicar, ¿cuáles canales de atención tiene a disposición su institución/centro de investigación para el público en general?-Respuesta Múltiple



5A. ¿Cuáles redes sociales? (Personas que usan redes sociales como canal de atención para comunicarse) – Respuesta Múltiple

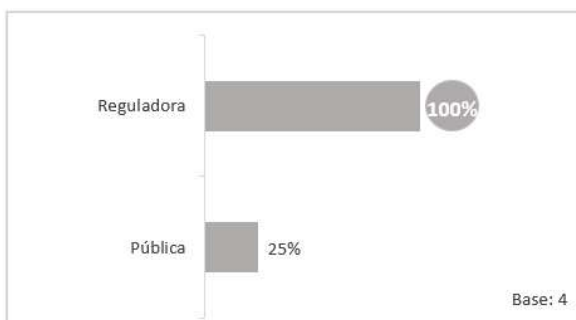
7.3 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

7.3.1 Nivel de familiaridad con la CRC

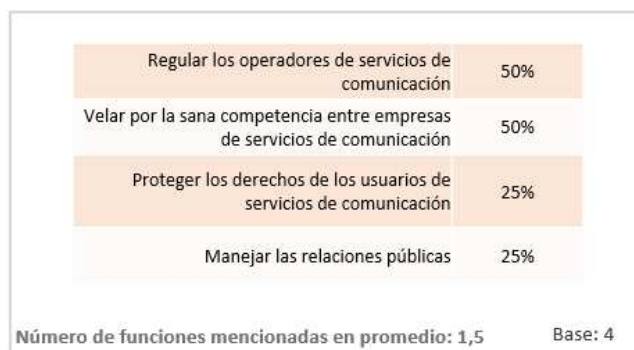
7.3.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

El grupo de valor de *Academia* es, de todos los grupos de valor de la CRC, el que tiene el mayor nivel conocimiento del tipo de entidad que es la CRC (100%) y menciona correctamente en una mayor proporción (100%) las funciones que cumple la entidad.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 89 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



6. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

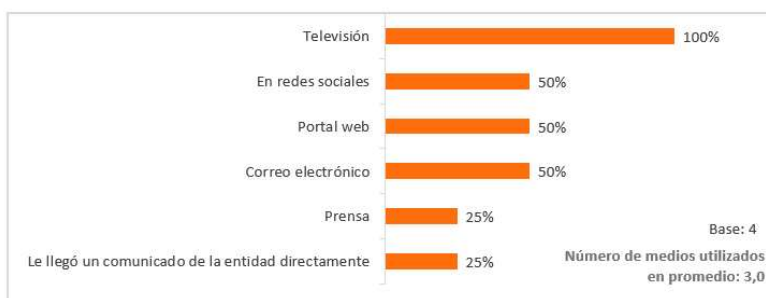


7. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

7.3.2 Medios de comunicación con la CRC

7.3.2.1 Medios de recepción de información por parte de la CRC

El grupo de valor de *Academia* menciona en su totalidad a la televisión como el medio a través del cual han recibido información de la CRC, seguido de los medios digitales (Página Web, Redes sociales y Correo electrónico).



8. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC? – Respuesta Múltiple

7.3.2.2 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC

La *Academia* es uno de los grupos de valor que tiene un mayor uso de los diferentes canales de la CRC para consultar información, con un promedio de uso de 2,5 canales por institución académica.



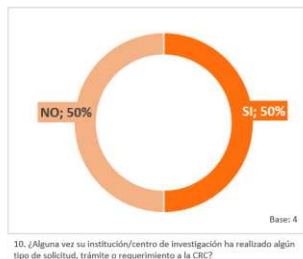
9. ¿A través de qué medios de la CRC su institución/centro de investigación ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones?

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 90 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.3.3 Experiencia con la entidad

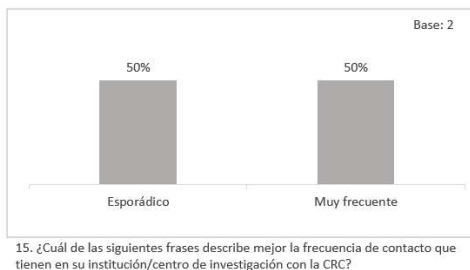
7.3.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

La mitad de las instituciones académicas han realizado alguna vez trámites o requerimientos con la CRC.



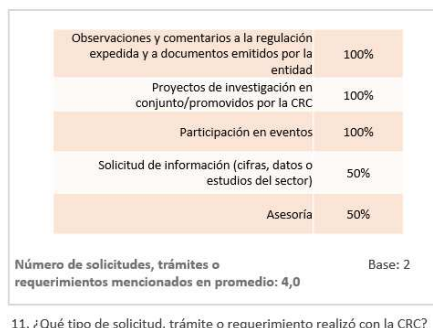
7.3.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

A nivel de la frecuencia de contacto de las instituciones que realizan trámites con la CRC, se evidencian dos perfiles claros diferenciados: una institución que mantiene un contacto muy frecuente con la CRC y otra cuya frecuencia de contacto con la entidad es esporádica.



7.3.3.3 Trámites realizados

Las dos entidades que realizan trámites y solicitudes con la CRC, en promedio han realizado cuatro tipos de trámites/solicitudes diferentes con la CRC, participando con comentarios a la regulación o documentos emitidos por la CRC, realización de proyectos conjuntos con la CRC y participación en eventos.



Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 91 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

7.3.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

A nivel de los canales utilizados para las diferentes actividades, se evidencia una mezcla que involucra el uso de prácticamente todos los medios de los que dispone la CRC (a excepción de la línea telefónica).

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Participación en proyectos de investigación en conjunto/promovidos por la CRC	Invitación o coordinación para la participación en eventos
Redes sociales	100%				
Email a la entidad	100%	100%			
Carta física a la entidad		100%	50%		50%
Página web/Portal tramites			50%	50%	50%
Presencial entidad			50%	50%	100%
Canales mencionados en promedio	2,0 Base: 1	2,0 Base: 1	1,5 Base: 2	1,0 Base: 2	2,0 Base: 2

12. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente?

7.3.3.5 Dependencias de la institución/ centro de investigación encargadas de los diferentes trámites realizados con la CRC

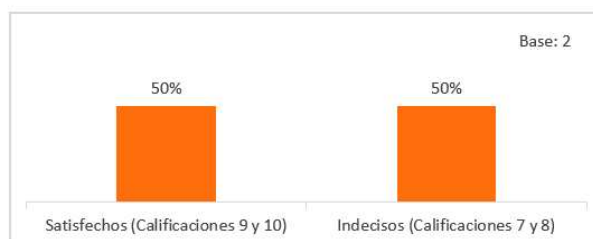
El Departamento de comunicaciones es la dependencia a través de la cual se comunican en mayor medida con la CRC.

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Participación en proyectos de investigación en conjunto/promovidos por la CRC	Invitación o coordinación para la participación en eventos
Departamento de derecho de las telecomunicaciones	100%	100%	50%	50%	50%
Dirección General			50%	50%	50%
	Base: 1	Base: 1	Base: 2	Base: 2	Base: 2

13. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su institución/centro de investigación realizó o lideró dicha solicitud, trámite o requerimiento?

7.3.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC

Es de destacar que no se presenta ninguna institución académica con un bajo nivel de satisfacción con la CRC, aunque una de las entidades percibe que la entidad tiene oportunidades de mejora a partir de la calificación dada (7 en una escala de 1 a 10).



16. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?

7.4 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

7.4.1 Necesidades y expectativas frente a la gestión de la CRC en los trámites

Se evidencian diferentes expectativas para los diversos trámites/ requerimientos que realizan con la CRC, destacándose que la CRC garantice la veracidad y calidad de la información/datos que suministra y el involucrar a la *Academia* de forma proactiva en diferentes procesos tales como la socialización de los estudios que realiza la entidad e invitarlos de forma proactiva a participar en las mesas de trabajo para realizar observaciones a la regulación y/o documentos emitidos por la CRC y para desarrollar proyectos en conjunto.

	Solicitud de información (cifras, datos y/o estudios del sector)	Asesoría	Observaciones y comentarios a la regulación expedida y a documentos emitidos por la entidad	Participación en proyectos de investigación en conjunto/promovidos por la CRC	Invitación o coordinación para la participación en eventos
Poder contar con todos los estudios que hace la CRC del sector	100%				
Recibir cifras precisas y reales		100%			
Respuestas personalizadas (que no sea la misma que le dan a todos los que remiten comentarios)			50%		
Que proactivamente inviten a la Academia a participar*			50%		
Que tengan una participación más activa en los proyectos			50%	50%	
Acompañamiento permanente				50%	
Mayor socialización de los proyectos en curso					50%
Mayor divulgación de los eventos					50%
	Base: 1	Base: 1	Base: 2	Base: 2	Base: 2

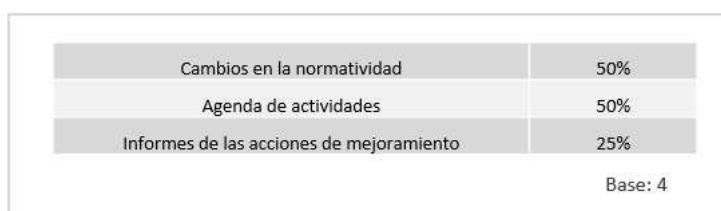
14. Teniendo en cuenta las necesidades de su institución/centro de investigación, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una ___

* La expectativa textual remarca lo siguiente:

"Que pida la participación de la Academia, que a través de los grupos de investigación se pueda apoyar para realizar estudios de impacto o necesidades regulatorias de usuarios, especialmente de aquellos que están en zonas marginales"

7.4.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

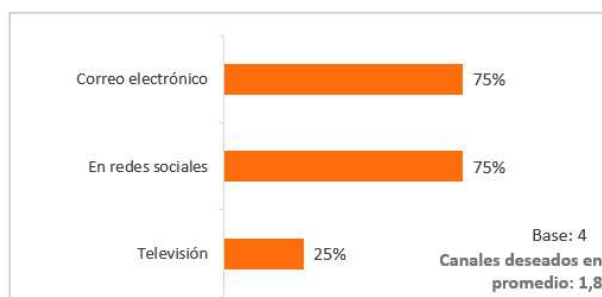
Para el grupo de valor de *Academia* es importante que la CRC comunique las acciones que la entidad está realizando y las actividades que tiene planeadas a futuro.



18. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

7.4.3 Canales de comunicación deseados

El email y las redes sociales son los canales que predominan en las preferencias de las instituciones académicas para recibir información de la CRC.



19. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información?

7.5 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las cuatro dinámicas de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Academia* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 94 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



- *Solicitud de información con fines académicos:* los estudiantes, profesores e investigadores solicitan información para sus trabajos académicos (tesis, publicaciones, libros, etc.).
- *Participación con observaciones a la agenda regulatoria:* en ocasiones participan con comentarios/ observaciones/ inquietudes a documentos expedidos relacionados con la agenda regulatoria.
- *Participación en eventos de temáticas relacionadas al campo de acción de la CRC:* en ocasiones las universidades invitan a la CRC a participar en eventos.
- *Participación en los estudios/investigaciones de la CRC:* se involucran activamente como fuente de información de la investigación o mediante un concepto de la temática investigada.

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de la *Academia* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Análítica de Datos	X	
Implementación Regulatoria e Innovación	X Gestión del conocimiento innovación	
Prospectiva Estratégica	X Desarrollo de estudios e investigaciones	
Planeación y Gestión		X
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	X Estrategias informativas y pedagógicas	X
Diseño Regulatorio		X proyectos Regulatorios
Gestión Administrativa y Financiera		
Tecnologías y de Sistemas de Información		

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 95 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



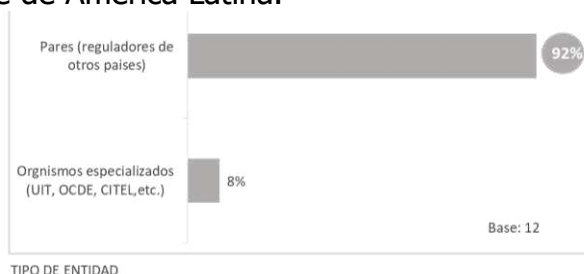
Relaciones con Grupos de Valor	X Universidad Externado de Colombia, Universidad del Rosario y Universidad Distrital	
Control Interno		X ESAP Escuela Superior de Administración Pública (capacitan en Control Interno a funcionarios)
Gestión Jurídica		X
Coordinación Ejecutiva		
Sesión Comisionados Contenidos Audiovisuales de de	X Universidades (Facultades de Comunicación, Facultades de Derecho), Centros de investigación Audiovisual de la Universidad de Antioquia y la Universidad Nacional) /Universidades participantes en los convenios de desarrollo de 11 estudios estructurados en conjunto con Minciencias	
Sesión Comisionados Comunicaciones de de	X Universidad Externado, Universidad Nacional (apoyo en los temas de aula CRC)	

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 96 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

8 CARACTERIZACIÓN DE ENTIDADES INTERNACIONALES

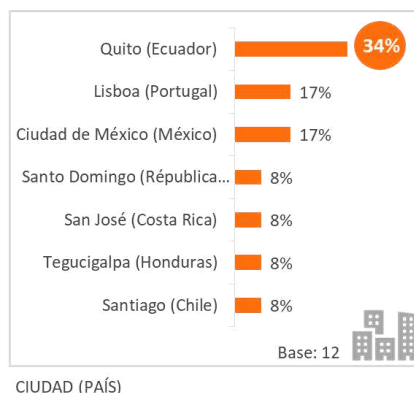
8.1 9.1 Tipo de entidad

Se evidencia una predominancia de los reguladores de otros países (pares de la CRC), principalmente de América Latina.



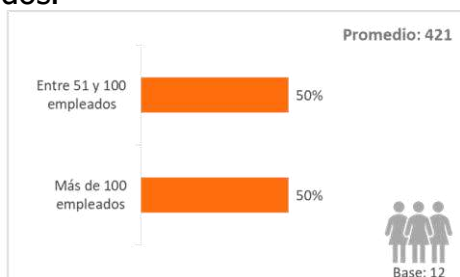
8.2 9.2 Ubicación y tamaño de la entidad

8.2.1 Ubicación (Ciudad)



8.2.2 Tamaño de la entidad (# empleados)

Las entidades internacionales se segmentan en dos grupos de acuerdo a la cantidad de funcionarios que tienen: 50% medianas con 51 a 100 empleados y 50% grandes con más de 100 empleados.



1. ¿Cuántos colaboradores/empleados directos aproximadamente tiene en total su organización, contando sus diferentes sucursales y oficinas?

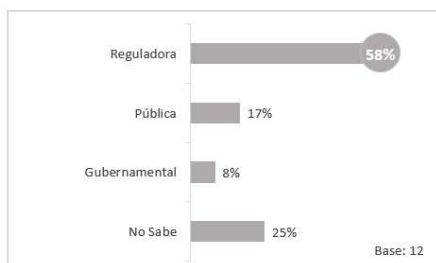
Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 97 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

8.3 Familiaridad y relacionamiento con la CRC

8.3.1 Nivel de familiaridad con la CRC

8.3.1.1 Conocimiento del tipo de entidad y funciones de la CRC

Aunque se evidencia un nivel de asociación de la CRC como tipo de entidad reguladora, llama la atención que una de cada cuatro entidades internacionales menciona no saber exactamente qué tipo de entidad es la CRC.



2. ¿Qué tipo de entidad es la CRC?

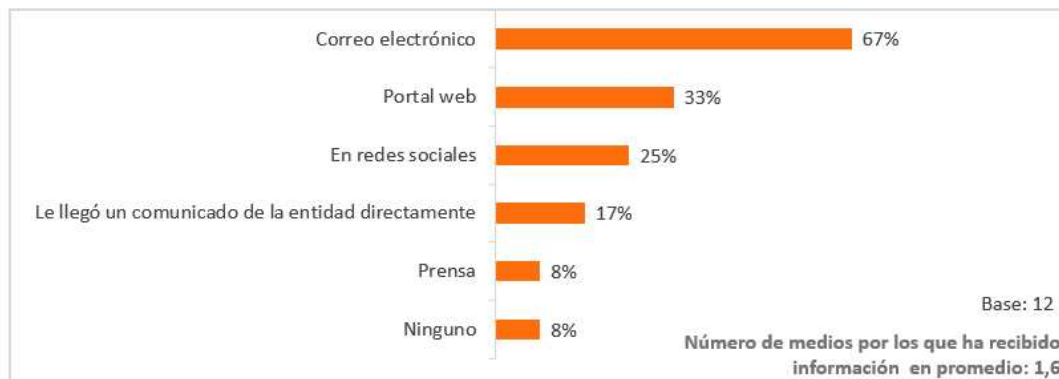


3. ¿Qué funciones conoce que tiene la CRC?

8.3.2 Medios de comunicación con la CRC

8.3.2.1 Medios de recepción de información por parte de la CRC

El correo electrónico es el medio con mayor nivel de uso para comunicarse con LA CRC (2 de cada 3 entidades internacionales lo utilizan) seguido por los otros dos medios digitales (Página Web y Redes Sociales). Se evidencia una oportunidad para la CRC en cuanto a usar los diferentes medios digitales de forma sinérgica para potenciar el contacto y la entrega de información a las entidades internacionales.



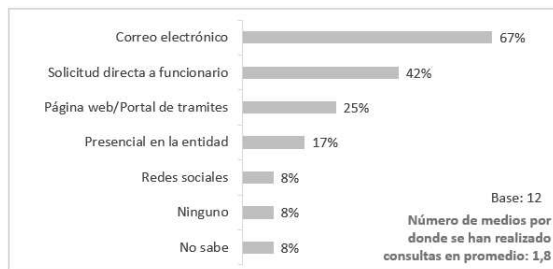
4. ¿A través de qué medios ha recibido información de la CRC? – Respuesta Múltiple

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 98 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



8.3.2.2 Medios de realización de consultas y/o envío de comentarios/observaciones a la CRC

Los medios utilizados para consultar información o enviar comentarios/observaciones a la CRC son similares a los mencionados para recibir información de la CRC, aunque en este rubro se destaca también la solicitud directa a través de los funcionarios de la CRC.

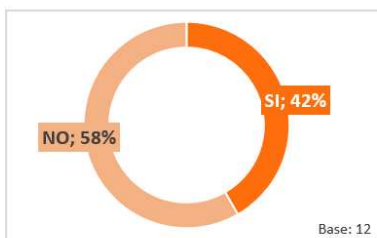


5. ¿A través de qué medios su organización ha realizado consultas de información o ha enviado comentarios/observaciones a la CRC? – Respuesta Múltiple

8.3.3 Experiencia con la entidad

8.3.3.1 Incidencia de realización de trámites con la CRC

Aunque las entidades internacionales son un grupo de valor con interacción frecuente con la CRC, 6 de cada 10 entidades mencionan no haber realizado algún trámite, solicitud o requerimiento a la CRC. Es posible que las comunicaciones cotidianas o solicitudes puntuales no las estén percibiendo como un trámite formal.

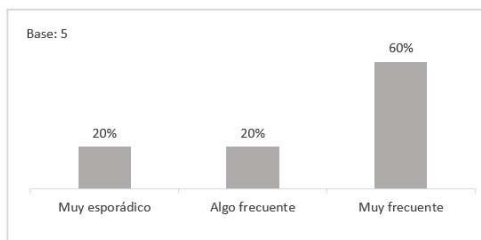


6. ¿Alguna vez su organización ha realizado algún tipo de solicitud, trámite o requerimiento a la CRC?

8.3.3.2 Frecuencia de contacto con la CRC

El contacto que se da con las entidades internacionales es intenso, lo que se ve reflejado en que un 60% de las entidades internacionales clasifica como *muy frecuente* el contacto con la CRC y un 20% como *algo frecuente* .

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 99 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



11. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor la frecuencia de contacto que tienen en su organización con la CRC?

8.3.3.3 Trámites realizados

A nivel de trámites realizados, se refleja una realización en promedio de varias actividades (3,2) con la CRC. Todas las entidades internacionales hacen solicitudes de información a través de cuestionarios, y ocho de cada diez entidades solicitan información relacionada con buenas prácticas a nivel regulatorio y coordinan participación en eventos con la CRC.



Tipos de solicitud, trámite o requerimiento realizados en promedio: 3,2
7. ¿Qué tipo de solicitud, trámite o requerimiento realizó con la CRC? – Respuesta Múltiple

8.3.3.4 Canales utilizados para los diferentes trámites realizados

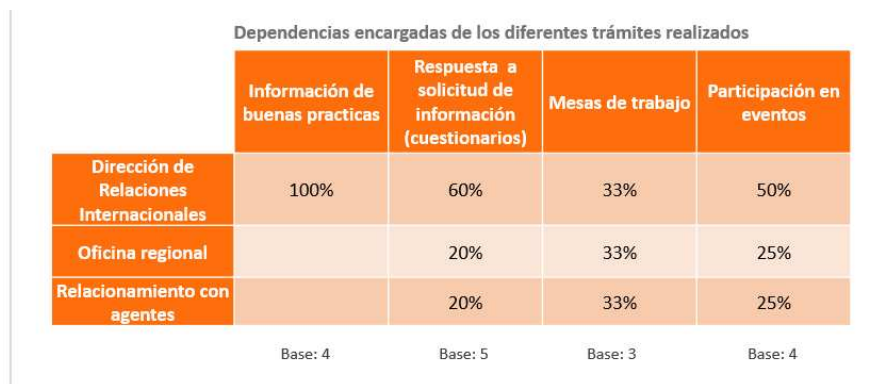
En concordancia con lo expresado en apartados anteriores, el correo electrónico es el canal que predomina entre las entidades internacionales para la realización de las diferentes solicitudes y actividades con la CRC.

	Información de buenas practicas	Respuesta a solicitud de información (cuestionarios)	Mesas de trabajo	Participación en eventos
Email a la entidad	100%	100%	100%	100%
Carta fisica a la entidad		20%	33%	25%
Presencial entidad		20%	33%	25%
Canales mencionados en promedio	1,0	1,4	1,7	1,5
	Base: 4	Base: 5	Base: 3	Base: 4

8. ¿A través de que canales realizó la solicitud, trámite o requerimiento que mencionó anteriormente?

8.3.3.5 Dependencias de la entidad encargadas de los trámites con la CRC

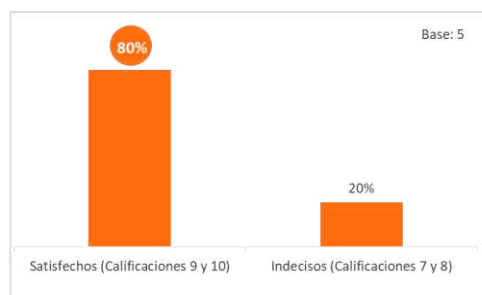
Las entidades internacionales cuentan con un área cuyo foco es el relacionamiento con las entidades de otros países y en algunos casos tienen áreas segmentadas por regiones.



9. ¿Qué departamento, dependencia o cargo en su organización realizó o lidero dicha solicitud, trámite o requerimiento?

8.3.3.6 Nivel de satisfacción con la CRC

La valoración de la CRC por parte de este grupo de valor es muy positiva (4 de cada 5 entidades internacionales califican la gestión de la CRC frente a sus trámites y solicitudes con 10 en una escala de 1 a 10)



12. Teniendo en cuenta una escala de 1 a 10, donde 1 significa "Muy insatisfecho" y 10 "Muy satisfecho", ¿qué tan satisfecho se encuentra a nivel general con la atención que le ha brindado la CRC?

8.4 Necesidades y expectativas de relacionamiento con la CRC

8.4.1 Necesidades y expectativas frente a la gestión de la CRC para los trámites

La principal expectativa que tienen las entidades internacionales cuando solicitan información a las CRC, es que se les dé respuesta de forma ágil y oportuna, y sin trasladar la solicitud a otras dependencias. De igual forma esperan que la información que les brinde la CRC sea muy precisa y detallada.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 101 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024

En el caso de las mesas de trabajo, también se espera que la entidad comparta la información de buenas prácticas relacionada a la temática que se esté trabajando y que, en el caso de ser una mesa de trabajo liderada por la CRC, que se tengan una organización y protocolo adecuados para el evento.

	Información de buenas practicas	Respuesta a solicitud de información (cuestionarios)	Mesas de trabajo	Participación en eventos
Recibir respuesta oportunamente y sin trasladar las solicitudes a otras dependencias	50%	60%	33%	
Recibir información precisa y detallada	50%	40%		
Mayor socialización de los proyectos en curso de la CRC	25%			
Cooperación activa para coordinar la participación				50%
Recibir información sobre buenas prácticas			67%	
Respeto y seguimiento del protocolo de los eventos				25%
Realizar intercambio de experiencias y conocimiento				25%
Tener una organización y protocolo adecuados			33%	
	Base: 4	Base: 5	Base: 3	Base: 4

10. Teniendo en cuenta las necesidades de su organización, ¿cuáles serían sus expectativas respecto a la gestión de la CRC cuando usted realiza una _____

8.4.2 Información que les gustaría recibir de la CRC

Respecto al tipo de información que les gustaría recibir por parte de la CRC, se identifican una gran cantidad de temáticas muy diversas, que van desde el pluralismo informativo hasta actualizaciones respecto a cambios en la normatividad y las fechas de las capacitaciones que realiza la CRC en las que podrían participar.

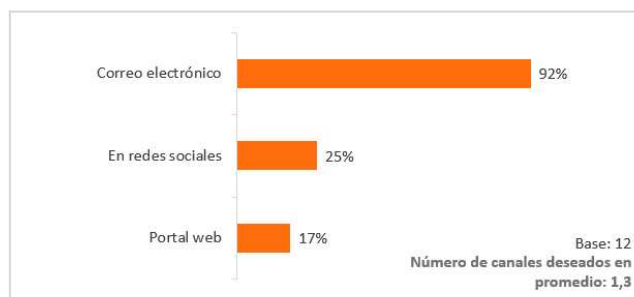
Derechos y deberes de los usuarios	17%
Noticias de actualidad del sector de las telecomunicaciones	17%
Cambios en la normatividad	17%
Informes sobre monitoreo del sector	17%
Agenda de actividades	17%
Fechas de cursos / capacitaciones	8%
Funciones de la CRC	8%
Información sobre alfabetización	8%
Representación de género	8%
Pluralismo en los medios de comunicación	8%
Protección de menores	8%
Alertas de noticias falsas	8%
servicios OTT	8%
Buenas prácticas	8%
Información de acceso al mercado de servicios de telecomunicaciones	8%

Base: 12

14. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir por parte de la CRC?

8.4.3 Canales de comunicación deseados

La información que desean recibir por parte de la CRC espera les sea transmitida a través de los canales digitales de la entidad, principalmente el correo electrónico.



15. ¿A través de que canales de comunicación desearía recibir dicha información?

8.5 Mapeo de interacción con Grupos Internos de Trabajo

A continuación, se presentan las tres tipologías de relacionamiento tipificadas para el grupo de valor de *Entidades internacionales* durante la Fase inicial de grupos de trabajo internos con las coordinaciones/sesiones de comisionados de la CRC.

- *Colaborativa activa*: hace referencia a los estamentos/ plataformas internacionales en los cuales participa la CRC y le implican un rol activo de liderazgo cuando le corresponde su turno de ejercer la presidencia del ente. En esta tipología de relación encontramos por ejemplo a la *PRAI (Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica)* de la cual la CRC ejerce actualmente la presidencia, *Regulate!* (Reguladores de Telecomunicaciones), del cual la CRC ejerció la presidencia el año pasado y las diferentes mesas de trabajo de los organismos multilaterales como la CAN relacionadas con normativas de regulación internacionales. Con frecuencia la participación se realiza en conjunto con el MinTIC y se articula previamente con este todos los aspectos relacionados con dicha participación.
- *Colaborativa pasiva*: corresponde a la respuesta a solicitudes de datos, conceptos, aspectos de la regulación, entre otros, provenientes de diversos entes internacionales y con frecuencia de los reguladores de otros países. En algunos casos la información que provee la CRC se utiliza para la generación de *benchmarks* entre varios países, información que luego por lo general es de utilidad para la CRC.

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 103 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



- *Participación en foros:* La CRC participa en foros/eventos de diferentes entidades/organizaciones, los cuales anteriormente se realizaban de forma presencial y actualmente se hacen de forma virtual. Por lo general la CRC aporta con las experiencias/regulación y/o conceptos a partir de la realidad colombiana. Estas participaciones con frecuencia se realizan en conjunto con el MinTIC.

A continuación, se presenta la matriz con la clasificación de las *Entidades internacionales* como Grupo de Valor o Grupo de Interés entre las diferentes Coordinaciones y Sesiones de Comisionados la CRC:

	Grupo de Valor	Grupo de Interés
Analítica de Datos		X (Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), Reguladores de otros países (Ejemplo: OSIPTEL de Perú))
Implementación Regulatoria e Innovación		X (Reguladores de otros países (Estados Unidos, Reino Unido, Países de América Latina y Europa), UTI, Organización Internacional de Acreditación , CAN)
Prospectiva Estratégica		X (Reguladores de otros países (Estados Unidos, Reino Unido, Países de América Latina y Europa), UTI, Organización Internacional de Acreditación , CAN)
Planeación y Gestión		X (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos OCDE)
Gestión Audiovisual y Pedagogía Regulatoria	X (Reguladores de otros países, Plataforma de Reguladores del Sector Audiovisual de Iberoamérica (PRAI), UNESCO, UNICEF)	
Diseño Regulatorio		X (UIT, PRAI, ETSI Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones, OCDE, Organizaciones multilaterales regionales (CAN y Alianza del Pacífico)
Gestión Administrativa y Financiera		
Tecnologías y de Sistemas de Información		
Relaciones con Grupos de Valor	Autoridades/Organismos multilaterales (CAN, Alianza del Pacífico, OCDE, UIT, Comisión Interamericana de Telecomunicaciones CITEL), Plataformas de reguladores (UPU	Pares internacionales/reguladores de otros países

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 104 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024



	Postal, PRAI Audiovisual, REGULATEL Telecomunicaciones))	
Control Interno		
Gestión Jurídica		
Coordinación Ejecutiva		
Sesión de Comisionados de Contenidos Audiovisuales	OEA, UNESCO, PRAI	Agencias de Cooperación Internacional (Agencia de Cooperación Sueca)
Sesión de Comisionados de Comunicaciones	X (Autoridades/Organismos multilaterales (CAN, UIT, CITEL), Reguladores de otros países; Mecanismos de Asociación Regional (Alianza del Pacifico))	

Caracterización de Grupos de Valor	Código: 0000-0-00 / NA	Página 105 de 105
Elaborado por: Rocío Quinche	Revisado por: Coordinación Relaciones con Grupos de Valor	Fecha revisión: 27/12/2014
Versión No. 4	Aprobado por: Relacionamiento con Agentes	Fecha de vigencia: 01/07/2024