



COMISIÓN  
DE REGULACIÓN  
DE COMUNICACIONES  
REPUBLICA DE COLOMBIA

# PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL 2021 - 2025

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1</b>	<b>PRESENTACIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>PROPÓSITO SUPERIOR, MISIÓN y VISIÓN .....</b>	<b>6</b>
	<b>2. Propósito superior.....</b>	<b>6</b>
	<b>2.2 Misión.....</b>	<b>6</b>
	<b>2.3 Visión 2025 .....</b>	<b>6</b>
<b>3</b>	<b>LA CRC .....</b>	<b>7</b>
<b>4</b>	<b>PILARES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....</b>	<b>9</b>
<b>5</b>	<b>INDICADORES ESTRATÉGICOS .....</b>	<b>11</b>

# PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL CRC 2021-2025

## 1 PRESENTACIÓN

El presente Plan Estratégico resume la visión, misión, objetivos y metas de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) para el periodo 2021-2025.

El año 2020 fue un año de transformación para el mundo entero. La pandemia de COVID-19 puso de presente el rol fundamental de los servicios de comunicaciones y radiodifundidos para afrontar los desafíos impuestos por la emergencia sanitaria. Durante este periodo la mayor parte de las personas vio limitada su capacidad para asistir a los lugares de trabajo, estar cerca de sus seres queridos, o estudiar y desplazarse hasta los colegios o universidades. No obstante, el acceso a servicios de comunicaciones facilitó la educación, al permitir que cualquier persona conectada, independientemente de su ubicación, tuviera acceso a recursos de aprendizaje en casi cualquier área del conocimiento. Resultó fundamental en la mejora de los servicios de salud al permitir teleconsultas médicas. Permitió a millones de personas continuar realizando sus tareas a través del teletrabajo, entre muchas otras soluciones digitales que aparecieron o se fortalecieron como respuesta a la pandemia global.

Más allá de lo previamente expuesto, para la CRC el 2020 estaba previsto como un año de transformación y cambio, esto en la medida que en julio de 2019 el Congreso de la República aprobó la Ley 1978 de 2019<sup>1</sup>. Esta Ley tuvo como uno de sus objetivos centrales el de ajustar la institucionalidad del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) a las nuevas dinámicas del mercado y garantizar la certeza jurídica. Por esta razón, se realizaron importantes modificaciones a la naturaleza de la CRC que se configuró como el regulador único del sector<sup>2</sup>.

Así las cosas, una vez superado el periodo de transición previsto en la mencionada Ley y conformadas las nuevas Sesiones de Comisión de Comunicaciones y de Contenidos Audiovisuales de la CRC, durante el 2020 la Entidad emprendió un proceso de reflexión y análisis de todos los aspectos que conforman la estrategia institucional<sup>3</sup>. Como resultado de lo anterior, se redefinieron los elementos de propósito superior, la misión y la visión, así como los pilares estratégicos y objetivos institucionales.

<sup>1</sup> «Por la cual se moderniza el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones»

<sup>2</sup> Con la expedición de la Ley 1978 de 2019, se introducen importantes modificaciones en relación con la naturaleza, el funcionamiento y el ámbito de acción de la CRC:

- i) Se constituye en el regulador único del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el país.
- ii) Adquiere personería jurídica propia e independencia y autonomía técnica, administrativa, patrimonial y presupuestal.
- iii) Se amplía su ámbito de acción a los servicios de la televisión, radiodifusión sonora y servicio postal universal.
- iv) Se le trasladan funciones que venían desempeñando el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, MINTIC, y la Autoridad Nacional de Televisión, ANTV, entidad que se liquida en la misma Ley y que a la fecha de presentación del presente informe, ya se encuentra liquidada.
- v) Se modifica la composición de la CRC estableciendo dos Sesiones de Comisión, una de Comunicaciones y otra de Contenidos Audiovisuales, las cuales actúan en forma independiente, de acuerdo con sus competencias.

<sup>3</sup> Los órganos de decisión previstos en la Ley 1978, Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales y Sesión de Comisión de Comunicaciones se conformaron en febrero del 2020 y a partir de ese momento se realizaron modificaciones a la Agenda Regulatoria 2020-2021, a el presupuesto de la entidad, asimismo se dio inició el proyecto de revisión del Plan

Plan Estratégico CRC 2021 – 2025		<b>Página 3 de 19</b>	
	Actualizado: 18/04/2021	Revisado por: Planeación Estratégica	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Coord. Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 23/01/2019			

La idea central en la estrategia de la Comisión para este quinquenio es la de *mejorar la vida de todos los colombianos a través del acceso a servicios de comunicaciones*. Para alcanzar este propósito, la CRC ha estructurado cinco pilares estratégicos, de los cuales tres corresponden a “verticales” que fijan las prioridades de la Entidad en el cumplimiento de sus funciones y su misionalidad y dos se presentan como “horizontales”, que involucran de manera transversal todas las actividades de la Comisión. La descripción de cada uno de los pilares se expone a continuación:

### PILARES ESTRATÉGICOS VERTICALES:

- Bienestar y derechos de usuarios y audiencias:** Si bien para la CRC, uno de sus objetivos principales siempre ha sido promover el bienestar de los usuarios, a partir de la expedición de la Ley de modernización sectorial, la Comisión ha involucrado dentro de sus análisis el concepto general de *usuarios y audiencias* para referirse de manera más precisa a los usuarios de servicios audiovisuales. La Comisión continuará trabajando en el empoderamiento de los usuarios y las audiencias, poniendo a disposición herramientas que les permitan ejercer sus derechos de forma adecuada. Así mismo, la CRC emprenderá iniciativas y proyectos orientados a mejorar la calidad de los servicios de comunicaciones en Colombia, de forma que todos puedan aprovechar los beneficios de la era digital. Dentro de este pilar, se incluyen además, objetivos orientados a garantizar el pluralismo e imparcialidad informativa en el sector audiovisual en Colombia.
- Mercado y competencia:** Una prioridad clave para la CRC es fomentar la competitividad de los mercados de servicios de comunicaciones a través de políticas regulatorias que promuevan la inversión, la oferta de servicios y el despliegue de infraestructura. Así, la Comisión trabajará para que el marco regulatorio refleje las realidades del mercado y promueva la competencia, la inversión y la reducción de barreras de entrada.
- Innovación y mejora regulatoria:** La CRC, durante este quinquenio, priorizará de manera transversal en el desarrollo de su política regulatoria la aplicación de los criterios de mejora normativa<sup>4</sup>, así como la aplicación de un ciclo regulatorio flexible, transparente y participativo que promueva la innovación sectorial. Además, como parte de los objetivos estratégicos en este pilar, se estructurarán proyectos e iniciativas que permitan a la Comisión consolidar el marco de gobernanza de datos y la toma de decisiones basada en evidencia que viene desarrollando desde hace varios años.

---

Estratégico Institucional con el acompañamiento de una firma consultora externa especializada, entre otras actividades asociadas a la consolidación de la nueva institucionalidad.

<sup>4</sup> El artículo 19 de la Ley 1978 de 2019 dispone el uso de e criterios de mejora normativa en el diseño regulatorio, incluyendo la aplicación de las metodologías de análisis de impacto normativo.

Plan Estratégico CRC 2021 – 2025		<b>Página 4 de 19</b>	
	Actualizado: 18/04/2021	Revisado por: Planeación Estratégica	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Coord. Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 23/01/2019			

## PILARES ESTRATÉGICOS HORIZONTALES:

- **Gestión de grupos de valor:** Para la CRC es una prioridad fortalecer su posicionamiento como regulador único y convergente de los servicios de telecomunicaciones, postales y de contenidos audiovisuales, por esta razón la Comisión avanzará en la caracterización de todos los agentes y grupos de valor involucrados y en mejorar los procesos de comunicación, participación e interacción con cada uno de ellos.
- **Fortalecimiento institucional:** Como parte de esta estrategia, se dará prioridad al desarrollo de capacidades internas que permitan a la Entidad modernizar y agilizar sus procesos, mejorar la toma de decisiones, así como digitalizar y simplificar las interacciones y trámites de los grupos de valor ante la Comisión.

Este documento se encuentra estructurado de la siguiente manera: en la sección 2 se presentan la misión, visión y propósito superior de la Entidad; en la sección 3 se realiza una breve descripción de la estructura y funcionamiento de la CRC; en la sección 4 se documentan los pilares y objetivos estratégicos; y, finalmente, en la sección 5 se resumen los indicadores y metas con los cuales se realizará el seguimiento a la Plan Estratégico Institucional.

Plan Estratégico CRC 2021 – 2025		<b>Página 5 de 19</b>	
	Actualizado: 18/04/2021	Revisado por: Planeación Estratégica	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Coord. Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 23/01/2019			

## 2 PROPÓSITO SUPERIOR, MISIÓN y VISIÓN

A través de un ejercicio crítico, abierto y participativo se analizaron todos los elementos de la estrategia de la CRC y se modificaron las declaraciones que orientan el cumplimiento de los mandatos de la Entidad. Los resultados de dicho ejercicio fueron los siguientes:

### 2.1 Propósito superior

Una Colombia con servicios de comunicaciones que mejoren la calidad de vida de toda la ciudadanía.

### 2.2 Misión

Regular los mercados de comunicaciones bajo criterios de mejora normativa para proteger los derechos de la ciudadanía, promover la competencia, la inversión, la calidad de los servicios y el pluralismo informativo.

### 2.3 Visión 2025

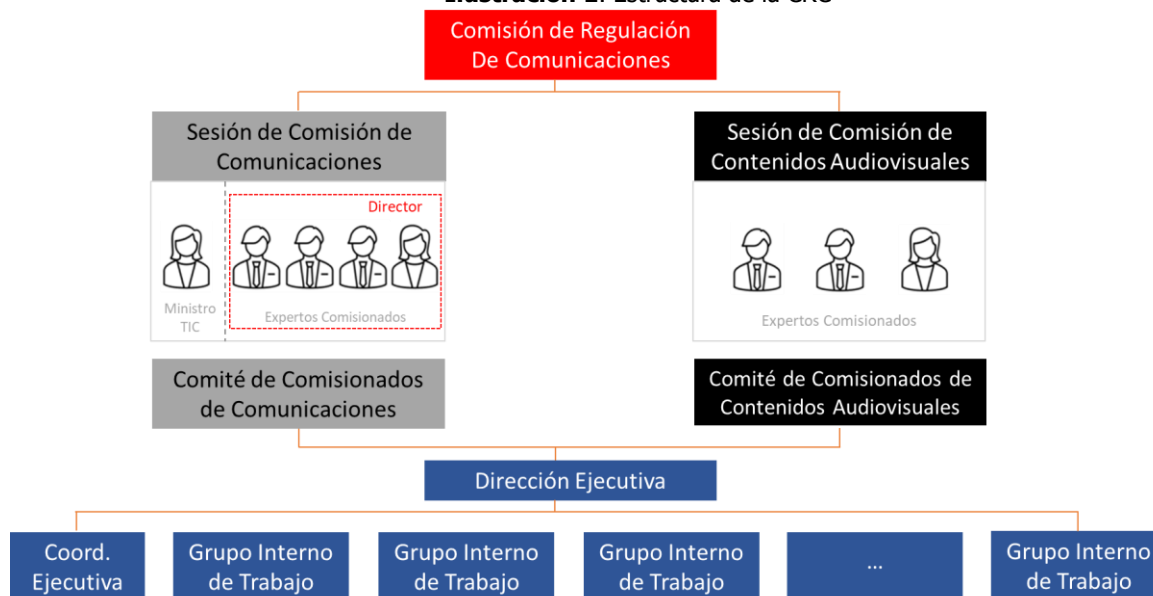
Consolidar un ambiente regulatorio innovador, simple, dinámico, transparente, plural y con usuarios empoderados, que contribuya al desarrollo del país.

Plan Estratégico CRC 2021 – 2025		<b>Página 6 de 19</b>	
	Actualizado: 18/04/2021	Revisado por: Planeación Estratégica	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Coord. Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 23/01/2019			

### 3 LA CRC

La CRC<sup>5</sup> es el órgano encargado de promover la competencia en los mercados, promover el pluralismo informativo, evitar el abuso de posición dominante, regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones y garantizar la protección de los derechos de los usuarios. La Entidad realiza estas actividades teniendo como objetivo que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad. Así mismo, regula las redes y los servicios de comunicaciones, incluidos los servicios postales, de televisión abierta radiodifundida y de radiodifusión sonora.

**Ilustración 1.** Estructura de la CRC



Fuente: Elaboración propia.

Para el cumplimiento de sus funciones, y como instancias que sesionan y deciden los asuntos a su cargo de manera independiente entre sí, la Comisión tiene la siguiente composición:

- **Sesión de Comisión de Comunicaciones:** Es la instancia responsable de las funciones de la Comisión asociadas a la provisión de redes y servicios de comunicaciones. Está integrada por tres Comisionados elegidos a través de concurso público y, además, tienen asiento el Ministro de las TIC y un Comisionado designado por el Presidente de la República. Los Comisionados tienen periodos fijos de cuatro años, no reelegibles. Además, uno de los Comisionados de esta Sesión, en forma rotatoria, ejerce las funciones de Director Ejecutivo de la Entidad.

<sup>5</sup> Según lo dispuesto en el artículo 24 de la Ley 1341 de 2009, modificado por el artículo 20 de la Ley 1978 de 2019 la CRC es una Unidad Administrativa Especial, del orden nacional, con independencia administrativa, técnica, patrimonial, presupuestal, y con personería jurídica; hace parte del Sector administrativo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, pero no está sujeta a control jerárquico o de tutela y sus actos solo son susceptibles de control ante la jurisdicción competente.

**Sesión de Comisión de Contenidos Audiovisuales:** Es la instancia responsable de las funciones de la Comisión asociadas al pluralismo e imparcialidad informativa, así como de la difusión, protección y defensa de los usuarios de servicios audiovisuales. Está integrada por tres comisionados: uno elegido por los operadores públicos regionales de televisión y dos a través de concurso público quienes representarán a la sociedad civil y al sector audiovisual. Los Comisionados tienen periodos fijos de cuatro años, no reelegibles.

El artículo 17 de la Ley 1978 de 2019 define las instancias de sesión, decisión y demás elementos que harán parte de la composición de la CRC, como lo son las dos Sesiones descritas en la sección anterior, la Dirección Ejecutiva y la existencia de una Coordinación Ejecutiva. Además de estos elementos, la CRC cumple sus funciones con el apoyo de grupos internos de trabajo, definidos en su reglamento interno.

Plan Estratégico CRC 2021 – 2025		<b>Página 8 de 19</b>	
	Actualizado: 18/04/2021	Revisado por: Planeación Estratégica	Revisión No. 3
Formato aprobado por: Coord. Relacionamiento con Agentes: Fecha de vigencia: 23/01/2019			



## 4 PILARES Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos estratégicos definidos buscan materializar la estrategia, estableciendo indicadores con metas claras que permitan evaluar su cumplimiento y crear una alineación organizacional que garantice que toda la Entidad esté encaminada en la misma dirección.

### **P1. Bienestar y derechos de usuarios y audiencias**

- **P1.01.** Garantizar un marco regulatorio actualizado para la protección de los derechos de los usuarios y audiencias, así como la prestación de servicios en condiciones de calidad.
- **P1.02.** Garantizar el pluralismo informativo en los contenidos audiovisuales y la formación de audiencias.
- **P1.03.** Promover la apropiación del marco regulatorio por parte de los usuarios, así como la disposición de herramientas que faciliten el ejercicio de derechos y la toma de decisiones de los usuarios y audiencias.

### **P2. Gestión de Grupos de Valor**

- **P2.01.** Fortalecer el posicionamiento de la CRC como el regulador único y convergente de los servicios de telecomunicaciones, postal y de contenidos audiovisuales.
- **P2.02.** Fomentar la participación en la actividad regulatoria de los grupos de valor, el empoderamiento de los usuarios, la formación de audiencias y la apropiación de la regulación por parte de los agentes regulados.

### **P3. Mercado y Competencia**

- **P3.01.** Promover el acceso, uso eficiente y compartición de infraestructura de comunicaciones y otros sectores para aumentar la oferta de servicios y el despliegue de redes.
- **P3.02.** Fomentar la competencia y la inversión en los mercados de comunicaciones para garantizar la asequibilidad a servicios de calidad.
- **P3.03.** Resolver controversias entre los agentes del sector de las comunicaciones de manera oportuna.

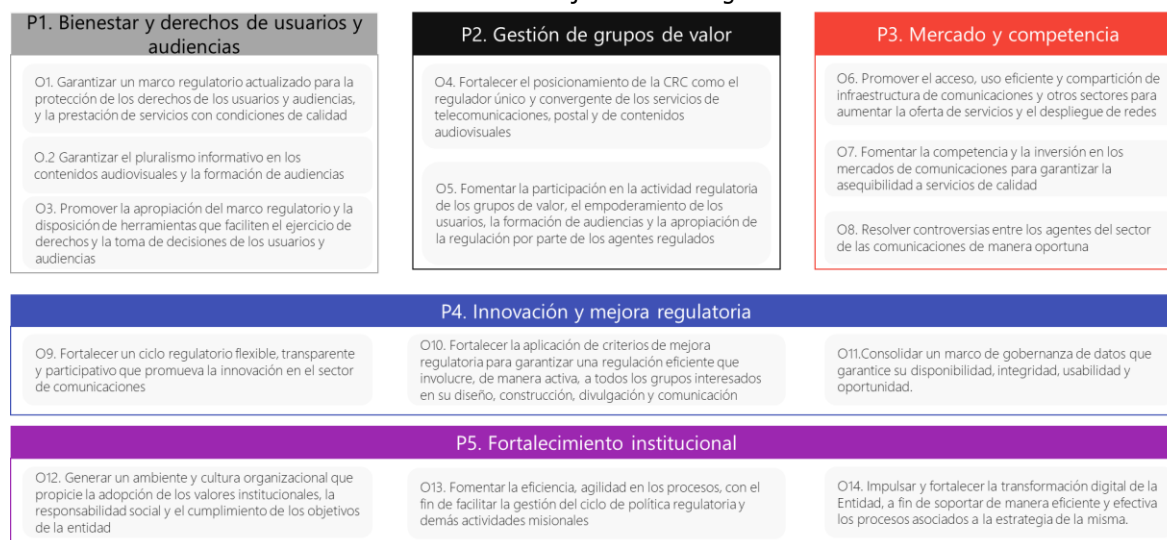
## **P4. Innovación y mejora regulatoria**

- **P4.01.** Fortalecer un ciclo regulatorio flexible, transparente y participativo que promueva la innovación en el sector de comunicaciones.
- **P4.02.** Fortalecer la aplicación de criterios de mejora regulatoria para garantizar una regulación eficiente que involucre de manera activa a todos los grupos interesados en su diseño, construcción, divulgación y comunicación.
- **P4.03.** Consolidar un marco de gobernanza de datos que garantice su disponibilidad, integridad, usabilidad y oportunidad.

## **P5. Fortalecimiento institucional**

- **P5.01.** Generar un ambiente y cultura organizacional que propicien la adopción de los valores institucionales, la responsabilidad social y el cumplimiento de los objetivos de la entidad.
- **P5.02.** Fomentar la eficiencia y agilidad en los procesos, con el fin de facilitar la gestión del ciclo de política regulatoria y demás actividades misionales.
- **P5.03.** Impulsar y fortalecer la transformación digital de la Entidad, a fin de soportar de manera eficiente y efectiva los procesos asociados con la estrategia de la misma.

**Ilustración 2. Objetivos Estratégicos CRC**



*Fuente: Elaboración propia.*

## 5 INDICADORES ESTRATÉGICOS

Para el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos, la CRC realizará la medición de su gestión y quehacer, a través de los siguientes indicadores estratégicos:

### **P1.I1. Calidad de los servicios móviles – Velocidad promedio de subida.**

Objetivo: Medir la calidad de los servicios de comunicaciones móviles

Cálculo del indicador: El indicador es el resultado del promedio de velocidad de subida de datos en conexiones móviles en el territorio nacional para el 4T de cada año en tecnología 4G o superior.

#### *Velocidad promedio de subida*

Periodicidad: Anual

### **P1.I2. Calidad de los servicios móviles – Velocidad promedio de bajada.**

Objetivo: El indicador es el resultado del promedio de velocidad de bajada de datos en conexiones móviles en el territorio nacional obtenido para el 4T de cada año en tecnología 4G o superior

Cálculo del indicador:

#### *Velocidad promedio de bajada*

Periodicidad: Anual

### **P1.I3. Inscripciones a las estrategias educativas para el fomento del pluralismo informativo.**

Objetivo: Medir la participación ciudadana en las estrategias educativas (cursos, talleres y charlas) que buscan promover el pluralismo informativo.

Cálculo del indicador:

$$\text{Inscripciones} = \sum \# \text{inscritos iniciativas educativas de pluralismo informativo}$$

Periodicidad: Anual

### **P2.I1. Nivel de satisfacción de grupos de valor respecto a los espacios de participación.**

**Objetivo:** Medir la percepción de los grupos de valor con respecto a los espacios de participación dispuestos por la CRC para incentivar la intervención y cooperación de los agentes en las diferentes actividades del ciclo regulatorio.

**Cálculo del indicador:** Corresponde al promedio del nivel de satisfacción (valores posibles de 1 a 5) declarado por los grupos de valor en la encuesta aplicada al culminar los espacios de divulgación para las medidas regulatorias, estudios y demás actividades adelantadas por la CRC.

$$Satisfaccion\ espacio_i = \sum \text{puntajes encuestas} / \# \text{ total encuestas} ; \forall i \in \text{Espacios}$$

$$Nivel\ satisfaccion = \sum_{i \in \text{Espacios}} X_i / \# \text{ Total espacios}$$

**Periodicidad:** Semestral

### **P3.I1. Número de acuerdos de compartición de infraestructura vigente.**

**Objetivo:** Medir el desarrollo de acuerdos de compartición de infraestructura, que posibilitan ampliar la cobertura de diferentes servicios.

**Cálculo del indicador:** Corresponde a la sumatoria de acuerdos de compartición de infraestructura reportados en el formato 3.6 de acuerdos de compartición.

$$Total\ acuerdos = \sum \# \text{ acuerdos de compartición de infraestructura}$$

**Periodicidad:** Anual

### **P3.I2. % Municipios acreditados sin barreras al despliegue.**

**Objetivo:** Medir el porcentaje de municipios del país sin barreras técnicas y normativas para el despliegue de infraestructura de telecomunicaciones.

**Cálculo del indicador:**

$$\% \text{ Municipios acreditados} = \frac{\# \text{ municipios acreditados sin barreras al despliegue}}{\text{Total municipios}}$$

**Periodicidad:** Semestral

### **P3.I3. Nivel de concentración de servicios móviles.**

**Objetivo:** Medir el nivel de competitividad existente en el sector, en relación con cada uno de los servicios móviles de comunicaciones.

**Cálculo del indicador:** La medición se realizará para cada servicio, en un ámbito geográfico nacional.

$$HHI1 = \sum_{i=1}^N (\%participación\ empresa\ i * 100)^2 \quad N: \text{empresas sector}$$

Periodicidad: Anual

### **P3.I4. Nivel de concentración de servicios fijos.**

Objetivo: Medir el nivel de competitividad existente en el sector, en relación con los servicios de internet fijo y televisión por suscripción.

Cálculo del indicador: La medición se realizará para cada servicio. La medición se realizará por municipios para las siguientes categorías internas<sup>6</sup>: AD – Alto desempeño, DA – Difícil acceso y N – Mercados nacientes.

$$HHI1 = \sum_{i=1}^N (\%participación\ empresa\ i * 100)^2 \quad N: \text{empresas sector}$$

Periodicidad: Anual

### **P3.I5. Tiempo promedio de solución de conflictos.**

Objetivo: Medir la eficiencia de la CRC en la resolución de conflictos entre agentes del sector.

Cálculo del indicador: El tiempo se medirá en días totales. La medición se realiza diferenciando conflictos resueltos en primera instancia y en segunda instancia. El indicador considera metas diferenciales dependiendo del nivel de complejidad de la controversia (Alta Complejidad – AC, Media – M y Baja – B) y una única meta para la segunda instancia (SI).

$$\text{Tiempo promedio} = \frac{\sum_{i \in \text{conflictos}} \text{tiempos resolución}}{\text{Total conflictos}}$$

Periodicidad: Trimestral

### **P3.I6. % de controversias resueltas en un plazo menor al establecido.**

Objetivo: Revisar y monitorear el cumplimiento de los plazos establecidos para el proceso de solución de controversias.

Cálculo del indicador: Se mide el porcentaje total de controversias resueltas dentro de los tiempos objetivo para cada categoría de controversia (Alta Complejidad – AC, Media – M y Baja – B).

<sup>6</sup> Las categorías utilizadas se definen en el documento "Revisión del mercado de datos fijos" disponible en: [https://www.crcm.gov.co/recursos\\_user/2017/actividades\\_regulatorias/mercados/170517\\_mercados\\_datos\\_fijos.pdf](https://www.crcm.gov.co/recursos_user/2017/actividades_regulatorias/mercados/170517_mercados_datos_fijos.pdf)

$$\% \text{ controversias} = \frac{\text{total controversias resultas dentro del plazo}}{\text{total controversias presentadas}}$$

Periodicidad: Anual

**P4.I1. % de avance de proyectos y actividades de la Agenda Regulatoria correspondientes al eje de innovación.**

Objetivo: Medir la ejecución de los proyectos y actividades de innovación incluidos en la Agenda Regulatoria.

Cálculo del indicador:

$$\% \text{ de avance actividades eje innovación} = \frac{\text{Avance programado proyectos y actividades innovación}}{\text{Avance real proyectos y actividades innovación}}$$

Periodicidad: Trimestral

**P4.I2. Promedio diario de visitas únicas al portal de datos de la CRC.**

Objetivo: Hacer seguimiento al uso y aprovechamiento que realizan los usuarios de la información publicada en la plataforma de intercambio de datos abiertos de la Comisión PostData<sup>7</sup>.

Cálculo del indicador:

$$\text{Promedio visitas diarias} = (\# \text{ páginas vistas únicas del trimestre}) / (\# \text{ total de días del trimestre})$$

Periodicidad: Trimestral

**P4.I3. Calidad de la información.**

Objetivo: Medir las características de la información disponible que aseguran su utilidad y posibilitan su uso y aprovechamiento.

Cálculo del indicador: A través de cinco criterios definidos para evaluar la calidad de la información: actualidad, conformidad, estructura, disponibilidad, exactitud y completitud<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> <https://www.postdata.gov.co/>

<sup>8</sup> Para la definición de cada uno de estos criterios se utiliza como base la *Guía de Estándares de Calidad e Interoperabilidad de los Datos Abiertos del Gobierno de Colombia*, disponible en: [https://herramientas.datos.gov.co/sites/default/files/Modelo\\_de\\_Uso\\_de\\_Calidad\\_de\\_Datos.pdf](https://herramientas.datos.gov.co/sites/default/files/Modelo_de_Uso_de_Calidad_de_Datos.pdf)

**Calidad de conjunto de datos**

$$= (Actulidad \times pA) + (Conformidad \times pC) + (Estructura \times pE) + (Disponibilidad \times pD) + (SExactitud y completitud \times pEC)$$

$$Calidad de información = \frac{\sum Calidad de conjunto de datos}{\# conjuntos de datos}$$

Periodicidad: Trimestral

**P5.I1. Medición de Clima y Cultura Organizacional.**

Objetivo: Identificar las brechas de clima y cultura organizacional respecto a la cultura de alta confianza y alto rendimiento deseada para la organización.

Cálculo del indicador: Calificación posible de 1 a 100.

Periodicidad: Bienal

**P5.I2. Índice de gobierno digital.**

Objetivo: Comparar el nivel de avance de la Entidad en los aspectos clave de la política de Gobierno Digital, la cual busca promover el uso, apropiación y aprovechamiento de las TIC en pro de la competitividad, proactividad e innovación.

Cálculo del indicador: Resultado de la medición del índice de gobierno digital<sup>9</sup> en porcentaje con valores posibles de 0 a 100%.

Periodicidad: Anual

**P5.I3. % de proyectos PETI ejecutados.**

Objetivo: Medir la ejecución y cierre de los proyectos estratégicos planteados en el Plan Estratégico de Tecnologías de la Información de la Entidad.

Cálculo del indicador:

$$\% \text{ de proyectos ejecutados} = \frac{\text{Proyectos ejecutados y cerrados}}{\text{Proyectos Totales del año}}$$

Periodicidad: Anual

<sup>9</sup> Manual de Gobierno Digital, Implementación Política de Gobierno Digital (MinTIC), disponible en: [https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/channels-594\\_manual\\_gd.pdf](https://gobiernodigital.mintic.gov.co/692/channels-594_manual_gd.pdf)

**Tabla 1 Metas para los Indicadores Estratégicos de la CRC**

PILAR ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES	LINEA BASE	METAS				
				2021	2022	2023	2024	2025
Bienestar y derechos de usuarios y audiencias.	Garantizar un marco regulatorio actualizado para la protección de los derechos de los usuarios y audiencias, y la prestación de servicios con condiciones de calidad	Velocidad promedio de subida (Mbps)	11,07	11,6	12,2	12,8	13,4	14
		Velocidad promedio de bajada (Mbps)	19,92	20,3	20,7	21,1	21,6	22
	Garantizar el pluralismo informativo en los contenidos audiovisuales y la formación de audiencias.	Inscripciones a las estrategias educativas para el fomento del pluralismo informativo	N/A	1000	1500	2000	2500	3000
Gestión de Grupos de Valor	Fomentar la participación en la actividad regulatoria de los grupos de valor, el empoderamiento de los usuarios, la formación de audiencias y la apropiación de la regulación por parte de los agentes regulados	Nivel de satisfacción de grupos de valor respecto a los espacios de participación (1 a 5)	4.3	≥ 4.3/5.0	≥ 4.3/5.0	≥ 4.3/5.0	≥ 4.3/5.0	≥ 4.3/5.0
Mercado y Competencia	Promover el acceso, uso eficiente y compartición de infraestructura de comunicaciones y otros sectores para aumentar la oferta de servicios y el despliegue de redes	Número de acuerdos de compartición	120	137	157	180	206	236
		% Municipios acreditados sin barreras al despliegue	20%	45%	55%	60%	65%	70%
	Fomentar la competencia y la inversión en los mercados de comunicaciones para garantizar la asequibilidad a servicios de calidad	Nivel de concentración de servicios móviles	Datos: 4.400 ingresos y 3.900 usuarios  Voz: 3.650 ingresos y 3.150 usuarios	Voz y datos: disminución anual compuesta 1,5% Datos: 4.330 ingresos y 3.840 usuarios Voz: 3.590 ingresos y 3.100 usuarios	Voz y datos: disminución anual compuesta 1,5% Datos: 4.270 ingresos y 3.780 usuarios Voz: 3.540 ingresos y 3.050 usuarios	Voz y datos: disminución anual compuesta 1,5% Datos: 4.200 ingresos y 3.730 usuarios Voz: 3.490 ingresos y 3.010 usuarios	Voz y datos: disminución anual compuesta 1,5% Datos: 4.140 ingresos y 3.670 usuarios Voz: 3.440 ingresos y 2.970 usuarios	Voz y datos: disminución anual compuesta 1,5% Datos: 4.080 ingresos y 3.620 usuarios Voz: 3.380 ingresos y 2.920 usuarios



PILAR ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES	LINEA BASE	METAS				
				2021	2022	2023	2024	2025
		Nivel de concentración de servicios fijos	<p>Internet: AD: 4.150 DA: 5.700 N: 4.450</p> <p>TV suscripción: AD: 4.000 DA: 5.700 N: 4.075</p>	<p>Internet: disminución anual AD:2%, otros 6% TV suscripción: disminución anual AD:1.5%, otros 4%</p> <p>Internet: AD-4.070, DA-5.360 y N-4.185 Tv suscripción: AD-3.940, DA-5.475 y N-3.915</p> <p>AD: Alto desempeño DA: Difícil acceso N: Mercados nacientes</p>	<p>Internet: disminución anual AD:2%, otros 6% TV suscripción: disminución anual AD:1.5%, otros 4%</p> <p>Internet: AD-3.990, DA-5.040 y N-3.935 Tv suscripción: AD-3.880, DA-5.255 y N-3.760</p> <p>AD: Alto desempeño DA: Difícil acceso N: Mercados nacientes</p>	<p>Internet: disminución anual AD:2%, otros 6% TV suscripción: disminución anual AD:1.5%, otros 4%</p> <p>Internet: AD-3.910, DA-4.735 y N-3.700 Tv suscripción: AD-3.825, DA-5.045 y N-3.605</p> <p>AD: Alto desempeño DA: Difícil acceso N: Mercados nacientes</p>	<p>Internet: disminución anual AD:2%, otros 6% TV suscripción: disminución anual AD:1.5%, otros 4%</p> <p>Internet: AD-3.830, DA-4.450 y N-3.475 Tv suscripción: AD-3.765, DA-4.845 y N-3.465</p> <p>AD: Alto desempeño DA: Difícil acceso N: Mercados nacientes</p>	<p>Internet: disminución anual AD:2%, otros 6% TV suscripción: disminución anual AD:1.5%, otros 4%</p> <p>Internet: AD-3.755, DA-4.185 y N-3.270 Tv suscripción: AD-3.710, DA-4.650 y N-3.325</p> <p>AD: Alto desempeño DA: Difícil acceso N: Mercados nacientes</p>
				<p>AC: 180 días, M: 120 días, B: 60 días SI: 60 días</p> <p>AC: Alta complejidad M: Media B: Baja SI: Segunda Instancia</p>	<p>AC: 172 días, M: 115 días, B: 57 días SI: 57 días</p> <p>AC: Alta complejidad M: Media B: Baja SI: Segunda Instancia</p>	<p>AC: 165 días, M: 110 días, B: 55 días SI: 55 días</p> <p>AC: Alta complejidad M: Media B: Baja SI: Segunda Instancia</p>	<p>AC: 159 días, M: 106 días, B: 53 días SI: 53 días</p> <p>AC: Alta complejidad M: Media B: Baja SI: Segunda Instancia</p>	<p>A: 153 días, M: 102 días, B: 51 días, SI: 51 días</p> <p>AC: Alta complejidad M: Media B: Baja SI: Segunda Instancia</p>
				<p>% de controversias resueltas en un plazo menor al establecido</p> <p>AC: 100%, M: 73%, B: 50%, SI: 86%</p>	95%	95%	95%	95%
Innovación y Mejora Regulatoria	Fortalecer un ciclo regulatorio flexible, transparente y participativo que promueva la innovación en el sector de comunicaciones	% avance proyectos y actividades agenda regulatoria eje innovación	92.1%	90%	91%	92%	93%	93%
	Consolidar un marco de gobernanza de datos que garantice la disponibilidad, integridad, usabilidad y oportunidad de la información	Promedio diario de visitas únicas	195	204	211	219	226	234
		Calidad de la información	4,1	4,3	4,4	4,5	4,5	4,6

PILAR ESTRATÉGICO	OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES	LINEA BASE	METAS				
				2021	2022	2023	2024	2025
Fortalecimiento Institucional	Generar un ambiente y cultura organizacional que propicie la adopción de los valores institucionales, la responsabilidad social y el cumplimiento de los objetivos de la entidad	Clima y Cultura Organizacional	89.6%	≥ 90%	≥ 90%	≥ 90%	≥ 90%	≥ 90%
	Impulsar y fortalecer la transformación digital de la Entidad, a fin de soportar de manera eficiente y efectiva los procesos asociados a la estrategia de la misma.	Índice de gobierno digital	82.1%	90%	92%	93%	94%	95%
		% de proyectos PETI ejecutados	76%	85%	85%	85%	90%	90%

Fuente: Elaboración propia.

## MAPA ESTRATÉGICO CRC 2021 - 2025

**Propósito Superior:** Una Colombia con servicios de comunicaciones que mejoren la calidad de vida de toda la ciudadanía.

**Misión:** Regular los mercados de comunicaciones bajo criterios de mejora normativa para proteger los derechos de la ciudadanía, promover la competencia, la inversión, la calidad de los servicios y el pluralismo informativo.

**Visión 2025:** Consolidar un ambiente regulatorio innovador, simple, dinámico, transparente, plural y con usuarios empoderados, que contribuya al desarrollo del país

### P1. Bienestar y derechos de usuarios y audiencias

O1. Garantizar un marco regulatorio actualizado para la protección de los derechos de los usuarios y audiencias, y la prestación de servicios con condiciones de calidad

O2. Garantizar el pluralismo informativo en los contenidos audiovisuales y la formación de audiencias

O3. Promover la apropiación del marco regulatorio y la disposición de herramientas que faciliten el ejercicio de derechos y la toma de decisiones de los usuarios y audiencias

### P2. Gestión de grupos de valor

O4. Fortalecer el posicionamiento de la CRC como el regulador único y convergente de los servicios de telecomunicaciones, postal y de contenidos audiovisuales

O5. Fomentar la participación en la actividad regulatoria de los grupos de valor, el empoderamiento de los usuarios, la formación de audiencias y la apropiación de la regulación por parte de los agentes regulados

### P3. Mercado y competencia

O6. Promover el acceso, uso eficiente y compartición de infraestructura de comunicaciones y otros sectores para aumentar la oferta de servicios y el despliegue de redes

O7. Fomentar la competencia y la inversión en los mercados de comunicaciones para garantizar la asequibilidad a servicios de calidad

O8. Resolver controversias entre los agentes del sector de las comunicaciones de manera oportuna

### P4. Innovación y mejora regulatoria

O9. Fortalecer un ciclo regulatorio flexible, transparente y participativo que promueva la innovación en el sector de comunicaciones

O10. Fortalecer la aplicación de criterios de mejora regulatoria para garantizar una regulación eficiente que involucre, de manera activa, a todos los grupos interesados en su diseño, construcción, divulgación y comunicación

O11. Consolidar un marco de gobernanza de datos que garantice su disponibilidad, integridad, usabilidad y oportunidad.

### P5. Fortalecimiento institucional

O12. Generar un ambiente y cultura organizacional que propicie la adopción de los valores institucionales, la responsabilidad social y el cumplimiento de los objetivos de la entidad

O13. Fomentar la eficiencia, agilidad en los procesos, con el fin de facilitar la gestión del ciclo de política regulatoria y demás actividades misionales

O14. Impulsar y fortalecer la transformación digital de la Entidad, a fin de soportar de manera eficiente y efectiva los procesos asociados a la estrategia de la misma.

Fuente: *Elaboración propia.*