



COMISIÓN
DE REGULACIÓN
DE COMUNICACIONES
REPÚBLICA DE COLOMBIA

Plan Estratégico Institucional 2025-2029 Proceso de Gestión Estratégica

Coordinación de Planeación y Gestión
Coordinador: Sandra Villabona Duque

Marzo de 2025



@CRCCol



/CRCCol



/CRCCol



CRCCOL



@CRCCol

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	5
1. Etapas para la formulación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2029	6
2. La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)	7
3. Contexto Organizacional	9
3.1. Análisis PESTEL	9
3.2. Análisis DOFA	9
3.2.1. Debilidades	10
3.2.2. Oportunidades	10
3.2.3. Fortalezas	10
3.2.4. Amenazas	10
3.3. Análisis CAME	10
4. Plan Estratégico Institucional 2025-2029	11
4.1. Propósito Superior	11
4.2. Misión	11
4.3. Visión	11
4.3.1. Visión prospectiva – El regulador del futuro	11
4.4. Pilares Estratégicos	12
4.4.1. Pilar 1. Derechos de los usuarios y audiencias	12
4.4.2. Pilar 2. Prospectiva sectorial	13
4.4.3. Pilar 3. Mercados y competencia	13
4.4.4. Pilar 4. Fortalecimiento estratégico institucional	13
4.5. Objetivos estratégicos	13
4.5.1. Objetivos estratégicos pilar 1. Derechos de los usuarios y audiencias	13
4.5.2. Objetivos estratégicos pilar 2. Prospectiva sectorial	14
4.5.3. Objetivos estratégicos pilar 3. Mercados y competencia	14
4.5.4. Objetivos estratégicos pilar 4. Fortalecimiento estratégico institucional	14
4.6. Acciones e indicadores estratégicos	15
4.6.1. Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de derechos de los usuarios y audiencias	15

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 2 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.6.2.	Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de prospectiva sectorial	18
4.6.3.	Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de mercados y competencia	19
4.6.4.	Acciones e indicadores estratégicas – Pilar de fortalecimiento estratégico Institucional	21
5.	Mapa estratégico.....	27
Anexos	28

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 3 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Etapas formulación PEI	6
Ilustración 2. Estructura de la CRC	8
Ilustración 3. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 1	16
Ilustración 4. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 2	17
Ilustración 5. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 3	17
Ilustración 6. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 4	18
Ilustración 7. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 5	18
Ilustración 8. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 6	19
Ilustración 9 Acciones e indicadores estratégicos objetivo 7	19
Ilustración 10. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 8	20
Ilustración 11 Acciones e indicadores estratégicos objetivo 9	20
Ilustración 12. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 10	21
Ilustración 13. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 11	22
Ilustración 14. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 12	23
Ilustración 15. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 13	24
Ilustración 16. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 14	25
Ilustración 17. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 15	26
Ilustración 18. Mapa estratégico CRC 2025-2029	27

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 4 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Introducción

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), en su rol como entidad encargada de promover la competencia en los mercados de comunicaciones, fomentar el pluralismo informativo, evitar el abuso de posición dominante, y regular los mercados de redes y servicios de comunicaciones, garantizando la protección de los derechos de los usuarios¹, tiene como misión fundamental garantizar que el acceso y la prestación de estos servicios sean eficientes y de alta calidad. En un entorno que evoluciona rápidamente debido a los avances tecnológicos y a la transformación digital, la CRC debe adaptarse y anticiparse a los desafíos del futuro para seguir cumpliendo con su objetivo de regular de manera justa y efectiva.

El Plan Estratégico Institucional 2025-2029 se presenta como una hoja de ruta que guiará las acciones de la CRC en los próximos años y el cual tiene en cuenta el análisis realizado de los resultados² obtenidos del Plan anterior. A través de este plan, la entidad busca consolidar su liderazgo en la regulación del sector de las comunicaciones y fortalecer su capacidad para enfrentar las nuevas demandas del mercado.

Este documento establece los objetivos y acciones prioritarias para los próximos cinco años, alineados con las tendencias globales en comunicaciones, las necesidades de los grupos de valor y los retos del país en términos de acceso a la información y los servicios de comunicaciones. Con este enfoque, la CRC continuará su labor en el fomento de la competencia, la innovación y el pluralismo informativo, y trabajará para garantizar un sector más dinámico, accesible y orientado a las necesidades de los usuarios y la sociedad.

El Plan Estratégico Institucional 2025-2029 de la CRC es, por tanto, un marco integral que guía el accionar de la entidad, reflejando su compromiso con una gestión eficiente e innovadora.

¹ Usuario del servicio de comunicaciones: persona natural o jurídica consumidora de servicios de comunicaciones (Título I Resolución CRC 5050 de 2016).

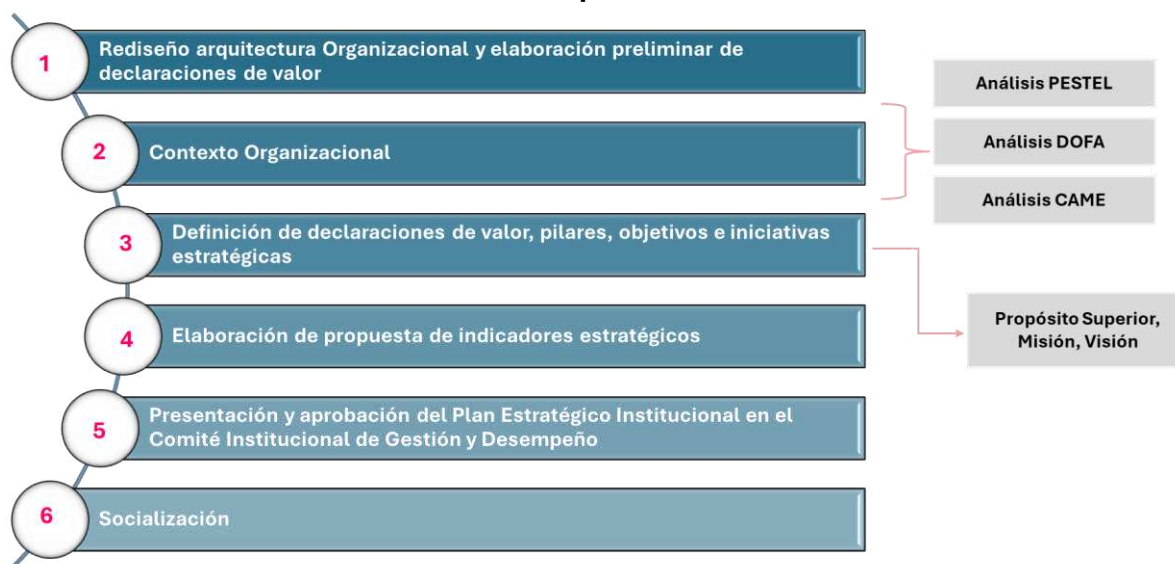
² Ver en <https://www.crcm.gov.co/es/transparencia-y-acceso-a-la-informacion-publica/planeacion-presupuesto-e-informes/plan-de-accion/planes-institucionales#cont>

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 5 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

1. Etapas para la formulación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2029

La consolidación del Plan Estratégico Institucional se realizó a través de un ejercicio participativo, promovido desde la Alta Dirección y con el liderazgo de la coordinación de Planeación y Gestión. Para su desarrollo, se plantearon las siguientes etapas, tal y como se presenta en la siguiente ilustración:

Ilustración 1. Etapas formulación PEI



Fuente: Elaboración propia CRC

El proceso de definición del Plan Estratégico Institucional de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) se llevó a cabo en varias etapas, con el objetivo de asegurar una alineación efectiva entre la estructura organizacional, la misión de la entidad y sus objetivos estratégicos a largo plazo.

En primer lugar, se realizó el rediseño de la arquitectura organizacional, con el fin de mejorar el desempeño institucional. Este proceso implicó una revisión profunda de las estructuras internas de la CRC, buscando optimizar los procesos y fortalecer la eficiencia en el cumplimiento de su misión. El objetivo principal fue asegurar que la CRC estuviera preparada para afrontar los retos y desafíos del entorno regulatorio.

Simultáneamente, se llevó a cabo una definición preliminar de las declaraciones de valor, es decir, la misión, visión y propósito superior de la entidad, declaraciones que sirven como guías fundamentales

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 6 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

para la toma de decisiones y orientan las acciones de la CRC en el largo plazo, estableciendo una dirección clara para su futuro y su impacto en la sociedad.

Una vez establecida la base organizacional y las declaraciones de valor y teniendo como insumo el balance anual de resultados del Plan Estratégico Institucional para la vigencia 2021-2025, se procedió a realizar la jornada de planeación estratégica 2024, espacio participativo donde se realizó la actualización de la información del contexto de la entidad con el fin de identificar los factores internos y externos que podrían influir en su desempeño. Este análisis permitió obtener un panorama claro sobre los retos y oportunidades que enfrenta la CRC, y proporcionó la información necesaria para el desarrollo de las estrategias más adecuadas para alcanzar sus objetivos. Así mismo, se profundizó en la definición de la propuesta de las declaraciones de valor de la entidad, lo que implicó revisar, ajustar y consolidar el propósito superior, la misión y la visión para alinearlos con los objetivos estratégicos definidos y los retos actuales del entorno de la CRC, asegurando que reflejaran las metas a largo plazo de la entidad.

Posteriormente, se trabajó en la creación de los indicadores estratégicos que permitirán medir y evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos. Estos indicadores fueron diseñados para ser claros, medibles y relevantes, permitiendo a la CRC monitorear su avance y ajustar sus acciones conforme fuera necesario para asegurar el logro de sus metas.

Finalmente, una vez definidos los elementos clave del Plan Estratégico Institucional, se presentó la propuesta del documento al Comité Institucional de Gestión y Desempeño de la CRC para su revisión y aprobación, el cual desempeñó un papel crucial en la validación del plan como línea estratégica en cabeza de la Alta Dirección, asegurando que estuviera alineado con los objetivos estratégicos de la CRC y que fuera viable en términos de recursos y capacidades institucionales.

El proceso de definición del Plan Estratégico Institucional de la CRC fue un ejercicio integral que implicó la mejora organizacional, la redefinición de las bases institucionales y la planificación estratégica detallada, todo ello orientado a fortalecer el desempeño de la Comisión en el cumplimiento de la misión y los objetivos definidos.

2. La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) es el órgano encargado de promover la competencia en los mercados de comunicaciones, fomentar el pluralismo informativo, evitar el abuso de posición dominante, y regular los mercados de redes y servicios de comunicaciones, garantizando la protección de los derechos de los usuarios.

La CRC lleva a cabo estas funciones con el objetivo de asegurar que la prestación de los servicios se realice de manera económicamente eficiente y que se mantengan altos estándares de calidad. Además, regula una amplia gama de servicios, incluyendo redes de comunicaciones, servicios postales, televisión abierta radiodifundida y radiodifusión sonora.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 7 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Conforme a lo establecido 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 y presupuestal. Aunque forma parte del Sector Administrativo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la CRC no está sujeta a control jerárquico ni de tutela. Sus actos solo son susceptibles de control ante la jurisdicción competente.

Ilustración 2. Estructura de la CRC



Fuente: Elaboración propia CRC

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 que se incluye en la Ilustración precedente:

- **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 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.
- **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

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 8 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

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.

3. Contexto Organizacional

La definición del contexto organizacional de la CRC se llevó a cabo en el marco del ejercicio participativo realizado durante la jornada de planeación estratégica 2024 donde se definieron herramientas de análisis estratégico para identificar las oportunidades y desafíos a corto y mediano plazo.

Con la información obtenida, se realizó un proceso de consolidación en el que se priorizaron e identificaron los elementos comunes o de mayor frecuencia a través de las herramientas de análisis PESTEL, DOFA y CAME.

3.1. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que examina los factores externos que pueden influir en la gestión de una Entidad. Este análisis es útil para identificar amenazas y oportunidades externas, permitiendo a la Comisión de Regulación de Regulación de Comunicaciones tomar decisiones informadas y planificar estrategias a largo y mediano plazo. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Ver Anexo 1. Resultados Análisis PESTEL) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

3.2. Análisis DOFA

El análisis DOFA es una herramienta estratégica utilizada para evaluar la situación de una entidad, un proyecto o un entorno específico, se compone de cuatro elementos clave a saber i) Debilidades (Factores internos que limitan o dificultan el desempeño de la organización), ii) Oportunidades (Factores externos que pueden favorecer el crecimiento y desarrollo), iii) Fortalezas (Factores internos que representan ventajas competitivas o capacidades destacadas) y, iv) Amenazas (Factores externos que pueden afectar negativamente el logro de los objetivos), el cual permite:

- ✓ Diagnosticar la situación actual de la entidad.
- ✓ Identificar áreas de mejora dentro de la entidad y posibles riesgos externos.
- ✓ Aprovechar oportunidades del entorno para potenciar el impacto estratégico.
- ✓ Fortalecer la toma de decisiones al proporcionar una visión clara de los factores clave.
- ✓ Definir estrategias efectivas, combinando fortalezas con oportunidades y mitigando riesgos.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 9 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

3.2.1. Debilidades

Las debilidades institucionales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), identificadas en el análisis DOFA, representan retos que la entidad debe abordar para mejorar su desempeño y eficacia. Estas debilidades abarcan diversas áreas, desde limitaciones de recursos hasta desafíos en la adaptación a cambios tecnológicos y regulatorios, lo que puede afectar la capacidad de la CRC para cumplir con su misión de manera eficiente y oportuna. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Ver Anexo 3. Resultados Análisis DOFA) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

3.2.2. Oportunidades

Las oportunidades institucionales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), ofrecen la posibilidad de fortalecer su labor regulatoria, consolidar su posicionamiento en el sector y avanzar de manera efectiva en el cumplimiento de su misión y objetivos institucionales. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Anexo 3. Resultados Análisis DOFA) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

3.2.3. Fortalezas

Las fortalezas institucionales de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), las cuales reflejan sus capacidades y ventajas competitivas en el cumplimiento de su misión. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Anexo 3. Resultados Análisis DOFA) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

3.2.4. Amenazas

Las amenazas institucionales que enfrenta la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) en el contexto actual, las cuales incluyen desafíos externos que podrían afectar el cumplimiento de su misión y objetivos.

El análisis de estas amenazas es crucial para identificar las áreas de riesgo y diseñar estrategias que permitan a la CRC mantenerse resiliente y adaptarse frente a los desafíos que puedan surgir en el futuro. La comprensión de estas amenazas permitirá a la entidad no solo mitigar sus efectos, sino también aprovechar oportunidades de mejora y fortalecer su capacidad para regular de manera efectiva el sector de las comunicaciones. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Anexo 3. Resultados Análisis DOFA) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

3.3. Análisis CAME

A través del análisis CAME, desarrollado a partir del diagnóstico realizado mediante el análisis DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), se busca generar recomendaciones para optimizar el aprovechamiento de las fortalezas institucionales, mitigar las debilidades identificadas,

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 10 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

capitalizar las oportunidades del entorno y gestionar adecuadamente las amenazas externas. Este enfoque analítico resulta fundamental para fortalecer la capacidad de la CRC en el ejercicio de su labor regulatoria. El resultado del análisis realizado se incluye como anexo (Ver Anexo 4. Resultados Matriz CAME) del Plan Estratégico Institucional 2025-2029.

4. Plan Estratégico Institucional 2025-2029

A partir de los productos generados durante el desarrollo de la metodología para la definición del Plan Estratégico Institucional 2025-2029, se consolidaron e identificaron los elementos comunes, basándose en un sustento legal y técnico. Con esta base, se definieron las propuestas de los elementos que componen las declaraciones de valor, así como los pilares, objetivos, acciones e indicadores estratégicos necesarios para monitorear el desempeño y tomar decisiones informadas, con el fin de cumplir las metas establecidas y los cuales se muestran a continuación:

4.1. Propósito Superior

Dinamizar los mercados de servicios de comunicaciones, promoviendo su eficiencia, pluralidad e innovación, para impulsar el bienestar y el desarrollo de los colombianos.

4.2. Misión

Promover la competencia, la inversión, el pluralismo informativo y la protección de los derechos de los usuarios y audiencias³ en los mercados de servicios de comunicaciones, evitando el abuso de posición dominante, para que los servicios sean económicamente eficientes y reflejen altos niveles de calidad.

4.3. Visión

La CRC, en el 2029, consolida un ambiente regulatorio innovador, simple, dinámico, transparente y participativo, que comprende e integra los diferentes elementos del entorno digital.

4.3.1. Visión prospectiva – El regulador del futuro

El rol de un regulador ha evolucionado más allá de la gestión normativa, supervisión y control tradicional para convertirse en un facilitador de la innovación en el sector, para que los operadores ofrezcan nuevos productos y servicios que satisfagan las demandas cambiantes de los consumidores.

Es así, como para la Comisión de Regulación de Comunicaciones, es una prioridad anticiparse y adaptarse a las tendencias emergentes en el ecosistema digital para cumplir con su misión de promover la competencia, el pluralismo informativo y la protección de los derechos de los usuarios y las audiencias.

³ Audiencias: entendida como un grupo de personas que hacen parte de los receptores de un mensaje transmitido, a través de un medio de comunicación masiva y que, en su papel de ciudadanos tienen la posibilidad de interactuar con el medio.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 11 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Por lo cual, la CRC fomentará la innovación tecnológica y el monitoreo y visión prospectiva de nuevas tecnologías y modelos de negocio, asegurando que el marco regulatorio permita la rápida adaptación a los cambios del mercado.

Adicionalmente, la entidad se enfocará en el mayor conocimiento del ecosistema digital. Esto implica desarrollar iniciativas que aseguren la identificación de los cambios de dicho ecosistema, la caracterización de los nuevos agentes que participan en este y la pedagogía y alfabetización mediática e informacional.

Asimismo, fomentará la colaboración con otros organismos nacionales e internacionales, el sector privado y la autoridad con funciones legislativas. De esta manera, se podrá promover que todos los ciudadanos puedan beneficiarse de la economía digital y tener un mayor conocimiento del ecosistema de contenidos.

Finalmente, en el contexto de la economía digital, el regulador debe basarse en evidencia y trabajar con mecanismos de regulación colaborativa que incluyan a actores del sector público, privado y la sociedad civil, para responder a las innovaciones disruptivas y garantizar que la regulación este alineada con el rápido cambio del entorno, y enfocar sus esfuerzos en:

- **Promover un entorno competitivo justo**, para garantizar mercados dinámicos e innovadores y la protección de los derechos de los usuarios y audiencias en la era digital.
- **Fomentar la inversión en redes de próxima generación**, asegurando condiciones equitativas para nuevos y antiguos jugadores que garanticen conectividad de alta velocidad y baja latencia.
- **Promover el equilibrio entre los avances tecnológicos y el establecimiento de normas éticas**, impulsando el desarrollo tecnológico y salvaguardando los derechos de los usuarios y audiencias.
- **Enfoque en la seguridad digital**, generar un entorno competitivo, seguro y sostenible para impulsar el desarrollo de tecnologías emergentes, pero sin dejar de lado la integridad y privacidad de la información gestionada por los usuarios, las empresas y la sociedad en general.

4.4. Pilares Estratégicos

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) ha estructurado cuatro pilares estratégicos que definen las prioridades de la entidad en el cumplimiento de sus funciones y misión. A continuación, se presenta la descripción de cada uno de los pilares:

4.4.1. Pilar 1. Derechos de los usuarios y audiencias

El propósito de este pilar es promover la protección de los derechos de los usuarios de servicios de comunicaciones y de las audiencias de contenidos audiovisuales. Esto se logra mediante iniciativas que fortalezcan el empoderamiento ciudadano, los procesos de inspección, vigilancia y control y se adapten

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 12 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

a los cambios en el entorno digital y los hábitos de consumo, y fomenten el pluralismo y la imparcialidad informativa en múltiples pantallas.

4.4.2. Pilar 2. Prospectiva sectorial

El propósito de este pilar es identificar, caracterizar y evaluar las tendencias y factores de cambio del ecosistema digital en el contexto mundial, analizando su impacto en los mercados de comunicaciones y contenidos audiovisuales. Esto se logra al establecer prioridades y proponer acciones estratégicas que orienten la toma de decisiones de la CRC, con el fin de definir los instrumentos necesarios para la adaptación de la entidad a los cambios del ecosistema digital.

4.4.3. Pilar 3. Mercados y competencia

El propósito de este pilar es generar un entorno competitivo que beneficie a los usuarios y las audiencias, promueva la diversificación de servicios y mejore la calidad en el sector de las comunicaciones. Esto se logra mediante iniciativas que incentiven la competencia efectiva, la inversión y la innovación en los mercados de comunicaciones.

4.4.4. Pilar 4. Fortalecimiento estratégico institucional

El propósito de este pilar es optimizar la gestión de los recursos mediante la eficiencia en los procesos internos, el desarrollo del talento humano y la consolidación de una cultura organizacional basada en la colaboración. Además, busca impulsar la innovación abierta con agentes externos, la transformación digital y la mejora continua en un entorno dinámico. Todo ello con el fin de dotar a los funcionarios de las herramientas y capacidades necesarias para generar valor público, facilitar la pedagogía e implementación de medidas regulatorias y mejorar la toma de decisiones basada en evidencia dentro de la CRC y sus grupos de valor.

4.5. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos definidos tienen como propósito materializar la estrategia institucional y promover una alineación organizacional que asegure que toda la entidad esté encaminada en la misma dirección. A continuación, se presentan los objetivos estratégicos correspondientes a cada uno de los pilares establecidos.

4.5.1. Objetivos estratégicos pilar 1. Derechos de los usuarios y audiencias

- **Objetivo 1.** Fortalecer el marco regulatorio e implementar herramientas de innovación regulatoria que protejan los derechos de los usuarios y audiencias, con el fin de responder a los cambios en los hábitos de consumo y a las tendencias del ecosistema digital.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 13 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

- **Objetivo 2.** Fomentar el pluralismo y la imparcialidad informativa en los contenidos audiovisuales, mediante el desarrollo de estrategias pedagógicas eficaces con énfasis en la alfabetización mediática e informacional, para promover audiencias críticas y bien informadas.
- **Objetivo 3.** Impulsar el desarrollo de un modelo preventivo de inspección, vigilancia y control de contenidos, a través de iniciativas de socialización y acompañamiento a los regulados, para disminuir riesgos de incumplimiento y propender por la protección efectiva de los derechos de las audiencias, el pluralismo y la imparcialidad informativa.

4.5.2. Objetivos estratégicos pilar 2. Prospectiva sectorial

- **Objetivo 4.** Fortalecer la identificación y evaluación de los cambios en el ecosistema digital, las tecnologías emergentes, los nuevos agentes y modelos de negocio, para analizar su implicación en la adopción en la industria y en los ciudadanos, mediante la exploración de diferentes fuentes.
- **Objetivo 5.** Definir acciones estratégicas para orientar a los agentes en los mercados de comunicaciones y contenidos audiovisuales frente a los cambios del ecosistema digital, a través de la elaboración de estudios.
- **Objetivo 6.** Fortalecer la alineación de las iniciativas de la organización con las necesidades y demandas actuales y futuras de los usuarios, las audiencias y el ecosistema digital, mediante el desarrollo de ejercicios participativos en la elaboración de la Agenda Regulatoria, para atender los desafíos del ecosistema digital.

4.5.3. Objetivos estratégicos pilar 3. Mercados y competencia

- **Objetivo 7.** Promover el acceso, uso eficiente y la compartición de infraestructura de comunicaciones y otros sectores, para generar sinergias que aumenten la oferta de servicios y el despliegue de redes.
- **Objetivo 8.** Fomentar la competencia y la inversión en los mercados de comunicaciones para diversificar la oferta y mejorar la calidad de los servicios disponibles.
- **Objetivo 9.** Optimizar la interacción entre los agentes del sector a través de la gestión de las solicitudes de solución de controversias de manera eficiente.

4.5.4. Objetivos estratégicos pilar 4. Fortalecimiento estratégico institucional

- **Objetivo 10.** Fortalecer una cultura organizacional que afiance la apropiación de los valores institucionales, fomente la responsabilidad social y potencie el compromiso del talento humano hacia el cumplimiento de los objetivos de la entidad.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 14 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

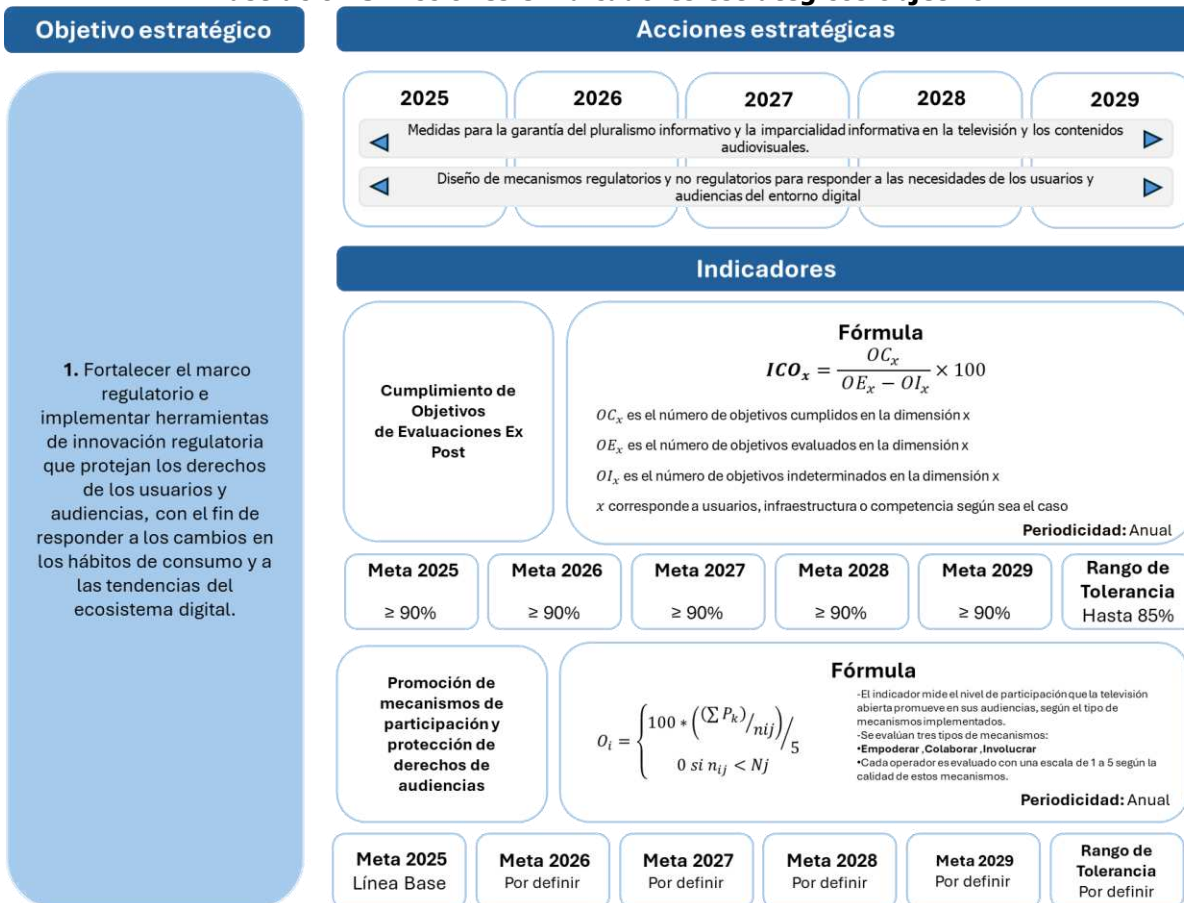
- **Objetivo 11.** Optimizar la gestión de la Entidad mediante la apropiación y mejora de los instrumentos de gestión que permitan el fortalecimiento de los procesos para contribuir a un mejor desempeño organizacional.
- **Objetivo 12.** Impulsar y fortalecer la transformación digital de la entidad mediante iniciativas tecnológicas y el cumplimiento de los lineamientos de la política de gobierno digital para mejorar la eficiencia y efectividad de sus procesos.
- **Objetivo 13.** Facilitar el acceso oportuno a información relevante y precisa del sector mediante las publicaciones en Postdata para fortalecer la toma de decisiones basadas en evidencia en los mercados de comunicaciones.
- **Objetivo 14.** Facilitar la implementación oportuna de la regulación de la CRC y su apropiación por parte de los grupos de valor.
- **Objetivo 15.** Fortalecer el posicionamiento de la CRC mediante la promoción de sus avances y buenas prácticas en foros globales, la participación activa en redes de reguladores, la difusión estratégica de sus logros en medios internacionales y el impulso de iniciativas de colaboración y cooperación técnica con reguladores de otros países para consolidarse como un referente en regulación a nivel internacional.

4.6. Acciones e indicadores estratégicos

4.6.1. Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de derechos de los usuarios y audiencias

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 15 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

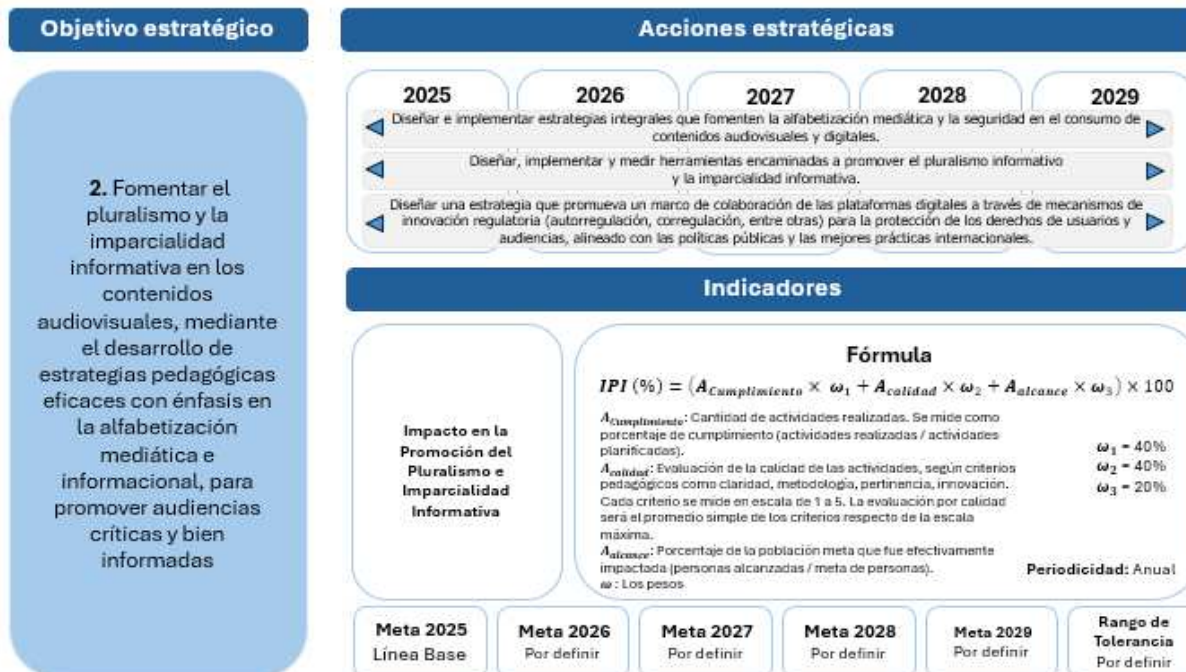
Ilustración 3. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 1



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 16 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 4. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 2



Fuente: Elaboración propia CRC

Ilustración 5. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 3



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 17 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.6.2. Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de prospectiva sectorial

Ilustración 6. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 4



Fuente: Elaboración propia CRC

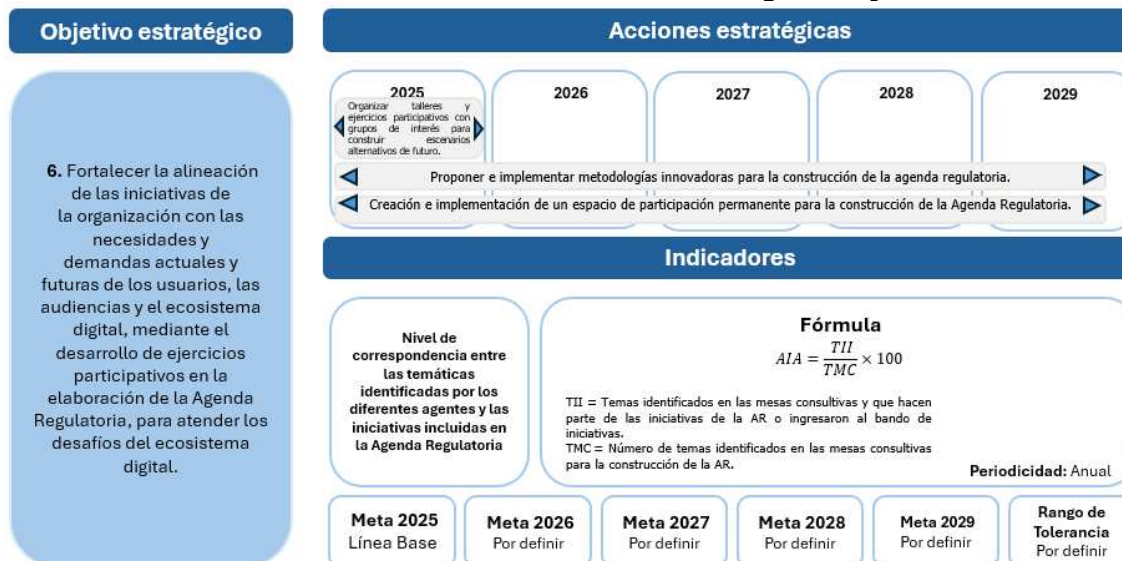
Ilustración 7. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 5



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 18 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 8. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 6



Fuente: Elaboración propia CRC

4.6.3. Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de mercados y competencia

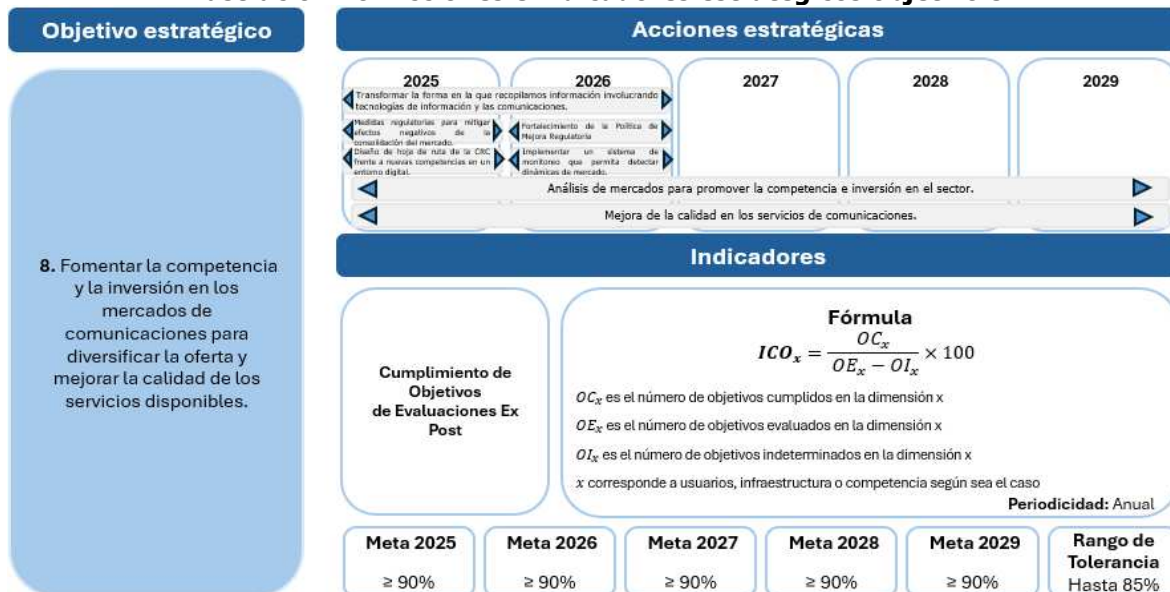
Ilustración 9 Acciones e indicadores estratégicos objetivo 7



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 19 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 10. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 8



Fuente: Elaboración propia CRC

Ilustración 11 Acciones e indicadores estratégicos objetivo 9



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 20 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

4.6.4. Acciones e indicadores estratégicos – Pilar de fortalecimiento estratégico Institucional

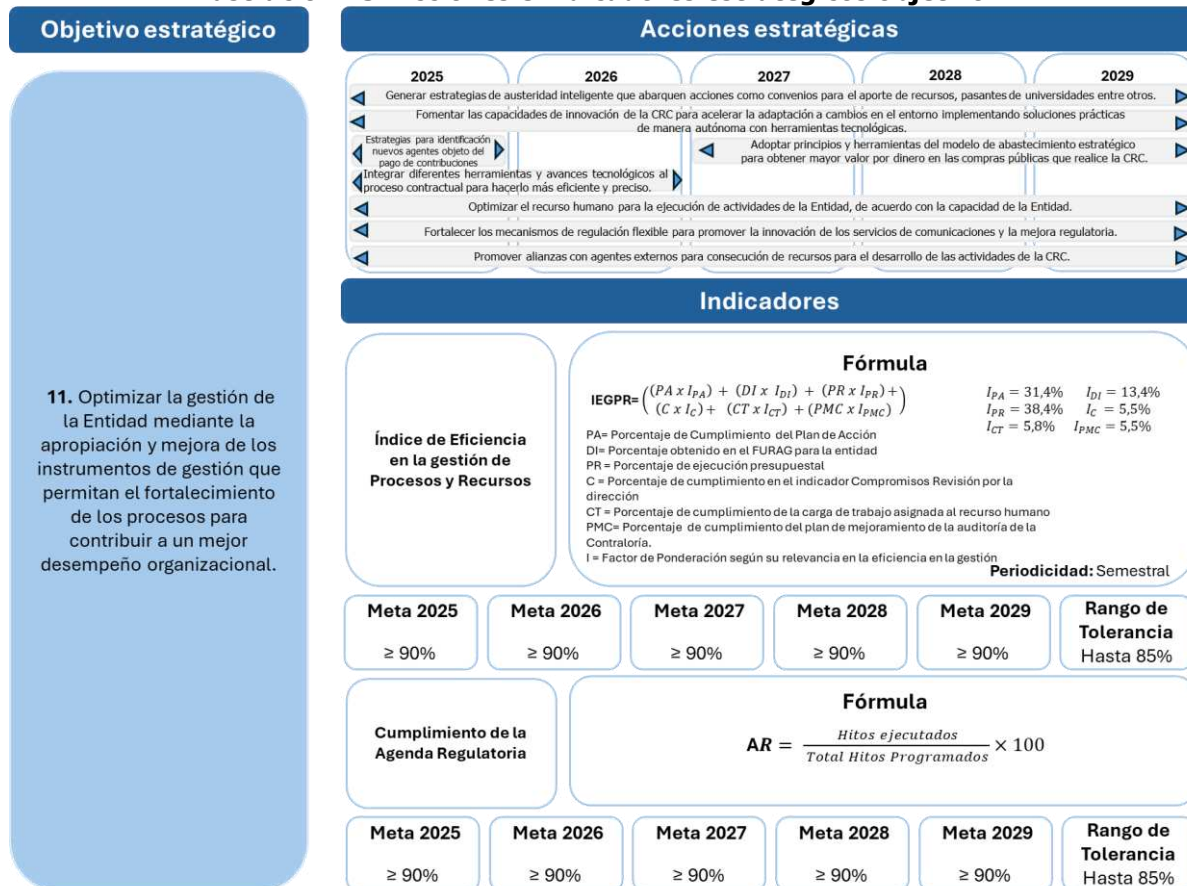
Ilustración 12. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 10



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 21 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

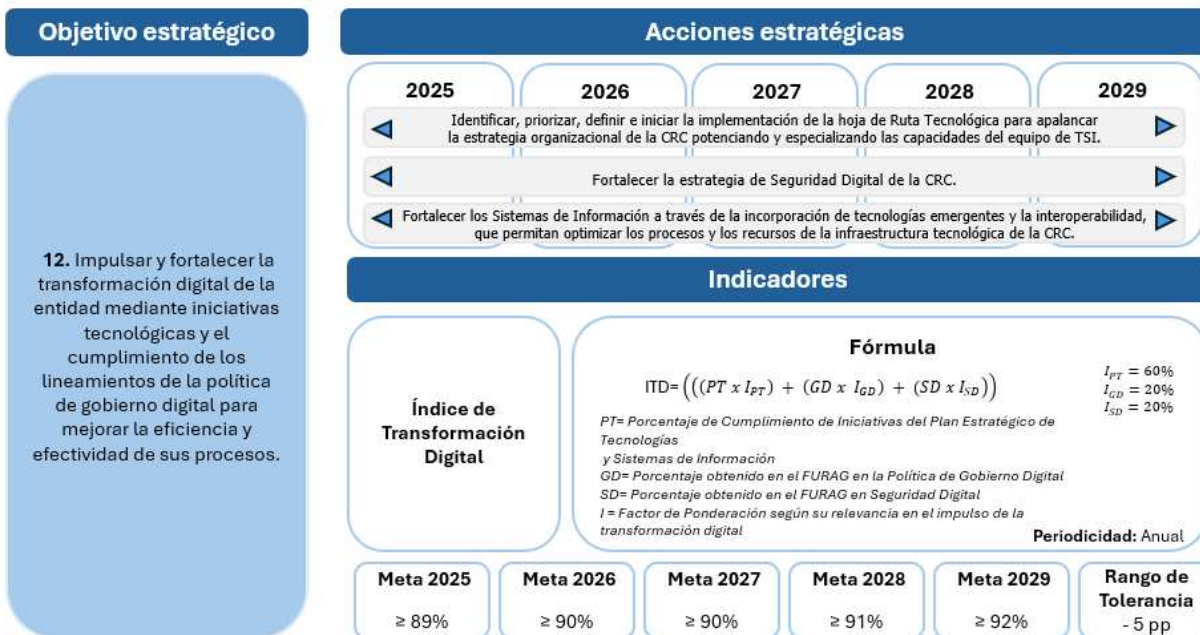
Ilustración 13. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 11



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 22 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 14. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 12



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 23 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

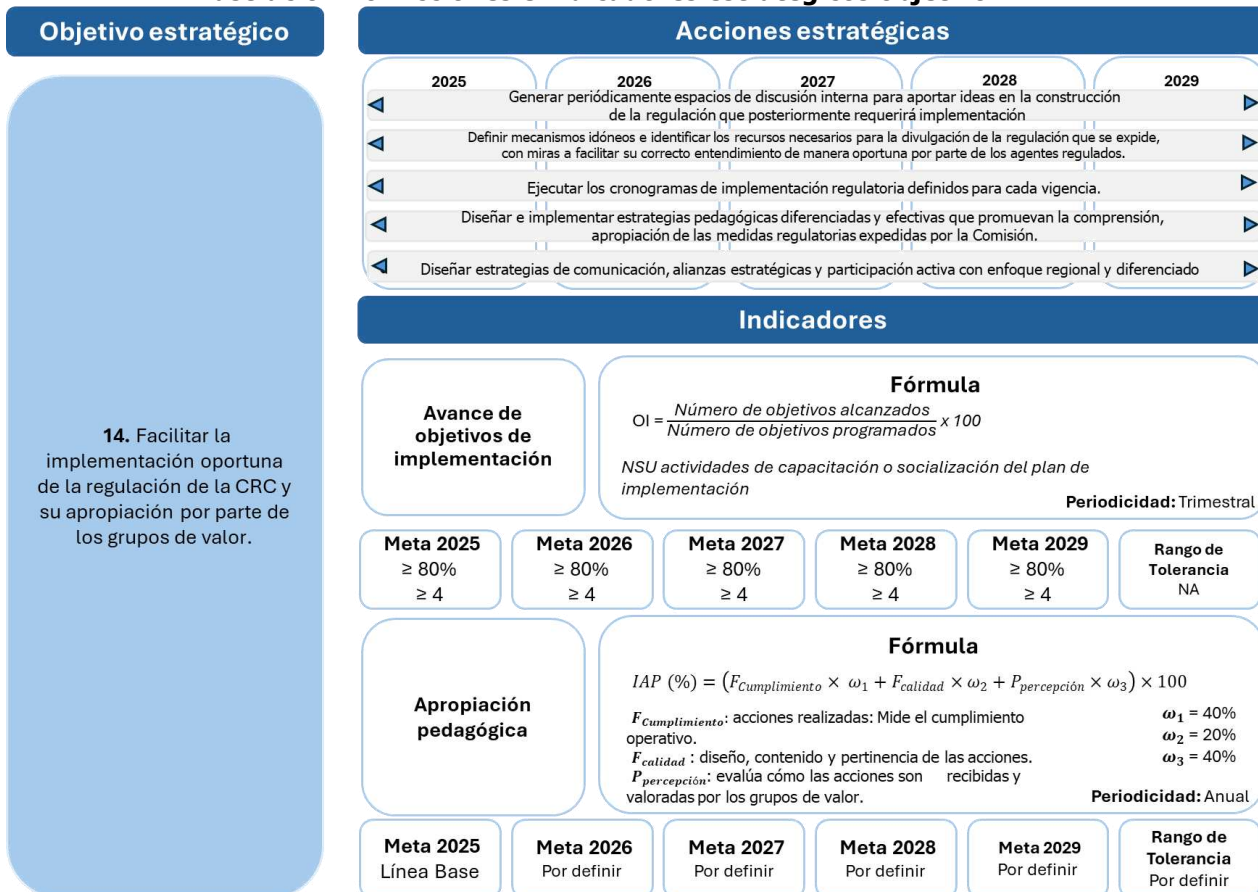
Ilustración 15. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 13



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 24 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 16. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 14



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 25 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Ilustración 17. Acciones e indicadores estratégicos objetivo 15



Fuente: Elaboración propia

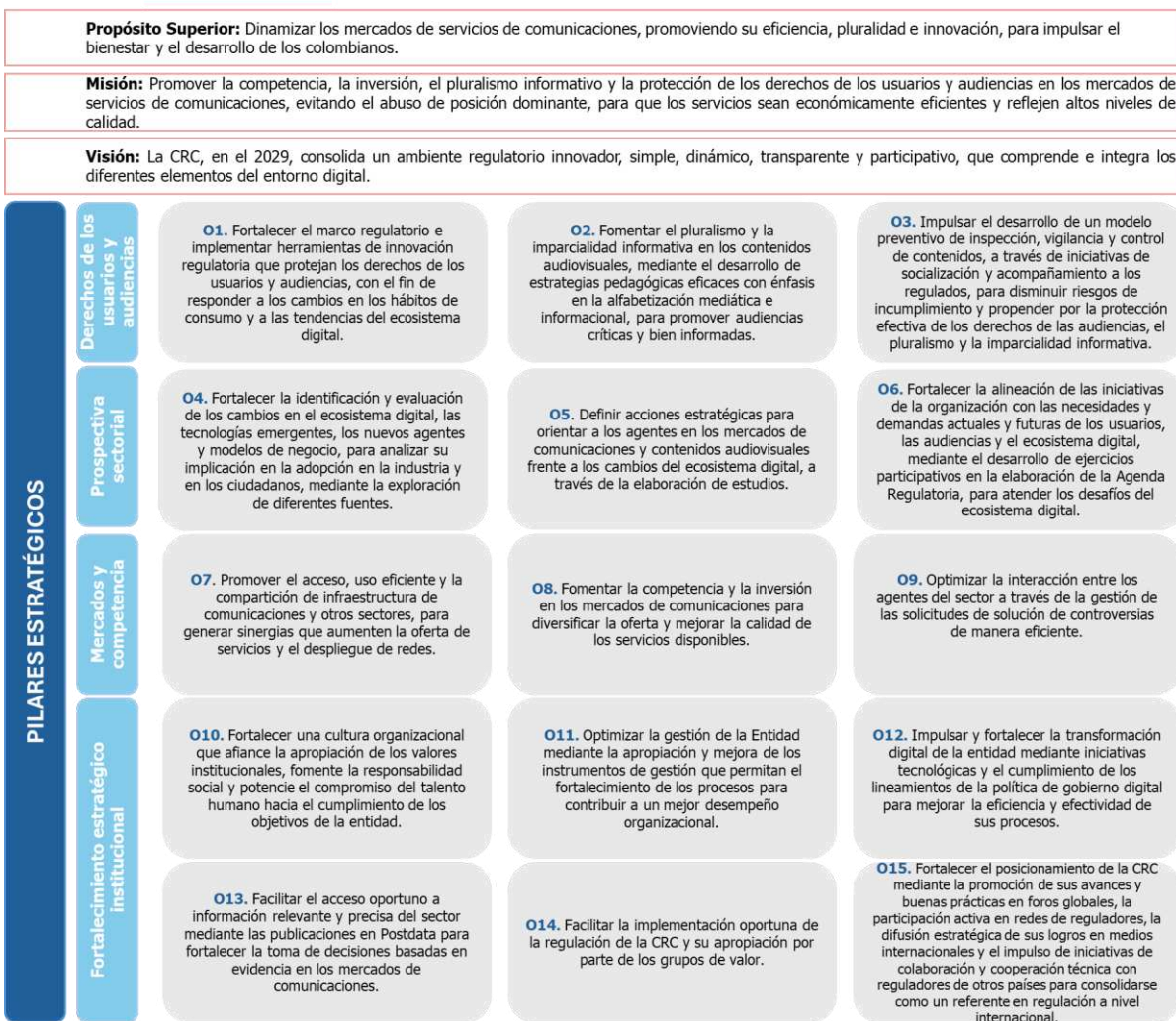
Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 26 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

5. Mapa estratégico

Ilustración 18. Mapa estratégico CRC 2025-2029



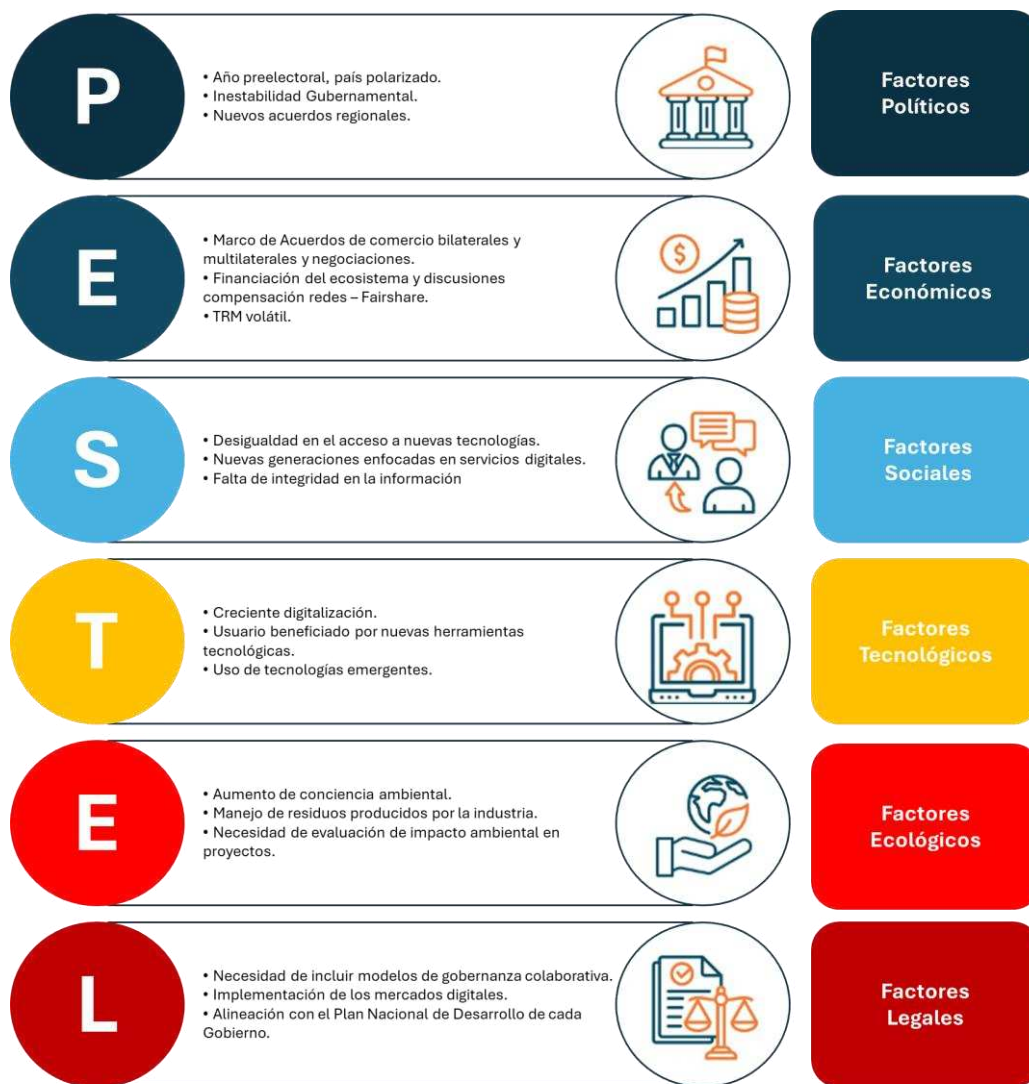
MAPA ESTRATÉGICO CRC 2025-2029



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 27 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Anexo 1. Resultados Análisis Pestel



Fuente: Elaboración propia CRC

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 28 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Anexo. 2 Resultados Análisis DOFA

DEBILIDADES INSTITUCIONALES	
D1	Apropiación regulatoria por parte de la ciudadanía: El marco normativo puede ser complejo para los usuarios, dificultando su entendimiento y aplicación en la toma de decisiones, allí el componente de pedagogía con un enfoque transversal será clave para facilitar su entendimiento y empoderar a los usuarios en la toma de decisiones informadas.
D2	Desafíos en la difusión de la CRC: La entidad tiene el reto de mejorar la accesibilidad y efectividad de la comunicación, especialmente en áreas rurales o menos conectadas, lo que permitirá ampliar su alcance y garantizar una mayor protección de los derechos de todos los segmentos poblacionales.
D3	Adaptación al cambio: La Comisión enfrenta el reto de responder ágilmente a los cambios acelerados en los hábitos de consumo y las tecnologías emergentes, también en las exigencias de acción regulatoria en las diferentes esferas del ecosistema, en un marco de legislaciones desactualizadas frente a los retos del nuevo entorno.
D4	Desconocimiento de la aplicación de los métodos prospectivos que pueden ser utilizados para anticipar cambios futuros.
D5	Reto en la interacción con las partes interesadas para identificar la influencia futura de las tendencias del ecosistema digital: Es fundamental fortalecer la colaboración con las partes interesadas para anticipar y comprender el impacto de las tendencias emergentes en el ecosistema digital, lo que permitirá tomar decisiones más informadas y proactivas frente a los cambios futuros.
D6	Desafío en el fomento de la innovación y el pensamiento creativo en la entidad: Existe la necesidad de fortalecer la cultura organizacional para incentivar la innovación y el pensamiento creativo, lo que permitirá a la entidad adaptarse mejor a los cambios, mejorar sus procesos y desarrollar soluciones más eficaces y sostenibles.
D7	Desafío para fortalecer la identificación e involucramiento de todas las partes interesadas en la construcción e implementación de las medidas regulatorias: Mejorar la participación activa de todas las partes interesadas en el proceso de construcción e implementación, lo que garantizará una ejecución más efectiva, optimizando los resultados y la supervisión del cumplimiento.
D8	Desafío en el reporte y análisis de la información: La falta de obligación en la regulación vigente para que los agentes regulados reporten información desagregada (microdatos) dificulta un análisis detallado y preciso. Además, las limitaciones en la recopilación de datos de terceros, junto con los plazos prolongados para la entrega de reportes, pueden afectar la oportunidad y calidad de las decisiones estratégicas.
D9	Limitada capacidad de recursos humanos y financieros representa un desafío en el cumplimiento de la misionalidad de la entidad.

OPORTUNIDADES INSTITUCIONALES	
O1	Transformación digital: La transición hacia economías, mercados y sociedades digitales inclusivas ofrece una oportunidad para desarrollar servicios innovadores que protejan y empoderen a los usuarios y audiencias.
O2	Mayor demanda de pluralismo informativo: El interés creciente por contenidos audiovisuales diversos puede incentivar la colaboración y la intervención bajo mecanismos regulatorios o no regulatorios en otros medios y plataformas digitales de contenidos.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 29 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

03	Conciencia social sobre los derechos digitales: Existe un aumento en la sensibilización ciudadana respecto a temas como la privacidad, el acceso equitativo a servicios, los riesgos de exposición de contenidos nocivos y la calidad de la información.
04	Alianzas estratégicas: Posibilidades de colaboración con organizaciones educativas, gubernamentales, multilaterales y del sector privado para promover la alfabetización mediática y la transformación digital ya que es una necesidad inminente.
05	Innovación: el cambio tecnológico y la aparición de nuevos servicios de comunicación y modelos de negocio, generan oportunidades para velar y proteger los derechos de usuarios de comunicaciones y audiencias de contenidos.
06	Existencia de variedad de métodos para analizar y anticipar cambios futuros. Ampliación de competencias para revisión integral de mercados y dinámicas del ecosistema.
07	Cambios tecnológicos de la industria que abren caminos para nuevas actividades regulatorias.
08	Sinergias con organismos internacionales que asignen competencias para regular mercados y servicios digitales o respalden su necesidad.
09	Colaboración regional: Aprender de las experiencias de otros países en regulación especialmente en mercados emergentes y aproximaciones para la protección de los usuarios y audiencias en el nuevo ecosistema.
010	Fomentar mercados de infraestructura compartida y espectro para mejorar la eficiencia y reducir barreras de entrada.
011	Incrementar la participación en organismos como OCDE, UIT, UNESCO, UNIÓN EUROPEA y BERC para intercambiar mejores prácticas relacionadas con la regulación de mercados y servicios digitales.
012	Desarrollar colaboraciones público-privadas para acceder a información sobre plataformas OTT.
013	Ampliar los espacios de participación para incluir a pequeños operadores y nuevos actores del mercado en los procesos de consulta y diseño de la regulación.
014	Aprovechar el memorado de entendimiento con la SIC para obtener información sobre agentes no regulados y que sea útil en los análisis de mercados a realizar.
015	Transformación digital: Permite que la Entidad esté en línea con los avances tecnológicos, y genera oportunidades de mejora en los procesos generando mayor valor, así mismo genera cambios y fortalece el que hacer de la CRC.
016	Ecosistema de innovación para desarrollar procesos de cooperación entre el regulador, los agentes externos y la academia.
017	Aumento en la demanda de modelos adaptativos para la gestión organizacional.
018	Políticas para la inclusión de población diversa.

FORTALEZAS INSTITUCIONALES

F1	Compromiso institucional: La Comisión cuenta con una visión clara de priorizar el bienestar de los usuarios y audiencias, lo que garantiza un enfoque centrado en la protección de sus derechos.
F2	Enfoque en calidad y pluralismo informativo: Enfoque de mejora continua en la calidad de los servicios y la promoción de contenidos diversos y de calidad refuerza la confianza ciudadana en los servicios regulados.
F3	Capacidad técnica y normativa: Amplia experiencia y conocimiento de los usuarios y audiencias que le permite tomar decisiones sustentadas, objetivas y coherentes con las necesidades. Adicionalmente en Contenidos la Comisión tiene amplia experiencia en la inspección, vigilancia y control, lo que

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 30 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

	facilita el monitoreo de la calidad de los contenidos y del cumplimiento de las obligaciones por los regulados.
F4	Se tiene acceso a fuentes de información de organismos internacionales y bases de datos con información de tendencias.
F5	La CRC tiene una continua participación en eventos internacionales donde se abordan tendencias y se intercambian experiencias regulatorias.
F6	Se cuenta con herramientas que pueden ser utilizadas en los procesos de ideación y prototipado para la generación o mejora de ideas, servicios o productos.
F7	Marco regulatorio sólido: La CRC cuenta con un marco regulatorio establecido que promueve la competencia, la participación ciudadana y la protección de las audiencias.
F8	Deferencia judicial hacia los análisis técnicos y económicos del regulador.
F9	Credibilidad que tiene el regulador como entidad técnica.
F10	Equipo de trabajo con experiencia, compromiso, capacidad técnica y conocimiento institucional.
F11	Política de Mejora Regulatoria que demarca el actuar de la Comisión.
F12	Evaluación ex post, como mecanismo sistemático para evaluar el impacto de las medidas regulatorias.
F13	Metodologías robustas y herramientas técnicas para evaluar dinámicas de mercado y promover competencia efectiva.
F14	Transparencia y acceso a la información mediante la Plataforma de datos abiertos "Postdata".
F15	Estructura organizacional definida.
F16	Uso de herramientas tecnológicas: La CRC tiene en la actualidad una gran cantidad de herramientas tecnológicas que han permitido automatizar tareas, mejorar procesos y flexibilidad laboral, además de la seguridad.
F17	Implementación de estrategias pedagógicas y de alfabetización mediática e informacional, que permiten a la ciudadanía utilizar la tecnología de manera consciente y crítica, evaluando y comprendiendo los mensajes que producen y reciben a través de los diferentes medios.

AMENAZAS INSTITUCIONALES	
A1	Desinformación en el ecosistema: El aumento de noticias falsas y contenidos problemáticos podrían afectar la confianza en los servicios de comunicaciones.
A2	Brechas digitales: Persisten desigualdades en el acceso a tecnologías y servicios de calidad y en el consumo crítico y responsable de contenidos lo que dificulta la universalización de los derechos digitales y comunicativos.
A3	Nuevas tecnologías o servicios que operan fuera del marco regulatorio tradicional: Grandes empresas tecnológicas pueden imponer modelos que pueden ser insuficientes para garantizar el pluralismo informativo y la protección de los derechos de los usuarios y audiencias locales.
A4	Constante evolución de las innovaciones tecnológicas.
A5	Cambios normativos y regulatorios externos, como proyectos de ley, decretos, decisiones reglamentarias de otras entidades y órdenes judiciales, que pueden impactar la estructura y las acciones de la entidad.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 31 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

A6	Indisponibilidad de plataforma Colombia TIC del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
A7	Baja calidad de la información reportada por agentes reguladores.
A8	Concentración del mercado: Pocos jugadores que pueden limitar la competencia y afectar la calidad de los servicios.
A9	Falta de conocimiento de la labor de la entidad, por parte de los órganos de control y la sociedad.
A10	Competencia por talento humano calificado.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 32 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

Anexo 3. Resultados Matriz CAME

CORREGIR	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar campañas pedagógicas diferenciadas. Campañas de expectativas. Participar en Juntémonos para tejer lo público por la meritocracia de Función Pública. Articulación con radio comunitaria, emisoras de la policía, etc. <p>(D1, D2)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Investigar y apropiar herramientas de prospectiva y estrategia, teniendo en cuenta buenas prácticas en el corto plazo. Identificar escenarios futuros por temáticas específicas con el acompañamiento de externos expertos y la interacción con los grupos de valor por medio del liderazgo de las diferentes iniciativas. <p>(D4, D5)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Transformar la forma en la que recopilamos información involucrando tecnologías de información y las comunicaciones (Por ej. Apis). Se requiere un proyecto regulatorio. Diseñar un procedimiento interno y formatos que definan cuándo y cómo se inicia un proceso sancionatorio y faciliten su trámite. Alianzas internas y externas: Requerimos alianzas con CAF, Banco Mundial, Unión Europea, BID o UIT para buscar recursos o fuentes de financiación que permitan que la CRC tenga su sistema propio de información y para el cumplimiento de los demás objetivos propuestos. <p>(D8, O12)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas estratégicas interinstitucionales de cooperación para la realización de proyectos misionales y transversales, que nos permita hacer un uso eficiente de los recursos asignados (nuevas fuentes de financiación). Implementación de estrategias de austeridad inteligente en la gestión administrativa de la entidad (servicios públicos, estrategias de contratación, entre otras). <p>(D9, O22)</p>
AFRONTAR	<ul style="list-style-type: none"> Campañas de alfabetización mediática e informacional. Ecosistema de innovación para desarrollar procesos de cooperación entre el regulador, los agentes externos y la academia.

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 33 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas con entidades estratégicas (Gobierno, medios y sociedad civil) para mejorar posicionamiento entidad y mayor impacto de actividades. (A1, O16)
	<ul style="list-style-type: none"> Vigilancia tecnológica y monitoreo de contenidos y realizar reportes de monitoreo de forma recurrente. (A4, D17)
	<ul style="list-style-type: none"> Buscar alianzas con organismos multilaterales que puedan financiar proyectos, mejora de capacidades o estudios de la Comisión para mitigar el impacto de la reducción de ingresos. Evaluar si es posible aumentar la base de empresas que contribuyen a la CRC (por ejemplo, PCA) (D9, O12)
	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias para retener el talento humano calificado. (salario emocional). Fortalecer los programas y la estrategia de capacitación interna para el crecimiento profesional del capital humano requerido para afrontar nuevo retos y entornos cambiantes. (A10)
MANTENER	<ul style="list-style-type: none"> Jornadas Regionales de Pedagogía y Alfabetización Mediática e Informacional. Revisión del ciclo regulatorio. Evaluaciones de impacto. (F2)
	<ul style="list-style-type: none"> Asignación de recursos económicos para mantener las fuentes de información actuales y adquirir las que se identifiquen relevantes. Fortalecer el uso de las fuentes de información para el desarrollo de las diferentes iniciativas. (F4)
	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de metodología que evidencia el impacto de la participación de los stakeholders en especial con agentes de menor tamaño y con presencia regional. Asumir un papel protagónico en la divulgación del quehacer y logros más relevantes de la Comisión en espacios nacionales e internacionales. (F9)
	<ul style="list-style-type: none"> Estrategias para retener el talento humano calificado. (salario emocional). Fortalecer los programas y la estrategia de capacitación interna para el crecimiento profesional del capital

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 34 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025

EXPLOTAR	<p>humano requerido para afrontar nuevo retos y entornos cambiantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer los instrumentos para el conocimiento clave de la entidad por cada uno de los roles. Estrategia de retención y compartir conocimiento para evitar el monopolio del mismo. <p>(F10)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Alianzas con universidades, ONG, organizaciones de la sociedad civil, sector privado, etc. Intercambio de experiencias sobre alfabetización mediática y transformación digital con reguladores pares. Participación en foros internacionales. <p>(04)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Entrenamiento en metodologías para la identificación de escenarios futuros y habilidades estratégicas. <p>(06)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Actualizar la Política de Mejora Regulatoria para que incluya como parte del proceso de construcción de las iniciativas regulatorias una interacción efectiva en región para involucrar las perspectivas y posiciones de los pequeños operadores cuya participación por mecanismos tradicionales es baja. <p>(013)</p>
	<ul style="list-style-type: none"> Identificación de actores y elaboración de una estrategia colaborativa con entidades públicas y privadas, de acuerdo con las temáticas de interés de la CRC, para aunar recursos y disminuir costos de operación. <p>(012)</p>

Plan Estratégico Institucional 2025-2029	Código: NA	Página 35 de 35
Elaborado por: María Isabel Gómez Orrego/Coordinadores Grupos Internos de Trabajo	Revisado por: Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Fecha de revisión: 26/03/2025
Versión No. 5	Aprobado por: Relaciones con Grupos de Valor	Fecha de vigencia: 13/01/2025