

TRABAJO DE GRADO

POR

CATALINA PÉREZ GALEANO

ASESORA

LINA MARÍA GONZÁLEZ CORREA

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD

ESPECIALIZACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS

MEDELLÍN

2015

Agradecimientos,

A mi esposo, mis padres y a Olga González por abrirme el camino.

Tabla de contenido

1. Planteamiento del problema

1.1. Justificación

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

1.2.2. Objetivos específicos

1.3. Pregunta de investigación

2. Marco teórico

2.1. Relaciones públicas

2.1.1. Cultura organizacional

2.1.2. Identidad corporativa

2.1.3. Stakeholders

2.1.4. Públicos internos

2.1.5. Intranet

2.2. Convergencia medial y sistemas de comunicación en las organizaciones

2.3. Suramericana

2.3.1. Filosofía corporativa

2.3.2. Somos Sura

2.4. Marco legal

3. Diseño Metodológico

3.1. Paradigma

3.2. Enfoque

3.3. Técnicas e instrumentos

3.3.1.

3.3.2.

3.3.3.

4. Conclusiones

5. Bibliografía y Cibergrafía

1. Planteamiento del problema

1.1. Justificación

Somos Sura es la nueva Intranet de la compañía Suramericana, cuyo lanzamiento en el ámbito nacional se llevó a cabo el 25 de febrero de 2015, tras un proceso de construcción de más de 3 años. Esta herramienta está desarrollada en la plataforma Sharepoint, lo que le otorga nuevas funcionalidades y características beneficiosas frente a la Intranet anterior, entre otras encontramos: amplia cobertura, nuevas redes internas de trabajo por negocio o especialidad y construcción de gestión de conocimiento colaborativo.

Una intranet “es un sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la compañía. Lo que distingue una Intranet de un sitio de Internet, es que las intranets son privadas y la información que en ella reside tiene como objetivo asistir a los trabajadores en la generación de valor para la empresa”.¹

Somos Sura nace como una herramienta para gestionar contenidos, como un repositorio de información corporativa, concebida desde el área de Gestión del Conocimiento, que pertenece a la Gerencia Bien Humano de la Compañía. En una primera instancia, su propósito fue reunir, categorizar y centralizar el conocimiento de los empleados de Sura, con el ánimo que con la partida de algún empleado no se quedara los procesos sin información importante.

Este trabajo da cuenta de una situación de falta de apropiación de la herramienta, una negación a nuevas alternativas que pueden permitir mejores procesos y facilidad en la transmisión de la información institucional.

La línea de investigación que implementaré en el desarrollo de este trabajo será Comunicación, Educación y Organizaciones Sociales y Comunicación,

¹ Gretter, G. (). *Qué es una intranet*. Recuperado de <http://www.innovaportal.com/innovaportal/v/75/1/innova.front/que-es-una-intranet>

Educación y Ciberculturas. “Las ciudades fragmentadas, el desplazamiento de los objetos de investigación en las renovadas ciencias sociales, el debate Comunicación–Educación como eje de la poscrítica, la irrupción de la experiencia audiovisual como definitoria de una nueva ontología, las dinámicas del flujo, las metáforas de la red y del nomadismo, el estatuto inédito de la urbe; todo eso, impone una nueva configuración de lo social. No es posible una definición de Sociedad en el ámbito de fragmentación que auscultamos; necesariamente se transita hacia lo micro: lo microsocio, el micro relato, el encuentro cara a cara, la cotidianidad, la experiencia diaria estética y fluida que, en su avatar, genera nuevos órdenes, nuevos dispositivos de configuración, nuevos lenguajes de organización social que en el seno de las Organizaciones Sociales instituidas, claman por desplazarlas y redefinirlas.”²

1.2. Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Identificar por qué los colaboradores de Sura no se han apropiado de la Intranet Somos Sura como parte de su cultura organizacional.

1.2.2. Objetivos específicos

- Describir el momento de creación de la Intranet Somos y su proceso de socialización con los públicos internos y mixtos.
- Describir la estrategia de apropiación de la herramienta.
- Realizar una matriz DOFA para identificar fortalezas y dificultades en el uso de la Intranet Somos Sura.

1.3. Pregunta de investigación

¿Cómo lograr que la Intranet Somos Sura haga parte de la cultura organizacional de Suramericana y que las áreas y sus colaboradores se apropien de ella?

² Línea de investigación Facultad de Comunicación Social. Fundación Universitaria Luis Amigó.

2. Marco teórico

2.1. Relaciones públicas

“Las Relaciones Públicas, como su nombre indica, tratan del modo en que la conducta y las actitudes de los individuos, organizaciones y gobiernos inciden unos sobre otros.” (Black,S. 1996. P. 15).

“...las Relaciones Públicas son una actividad comunicativa de *carácter informativo* – proporciona el conocimiento de hechos, ideas u obras–; *de carácter actual* –ofrece información de actualidad– y opera en los niveles informativos –*primero, segundo o tercero*–, según sean los soportes empleados para la difusión de sus mensajes persuasivos: actos de presencia o los medios convencionales de difusión.”³

“...las Relaciones Públicas, como actividad de carácter informativo, tiene por finalidad, con ayuda de los más diversos medios auxiliares, crear situaciones de comunicación, de coparticipación, en torno a personas, hechos, instituciones, obras e ideas.”⁴

“...la Teoría de las Relaciones Públicas no puede olvidar que es también comunicación, que su anatomía científica viene determinada, en última instancia, por su finalidad, que no es otra que el logro de un alto grado de cohesión social mediante el desencadenamiento de proceso de comunicación de esta naturaleza, a través de los cuales” se pueda percibir y valorar una conducta. Ello hace inevitable el estudio de la comunicación humana en sus diversas modalidades, estudio que se complementa con el de los medios que la realizan.”⁵

Definiciones de Relaciones Públicas⁶

IPRA (International Public Relations Association) “Las Relaciones Públicas son una actividad de dirección de carácter permanente y organizado, por la cual una empresa o

³ Benito, A. (1999). En: *Tratado de las Relaciones Públicas*. Gestión 2000. España. P.12.

⁴ *Ibíd.* P. 13.

⁵ Solano F, L. (1999). *Tratado de las Relaciones Públicas*. Gestión 2000. España. P.17.

⁶ Solano F, L. (1999). *Tratado de las Relaciones Públicas*. Gestión 2000. España. Pp.32 y 33.

un organismo privado o público busca obtener o mantener la comprensión, la simpatía y el concurso de aquellos con los que tiene o puede tener que ver...”

I Asamblea Nacional de Relaciones Públicas “La actividad de Relaciones Públicas debe ser entendida como aquella que con aplicación de una técnica y de una forma planificada y habitual, se dirija a crear una recíproca corriente de comunicación, conocimiento y comprensión entre una institución pública o privada, o persona natural y sus públicos.”

“El departamento de Relaciones Públicas Empresariales forma un papel importante en la Dirección de la Empresa, siendo su función, la de mantener las adecuadas relaciones de una organización, empresa, holding o colectivo determinado, con sus distintos públicos, para la viabilidad y consecución de unos objetivos previamente fijados, siendo indispensable la utilización la utilización de técnicas de Marketing y Empresa, sabiamente combinadas con las Relaciones Públicas.”⁷

“La práctica de las Relaciones Públicas Empresariales tiene por objeto analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a la Dirección de la organización, así como el establecimiento de programas de acción que sirvan tanto al interés de la misma, es decir: empresa, institución. Como al de sus públicos, accionistas, entidades bancarias, personal, clientes, proveedores, organismos oficiales y otros.”⁸

“Nuestra aportación pretende superar la traducción literal de la expresión anglosajona *public relations* y considerar que, en realidad, de lo que se trata es del establecimiento de vínculos plausibles y deseados entre la organización en cuestión y sus públicos específicos.”⁹

“Así pues, quizás sería más apropiada la utilización de la expresión *relaciones con los (propios) públicos* dando a entender no sólo el carácter público (como opuesto a privado y particular) sino también la condición de nexo entre las empresas e

⁷ Barquero C., J.D. y Barquero C., M. (1996). *El libro de oro de las Relaciones Públicas*. Ediciones Gestión 2000. España. P. 25.

⁸ *Ibíd.* P.26.

⁹ Magallón, S. (2006). Concepto y elementos de las relaciones públicas. *Anàlisi* 34. Universidad de Barcelona. Pp. 103-109.

instituciones y colectivos humanos que comparten alguna o algunas características comunes respecto de la organización en cuestión. Por ejemplo vecindad, intereses económicos, objetivos convergentes, etc.”¹⁰

2.1.1. Cultura organizacional

“...el ambiente del grupo al cual pertenece el individuo incide significativamente en la percepción que éste tiene acerca de los aspectos objetivos de la organización.”¹¹

“...la cultura se entiende como un fenómeno *nacional* que influye en el desarrollo y refuerzo de creencias en el contexto organizacional. Las similitudes y diferencias en los valores y actitudes de las personas en las diversas organizaciones provienen, en primera instancia, de la influencia que ejerce la sociedad en la cultura organizacional. En este sentido las organizaciones son manifestaciones de sistemas culturales más amplios.”¹²

“... se entiende a las organizaciones como fenómenos que producen cultura; son vistas como instrumentos sociales que producen bienes, servicios y subproductos tales como artefactos culturales. La cultura se define desde esta perspectiva como un pegamento social que mantiene a la organización unida, expresa los valores y creencias compartidos por los miembros de la organización; valores que se manifiestan a través de mitos, historias, leyendas, lenguaje especializado.”¹³

“Hoy en día se habla de diferentes estrategias gerenciales de cambio, como por ejemplo reingeniería, planeación estratégica, gerencia de la calidad total, cambio cultural, etc. Para lograr el cambio organizacional deseado, entonces es

¹⁰ *Ibíd.*

¹¹ Mayo, E. (1972). *Problemas humanos de una civilización industrial*. Buenos Aires: Nueva visión.

¹² García A., C.M. (2006). *Una aproximación al concepto de cultura organizacional*. Univ. Psychol. Bogotá (Colombia), 5 (1): 163-174.

¹³ Smircich, L. (1983). Concepts of culture and Organizational Analysis, *Administrativa Science Quaterly*, 28, 339-358.

necesario cambiar las conductas de las personas, y debido a que las conductas están guiadas por valores, es necesario cambiar la cultura de la organización para lograr un verdadero cambio organizacional. Desde esta concepción se asume que las organizaciones poseen una cultura, es decir, la cultura es una variable que puede ser modificada a través de diversas estrategias gerenciales.”¹⁴

“Las organizaciones son sistemas de creencias o marcos de referencias que los miembros de la organización comparten en grados variados.” (Smircich, 1983).

“De esta forma, las organizaciones se definen como ámbitos donde la gente intersubjetivamente construye significados alrededor de su actividad laboral, significados que constituyen la realidad organizacional y la identidad laboral de los miembros que la conforman.”¹⁵

“Una organización laboral puede verse como un micro-ambiente, un subconjunto abierto limitado en el espacio y el tiempo, compuesto por individuos, puestos y áreas de trabajo, sus actividades y una variedad de elementos, tanto del medio físico o natural como de carácter cultural”.¹⁶

“El clima organizacional ejerce una significativa influencia en la cultura de la organización. Esta comprende el patrón general de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización. Los miembros de la organización determinan en gran parte su cultura y, en este sentido, el clima organizacional ejerce una influencia directa, porque las percepciones de los individuos determinan sustancialmente las creencias, mitos, conductas y valores que conforman la cultura de la organización. La cultura en general abarca un

¹⁴ García A., C.M. (2006). *Una aproximación al concepto de cultura organizacional*. Univ. Psychol. Bogotá (Colombia), 5 (1): 163-174.

¹⁵ *Ibíd.* P. 168.

¹⁶ Salazar Estrada, J. G., Guerrero Pupo, J. C., Machado Rodríguez, Y. B., & Andalia, R. C. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral*. (Spanish). *Acimed*, 20(4), 67-75.

sistema de significados compartidos por una gran parte de los miembros de una organización que los distinguen de otras.”¹⁷

“Un clima organizacional propicio incrementará las iniciativas para promover nuevos negocios, acometer nuevos proyectos y solucionar problemas; mejorará la comunicación interna; aumentará la competitividad y facilitará el gobierno de la organización.”¹⁸

“Vamos a concebir a la cultura organizacional, como la interrelación de los procesos de apropiación que los públicos realizan de la filosofía, la pertenencia, la adaptación, la satisfacción y el liderazgo compartidos.”¹⁹

2.1.2. Identidad corporativa

“...la identidad corporativa se ha concebido como algo interno y controlable por la organización, que se proyecta de modos concretos con el objetivo de generar una impresión (imagen) específica en los diversos *stakeholders* (por ejemplo trabajadores, consumidores o inversionistas) con los que se relaciona la empresa.”²⁰

Alrededor de la noción de identidad han aparecido un conjunto de conceptos interrelacionados –en innumerables ocasiones mal delimitados y definidos–, como identidad corporativa, identidad de marca, identidad organizacional, identidad visual o identidad de negocio. Balmer (2001).²¹

¹⁷ Ibíd. P. 69.

¹⁸ Ibíd. P. 73.

¹⁹ Álvarez Nobell, A.; Romero Calmache, M.; Sánchez Sanvicente, M. y Aragüés Dufol, P. (2012). “Desarrollo cultural en las organizaciones. Un modelo de estudio basado en la ‘Grounded Theory’”, en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, nº. 2, 111-127. Recuperado el día de mes de año (http://www.rmedcom.org/2012/1211/1211Alvarez_es.htm)

²⁰ Currás P., R. (2010). *Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación*. Teoría y Praxis 7. P. 11.

²¹ Ibíd. P. 12.

“Un punto clave a la hora de analizar la identidad corporativa, entendida como *el medio de expresión de lo que es la empresa*, lo constituye conocer qué diferentes vías o mecanismos emplea la organización para tal expresión o, dicho de otra manera, qué integra la identidad corporativa.”²²

“El desarrollo de la identidad corporativa es una labor inherente a los directivos de la organización. Sin embargo, son pocos las organizaciones que cuentan con directivos conscientes de tal responsabilidad; es por ello que hoy por hoy son escasas las empresas e instituciones que han desarrollado una identidad corporativa propiamente dicha, valga decir, con un nivel de solidez alto, lo cual constituye una gran debilidad.”²³

“Esta identidad tiene dos dimensiones la de la emisión y la de la percepción también llamada por Costa **identificación**, Consiste en la percepción de la identidad, deviene una relación entre lo identificado y una serie de ideas; primeramente una serie de asociaciones empíricas de ideas y en un segundo nivel de percepción a una serie de asociaciones psicológicas de ideas, ligadas estas a la cosa percibida en forma de “atributos”. En la identificación se ligan la forma, en tanto que estímulo perceptivo, esta conduce mentalmente a la función y a la sustancia de la cosa percibida.”

“...se considera que la identidad abarca cuatro componentes perfectamente diferenciados 1. Los principios básicos: misión, visión, **valores**, políticas, objetivos y estrategias. 2. El comportamiento: estructura, tipo de gestión, procedimientos, motivación, liderazgo, tema de decisiones, poder, calidad, conflicto etc. 3. La Identidad audiovisual o simbolismo: logotipo, emblema, colores, slogan, etc. y 4. Las comunicaciones: proceso, políticas, estrategias, objetivos, planes, programas, tipos de comunicación, medios y mensajes.”²⁴

²² Ibíd. P. 19.

²³ Ramírez, F., Sánchez, M y Quintero, H. (2005). *El papel de los valores en la identidad corporativa*. Revista Negotium 1 (1) P. 36.

²⁴ Ibíd P. 42.

“La cultura corporativa se fundamenta en valores de orden ético entendidos éstos desde el concepto de García y Dolan (1997), como estructuras no sólo de pensamiento, sino estructuras que anteriormente han sido decididas en el seno del liderazgo organizacional que se generan y mantienen preconfiguradas de cara a una supervivencia como especie humana, y que se comunican constantemente para reforzarlas una y otra vez. Valga apuntar, valor planeado, valor comunicado, valor internalizado”.²⁵

“Es así como la identidad corporativa, nacida –como idea y como técnica- de una situación socio-económica desarrollada dentro de un contexto comunicacional complejo, no tiene sólo por objeto marcar “físicamente” los productos o las instituciones, sino desarrollar visualmente un concepto de personalidad corporativa en forma de un programa, constituido o fundamentado en la filosofía de gestión de la organización.”²⁶

“La empresa es ahora, más que productora de bienes, emisora de comunicaciones. Más que “firmar” o “marcar” necesita disponer de un sistema organizado de sus signos de identidad, lo cual es parte de una estrategia y de una política de comunicación”. Costa (1999:22).

2.1.3. Stakeholders

“...la mayoría de los enunciados hacen referencia al público como un colectivo concreto, es decir, como un grupo limitado y con unas características establecidas, ya sean determinadas por quien lo define, por el asunto o interés común que motiva su formación o derivadas de su relación con la entidad promotora de las Relaciones Públicas.”²⁷

²⁵ Ibíd P. 42.

²⁶ Ibíd.

²⁷ Míguez G., M.I. (2007). Análisis del uso de los conceptos de público, *stakeholder* y *Constituent* en el marco teórico de las Relaciones Públicas. Zer, 23. Pp. 185.

“Se entiende por stakeholder cualquier individuo o grupo de interés que, de alguna manera —explícita o implícita; voluntaria o involuntaria— tenga alguna apuesta hecha — to stake, poner algo en juego— en la marcha de la empresa; y que si, por un lado, se ven condicionados, de manera más o menos directa, por la actividad de aquélla, pueden, a su vez, condicionarla. En resumidas cuentas, cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos empresariales.”²⁸

“Un stakeholder es cualquier individuo o grupo que es afectado o puede ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización y que posee expectativas, donde algunas de ellas son universalizables. La cuestión clave en la identificación de los stakeholders, es conseguir diferenciar aquellos stakeholders que poseen poder comunicativo- capacidad de interlocución- y expectativas urgentes y legítimas”.²⁹

“El punto en común de estas definiciones es que todos los conceptos (amplios o restringidos) tienen como telón de fondo las siguientes interrogantes: ¿En función de qué intereses son gerenciadas las organizaciones? ¿A quién y para qué realmente interesan (o deben interesar) las organizaciones? ¿Qué intereses tienden a hacer prevalecer los sistemas de gestión organizacional contemporáneos en detrimento de qué otros intereses? ¿Qué intereses deberían prevalecer o por lo menos no ser ignorados o marginados? En este sentido, la teoría de los stakeholders viene al encuentro de estas interrogantes desde dos principales perspectivas, a saber: a) descriptiva (qué intereses prevalecen y cuáles son desestimados en los actuales sistemas de gestión organizacional); y b) prescriptiva (qué intereses deben ser privilegiados o no marginados para la sustentabilidad de la organización en el largo plazo).”³⁰

²⁸ Freeman, R. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.

²⁹ González, E. (2007). *La teoría de los stakeholders, un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y la responsabilidad social corporativa*. En: Veritas, vol. II, N. 17.

³⁰ Falção Martins, H. y Rubens Fontes Filho, J. (1999). ¿En quién se pone el foco? Identificando "stakeholders" para la formulación de la misión organizacional. Revista del CLAD Reforma y Democracia. No.15. Caracas. Traducido del portugués por Carlos Sánchez.

“...la relevancia concedida a los *stakeholders* estriba en la búsqueda de legitimidad de las políticas corporativas que toda organización asume en relación con su recurso humano, el medioambiente, el bienestar ciudadano, entre otras responsabilidades sociales que le son requeridas.”³¹

“Surge la noción de *stakeholder* como un grupo que detenta determinados intereses en una sociedad y, por lo tanto, reclaman ser escuchados y considerados en sus expectativas y necesidades.”³²

“El principal reto para las empresas es empezar a percibir a los *stakeholders* como grupos de personas con emociones, sentimientos, necesidades, capacidades, aspiraciones, que se relacionan con las organizaciones para intercambiar recursos, y gracias a ello, obtener condiciones de vida más favorables; es decir, se debe observar la actuación empresarial con un semblante económico ligado a las ciencias sociales, y por tanto, al ser humano como tal.”³³

“La palabra *stakeholder* agrupa a diferentes colectivos que, por motivos diversos, se encuentran interesados en la información económica, financiera, social y de cualquier otro tipo que elabora toda institución. De igual modo, ha sido definida como aquellos grupos o individuos que pueden afectar o están afectados por el logro de los objetivos de la entidad.”³⁴

³¹ Pimienta, M. L. (2008). Comunicación organizacional: Los stakeholders legitiman a la organización. (Spanish). Chasqui (13901079), (103), 80-83.

³² *Ibíd.*

³³ Suárez Tirado, J. (2007). Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los diversos grupos de interés. *Innovar*, 17(30). Pp. 153-158.

³⁴ Johnson y Scholes. (2001). *Dirección estratégica*. Ed Prentice Hall. Madrid.

2.1.4. Públicos internos

“El público interno es aquel que consta de personas que ya están conectadas con una organización y con quienes la organización se comunica normalmente en la rutina ordinaria de trabajo.”³⁵

“El público interno típico en una industria son los empleados, accionistas, proveedores, comerciantes, clientes y vecinos de planta. En un sistema escolar serían los empleados de varios tipos, estudiantes, padres, proveedores y el público en general divididos en varios grupos.”³⁶

“Al emplear los términos *público interno* o *recursos humanos de la organización*, nos referimos aquí a todas las personas que trabajan en una organización, tanto dirigentes como dirigidos”.³⁷

Por un lado, se encuentra la Comunicación Interna, que se dirige a los empleados de la organización; o sea, a sus Públicos Internos. Este tipo de comunicación corporativa tiene como objetivo principal dirigir la Cultura Organizacional hacia la dirección deseada; o sea, hacia la concreción de los objetivos que la organización se propone. Una eficaz gestión de la Comunicación Interna debe alinear e involucrar a los empleados con estos objetivos, armonizar el clima de la organización para generar el ambiente adecuado de trabajo, promover el cambio o refuerzo de comportamientos que permita lograr los fines y finalmente, mejorar la productividad. Por otro lado, se encuentra la Conducta Interna, que representa la forma en que la organización se comporta respecto a sus miembros. Y este comportamiento se produce en diferentes niveles. En primer lugar, se puede ubicar el comportamiento del top management (alta gerencia) de la organización, quienes no sólo comunican a través de lo que dicen sino sobre todo, a través de lo que hacen, de sus actos. Y estos actos encuentran una formalización en la implementación de las políticas, las normas,

³⁵ Marston, J.E. (1981). Cfr. *Relaciones Públicas Modernas*. Libros McGraw-Hill de México. P. 23.

³⁶ *Ibíd.* P.23.

³⁷ Ríos, S. (1979). Cfr. *Relaciones Públicas. Principios, casos y problemas*. Editorial Mundi. Buenos Aires. P. 20.

los procedimientos; los cuales determinan, por ejemplo, cómo la organización promociona a sus empleados, cómo los selecciona, los capacita, evalúa su desempeño, recompensa las contribuciones y sanciona los incumplimientos...Todas ellas, acciones tendientes a establecer una adecuada satisfacción laboral que genere una evaluación positiva. Otro nivel corresponde a las pautas que permiten el correcto funcionamiento de la organización, aquellas formas de hacer que le permiten lograr sus objetivos y metas. Se trata entonces de la estructura formal que adopta la organización y en la cual los empleados desarrollan sus tareas. En este sentido, la estructura representa a la organización, es su marco organizativo y dice mucho de sí misma en el ámbito interno. Se trata de cómo se hacen las cosas en la organización. Y finalmente, nos encontramos con lo que se manifiesta a través de la filosofía y la cultura corporativa: entendiendo estos conceptos como la misión, visión y valores de la organización y la forma cómo se comportan sus miembros. Esta definición de sí misma en cuanto a por qué existe, para qué es necesaria, a qué se dedica, cuál es su rumbo, que “debe ser” y “cómo” llegará a serlo, es un elemento vital para la formación de la imagen corporativa; y son los miembros de la organización, los primeros que deben asumir un comportamiento acorde a esta filosofía corporativa para lograr la coherencia organizacional entre el hacer y el decir. De este modo, Comunicación Interna y Conducta Interna conforman la Comunicación Corporativa Organizacional que se vincula con los Públicos Internos. La visión tradicional de la gestión de la Comunicación y la Conducta Interna se centra en cómo planificar ambas instancias para lograr la construcción de una imagen positiva de la organización en sus Públicos Internos; en el mismo nivel que se gestiona la construcción de una imagen positiva en sus Públicos Externos.”³⁸

³⁸ Lojo, A. P. (2011). *Los públicos internos en la construcción de la imagen corporativa*. Cuaderno 35 | C 88 dentro de Estudios en Diseño y Comunicación. Pp. 88.

“Que los empleados sean voceros de la organización donde trabajan, debería ser el objetivo central de la Comunicación Corporativa enfocada hacia los Públicos Internos.”³⁹

“Si bien las corporaciones en el contexto global asignan prioridad estratégica a los grupos de interés externos, parecen existir fuertes dificultades en lo que respecta a las relaciones con los *públicos internos*, en particular *con los empleados*. Al respecto, cabe destacar que el éxito de cualquier modelo o sistema de *gobierno corporativo*, está sujeto a la aceptación de quiénes lo viabilizan así como depende de la legitimidad con la cual reflejan su particular realidad histórica contextual, más allá de cuán globalizados vivamos.”⁴⁰

2.1.5. Intranet

“La intranet es una de las tecnologías más poderosas que pueden utilizarse en una organización, si se aplica de forma adecuada. Su diseño e implementación, en función de los objetivos organizacionales, provee a la institución de una herramienta fundamental para la gestión de la información que tributa a la gestión del conocimiento, y para la comunicación interna, que permite mejorar y agilizar la dinámica organizacional. Sin embargo, esto sólo es posible cuando los empleados participan activamente en su mantenimiento y actualización. Se realiza un acercamiento a esta tecnología, a partir de su definición conceptual y su caracterización en el contexto de las organizaciones. Se analiza su visión como herramienta para la gestión de la información y como medio de comunicación”.⁴¹

³⁹ *Ibíd.* P. 89.

⁴⁰ Genoud, M. A. (2007). *El buen gobierno corporativo. Un tema instalado que exige respetar la representación de los públicos internos*. XV Congreso Nacional de Ética de la economía y de las organizaciones. España.

⁴¹ Bonomo, A. J. (2010). *Espacio colaborativo para Bibliotecarios INTA: nueva herramienta de la Intranet*. IX RENABIIN (Reunión Nacional de Bibliotecarios del INTA).

“La información es hoy un recurso determinante de la competitividad organizacional y sustento de la toma de decisiones, un factor crucial para el progreso social y económico; el único elemento capaz de crear conocimiento y satisfacer las necesidades de quienes trabajan en las organizaciones. Es por eso que, actualmente, no basta con poseer información, sino que esta debe ser de calidad y actualizada, pero sobre todo pertinente a los objetivos de la entidad. Además, como complemento, es necesario poder procesarla, difundirla tan rápido como sea posible y utilizarla como el recurso estratégico que es. En esto, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) aplicadas al ámbito interno de la organización tienen un lugar fundamental.”⁴²

“Las intranets son entornos únicos, integrados por unas personas, una cultura corporativa, unos procesos y objetivos, unas tecnologías específicas, con un tamaño y unos recursos determinados, entre otros factores; de ahí su amplia variedad.”⁴³

“Existen dos acepciones del concepto de Intranet: por un lado la de una red interna que provee servicios sobre el protocolo de comunicaciones IP y que comparte características de la Internet, y por otro lado, la de un sitio accesible de un navegador web que concentra todos los servicios asociados a la Internet, pero circunscritos a un público corporativo y con acceso restringido.”⁴⁴

“En muchas organizaciones, y probablemente por factores de carácter objetivo y subjetivo –básicamente por la carencia de una cultura informacional-, existe una concepción distorsionada de las intranets, en la que predomina una infraestructura con tendencia a soportar determinados servicios informáticos como el acceso a Internet, el FTP, el correo electrónico, cable interactivo, entre otros. Se observa, muchas veces, el uso inadecuado de poderosos recursos tecnológicos informáticos y de comunicación en la gestión de la información

⁴² Ibíd.

⁴³ Ibíd.

⁴⁴ Llano, A. (2006). *La Intranet en organizaciones colombianas*. Palabra Clave (9-1). P. 102.

organizacional, tanto endógena como la exógena, cuando precisamente la gestión de la información en pos del conocimiento requiere de la transformación de los datos en información y de esta, en conocimiento, mediante la aplicación de las distintas tecnologías disponibles para ello.”⁴⁵

“Toda intranet debe, en primer término, capturar la información endógena, es decir, la que se genera internamente en la organización, procesarla, organizarla y compartirla entre sus miembros. Así, en todo momento, sus miembros podrán conocer el pulso de funcionamiento organizacional, acceder a la información endógena y exógena (generada externamente) de interés, en el contexto de una infoestructura adecuada. En caso contrario, la informatización no apoyará y facilitará la gestión de los procesos y el espacio para la creación de nuevos conocimientos organizacionales.”⁴⁶

“La gestión del conocimiento debe observarse en la integración sinérgica de los distintos elementos que conforman el contexto informacional-cognitivo; es decir, del conocimiento explícito, generado por la información organizacional endógena y exógena, y del tácito, de interés para la agregación de valores a los productos y servicios que se crean. Sin duda alguna, la creación de una atmósfera organizacional que facilite a cada uno de sus miembros compartir su conocimiento tácito (capital intelectual organizacional) con los demás y la utilización adecuada, tanto de tecnología informacional como de la información, constituyen factores esenciales en el desempeño exitoso de toda organización, porque el conocimiento por sí mismo no es gestionable, sino sus procesos y el espacio donde se crea.”⁴⁷

⁴⁵ Morales Morejon, Melvyn, Carrodegua Rodríguez, María E. & Aviles Merens, Rafael. (2004). *Las intranets en la gestión informacional: un escalón imprescindible en la búsqueda del conocimiento organizacional*. ACIMED [online]. , vol.12, n.3.

⁴⁶ *Ibíd.*

⁴⁷ *Ibíd.*

“Para que una intranet cumpla con sus objetivos, ella debe permitir a sus usuarios compartir información en función de los objetivos organizacionales, así como viabilizar el trabajo en equipo, y en esto, tiene una gran influencia su diseño o arquitectura informacional, que mejora o limita su usabilidad/navegabilidad. Debe subrayarse el hecho de que en la práctica informacional, muchas organizaciones se contentan sólo con el acceso, básicamente, a Internet y a nivel de la organización, con determinados servicios informáticos, sin consideración alguna a su objetivo supremo: compartir información organizacional endógena y exógena entre los empleados, así como propiciar el trabajo de los equipos que colaboran en la búsqueda de una mayor eficiencia y eficacia de la entidad - con la consecuente creación de nuevos valores y conocimientos, mediante la interacción activa entre sus miembros, por medio de las redes a su alcance.”⁴⁸

2.2. Convergencia medial y sistemas de comunicación en las organizaciones (Profe)

2.3. Suramericana

2.3.1. Filosofía corporativa

Nuestra compañía

Historia

Suramericana S.A. es una compañía que integra en diferentes empresas soluciones en seguros y seguridad social. Su marca se presenta a los clientes como Seguros SURA, ARL SURA y EPS SURA. Existen otras marcas y empresas, especialmente de prestación de servicios, que hacen parte de la Compañía.

Cuenta con el respaldo de GRUPO SURA, su compañía matriz, que participa con el 81.1% de propiedad de la sociedad, y el 18.9% restante pertenece a la reaseguradora internacional Munich Re. Esta estructura accionaria le permite a la empresa contar con transferencia de sinergias operativas, comerciales y financieras.

⁴⁸ Ibíd.

1940 – 1950

1944 | Nuestro comienzo

Nace en Medellín Suramericana de Seguros (hoy Seguros Generales Suramericana), por iniciativa de 32 empresas y cerca de 150 accionistas.

1945 | Primera venta

Seguros Generales Suramericana vende su primera póliza del ramo de incendios a Talleres Robledo.

Primer siniestro: Se paga el primer siniestro a Coltejer, por valor de 8 centavos.

1946 | Llegada a la capital

Suramericana de Seguros abre oficina en Bogotá.

Expansión nacional: Por medio de sus agencias, Suramericana de Seguros se expande por todo el territorio colombiano.

1947 | Primera filial

Nace Suramericana de Seguros de Vida (Seguros de Vida Suramericana), para la gestión de seguros de vida, accidentes, incapacidades, enfermedades y rentas vitalicias.

1970 – 1980

1973 | Nuestra sede emblemática

Suramericana de Seguros inaugura su sede actual en el sector conocido como Otrabanda, ubicado en el centro occidente de Medellín.

1974 | Reconocimiento a nuestra labor

- Suramericana de Seguros recibe de la Asamblea de Antioquia la condecoración Estrella de Antioquia, por su prestigio y aceptación.
- Compromiso cultural. Ratificando su vocación cultural, Suramericana de Seguros entrega a Medellín la escultura La Vida, Tentación del hombre infinito, del maestro Rodrigo Arenas.

1970 – 1980

1990 | Participación en salud prepagada

Nace SUSALUD (hoy EPS SURA) como una empresa de medicina prepagada.

1994 | Dinámica IPS

Nace la Compañía especializada en ayudas diagnósticas y laboratorio clínico, con una participación accionaria de Suramericana del 50%. La participación actual es del 100%.

1995 | Compromiso con el POS

- SUSALUD se convierte en Empresa Promotora de Salud —EPS—, ofreciendo los servicios del Plan Obligatorio de Salud —POS— y planes complementarios de salud.
- Nace SURATEP (hoy ARL SURA), administradora de los riesgos asociados con accidentes de trabajo y enfermedad profesional.

1997 | Presencia en Panamá

- Suramericana de Seguros incursiona en el ámbito internacional, convirtiéndose en el accionista mayoritario de Interoceánica (Hoy Seguros Suramericana Panamá), con el 51% de participación. En la actualidad posee el 94%.
- Matriz de Inversiones. Nace Suramericana de Inversiones (hoy GRUPO SURA), producto de una escisión patrimonial de Suramericana de Seguros, como estrategia para independizar el negocio de seguros del portafolio de inversiones.

1999 | Matriz Seguros /

Nace Inversura (hoy Suramericana S.A.), holding creada para agrupar las inversiones en seguros y seguridad social.

2000 – 2010

2001 | Nuevo socio internacional Munich Re

Munich Re, la compañía líder en el mercado reasegurador mundial, adquiere una participación accionaria de Inversura del 19.50%. En la actualidad, participa con el 18.9%.

2006 | Nacimiento de las Unidades de Servicios Compartidos

- Las áreas administrativa, financiera, de riesgos, control y de desarrollo organizacional de Suramericana y sus filiales, se integran como Unidades de Servicios Compartidos para apoyar los negocios de seguros y seguridad social, y extender sus servicios a otras compañías de Grupo de Inversiones Suramericana.

- Nace Enlace Operativo, compañía dedicada a la prestación y ejecución de servicios de procesamiento de información en materia de seguridad social, laboral, tributaria, contable y administrativa.

2007 | Se adquiere la Compañía Agrícola de Seguros

Se incorpora el ramo de Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito – SOAT–, el canal Promotoras, y se obtiene participación en el Eje Cafetero colombiano.

2008 | Canal Retail

- Se retoma el canal de distribución en grandes superficies con una alianza entre Suramericana y Almacenes Éxito para dar acceso a los seguros de manera fácil y económica a poblaciones con bajo poder adquisitivo.
- Autos SURA Panamá. Interoceánica implementa el concepto Autos SURA, de probado éxito en Colombia, permitiendo una diferenciación en esta línea de negocios frente al mercado asegurador panameño.

2009 | Nueva marca e imagen Sura

Suramericana y sus compañías filiales lanzan su nueva marca e imagen corporativa, un concepto innovador e integrador de cara al mercado. Nace la marca comercial SURA, que aplica para todos los negocios. Interoceánica de Seguros adopta el nombre de Seguros SURA Panamá.

2010 | Adhesión al Pacto Global. Suramericana

- Suramericana, comprometida con la gestión ética, se adhiere al Pacto Global de Naciones Unidas.
- Calificación Moody's. En el mes de noviembre, la calificadora internacional Moody's otorga a **Seguros de Vida Suramericana y Seguros Generales Suramericana** la calificación en Grado de Inversión Internacional Baa3 por su fortaleza financiera. Esta nota, que está por encima de la nota de Colombia, se otorga por primera vez a una aseguradora de origen nacional.

2010 – Hoy

2011 | Internacionalización

Suramericana continúa con la estrategia de internacionalización del negocio de seguros con la adquisición de Proseguros (República Dominicana).

2012 | Cambio de marca

Proseguros cambia su nombre a Seguros SURA República Dominicana.

ASESUISA. Suramericana adquiere acciones de ASESUISA (El Salvador).

2013 | ARL Sura

La Aseguradora de Riesgos Profesionales –ARP SURA–, cambia su denominación a Aseguradora de Riesgos Laborales Suramericana S.A. –ARL SURA–.

Principios

Estamos comprometidos

- Conscientes de la responsabilidad que tenemos con nuestros grupos de interés, en Suramericana estamos comprometidos con:
- Liderar una política empresarial seria, guiada por principios que aporten al desarrollo económico y social bajo un estricto respeto por la ley.
- Fortalecer el Gobierno Corporativo, ajustar y difundir nuestros códigos de Buen Gobierno y de Ética.
- Revisar y adecuar nuestro Sistema de Control Interno, siguiendo los lineamientos que le sean aplicables.
- El gobierno corporativo comprende, entre otros:
- Los derechos de los accionistas, las comunicaciones hacia ellos, el funcionamiento de la Asamblea, y los principios de equidad e igualdad que imperan en las decisiones que se toman.
- El funcionamiento de los órganos de administración y control en la Sociedad, su rol y responsabilidad.
- La filosofía para el manejo de las relaciones con los principales grupos de personas interesadas en el bienestar de la Sociedad.
- Las normas que sigue la Sociedad para la administración de los conflictos de interés.
- Las normas de conducta que deben observar los funcionarios y las personas relacionadas con la Sociedad, en los negocios y en su comportamiento personal.
- El Código de Ética de la Sociedad y la regulación del Comité y la Línea Ética.

Principios claros para un excelente comportamiento

Para Suramericana y sus filiales la actuación ética es una premisa que rige la manera de establecer relaciones con los grupos de interés, y se ve reflejada en la actitud de nuestros colaboradores, quienes hacen de los principios un fundamento de trabajo que trasciende las estrategias corporativas.

Nuestros principios son:

- Ser consecuentes entre el decir y el hacer, actuar con claridad y rectitud, sin ocultar información, respetando la confidencialidad. Crear relaciones sin segundas intenciones. Vivir el día a día con honestidad y ética.
- Reconocer al otro y aceptarlo tal como es, teniendo en cuenta sus puntos de vista y opiniones, considerando sus derechos, sentimientos y necesidades.
- Cumplir con nuestros compromisos y nuestras palabras, haciéndonos cargo de nuestras acciones y sus consecuencias, velando por el bien de las compañías y de la sociedad.
- Tratar con igualdad y justicia a todas las personas, independientemente de sus condiciones sociales, económicas, raciales, sexuales y de género. Es actuar en función del bien común.

Direccionamiento estratégico

Basados en principios éticos, generamos valor para nuestros accionistas, clientes y demás grupos de interés, mediante el relacionamiento de largo plazo.

Fomentamos un pensamiento innovador que nos permite identificar nuevas soluciones y canales para gestionar los riesgos de manera integral y efectiva.

Así contribuimos a que nuestros clientes mejoren su calidad de vida, mientras trabajamos de manera continua por alcanzar altos estándares internacionales, que garanticen la sostenibilidad económica, social y ambiental. Esto lo hacemos porque contamos con una verdadera ventaja competitiva: nuestro talento humano.

Gonzalo Alberto Pérez Rojas, Presidente Suramericana S.A.

Estrategia de negocio

- Relanzamiento de largo plazo

Relaciones que generen ventajas competitivas

- Creación de valor

Aumentar y diferenciar las soluciones SURA

- Crecimiento

Aumentar la oferta de seguros

- Eficiencia operativa

Modelo operativo ágil

2.3.2. Somos Sura

Somos Sura es la nueva Intranet de la compañía Suramericana, cuyo lanzamiento en el ámbito nacional se llevó a cabo el 25 de febrero de 2015, tras un proceso de construcción de más de 3 años. Esta herramienta está desarrollada en la plataforma Sharepoint, lo que le otorga nuevas funcionalidades y características beneficiosas frente a la Intranet anterior, entre otras encontramos: amplia cobertura, nuevas redes internas de trabajo por negocio o especialidad y construcción de gestión de conocimiento colaborativo.

Esta Intranet nace como una herramienta para gestionar contenidos, como un repositorio de información corporativa, concebida desde el área de Gestión del Conocimiento, que pertenece a la Gerencia Bien Humano de la compañía. En una primera instancia su propósito fue reunir, categorizar, centralizar el conocimiento de los empleados de Sura, con el ánimo que con la partida de algún empleado no se quedaran los procesos sin información importante.

En el camino se involucra el área de comunicaciones, con la intención de generarles un espacio importante (centro de noticias) para mantener informados a los colaboradores en todas las regionales en que opera la compañía.

Somos Sura está estructurada bajo tres pilares: Nuestro Negocio, Nuestra Gente y Comunidades. De igual manera, por compañía: ARL, Seguros, EPS, IPS, entre otras.

Actualmente se está realizando un proceso de migración del contenido, sitios, micrositiros y comunidades de la anterior plataforma a la actual, a su vez se reciben nuevos proyectos de personas que quieren contar con un espacio en la Intranet.

Está conformada por un equipo de trabajo, así: 2 Líderes de Sura, 1 ingeniero, un diseñador y una comunicadora.

2.4. Marco legal

Ley 1341 de 2009

(Julio 30)

Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia

Decreta:

TITULO. I

DISPOSICIONES GENERALES

CAPITULO. I

Principios generales

Artículo 1°. Objeto. La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

Parágrafo. El servicio de televisión y el servicio postal continuarán rigiéndose por las normas especiales pertinentes, con las excepciones específicas que contenga la presente ley.

Sin perjuicio de la aplicación de los principios generales del derecho.

Artículo 2°. Principios orientadores. La investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, para contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades, a todos los habitantes del territorio nacional.

Son principios orientadores de la presente ley:

1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad.

2. Libre competencia. El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el Estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de otros y propiciará la sana competencia.

3. Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos. El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura. Para tal efecto, dentro del ámbito de sus competencias, las entidades del orden nacional y territorial están obligadas a adoptar todas las medidas que sean necesarias para facilitar y garantizar el desarrollo de la infraestructura requerida, estableciendo las garantías y medidas necesarias que contribuyan en la prevención, cuidado y conservación para que no se deteriore el patrimonio público y el interés general.

4. Protección de los derechos de los usuarios. El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Hábeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los

proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones.

5. Promoción de la Inversión. Todos los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones tendrán igualdad de oportunidades para acceder al uso del espectro y contribuirán al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

6. Neutralidad Tecnológica. El Estado garantizará la libre adopción de tecnologías, teniendo en cuenta recomendaciones, conceptos y normativas de los organismos internacionales competentes e idóneos en la materia, que permitan fomentar la eficiente prestación de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y garantizar la libre y leal competencia, y que su adopción sea armónica con el desarrollo ambiental sostenible.

7. El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC. En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente el Estado establecerá programas para que la población de los estratos desarrollará programas para que la población de los estratos menos favorecidos y la población rural tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral.

8. Masificación del Gobierno en Línea. Con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones. El Gobierno Nacional fijará los mecanismos y condiciones para garantizar el desarrollo de este principio. Y en la reglamentación correspondiente establecerá los plazos, términos y prescripciones, no solamente para la instalación de las infraestructuras indicadas y necesarias, sino también para mantener actualizadas y con la información completa los medios y los instrumentos tecnológicos.

Artículo 3°. Sociedad de la información y del conocimiento. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

Artículo 4°. Intervención del Estado en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En desarrollo de los principios de intervención contenidos en la Constitución Política, el Estado intervendrá en el sector las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para lograr los siguientes fines:

1. Proteger los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios.
2. Promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal.
3. Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la masificación del Gobierno en Línea.
4. Promover la oferta de mayores capacidades en la conexión, transporte y condiciones de seguridad del servicio al usuario final, incentivando acciones de prevención de fraudes en la red.
5. Promover y garantizar la libre y leal competencia y evitar el abuso de la posición dominante y las prácticas restrictivas de la competencia.
6. Garantizar el despliegue y el uso eficiente de la infraestructura y la igualdad de oportunidades en el acceso a los recursos escasos, se buscará la expansión, y cobertura para zonas de difícil acceso, en especial beneficiando a poblaciones vulnerables.
7. Garantizar el uso adecuado del espectro radioeléctrico, así como la reorganización del mismo, respetando el principio de protección a la inversión, asociada al uso del espectro. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones responderán jurídica y económicamente por los daños causados a las infraestructuras.
8. Promover la ampliación de la cobertura del servicio.
9. Garantizar la interconexión y la interoperabilidad de las redes de telecomunicaciones, así como el acceso a los elementos de las redes e instalaciones

esenciales de telecomunicaciones necesarios para promover la provisión y comercialización de servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

10. Imponer a los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones obligaciones de provisión de los servicios y uso de su infraestructura, por razones de defensa nacional, atención y prevención de situaciones de emergencia y seguridad pública.

11. Promover la seguridad informática y de redes para desarrollar las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

12. Incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones para contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

13. Propender por la construcción, operación y mantenimiento de infraestructuras de las tecnologías de la información y las comunicaciones por la protección del medio ambiente y la salud pública.

Parágrafo. El Gobierno Nacional reglamentará lo pertinente al cumplimiento de los anteriores fines, teniendo en cuenta las necesidades de la población y el avance de las tecnologías de la información y las comunicaciones, así como el estado de desarrollo de la Sociedad de la información en el país, para lo cual, se tendrá en cuenta la participación de todos los actores del proceso, en especial a los usuarios. Se exceptúa de la aplicación de los numerales 4 y 9 de este artículo el servicio de radiodifusión sonora.

NOTA: Parágrafo declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-570 de 2010, siempre que se entienda, que la facultad atribuida al Gobierno Nacional para reglamentar lo pertinente al cumplimiento de los fines de intervención en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, no se extiende al Servicio Público de Televisión, por estar radicada dicha facultad reglamentaria, por expreso mandato constitucional, en la Comisión Nacional de televisión.

Artículo 5°. Las entidades del orden nacional y territorial y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC. Las entidades del orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para tal efecto, dichas autoridades incentivarán el desarrollo de infraestructura, contenidos y aplicaciones, así

como la ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que beneficien a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país.

Parágrafo 1°. Las entidades de orden nacional y territorial incrementarán los servicios prestados a los ciudadanos a través del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Gobierno reglamentará las condiciones en que se garantizará el acceso a la información en línea, de manera abierta, ininterrumpida y actualizada, para adelantar trámites frente a entidades públicas, inclusive en el desarrollo de procesos de contratación y el ejercicio del derecho al voto.

Artículo 6°. Definición de TIC. Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones junto con la CRC, deberán expedir el glosario de definiciones acordes con los postulados de la UIT y otros organismos internacionales con los cuales sea Colombia firmante de protocolos referidos a estas materias.

Artículo 7°. Criterios de interpretación de la ley. Esta ley se interpretará en la forma que mejor garantice el desarrollo de los principios orientadores establecidos en la misma, con énfasis en la promoción y garantía de libre y leal competencia y la protección de los derechos de los usuarios.

Artículo 8°. Las telecomunicaciones en casos de emergencia, conmoción o calamidad y prevención para dichos eventos. En casos de atención de emergencia, conmoción interna y externa, desastres, o calamidad pública, los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán poner a disposición de las autoridades de manera gratuita y oportuna, las redes y servicios y darán prelación a dichas autoridades en la transmisión de las comunicaciones que aquellas requieran. En cualquier caso se dará prelación absoluta a las transmisiones relacionadas con la protección de la vida humana. Igualmente darán prelación a las autoridades en la transmisión de comunicaciones gratuitas y oportunas para efectos de prevención de desastres, cuando aquellas se consideren indispensables.

Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán suministrar a las autoridades competentes, sin costo alguno, la información disponible de identificación y de localización del usuario que la entidad solicitante considere útil y relevante para garantizar la atención eficiente en los eventos descritos en el presente artículo.

Parágrafo 1°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010

Parágrafo 2°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010

Parágrafo 3°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010

Artículo 9°. El sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones está compuesto por industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuyos productos recogen, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente.

Para las industrias manufactureras, los productos deben estar diseñados para cumplir la función de tratamiento de la información y la comunicación, incluidas la transmisión y la presentación, y deben utilizar el procesamiento electrónico para detectar, medir y/o registrar fenómenos físicos o para controlar un proceso físico.

Para las industrias de servicios, los productos de esta industria deben estar diseñados para permitir la función de tratamiento de la información y la comunicación por medios electrónicos, sin afectar negativamente el medio ambiente.

TITULO. II

PROVISION DE LAS REDES Y SERVICIOS Y ACCESO A RECURSOS ESCASOS

Artículo 10. Habilitación general. Reglamentado por el Decreto Nacional 542 de 2014. A partir de la vigencia de la presente ley, la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, que es un servicio público bajo la titularidad del Estado, se habilita de manera general, y causará una contraprestación periódica a favor del Fondo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Esta habilitación comprende, a su vez, la autorización para la instalación, ampliación, modificación, operación y explotación de redes de telecomunicaciones, se suministren o no al público. La habilitación a que hace referencia el presente artículo no incluye el derecho al uso del espectro radioeléctrico.

Ver el Decreto Nacional 4948 de 2009

Artículo 11. Acceso al uso del espectro radioeléctrico. Reglamentado por el Decreto Nacional 4392 de 2010 El uso del espectro radioeléctrico requiere permiso previo, expreso y otorgado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El permiso de uso del espectro respetará la neutralidad en la tecnología siempre y cuando esté coordinado con las políticas del Ministerio de Comunicaciones, no generen interferencias sobre otros servicios, sean compatibles con las tendencias internacionales del mercado, no afecten la seguridad nacional, y contribuyan al

desarrollo sostenible. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones adelantará mecanismos de selección objetiva, previa convocatoria pública, para el otorgamiento del permiso para el uso del espectro radioeléctrico y exigirá las garantías correspondientes. En aquellos casos, en los que el nivel de ocupación de la banda y la suficiencia del recurso lo permitan, así como cuando prime la continuidad del servicio o la ampliación de la cobertura, el Ministerio podrá otorgar los permisos de uso del espectro de manera directa. Expresiones subrayadas declaradas INEXEQUIBLES por la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-403 de 2010, Texto en cursiva declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-403 de 2010, en el entendido de que la posibilidad de asignación directa de la banda sólo podrá extenderse por el término estrictamente necesario para que la administración convoque un proceso de selección objetiva

En la asignación de las frecuencias necesarias para la defensa y seguridad nacional, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá en cuenta las necesidades de los organismos de seguridad del Estado. El trámite, resultado e información relativa a la asignación de este tipo de frecuencias tiene carácter reservado. El Gobierno Nacional podrá establecer bandas de frecuencias de uso libre de acuerdo con las recomendaciones de la UIT, y bandas exentas del pago de contraprestaciones entre otras para Programas Sociales del Estado.

Parágrafo 1°. Para efectos de la aplicación de presente artículo, se debe entender que la neutralidad tecnológica implica la libertad que tienen los proveedores de redes y servicios de usar las tecnologías para la prestación de todos los servicios sin restricción distinta a las posibles interferencias perjudiciales y el uso eficiente de los recursos escasos.

Parágrafo 2°. Los permisos para el uso del espectro radioeléctrico podrán ser cedidos, previa autorización del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en los términos que este determine sin desmejora de los requisitos, calidad y garantías del uso, acceso y beneficio común del espectro.

Artículo 12. Plazo y renovación de los permisos para el uso del espectro radioeléctrico. Reglamentado por el Decreto Nacional 2044 de 2013. El permiso para el uso del espectro radioeléctrico tendrá un plazo definido inicial hasta de diez (10) años, el cual podrá renovarse a solicitud de parte por períodos iguales al plazo inicial. Por razones de interés público, o cuando resulte indispensable el reordenamiento nacional del espectro radioeléctrico, o para dar cumplimiento a las atribuciones y disposiciones internacionales de frecuencias, el plazo de renovación podrá ser inferior al plazo inicial.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, establecerá las condiciones de la renovación, que tenga en cuenta el uso eficiente que se ha hecho del

recurso, el cumplimiento de los planes de expansión, la cobertura de redes y servicios y la disponibilidad del recurso, teniendo en cuenta los principios del artículo 75 de la Constitución Política.

La renovación de los permisos de uso del espectro radioeléctrico incluirá condiciones razonables y no discriminatorias que sean compatibles con el desarrollo tecnológico futuro del país, la continuidad del servicio y los incentivos adecuados para la inversión.

La renovación no podrá ser gratuita, ni automática. El interesado deberá manifestar en forma expresa su intención de renovar el permiso con tres (3) meses de antelación a su vencimiento, en caso contrario, se entenderá como no renovado.

Artículo 13. Contraprestación económica por la utilización del espectro radioeléctrico. Reglamentado por el Decreto Nacional 542 de 2014. La utilización del espectro radioeléctrico por los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones dará lugar a una contraprestación económica a favor del Fondo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El importe de esta contraprestación será fijado mediante resolución por el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con fundamento, entre otros, en los siguientes aspectos: ancho de banda asignado, número de usuarios potenciales, disponibilidad del servicio, planes de expansión y cobertura, demanda por el espectro y su disponibilidad y cualquier otro parámetro técnico que sirva como indicador del precio que debe recibir el Estado por la utilización del espectro radioeléctrico.

La contraprestación económica de que trata este artículo deberá pagarse por el respectivo proveedor de redes o servicio de telecomunicaciones con ocasión del otorgamiento o renovación del permiso para la utilización del espectro radioeléctrico.

Ver el Decreto Nacional 1161 de 2010

Artículo 14. Inhabilidades para acceder a los permisos para el uso del espectro radioeléctrico. No podrán obtener permisos para el uso del espectro radioeléctrico:

1. Aquellos a quienes se les haya declarado la caducidad del contrato de concesión para prestar cualquier servicio de telecomunicaciones.
2. Aquellos a quienes por cualquier causal se les haya cancelado la licencia para prestar servicios o actividades de telecomunicaciones, así como el permiso para hacer uso del espectro radioeléctrico.
3. Aquellas personas naturales que hayan sido representantes legales, miembros de juntas o consejos directivos y socios de personas jurídicas a quienes se les haya declarado la caducidad del contrato de concesión para prestar cualquier servicio de

telecomunicaciones y/o cancelado la licencia para prestar servicios o actividades de telecomunicaciones, así como el permiso para hacer uso del espectro radioeléctrico.

4. Aquellas personas que hayan sido condenadas a penas privativas de la libertad, salvo cuando se trate de delitos políticos o culposos.

5. Aquellas personas naturales o jurídicas, sus representantes legales, miembros de juntas o Consejos Directivos y socios, que no se encuentren al día con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones o el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, por concepto de sus obligaciones.

Parágrafo. Las inhabilidades a que hacen referencia los numerales 1, 2 y 3 del presente artículo, se extenderán por el término de cinco (5) años, contados a partir de la ejecutoria del acto administrativo que declaró la caducidad del contrato, la cancelación de la licencia, o del permiso. En todo caso con razones y cargos previamente justificados y sin violación del debido proceso y el derecho de defensa.

Artículo 15. Registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones. Creación del registro de TIC. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones llevará el registro de la información relevante de redes, habilitaciones, autorizaciones y permisos conforme determine el reglamento. Deben inscribirse y quedar incorporados en el Registro los proveedores de redes y servicios, los titulares de permisos para el uso de recursos escasos, indicando sus socios; que deberán cumplir con esta obligación incluyendo y actualizando la información periódicamente.

En el caso de las sociedades anónimas sólo se indicará su representante legal y los miembros de su junta directiva. Este registro será público y en línea, sin perjuicio de las reservas de orden constitucional y legal.

Con el registro de que aquí se trata, se entenderá formalmente surtida la habilitación a que se refiere el artículo 10 de la presente ley.

La no inscripción en el registro acarrea las sanciones a que haya lugar.

Parágrafo 1°. Todos los proveedores y titulares deberán inscribirse en el registro dentro de los noventa (90) días hábiles a partir de la vigencia de la reglamentación que sea expedida, sin perjuicio del cumplimiento de sus obligaciones en su calidad de proveedores y titulares, en particular del pago de contraprestaciones.

En todo caso los nuevos proveedores y titulares deberán inscribirse de forma previa al inicio de operaciones.

Parágrafo 2°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, creará un sistema de información integral, con los datos, variables e indicadores

relevantes, sobre el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, que facilite la fijación de metas, estrategias, programas y proyectos para su desarrollo.

Ver el Decreto Nacional 4948 de 2009

TITULO. III

ORGANIZACION INSTITUCIONAL

CAPITULO. I

Definición de política, regulación, vigilancia y control de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones

Artículo 16. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Ministerio de Comunicaciones se denominará en adelante Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 17. Objetivos del Ministerio. Los objetivos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

1. Diseñar, formular, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, en correspondencia con la Constitución Política y la ley, con el fin de contribuir al desarrollo económico, social y político de la Nación, y elevar el bienestar de los colombianos.
2. Promover el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones entre los ciudadanos, las empresas, el Gobierno y demás instancias nacionales como soporte del desarrollo social, económico y político de la Nación.
3. Impulsar el desarrollo y fortalecimiento del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promover la investigación e innovación buscando su competitividad y avance tecnológico conforme al entorno nacional e internacional.
4. Definir la política y ejercer la gestión, planeación y administración del espectro radioeléctrico y de los servicios postales y relacionados, con excepción de lo dispuesto en artículo 76 de la Constitución Política.

Artículo 18. Funciones del Ministerio de Comunicaciones. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá, además de las funciones que determinan la Constitución Política, y la Ley 489 de 1998, las siguientes:

1. Diseñar, adoptar y promover las políticas, planes, programas y proyectos del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

2. Definir, adoptar y promover las políticas, planes y programas tendientes a incrementar y facilitar el acceso de todos los habitantes del territorio nacional, a las tecnologías de la información y las comunicaciones y a sus beneficios, para lo cual debe:

a). Diseñar, formular y proponer políticas, planes y programas que garanticen el acceso y la implantación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el fin de fomentar su uso como soporte del crecimiento y aumento de la competitividad del país en los distintos sectores;

b). Formular políticas, planes y programas que garanticen a través del uso de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones: el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad, el acceso a mercados para el sector productivo, y el acceso equitativo a oportunidades de educación, trabajo, salud, justicia, cultura y recreación, entre otras;

c). Apoyar al Estado en el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para facilitar y optimizar la gestión de los organismos gubernamentales y la contratación administrativa transparente y eficiente, y prestar mejores servicios a los ciudadanos;

d). Apoyar al Estado en la formulación de los lineamientos generales para la difusión de la información que generen los Ministerios, Departamentos Administrativos y Establecimientos Públicos y efectuar las recomendaciones que considere indicadas para lograr que esta sea en forma ágil y oportuna;

e). Planear, formular, estructurar, dirigir, controlar y hacer el seguimiento a los programas y proyectos del Ministerio;

f). Diseñar y desarrollar estrategias masivas que expliquen a los ciudadanos las utilidades y potencialidades de las TIC.

3. Promover el establecimiento de una cultura de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el país, a través de programas y proyectos que favorezcan la apropiación y masificación de las tecnologías, como instrumentos que facilitan el bienestar y el desarrollo personal y social.

4. Coordinar con los actores involucrados, el avance de los ejes verticales y transversales de las TIC, y el plan nacional correspondiente, brindando apoyo y asesoría a nivel territorial.

5. Gestionar la cooperación internacional en apoyo al desarrollo del sector de las TIC en Colombia.

6. Derogado por el art. 8, Decreto Nacional 4169 de 2011. Planear, asignar, gestionar y controlar el espectro radioeléctrico con excepción de la intervención en el servicio de que trata el artículo 76 de la Constitución Política, con el fin de fomentar la competencia, el pluralismo informativo, el acceso no discriminatorio y evitar prácticas monopolísticas.

7. Derogado por el art. 8, Decreto Nacional 4169 de 2011. Establecer y mantener actualizado el Cuadro Nacional de Atribución de todas las Frecuencias de Colombia con base en las necesidades del país, del interés público y en las nuevas atribuciones que se acuerden en las Conferencias Mundiales de Radiocomunicaciones de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, así como los planes técnicos de radiodifusión sonora.

8. Administrar el régimen de contraprestaciones y otras actuaciones administrativas que comporten el pago de derechos, mediante el desarrollo de las operaciones de liquidación, cobro y recaudo, de conformidad con la legislación vigente.

9. Ejercer la representación internacional de Colombia en el campo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, especialmente ante los organismos internacionales del sector, en coordinación con el Ministerio de Relaciones Exteriores y bajo la dirección del Presidente de la República.

10. Ejecutar los tratados y convenios sobre tecnologías de la información y las comunicaciones ratificados por el país, especialmente en los temas relacionados con el espectro radioeléctrico y los servicios postales.

11. Regir en correspondencia con la ley las funciones de vigilancia y control en el sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

12. Vigilar el pleno ejercicio de los derechos de información y de la comunicación, así como el cumplimiento de la responsabilidad social de los medios de comunicación, los cuales deberán contribuir al desarrollo social, económico, cultural y político del país y de los distintos grupos sociales que conforman la nación colombiana, sin perjuicio de las competencias de que trata el artículo 76 de la Constitución Política.

13. Evaluar la penetración, uso y comportamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el entorno socioeconómico nacional, así como su incidencia en los planes y programas que implemente o apoye.

14. Propender por la utilización de las TIC para mejorar la competitividad del país.

15. Promover, en coordinación con las entidades competentes, la regulación del trabajo virtual remunerado, como alternativa de empleo para las empresas y oportunidad de generación de ingresos de los ciudadanos, de todos los estratos sociales.

16. Procurar ofrecer una moderna infraestructura de conectividad y de comunicaciones, en apoyo para los centros de producción de pensamiento, así como el acompañamiento de expertos, en la utilización de las TIC, capaces de dirigir y orientar su aplicación de manera estratégica.

17. Levantar y mantener actualizado, el registro de todas las iniciativas de TIC a nivel nacional, las cuales podrán ser consultadas virtualmente.

18. Formular y ejecutar políticas de divulgación y promoción permanente de los servicios y programas del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promoviendo el uso y beneficio social de las comunicaciones y el acceso al conocimiento, para todos los habitantes del territorio nacional.

19. Preparar y expedir los actos administrativos, para los fines que se relacionan a continuación:

a). Ejercer la intervención del Estado en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones, dentro de los límites y con las finalidades previstas por la ley, con excepción de lo dispuesto por el artículo 76 de la Constitución Política;

b). Establecer condiciones generales de operación y explotación comercial de redes y servicios que soportan las tecnologías de la información y las comunicaciones y que no se encuentren asignados por la ley a otros entes.

c). Expedir de acuerdo con la ley, los reglamentos, condiciones y requisitos para el otorgamiento de licencias, permisos y registros para el uso o explotación de los derechos del Estado sobre el espectro radioeléctrico y los servicios del sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

d). Expedir y administrar las contraprestaciones que le corresponden por ley.

20. Fijar las políticas de administración, mantenimiento y desarrollo del nombre de dominio de Internet bajo el código del país correspondiente a Colombia -.co-.

21. Reglamentar la participación, el control social, las funciones y el financiamiento de las actividades de los vocales de control social de los proveedores de redes y servicios de comunicaciones de que trata esta ley.

22. Las demás que le sean asignadas en la ley.

Artículo 19. Creación, naturaleza y objeto de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (CRT), de que trata la Ley 142 de 1994, se denominará Comisión de Regulación de Comunicaciones

(CRC), Unidad Administrativa Especial, con independencia administrativa, técnica y patrimonial, sin personería jurídica adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones; con el fin que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad.

Para estos efectos la Comisión de Regulación de Comunicaciones adoptará una regulación que incentive la construcción de un mercado competitivo que desarrolle los principios orientadores de la presente ley.

Ver el Decreto Nacional 089 de 2010

Artículo 20. Composición de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Para el cumplimiento de sus funciones, la Comisión de Regulación de Comunicaciones tendrá la siguiente composición:

El Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones quien la presidirá, el Director del Departamento Nacional de Planeación o el Subdirector como su delegado, y tres (3) comisionados de dedicación exclusiva, para períodos de tres (3) años, no sujetos a las disposiciones que regulan la carrera administrativa. Los comisionados serán designados por el Presidente de la República los cuales podrán ser: abogados, ingenieros electrónicos o de telecomunicaciones o economistas. En todo caso, al menos un comisionado deberá ser ingeniero.

Los comisionados deben ser ciudadanos colombianos mayores de 30 años, con título de pregrado y maestría o doctorado afines, y con experiencia mínima relacionada de ocho (8) años en el ejercicio profesional.

Uno de los comisionados, en forma rotatoria, ejercerá las funciones de Director Ejecutivo de acuerdo con el reglamento interno.

Parágrafo 1°. La Comisión no podrá sesionar sin la presencia del Ministro de Comunicaciones.

Parágrafo 2°. La CRC contará adicionalmente con una Coordinación Ejecutiva. La Dirección Ejecutiva y la Coordinación Ejecutiva, cumplirán sus funciones con el apoyo de grupos internos de trabajo, definidos en su reglamento interno.

Parágrafo 3°. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones procederá a revisar y a adoptar la estructura y la planta de personal de la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Artículo 21. Inhabilidades para ser comisionado. No podrán ser expertos comisionados:

1. Los miembros de juntas o consejos directivos, representantes legales, funcionarios o empleados en cargos de dirección y confianza de los proveedores de redes y servicios de comunicaciones, y quienes lo hayan sido dentro del año anterior a la fecha de designación.
2. Las personas naturales que tengan participación en proveedores de redes y servicios de comunicaciones o en sociedades que tengan vinculación económica con estos.
3. El cónyuge, compañera o compañero permanente, o quienes se hallen en el tercer grado de consaguinidad, segundo de afinidad o primero civil de cualquiera de las personas cobijadas por las causales previstas en los literales anteriores.
4. Los comisionados y funcionarios o empleados en cargos de dirección y confianza de la Comisión de Regulación de Comunicaciones no podrán, dentro del año siguiente a la dejación del cargo, ser accionistas o socios en un porcentaje superior al quince (15) por ciento de empresas proveedoras de redes y servicios de comunicaciones, ni ser miembros de juntas o consejos directivos, ni representantes legales, ni funcionarios o empleados en cargos de dirección y confianza de los proveedores de redes y servicios de comunicaciones.

Artículo 22. Funciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones. Son funciones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones las siguientes:

1. Establecer el régimen de regulación que maximice el bienestar social de los usuarios.
2. Promover y regular la libre competencia para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones, y prevenir conductas desleales y prácticas comerciales restrictivas, mediante regulaciones de carácter general o medidas particulares, pudiendo proponer reglas de comportamiento diferenciales según la posición de los proveedores, previamente se haya determinado la existencia de una falla en el mercado.
3. Expedir toda la regulación de carácter general y particular en las materias relacionadas con el régimen de competencia, los aspectos técnicos y económicos relacionados con la obligación de interconexión y el acceso y uso de instalaciones esenciales, recursos físicos y soportes lógicos necesarios para la interconexión; así como la remuneración por el acceso y uso de redes e infraestructura, precios mayoristas, las condiciones de facturación y recaudo; el régimen de acceso y uso de redes; los parámetros de calidad de los servicios; los criterios de eficiencia del sector y

la medición de indicadores sectoriales para avanzar en la sociedad de la información; y en materia de solución de controversias entre los proveedores de redes y servicios de comunicaciones.

4. Regular el acceso y uso de todas las redes y el acceso a los mercados de los servicios de telecomunicaciones, con excepción de las redes destinadas principalmente para servicios de televisión radiodifundida y radiodifusión sonora, hacia una regulación por mercados. Expresión subrayada declarado INEXEQUIBLE por la Corte Cosntitucional, mediante Sentencia C-403 de 2010, Numeral declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-403 de 2010

5. Definir las condiciones en las cuales podrán ser utilizadas infraestructuras y redes de otros servicios en la prestación de servicios de telecomunicaciones, bajo un esquema de costos eficientes.

Ver el art. 57, Ley 1450 de 2011

6. Definir las instalaciones esenciales.

7. Proponer al Gobierno Nacional la aprobación de planes y normas técnicas aplicables al sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, atendiendo el interés del país, según las normas y recomendaciones de organismos internacionales competentes y administrar dichos planes.

8. Determinar estándares y certificados de homologación internacional y nacional de equipos, terminales, bienes y otros elementos técnicos indispensables para el establecimiento de redes y la prestación de servicios de telecomunicaciones aceptables en el país, así como señalar las entidades o laboratorios nacionales autorizados para homologar bienes de esta naturaleza.

9. Resolver las controversias, en el marco de sus competencias, que se susciten entre los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones. Ningún acuerdo entre proveedores podrá menoscabar, limitar o afectar la facultad de intervención regulatoria, y de solución de controversias de la Comisión de Regulación de Comunicaciones, así como el principio de la libre competencia.

10. Imponer de oficio o a solicitud de parte, las servidumbres de acceso, uso e interconexión y las condiciones de acceso y uso de instalaciones esenciales, recursos físicos y soportes lógicos necesarios para la interconexión, y señalar la parte responsable de cancelar los costos correspondientes, así como fijar de oficio o a solicitud de parte las condiciones de acceso, uso e interconexión. Así mismo, determinar la interoperabilidad de plataformas y el interfuncionamiento de los servicios y/o aplicaciones.

11. Señalar las condiciones de oferta mayorista y la provisión de elementos de red desagregados, teniendo en cuenta los lineamientos de política del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, garantizando la remuneración de los costos eficientes de la infraestructura y los incentivos adecuados a la inversión, así como el desarrollo de un régimen eficiente de comercialización de redes y servicios de telecomunicación.

12. Regular y administrar los recursos de identificación utilizados en la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y cualquier otro recurso que actualmente o en el futuro identifique redes y usuarios.

13. Administrar el uso de los recursos de numeración, identificación de redes de telecomunicaciones y otros recursos escasos utilizados en las telecomunicaciones, diferentes al espectro radioeléctrico.

14. Definir por vía general la información que los proveedores deben proporcionar sin costo a sus usuarios o al público y, cuando no haya acuerdo entre el solicitante y el respectivo proveedor, señalar en concreto los valores que deban pagarse por concepto de información especial, todo ello sin perjuicio de la información calificada como reservada por la ley como privilegiada o estratégica.

15. Dictar su reglamento interno, así como las normas y procedimientos para el funcionamiento de la Comisión.

16. Administrar y disponer de su patrimonio de conformidad con las normas legales y reglamentarias aplicables y manejar los equipos y recursos que se le asignen, los que obtenga en el desempeño de sus funciones, y cualquier otro que le corresponda.

17. Emitir concepto sobre la legalidad de los contratos de los proveedores con los usuarios.

18. Resolver recursos de apelación contra actos de cualquier autoridad que se refieran a la construcción, instalación u operación de redes de telecomunicaciones.

NOTA: Numeral declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-570 de 2010, siempre que se entienda que la competencia atribuida a la CRC para resolver los recursos de apelación contra los actos que expida “cualquier autoridad” del sector de las telecomunicaciones, en ningún caso se extiende a los actos proferidos por la Comisión Nacional de Televisión, por tratarse de un organismo autónomo e independiente no sujeto al control de tutela administrativa.

19. Requerir para el cumplimiento de sus funciones información amplia, exacta, veraz y oportuna a los proveedores de redes y servicios de comunicaciones a los que esta ley se refiere. Aquellos que no proporcionen la información antes mencionada a la CRC,

podrán ser sujetos de imposición de multas diarias por parte de la CRC hasta por 250 salarios mínimos legales mensuales, por cada día en que incurran en esta conducta, según la gravedad de la falta y la reincidencia en su comisión.

20. Las demás atribuciones que le asigne la ley.

21. Adicionado por el art. 106, Ley 1453 de 2011

Artículo 23. Regulación de precios de los servicios de telecomunicaciones. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones podrán fijar libremente los precios al usuario. La Comisión de Regulación de Comunicaciones sólo podrá regular estos precios cuando no haya suficiente competencia, se presente una falla de mercado o cuando la calidad de los servicios ofrecidos no se ajuste a los niveles exigidos, lo anterior mediante el cumplimiento de los procedimientos establecidos por la presente ley.

Parágrafo. La CRC hará énfasis en la regulación de mercados mayoristas.

Artículo 24. Contribución a la CRC. Con el fin de recuperar los costos del servicio de las actividades de regulación que preste la Comisión de Regulación de Comunicaciones, todos los proveedores sometidos a la regulación de la Comisión, están sujetos al pago de una contribución anual hasta del uno por mil (0,1%), de sus ingresos brutos por la provisión de sus redes y servicios de telecomunicaciones, excluyendo terminales.

CAPITULO. II

Agencia Nacional del Espectro

Artículo 25. Creación, naturaleza y objeto de la agencia nacional del espectro. Créase la Agencia Nacional del Espectro –ANE– como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, sin personería jurídica, con autonomía técnica, administrativa y financiera.

El objeto de la Agencia Nacional del Espectro es brindar el soporte técnico para la gestión y la planeación, la vigilancia y control del espectro radioeléctrico, en coordinación con las diferentes autoridades que tengan funciones o actividades relacionadas con el mismo.

Artículo 26. Funciones de la Agencia Nacional del Espectro. La Agencia Nacional del Espectro tendrá, entre otras, las siguientes funciones:

1. Asesorar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el diseño y formulación de políticas, planes y programas relacionados con el espectro radioeléctrico.

2. Diseñar y formular políticas, planes y programas relacionados con la vigilancia y control del Espectro, en concordancia con las políticas nacionales y sectoriales y las propuestas por los organismos internacionales competentes, cuando sea del caso.
3. Estudiar y proponer, acorde con las tendencias del sector y las evoluciones tecnológicas, esquemas óptimos de vigilancia y control del espectro radioeléctrico, incluyendo los satelitales, con excepción a lo dispuesto en el artículo 76 de la Constitución Política y conforme a la normatividad vigente.
4. Ejercer la vigilancia y control del espectro radioeléctrico, con excepción de lo dispuesto en el artículo 76 de la Constitución Política.
5. Realizar la gestión técnica del espectro radioeléctrico.
6. Investigar e identificar las nuevas tendencias nacionales e internacionales en cuanto a la administración, vigilancia y control del espectro.
7. Estudiar y proponer los parámetros de valoración por el derecho al uso del espectro radioeléctrico y la estructura de contraprestaciones.
8. Notificar ante los organismos internacionales las interferencias detectadas por señales originadas en otros países, previa coordinación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
9. Apoyar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el establecimiento de estrategias para la participación en las diversas conferencias y grupos de estudio especializados de la Unión Internacional de Telecomunicaciones y otros organismos internacionales.
10. Adelantar las investigaciones a que haya lugar, por posibles infracciones al régimen del espectro definido por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones así como imponer las sanciones, con excepción de lo dispuesto en el artículo 76 de la Constitución Política.
11. Ordenar el cese de operaciones no autorizadas de redes, el decomiso provisional y definitivo de equipos y demás bienes utilizados para el efecto, y disponer su destino con arreglo a lo dispuesto en la ley, sin perjuicio de las competencias que tienen las autoridades Militares y de Policía para el decomiso de equipos.
12. Actualizar, mantener y garantizar la seguridad y confiabilidad de la información que se genere de los actos administrativos de su competencia.
13. Las demás que por su naturaleza le sean asignadas o le correspondan por ley.

Parágrafo 1°. La atribución y asignación de frecuencias del espectro radioeléctrico seguirá siendo potestad del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Parágrafo 2°. Para el ejercicio de las funciones de vigilancia y control, la Agencia Nacional del Espectro podrá contar con Estaciones Monitoras fijas y móviles para la medición de parámetros técnicos; la verificación de la ocupación del espectro radioeléctrico; y la realización de visitas técnicas a efectos de establecer el uso indebido o clandestino del espectro, en coordinación y con apoyo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 27. Órganos de Dirección de la Agencia Nacional del Espectro. La Agencia Nacional del Espectro contará con un Consejo Directivo, como instancia máxima para orientar sus acciones y hacer seguimiento al cumplimiento de sus fines. Dicho Consejo estará integrado por el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, quien lo presidirá, por el Viceministro, y por el Coordinador del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, o quien haga sus veces. Harán parte con voz pero sin voto, los Directores de la Agencia Nacional del Espectro y de la Dirección de Comunicaciones del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Consejo Directivo se reunirá ordinariamente seis (6) veces al año y extraordinariamente cuando lo cite su Presidente.

La Agencia Nacional del Espectro contará con un Director General quien representará legalmente a la misma. El Director General de la Agencia será a su vez el Secretario del Consejo Directivo.

El Consejo Directivo actuará como segunda instancia de las decisiones y actos administrativos proferidos por la Agencia Nacional del Espectro.

Artículo 28. Del Director de la Agencia Nacional del Espectro y sus funciones. La Agencia Nacional del Espectro estará representada, dirigida y administrada por un Director General, quien será nombrado por el Ministro de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, por un período de cuatro (4) años, reelegible por una vez. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará la materia.

El Director de la Agencia Nacional del Espectro debe ser ciudadano colombiano mayor de 30 años, con título de pregrado y maestría o doctorado afines, y con experiencia mínima relacionada de ocho (8) años en el ejercicio profesional.

El primer período del Director de la ANE, se extenderá hasta el 31 de octubre de 2010. A partir de esta fecha, se iniciará el período de 4 años al que hace referencia el presente artículo.

Son funciones del Director General de la Agencia Nacional del Espectro, las siguientes:

1. Adoptar todas las decisiones administrativas con el lleno de los requisitos establecidos en la ley, inherentes a sus funciones.
2. Administrar en forma eficaz y eficiente los recursos financieros, administrativos y de personal para el adecuado funcionamiento de la Agencia.
3. Con sujeción al presupuesto, y a las normas que rigen la materia, velar por la ejecución presupuestal y el recaudo y manejo de los recursos de la Agencia.
4. Nombrar y remover, así como aprobar las situaciones administrativas de los funcionarios adscritos a la planta de personal de la Agencia Nacional del Espectro, de conformidad con la normatividad jurídica vigente.
5. Presentar para aprobación al Consejo Directivo, el Manual Específico de Funciones y Requisitos de los empleos de la planta de personal de la Agencia y velar por su cumplimiento.
6. Crear los grupos internos de trabajo necesarios para atender las necesidades y funciones propias de la Agencia Nacional del Espectro, en concordancia con los lineamientos que el Gobierno Nacional estipule para la Función Pública.
7. Suscribir los informes de ley que soliciten autoridades competentes, sobre las funciones de la Agencia.
8. Garantizar el ejercicio del Control Interno y supervisar su efectividad y la observancia de sus recomendaciones, con sujeción a lo dispuesto en la Ley 87 de 1993, y aquellas normas que la modifiquen o deroguen.
9. Garantizar el ejercicio del Control Disciplinario con sujeción a lo dispuesto en la Ley 734 de 2002, y aquellas normas que la modifiquen o deroguen.
10. Fijar las políticas y procedimientos para la atención de peticiones, consultas, quejas, reclamos, sugerencias y recepción de información que los ciudadanos formulen en relación con la misión y desempeño de la Agencia.
11. Derogado por el art. 8, Decreto Nacional 4169 de 2011. Imponer las sanciones a que haya lugar por infracciones al régimen del espectro, con excepción de lo dispuesto en artículo 76 de la Constitución Política.
12. Notificar ante los organismos internacionales, previa coordinación con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las interferencias detectadas por señales originadas en otros países.

13. Asesorar y acompañar al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en las negociaciones internacionales, cuando se requiera.

14. Actualizar, mantener y garantizar la seguridad y confiabilidad de la información que se genere de los actos administrativos de su competencia.

15. Las demás que le sean asignadas inherentes a la naturaleza de la dependencia.

Artículo 29. Denominación de los actos. Derogado por el art. 8, Decreto Nacional 4169 de 2011. Las decisiones que se adopten o expidan por parte del Director General de la Agencia Nacional del Espectro, serán resoluciones de carácter particular.

Artículo 30. Funcionarios del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones trasladados a la Agencia Nacional del Espectro. Las normas que les serán aplicables a los actuales servidores públicos del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones que sean vinculados y/o trasladados a la Agencia Nacional del Espectro, serán las siguientes:

1. El tiempo de servicio de los empleados públicos que tengan una relación laboral con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, se computará para todos los efectos legales al ser vinculados y/o trasladados a la Agencia Nacional del Espectro y, por lo tanto, dicha relación se entenderá sin solución de continuidad respecto del tiempo laborado con anterioridad a la expedición de esta ley.

2. El cambio de vinculación y/o traslado a la Agencia Nacional del Espectro de funcionarios del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones no afectará el régimen salarial y prestacional vigente. De igual manera, los mismos funcionarios, que actualmente cuentan con el Plan Complementario de salud, seguirán gozando de este beneficio.

Los derechos de los trabajadores del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones serán plenamente respetados en los casos de fusión, transformación, reestructuración o traslado.

Artículo 31. Recursos de la Agencia Nacional del Espectro. Los recursos de la Agencia Nacional del Espectro estarán constituidos por:

1. Los recursos asignados por el Presupuesto Nacional.

2. Los bienes muebles e inmuebles que la Agencia adquiera a cualquier título y los que le sean transferidos o asignados por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

3. El producto de los empréstitos externos o internos que el Gobierno Nacional contrate para el desarrollo, la administración y manejo de la Agencia Nacional del Espectro.
4. Los recursos que reciba por cooperación técnica nacional e internacional del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para ser empleados por la Agencia y los que reciba del Gobierno Nacional.
5. Los recursos que el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones destine para el desarrollo de actividades relacionadas con el cumplimiento de las funciones asignadas a la Agencia Nacional del Espectro o proyectos que esta desarrolle.

Artículo 32. Manejo de los recursos de la Agencia Nacional del Espectro. Para manejar los recursos de la Agencia Nacional del Espectro, se podrán celebrar contratos de fiducia, con observancia de los requisitos legales que rigen esta contratación. En este caso, la fiduciaria manejará los recursos provenientes del presupuesto nacional y los demás que ingresen a la Agencia. El Director General de la Agencia coordinará el desarrollo y la ejecución del contrato de fiducia, a través del cual desarrollará las actuaciones que le sean propias.

Artículo 33. Adopción de la estructura y de la planta de personal de la Agencia Nacional del Espectro. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones procederá a adoptar la estructura y la planta de personal de la Agencia Nacional del Espectro, dentro de los seis meses a partir de la promulgación de la presente ley.

Parágrafo. Hasta tanto se adopte la estructura y la planta de personal de la Agencia Nacional del Espectro, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones cumplirá las funciones señaladas para dicho organismo en la presente ley.

TITULO. IV

PROMOCION AL ACCESO Y USO DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES

Artículo 34. Naturaleza y objeto del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Fondo de Comunicaciones de que trata el Decreto 129 de 1976, en adelante se denominará Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, como una Unidad Administrativa Especial del orden nacional, dotado de personería jurídica y patrimonio propio, adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El objeto del Fondo es financiar los planes, programas y proyectos para facilitar prioritariamente el acceso universal, y del servicio universal cuando haya lugar a ello, de todos los habitantes del territorio nacional a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como apoyar las actividades del Ministerio y la Agencia Nacional Espectro, y el mejoramiento de su capacidad administrativa, técnica y operativa para el cumplimiento de sus funciones.

Artículo 35. Funciones del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tendrá las siguientes funciones:

1. Financiar planes, programas y proyectos para promover prioritariamente el acceso universal, y del servicio universal cuando haya lugar a ello, a las Tecnologías de la información y las Comunicaciones en los segmentos de población de menores ingresos.
2. Financiar planes, programas y proyectos para promover la investigación, el desarrollo y la innovación de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones dando prioridad al desarrollo de contenidos.
3. Financiar planes, programas y proyectos para promover el acceso de los ciudadanos a servicios, contenidos y aplicaciones que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y para la masificación del Gobierno en Línea.
4. Financiar y establecer planes, programas y proyectos que permitan masificar el uso y apropiación de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
5. Apoyar económicamente las actividades del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y de la Agencia Nacional de Espectro, en el mejoramiento de su capacidad administrativa, técnica y operativa para el cumplimiento de sus funciones.
6. Financiar planes, programas y proyectos para promover el acceso de los ciudadanos con limitaciones físicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
7. Rendir informes técnicos y estadísticos en los temas de su competencia.
8. Realizar auditorías y estudios de impacto de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en las comunidades, para verificar la eficiencia en la utilización de los recursos asignados.

El Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones asignará los recursos para sus planes, programas y proyectos de manera competitiva y asegurando que se

apliquen criterios de costos eficientes, de modo que se cumpla con las metas establecidas en los planes de desarrollo.

Artículo 36. Contraprestación periódica a favor del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Reglamentado por el Decreto Nacional 542 de 2014. Todos los proveedores de redes y servicios de Telecomunicaciones pagarán la contraprestación periódica estipulada en el artículo 10 de la presente ley al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en igualdad de condiciones para el cumplimiento de sus fines.

El valor de la contraprestación a cargo de los proveedores, se fijará como un mismo porcentaje sobre sus ingresos brutos por concepto de la provisión de sus redes y servicios, excluyendo terminales.

Parágrafo. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará lo pertinente, previa la realización de un estudio, en un término máximo de seis (6) meses contados a partir de la promulgación de la presente ley.

Ver el Decreto Nacional 1161 de 2010, Ver el art. 58, Ley 1450 de 2011

Artículo 37. Otros recursos del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Además de lo señalado en el artículo anterior, son recursos del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones:

1. La contraprestación económica por la utilización del espectro radioeléctrico, así como de sus respectivas renovaciones, modificaciones y de otras actuaciones a cargo del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
2. Las multas y otras sanciones pecuniarias impuestas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la Agencia Nacional del Espectro a proveedores de redes y servicios de comunicaciones.
3. El monto de los intereses sobre obligaciones a su favor.
4. Los rendimientos financieros obtenidos como consecuencia de las inversiones realizadas con sus propios recursos, de conformidad con las disposiciones legales y reglamentarias sobre la materia.
5. Los demás ingresos que reciba a cualquier título, así como el producto o fruto de sus bienes.
6. Los que se destinen en el presupuesto nacional, los cuales deberán ser crecientes para garantizar el acceso universal, a las TIC.

7. Las sumas que perciba el Estado como consecuencia de la explotación directa o indirecta del ccTLD.co

8. Los demás que le asigne la ley.

Artículo 38. Masificación del uso de las TIC y cierre de la brecha digital. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, revisará, estudiará e implementará estrategias para la masificación de la conectividad, buscando sistemas que permitan llegar a las regiones más apartadas del país y que motiven a todos los ciudadanos a hacer uso de las TIC.

Parágrafo. Las autoridades territoriales implementarán los mecanismos a su alcance para gestionar recursos a nivel nacional e internacional, para apoyar la masificación de las TIC, en sus respectivas jurisdicciones.

Artículo 39. Articulación del plan de TIC. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones coordinará la articulación del Plan de TIC, con el Plan de Educación y los demás planes sectoriales, para facilitar la concatenación de las acciones, eficiencia en la utilización de los recursos y avanzar hacia los mismos objetivos.

Apoyará al Ministerio de Educación Nacional para:

1. Fomentar el emprendimiento en TIC, desde los establecimientos educativos, con alto contenido en innovación.
2. Poner en marcha un Sistema Nacional de alfabetización digital.
3. Capacitar en TIC a docentes de todos los niveles.
4. Incluir la cátedra de TIC en todo el sistema educativo, desde la infancia.
5. Ejercer mayor control en los cafés Internet para seguridad de los niños.

Artículo 40. Telesalud. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, apoyará el desarrollo de la Telesalud en Colombia, con recursos del Fondo de las TIC y llevando la conectividad a los sitios estratégicos para la prestación de servicios por esta modalidad, a los territorios apartados de Colombia.

TITULO. V

REGLAS DE SOLUCION DE CONTROVERSIAS EN MATERIA DE INTERCONEXION

Artículo 41. Aplicación. Las reglas de este capítulo se aplicarán a las actuaciones administrativas de solución de controversias, de fijación de condiciones de acceso, uso e interconexión, y de imposición de servidumbre de acceso, uso e interconexión

adelantados de oficio o a solicitud de parte ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones.

Artículo 42. Plazo de negociación directa. Los proveedores de servicios de telecomunicaciones contarán con un plazo de treinta (30) días calendario desde la fecha de la presentación de la solicitud con los requisitos exigidos en la regulación que sobre el particular expida la CRC, para llegar a un acuerdo directo.

Artículo 43. Solicitud de iniciación de trámite administrativo de solución de controversias, de imposición de servidumbre de acceso, uso e interconexión, y de fijación de condiciones de acceso, uso e interconexión. Vencido el plazo de la negociación directa al que hace referencia el artículo 42 de la presente ley, si no se ha logrado un acuerdo, el Director Ejecutivo de la CRC, previa solicitud de parte, iniciará el trámite administrativo para dirimir en la vía administrativa la controversia surgida.

El interesado deberá indicar en la solicitud escrita que presente ante la CRC, que no ha sido posible llegar a un acuerdo, señalando expresamente los puntos de divergencia, así como aquellos en los que haya acuerdo, y presentar la respectiva oferta final. Si alguna de las partes no presenta su oferta final en el plazo establecido, la CRC decidirá la controversia teniendo en cuenta únicamente la oferta de la parte que cumplió y lo previsto en la regulación, con lo cual se le da fin al trámite.

Artículo 44. Citaciones. El Director Ejecutivo de la CRC, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al recibo de la solicitud de que trata el artículo anterior, correrá traslado de la misma a la otra parte, quien dispondrá de cinco (5) días hábiles para formular sus observaciones, presentar y solicitar pruebas, y enviar su oferta final.

Artículo 45. Etapa de mediación. Presentadas las ofertas finales, el Director Ejecutivo de la CRC, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes fijará la fecha para la realización de la audiencia que dé inicio a la etapa de mediación, con el fin de que las partes solucionen sus diferencias.

De la audiencia se levantará el acta respectiva, en la cual se consignarán los acuerdos parciales o los nuevos puntos sobre los cuales se haya logrado acuerdo y sobre las divergencias que persistan. El acta en la cual consten los acuerdos logrados prestará mérito ejecutivo.

Si alguna de las partes no asiste y no puede justificar su inasistencia, se decidirá teniendo en cuenta la oferta final de la empresa cumplida y lo dispuesto en la regulación.

La desatención a las citaciones o a los dictámenes de las audiencias se considerará como una infracción al régimen legal y acarreará las sanciones a que hace referencia la presente ley, particularmente en lo que respecta a su artículo 65 de la presente ley.

Artículo 46. Práctica de pruebas. Recibidas las ofertas finales, si es del caso, la CRC procederá a decretar de oficio o a petición de cualquiera de las partes, las pruebas que estime, conducentes, pertinentes, oportunas y necesarias. En caso de que se requiera de dictamen pericial, el término señalado para la práctica de las pruebas, empezará a correr desde el día siguiente a la fecha en la cual se posesionen los peritos designados.

Los costos por la intervención pericial serán, definidos por la CRC en cada caso particular y serán cubiertos por partes iguales entre las partes en la actuación administrativa.

Artículo 47. Término de adopción de la decisión. Para el caso de solución de controversias de interconexión, la CRC adoptará la decisión correspondiente en un plazo no superior a cuarenta y cinco (45) días calendario contados desde la fecha de inicio del trámite administrativo. En el caso de la fijación de condiciones o imposición de servidumbre de interconexión, la CRC contará con un plazo no superior a noventa (90) días calendario contados desde la fecha de inicio del trámite administrativo.

En todo caso, el término de decisión se interrumpirá durante el periodo de práctica de pruebas a que haya lugar o durante el plazo que las partes soliciten de común acuerdo, para la búsqueda de una solución a la controversia planteada, por un término no superior a treinta (30) días calendario.

Artículo 48. Recursos contra las decisiones que ponen fin a las actuaciones administrativas. Contra las decisiones de la Comisión de Regulación de Comunicaciones que pongan fin a las actuaciones administrativas sólo cabe el recurso de reposición, que podrá interponerse dentro de los cinco (5) días siguientes a la notificación, salvo respecto de lo dispuesto en el artículo 49 de la presente ley.

Artículo 49. Actos de fijación de condiciones provisionales de acceso, uso e interconexión y/o imposición de servidumbre provisional de acceso, uso e interconexión. Los actos administrativos de fijación de condiciones provisionales de acceso, uso e interconexión, así como aquellos de imposición de servidumbre provisional de acceso, uso e interconexión, contendrán únicamente la verificación de los requisitos de forma y procedibilidad, así como la orden perentoria de interconexión inmediata.

Las condiciones mínimas para que la interconexión provisional entre a operar serán las contenidas en la Oferta Básica de Interconexión, OBI, del proveedor que ofrece la interconexión registrada ante la CRC y aprobada por la misma en los términos de la regulación.

Contra el acto administrativo al que se hace referencia en el presente artículo no procederá recurso alguno.

Artículo 50. Principios del acceso, uso e interconexión. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán permitir la interconexión de sus redes y el acceso y uso a sus instalaciones esenciales a cualquier otro proveedor que lo solicite, de acuerdo con los términos y condiciones establecidos por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, para asegurar los siguientes objetivos:

1. Trato no discriminatorio; con cargo igual acceso igual.
2. Transparencia.
3. Precios basados en costos más una utilidad razonable.
4. Promoción de la libre y leal competencia.
5. Evitar el abuso de la posición dominante.
6. Garantizar que en el lugar y tiempo de la interconexión no se aplicarán prácticas que generen impactos negativos en las redes.

Parágrafo. Las contravenciones a lo dispuesto en este artículo serán sancionadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. En particular, se sancionará el incumplimiento de la orden de interconexión declarada en el acto administrativo de fijación de condiciones provisionales o definitivas de acceso, uso e interconexión, así como aquellos de imposición de servidumbre provisional o definitiva de acceso, uso e interconexión.

Las sanciones consistirán en multas diarias hasta por quinientos (500) salarios mínimos legales mensuales, por cada día en que incurra en la infracción, según la gravedad de la falta, el daño producido y la reincidencia en su comisión, sin perjuicio de las acciones judiciales que adelanten las partes.

Artículo 51. Oferta Básica de Interconexión –OBI–. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán poner a disposición del público y mantener actualizada la Oferta Básica de Interconexión –OBI– para ser consultada por cualquier persona. Para tales efectos, en la OBI se definirán la totalidad de elementos necesarios, incluidos los precios, para que con su simple aceptación por parte de un proveedor se genere un acuerdo de acceso, uso e interconexión.

Parágrafo 1°. La Comisión de Regulación de Comunicaciones deberá aprobar la OBI de los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones. Para el efecto, la OBI deberá ser registrada dentro de los cuarenta y cinco (45) días calendario siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley. En caso de presentarse modificaciones a la OBI registrada, las mismas deberán ser debidamente remitidas a la CRC para su respectiva aprobación.

Parágrafo 2°. Una vez la OBI haya sido aprobada por la CRC, la misma tendrá efectos vinculantes respecto de los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones y con base en la misma la CRC impondrá la servidumbre de acceso, uso e interconexión provisional, y fijará las condiciones provisionales de acceso, uso e interconexión.

Artículo 52. Presentaciones personales. No será necesaria la presentación personal del interesado para hacer las peticiones o interponer los recursos, ni para su trámite.

TITULO. VI

REGIMEN DE PROTECCION AL USUARIO

Artículo 53. Régimen jurídico. El régimen jurídico de protección al usuario, en lo que se refiere a servicios de comunicaciones, será el dispuesto en la regulación que en materia de protección al usuario expida la CRC y en el régimen general de protección al consumidor y sus normas complementarias en lo no previsto en aquella.

En todo caso, es de la esencia de los contratos de prestación de servicios de comunicaciones el derecho del usuario a presentar peticiones y/o reclamaciones sobre el servicio ofrecido, y a que estas sean atendidas y resueltas de manera oportuna, expedita y sustentada. De la misma forma, el derecho a recibir atención de forma eficiente y adecuada en concordancia con los parámetros que defina la CRC.

Se reconocerán, al menos, los siguientes derechos a los usuarios:

1. Elegir y cambiar libremente el proveedor y los planes de precios de acuerdo con lo autorizado por la Comisión de Regulación de Comunicaciones, salvo las condiciones pactadas libremente en el contrato, las cuales deben ser explícitas, claras y previamente informadas al usuario.
2. Recibir de los proveedores, información clara, veraz, suficiente y comprobable sobre los servicios ofrecidos, su consumo, así como sobre los precios, de manera tal que se permita un correcto aprovechamiento de los mismos.

3. Las condiciones pactadas a través de sistemas como Call Center, serán confirmadas por escrito a los usuarios, en un plazo no superior a 30 días. El usuario podrá presentar objeciones a las mismas, durante los 15 días siguientes a su notificación.
4. Ser informado previamente por el proveedor del cambio de los precios o planes de precios, previamente contratados.
5. Recibir una factura por cualquier medio que autorice la CRC y que refleje las condiciones comerciales pactadas con el proveedor del servicio.
6. Obtener respuesta efectiva a las solicitudes realizadas al proveedor, las cuales podrán ser presentadas a través de cualquier medio idóneo de elección del usuario, aprobado por la CRC.
7. Reclamar ante los proveedores de servicios por cualquier medio, incluidos los medios tecnológicos, y acudir ante las autoridades en aquellos casos que el usuario considere vulnerados sus derechos.
8. Conocer los indicadores de calidad y de atención al cliente o usuario registrados por el proveedor de servicios ante la Comisión de Regulación de Comunicaciones.
9. Recibir protección en cuanto a su información personal, y que le sea garantizada la inviolabilidad y el secreto de las comunicaciones y protección contra la publicidad indebida, en el marco de la Constitución Política y la ley.
10. Protección contra conductas restrictivas o abusivas.
- 11 .Trato no discriminatorio.
12. Toda duda en la interpretación o aplicación de las normas y cláusulas contractuales dentro de la relación entre el proveedor y el usuario será decidida a favor de este último de manera que prevalezcan sus derechos.
13. Se informará al usuario sobre los eventuales efectos que genera el uso de las TIC en la salud.
14. Se promoverán las instancias de participación democrática en los procesos de regulación, control y veedurías ciudadanas para concretar las garantías de cobertura, calidad y mantenimiento del servicio.

Parágrafo. Los usuarios deberán cumplir con las condiciones libremente pactadas que no estén en contra de la ley o que signifiquen renunciar a alguno de los anteriores

derechos en los respectivos contratos, hacer adecuado uso de los servicios recibidos y pagar las tarifas acordadas.

Artículo 54. Recursos. Proceden los recursos de reposición y en subsidio de apelación contra los actos de negativa del contrato, suspensión, terminación, corte y facturación que realice el proveedor de servicios. El recurso de apelación lo resolverá la autoridad que ejerza inspección, vigilancia y control en materia de usuarios. Las solicitudes de los usuarios, así como los recursos de reposición y apelación, deberán resolverse dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a su recibo por el proveedor, o su interposición o recibo en la autoridad que ejerza inspección, vigilancia y control, respectivamente.

Este término podrá ampliarse por uno igual para la práctica de pruebas, de ser necesarias, previa motivación. Transcurrido dicho término, sin que se hubiere resuelto la solicitud o el recurso de reposición por parte del proveedor, operará de pleno derecho el silencio administrativo positivo y se entenderá que la solicitud, reclamación o recurso ha sido resuelto en forma favorable al usuario.

El recurso de apelación, en los casos que proceda de conformidad con la ley, será presentado de manera subsidiaria y simultánea al de reposición, a fin que, si la decisión del recurso de reposición es desfavorable al suscriptor o usuario, el proveedor lo remita a la autoridad que ejerza inspección, vigilancia y control para que esta resuelva el recurso de apelación. Siempre que el usuario presente ante el proveedor un recurso de reposición, este último deberá informarle en forma previa, expresa y verificable el derecho que tiene a interponer el recurso de apelación en subsidio del de reposición, para que en caso que la respuesta al recurso de reposición sea desfavorable a sus pretensiones, la autoridad competente decida de fondo.

TITULO. VII

REGIMEN DE LOS PROVEEDORES DE REDES Y SERVICIOS DE LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION Y LAS COMUNICACIONES

Artículo 55. Régimen jurídico de los proveedores de redes y servicios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Los actos y los contratos, incluidos los relativos a su régimen laboral y las operaciones de crédito de los proveedores de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cualquiera que sea su naturaleza, sin importar la composición de su capital, se regirán por las normas del derecho privado.

TITULO. VIII

DE LA RADIODIFUSION SONORA

Artículo 56. Principios de la radiodifusión sonora. Salvo lo dispuesto en la Constitución y la ley es libre la expresión y difusión de los contenidos de la programación y de la publicidad en el servicio de radiodifusión sonora. Los servicios de radiodifusión sonora contribuirán a difundir la cultura, afirmar los valores esenciales de la nacionalidad colombiana y a fortalecer la democracia. En los programas radiales deberá hacerse buen uso del idioma castellano.

Por los servicios de radiodifusión sonora no podrán hacerse transmisiones que atenten contra la Constitución y las leyes de la República o la vida, honra y bienes de los ciudadanos.

Artículo 57. Prestación de los servicios de radiodifusión sonora. Los concesionarios de los servicios de radiodifusión sonora, serán personas naturales o jurídicas, cuya selección objetiva, duración y prórrogas se realizarán de acuerdo con lo estipulado en la Ley de contratación pública. La concesión para el servicio de radiodifusión sonora incluye el permiso para uso del espectro radioeléctrico. El Gobierno Nacional garantizará la prestación del servicio de radiodifusión sonora en condiciones similares a las iniciales cuando el desarrollo tecnológico exija cambiar de bandas de frecuencia.

En ningún caso, la declaratoria de desierta de la licitación faculta al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para habilitar directamente la prestación del servicio.

El servicio de radiodifusión sonora sólo podrá concederse a nacionales colombianos o a personas jurídicas debidamente constituidas en Colombia.

En casos de emergencia, conmoción interna o externa calamidad pública, los proveedores de servicios de radiodifusión sonora deberán colaborar con las autoridades en la transmisión de las comunicaciones que aquellas requieran. En cualquier caso se dará prelación absoluta a las transmisiones relacionadas con la protección a la vida humana. Igualmente permitirán las comunicaciones oficiosas de carácter judicial en aquellos sitios donde no se cuente con otros servicios de comunicación o aquellas comunicaciones que determine el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en favor de la niñez, la adolescencia y el adulto mayor.

Los servicios de radiodifusión sonora podrán prestarse en gestión directa e indirecta. El Estado prestará el servicio de radiodifusión sonora en gestión directa por conducto de entidades públicas debidamente autorizadas por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

En gestión indirecta el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones otorgará las concesiones para la prestación del servicio de

radiodifusión sonora mediante licencias o contratos, previa la realización de un procedimiento de selección objetiva.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará la clasificación del servicio de radiodifusión sonora, atendiendo los fines del servicio y las condiciones de cubrimiento del mismo.

Los concesionarios de los servicios de radiodifusión sonora deberán prestar el servicio atendiendo a los parámetros técnicos esenciales que fije el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. La modificación de parámetros técnicos esenciales requiere autorización previa del Ministerio.

Parágrafo 1°. En consonancia con lo dispuesto en el artículo 75 de la Constitución Política, en los procedimientos relativos a la concesión de los servicios de radiodifusión sonora, la adjudicación se hará al proponente que no sea concesionario de tales servicios en la misma banda y en el mismo espacio geográfico municipal en el que, conforme con los respectivos pliegos, vaya a funcionar la emisora, siempre que reúna los requisitos y condiciones jurídicas, económicas y técnicas exigidas. Cualquiera de los proponentes podrá denunciar ante la entidad concedente y ante las demás autoridades competentes, los hechos o acciones a través de los cuales se pretenda desconocer las disposiciones contenidas en esta ley.

Parágrafo 2°. Modificado por el art. 59, Ley 1450 de 2011. El servicio comunitario de radiodifusión sonora será un servicio de telecomunicaciones, otorgado mediante licencia y proceso de selección objetiva, previo cumplimiento de los requisitos y condiciones jurídicas, sociales y técnicas que disponga el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Artículo 58. Programación en servicios de Radiodifusión Sonora. La transmisión de programas informativos o periodísticos por los servicios de radiodifusión sonora requiere licencia especial otorgada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, expedida a favor de su director, la cual será concedida previo cumplimiento de los siguientes requisitos: registro del nombre del programa y de su director ante el Ministerio, determinación de las características de la emisión y del horario de transmisión, así como la estación de radiodifusión sonora por donde será transmitido el programa, y póliza que garantice el cumplimiento de las disposiciones legales equivalente a veinte (20) salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Por los servicios de radiodifusión sonora prestados en gestión directa no se podrá transmitir pauta comercial, salvo los patrocinios definidos en los términos previstos en esta ley. Se entiende por patrocinio el reconocimiento, sin lema o agregado alguno, a la contribución en dinero u otros recursos en favor de las emisoras de interés público que se efectúen para la transmisión de un programa específico, el cual no podrá ser

superior a cinco (5) minutos por hora de programación del programa beneficiado. La institución pública que solicite la licencia para una emisora de interés público debe garantizar su sostenibilidad técnica, de contenido, administrativa y financiera.

Parágrafo. Dentro de los seis (6) meses siguientes a la entrada en vigencia de la presente ley el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará este título.

Artículo 59. Cesión y transferencia de los derechos de la concesión. La cesión por acto entre vivos de los derechos y obligaciones derivados de la concesión requiere autorización previa del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

El cesionario deberá cumplir con los requisitos exigidos para ser titular de la concesión en los términos establecidos.

Los concesionarios del Servicio de Radiodifusión Sonora Comercial podrán dar en arrendamiento las estaciones de radiodifusión hasta por el término de la vigencia de la concesión, informando al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la suscripción del contrato de arrendamiento.

El arrendamiento de una estación de radiodifusión sonora no implica modificación del contrato de concesión y el titular será solidariamente responsable con el arrendatario por el incumplimiento de todas las obligaciones emanadas del mismo.

Artículo 60. Inspección, vigilancia y control de los servicios de radiodifusión sonora. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones tiene a su cargo la inspección, vigilancia y control de los servicios de radiodifusión sonora.

Artículo 61. Archivo. Los proveedores de servicios de radiodifusión sonora estarán obligados a conservar a disposición de las autoridades, por lo menos durante treinta (30) días, la grabación completa o los originales escritos, firmados por su director, de los programas periodísticos, informativos y discursos que se transmitan. Tales grabaciones, así como las que realiza el Ministerio, constituirán prueba suficiente para los efectos de esta ley.

Artículo 62. Contraprestaciones para el servicio de radiodifusión sonora. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones reglamentará el valor de las concesiones y pago por el uso del espectro radioeléctrico para el servicio de radiodifusión sonora atendiendo, entre otros, los fines del servicio y el área de cubrimiento.

A las concesiones del servicio de radiodifusión sonora se les aplicará el régimen actual en cuanto al pago de contraprestaciones, hasta tanto se expida la nueva reglamentación.

TITULO. IX

REGIMEN DE INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 63. Disposiciones generales del Régimen de Infracciones y Sanciones. Las infracciones a las normas contenidas en la presente ley y sus decretos reglamentarios darán lugar a la imposición de sanciones legales por parte del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, salvo cuando esta facultad sancionatoria esté asignada por ley o reglamento a otra entidad pública.

Por las infracciones que se cometan, además del autor de las mismas, responderá el titular de la licencia o del permiso o autorización, por acción u omisión en relación con aquellas.

Artículo 64. Infracciones. Sin perjuicio de las infracciones y sanciones previstas en otras normas, constituyen infracciones específicas a este ordenamiento las siguientes:

1. No respetar la confidencialidad o reserva de las comunicaciones.
2. Proveer redes y servicios o realizar telecomunicaciones en forma distinta a lo previsto en la ley.
3. Utilizar el espectro radioeléctrico sin el correspondiente permiso o en forma distinta a las condiciones de su asignación.
4. El incumplimiento de las obligaciones derivadas de las concesiones, licencias, autorizaciones y permisos.
5. Abstenerse de presentar a las autoridades la información requerida o presentarla de forma inexacta o incompleta.
6. Incumplir el pago de las contraprestaciones previstas en la ley.
7. Incumplir el régimen de acceso, uso, homologación e interconexión de redes.
8. Realizar subsidios cruzados o no adoptar contabilidad separada.
9. Incumplir los parámetros de calidad y eficiencia que expida la CRC.

10. Violar el régimen de inhabilidades, incompatibilidades y prohibiciones previsto en la ley.

11. La modificación unilateral de parámetros técnicos esenciales y el incumplimiento de los fines del servicio de radiodifusión sonora.

12. Cualquiera otra forma de incumplimiento o violación de las disposiciones legales, reglamentarias o contractuales o regulatorias en materia de telecomunicaciones.

13. Cualquier práctica o aplicación que afecte negativamente el medio ambiente, en especial el entorno de los usuarios, el espectro electromagnético y las garantías de los demás proveedores y operadores y la salud pública.

Parágrafo. Cualquier proveedor de red o servicio que opere sin previo permiso para uso del espectro será considerado como clandestino y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, así como las autoridades militares y de policía procederán a suspenderlo y a decomisar los equipos, sin perjuicio de las sanciones de orden administrativo o penal a que hubiere lugar, conforme a las normas legales y reglamentarias vigentes.

Los equipos decomisados serán depositados a órdenes del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el cual les dará la destinación y el uso que fijen las normas pertinentes.

Artículo 65. Sanciones. Sin perjuicio de la responsabilidad penal o civil en que pueda incurrir el infractor, la persona natural o jurídica que incurra en cualquiera de las infracciones señaladas en el artículo 64 de la presente ley, será sancionada, además de la orden de cesación inmediata de la conducta que sea contraria a las disposiciones previstas en esta ley, con:

1. Amonestación.
2. Multa hasta por el equivalente a dos mil (2.000) salarios mínimos legales mensuales.
3. Suspensión de la operación al público hasta por dos (2) meses.
4. Caducidad del contrato o cancelación de la licencia, autorización o permiso.

Artículo 66. Criterios para la definición de las sanciones. Para definir las sanciones aplicables se deberá tener en cuenta:

1. La gravedad de la falta.
2. Daño producido.
3. Reincidencia en la comisión de los hechos.

4. La proporcionalidad entre la falta y la sanción.

En todo caso, el acto administrativo que imponga una sanción deberá incluir la valoración de los criterios antes anotados.

Artículo 67. Procedimiento general. Para determinar si existe una infracción a las normas previstas en esta ley se deberá adelantar una actuación administrativa que estará siempre precedida de las garantías del debido proceso, el cual incluye el derecho de defensa y contradicción. A dicha actuación se aplicarán las siguientes reglas:

1. La actuación administrativa se inicia mediante la formulación de cargos al supuesto infractor, a través de acto administrativo motivado, con indicación de la infracción y del plazo para presentar descargos, el cual se comunicará de acuerdo con las disposiciones previstas en este artículo.
2. La citación o comunicación se entenderá cumplida al cabo del décimo día siguiente a aquel en que haya sido puesta al correo, si ese fue el medio escogido para hacerla, y si el citado tuviere domicilio en el país; si lo tuviere en el exterior, se entenderá cumplida al cabo del vigésimo día. Las publicaciones se entenderán surtidas al cabo del día siguiente a aquel en que se hacen.
3. Una vez surtida la comunicación, el investigado tendrá un término de diez (10) días hábiles para presentar sus descargos y solicitar pruebas.
4. Presentados los descargos, se decretarán las pruebas a que haya lugar y se aplicarán en la práctica de las mismas las disposiciones previstas en el proceso civil.
5. Agotada la etapa probatoria, se expedirá la resolución por la cual se decide el asunto, que deberá ser notificada y será sujeta de recursos en los términos previstos en el Código Contencioso Administrativo.

TITULO. X

REGIMEN DE TRANSICION

Artículo 68. De las concesiones, licencias, permisos y autorizaciones. Reglamentado por el Decreto Nacional 2044 de 2013. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones establecidos a la fecha de entrada en vigencia de la presente ley, podrán mantener sus concesiones, licencias, permisos y autorizaciones hasta por el término de los mismos, bajo la normatividad legal vigente en el momento de su expedición, y con efectos sólo para estas concesiones, licencias, permisos y

autorizaciones. De ahí en adelante, a los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones se les aplicará el nuevo régimen previsto en la presente ley.

La decisión de los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones de acogerse al régimen de habilitación general de la presente ley, la cual conlleva necesariamente la terminación anticipada de las respectivas concesiones, licencias, permisos y autorizaciones, no genera derechos a reclamación alguna, ni el reconocimiento de perjuicios o indemnizaciones en contra del Estado o a favor de este.

A los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones establecidos a la fecha de la expedición de la presente ley, que se acojan o les aplique el régimen de autorización general previsto en esta ley, se les renovarán los permisos para el uso de los recursos escasos de acuerdo con los términos de su título habilitante, permisos y autorizaciones respectivos. Vencido el anterior término deberán acogerse a lo estipulado en el artículo 12 de esta ley.

En las concesiones, licencias, permisos y autorizaciones de servicios de telecomunicaciones al momento de la entrada en vigencia de la presente ley, la reversión sólo implicará que revertirán al Estado las frecuencias radioeléctricas asignadas para la prestación del servicio concedido. La reversión de frecuencias no requerirá de ningún acto administrativo especial.

NOTA: Inciso declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-555 de 2013.

En todo caso todos los nuevos proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones se sujetarán a lo establecido en la presente ley.

Artículo 69. Transición para los actuales proveedores de redes y servicios de Telefonía Pública Básica Conmutada Local (TPBCL) y Local Extendida (TPBCLE). Reglamentado por el Decreto 5052 de 2009, Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011. Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones establecidos para TPBCL y TPBCLE, destinarán directamente a sus usuarios de estratos 1 y 2, la contraprestación de que trata el artículo 36 de la presente ley por un período de cinco (5) años, contados a partir del momento en que dicho artículo se reglamente. Durante este periodo se continuará aplicando el esquema de subsidios que establece la Ley 142 de 1994.

Autorízase a la Nación a presupuestar los recursos necesarios para pagar el déficit entre subsidios y contribuciones derivados de la expedición de la Ley 812 de 2003. La Nación pagará el ciento por ciento del monto del déficit generado por la Ley 812 en las siguientes tres (3) vigencias presupuestales a la aprobación de la presente ley, para lo cual se tendrá en cuenta la verificación que realice el Ministerio de Tecnologías de la

Información y las Comunicaciones del cumplimiento de los límites, en cuanto a subsidios, derivados de la aplicación de la Ley 142 de 1994. Mantiene su vigencia

El déficit generado en el período de transición que no sea posible cubrir con el valor de la contraprestación que trata el artículo 36, será cubierto anualmente por el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de acuerdo con los informes presentados en los formatos definidos para tal fin. Derogado por el art. 276, Ley 1450 de 2011

Parágrafo 1°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones evaluará si el monto total de la contraprestación que le correspondería pagar a las empresas fue destinado a la cobertura del subsidio. En caso de que existiese superávit de recursos estos serán reintegrados al Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Parágrafo 2°. El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, promocionará a través del Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, durante el período de transición al que hace referencia el presente artículo, proyectos de masificación de accesos a banda ancha en estratos 1 y 2 sobre las redes de TPBCL y TPBCLE.

Ver la Resolución Min. TIC 1495 de 2010

TITULO. XI

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 70. Derecho de rectificación. El Estado garantizará el derecho de rectificación a toda persona o grupo de personas que se considere afectado por informaciones inexactas que se transmitan a través de los servicios de telecomunicaciones, sin perjuicio de las acciones civiles, penales y administrativas a que hubiere lugar.

Artículo 71. Confidencialidad. El Estado garantizará la inviolabilidad, la intimidad y la confidencialidad en las Telecomunicaciones, de acuerdo con la Constitución y las leyes.

Artículo 72. Reglas para los procesos de asignación de espectro con pluralidad de interesados. Reglamentado por el Decreto Nacional 4392 de 2010 Con el fin de asegurar procesos transparentes en la asignación de bandas de frecuencia y la maximización de recursos para el Estado, todas las entidades a cargo de la administración del espectro radioeléctrico incluyendo al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, la Comisión Nacional de Televisión, deberán someterse a las siguientes reglas:

*Previamente al proceso de otorgamiento del permiso de uso del espectro radioeléctrico de asignación o de concesión de servicios que incluya una banda de frecuencias, se determinará si existe un número plural de interesados en la banda de frecuencias correspondiente.

*En caso de que exista un número plural de interesados en dicha banda, y con el fin de maximizar los recursos para el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el Fondo para el Desarrollo de la Televisión, se aplicarán procesos de selección objetiva entre ellos la subasta.

Cuando prime el interés general, la continuidad del servicio, o la ampliación de cobertura, el Ministerio podrá asignar los permisos de uso del espectro de manera directa. Expresiones subrayadas declaradas INEXEQUIBLES por la Corte Constitucional, mediante Sentencia C-403 de 2010, Texto en cursiva declarado EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C-403 de 2010, en el entendido de que la posibilidad de asignación directa de la banda sólo podrá extenderse por el término estrictamente necesario para que la administración convoque un proceso de selección objetiva

Artículo 73. Vigencia y derogatorias. La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación, con excepción de los artículos 10, 11, 12, 13, 14, 15, 36, 68 con excepción de su inciso 1°, los cuales empezarán a regir a partir de los seis meses siguientes a su promulgación y regula de manera integral el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Sin perjuicio del régimen de transición previsto en esta ley, quedan derogadas todas las disposiciones que le sean contrarias y, en especial, la Ley 74 de 1966, la Ley 51 de 1984, la Ley 72 de 1989, el Decreto-ley 1900 de 1990, la Ley 1065 de 2006, la Ley 37 de 1993, lo pertinente de los artículos 33, 34, 35 y 38 de la Ley 80 de 1993, la Ley 422 de 1998, la Ley 555 de 2000, el artículo 11 de la Ley 533 de 1999 y el artículo 6° de la ley 781 de 2002, todos exclusivamente en cuanto hagan referencia a los servicios, las redes, las actividades y los proveedores, y en cuanto resulten contrarios a las normas y principios contenidos en la presente ley.

A las telecomunicaciones, y a las empresas que prestan los servicios de telefonía pública básica conmutada, telefonía local móvil en el sector rural y larga distancia no les será aplicable la Ley 142 de 1994 respecto de estos servicios, salvo en el caso de estas empresas, lo establecido en los artículo 4° sobre carácter esencial, 17 sobre naturaleza jurídica de las empresas, 24 sobre el régimen tributario, y el Título Tercero, artículo 41, 42 y 43 sobre el régimen laboral, garantizando los derechos de asociación y negociación colectiva y los derechos laborales de los trabajadores. En todo caso, se

respetará la naturaleza jurídica de las empresas prestatarias de los servicios de telefonía pública básica conmutada y telefonía local móvil en el sector rural, como empresas de servicio público.

En caso de conflicto con otras leyes, prevalecerá esta.

Las excepciones y derogatorias sobre esta ley por normas posteriores, deberán identificar expresamente la excepción, modificación o la derogatoria.

El Presidente del honorable Senado de la República,

Hernán Andrade Serrano.

El Secretario General del honorable Senado de la República,

Emilio Ramón Otero Dajud.

El Presidente de la honorable Cámara de Representantes,

Germán Varón Cotrino.

El Secretario General de la honorable Cámara de Representantes,

Jesús Alfonso Rodríguez Camargo.

REPUBLICA DE COLOMBIA GOBIERNO NACIONAL

Publíquese y cúmplase

Dada en Bogotá, D. C., a 30 de julio de 2009.

ÁLVARO URIBE VÉLEZ

El Ministro de Hacienda y Crédito Público,

Oscar Iván Zuluaga Escobar.

La Ministra de Comunicaciones,

María del Rosario Guerra de la Espriella.

El Director del Departamento Nacional de Planeación,

Esteban Piedrahíta Uribe.

NOTA: Publicado en el Diario Oficial 47426 de julio 30 de 2009.

3. Diseño Metodológico

3.1. Paradigma

El paradigma a desarrollar es mixto. Éste surge como consecuencia de la necesidad de afrontar la complejidad de los problemas de investigación planteados en todas las ciencias y de enfocarlos holísticamente, de manera integral. Trend (1979) hizo un llamado a combinar el análisis de datos cualitativos y cuantitativos para resolver las discrepancias entre ambos.

3.2. Enfoque

El enfoque empleado es el histórico hermenéutico el cual “busca interpretar y comprender los motivos internos de la acción humana, mediante procesos libres, no estructurados, sino sistematizados, que tienen su fuente en la filosofía humanista, y que han facilitado el estudio de los hechos históricos, sociales y psicológicos del ser humano.”⁴⁹ Este, gracias a su fundamentación interpretativa, es el que se adapta a la necesidad de responder acerca de la falta de apropiación de la Intranet en Suramericana, pues permitirá llegar a saber la causa de ello.

3.3. Técnicas e instrumentos

3.3.1. Encuesta

“Es una de las técnicas más utilizadas por los investigadores para recoger y generar información primaria. Se utiliza para obtener información de un grupo representativo de individuos (la Muestra) y proyectar a partir de allí sus resultados a la población de estudio.”⁵⁰

¿Por qué? Para obtener información de un grupo representativo de Suramericana y medir el nivel de apropiación y usabilidad de la Intranet.

¿Qué? Encuesta. A través de formulario virtual.

⁴⁹ Aristizábal B, C.A. (2008). Metodología de Investigación. Funlam. P. 34.

⁵⁰ Ibíd. P. 55.

¿Cuántas? 60 encuestas.

¿Dónde? Virtual.

¿A quién? Colaboradores de la compañía en diferentes regionales.

Formato

1. ¿Cuántas veces visitas Somos Sura a la Semana?
 - De 1 a 5
 - De 6 a 10
 - Una vez
 - Ninguna vez
2. ¿Te gusta el nuevo diseño de la Intranet?
 - Sí
 - No
 - No se nota el cambio
3. ¿Para qué ingresas a Somos Sura?
 - Buscar aplicaciones
 - Mirar la clave de wifi
 - Es mi principal fuente de información corporativa
 - Ninguna de las anteriores
 - Otra
4. ¿Qué es Somos Sura para ti? Define en una o pocas palabras.
5. ¿Conoces las secciones de la Intranet?
 - Nuestra Gente, Nuestro Negocio, Nuestras redes, Compañías
 - Entéranet
 - Noticias, aplicaciones, documentos
 - Todas las anteriores
6. ¿Qué te gustaría encontrar en la Intranet?

*Esta información se recolecta con fines académicos, para la especialización en Relaciones Públicas de la Fundación Universitaria Luis Amigó, cuyo objeto de estudio

es la Intranet Somos Sura y es realizada por Catalina Pérez Galeano, quien actualmente hace parte del equipo de trabajo que desarrolla la misma.

3.3.2. Observación

Tomando como referencia la observación como una “estrategia de investigación cualitativa para la construcción de conocimiento acerca de la realidad física, social y cultural”, se toma esta técnica para “poder acceder a información donde otras estrategias de recolección de información son inaplicables o de difícil acceso”.⁵¹

¿Por qué? Porque me permite acceder a información nueva, tanto de uso como de percepción de la herramienta.

¿Qué y quiénes? Talleres de apropiación a colaboradores en cada una de las regionales en los que la compañía tiene presencia. (Concursos de participación: carrera de observación virtual).

¿Cuántas y dónde? 32 talleres en el territorio nacional: 4 Cali, 4 Bogotá, 4 Barranquilla, 4 Pereira, 2 Manizales, 14 Medellín. (2000 participantes en las diferentes regionales).

Formato (¿Evidencias o estrategia?)

3.3.3. Revisión documental

“Es una técnica que permite rastrear, ubicar, inventariar, seleccionar y consultar las fuentes y documentos que se utilizan como materia prima en una investigación.”⁵²

¿Por qué? Porque esta técnica me permite tener una referencia documentada frente a lo que ya se ha estudiado acerca de Intranets en compañías.

⁵¹ Ibíd. P. 78.

⁵² Ibíd. P. 91-92.

¿Qué, cuántos y quiénes? Rastreo bibliográfico a tres autores (Bonomo, A. J.; Llano, A.; Morales Morejon, Melvyn, Carrodegua Rodríguez, María E. & Aviles Merens, Rafael.), revisión de estadísticas en analytics.

¿Dónde? Versiones digitales.

Formato (Anexo)

4. Conclusiones

5. Bibliografía y Cibergrafía

4. Conclusiones

5. Bibliografía y cibergrafía

Álvarez Nobell, A., & Muñiz Velázquez, J. A. (2013). Felicidad y desarrollo de la Cultura en las organizaciones: un enfoque psicosocial. (Spanish). *Revista De Comunicación*, 127-31.

Álvarez Nobell, A.; Romero Calmache, M.; Sánchez Sanvicente, M. y Aragüés Dufol, P. (2012). "Desarrollo cultural en las organizaciones. Un modelo de estudio basado en la 'Grounded Theory'", en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 3, nº. 2, 111-127. Recuperado de http://www.rmedcom.org/2012/1211/1211Alvarez_es.htm.

Aportela Rodríguez, Ivett M. *Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización*. ACIMED [online]. 2007, vol.16, n.4, pp. 0-0. ISSN 1024-9435.

Barquero C., J.D. y Barquero C., M. (1996). *El libro de oro de las Relaciones Públicas*. Ediciones Gestión 2000. España.

Black,S. (1996). *¿Qué son las Relaciones Públicas?* ABC de las Relaciones Públicas. Ediciones Gestión 2000. España.

Bonomo, A. J. (2010). *Espacio colaborativo para Bibliotecarios INTA: nueva herramienta de la Intranet*. IX RENABIIN (Reunión Nacional de Bibliotecarios del INTA).

Currás P., R. (2010). *Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación*. *Teoría y Praxis* 7 Pp.9-34.

Freeman, R. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston.

García A., C.M. (2006). *Una aproximación al concepto de cultura organizacional*. *Univ. Psychol. Bogotá (Colombia)*, 5 (1): 163-174.

Genoud, M. A. (2007). *El buen gobierno corporativo. Un tema instalado que exige respetar la representación de los públicos internos*. XV Congreso Nacional de Ética de la economía y de las organizaciones. España.

Llano, A. (2006). *La Intranet en organizaciones colombianas*. Palabra Clave (9-1). Pp. 99-110.

Lojo, A. P. (2011). *Los públicos internos en la construcción de la imagen corporativa*. Cuaderno 35 | C 88 dentro de Estudios en Diseño y Comunicación. Pp. 85-94.

Magallón, S. (2006). *Concepto y elementos de las relaciones públicas*. Anàlisi 34. Universidad de Barcelona. Pp. 103-109.

Marston, J.E. (1981). Cfr. *Relaciones Públicas Modernas*. Libros McGraw-Hill de México.

Míguez G., M.I. (2007). *Análisis del uso de los conceptos de público, stakeholder y Constituent en el marco teórico de las Relaciones Públicas*. Zer, 23. Pp. 183-197

Morales Morejon, Melvyn, Carrodegua Rodríguez, María E. & Aviles Merens, Rafael. *Las intranets en la gestión informacional: un escalón imprescindible en la búsqueda del conocimiento organizacional*. ACIMED [online]. 2004, vol.12, n.3, pp. 1-1. ISSN 1024-9435.

Moreno, Á. & Capriotti, P. (2006). *La comunicación de las empresas españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible*. Zer: Revista De Estudios De Comunicación, 11(21), 49-64.

Pimienta, M. L. (2008). *Comunicación organizacional: Los stakeholders legitiman a la organización*. Chasqui (13901079), (103), 80-83.

Portugal, R. R. (2012). *Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión*. Revista De Comunicación, 11212-234.

Ramírez, F., Sánchez, M y Quintero, H. (2005). *El papel de los valores en la identidad corporativa*. Revista Negotium 1 (1) Pp. 35-54.

Ríos, S. (1979). Cfr. *Relaciones Públicas. Principios, casos y problemas*. Editorial Mundi. Buenos Aires.

Salazar Estrada, J. G., Guerrero Pupo, J. C., Machado Rodríguez, Y. B., & Andalia, R. C. (2009). *Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral*. (Spanish). Acimed, 20(4), 67-75.

Smircich, L. (1983). *Concepts of culture and Organizational Analysis*, *Administrative Science Quarterly*. 28. Pp. 339-358.

Solano F, L. (1999). *Tratado de las Relaciones Públicas*. Gestión 2000. España.

Suárez Tirado, J. (2007). *Relaciones entre organizaciones y stakeholders: necesidad de una interacción mutua entre los diversos grupos de interés*. *Innovar*, 17(30). Pp. 153-158.

Tejedo Romero, F. (2013). *Estrategia de comunicación corporativa de las empresas socialmente responsables: análisis del Capital Relacional como base de las relaciones empresa-stakeholders*. *Zer: Revista De Estudios De Comunicación*. 18(35), 192-213.