
REDES SOCIALES


04 al 11 de julio 2025
INFORME DE
REDES SOCIALES
Comisión de Regulación de Comunicaciones
mass
Medios

RESUMEN TOTAL DE MENCIONES

MENCIONES

328

REACH (Alcance)

17´557.894

RESUMEN TIPO DE RED

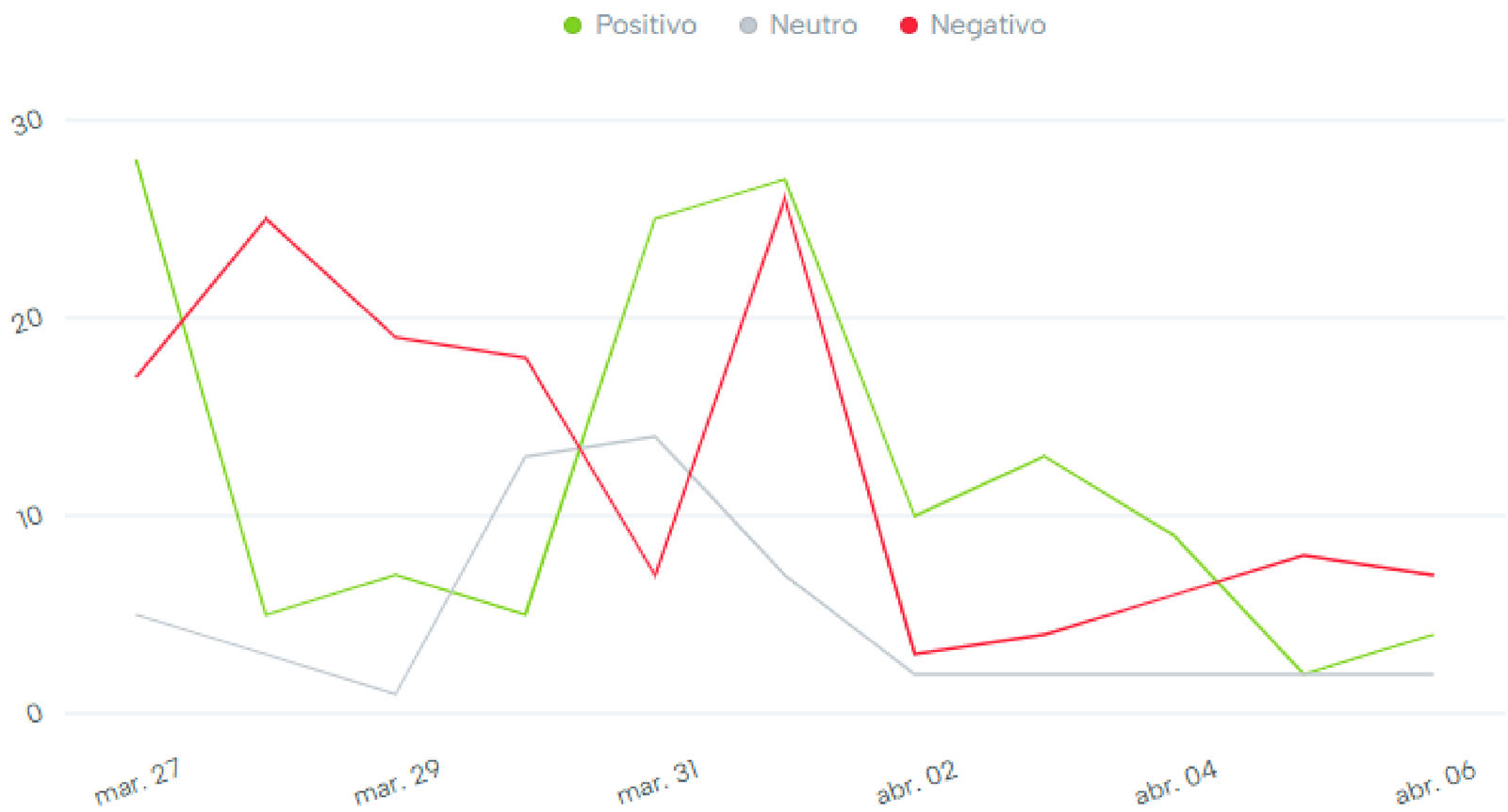
68

237

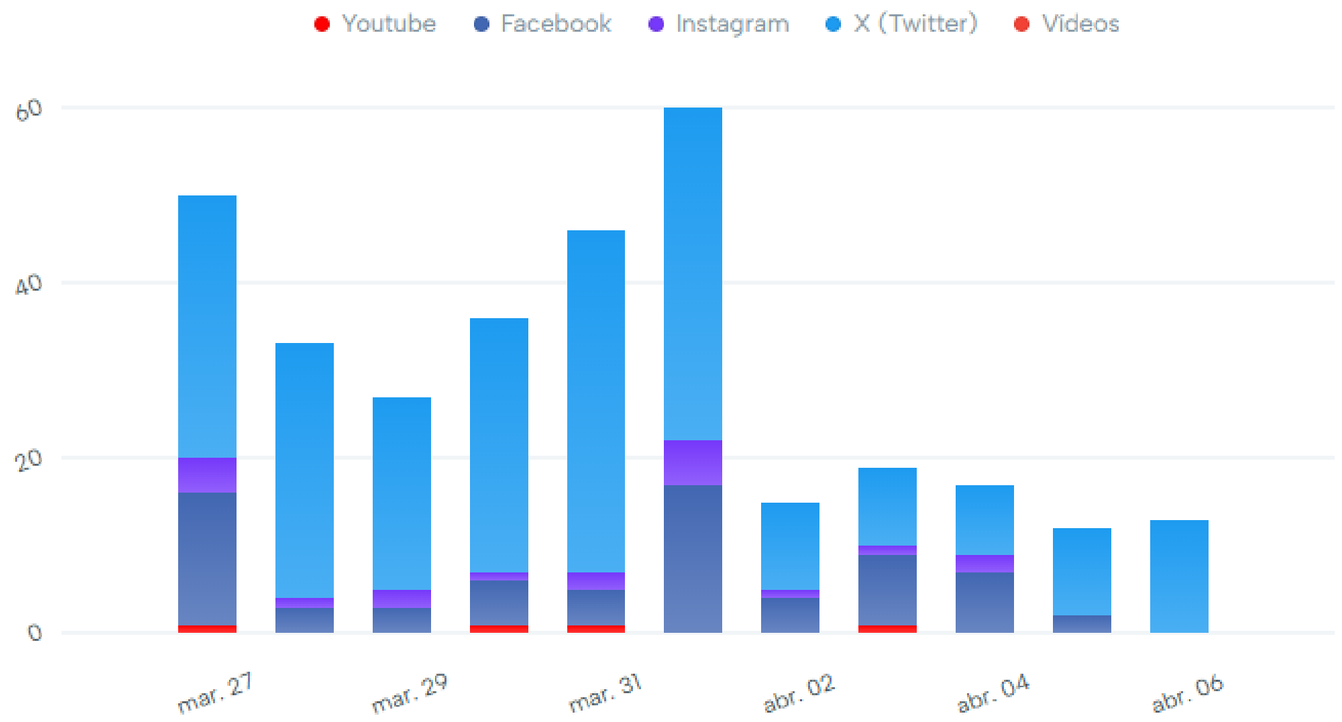
19

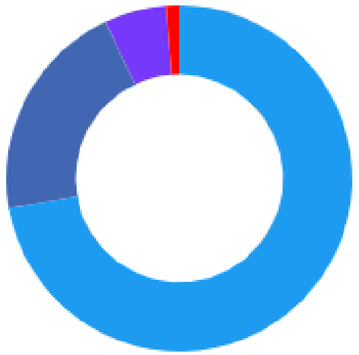


TRAZABILIDAD CALIFICACIÓN



TRAZABILIDAD DIARIA





X (Twitter)
237 (72.26%)

Facebook
68 (20.73%)

Instagram
19 (5.79%)

Youtube
4 (1.22%)

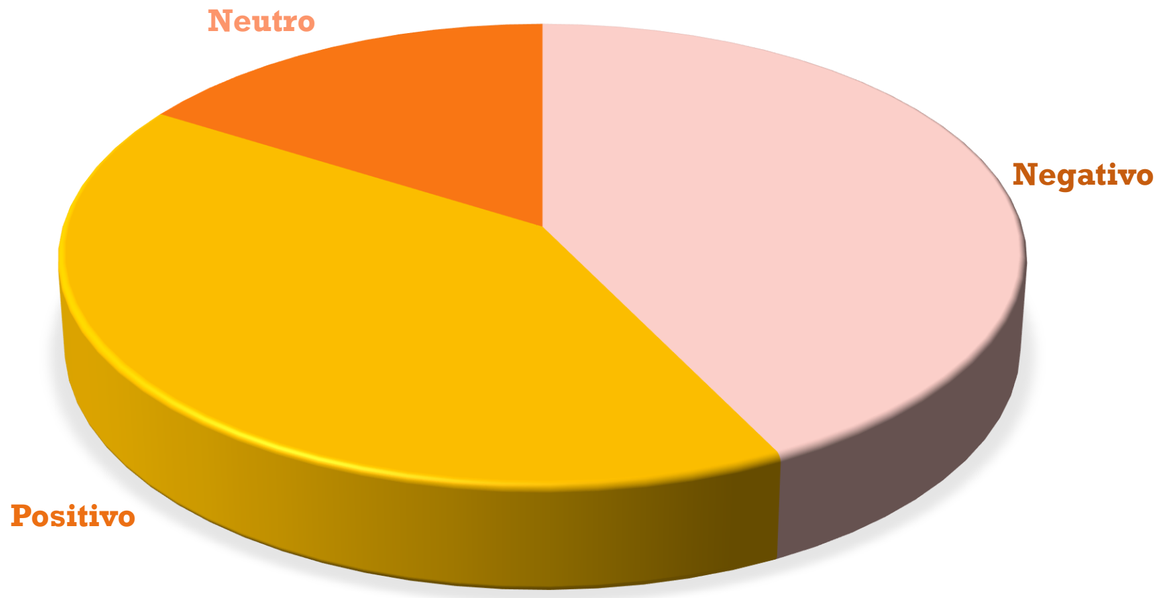
Vídeos
0 (0%)

PRINCIPALES POSTEOS

	ÚltimaHoraCaracol #ACTUALIDAD	Paola Vélez Marroquín se posesionó como nueva comisionada de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (@CRCCol).	4M Reach
	Caracol Radio #AlAire en #6AMW	Felipe Díaz, director ejecutivo de la Comisión de Regulación de Comunicaciones → https://t.co/A8cOt6bWtx #CaracolRadio #JuntosMásCompañía	3.7M Reach
	Caracol Radio RT @UltimaHoraCR: #ACTUALIDAD	Paola Vélez Marroquín se posesionó como nueva comisionada de la Comisión de Regulación de Comunicaciones (@CRCCol).	3.7M Reach
	**Noticias RCN** #NoticiasRCN	La Comisión de Regulación de Comunicaciones establece canal exclusivo para cancelaciones.	1.3M Reach
	Portafolio CRC (@CRCCol) expide nueva reglas de juego para cancelaciones de planes de celular y de hogar: ¿cómo quedaron? Uno de los principales cambios es la eliminación de obstáculos para la term	1.3M Reach



SENTIMIENTO






ANÁLISIS

ANÁLISIS

Entre el 27 de marzo y el 6 de abril de 2026, la conversación sobre la CRC estuvo marcada por dos ejes principales: por un lado, la agenda institucional y regulatoria, especialmente la posesión de Paola Vélez Marroquín como nueva comisionada y la visibilidad del director ejecutivo en medios; por otro, la discusión pública sobre las nuevas reglas para cancelaciones de planes de celular y servicios de hogar, un tema de alto interés ciudadano por su impacto en la defensa de los usuarios. En ese periodo, la CRC apareció vinculada a asuntos de actualidad, internet, telecomunicaciones, tecnología y transformación digital, con una narrativa que mezcla cobertura informativa de medios tradicionales y reacciones digitales centradas en regulación, derechos del consumidor y funcionamiento del ecosistema de comunicaciones en Colombia.



La conversación estuvo impulsada principalmente por medios masivos y cuentas de alta visibilidad como Caracol Radio, Última Hora Caracol, Noticias RCN y Portafolio, lo que amplificó el alcance total hasta **17.557.894 visualizaciones** y posicionó el tema dentro de la agenda informativa nacional. Las etiquetas más recurrentes, como **#rne, #colombia, #actualidad, #crc, #internet, #telecomunicaciones, #transformacióndigital y #tecnología**, muestran que la cobertura combinó enfoque institucional, regulatorio y sectorial. En sentimiento, predominó una conversación **ligeramente negativa** con **140 menciones (42,68%)**, seguida muy de cerca por las **positivas con 135 (41,16%)**, mientras que las **neutras sumaron 53 (16,16%)**; esto sugiere una percepción dividida, donde las noticias de gestión y vocería institucional aportan tono favorable, pero los temas asociados a cancelaciones, servicio y relación con operadores generan mayor fricción y críticas en el entorno digital.



mass Medios

