

EVALUACIÓN CUANTITATIVA

Objetivos Estratégicos	Indicadores	Meta 2009	Gerencia Responsable	Avance al IV Trim.del 2009	% de avance Vs. Programado	Apreciaciones
Objetivo Estratégico General: Acercar al ciudadano común con el OSIPTEL, de manera que este sea reconocido como un organismo regulador, supervisor y orientador; basado en los principios de protección de los derechos de los usuarios en los diferentes servicios existentes en el mercado de telecomunicaciones.	Porcentaje anual de regiones que poseen oficinas descentralizadas con nuevo formato.	63%	GUS	63%	100%	Durante el año 2007 se implementaron cuatro (4) oficinas en las siguientes regiones: Lambayeque, Puno, Piura y La Libertad. Durante el año 2008 se implementaron ocho (8) oficinas en las siguientes regiones: Huaraz, Moquegua, Tacna, Lima, Arequipa, Cajamarca, Huancavelica y Cusco. Durante el año 2009 se implementaron tres (3) oficinas en las siguientes regiones: Iquitos, Huancayo e Ica
	Porcentaje de hogares que cuentan con al menos un servicio y que han sido atendidos vía orientaciones, reclamos, capacitaciones o eventos del OSIPTEL. (*)	7.5%	GUS-GFS-GCC	8.81%	117.46%	(a) Total Atenciones: 477,749. (b) Número de Hogares con al menos un servicio público de Telecomunicaciones (dato estimado): 5'424,825.

(*) 1/ (Número de atenciones realizadas / Número de Hogares con al menos un servicio público de Telecomunicaciones: Telefonía Fija, Telefonía Móvil, Televisión por Cable o Internet) * 100% (*)

Nota: **Las Atenciones** serán el resultado de las diversas actividades del OSIPTEL que tienen por finalidad informar a los diversos agentes del mercado (usuarios, empresas operadoras y gobiernos locales/regionales), lo cual repercutirá en una población adecuadamente informada capaz de tomar mejores decisiones. En ese sentido, se debe entender como atenciones a los diversos mecanismos de orientación (personales, telefónicas, escritas, jornadas de orientación, talleres, etc.), a los diferentes cursos de capacitación impartidos (a usuarios, a empresas, a universitarios, entre otros), a la solución de los reclamos de la segunda instancia administrativa, a la diversa normativa emitida, a las acciones de supervisión realizadas, así como a las diversas actividades y/o eventos que cumplan dicho fin.

De otro lado, se ha considerado a la cantidad de hogares que cuentan con al menos un servicio, basados en los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares del INEI, al IV trimestre del año 2007 y III Trimestres del año 2008.

Objetivos Estratégicos	Indicadores	Meta 2009	Gerencia Responsable	Avance al 4to. Trim.	% de avance Vs. Programado	Apreciaciones
OE1: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	Ampliar el número de Regiones con Presencia del OSIPTEL.	15	GUS	15	100%	
OE 2: ACERCAMIENTO AL USUARIO	Cantidad de atenciones realizadas por el Organismo Regulador, en temas referidos a la protección de los derechos y las obligaciones de los usuarios y de las empresas operadoras.	12%	GUS	21.41%	178.42%	Total Atenciones: 477,289 incluye: orientaciones, expedientes resueltos y otros eventos). Total Hogares con servicio de Telefonía fija: 2'229,396 (dato proyectado).
OE 3: LOGRAR POSICIONAMIENTO DE LA INSTITUCIÓN COMO GENERADOR DE CONOCIMIENTO	Capital Intelectual (Nuevos soles)	9,307	GAF	9425	101.27%	Total de gastos en investigaciones y capacitación: 1'903,871 nuevos soles.
	Unidades de conocimiento registrado producidas. (Registros documentales)	30	GG-GCC	15.8	52.67	
	Citar a documentos e información del OSIPTEL (Búsquedas en google scholar).	500	GG-GCC	569	113.8	
OE 4: DESARROLLO DE UNA RED DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS	Capital Relacional (Reg. Documentales. Base de Datos de contactos institucionales)	31	GG-GCC	32.12	103.61%	Convenios suscritos con: (1) Universidad de Huancavelica (20.08.09), (2) Universidad Particular Antenor Orrego Trujillo (19.09.09), y (3) Universidad Nacional del Centro de Huancayo (15.12.09).

Objetivos Estratégicos	Indicadores	Meta 2009	Gerencia Responsable	Avance al 4to. Trim.	% de avance Vs. Programado	Apreciaciones
OE 5: IMPULSAR Y PROMOVER LA EXPANSIÓN DEL SERVICIO Y LA CALIDAD DE LAS TELECOMUNICACIONES	Informe de situación del acceso a los Ss de Telecomunicaciones y Evaluación de Necesidad de Nuevas políticas o modificación de las existentes.	1	GPR	1	1	Al primer semestre se reporto la realización del análisis de mercado de teléfonos públicos en el informe "Revisión del Cargo de Interconexión Tope para el Acceso a los Teléfonos Públicos Operados por Telefónica del Perú S.A.A."
OE 6: INCREMENTAR LA COMPETENCIA EN LOS MERCADOS DE TELECOMUNICACIONES	Seguimiento de los principales mercados de telecomunicaciones, a fin de identificar medidas para mejorar el desempeño del sector. (Informes)	4	GRE	6	150%	Se emitieron 6 informes: 1) "Modelo de difusión tecnológica: Un análisis de la industria peruana de servicios móviles", 2) "Informe que evalúa competencia en el mercado de distribución de radiodifusión por cable en Lima Metropolitana y Callao", 3) "Opinión sobre la fusión entre telefónica del Perú S.A.A y Telefónica Móviles Holding Perú S.A.A. titular de las acciones de telefónica moviles", 4) "Integración Vertical en el Mercado de Distribución de Radiodifusión por Cable: Teoría y Experiencia Internacional",5) Boletín de competencia N° 001-2009: Índice de Brecha competitiva, 6) "Análisis de la evolución del mercado de larga distancia con respecto a la eliminación de la preselección por defecto".
	Detección de prácticas anticompetitivas en los mercados de servicios públicos de telecomunicaciones. (Informe)	1	GRE	1	100%	"Pre Investigación sobre el caso de las promociones Fono Ya y Multidestino" (Informe de Trabajo N° 011-2009).
OE 7: POSICIONAR AL OSIPTEL COMO AGENCIA DE COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL	Participación en reuniones nacionales e internacionales especializadas en materia de competencia. (Registro de Participación).	10	GCC	4	40%	Tres reuniones nacionales en el marco de "La Regulación en Camino hacia la Convergencia" (Consultorías Internacionales), y participación en el VI Seminario de Alto Nivel I/ERG-REGULATEL: "El Regulador ante el Conflicto: Causas y Soluciones".