

Santafé de Bogotá, D. C., Enero 31 de 1996

## **CIRCULAR No. 002**

**PARA : MINISTERIO DE COMUNICACIONES, EMPRESAS DE SERVICIOS PUBLICOS DE TELECOMUNICACIONES, SUPERINTENDENCIA DE SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS.**

**DE: COMISION DE REGULACION DE TELECOMUNICACIONES - C.R.T.**

**REF: Metodología para la presentación de los Objetivos Generales de los Planes de Gestión de las Empresas de Servicios Públicos de Telecomunicaciones y entrega de los niveles promedio de los indicadores de gestión, de acuerdo con la Resolución CRT No. 024 del 11 de mayo de 1995 y la circular conjunta No. 001 expedida por la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones con el Ministerio de Comunicaciones y la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios.**

De acuerdo con lo definido en la Resolución CRT No. 024 de 1995 y en cumplimiento a lo acordado en el cronograma de actividades de la circular No. 001 de la referencia, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones se permite dar a conocer la siguiente metodología:

### **1. Metodología de Presentación de los Objetivos Generales de los Planes de Gestión y Resultados:**

#### **Introducción.**

Dentro del marco definido para la implementación del Sistema de Regulación, Evaluación y Control de la Gestión Empresarial - SIREC, la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones presenta la Metodología General de Presentación de los Objetivos Generales del Plan de Gestión que las Empresas de Servicios Públicos de Telecomunicaciones deberán presentar ante el Ministerio de Comunicaciones, con el propósito de realizar la concertación de estos objetivos.

La metodología que se presenta a continuación busca identificar a nivel descriptivo, la visión y la misión que tienen las directivas de las ESP's sobre el futuro de la Empresa a partir de los diagnósticos financiero, técnico y administrativo, adelantados a nivel interno.

La formulación de los objetivos generales está destinada a obtener la identificación de las principales metas que señalarán el desempeño de la empresa y que interesan de manera sustancial para el desarrollo del sector de las telecomunicaciones.

Los objetivos estarán dirigidos a conocer los planes previstos por las empresas en materia de cobertura, calidad y eficiencia, y el desempeño futuro a corto, mediano y largo plazo. Esto en forma independiente a las metodologías empleadas por las empresas en su proceso de formulación y elaboración de sus planes estratégicos y de gestión.

Se espera que entre los objetivos que se formulen, independientemente del tipo a que corresponda, se observe coherencia y hayan sido la base para definir estrategias y planes a largo y mediano plazo, para poder garantizar el cumplimiento de la misión o razón de ser de la entidad y facilitar la viabilidad o existencia de la empresa.

## **2. Marco de referencia para la metodología de presentación de los objetivos generales.**

La metodología de presentación de los **objetivos generales**, considera que a partir del diagnóstico que ha efectuado la empresa en su papel con el entorno donde opera, seguramente ha evaluado las oportunidades y amenazas que previamente ha identificado para las actividades de su negocio, así como las fortalezas y debilidades internas que presenta para poder responder a ellas.

En otras palabras, la empresa a partir del análisis de aspectos relacionados con la satisfacción de la demanda y generación de oportunidades de negocios, evaluó también las condiciones internas en su infraestructura de recursos humanos, técnicos y financieros, para poder determinar objetivos y estrategias para lograrlos en el corto, mediano y largo plazo.

La metodología de presentación considera que los objetivos generales deben proyectar la empresa teniendo en cuenta su función como ente prestador de un servicio público, garantizando prioritariamente razones de **cobertura, calidad y eficiencia**.

Los objetivos de la Empresa harán referencia a lo que se espera lograr en el manejo del entorno. Estos por consiguiente, deben contemplar la relación de oferta y demanda en los distintos servicios o productos que ofrece, o espera ofrecer en un futuro, y en su

formulación deben determinar metas cuantitativas respecto a cubrimiento de mercados y tiempo para alcanzarlas.

Para homogeneizar la dimensión cuantitativa de tiempo, la metodología de presentación determina para objetivos y metas a corto plazo un (1) año, mediano plazo tres (3) años, y largo plazo cinco (5) años.

El nivel de concreción de los objetivos se recomienda hacerlo con la formulación de las metas en lo posible relacionadas a productos o servicios actuales o futuros de la empresa. Las metas deberán estar referidas, según lo dispuesto en los formatos anexos, a *los comportamientos esperados para los Indicadores de Gestión establecidos*.

Debido a que las empresas pueden tener en ejecución sus planes estratégicos o de gestión, los cuales se desarrollan a través de proyectos, se deberá hacer referencia al estado o fase de desarrollo en que se encuentra, de manera tal que permita observar aspectos relacionados con el alcance actual de los objetivos y su concreción en metas.

### **3. Formatos de Presentación.**

A continuación se entrega una descripción de los formatos anexos que hacen parte de la metodología de presentación de los objetivos generales de los Planes de Gestión y Resultados, que las Empresas deberán diligenciar con la información requerida.

#### **Formato No. 1.**

##### **Información General de la Empresa:**

En este formato se debe registrar la información general de la empresa (Nombre, Naturaleza Jurídica Actual, Area de Prestación del Servicio, Servicios de Telecomunicaciones que actualmente presta, Nombre del Gerente o Representante legal y Telefonos y Dirección).

#### **Formato No. 2.**

##### **Objetivos de Cobertura en Telefonía Básica:**

En este formato la empresa indicará los objetivos en materia de cobertura en número de líneas telefónicas para los abonados residenciales, no residenciales (sector industrial y comercial y entidades oficiales), abonados rurales, y no productivos.

### **Formato No. 3.**

#### **Objetivos de Cobertura en Telefonía Básica:**

La empresa deberá indicar la densidad telefónica en servicio por cada 100 habitantes, indicando las líneas destinadas al área rural y en líneas destinadas al área residencial especificando la densidad por estrato.

Para la densidad telefónica total se deberá indicar adicionalmente la densidad telefónica por área atendida (No. de líneas / Km<sup>2</sup>). En caso de tener previsto un incremento del área atendida para los próximos años, indicarlo en este formato al pie de pagina.

Por otra parte se entregarán las proyecciones sobre densidad de telefonos públicos por cada 1000 habitantes.

### **Formato No. 4.**

#### **Objetivos de Calidad en Telefonía Básica:**

De los indicadores propuestos el cálculo se realizará teniendo en cuenta los Anexos descriptivos de los aspectos financieros y técnico - administrativos de la Resolución CRT No. 024 de 1995.

**Accesibilidad Local.** El Ministerio de Comunicaciones podrá especificar los criterios para la forma de calculo, tamaño de la muestra aceptable para su medición, así como el horario, periodicidad, y unificación del resultado entre centrales analógicas y digitales.

**Tiempo promedio de reparación de daños**, desagregado para daños en planta interna y red externa, **Tiempo de atención a solicitudes** - Instalaciones nuevas, **Porcentaje de facturas modificadas**, **Porcentaje de digitalización** de la empresa desagregado en equipos de Transmisión y Conmutación.

### **Formato No. 5.**

#### **Objetivos de Eficiencia en Telefonía Básica.**

**Número de empleados por cada 1000 líneas**, en el cual se incluyen como empleados el personal administrativo, operacional, de mantenimiento y contratistas del servicio telefónico.

Los indicadores financieros de **(4.1) Período Promedio de Cobro**, **(5.1) Margen Operacional**, **(5.3) Rendimiento de los activos** y **(6.1) Eficiencia Administrativa**, se entregarán de acuerdo a las definiciones de la Resolución CRT No. 024 de 1995.

## **Formato No. 6.**

### **Objetivos sobre otros Servicios.**

La empresa suministrará la información sobre los nuevos servicios que proyecta prestar en el futuro y el número estimado de abonados que se espera tener.

A pié de página indicará el año en que entrará a operar cada uno de los nuevos servicios.

#### **4. Niveles Promedio de los Indicadores de Gestión:**

Los niveles promedio de los indicadores de gestión financieros, técnicos y administrativos, se incluyen en anexo, de acuerdo con la **información correspondiente al primer semestre de 1995** según lo establecido en la resolución CRT No. 024 de 1995, y los estados financieros disponibles.

En lo que respecta a la información financiera, se realizó una clasificación de las empresas bajo los siguientes criterios:

- Clasificación según número de líneas (Menores de 30 mil, entre 30 mil y 200 mil, y superior a 200 mil líneas).
- Clasificación Regional (Zonas Atlántica, Oriental y Occidental).

Por otra parte, los indicadores técnicos se presentan en forma aproximada, incluyendo los promedios totales, la clasificación según el número de líneas y la clasificación según localización geográfica, para once (11) empresas que remitieron la información a la Comisión.

**DANIEL ENRIQUE MEDINA VELANDIA**  
**Coordinador General**

**Anexo: Formatos de Presentación de Objetivos Generales.**  
**Niveles Promedio de los Indicadores de Gestión.**

## PLAN DE GESTION Y RESULTADOS

**PROYECTO SIREC**  
**OBJETIVOS GENERALES**  
**Formato No. 1**

### INFORMACION GENERAL DE LA EMPRESA

<b>Nombre de la empresa:</b>	
<b>Naturaleza Jurídica:</b>	
<b>Area de Cobertura:</b> Indicar municipios y área en Km2.	
<b>Servicios de Telecomunicaciones Prestados Actualmente:</b>	
<b>Representante Legal:</b>	
<b>Telefonos:</b> <b>Fax:</b> <b>Dirección:</b>	

## **ANEXOS**



**FORMATOS DE PRESENTACIÓN DE OBJETIVOS GENERALES.**

**NIVELES PROMEDIO DE LOS INDICADORES DE GESTION FINANCIEROS,  
TECNICOS Y ADMINISTRATIVOS**