



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

AUTORA: SILVIA PATRICIA RUÍZ COBOS

TUTOR: ECON. DAVID BATALLAS GONZÁLEZ, MSc.

**LA LIBERTAD – ECUADOR
2013**

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.**

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA
ELENA, AÑO 2013”.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

AUTORA: SILVIA PATRICIA RUÍZ COBOS

TUTOR: ECON. DAVID BATALLAS GONZÁLEZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2013

La Libertad, Noviembre de 2013.

APROBACIÓN DEL TUTOR.

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación, **“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”**, elaborado por la Srta. Silvia Patricia Ruíz Cobos, egresada de la Carrera de Administración Pública, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración Pública, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. David Batallas González, MSc.

TUTOR

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir y proveer los recursos para poder culminar mi carrera profesional y ser lo que ahora soy. A mis padres por el apoyo incondicional, quienes han sido el pilar fundamental para esforzarme día a día.

A mis amigas (os) y a todas aquellas personas que me han brindado su afecto y apoyo invaluable para poder culminar con éxito una meta más en mi vida.

Silvia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios porque es y será siempre el compañero de mi vida, quien ha llenado mi ser de fortaleza para seguir siempre adelante, ayudándome a vencer los obstáculos que se me presenten en la vida. A mis padres quienes me han brindado todo su apoyo para ser la persona quien hoy soy y quien seguiré siendo por el tiempo que Dios me lo permita.

A mi tutor de tesis, Eco. David Batallas González, Msc. y a todos los docentes de la Carrera de Administración Pública por sus enseñanzas y contribución a mi formación profesional y personal. A todas las personas que me brindaron su apoyo para la elaboración de este trabajo.

Silvia

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc. Econ. David Batallas González, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD DIRECTOR DE ESCUELA DE
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ADMINISTRACIÓN

Econ. David Batallas González, MSc Econ. Margarita Panchana Panchana
PROFESOR TUTOR PROFESOR DE ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

**“MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES
EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA, AÑO 2013”.**

Autora: Silvia Patricia Ruíz Cobos

Tutor: Econ. David Batallas, MSc.

RESUMEN.

El presente trabajo “Modelo de gestión administrativa para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena”, propone el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente mediante una planificación adecuada, superando conflictos internos, mejorando el ambiente laboral, colaborando con el objetivo gubernamental que consiste en la mejora continua de los servicios prestados por las entidades públicas para lograr un desarrollo tanto económico y productivo de la población, para ello es necesario implementar este plan, donde el valor fundamental sea la satisfacción inmediata de las necesidades de los clientes en el menor tiempo posible. Este documento busca que los altos mandos logren ejercer una efectiva gestión administrativa. La empresa objeto de estudio es una entidad pública que se encuentra en todo el país, realizándose la investigación en la sucursal del Cantón La Libertad, basado en la investigación de campo y documental, respaldándose con la aplicación de métodos y técnicas de investigación que permitieron delinear una estrategia de recolección de los datos e información del personal y clientes que mantienen relación directa con la institución y que previa la elaboración de un diagnóstico se procedió a darle tratamiento estadístico mediante cuadros y gráficos, que contribuyeron a proponer, realizar e implementar esta propuesta de tesis. Es por eso que el presente trabajo se constituye en un factor importante para los usuarios y funcionarios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, permitiendo manejar estrategias de atención al cliente y organización grupal, que es el objetivo final de la institución cumpliendo así con las metas estratégicas y el compromiso de los empleados con la entidad, debido a que nos encontramos en una sociedad cada vez más exigente, es por eso que se debe de contar con productos y servicios nuevos e innovadores que faciliten el desarrollo de procesos, para que estos sean efectivos y que conlleven al alcance de los objetivos de la entidad.

ÍNDICE GENERAL

	Página
PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
INTRODUCCIÓN.	1
1. TEMA.	3
2. EL PROBLEMA.	3
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	5
2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.	5
2.4. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.	6
3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.	8
3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.	8
3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	9
4. OBJETIVOS.	9
4.1. OBJETIVO GENERAL.	9
4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
5. HIPÓTESIS.....	10
6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	11

CAPÍTULO I.....	14
MARCO TEÓRICO.....	14
1.1. ANTECEDENTES.....	14
1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	16
1.2.1.1. Importancia de la Dirección Estratégica	16
1.2.1.2. Características de la Dirección Estratégica	16
1.2.1.3. Principios básicos de la Dirección Estratégica.....	17
1.2.1.4. Modelos y elementos del plan estratégico.	17
1.2.1.4.1. Misión.	20
1.2.1.4.2. Visión.	20
1.2.1.4.3. Objetivos	20
1.2.1.4.5. Estrategias.	21
1.2.1.5. Análisis Organizacional.	22
1.2.1.5.1. Análisis del Ambiente Externo	22
1.2.1.5.2. Análisis del Ambiente Interno	23
1.2.1.5.3. Análisis FODA.....	23
1.2.1.5.4. Matriz FODA	25
1.2.1.6. Gestión de las Necesidades.	26
1.2.1.6.1. Programas.....	26
1.2.1.6.2. Proyectos	27
1.2.1.7. Proyección de la Planificación Estratégica.	27
1.2.1.7.1. Vínculos Inter- Organizacionales.....	28
1.2.1.7.2. Clima Organizacional	28
1.2.1.8. Resultados Esperados.....	29
1.2.1.8.1. Eficiencia.....	29
1.2.1.8.2. Seguimiento y control	30
1.2.2. Calidad del servicio.	30
1.2.2.1. Calidad.	30
1.2.2.1.1. Control	30
1.2.2.1.2. Organización.	31
1.2.2.2. Servicio.	31

1.2.2.2.1. Elementos	31
1.2.2.2.2. Acciones	31
1.2.2.3. Tecnologías.	31
1.2.2.3.1. Satisfacción de las necesidades	32
1.2.2.3.2. Comunicación	32
1.2.2.4. Información.	32
1.2.2.4.1. Clientes Satisfechos.	32
1.2.2.4.2. Recursos	32
1.2.2.5. Tiempo.	33
1.2.2.5.1. Personal Calificado.	33
1.2.2.5.2. Materiales Adecuados	33
1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	33
CAPÍTULO II	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	39
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	40
2.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.	41
2.3.1. Por el Propósito.	41
2.3.2. Por el Lugar.	42
2.3.3. Por el Nivel.	43
2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
2.4.1. Método Inductivo.	44
2.4.2. Método Analítico.	44
2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	45
2.5.1. Las Fuentes Primarias	45
2.5.2. Las Fuentes Secundarias.	47
2.5.2.1. Lectura científica de textos.	47
2.5.2.2. Documentos de Internet.	47
2.6.1. Guión de entrevista.	48
2.6.2. Cuestionario.	49

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	51
2.7.1. Población.....	51
2.7.2. Muestra.....	52
2.7.2.1. Muestreo por criterios o fines especiales.	53
2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
2.8.1. Procedimientos.....	55
2.8.2. Procesamiento.	56
CAPÍTULO III.....	57
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	57
3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DIRECTIVOS.....	58
3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS CLIENTES.....	63
3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	75
CAPÍTULO IV.....	77
MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.	77
4.1. PRESENTACIÓN.....	77
4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.....	78
4.3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.....	79
4.4. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.	80
4.5. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.	81
4.5.1. Análisis Externo.....	81
4.5.2. Análisis Interno.....	81
4.5.3. F.OD.A.....	82

4.5.3.1. FODA Estratégico.....	84
4.5.4. Análisis de la Competencia.....	85
4.5.5. Dirección estratégica.....	86
4.5.5.1. Misión de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.....	86
4.5.5.2. Visión de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.....	86
4.5.5.3. Valores empresariales de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.....	86
4.5.5.4. Objetivos de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”...87	
4.5.5.4.1. Objetivo general.....	87
4.5.5.4.2. Objetivo específico.....	87
4.5.5.5. Metas de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.....	88
4.5.5.6. Estrategias Empresarial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, basadas en el crecimiento, productividad y sostenibilidad.....	88
4.5.6. Gestión de las necesidades.....	90
4.5.6.1. Productos y servicios.....	90
4.5.6.2. Clientes y proveedores.....	92
4.5.6.2.1. Clientes.....	92
4.5.6.2.2. Proveedores.....	92
4.5.6.3. Satisfacción de las necesidades.....	93
4.5.6.4. Programas y proyectos.....	94
4.5.6.4.1. Flujos de programas y proyectos de acción.....	95
4.5.6.4.2. Programas y proyectos de acción para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	96
4.5.7. Modelo de Gestión Administrativa.....	100
4.5.7.1. Forma Estructural de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	101
4.5.7.2. Tecnología de información y sistema de control de CNT.....	103
4.5.7.2.1. Sistemas de información de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	103

4.5.4.3.2. Servicios Online que ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	103
4.5.7.3. Política de recursos humanos, incentivos de Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	104
4.5.7.3.1. Política de Recurso Humano.....	104
4.5.7.3.2. Política de Incentivos.....	104
4.5.7.3.3. Política de Precio.....	104
4.5.7.3.4. Política de Mercadeo.....	104
4.5.7.3.5. Política de aporte a la comunidad.....	104
4.5.7.4. Cultura organizacional.....	105
4.5.7.4.1. Valores éticos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.....	105
4.5.7.4.2. Principios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.....	106
4.5.7.4.3. Vínculos Inter-Organizacionales.....	107
4.5.8. Resultados de la efectividad.....	108
4.5.8.1. Recursos.....	108
4.5.8.2. Eficiencia.....	109
4.5.8.3 Eficacia.....	109
4.5.8.4 Evaluación.....	110
4.5.5.8.1. Matriz de evaluación de resultados.....	110
4.5.5.8.2. Matriz de seguimiento para la revisión de resultados.....	111
4.6. PLAN DE ACCIÓN.....	112
4.7. PRESUPUESTO DE LA TESIS.....	113
4.8. PRESUPUESTO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	114
4.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
4.9.1. Conclusiones.....	116
4.9.2. Recomendaciones.....	117
 BIBLIOGRAFÍA.....	 118
ANEXOS.....	121

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
CUADRO # 1: Operacionalización de las Variables.	12
CUADRO # 2: Modelos Conceptuales para crear un Plan Estratégico	18
CUADRO # 3: Instrumentos de la Investigación.. ¡Error! Marcador no definido.	
CUADRO # 4: Distribución de la Población.	51
CUADRO # 5: Número de Encuestas y Entrevistas de Elementos de la Población.	55
CUADRO # 6: Grado de Aceptación.....	63
CUADRO # 7: Atención brindada.	64
CUADRO # 8: Tiempo de espera.	65
CUADRO # 9: Información brindada.	66
CUADRO # 10: Seguridad en el servicio.	67
CUADRO # 11: Tiempo de espera.	68
CUADRO # 12: Quejas por atención.....	69
CUADRO # 13: Tiempo de demora.....	70
CUADRO # 14: Servicio recibido.	71
CUADRO # 15: Trabajo en Equipo.	72
CUADRO # 16: Mejora en la Institución.	73
CUADRO # 17: Buzón de sugerencias.....	74
CUADRO # 18: F.O.D.A. de CNT.	82
CUADRO # 19: Análisis de la matriz FODA estratégico.....	84
CUADRO # 20: Competencia de CNT.....	85
CUADRO # 21: Capital Humano.	97
CUADRO # 22: Comunicación.	98
CUADRO # 23: Servicio al Cliente.....	99
CUADRO # 24: Matriz de evaluación.	110
CUADRO # 25: Matriz de seguimiento.....	111
CUADRO # 26: Plan de acción.	112

CUADRO # 27: Presupuesto de Tesis.	113
CUADRO # 28: Temas de Capacitación.	114
CUADRO # 29: Recursos a emplear en capacitaciones	114
CUADRO # 30: Presupuesto del modelo de gestión administrativo.	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
GRÁFICO # 1: Contenido del Plan Estratégico	19
GRÁFICO # 2: Esquema del Proceso de Aplicación del Análisis “FODA”	24
GRÁFICO # 3: Matriz FODA.	25
GRÁFICO # 4: Grado de Aceptación.	63
GRÁFICO # 5: Atención brindada.	64
GRÁFICO # 6: Tiempo de espera.....	65
GRÁFICO # 7: Información brindada.	66
GRÁFICO # 8: Seguridad en el servicio.....	67
GRÁFICO # 9: Tiempo de espera.....	68
GRÁFICO # 10: Quejas por atención.	69
GRÁFICO # 11: Tiempo de demora.	70
GRÁFICO # 12: Servicio recibido.....	71
GRÁFICO # 13: Trabajo en Equipo.	72
GRÁFICO # 14: Mejora en la Institución.....	73
GRÁFICO # 15: Buzón de sugerencias.	74
GRÁFICO # 16: Logotipo	79
GRÁFICO # 17: Modelo de Gestión Administrativa.	80
GRÁFICO # 18: Flujos de programas y proyectos de acción.....	95
GRÁFICO # 19: Estructura Organizacional CNT.	102

ÍNDICE DE ANEXOS.

	Página.
ANEXO # 1: Modelo de Encuesta.....	122
ANEXO # 2: Modelo de Entrevista.....	125
ANEXO # 3: Carta Aval	126
ANEXO # 4: Revisión y aprobación del Gramatólogo.....	127
ANEXO # 5: Fotos Encuestas.....	128

INTRODUCCIÓN.

En la actualidad la Corporación Nacional de Telecomunicaciones “CNT”, es una empresa perteneciente al Estado, que presta sus servicios al Ecuador, a través del Ministerio de Telecomunicaciones. La empresa se encarga de ofrecer servicios de telefonía fija cubriendo el mercado nacional en un 85%. Así mismo la empresa está autorizada para la prestación de servicios de transmisión de datos, videos e internet. Es así que en el año de 2008 estas instituciones se fusionaron “ANDINATEL S.A.” y “PACIFICTEL S.A.”, dando como resultado la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Como ya se mencionó anteriormente con el único fin de ser competitivos en el mercado, se establece necesario la optimización de los diferentes procesos que se efectúan en las diversas áreas de la entidad y al interior de estos, en su mayoría involucrados con el talento humano, así como también con la calidad del servicio que la institución ofrece para cada uno de sus usuarios. La planeación, organización y dirección de los recursos tiene una serie de falencias, las que no permiten que la institución satisfaga cada una de las exigencias de la sociedad e internamente con las necesidades de la empresa, sin existir un mecanismo veraz y eficiente que establezca que planes se puede emplear y los procedimientos de control o seguimiento a seguir para determinar la efectividad de los mismos.

De igual manera se percibe un ambiente laboral con ciertas falencias cuando se pretende determinar los procesos acordes y acertados que cumplan con un desempeño laboral adecuado, dando como resultado una disminución en la calidad de los productos y servicios que ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, por lo que se debe buscar medidas correctivas, sino no podrá enfrentar la inminente apertura del mercado en el área de la telefonía fija; con nuevos proveedores que ofertarán en las mismas o mejores condiciones que la empresa, no obstante existen aún oportunidades para la mejora del talento humano

Resulta de vital importancia relacionarse con las personas y analizar las fortalezas y debilidades, para poder determinar de forma eficiente los contenidos a ser desarrollados en los procesos de gestión administrativa con el fin de que se cree un ambiente laboral adecuado y acorde a las exigencias del mercado.

El trabajo de investigación consta de varios capítulos para su adecuado desarrollo, entre los cuales tenemos:

En el Capítulo I: Consta del Fundamento Teórico en el cual se indica los antecedentes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones y la importancia del tema de tesis, así mismo los fundamentos teóricos de los contenidos científicos de cada una de las variables.

En el Capítulo II: Consta de la Metodología de la Investigación donde se describe el diseño, tipo, métodos, técnicas e instrumentos de investigación a utilizar para el desarrollo del proyecto, además de la obtención de la muestra de la población que conforma la empresa en estudio y el análisis de los resultados de la encuesta realizada.

En el Capítulo III: Se describe el análisis e Interpretación de resultados, este capítulo se refiere al análisis e interpretación de los resultados de los diferentes métodos de evaluación como: encuestas y entrevistas realizadas al objeto de investigación.

El Capítulo IV: En este capítulo se detalla el modelo de gestión administrativa que se desea implementar para Corporación Nacional de Telecomunicaciones, aquí se detallarán la misión, visión y objetivos que se busca lograr en la entidad en un periodo de tiempo previamente establecido, realizar el análisis respectivo conociendo fortalezas, debilidades y demás condiciones laborales para elaborar un plan de acción que permita el cumplimiento de los objetivos planteados.

Mediante el desarrollo de los capítulos anteriormente descritos se pretende el proceso de investigación realizado y los medios aplicados para proponer un modelo de gestión administrativa, que mejore la institución a nivel global e incentive a un ambiente laboral armónico y sobre todo su cambio de mentalidad.

1. TEMA.

“INCIDENCIA DE LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”.

2. EL PROBLEMA.

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Las Organizaciones son sistemas complejos e integrales conformados por recursos tanto humanos como una variedad de recursos físicos coordinados para la obtención de una finalidad establecida, y que a su vez, están constituidas por sistemas o subsistemas que interactúan entre sí, los cuales deben estar vinculados adecuadamente e interrelacionados activamente, cuando se quiere lograr una gestión eficiente y efectiva.

La gestión en el ámbito empresarial puede definirse como el conjunto de actividades que puedan repercutir en los resultados de la organización. Y para esto es necesario un proceso de control y administración que permita optimizar recursos, costos y esfuerzos, con la integración de todos aquellos conceptos cuya gestión tienen aspectos y requisitos comunes. El objetivo no es otro que evitar duplicidades, optimizar recursos y simplificar al máximo la gestión de todos los sistemas. La comunicación es uno de los descubrimientos científicos más importantes, que revolucionó el convivir de la sociedad humana a nivel mundial. Y hoy por hoy, las comunicaciones vía satélite revolucionan el mercado, debido a que realmente no existe una parte del mundo no se ponga al alcance de cualquiera de los usuarios. Aun así la telecomunicación es instrumentos de comunicación de mayor uso.

A pesar de toda la tecnología que se ha implementado en los últimos tiempos, existen aún civilizaciones que no cuentan con el servicio de telecomunicación. A estos factores se suma la condiciones de pobreza y marginación que todavía afectan o son causas primordiales para que estas civilizaciones no posean este servicio o se mantengan al margen de los servicios comunicaciones, a los que el resto de la comunidad si está acostumbrada. Pero es más, existe un déficit de servicio telefónico incluso en ciudades importantes. ¡Qué diríamos de áreas rurales apartadas, muchas de ellas incomunicadas!

Para las instituciones públicas el diseño o implementación de una planeación estratégica adecuada es muy importante ya con que esta se busca incentivar o lograr que todos los procesos internos se efectúen de forma eficiente y transparente, mediante la adopción y cumplimiento de acciones correctivas, con una metodología orientada al mejoramiento continuo, ya que varias autoridad o funcionarios desconocen el adecuado uso de esta ciencia, lo que provoca que no se cumplan los objetivos institucionales y por ende se tenga un servicio de pésima calidad.

Al aplicar la planificación estratégica se tiene como meta alcanzar la eficiencia mediante un proceso de cambio, desarrollo y transformación, excelencia en los resultados, la eficacia y un grado alto de efectividad, le permitirán ser mejores que la competencia y llegar a cumplir el principal objetivo el cual es ofrecer un servicio diferentes, mejorado y que posea un valor agregado creando posicionamiento en la mente del consumidor. Lamentablemente en muchas ocasiones la presencia de un mal servicio se debe por contar con personal no adecuado por su ingreso en muchas ocasiones se da por aspectos políticos como cuota política de algunos legisladores conocidos como asambleístas afectando directamente al desarrollo y avance de la entidad, puesto que estos no pasan por el respectivo proceso para conocer sus habilidades y destrezas, para recibir la capacitación necesaria, acorde a las exigencias de la sociedad, teniendo como resultado un servicio de mala calidad.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

¿Cómo incide el desarrollo e implementación de planes estratégicos del personal, en la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT del cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Año 2013?

2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

De acuerdo a la formulación del problema, se procede a elaborar una serie de preguntas que nos permitirán lograr los objetivos de la investigación, para ello se plantean las siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo incide la limitada colaboración del personal en la Planificación Estratégica de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?
2. ¿Qué efectos positivos tendría el desarrollo de la planificación estratégica del personal?
3. ¿Cómo incide la asesoría y capacitación en la optimización de la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?
4. ¿Cómo influye en la calidad del servicio, el desarrollo e implementación de planes estratégicos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?
5. ¿Cómo mejoraría la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, mediante la aplicación de una adecuada planificación estratégica del personal?

2.4. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA.

Para la evaluación del problema de investigación sobre la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones tenemos los siguientes puntos:

Claro: El estado de desarrollo actual de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón La Libertad, hace necesario un planteamiento de soluciones que promuevan el desarrollo dentro de una perspectiva de generar nuevas oportunidades de cambios que sirvan como un nuevo reto para la misma.

Evidente: En la actualidad busca el cumplimiento de sus objetivos, a través de un diseño de gestión administrativa, que permita orientar el proceso de cambio y su conducción.

Concreto: El diseño de gestión administrativa se creará para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón La Libertad, donde en la actualidad cada vez más se incrementan los diferentes servicios prestados por la institución.

Relevante: Podemos destacar que el diseño de gestión administrativa para la CNT del cantón La Libertad, aportará con estrategias de organización, permitiendo que la entidad obtenga un desarrollo social y económico.

Factible: Al proponer un diseño de gestión administrativa para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del cantón La Libertad, aumentaría efectividad en operaciones y actividades que se realizan en la prestación de servicios, mejorando sus procesos productivos.

Variable: Ayudará a mejorar la organización, beneficiando directamente e indirectamente a todos los usuarios de la institución.

3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

Para un adecuado servicio en el ámbito de telecomunicaciones en el Ecuador se procedió a la sustitución de empresas antiguas que anteriormente se dedicaban a esta labor, este cambio se dio por una entidad perteneciente al Estado, pero esta también requiere o tiene la necesidad de implementar cambios para que la administración del talento humano sea eficiente, además se implemente una gestión administrativa adecuada como pilar fundamental para el crecimiento empresarial de la institución. Estos cambios son necesarios para la que la institución pueda cumplir con los objetivos institucionales y exista un ambiente armónico adecuado en conformidad con las exigencias y necesidades de la actual sociedad.

La gestión administrativa tiene como objetivo principal establecer una organización adecuada, que dirija a la toma acertada de decisiones, contribuyendo al desarrollo de la habilidad y aptitudes del personal, que darán como resultado un desempeño adecuado en cada una de las funciones asignadas, atendiendo de manera correcta al cliente. Por lo tanto mediante la gestión administrativa no solo se logra un desempeño adecuado en cada uno de los puestos de trabajo fijos, sino que también serán de gran aporte para el personal sin contar el lugar donde se encuentre efectuando sus labores.

Por lo tanto se propone establecer un diseño de gestión administrativa que tenga la tarea de planear las funciones a realizar en las diferentes áreas, con el fin de ofrecer productos, bienes y servicios de calidad, que garanticen la satisfacción del cliente y el crecimiento interno de la institución. Para ello se planean las acciones a realizar, ultimando hasta el más mínimo detalle; teniendo en cuenta planes de contingencia en caso de que algo pueda fallar, y de esta manera velar que todos los procesos que se lleven a cabo avalen el éxito; por medio de la organización y la adecuada gestión de los recursos económicos, humanos y materiales; ejecutando las reglas y acciones planeadas de la manera más propicia y benéfica

para todos, dirigiendo y controlando las actividades que se han planeado a realizar, analizando detalladamente los resultados obtenidos para corregir errores y efectuar procedimientos en pro de la satisfacción de los involucrados.

3.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.

Según Méndez C (2006), la justificación teórica “Son las razones que argumentan el deseo de verificar, rechazar o aportar aspectos teóricos referidos al objeto de conocimiento”, es por esta razón que la justificación Teórica permitirá ampliar el conocimiento en el tema de estudio, pág. #195.

Se establece que mediante el diseño de gestión administrativa para la Corporación Nacional de Telecomunicación del cantón La Libertad, les permitirá mejorar la competitividad y el grado de eficiencia del personal de la institución. Además la presente investigación servirá como punto de referencia para demás instituciones del sector público, pues todavía sufren de falencia al no aprovechar al máximo los recursos de la empresa.

3.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA.

Según Méndez C (2006), “La justificación metodológica se refiere a la ciencia que se encargar de analizar cuáles son los procesos empleados para brindar alternativas de solución a determinados problemas tanto teóricos como prácticos, con el fin de obtener un sistema adecuado para determinada empresa” pág. 195.

Por lo tanto, mediante el diseño de Gestión Administrativa, que se aplicará en esta investigación se podrá analizar los factores negativos que afectan al personal de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones o las falencias que existan en los diferentes procesos de prestación de servicios, atención al cliente entre otros, como también se podrá evaluar el desempeño de los integrantes de la misma, a través de las técnicas de recolección de datos tales como, fuentes primarias en la

que intervienen la entrevista y la encuesta, así mismo mediante fuentes secundarias que permita conocer los errores que derivan el problema y a la vez dar solución para el mejoramiento funciones administrativas.

De tal forma se obtendrá información sobre los antecedentes del problema, investigando sobre las causas de su aparición y su evolución, como también se analizara las variables y su interrelación con el problema, realizando análisis de contenidos, resúmenes y síntesis.

3.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.

Según Méndez C (2006), la justificación práctica “son las razones que señalan que la investigación propuesta ayudará en la solución de problemas o en la toma de decisiones”, el interés del investigador para ampliar el conocimiento, pág. #195

Para la ejecución de dicha investigación, se realizará una entrevista a los jefes departamentales y la encuesta será aplicada a los clientes que en este caso será representada por la población del cantón Santa Elena. Es así que se utilizará las metodologías adecuadas para esta investigación con el fin de fomentar la mejora continua en la administración de recursos, detectando las actividades críticas que afecten su ejecución, las mismas que posteriormente se las mejorarían mediante la aplicación de técnicas.

4. OBJETIVOS.

4.1. OBJETIVO GENERAL.

Determinar la incidencia de la planificación estratégica del personal en la calidad del servicio, mediante la aplicación de los instrumentos de investigación, para el adecuado uso de los recursos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- 1.** Analizar la incidencia de la colaboración del personal de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, mediante diferentes ideas, para brindar un servicio de calidad.
- 2.** Identificar los efectos positivos en la labores de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, mediante el desarrollo de la planificación estratégica del personal, para fortalecer la comunicación.
- 3.** Identificar temas relevantes de asesoría y capacitación para el personal de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, mediante reuniones con los diferentes actores, para determinar las diferentes falencias existentes.
- 4.** Establecer los factores que influyen en la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, mediante encuestas realizadas a clientes, para la elaboración de medidas correctivas.
- 5.** Definir la planificación estratégica adecuada del personal, mediante la implementación de planes, con el fin de optimizar la calidad de los servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

5. HIPÓTESIS.

La incidencia de la planificación estratégica del personal, mejorará la calidad del servicio, mediante el análisis e intervención de los diferentes actores, en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Año 2013.

6. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

Constituye la esquematización de las variables que constan en la hipótesis de la investigación, las mismas que representan un concepto de vital importancia dentro de un proyecto y que facilitan el ordenamiento del contenido científico. Hernández R. (1998) las define como “una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse, se aplica a un grupo de personas u objetos, los cuales pueden adquirir diversos valores respecto a las variables”. Pág. 75.

El tema de investigación es:

“INCIDENCIA DE LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DEL PERSONAL EN LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013”.

Variable Independiente:

- Planificación estratégica del personal

Variable Dependiente:

- Calidad del servicio

CUADRO # 1: Operacionalización de las Variables.

Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumentos
Incidencia de la planificación estratégica del personal en la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2013.	Variable Independiente. Planificación estratégica del personal.	La planificación o dirección estratégica de recursos humanos puede concebirse como un conjunto que integra las prácticas de recursos humanos con el objeto de preparar a la organización mediante el análisis organizacional. Estas prácticas deben formar un sistema capaz de atraer, desarrollar, motivar y entrenar la dotación de empleados necesaria para asegurar el efectivo funcionamiento mediante la gestión de las necesidades, conforme cambia el entorno interno y externo de la organización, y la proyección de la planificación estratégica para asegurar la disponibilidad de recursos humanos y resultados esperados que demanda la organización.	Dirección estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> - Misión - Visión - Objetivos - Metas - Estrategias 	¿Cómo empleado de la institución cree Ud. que cumplen con todas los requerimientos solicitados por un cliente?	Encuestas
			Análisis organizacional.	<ul style="list-style-type: none"> - Oportunidades - Amenazas - Fortalezas - Debilidades 	¿La máxima autoridad o jefes departamentales se esfuerzan por crear un ambiente laboral adecuado?	
			Gestión de las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> - Productos o servicios - Programas - Proyectos 	¿Los servicios prestados por la institución cree Ud. que cumplen con todas sus necesidades?	Se crean esquemas de trabajo dentro de la institución a fin de que lo planeado dentro de la empresa se lleve a cabo?
			Proyección de la planificación estratégica.	<ul style="list-style-type: none"> - C. Organizacional - Vínculos interorganizacionales 	¿Se cumple con lo dispuesto en los cronogramas de trabajo de trabajo de la institución?	¿Existe una buena dirección de los jefes departamentales en cuanto al trabajo realizado por los empelados?
			Resultados esperados.	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia - Seguimiento - Control 	¿Considera Ud. que existe los controles necesario para verificar si se logró satisfacer las necesidades de los clientes	

Fuente: Libro de Hernández Sampiere, Metodología de la Investigación
Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Items	Instrumentos
<p>Incidencia de la planificación estratégica del personal en la calidad del servicio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2013.</p>	<p>Variable Dependiente.</p> <p>Calidad del servicio</p>	<p>La calidad del servicio es la capacidad de dar un buen servicio. Son las tecnologías que garantizan la transmisión de cierta cantidad de información en un tiempo dado.</p>	<p>Calidad</p> <p>Servicio.</p> <p>Tecnologías</p> <p>Información</p> <p>Tiempo</p>	<p>Control Organizar</p> <p>Elementos Acciones</p> <p>Satisfacción de las necesidades. Comunicación</p> <p>Clientes satisfechos Recursos</p> <p>Personal calificado Materiales adecuados</p>	<p>¿Cómo cliente considera Ud. que todas sus solicitudes son atendidas con responsabilidad y de manera inmediata?</p> <p>¿Se da solución inmediata a las solicitudes atendidas o existe un largo tiempo de espera?</p> <p>¿Se siente satisfecho con los productos o servicios que presta la Corporación Nacional de Telecomunicaciones?</p> <p>¿La atención brindada por parte del personal de CNT es adecuada o cumple con sus expectativas?</p> <p>¿Considera Ud. que los servicios ofrecidos por la institución sean viables con el personal que actualmente cuenta la institución?</p>	<p>Encuestas</p>

Fuente: Libro de Hernández Sampiere, Metodología de la Investigación

Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

CAPÍTULO I.

MARCO TEÓRICO.

1.1. ANTECEDENTES.

Las primeras operaciones de Telecomunicaciones se dieron en el Ecuador en los años de 1884, donde se realizó la primera transmisión de un mensaje mediante líneas telegráficas. Posteriormente hubo grandes avances entre los años de 1900 hasta 1950, donde se pudo realizar grandes avances en las transmisiones, cumpliendo un recorrido de 700 kms. de líneas telegráficas y telefónicas, surgiendo en ese entonces las primeras empresas como la ETQ, Empresa de Teléfonos de Quito en año de 1949, posteriormente la empresa de Teléfonos de Guayaquil fundada en 1950, contando con nuevas tecnologías y técnicas en telefonía y telegrafía que se dieron a nivel nacional e internacional.

Con el avance de la tecnología y el tiempo se da apertura a la Empresa Nacional de Telecomunicaciones que apareció en la década de los sesenta. Paralelamente se crea la Dirección General de Telecomunicaciones las cual debería cumplir con tres funciones básicas que eran: planificación de los servicios públicos de telecomunicaciones, administración y control del espectro radioeléctrico y finalmente con el control de los mismos. A medida que la demanda aumentaba sobre los servicios prestados en 1972 se procedió a instalar la Estación Terrena y se crea el Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones IETEL, que surgió como resultado de las fusiones de las empresas de telecomunicaciones tanto del norte como del sur. En el año de 1992, exactamente en el mes de agosto se crea EMETEL S.A., la misma que tenía una representación del Fondo de Solidaridad como sucesor de la anterior empresa IETEL, esta pasa a asumir la operación y administración del sector, destinada exclusivamente para la prestación de servicios finales y de telecomunicaciones.

Posteriormente mediante un estudio realizado por parte de una consultora internacional se recomendó necesario y coherente la creación de dos entidades dedicadas a la telecomunicación una como domicilio en Quito conocida como ANDINATEL S.A. y la otra como PACIFICTEL S.A. en Guayaquil.

Como en todas las localidades del Ecuador, la comunicación en el Cantón La Libertad se volvió indispensable para el desarrollo de la población, es así que se inauguró la primera central en esta localidad llamada Pacifictel, la cual estuvo ubicada en un terreno de propiedad privada, en la Avenida 2da y calle 17 (esquina) zona residencial del barrio 11 de diciembre del cantón La Libertad, provincia Santa Elena. El área de influencia del sector es de estrato social medio.

La parroquia La Libertad tiene un total de 77.646 habitantes aproximadamente, de las cuales en sus inicios tan solo un 25%, contrato los servicios de telefonía por el costo de la misma o también por las etapas de cobertura que en ese entonces tenía la entidad.

Durante este tiempo Andinatel en el Cantón La Libertad, sufrió una serie de cambios que en ciertas ocasiones perjudicaron la calidad del servicio que esta ofrecía, en los diferentes gobiernos se designaba a los gerentes políticamente lo que ocasionaba malestar entre el personal debido a que no eran personas capacitadas en el área de comunicación.

Con el transcurso del tiempo como ya menciono anteriormente se creó la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, establecida en la Av. 23 Malecón, Barrio Rocafuerte, la misma que ofrece sus servicios a la comunidad libértense pero que en muchas ocasiones se ve afectada por falencias en la calidad del servicio.

1.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

1.2.1. Dirección Estratégica.

Se establece que la dirección estratégica contribuye con la búsqueda de ventajas competitivas para la entidad. Jiménez I.; Muro F. (2009), determinan que la planeación estratégica consiste en: “En la situación actual de manera sistemática de la organización con lo que se desea alcanzar o lo que conviene más para la institución a un plazo determinado”. Pág. 35. De esta manera establecemos que es sistemática debido a que se realiza en base a una metodología y bajo un sistema claro y específico, de igual manera es sistémica, al analizar diferentes relaciones causa – efecto, basado en el fundamento de que cualquier cambio que se realice en los subsistemas, tendrá como resultado un efecto en el sistema, tanto de manera positiva como negativa.

1.2.1.1.Importancia de la Dirección Estratégica

Se considera importante la implementación de la dirección estratégica debido a que esta genera mayores beneficios en las organizaciones, debido a que emplea un esquema lógico, sistemático y racional, en la elección de estrategias, buscando siempre la generación de nuevas propuestas e innovación y estando al margen de la era de la tecnología donde las exigencias de la sociedad son cada vez más fuertes, con el fin de obtener resultados eficientes.

1.2.1.2. Características de la Dirección Estratégica

1. Los altos niveles jerárquicos están a cargo de su aplicación
2. Se fija un marco referencial para toda la entidad.
3. Los niveles de incertidumbre son a gran escala
4. Su utilización es aplicada en periodos amplios. Por lo tanto entre más extenso es el periodo, el efecto del plan estratégico es más irreversible.

5. Se busca como meta esencial la eficiencia.

De esta manera podemos establecer que la dirección estratégica posee métodos continuos y dinámicos, por lo que cualquier cambio en uno de los componentes, podrá ocasionar el cambio en todos los componentes de la dirección. Así mismo se puede establecer que el proceso de la dirección estratégica no tiene fin, pues constantemente se debe analizar, evaluar y controlar que todo se encuentre correctamente y de acuerdo a lo planificado en la entidad.

1.2.1.3. Principios básicos de la Dirección Estratégica.

1. Mejoramiento de los objetivos
2. Validación de la dirección estratégica
3. Ampliación de la dirección estratégica
4. Planes estratégicos eficientes.

Los principios antes mencionados permitirán determinar parámetros que brinden la oportunidad de establecer una buena dirección dentro de la organización, contribuyendo en el planteamiento de objetivos alcanzables y medibles, logrando el desarrollo de la entidad. La dirección estratégica tiene como meta expandirse en todas las áreas de la organización para captar la esencia de cada una de sus funciones y lograr así elaborar planes estratégicos que establezcan las actividades primordiales que se van a ejecutar.

1.2.1.4. Modelos y elementos del plan estratégico.

Para determinar qué modelo utilizaremos en esta investigación se presenta a continuación unos modelos conceptuales citados por: Rodríguez Valencia J. (2009).

CUADRO # 2: Modelos Conceptuales para crear un Plan Estratégico

1. Desarrollar entendimiento pragmático de planeación estratégica en general, pero en particular para una pequeña compañía:
 - * Literatura
 - * Asesoría directiva
 - * Seminarios Profesionales
 - * Visita a otras compañías que lleven a cabo la planeación

2. Identificación de OPEDEPO PF:
 - * Debilidades
 - * Oportunidades
 - * Peligros
 - * Potencialidades

3. Identificación de estrategias para explorar las oportunidades y evitar las amenazas.

4. Evaluación y selección de estrategias

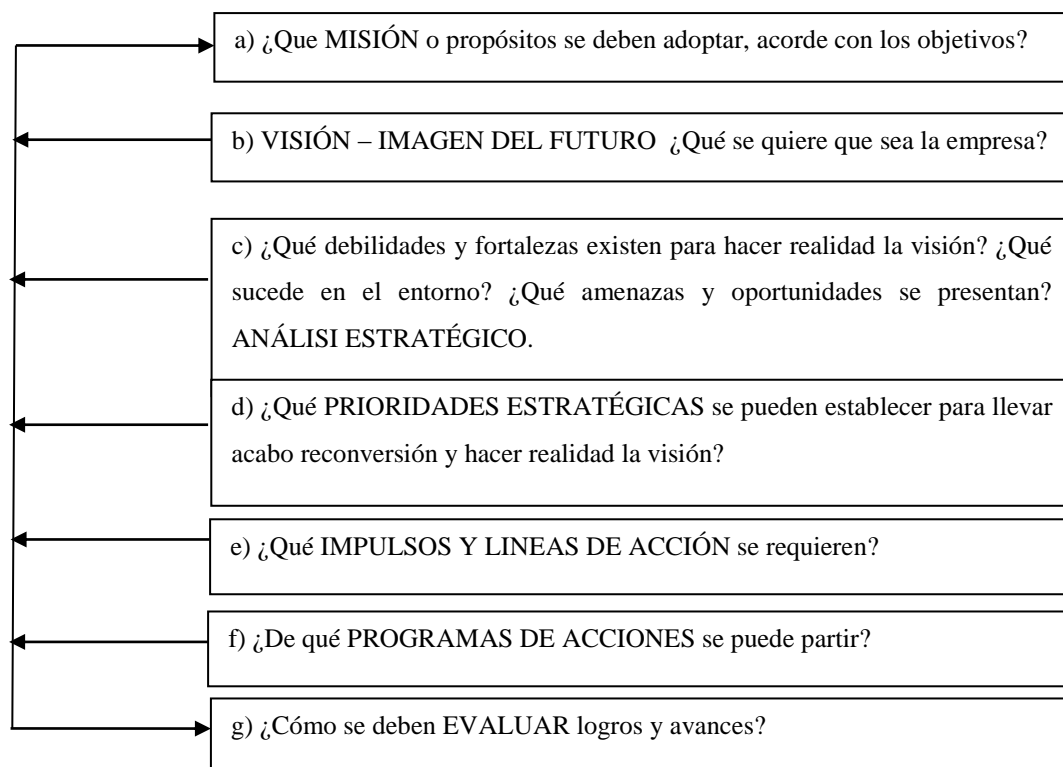
5. Implantación de planes para estrategias prioritarias

6. Formulación de las metas principales de la compañía
 - * Misión
 - * Propósitos y filosofías
 - * Objetivos Específicos a largo plazo

Fuente: Cómo aplicar la planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa
Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos.

Además para confrontar estos modelos analizaremos el contenido de un plan estratégico según Alvarado T. (2006). Pág. 6 – 8.

GRÁFICO # 1: Contenido del Plan Estratégico



Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos.

De acuerdo con los modelos anteriormente descritos, establecemos que para obtener una mayor ventaja utilizaremos el C, conjuntamente con el modelo de Alvarado, por lo tanto utilizaremos para nuestro plan estratégico los siguientes elementos:

1. Filosofía
2. Visión
3. Misión
4. Objetivos
5. Valores
6. Análisis Situacional FODA
7. Estrategias
8. Cursos de Acción
9. Políticas
10. Procedimientos
11. Programas
12. Proyectos
13. Seguimiento y control

A continuación se profundiza cada uno de los elementos mencionados.

1.2.1.4.1. Misión.

La misión detalla el fin de la organización, porque establece: 1) lo que desea lograr en el medio en el que actúa, 2) lo que pretende hacer y 3) el para quien se va a hacer. Granados J. (2006), define que la misión es: “es una expresión donde especifica por qué o la razón de ser del negocio. Expresa el propósito general por que se cree dicha entidad”. Pág. 4. Para que la misión tenga un grado de efectividad acertada debe contener 8 elementos indispensables que son: productos o servicios, clientes, tecnología, mercados, concepto de sí misma, filosofía y finamente interés por la imagen pública e interés por los empleados.

1.2.1.4.2. Visión.

Se trata de una identidad definida sobre hacia donde está encaminada la empresa y en lo que se aspira convertir a largo plazo, considerando varios factores como las nuevas tecnologías, expectativas cambiantes del entorno que rodean a la empresa y por ende la presencia de nuevas condiciones del mercado.

Se puede establecer que la visión consisten en los sueños o aspiraciones que tienen las organizaciones a un tiempo determinado, se proyecta teniendo en cuentas las siguientes interrogantes: ¿Hacia dónde debe dirigirse la organización?, ¿Para dónde queremos ir?, ¿Cómo nos proyectamos en el futuro?

1.2.1.4.3. Objetivos

Constituyen los resultados que la organización desea alcanzar, son fines futuros, que se fijan de manera cuantitativa y determinados con el fin de efectuarse en un tiempo determinado, debiendo ser estables, conocidos y comprendidos por todos los integrantes de la organización.

Cuando se formulan los objetivos estos se convierten en una guía para el desarrollo de las acciones, que son la base para un trabajo adecuado en equipo, permitiendo coordinar y asociar esfuerzos, por lo tanto los objetivos deben ser claros, de fácil comprensión, precisos, realista, factibles es decir que se puedan alcanzar, existiendo lógica para brindar resultados eficientes.

1.2.1.4.4. Metas.

La meta consiste en un objetivo conocido, para el cual se efectúan una serie de acciones para el logro del mismo. Las metas son consideradas como los medios a seguir para obtener como resultado final llegar al objetivo. Cada objetivo se compone de una serie de metas, que al ser integradas y a las alcanzadas forman el objetivo. Jack F. (2006), establece:

“Meta es la expresión cuantitativa o cualitativa de los objetivos empresariales a obtener en plazos previamente definidos. Las metas se expresan en cantidades (absolutas y relativas), en cualidades (características) y en términos de cobertura temporal, espacial, funcional e institucional”. (Pág. # 48).

Por lo tanto las metas se convierten en pequeños objetivos que conllevan al cumplimiento del objetivo general. Se entiende a la meta como una especie de expansión a ser medible de manera cuantitativa y cualitativa.

Finalmente podemos determinar a las metas como los procedimientos o procesos a seguir para llegar al objetivo. Es así que todos los objetivos están compuestos por una serie de metas, que al ser unidas y alcanzadas entre si forman el objetivo.

1.2.1.4.5. Estrategias.

Porter, M. (2002), manifiesta: “Que la estrategia empresarial es aquella que permite a toda entidad generar una ventaja competitiva en el mercado en el que desarrolla sus actividades, obteniendo mejor rentabilidad y permitiendo aprovechar cada una de las oportunidades dándole un valor agregado”. (Pág. # 20)

Consiste en ajustar las habilidades y los recursos de la entidad y organización a los efectos del entorno donde se desempeña, aprovechando sus oportunidades y analizando los diferentes riesgos de acuerdo con los objetivos y metas planteados. Mediante la estrategia se desglosan los objetivos de la institución, en un periodo de tiempo que puede ser corto, medio y largo plazo, complementando con la búsqueda del respectivo plan de acción que encuentre la ventaja competitiva necesaria de la empresa, con el fin de expandirse en el mercado y contrarrestar la participación de la competencia.

1.2.1.5. Análisis Organizacional.

El análisis organizacional consiste en el estudio del entorno donde se desempeña la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, tomando en cuenta cada uno de sus factores tanto externos como internos que afectan a la misma. Mediante el FODA podemos determinar que fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la entidad, los resultados que se obtengan en el proceso varían de acuerdo a la empresa que se analice debido a que cada una tienen una identidad propia, esto hace que cada cliente tenga varias opciones al momento de elegir un producto, por tanto se hace de vital importancia analizar tanto el ambiente interno como externo, con el fin de aprovechar sus beneficios o contrarrestar posibles amenazas.

1.2.1.5.1. Análisis del Ambiente Externo

Entre los principales consideración del ambiente externo tenemos:

- ❖ Condiciones Tecnológicas
- ❖ Condiciones Legales
- ❖ Condiciones Políticas
- ❖ Condiciones Económicas
- ❖ Condiciones Demográficas
- ❖ Condiciones Culturales

Estas condiciones son fenómenos ambientales que forman un campo dinámico de fuerzas que interactúan entre sí, dando como resultado un efecto sistémico, y que pueden tornarse en una oportunidad o en su defecto una amenaza para la organización. El objetivo primordial del análisis externo consiste en identificar esas oportunidades y amenazas, para tomar las debidas precauciones y actuar con agilidad ante cualquier imprevisto.

1.2.1.5.2. Análisis del Ambiente Interno

Comprende la identificación de la cantidad y calidad de recursos disponibles para la empresa; en este proceso se observa como la organización logra ventaja competitiva, además se analiza el rol de habilidades distintivas, los recursos y capacidades que ésta posee, por esto son consideradas las actividades que puede controlar la organización y que las puede desempeñar muy bien o muy mal, estas incluyen las tareas de la gerencia general, mercadotecnia, finanzas y contabilidad, producción y operaciones, desarrollo y sistema computarizado de información de un negocio.

Una actividad vital de la planeación estratégica, es el proceso de identificar y evaluar las actividades de las áreas funcionales de la organización que dan origen a fuerzas y debilidades. Los factores internos se pueden determinar de varias maneras, entre ellas el cálculo de razones, la medición del desempeño y realizar la comparación con períodos anteriores y promedios de la empresa, la eficacia de la publicidad y la lealtad de los clientes.

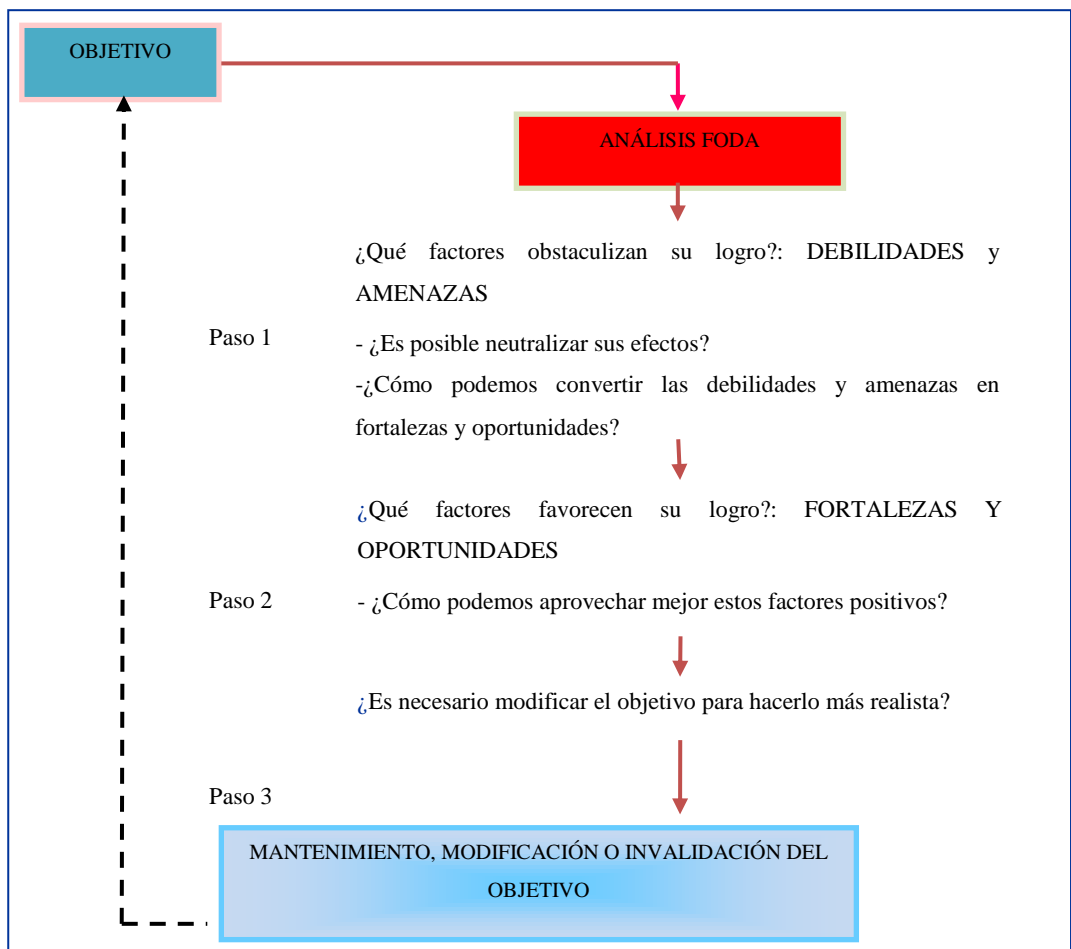
1.2.1.5.3. Análisis FODA

	<u>Positivos</u>	<u>Negativos</u>
Internos:	Fortalezas	Debilidades
Externos:	Oportunidades	Amenazas

Las Fortalezas y Debilidades.- Representan los principales puntos a favor o en contra con los que cuenta la empresa como son: Potencial humano, Capacidad de proceso (que incluye equipos, instalaciones, sistemas; entre otros) y servicios.

Las Oportunidades y Amenazas.- Son hechos que ocurren en el mundo exterior y que pueden tener un impacto positivo o negativo en el futuro de la empresa, estos tienden a aparecer en una o más de las siguientes grandes categorías: mercados, clientes, industria, gobierno, competencia y tecnología. A continuación se presenta un esquema del proceso del Análisis FODA:

GRÁFICO # 2: Esquema del Proceso de Aplicación del Análisis “FODA”



FUENTE: Bases metodológicas y conceptuales para el proceso de diseño, implementación y control de la planificación estratégica y la dirección por objetivos basada en valores (II).
Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

1.2.1.5.4. Matriz FODA

Este gráfico se lleva a cabo a partir de la elaboración de una matriz que recoge la formulación de las estrategias más convenientes, estableciendo cuatro cuadrantes que reflejan las posibles estrategias que se deben adoptar para lograr el cumplimiento de los objetivos.

La relación que se establece gráficamente sería de la siguiente forma:

GRÁFICO # 3: Matriz FODA.

MATRIZ FODA	FORTALEZAS Hacer una lista de fortalezas	DEBILIDADES Hacer una lista de debilidades
OPORTUNIDADES Hacer una lista de oportunidades	ESTRATEGIAS FO Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades	ESTRATEGIAS DO Minimizar debilidades aprovechando oportunidades
AMENAZAS Hacer una lista de amenazas	ESTRATEGIAS FO Usar las fortalezas para evitar o reducir el impacto de amenazas	ESTRATEGIAS DO Minimizar las debilidades y evitar amenazas.

Fuente: Bases metodológicas y conceptuales para el proceso de diseño, implementación y control de la planificación estratégica y la dirección por objetivos basada en valores (II).

Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

Con lo anterior se debe establecer un programa de acciones específicas y reorientar las estrategias anteriormente formuladas; pues cualquier organización debe intentar crear un ajuste con su entorno.

1.2.1.6. Gestión de las Necesidades.

Se debe tomar en cuenta el control de las necesidades, como parte de la revisión de los elementos estratégicos, que incorpora tanto a la alta dirección de una empresa como al personal que labora en ella. Conocer e identificar qué procesos y qué acciones concretas agregan valor a las distintas inversiones que se realizan en formación de programas o proyectos, y los pasos que hay que dar para maximizar los resultados y la rentabilidad.

Por tanto para identificar en que ámbito existe la gestión de las necesidades, se realiza un análisis segmentado en cuatro dimensiones:

1.2.1.6.1. Programas.

Son proyectos donde se establece; la secuencia de actividades específicas que habrán de realizarse para alcanzar los objetivos en el tiempo requerido, se instituye el tiempo de iniciación y terminación de la actividad. Su importancia radica en que; suministran información e indican el estado de avance de las acciones, sirviendo como herramienta de control, asimismo se encargan de identificar a las personas responsables de llevarlos a cabo, determinando los recursos que se necesitan, disminuyendo así costos, pues incluye únicamente las actividades que son netamente necesarias, evitando con esto la duplicidad de esfuerzos.

Además hay que tomar en cuenta, que todo esto requiere de un presupuesto que nos permita observar si económicamente podemos ejecutar las actividades programadas.

El **Presupuesto** es un esquema escrito de todas o algunas de las fases de las actividades de la organización expresado en términos económicos (monetarios). Suelen caracterizarse porque se elabora en un documento formal, ordenado sistemáticamente y a su vez está formulado en términos cuantitativos.

1.2.1.6.2. Proyectos

Es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan alcanzar un objetivo específico, dentro de un periodo de tiempo previamente definido y en base a un presupuesto. Surge para satisfacer una necesidad, desarrollar capacidades, resolver problemas, aprovechar una oportunidad, o superar una amenaza o debilidad.

Características Básicas de un proyecto

- ❖ Tiene complejas y numerosas actividades, que sólo se presentan una vez
- ❖ No es repetitivo, por tanto cuenta con una fecha inicial y una final.
- ❖ Tiene recursos y presupuesto limitado
- ❖ Produce cambios notables y trascendentes obteniendo un resultado útil en el ámbito interno y externo
- ❖ Es irreversible, de no serlo ocasiona fuertes perjuicios

1.2.1.7. Proyección de la Planificación Estratégica.

La proyección de la planificación estratégica se vuelve cada vez más importante, está dirigida a lograr la consecución de los objetivos de la entidad, por lo que la acción de planear concentra la atención de estos objetivos en los planes generales, por la tanto esta trata sobre la generación adecuada de productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes, mediante la implementación de políticas, las cuales se deben cumplir para alcanzar las metas y objetivos. Para lo cual tenemos los siguientes elementos:

1.2.1.7.1. Vínculos Inter- Organizacionales

Granell J. (2009), define:

“Las relaciones inter-organizacionales son transacciones de recursos, flujos y vinculaciones algo perdurables que ocurren entre dos o más organizaciones, estas redes entre organizaciones que trabajan por un servicio son cada vez más frecuentes, la evidencia muestra que en el futuro esta tendencia se mantendrá y ampliará. Un ecosistema organizacional es un sistema formado por la interacción entre una comunidad de organizaciones y su entorno. Las redes se han percibido como una forma híbrida entre los mercados y jerarquías” (Pág. #10).

Los estudios han ordenado las formas de alianza entre organizaciones y redes en un continuo cambio que va de cuasi-mercados de cuasi-jerarquías. Son cuatro elementos externos que influyen fuertemente en el surgimiento de una red inter organizacional: la estrategia, el ambiente, la tecnología y la cultura, que suelen fusionar para emprender una relación o vínculo entre organizaciones.

1.2.1.7.2. Clima Organizacional

Granell J. (2009) expresa:

Se ha definido como una suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización. Los valores son creencias e ideas sobre el tipo de objetivos y el modo apropiado en que se deberían conseguir. Los valores de la organización desarrollan normas, guías y expectativas que determinan los comportamientos apropiados de los trabajadores en situaciones particulares y el control del comportamiento de los miembros de la organización de unos con otro. (Pág. # 6).

Es por tanto que la cultura organizacional tiene varios efectos sobre el comportamiento de sus miembros, ya que mediante estos elementos simbólicos de la cultura, la organización y sus miembros establecen procesos de identidad y exclusión. Una de las características de la cultura organizacional es su carácter simbólico. Moldea la actitud y comportamiento de los trabajadores en la empresa.

1.2.1.8. Resultados Esperados.

La importancia que tienen los **resultados esperados** determinan el éxito de las organizaciones; es una cuestión ampliamente reconocida en la gestión estratégica, ya que los empleados son depositarios de la mayor parte de los conocimientos que maneja la organización, lo que les convierte en un recurso sumamente valioso que, además, posee dos cualidades claves desde el punto de vista de la teoría de los recursos y las capacidades, son difíciles de imitar y difíciles de sustituir. Es por tanto que los empleados deben ser gestionados de un modo especial, a fin de favorecer su desempeño y asegurar el mantenimiento de su capital humano en la organización, ya que el mantener dicho capital humano en la organización implicará no sólo retener los conocimientos y habilidades de ellos, sino también, retener sus afectos, sus actitudes, sus relaciones y sus interacciones con otros compañeros; es decir, de este modo se asegura la permanencia en la organización del conjunto de atributos.

1.2.1.8.1. Eficiencia.

Según Wilson Paredes (2009), nos dice:

“Para las organizaciones lograr un alto grado de eficiencia es necesario trabajar en ambientes altamente motivadores y participativos, con un personal altamente motivados e identificado con la organización, es por ello que el empleado debe ser considerado como un activo vital dentro de ella, los directivos deberán tener presente en todo momento la complejidad de la naturaleza humana para poder alcanzar índices de eficiencia y de productividad elevada” (Pág. # 43)

Se considera a la Eficiencia como la acción o capacidad para conseguir el objetivo trazado, mediante estrategias y recursos que le permitan a la empresa cumplir su misión y visión institucional. Podemos definir la eficiencia como la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando se utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo.

1.2.1.8.2. Seguimiento y control

Es el proceso mediante cual se pretende evaluar las actividades realizadas y conocer si se está operando en la forma esperada y de ser necesario realizar modificaciones. Para esto es necesario realizar un análisis exhaustivo, del funcionamiento, impacto y evolución de las principales políticas y programas de la empresa.

Este proceso permite verificar de manera continua el cumplimiento de las metas y objetivos prioritarios de una organización, para esto es necesario contar con una cartilla de metas y un conjunto de indicadores a emplear para medir dichas metas.

1.2.2. Calidad del servicio.

La calidad del servicio es la capacidad de dar un buen servicio. Son las tecnologías que garantizan la transmisión de cierta cantidad de información en un tiempo dado. La calidad del servicio es muy importante para gozar una buena aceptación del mercado.

1.2.2.1. Calidad.

Se puede definir a la calidad del servicio en CNT, como el propósito de asegurar y fortalecer el servicio mediante la aplicación de políticas, la planificación, el control y la organización y ejecución de diseños para satisfacer las necesidades de los clientes.

1.2.2.1.1. Control

En base al control CNT, tiene el objetivo de mejorar en la comunicación y en la prestación del servicio que ellos ofrecen, así como también el control de cada producto que ofrecen en base a los requerimientos del cliente.

1.2.2.1.2. Organización.

Mediante la organización CNT, debe preparar a su personal para estar atento a resolver las inquietudes del cliente, así como fortalecer la comunicación mediante el trabajo en equipo.

1.2.2.2. Servicio.

CNT, tiene el compromiso de brindar servicios de internet fijo, móvil, banda ancha y Tv satelital, pero no solo debe basarse en los servicios que ofertan sino también en los elementos con los que cuentan para brindar calidad del servicio al cliente.

1.2.2.2.1. Elementos

La institución cuenta con elementos básicos para su buen desenvolvimiento, pero en la actualidad CNT no cuenta con personal motivado y capacitado para cumplir con los requerimientos de los clientes. Así como estudiar el ámbito geográfico, la delimitación geográfica de entorno de la actividad de la institución.

1.2.2.2.2. Acciones.

CNT tiene que trabajar en conjunto con los altos directivos y el personal, mediante las acciones que manifiesta el recurso humano dentro de la misma, manteniendo el compromiso de alcanzar la cobertura en toda la población provincial, mediante esto mantener la relevancia ante la competencia de servicios telefónicos.

1.2.2.3. Tecnologías.

CNT cuenta con tecnología de punta en los productos y servicios que ofrece, y mediante investigaciones tratan de mejorar en aquello, a través de las exigencias que ellos manifiestan.

1.2.2.3.1. Satisfacción de las necesidades

La satisfacción de las necesidades de CNT, se basa en el cumplimiento de funciones y la satisfacción del servicio, mediante estas técnicas se debe establecer la comunicación entre todos los miembros de la institución, así como brindar información de los nuevos productos y servicios que se promocionen o se actualicen en la misma.

1.2.2.3.2. Comunicación

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, para satisfacer las necesidades de los clientes mediante la comunicación y el trabajo en equipo que existe dentro la institución, entre colaboradores y con la atención que se les preste a los usuarios en relación al servicio prestado.

1.2.2.4. Información.

El recurso humano de “CNT”, tiene que estar preparado para brindar la información adecuada al cliente, sintiendo seguridad en la información prestada, y si no actualizarse constantemente en las características de cada producto o servicio a ofertar.

1.2.2.4.1. Clientes Satisfechos.

A través de la satisfacción de las necesidades de los usuarios se puede determinar la calidad del servicio al cliente, y la aplicación de estas técnicas es basada en proceso continuo en conjunto, con todos los integrantes de la institución, con la finalidad de mejorar la calidad en los servicios que se ofrece.

1.2.2.4.2. Recursos

El recurso humano con el que cuenta la institución es fundamental para la imagen del mismo, ya que el compromiso y responsabilidad entre todos, marca la diferencia en el mercado, mediante la prestación de servicios de calidad y personal eficiente con el que se cuenta.

1.2.2.5. Tiempo.

El tiempo es un lapso mediante el cual se espera cumplir o servir con determinados procesos hasta llegar al objetivo final. En el caso de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones el tiempo es indispensable en cuanto al servicio al cliente pues estos exigen un servicio ágil y rápido.

1.2.2.5.1. Personal Calificado.

Es necesario contar con personal calificado para que los servicios o productos que ofrece cualquier entidad, tengan el respaldo necesario de que este conoce con claridad y eficacia lo que está ofreciendo y cuáles son las ventajas de los mismos.

1.2.2.5.2. Materiales Adecuados

Utilizar los materiales adecuados se convierte en el complemento indispensable para el desarrollo de las actividades normales de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

1.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Constitución de la República del Ecuador, Registro Oficial 449, 20 de octubre de 2008.

A.- Sobre el modelo estatal

Art. 1. El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada. La soberanía radica en el pueblo, cuya voluntad es el fundamento de la autoridad, y se ejerce a través de los órganos del poder público y de las formas de participación directa previstas en la Constitución. Los recursos naturales no renovables del territorio del Estado pertenecen a su patrimonio inalienable, irrenunciable e imprescriptible.”

Art. 261. El Estado central tendrá competencias exclusivas sobre:

10. El espectro radioeléctrico y el régimen general de comunicaciones y telecomunicaciones; puertos y aeropuertos.

12. El control y administración de las empresas públicas nacionales.”

B.- Respecto de la participación de la CNT EP en la economía ecuatoriana

Art. 283. El sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.”

Art. 319. Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

C.- Respecto del funcionamiento de la CNT EP y su responsabilidad en la prestación de servicios de telecomunicaciones.

Art. 313. El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley. “

Art. 314. El Estado será responsable de la provisión de los servicios públicos de agua potable y de riego, saneamiento, energía eléctrica, telecomunicaciones, vialidad, infraestructuras portuarias y aeroportuarias, y los demás que determine la ley.

El Estado garantizará que los servicios públicos y su provisión respondan a los principios de obligatoriedad, generalidad, uniformidad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, regularidad, continuidad y calidad. El Estado dispondrá que los precios y tarifas de los servicios públicos sean equitativos, y establecerá su control y regulación.

Art. 315. El Estado constituirá empresas públicas para la gestión de sectores estratégicos, la prestación de servicios públicos, el aprovechamiento sustentable de recursos naturales o de bienes públicos y el desarrollo de otras actividades económicas.

Las empresas públicas estarán bajo la regulación y el control específico de los organismos pertinentes, de acuerdo con la ley; funcionarán como sociedades de derecho público, con personalidad jurídica, autonomía financiera, económica, administrativa y de gestión, con altos parámetros de calidad y criterios empresariales, económicos, sociales y ambientales.

Los excedentes podrán destinarse a la inversión y reinversión en las mismas empresas o sus subsidiarias, relacionadas o asociadas, de carácter público, en niveles que garanticen su desarrollo. Los excedentes que no fueran invertidos o reinvertidos se transferirán al Presupuesto General del Estado.

La Ley definirá la participación de las empresas públicas en empresas mixtas en las que el Estado siempre tendrá la mayoría accionaria, para la participación en la gestión de los sectores estratégicos y la prestación de los servicios públicos.

D.- Otras regulaciones Constitucionales sobre los derechos de los ciudadanos que regulan la CNT EP.

D1. Derechos Generales.

Art. 6. Todas las ecuatorianas y los ecuatorianos son ciudadanos y gozarán de los derechos establecidos en la Constitución.

Art. 11. El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:

1. Los derechos se podrán ejercer, promover y exigir de forma individual o colectiva ante las autoridades competentes; estas autoridades garantizarán su cumplimiento.
2. Todas las personas son iguales y gozarán de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos.

La ley sancionará toda forma de discriminación, ya que en nuestro país no se admite ningún tipo de racismo.

D.2. Derechos del Consumidor

Art. 52. Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La Ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.”

Art. 53. Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.”

Art. 54. Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore. Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.”

Art. 55. Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.”

D.3.- Prohibición paralización de los servicios de telecomunicaciones.

Art. 326. El derecho al trabajo se sustenta en los siguientes principios:

Se prohíbe la paralización de los servicios públicos de salud y saneamiento ambiental, educación, justicia, bomberos, seguridad social, energía eléctrica, agua potable y alcantarillado, producción hidrocarburífera, procesamiento, transporte y distribución de combustibles, transportación pública, correos y telecomunicaciones. La ley establecerá límites que aseguren el funcionamiento de dichos servicios.

En las instituciones del Estado y en las entidades de derecho privado en las que haya participación mayoritaria de recursos públicos, quienes cumplan actividades de representación, directivas, administrativas o profesionales, se sujetarán a las leyes que regulan la administración pública. Aquellos que no se incluyen en esta categorización estarán amparados por el Código del Trabajo.”

CAPÍTULO II.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Bernal C., (2009), menciona:

“La metodología es aquella que se encarga de encontrar una respuesta a las diferentes preguntas que se busca analizar a profundidad, llegando a establecer cuáles son sus causas y el porqué de la investigación, determinado lo que se quiere alcanzar con esta investigación” pág. 189

Por lo tanto podemos establecer que la metodología es una ciencia que se encarga de analizar los métodos empleados por el investigador para brindar la mejor solución a determinados problemas tanto teóricos como prácticos, buscando la mejora continua del sistema de la organización.

2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.

Según Ruiz J. (2007), define: “al diseño de la investigación como el medio en el cual se detallan las tareas necesarias para que una investigación se lleve a cabo, estableciendo un objetivo de estudio, mediante la combinación de teoría, métodos y técnicas”. Pág. 79

Esta etapa del proceso de investigación involucra el plan o estrategia empleado para recolectar toda la información que se necesita en la investigación, por lo tanto comprenden los recursos técnicos que fueron utilizados con el objetivo de clasificar de forma detallada todos los datos obtenidos, en base a esto se pueden establecer alternativas de acción para encontrar o estipular las mejores alternativas de solución así como también medidas correctivas que beneficien a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena y a la comunidad en general que en definitiva son los usuarios directos de los productos y servicios que ofrece la empresa.

La presente investigación se desarrolló considerando la investigación cualitativa, uno de los paradigmas recomendados en trabajos de titulación por Ruiz J. (2007):

“El **Diseño Cualitativo**, es el estudio basado en la técnica de la observación y se toma nota de todas las actividades que cada empleado realiza, el rol que desempeña dentro de la entidad. Datos estadísticos como: tiempo de espera, demoras en el servicio. Actitudes como: amabilidad, cortesía. Conductas observables como: rapidez, lentitud, competencia al brindar el servicio”. Pág. 140.

El objeto de esta investigación, se basó en recolectar información necesaria de las actividades que ejecutan los empleados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, del Cantón La Libertad y establecer un Diseño de Gestión Administrativa basado en la mejora de los servicios prestados, así como recoger sugerencias, por medio de entrevistas y encuestas aplicadas a los empleados que prestan servicios para los diferentes usuarios.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Para esta investigación se utilizó la modalidad de proyecto factible o de intervención, que según Méndez C. (2007), determina:

“El proyecto factible se basa en el diseño de gestión administrativa con el fin de brindar servicios de calidad en el cantón La Libertad, resulta de vital importancia para dar soluciones a diferentes problemas, necesidades o requerimientos de los usuarios de esta localidad. En cuanto a su desarrollo o formulación se apoyó en investigaciones de tipo bibliográfica, documental histórica que fueron las más acertadas con la investigación”. Pág. 88

Para el desarrollo del proyecto factible este debe estar compuesto por diferentes fases como por ejemplo, inicialmente el diagnóstico para conocer sobre lo que se va a tratar, planteamiento y la fundamentación teórica, la metodología a ser aplicada conjuntamente con los recursos, análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto y finalmente la evaluación que comprobó el desarrollo normal de la investigación.

2.3.TIPOS DE INVESTIGACIÓN.

Baptista P. (2010), define:

“Es el proceso mediante el cual se procedió a establecer la secuencia o pasos a seguir en la investigación, las técnicas o métodos que se pueden emplear en el estudio, así como también los instrumentos mediante todo el enfoque del trabajo y la forma en que se analizan los datos recaudados. Los tipos de investigación se vuelven de vital importancia en la metodología, pues determina el enfoque del mismo”. Pág. 120.

El trabajo estableció varios tipos de clasificación de los métodos, principios y fines de la investigación, en base a los fines u objetivos planteados se tienen relación directa con la naturaleza, trayectoria y en especial con la posibilidad de dar a conocer un trabajo de investigación correctamente establecida.

2.3.1. Por el Propósito.

- **Investigación Pura o Básica:**

Hernández R. (2009), expresa:

“Se encarga de la búsqueda del progreso científico, establecer conocimientos teóricos, sin tener relación directa en las consecuencias prácticas que puedan darse, en este tipo de investigación tiende al aumento de teoría, por lo tanto esta se relaciona con nuevos conocimientos y no hace partícipe de las opción proactivas que se pueden llegar a concluir mediante la teoría. Esta investigación también recibe el nombre de fundamental, se suele ejecutar en los laboratorios, esta aporta con la ampliación del conocimiento científico, mediante la creación de nuevas bases teóricas o mejorando las que existen, además investiga leyes y principios”. Pág. 58

En esta parte de la investigación se procedió con la utilización del procedimiento de muestreo, con el fin de ampliar sus hallazgos que vayan hacia el grupo o situaciones analizadas, no se muestra en la aplicación de los datos investigados pues considera que no es responsabilidad del investigador.

2.3.2. Por el Lugar.

- **Investigación Documental – Bibliográfica.**

Hernández R., (2009), define:

“En este tipo de investigación se tiene como objetivo analizar, revisar, ampliar y deducir varios conceptos, enfoques o ideas de diferentes autores, sobre un tema determinado con el fin de obtener las mejores conclusiones, extraídas de varios documentos, libros y publicaciones”. Pág. . 61

Este tipo de investigación se utilizó en nuestra investigación para la consulta de información de especialistas, en diferentes libros o documentos que contengan información sobre la planificación estratégica para la estructura de una adecuada gestión administrativa, así como también las publicaciones de diferentes autores que nos permitieron conocer, comparar y deducir diferentes enfoques, criterios, conceptos, análisis, conclusiones, recomendaciones, con el propósito de ampliar el conocimiento y dar soluciones al problema. Esta técnica permitió también la selección y análisis de aquellos escritos que contienen datos de interés relacionados con la temática.

- **Investigación de Campo.**

Hernández R. (2009), manifiesta:

“la investigación de campo se base en analizar el problema de investigación en el lugar donde se dan los hechos o acontecimientos, con el fin de observar directamente las causas y efectos y tomar las medidas necesarias para resolver los posibles inconvenientes que se estén suscitando, o establecer soluciones, inmediatas”. Pág. 98

Se empleó este tipo de investigación, pues nos permitió conocer los hechos o sucesos que se dan en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, directamente con el personal de la institución a fin de encontrar soluciones óptimas en base a lo observado, descubriendo las causas y efectos que nos llevaron a analizar el tema de investigación.

2.3.3. Por el Nivel.

De acuerdo con el tipo de investigación se procede a clasificar por el nivel de la siguiente manera:

- **Investigación Descriptiva:**

Anders E., (2007), menciona:

“En este tipo de investigación se analizan los hechos tal y como sucedieron no se realizan ningún tipo de interpretaciones o asimilaciones, por lo tanto no existe ninguna manipulación de las variables, pues como dijo anteriormente se observan y se describen de tal forma que no existan ningún tipos de cambios. Se basa en elementos cualitativos y cuantitativos”. Pág. 50

En este caso se basó, en analizar un hecho, individuo, fenómeno o grupo, que para determinar su comportamiento o estructura, los posibles resultados se ubicaron en un nivel intermedio en profundidad de ideas, finalmente consiste en detallar situaciones y actitudes que se diferencien en la descripción de los diferentes hechos o procesos, complementando las relaciones entre las variables.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Según Méndez C., (2007):

“Al referirse al método de la investigación se basa en el conjunto de pasos o procedimientos mediante el cual se debe iniciar la investigación y certificación de la verdad, teniendo como objetivo organizar los diversos procedimientos para un resultado final mediante la observación, descripción y explicación de la realidad”. Pág. 238.

En el proceso de la investigación se establecieron métodos de origen práctico, en lo que se hace referencia a ejercicios metodológicos similares, los cuales se ajustaron al trabajo que se realizó, por tanto se establecieron dos grandes métodos de investigación que son :

2.4.1. Método Inductivo.

De acuerdo a lo que afirma Méndez C., (2007):

“El Método Inductivo es un proceso de conocimiento que se inicia por la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que se pueden aplicar a situaciones similares a la observada. La inducción es ante todo una forma de raciocinio o argumentación. Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas, como también permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación y concluir proposiciones y a su vez, antecedentes que expliquen fenómenos similares al analizado”. Pág. 236.

Este método inductivo nos permitió conocer los inconvenientes que se dan en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones mediante la observación, al momento de atender a los clientes y dar una solución rápida y oportuna, la observación de los hechos, fue de forma libre y carente de prejuicios. Con posterioridad y mediante deducción se formulan leyes universales sobre los hechos y por inducción se obtendrían afirmaciones aún más generales que reciben el nombre de teorías que sustenten el trabajo desarrollado.

2.4.2. Método Analítico.

Según Méndez C., (2007), define al método analítico de la investigación de la siguiente manera:

“El método analítico son procesos que permiten al investigador conocer la realidad. Por otro lado, el conocimiento de la realidad puede obtenerse a partir de la identificación de las partes que conforman el todo o como resultado de ir aumentando el conocimiento de la realidad, iniciado con los elementos más simples y fáciles de conocer para ascender poco a poco, gradualmente, al conocimiento de lo más complejo. Se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones entre las mismas”. Pág. 242.

En el método analítico, se procedió a analizar todos los aspectos de la investigación para luego estudiarlos detalladamente mediante una descomposición de temas, determinar cuáles fueron las causas del problema, su naturaleza y efectos, que son indispensables para conocer el objeto de estudio. Mediante este método se conoció a profundidad nuestro objeto de estudio, para llegar a explicar, establecer conclusiones, mejorar nuestra interpretación del problema e implementar nuevas teorías.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Méndez C., (2007), describe:

“Para el éxito de una investigación se requiere de una información veraz y adecuada, por eso se debe analizar cuidadosamente tanto las fuentes primarias como secundarias y de su procesamiento”. Pág. 250

Se establece que para el desarrollo de la investigación se empleó técnicas que nos permitan obtener datos y que sean de fácil recolección para su posterior procesamiento, además esta técnica nos permitió presentar información veraz mediante las fuentes primarias y secundarias con el objetivo de demostrar que el presente trabajo de investigación tuvo mucha utilidad para el investigador y para los futuros lectores.

2.5.1. Las Fuentes Primarias.

Son aquellas que se emplearon u obtuvieron de primera mano en base a un fenómeno que se desea investigar o relatar, datos necesarios para la elaboración de una historia.

Estas fuentes fueron indispensables para el desarrollo de la investigación, debido a que se obtuvieron de manera directa, es decir datos de los empleados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, obteniendo información relevante sobre el tema, para el desarrollo de este proceso se utilizó:

2.5.1.1. La Entrevista.

Méndez C., (2007), define:

“La entrevista es un técnica realizada mediante la cual se extrae información de alguna persona que se encuentra dentro del lugar de los hechos. En este tipo de técnica intervienen dos personas conocidas como entrevistador o investigador y el entrevistado. La entrevista es considerada como una técnica antigua, utilizada inicialmente en la psicología y que con el paso del tiempo y de su notable desarrollo ha sido utilizada en otras ciencias con el fin de obtener información que solo mediante este proceso se puede obtener, debido a que existen datos que no se encuentran plasmados en la historia, sino más bien en la mente de quien forman parte de un grupo” Pág. 252.

Las entrevistas se utilizaron para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista, pues quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos necesarios para la presente investigación.

Es por ello que la presente entrevista se aplicó a los jefes departamentales y directivos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones que son considerados relevantes para la investigación, la entrevista será estructurada por medio de preguntas del tema a tratar, mediante un dialogo planificado con los autores, la cual nos permite obtener información confiable y fidedigna y profundizar un poco más de lo que en algunas ocasiones no se puede establecer con la encuesta.

2.5.1.2. La Encuesta.

Méndez C., (2007), define:

“La encuesta es una técnica que nos permita una diversidad de datos de varias personas, cuyas opiniones son de gran relevancia para el investigador. En este caso se emplean un listado de preguntar que pueden ser abiertas o cerradas, conocidas como cuestionario en el cual los encuestados contestan de acuerdo una escala establecida por el investigador, esta técnica es utilizadas en la mayoría de las investigación y es de gran utilidad”. Pág. 252

Es así que mediante la aplicación de la encuesta, se determinó la situación en que se encuentra la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, se aplicó la respectiva encuesta a los clientes que se benefician de estos servicios de telecomunicaciones, también un entrevista aplicada al administrador provincial y jefes departamentales, a través de la formulación de pregunta previamente enfocadas con la corporación.

2.5.2. Las Fuentes Secundarias.

Según el autor Méndez C. (2007) establece:

“Mediante estas fuentes secundarias se puede obtener información relevante, describiendo los hechos e identificando fenómenos que se enfocan directamente con el problema de investigación, el beneficio de emplear esta fuente secundaria es que se puede encontrar información de diferentes factores que ayuden al proceso investigativo”. Pág. 247.

2.5.2.1. Lectura científica de textos.

Mediante esta lecturas científicas que son basadas en hechos o eventos textuales como libros, revistas, folletos que tengan referencia con la investigación que se está ejecutando, se puede conocer antecedentes, leyes y demás teorías importantes en el proceso investigativo.

2.5.2.2. Documentos de Internet.

A través de los documentos que se encuentran en la web, se hace más fácil y factible acceder a información sobre el tema de investigación o realizar consultas del link que se relacionen con nuestras inquietudes, es así que esta fuente investigativa es muy relevante en la actualidad ya que toda persona tiene acceso a esta red, desde consultar datos hasta descargarlos para debido tratamiento sobre el tema que se solicita

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Según el autor BAUTISTA L. (2010), define:

“Es por tanto que los instrumentos investigativos son eficientes y tienen un buen resultado cuando la fuentes de información son fidedignas y se enfocan directamente con el problema, también seguir un proceso investigativo, de indagación y verificación para constancia de su veracidad”. Pág. 76.

2.6.1. Guión de entrevista.

Bautista P. (2010), define:

“Se relaciona al guión de entrevista como una técnica, basada en la recopilación de información, mediante una series de preguntas creadas por el investigador, aplicada a las personas que se considere importante la obtención de la información”. Pág. 309.

La aplicación de la entrevista es muy importante, ya que se efectúa al momento que se requiere conocer determinada información, mediante esto se procede a tabular los datos, en los respectivos programas estadísticos, logrando así mediante esto conocer el problema por el que atraviesa determinada empresa u organización a la que sea dirigida la exploración.

Esta indagación mediante las guía de entrevista es realizada a personas conocedoras del tema o del problema, que se encuentran inmersos en ello, y que hayan mantenido una gran trayectoria o años de experiencia dentro de la misma y pueden dar versiones y conclusiones sobre el tema a investigar, mediante esto buscar y definir soluciones inmediatas que ayuden y beneficien a la empresa, ya sea de forma económica, administrativa, y competitiva, logrando así cumplir los objetivos planteados inicialmente. Cabe mencionar que para que una investigación tenga éxito se necesita de la colaboración de todos los integrantes de la empresa u organización.

2.6.2. Cuestionario.

Bautista P. (2010), define:

“El cuestionario se establece como una series de preguntas creadas, en base a tema investigativo que se quiere conocer, para la aplicación del cuestionario no necesariamente se requiere de formalidad de un documento, es decir mostrar un documento con las preguntas planteadas, para responderlas, sino que esto se efectúa en base a un comunicación directa con las personas interesadas en el tema”. Pág. 310.

Es por aquello que este instrumento de investigación fue utilizado para recolectar información directa con los involucrados en el asunto, esto se realiza para dejar constancia de que los datos son reales y fueron efectuados en el lugar de los hechos, determinando de una forma más directa el problema por el que atraviesan o determinar el suceso que necesitan cambiar o mejorar, para esto también se cuenta con una escala de medición que define el grado del nivel investigativo.

Es así que los instrumentos de investigación son basados en escalas de medición, en este caso son efectuados mediante la escala de Likert, que se enfoca en la medición de actitudes o estimaciones dependiendo de la investigación.

Se puede definir que la escala de Likert se construyó con el objetivo de formalizar las respuestas en una serie de itens para determinar su respuesta, es así que mediante esta técnica se pudo determinar los aspectos negativos y positivos de la organización en estudio como es el caso de la corporación nacional de telecomunicaciones, que en los actuales momentos carece de un eficiente gestión administrativa que ayude a mejorar el desempeño de la corporación.

Como se mencionó anteriormente los instrumentos de investigación fueron aplicados a los clientes que se benefician de los servicios de CNT, y la entrevista al administrador provincial y jefes departamentales que son los altos mando de la misma y conocen todo sobre el tema de investigación.

Es así que la presente investigación consto de pasos y procesos para su eficiente recolección de información, como se muestra en el cuadro N # 3.

CUADRO # 3: Instrumentos de la investigación.

ETAPAS	PASOS
DETERMINACIÓN DEL OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estudio y análisis del problema principal de la investigación. 2. Finalidad del instrumento investigativo. 3. Revisión de fuentes bibliográficas y datos u objetos relacionados con el tema investigativo 4. Determinación de la población que se va a dirigir la investigación 5. Determinación de los ítems para la aplicación de la investigación.
DISEÑO DEL INSTRUMENTO INVESTIGATIVO	<ol style="list-style-type: none"> 6. Elaboración de los ítems 7. Modelos de los instrumentos investigativos. 8. Estructura de los instrumentos investigativos 9. Tratamiento de los instrumentos 10. Redacción de los instrumentos. 11. Análisis de los respectivos ítems
ENSAYO DEL INSTRUMENTO	<ol style="list-style-type: none"> 12. Revisión del documento por los expertos de la materia. 13. Revisión del documento y la respectiva corrección acorde a las recomendaciones de los expertos. 14. Dialogo comunicativo entre los miembros de la empresa en estudio 15. Respectivo análisis de los criterios emitidos. 16. Análisis de criterios
ELABORACIÓN DEFINITIVA DEL INSTRUMENTO	<ol style="list-style-type: none"> 17. Impresión de la investigación

Fuente: Paredes W. (2010), Metodología de la investigación

Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.7.1. Población.

Hernández R (2009) manifiesta:

“La población encierra una serie de factores provenientes de determinado sector, región o país, estas concuerdan con determinadas especificaciones al que se pretende dirigir, es así que mediante esto se determina la muestra para determinada investigación, ya que mediante la muestra se extrae un porcentaje por medio de la aplicación de fórmulas que más se ajusten al proyecto, con el fin de determinar la cantidad de personas a que se desea estudiar”. Pág. 41

Es por aquello que la presente investigación fue realizada a las personas que forman parte de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, ya que representan elementos primordiales para la fuente investigativa, esta corporación mantienen gran trayectoria en el mercado de las comunicaciones brindando servicios y productos con avances tecnológicos con acceso a internet.

Mediante aquello la población de nuestra investigación es representada por los clientes, empleados y jefes de la corporación nacional de telecomunicaciones CNT que incide directa o indirectamente con el estudio. Es así que la población del trabajo investigativo queda de la siguiente manera:

CUADRO # 4: Distribución de la población

POBLACIÓN	Nº DE PERSONAS
Administrador provincial	1
Jefes departamentales	5
Personal administrativo	6
Personal operativo	25
Clientes	95942
TOTAL	95979

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos.

2.7.2. Muestra.

Según Hernández R. (2009), define:

“Constituye a un grupo o conjunto de personas considerados relevantes para la investigación, esta muestra es representativa a la hora de aplicar la investigación, ya que los datos que se recolectaran deben ser reales y fidedignos para determinar en problema o situación por medio del presente estudio”. Pág. 120.

A través de la investigación efectuada en CNT, se define como parte representativa para la recolección de datos, a todos los integrantes de la misma, en este caso tenemos al administrador provincial que es la máxima autoridad de esa corporación, a los jefes departamentales por su trayectoria y conocimiento a fondo de la empresa, el talento humano ya que es el pilar fundamental de la misma, porque ellos son los que atienden al cliente y de ellos depende el grado de competitividad.

También en base a la muestra global se determinó la muestra adaptable a la investigación, ya que existe la muestra probabilística y la no probabilística., que detallamos a continuación.

La muestra probabilística: Consiste en aquellos elementos que tienen la misma representatividad de ser elegido, y esta requiere de suplicación de fórmulas para viabilizar el contenido de la investigación.

La muestra no probabilística: Se enfoca en las características de la investigación, en esta muestra no se requiere de fórmulas, sino que se basa en las características que se obtiene mediante la investigación, es así que esta muestra se clasifica en: muestreo por conveniencia, muestreo por criterio, muestreo por cuotas.

Es así que mediante las características investigativas en CNT, se determinó utilizar el muestreo por criterio o fines especiales ya que es el adecuado para determinar la población.

2.7.2.1. Muestreo por criterios o fines especiales.

Hernández R. (2009), define:

“El muestreo por criterios, es basado en las condiciones de la investigación, es decir se determina los elementos de la muestra en base a razones y criterios del investigador”. Pág. # 285.

El cálculo de la muestra se fundamentó en función del muestreo por criterio o fines especiales anteriormente mencionado, por la representatividad de sus características propias para la investigación, ya que nuestra muestra es muy pequeña y no se aplica formula por la dispersión de datos.

Es así que bajo la estimación del autor, se estableció un porcentaje que se detalla posteriormente en el cuadro, eligiendo aquella parte representativa de la población que se crean necesarios y relevantes para el objeto de estudio, en el cual se tomó referencia del administrador provincial, los jefes departamentales, talento humano y clientes. De la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena.

Este proyecto se enfoca en conocer los factores negativos que afectan a la corporación, que por medio de aquello no se lograr llevar una eficiente gestión administrativa dentro de la misma, es por esto que mediante la identificación del problema nos basamos en buscar soluciones óptimas para su mejor desempeño y que ayude a mantener a la corporación en un nivel competitivo alto, liderando en los servicios de comunicaciones.

Es así que mediante este breve análisis situacional de CNT, se procedió a dar una estimación de porcentaje representativo, bajo la muestra de criterio o fines especiales, porque como se mencionó anteriormente es muy poca la cantidad de población a analizar por lo tanto se establece como muestra el Cuadro # 5.

MUESTRA ALEATORIA SIMPLE CON POBLACIÓN FINITA.

Posteriormente se detallan los componentes de la fórmula de la muestra aleatoria simple:

P = Probabilidad de éxito (0.50)

Q = Probabilidad de fracaso (0.50)

N= Tamaño de la población (95942)

E= error de estimación (6%)

K= # de desviaciones típicas "Z" (1: 68%, **2: 95,5%**, 3: 99.7%)

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{P \cdot Q \cdot N}{(N - 1)E^2 / K^2 + P \cdot Q}$$

$$n = \frac{0.50 \times 0.50 \times 95942}{(95942 - 1)0.06^2 / 2^2 + 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{23985.5}{(95941)(0.0036) / 4 + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{(95941)(0.0009) + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{86.3469 + 0.25}$$

$$n = \frac{23985.5}{85.5969}$$

$$n = 276.97 \Leftrightarrow 277$$

CUADRO # 5: Número de encuestas y entrevistas de los elementos de la población

POBLACIÓN	Nº DE PERSONAS	Nº DE MUESTREO POR CRITERIOS	TIPO
Administrador provincial	1	1	Entrevista
Jefes departamentales	5	5	Entrevista
Personal administrativo	6	6	Entrevista
Personal operativo	25	25	Entrevista
Clientes	95942	277	Encuesta
TOTAL	95979	304	

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos.

2.8. PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

2.8.1. Procedimientos.

1. Establecimiento del problema investigativo
2. Bibliografía a ser aplicada
3. Justificación del tema
4. Población de estudio
5. Fijación de muestra
6. Operacionalización de las variables
7. Estructuración del instrumento
8. Estudio de campo
9. Información recolectada mediante varias fuentes.

2.8.2. Procesamiento.

1. Clasificación de la información
2. Revisión de la información
3. Selección de los datos
4. Tabulación y datos estadísticos de la información
5. Análisis de datos
6. Elaboración de conclusiones
7. Recomendaciones del proyecto.
8. Diseño de la Propuesta

Es así que los procedimientos que se desarrollan en esta investigación, forman parte de un conjunto de políticas, técnicas, estrategias y habilidades para la eficiente ejecución y determinación del tema investigativo, determinando la validez y confiabilidad del mismo.

CAPÍTULO III.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

Para establecer los resultados de la investigación, se efectuó mediante la muestra aleatoria simple con población finita para los clientes que se benefician de los productos y servicios de la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, siendo este número de personas toda la provincia de santa Elena y la muestra por criterios o fines especiales para el administrador provincial, jefes departamentales, personal administrativo y personal operativo que labora en la misma.

Es así que mediante estos datos se determinó el tamaño de la población, por medio de las encuestas y entrevistas que se aplicó a los elementos que intervienen en la misma, con el fin de obtener información relevante para fortalecer las debilidades de la corporación.

Por tanto dicha información se procesa en base a técnicas e instrumentos de investigación, para la aplicación del modelo de gestión administrativa aplicada en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones ubicado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, una vez procesados estos datos, se procedió a la respectiva tabulación de los datos de cada pregunta, considerando los diversos elementos de la muestra y población que intervinieron en la misma.

Los datos son graficados a través del programa Microsoft Excel, su representación es en forma de barras, que constan del nombre y su respectivo porcentaje que servirá para el correspondiente análisis, se realizan a través de este programa por considerarse el más conveniente para nuestro trabajo de investigación, a fin de brindar a los posibles lector la mayor facilidad en cuanto a interpretación de todos los resultados obtenidos mediante los diferentes instrumentos de investigación que se efectuaron.

3.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENTREVISTA A LOS DIRECTIVOS.

1. ¿Está usted al tanto de los problemas que puedan existir en su área o departamento?

El administrador Provincial de “CNT” manifestó que él es el encargado de dirigir a la dependencia, por tanto está enterado de los problemas e inconvenientes que se suscitan en su establecimiento, también manifestó que la institución actualmente se encuentra en un ciclo de implementación de los sistemas el cual está estructurado en etapas, dentro de las cuales se desarrolla un conjunto de actividades que se llevan a cabo de acuerdo con un cronograma definido en forma conjunta con el cliente, también los Jefes Departamentales mencionaron estar al tanto de lo que suceda en su área, de esta manera poder solucionar inmediatamente cualquier anomalía o si no informar al Administrador Provincial que es la persona encargada de direccionar la dependencia.

2. ¿La institución cuenta con un buzón de sugerencias u otro instrumento para que los clientes puedan depositar sus comentarios?

El Administrador Provincial y Jefes Departamentales de la empresa CNT, establecieron que si existe un buzón de sugerencia donde los clientes pueden depositar sus quejas e inquietudes, pronunciarse a través de papeles sobre el servicio recibido, para así darles la atención pertinente a lo solicitado, de esta manera los jefes podrán detectar y corregir deficiencias en el servicio y a la vez hacer llamados de atención a los empleados que no estén cumpliendo con los reglamentos internos de la institución, cabe recalcar que dicho buzón de sugerencias tiene un sello de seguridad y no puede ser manipulado por ningún empleado, solo por el personal autorizado, ya que se impondrá multas y sanciones a las personas que quieran manipular la información, dicho buzón es abierto y revisado cada 3 meses, para depurar la información y previamente colocado en su lugar para su constante uso.

3. ¿En la realización de su trabajo aplica usted los procesos adecuadamente?

Mediante la entrevista realizada al Administrador Provincial y Jefes Departamentales de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad, nos indicaron que si aplican los procesos adecuadamente ya que la empresa CNT, maneja plantillas y programas informáticos, así mismo para la previa capacitación se cuenta con personal calificado y autorizado y de gran experiencia que brinda soporte y la asesoría a los empleados de la empresa, agilicen y dinamicen los procesos, de esta manera se sientan seguros de lo que van a realizar , para así cumplir con las expectativas de los clientes. Por medio de este servicio CNT, trata de satisfacer a sus clientes según sus necesidades específicas.

4. ¿Qué clase de guía utiliza para respaldar los procesos que se realizan en su área o sección?

El Administrador Provincial y Jefes Departamentales, mencionaron que para respaldar sus procesos utilizan el servicio de Soporte y Actualización; esta área tiene como objetivo atender las solicitudes de los usuarios, como errores, defectos o problemas en el servicio, mediante dicho sistema informático se puede conocer los datos de los clientes, en la base de datos de la institución, así mismo el cliente tiene que solicitar el respectivo trámite mediante documentación, posteriormente se asigna una prioridad de común acuerdo con el usuario. El administrador Provincial también indicó que en caso de no existir la documentación se realizará su análisis y diagnóstico, hasta encontrar la causa e iniciar su documentación y transferencia al cliente, cabe recalcar que este servicio tiene como propósito brindar la asesoría a los usuarios en la solución de inquietudes referentes al servicio.

5. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo de sus actividades laborales?

A través de los datos recolectados por medio de la entrevista aplicada al Administrador Provincial y Jefes Departamentales de la Corporación Nacional de telecomunicaciones CNT, se pudo conocer que cada uno de los empleados de esta empresa cuenta con herramientas necesarias para el desarrollo de sus labores, es por aquello que la empresa se encuentra dividida en áreas donde se deben cumplir funciones y roles específicos dentro de los procesos que se desarrollan al interior de la misma y de igual forma con los clientes.

6. ¿Existe comunicación y trabajo en equipo en la institución?

Los altos mandos de la Corporación Nacional de Comunicación manifestaron que la comunicación es la capacidad de informar al cliente los trámites que se llevan a cabo al interior de la empresa con respecto a su servicio y el trabajo en equipo es el elemento primordial para realizar las cosas de una manera eficiente, también indicaron que ellos incentivan a sus empleados a trabajar en equipo, por eso aplican la técnica de rotar al personal por diferentes áreas ya que lo consideran como método de retroalimentación interna, además ellos consideran que la baja comunicación entre compañeros de trabajo reduce la productividad en la prestación del servicio. Aunque los altos mandos dijeron que ellos no pueden determinar si el medio que utilizan los empleados para comunicarse con los clientes es el adecuado. También mencionaron que es importante desarrollar talleres y seminarios tanto para trabajadores como directivos, con el apoyo de especialistas sobre técnicas para manejar el cambio y establecer mejor comunicación.

7. ¿Cada qué tiempo le brindan capacitación para atender al cliente?

El Administrador Provincial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones menciona que se les brinda capacitación al personal cada 6 a 12 meses dependiendo de los cambios que se efectúen en el sistema o nuevas disposiciones de telefonía, también mencionó que la idea de brindar una capacitación integral a los empleados es para mejorar la calidad del servicio, manejar correctamente las redes tecnológicas, como fibra óptica, televisión, red Gpon, entre otras”. Así mismo estableció que las preparaciones que se ofrecen son en un promedio de 7 horas por trabajador, aunque actualmente las capacitaciones deben ser de 71 horas por cada empleado, ya que la meta es alcanzar a 80 horas de aprendizaje”.

Menciono que estas enseñanzas se dan con el fin de agilizar la capacitación de los servidores públicos del país y reforzar la confianza en cada miembro de la misma.

8. ¿Estaría de acuerdo que se implemente o mejore en la institución un diseño de gestión administrativa que permita mejorar la calidad del servicio?

El Administrador Provincial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad manifestó estar de acuerdo que se implemente o mejore en la institución un diseño de gestión administrativa que permita mejorar la calidad del servicio, ya que la empresa brinda una amplia gama de servicios como es la telefonía fija y móvil, internet fijo y móvil y televisión satelital a nivel nacional, así también mediante este diseño de gestión administrativa, motivar al personal para que su desempeño sea mayor en aquellas actividades que realizan a diario, así como mejorar el nivel de trabajo de los mismos a fin de que se sientan comprometidos con la empresa.

9. ¿Cada qué tiempo le realizan test para evaluar su desempeño?

Los directivos de la Corporación Nacional de Comunicaciones CNT, manifestaron que los test son realizados trimestralmente, ya que se monitorean los avances del proceso de cambio, anualmente se realiza una evaluación de los principales avances, y cada 2 años se recomienda realizar la aplicación de herramientas de autoevaluación organizacional.

El Administrador Provincial encargado del direccionamiento de la empresa, también mencionó que se debe motivar a todos los colaboradores de la empresa, para que se informen u autoevalúen ellos mismos, fomentando y profundizando en las relaciones personales y cohesionando los equipos de trabajo, para lograr la fidelidad de los mismos para con la empresa y a la vez fortalecer el clima organizacional.

10. ¿Cuál es su aspiración personal en la institución?

Los directivos establecieron que su aspiración personal es aportar conocimientos de mejora para la institución, así como colaborar con la ciudadanía brindándoles un servicio adecuado, creando conciencia social y ambiental sobre el planeta, así como aprender e impartir experiencias a los colaboradores con el objetivo de crear interés de lo que se está realizando, promover que las metas que persigan los colaboradores de la Empresa, tenga un significado personal para ellos, de tal forma impulsar y motivar a los mismos con su desarrollo personal, con miras a una mejora profesional, ya que la preparación es la base para la supervivencia del diario vivir.

3.2. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS CLIENTES.

1. ¿Qué grado de aceptación poseen los servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, en el mercado nacional?

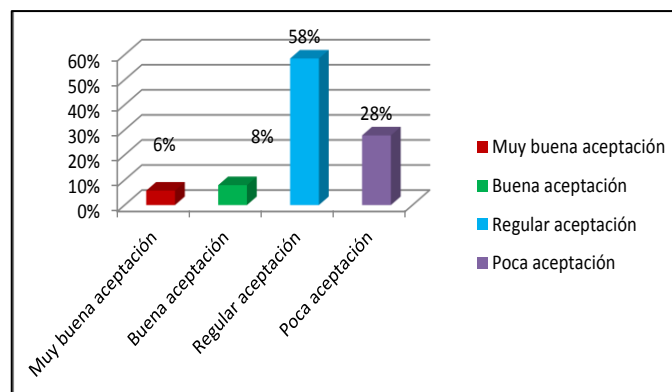
CUADRO # 6: Grado de Aceptación.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
1	Muy buena aceptación	16	6%
	Buena aceptación	22	8%
	Regular aceptación	162	58%
	Poca aceptación	77	28%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 4: Grado de Aceptación.



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Silvia Ruiz.

Análisis:

De los 277 clientes consultados de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, el 58% manifiesta que el grado de aceptación es de regular aceptación ante los servicios que presta a la ciudadanía esta corporación, el 28% dice que esta empresa tiene poca aceptación, el 8% indica tener buena aceptación y finalmente el 6% expresó que esta empresa tiene muy buena aceptación.

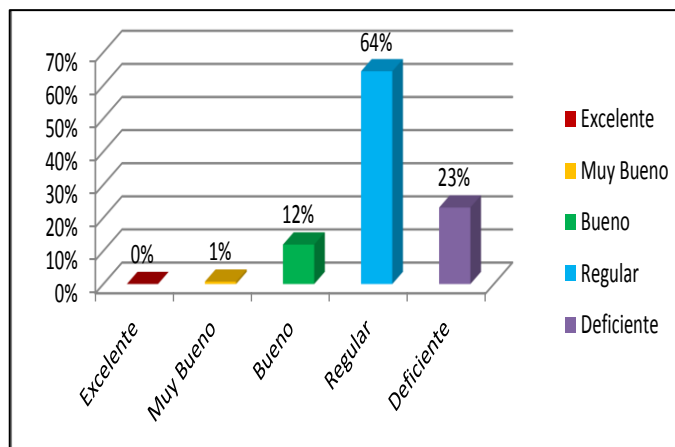
2. ¿Cómo es la atención que le brindan en la institución?

CUADRO # 7: Atención brindada.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
2	Excelente	0	0%
	Muy Bueno	2	1%
	Bueno	33	12%
	Regular	178	64%
	Deficiente	64	23%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 5: Atención brindada.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

Análisis:

La gráfica que antecede ilustra que del 100% de clientes investigados, el 64% de ellos califican la atención brindada por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones como regular, el 23% dice que es deficiente, el 12% calificó la atención como buena, y el 1% restante expresa que la atención brindada es muy buena.

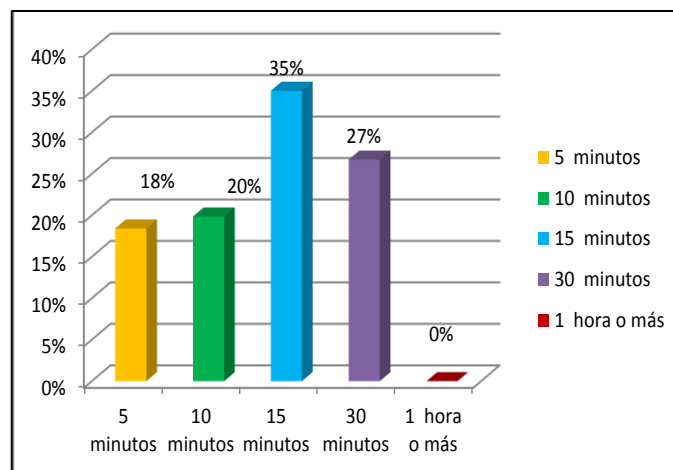
3. ¿Cuánto tiempo tiene que esperar para solicitar un servicio?

CUADRO # 8: Tiempo de espera.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
3	5 minutos	51	18%
	10 minutos	55	20%
	15 minutos	97	35%
	30 minutos	74	27%
	1 hora o más	0	0%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 6: Tiempo de espera.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

Análisis:

De acuerdo con el cuadro #10 y la gráfica # 6, en cuanto al tiempo de espera en los servicios que ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad, el 35% de ellos mencionaron que tienen que esperar 15 minutos para ser atendido, el 27% indicó esperar 30 minutos para recibir el servicio, el 20% dijo que esperan 10 minutos por el servicio solicitado y el 18% manifiesta que debe esperar 5 minutos.

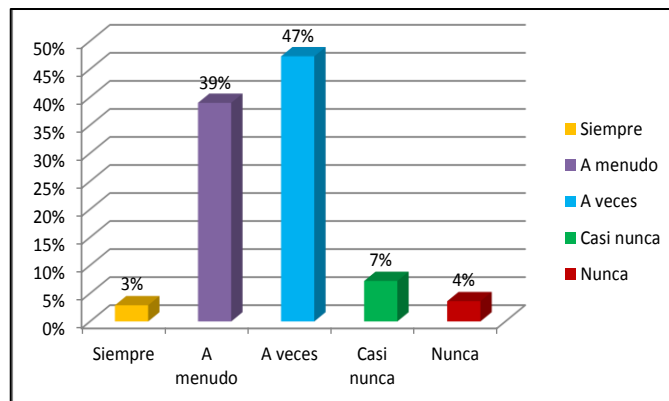
4. ¿Al momento de solicitar un servicio, queda Ud. satisfecho con la información que le brindan los funcionarios?

CUADRO # 9: Información brindada.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
4	Siempre	8	3%
	A menudo	108	39%
	A veces	131	47%
	Casi nunca	20	7%
	Nunca	10	4%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

GRÁFICO # 7: Información brindada.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

De las 277 personas encuestadas equivalente al 100%, se puede indicar que el 47% menciona que solo a veces quedan satisfecho con la información brindada, el 39% indica que a menudo siente dicha satisfacción por la información brindada, el 7% expresa que casi nunca, el 4% que nunca, y un 3% manifiesta que siempre, por lo que se debe tomar medidas para conocer porque no existe satisfacción por el servicio brindado por los funcionarios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

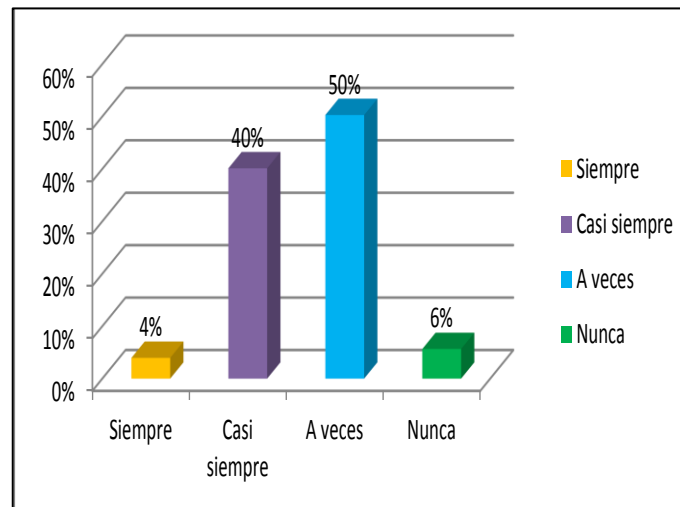
5. ¿Los funcionarios le brindan seguridad a la hora de facilitarle el servicio que requiere?

CUADRO # 10: Seguridad en el servicio.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
5	Siempre	7	4%
	Casi siempre	71	40%
	A veces	89	50%
	Nunca	10	6%
Total		177	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 8: Seguridad en el servicio.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

La gráfica que antecede ilustra que del 100% de las personas encuestadas, el 50% mencionaron que solo a veces le brindan seguridad en lo que realizan lo que es positivo para la entidad, el 40% indica que casi siempre se ve la seguridad a la hora de facilitarles el servicio, el 6% estableció que nunca existe esa seguridad en los trabajadores, y el 4% dijo que los empleados de la corporación siempre les brindan seguridad en el servicio que prestan.

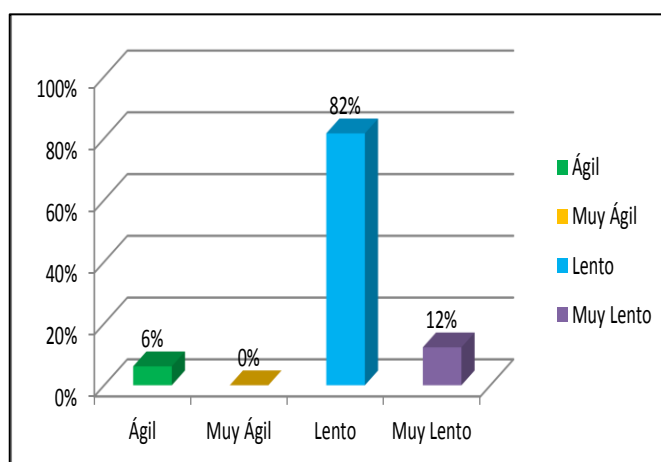
6. ¿Cómo considera Ud., el tiempo de espera en las transacciones u operaciones?

CUADRO # 11: Tiempo de espera.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
6	Ágil	17	6%
	Muy Ágil	0	0%
	Lento	226	82%
	Muy Lento	34	12%
	Total	277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

GRÁFICO # 9: Tiempo de espera.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

Del 100% de las personas que participaron en la encuesta, se puede manifestar que 82% mencionaron que el servicio es lento por lo que deben esperar demasiado tiempo para resolver algún inconveniente, el 12% indica que es muy lenta la atención y el 6% expresa que en ocasiones si es ágil, por lo que se debe analizar en qué operaciones existen falencias.

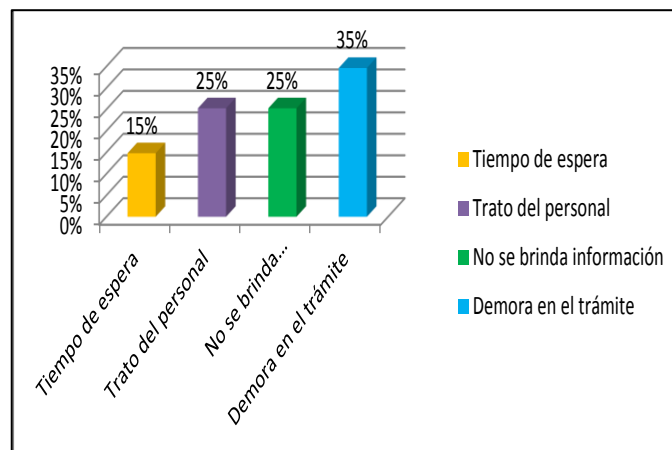
7. ¿Indique cuáles con son las quejas que comúnmente manifiesta por la atención brindada?

CUADRO # 12: Quejas por atención.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
7	Tiempo de espera	41	15%
	Trato del personal	70	25%
	No se brinda información	70	25%
	Demora en el trámite	96	35%
	Total	277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

GRÁFICO # 10: Quejas por atención.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

En el cuadro de datos número 14 y gráfico 10 indican que de 277 personas, el 35% manifestaron que existe demora en el trámite al momento de ser atendidos, el 25% dijo que no se brinda información oportuna por lo que los clientes no saben que deben hacer, así mismo el 25% expresa que el trato del personal hacia los clientes no es correcto y el 15% menciona que lo que afecta al servicio es el tiempo de espera, por lo que se debe tomar las medidas correctivas necesarias para mejorar todos estos aspectos.

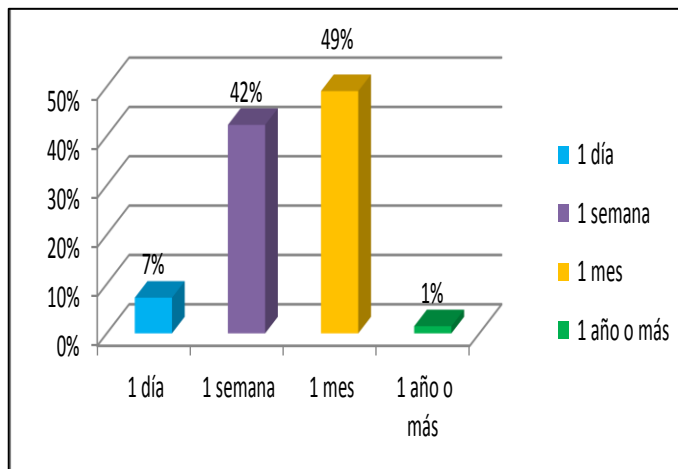
8. ¿Qué tiempo se demora en la institución para darle soluciones a sus quejas y reclamos?

CUADRO # 13: Tiempo de demora.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
8	1 día	20	7%
	1 semana	117	42%
	1 mes	136	49%
	1 año o más	4	1%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

GRÁFICO # 11: Tiempo de demora.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

La ilustración que antecede indica que de las 277 personas, el 49% manifestaron en que el tiempo que se demora la institución para darle soluciones a sus quejas y reclamos es de un mes, el 42% menciono que es de una semana ocasionando en ocasiones perdidas económicas en cuanto a negocios, el 7% dijo que el tiempo de solución es de un día y el 1% expresó que para dar finalmente resuelto algún inconveniente debió esperar entre un año o más.

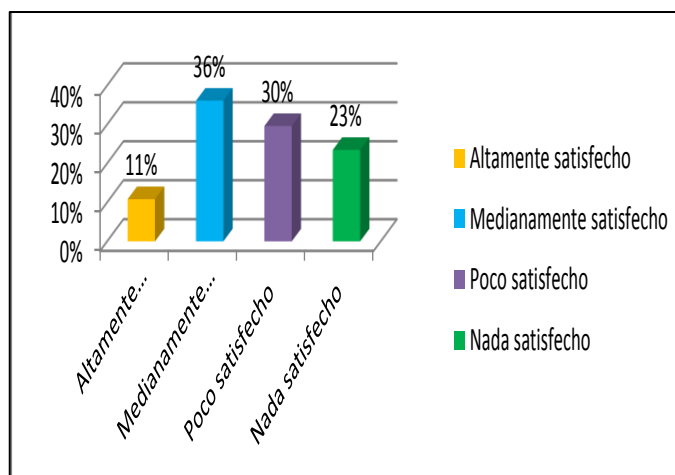
9. ¿Al hacer concluido el trámite del servicio recibido como se ha sentido usted?

CUADRO # 14: Servicio recibido.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
9	Altamente satisfecho	30	11%
	Medianamente satisfecho	100	36%
	Poco satisfecho	82	30%
	Nada satisfecho	65	23%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 12: Servicio recibido.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

De la encuesta realizada a las 277 personas, se puede manifestar que el 36% se encuentra medianamente satisfecho al momento de haber concluido con el trámite solicitado a la institución, el 30% dijo estar poco satisfecho, el 23% expreso que nada satisfecho se encuentra cuando se da por concluido algún trámite solicitado y finalmente tan solo el 11% se encuentra altamente satisfecho por lo que se debe analizar las causas de esta situación.

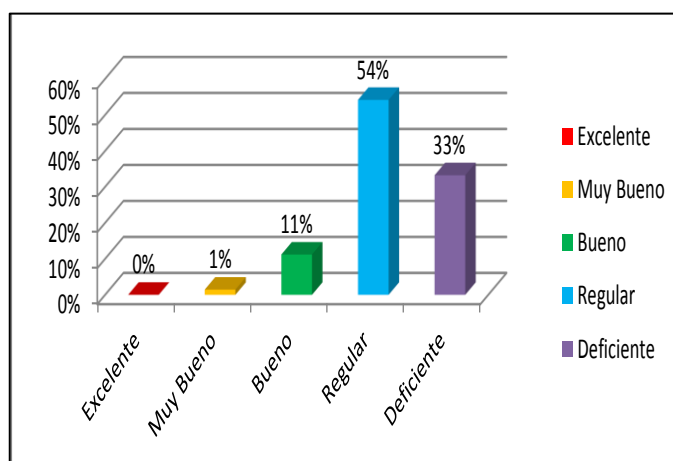
10. ¿Cómo considera el trabajo en equipo dentro de la institución?

CUADRO # 15: Trabajo en Equipo.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
10	Excelente	0	0%
	Muy Bueno	4	1%
	Bueno	31	11%
	Regular	150	54%
	Deficiente	92	33%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 13: Trabajo en Equipo.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

Con respecto a la interrogante sobre cómo considera el trabajo en equipo dentro de la institución, de las 277 personas encuestadas, el 54% de ellos consideran regular el trabajo en equipo dentro de la institución, mientras que el 33% expresa el trabajo en equipo como deficiente ya que no existe una buena comunicación entre los empleados, el 11% estableció como bueno el trabajo en equipo dentro de la institución y finalmente el 1% indicó que considero como muy bueno el trabajo en equipo.

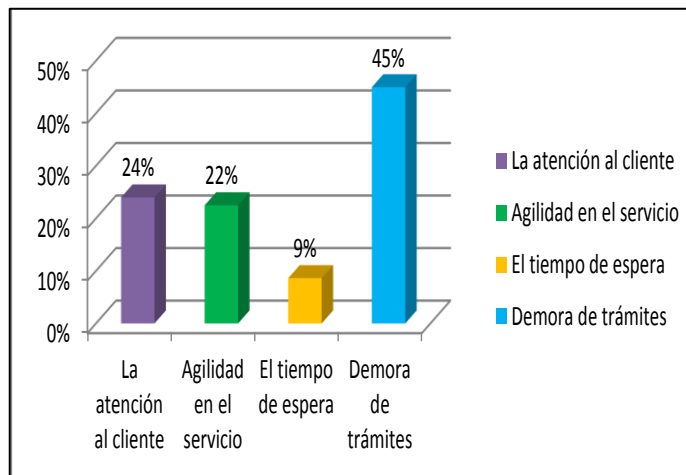
11. ¿Qué le gustaría que se mejore en la institución?

CUADRO # 16: Mejora en la Institución.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
11	La atención al cliente	64	24%
	Agilidad en el servicio	60	22%
	El tiempo de espera	23	9%
	Demora de trámites	120	45%
Total		267	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

GRÁFICO # 14: Mejora en la Institución.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz

Referente a que si le gustaría que se mejore la institución, el 45% de los clientes encuestados coincidieron en que se mejore la demora de trámites, el 24% de ellos mencionaron que se mejore en la institución la atención al cliente, ya que muchos empleados no son amables, el 22% indicaron que se debería mejorar la agilidad en el servicio porque muchos trámites son urgentes y se demoran demasiado en darles la solución o tratamiento pertinente, y el 9% dijeron que debería implementar más personal para disminuir el tiempo de espera en el servicio.

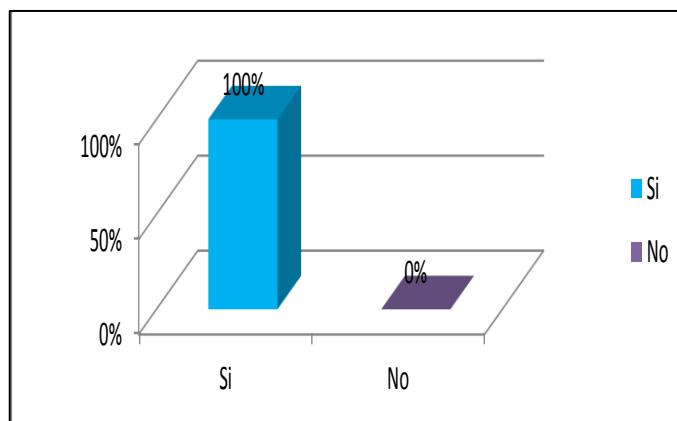
12. ¿Considera Ud. pertinente que se implemente un buzón de sugerencias, para mejorar los procesos de atención al cliente en CNT con mayor tecnología?

CUADRO # 17: Buzón de sugerencias.

ITEMS		FRECUENCIA	PORCENTAJE
12	Si	277	100%
	No	0	0%
Total		277	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

GRÁFICO # 15: Buzón de sugerencias.



Fuente: Encuestas
Elaborado por: Silvia Ruiz.

La información que antecede ilustra que mediante los datos recolectados de la encuesta, se puede mencionar que el 100% de los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones consideraron pertinente en que se implemente un buzón de sugerencias para depositar sus quejas e inquietudes y de esta manera los altos directivos den llamados de atención o brinden capacitación a sus empleados para mejorar los procesos de atención al cliente y así adaptarse a las nuevas tecnologías que el mundo actual lo requiere.

3.3. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

3.3.1. Conclusiones de los Resultados de la Encuesta.

De la encuesta aplicada a los Clientes de la “CNT”, se puede concluir lo siguiente:

1. No se cuenta con un modelo de gestión administrativa, que ayude al desarrollo efectiva de las labores diarias en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, generando mala imagen ante el cliente.
2. Al no contar con una eficiente gestión administrativa, ha generado que el personal de CNT, no brinde la atención adecuada al cliente, ya que demoran mucho en darle solución a sus problemas o inconvenientes, generando molestia y pérdida de tiempo en los usuarios.
3. La Agencia Provincial Santa Elena de la “CNT” no cuenta con talento humano calificado para el desarrollo de las actividades que realiza, pero si cuenta con las herramientas necesarias para desarrollar en forma eficiente sus actividades.
4. De acuerdo a los resultados se puede apreciar que no se hace seguimiento después de la capacitación, por lo tanto, la gran mayoría de los empleados de la “CNT”, que ha recibido capacitación, no ha realizado una transferencia del aprendizaje adquirido, ya que muchas veces muestran inseguridad ante el cliente en lo que realizan.
5. Estas son las razones por las que se hace necesaria la propuesta de “Modelo de Gestión Administrativa”, con el objetivo de establecer directrices claras que sirvan como herramienta de aplicación para el desarrollo de las actividades de la CNT, y de esta manera lograr una eficiente atención al cliente.

3.3.2. Recomendaciones de los resultados de la encuesta.

1. Se debe cumplir con la ejecución del modelo de gestión administrativa, integrando la participación de todo el personal, para el desarrollo de un trabajo eficiente y eficaz a fin de cumplir con todas las expectativas que exige la actualidad sociedad.
2. Contar con el talento humano calificado, al seleccionarlo mediante pruebas específicas y relacionadas con temas a ser ejecutados en el campo de trabajo, de tal manera que no exista inconvenientes al momento de prestar sus servicios al cliente.
3. Establecer matrices de seguimiento y control a fin de que se realice la respectiva retroalimentación y se vaya eliminado pequeños inconvenientes y también se haga transferencia de los conocimientos adquiridos en capacitaciones.
4. Aplicar un plan de gestión administrativa acorde a las necesidades de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones del Cantón La Libertad y que sirva de herramienta administrativa para los directivos y jefes departamentales, a fin de garantizar la calidad del servicio.
5. Identificar las diferentes necesidades de los clientes de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, sin dejar de lado alguno por mínima que parezca, pues estas se van convirtiendo en grandes problemas, que pueden llegar a perjudicar la imagen completa de la institución.

CAPÍTULO IV.

PROPUESTA.

MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2013.

4.1. PRESENTACIÓN.

La “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”, a lo largo de su trayectoria ha ayudado a aumentar la productividad y competitividad de los diferentes departamentos del país y ha contribuido a la economía Ecuatoriana. Esta compañía debido a la globalización se ha visto en la necesidad de ampliar sus servicios, contando con una gama de ofertas.

“La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”, es una empresa ecuatoriana, que brinda servicios de telefonía fija y móvil, internet fijo y móvil y televisión satelital a nivel nacional, además de servicios de voz y datos, esta institución constantemente se encuentra innovando sus servicios con el objetivo de brindar servicios telecomunicativos de calidad que cumplan con las expectativas de los usuarios.

Mediante el entorno en que se encuentra la empresa CNT, se pudo determinar la necesidad de implementar un modelo de gestión administrativa, que ayude a fortalecer sus servicios en base a la ejecución de estrategias que promuevan la eficiencia y eficacia en los empleados sobre la labor que realizan dentro de la misma, mejorando la calidad del servicio, y de esta manera captando más clientes que se interesen en el servicios de telecomunicaciones que ellos ofrecen.

4.2. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA.

Por medio de un diagnóstico específico en CNT, se puede establecer que en los actuales momentos la corporación, carece de un modelo de gestión administrativa en la estructura interna de la misma, que ayude a través de este modelo a realizar las actividades adecuadamente, teniendo un control de las acciones que se desarrollan en la misma, todo esto ha provocado que las actividades no se desarrollen eficazmente y que el recurso humano y la atención al cliente sea deficiente.

Por tanto la aplicación de dicho diseño de gestión administrativa tiene como finalidad mejorar el desempeño de las actividades buscando la calidad en los servicios de telecomunicaciones cumpliendo e innovando constantemente para satisfacer la demanda insatisfecha de clientes en la provincia de Santa Elena.

Después de conocer el contexto de la organización y sus colaboradores, la información anterior dará paso a confrontar los beneficios que traen los cambios en la compañía. Es por eso que el presente modelo de gestión administrativa, para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, ayuda a desarrollar y aplicar planes y proyectos en determinado periodo, que sirva como una herramienta adaptable en todas las áreas de la dependencia y que a la vez sea como una guía a seguir para la previa formación de los empleados que laboran en la misma, de esta manera se trabajara en conjunto para el logro de los objetivos corporativos.

El aplicar políticas y lineamientos específicos en CNT, se tomará en cuenta las constantes capacitaciones para el personal, de esto depende que la aplicación de los programas y proyectos por medio del modelo de gestión administrativo sea eficiente y sus resultados sea positivo, creando confiabilidad entre los empleados y clientes sobre los procesos y servicios efectuados, ya que en “CNT” la calidad del servicio que se ofrece es inadecuado, por lo tanto los procedimientos deben ser transmitidos de forma estratégica para el fortalecimiento de la corporación .

4.3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.

Razón Social:

- CNT es una empresa pública.
- Fue constituida jurídicamente el 20 de julio del 2001.
- El 1 de Octubre del 2008 se mediante Asamblea General Extraordinaria las COMPAÑIAS ANDINATEL y PACIFITEL se fusionaron y mediante mandato número 15, se crearon como la CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES.

Dirección:

- Provincia de Santa Elena
- Cantón La Libertad
- Avenida 23 Malecón del Barrio Rocafuerte
- Teléfonos (593) (4) 278 13 90 / (593) (4) 278 23 90

GRÁFICO # 16: Logotipo



Elaborado por: Silvia Ruiz

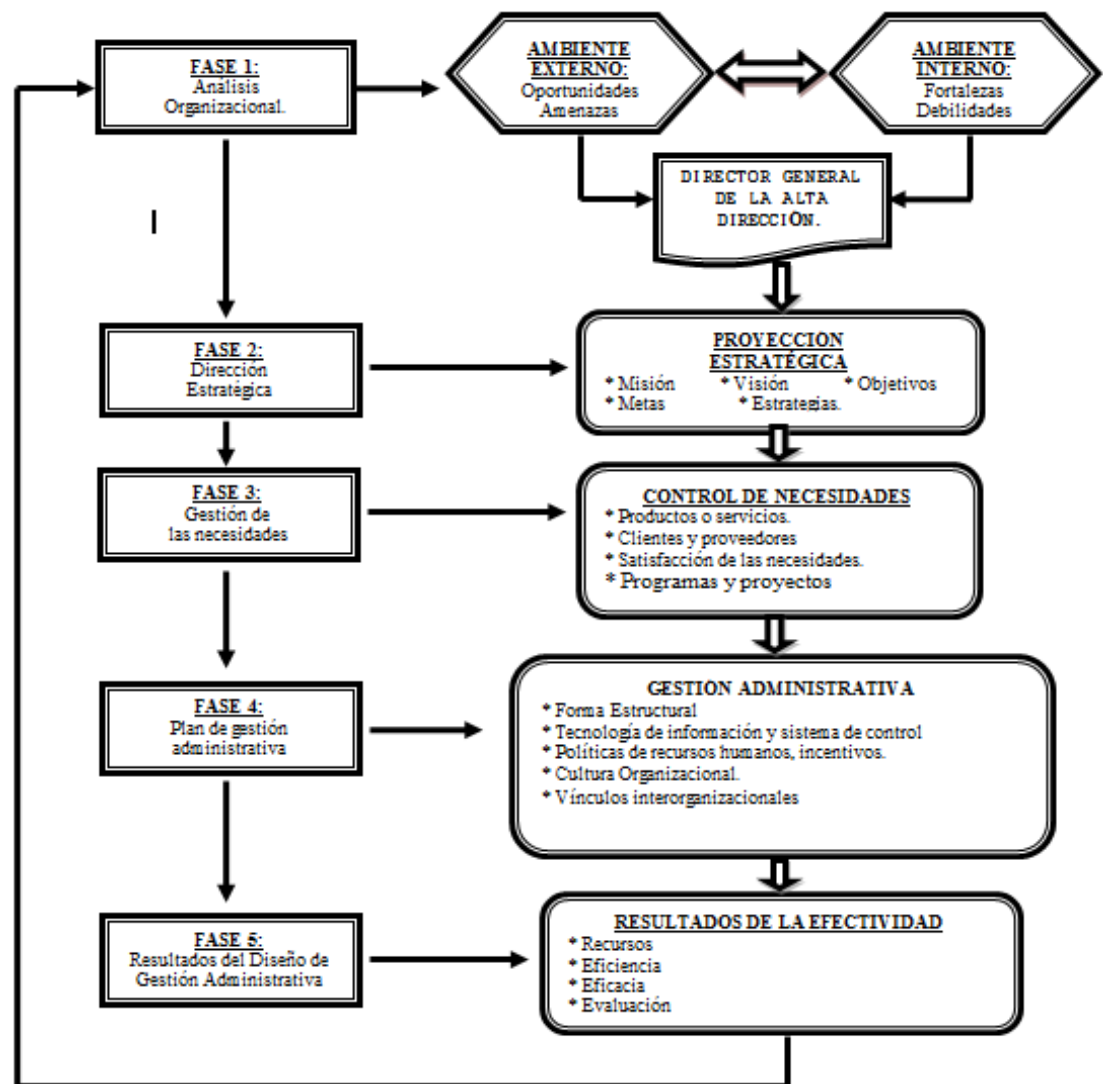
Slogan:

- CNT nos une!

4.4. MODELO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA PARA LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.

“CNT” necesita una solución que gire en torno a los temas identificados como necesidades puntuales para fortalecer la gestión administrativa, la comunicación y el talento humano de la compañía. Por lo tanto consideramos sustancial y estratégico la creación de un modelo de gestión administrativa.

GRÁFICO # 17: Modelo de Gestión Administrativa.



Fuente: Richard Daft
Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5. ANÁLISIS ORGANIZACIONAL DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.

4.5.1. Análisis Externo.

El análisis externo de la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, es basado en aquellos aspectos importantes que limitan al desempeño de la corporación o que ayudan al crecimiento de la misma, para ello se recopiló información sobre la competencia, así también como tendencias sociales y culturales, por medio de las áreas demográficas, ambientales, económicas, políticas, jurídicas, gubernamentales y tecnológicas del territorio en el que se encuentra.

Tomando en cuenta todas las tendencias que intervienen en el ambiente externo de la corporación, se determinó que estos factores influyen en el desarrollo de las actividades dentro de la misma, en relación con la atención al cliente, mediante la identificación de oportunidades y amenazas que provienen del ambiente externo, es así que la empresa se ve en la necesidad de mejorar constantemente sus procesos administrativos así como sus sistemas de gestión de calidad.

4.5.2. Análisis Interno.

Debido a los constantes avances tecnológicos y la creciente demanda competitiva, ha incentivado a las empresas a adaptar en sus estructuras, modelos administrativos que ayuden a mejorar su desempeño, es así que analizando profundamente la estructura organizacional de la corporación, se concluyó que se debe adaptar a sus procesos un diseño de gestión administrativa con la finalidad de facilitar los procedimientos que se realizan en cada área de la misma y mediante la aplicación de una serie de técnicas y estrategias en base a proyectos a ejecutarse dentro de la misma, se establecerá capacitaciones para que el proceso de cambios sea efectivo y mediante esto determinar las fortalezas y debilidades que posee CNT.

4.5.3. F.O.D.A.

F.O.D.A. DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT.

CUADRO # 18: F.O.D.A. de CNT.

Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none">1. Pone a su disposición servicios de telecomunicaciones a todos los rincones y lugares más alejados del territorio nacional.2. Ofrece múltiples servicios, entre los que se incluyen telefonía fija, telefonía móvil (red de Alegro), res de datos, voz y video, servicios WAN, etc.3. Red de backbone en Fibra Óptica e IP/MPLS.4. Diferentes Redes de Acceso a internet como Wimax, xDSL, VSAT y Redes de Comunicación de nueva generación NGN.5. Mejora continua en equipo tecnológico.6. Precios del servicio de Internet banda ancha y Telefonía Fija son considerados lo más bajos del mercado actual en nuestro país.7. Implementación de nuevos servicios como TV por cable con métodos de pago asequibles para el usuario	<ol style="list-style-type: none">1. Personal de atención al cliente no capacitado continuamente.2. Limitada cultura de servicio en la atención al cliente.3. Usuarios y/o clientes no son atendidos con rapidez en los problemas técnicos que se les presente.4. Bajo nivel de personal técnico con experiencia.5. Equipo administrativo no lleva una gestión eficiente.6. No cuenta con procesos claros.7. Mala administración de la tecnología que cuenta la empresa8. Mal posicionamiento de Alegro frente a otras operadoras con una mayor cobertura y aceptación.

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

Oportunidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas y programas del gobierno actual para acceso a los servicios de telecomunicaciones 2. Proyectos de Conectividad Nacional. 3. Apoyo a las Instituciones Educativas para acceso a internet a nivel nacional. 4. Convenios con proveedores o carries para la salida internacional de servicios de Internet y datos. 5. Convenios firmados con la Policía Nacional. 6. Campañas publicitarias agresivas. 7. Lanzamiento de promociones días festivos 8. Empaquetamiento de servicios. 9. Posibilidad de expandirse aún más en el mercado nacional en el ámbito de telefonía móvil gracias a la operación de la red de Alegro – CNT. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Robo de cables de red telefónica. 2. Actos organizados de la CNT. 3. Rompimiento de cables de la red de Fibra Óptica. 4. Maltrato de la red telefónica de parte de los propios usuarios. 5. Presencia alta de competidores directos en el mercado como es Telmex, Claro, Telconet, etc. 6. La crisis económica, disminuyen presupuesto del estado, afectaría a los diferentes proyectos de conectividad nacional en ejecución. 7. Cambio de leyes o políticas de estado en el ámbito de las telecomunicaciones.

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5.3.1. FODA Estratégico.

CUADRO # 19: Análisis de la matriz FODA estratégico.

FACTORES	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNOS EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pone a su disposición servicios de telecomunicaciones a todos los rincones y lugares más alejados del territorio nacional. 2. Ofrece múltiples servicios, entre los que se incluyen telefonía fija, telefonía móvil (red de Alegro), res de datos, voz y video, servicios WAN, etc. 3. Red de backbone en Fibra Óptica e IP/MPLS. 4. Diferentes Redes de Acceso a internet como Wimax, xDSL, VSAT y Redes de Comunicación de nueva generación NGN. 5. Mejora continua en equipo tecnológico. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Personal de atención al cliente no capacitado continuamente. 2. Limitada cultura de servicio en la atención al cliente. 3. Usuarios y/o clientes no son atendidos con rapidez en los problemas técnicos que se les presente. 4. Bajo nivel de personal técnico con experiencia. 5. Equipo administrativo no lleva una gestión eficiente.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGÍAS FO	ESTRATEGÍAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas y programas del gobierno actual para acceso a los servicios de telecomunicaciones 2. Proyectos de Conectividad Nacional. 3. Apoyo a las instituciones educativas para acceso a internet a nivel nacional. 4. Convenios con proveedores o carries para la salida internacional de servicios de Internet y datos. 5. Convenios firmados con la Policía Nacional. 6. Campañas publicitarias agresivas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1-O1Aoooyo gubernamental y disposición de los diferentes servicios de telecomunicación para los clientes 2. F2-O3 Brindar servicios de calidad gracias a la variedad de servicio, satisfaciendo a diferentes campos de la sociedad. 3. F3-O5 Plantear nuevos objetivos estratégicos para innovar en el servicio. 4. F4-O6 Ofrecer precios justos para brindar una buena atención a los clientes 5. F5-O6Equipos adecuados para atender la creciente demanda 	<ol style="list-style-type: none"> 1. D1-O4Plantear una eficiente organización que les permita abastecer la demanda 2. D2-O6Emplear estrategias de promociones y publicidad para brindar una buena imagen. 3. D5-O2 Diseñar estrategias que le permitan pactar alianzas estratégicas. 4. D4-O3 Contar con personal calificado para innovar en el servicio. 5. D3-O1Diseñar estrategias que le permitan implementar servicios innovadores para satisfacer las necesidades de los clientes.
AMENAZAS	ESTRATEGÍAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Robo de cables de red telefónica. 2.Actos organizados de la CNT. 3.Rompimiento de cables de la red de Fibra Óptica. 4.Maltrato de la red telefónica de parte de los propios usuarios. 5.Presencia alta de competidores directos en el mercado como es Telmex, Claro, Telconet, etc. 6.La crisis económica, disminuyen presupuesto del estado, afectaría a los diferentes proyectos de conectividad nacional en ejecución. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. F1-A5Ofrecer servicios de calidad, con precios justos para atraer a los clientes, de todos los lugares de la comunidad. 2. F2-A4 Innovar constantemente con el fin de contrarrestar la competencia, sin que afecten servicios sustitutos. 3. F3-A3Predisposición para trabajar respetando las leyes para hacer frente a la competencia 4. F4-A6Mejorar nuestras redes de acceso con asesoría para estar al nivel de la competencia, sin que afecte algún tipo de cambio económico. 5. F5-A1Establecer controles sobre los equipos de tecnológicos nuevos para que no sufran ningún tipo de robo o deterioro. 	<ol style="list-style-type: none"> 6. D1-A2Contar con personas capacitadas para acceder a nuevas tecnologías. 7. D3-A5 Diseñar estrategias de marketing y publicidad para darse a conocer en el mercado y atraer clientes 8. D5-A4Buscar asesoría para mejorar la gestión administrativa y reaccionar frente a imprevistos que generen gastos innecesarios.

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5.4. Análisis de la Competencia.

Una vez realizada el análisis F.O.D.A., se pudo determinar los factores internos y externos que influyen y afectan a la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, mediante aquello se estableció un análisis profundo de cómo se encuentra en realidad la competencia dentro de la Provincia de Santa Elena, y que ventajas y desventaja tenemos ante esto, mediante aquello tomar medidas pertinentes que conlleven a cumplir con los objetivos corporativos de la misma. La “CNT” presta todos los servicios de telecomunicaciones a nivel nacional en régimen de competencia con operadoras privadas, y sus principales competidores son:

CUADRO # 20: Competencia de CNT.

Empresa	Ubicación	Trayectoria en el mercado
CLARO	Cantón La Libertad	15 años
MOVISTAR	Cantón Salinas	10 años

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Silvia Ruiz Cobos

Una vez identificados los competidores de la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, se puede destacar que estas empresas al ofertar productos y servicios similares, con diversas alternativas tentadoras para el cliente, hacen que el cliente participen de sus servicios, siendo esta una amenaza para la corporación, ya que este proceso afecta directamente en el volumen competitivo de la misma

Aunque en la actualidad la CNT., también ofrece múltiples servicios, entre los que se incluyen telefonía fija, telefonía móvil (red de Alegro), res de datos, voz y video, servicios WAN. También ofrece red de backbone en Fibra Óptica e IP/MPLS, y diferentes Redes de Acceso a internet como Wimax, xDSL, VSAT y Redes de Comunicación de nueva generación NGN, pero le falta posicionarse en la mente de los consumidores para crear la fidelización en ellos sintiéndose seguros con los servicios adquiridos.

4.5.5. Dirección estratégica.

Para establecer una clara identidad de cómo se cuenta la corporación nacional de telecomunicaciones CNT, se debe establecer las fases que realiza la empresa dentro de la misma y en lo que desea convertirse ante la competencia, mediante esto determinamos la visión y misión de la empresa.

Es así que mediante el previo análisis, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, del Cantón La Libertad de la Provincia de Santa Elena, cuenta con una misión y visión para cumplir con sus objetivos propuestos.

4.5.5.1. Misión de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

Crear fidelización en los clientes, mediante la innovación constante de los productos y servicios de telecomunicaciones, contando con recurso humano comprometido y servicios de calidad.

4.5.5.2. Visión de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

Liderar en el mercado de telecomunicaciones a nivel nacional, ofertando productos y servicios de calidad con valor agregado, potencializando la labor ejecutada por la misma.

4.5.5.3. Valores empresariales de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

- Trabajar con compromiso y respeto
- Trabajar con honestidad en el cumplimiento de objetivos.
- Compromiso total sobre las acciones que se ejecutan y con el cliente
- Sentido de pertenencia con la corporación
- Capacidad de liderazgo para toma una decisión
- Responsabilidad social

4.5.5.4. Objetivos de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

4.5.5.4.1. Objetivo general.

Fortalecer eficazmente las actividades administrativas de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, mediante la incorporación de un modelo de gestión administrativo, que permita desarrollar estrategias competitivas para mantenerse en el mercado peninsular

4.5.5.4.2. Objetivo específico.

1. Promover el eficiente desarrollo de las actividades, la disciplina y compromiso entre todos los integrantes de la CNT, mediante la implementación de planes, estrategias y proyectos, para garantizar su permanencia en el mercado competitivo
2. Establecer estrategias innovadoras, mediante el análisis FODA, para que los procedimientos en la corporación tengan resultados positivos ante la competencia.
3. Ofrecer un servicio de calidad, a través de la eficiente ejecución de las acciones, para lograr satisfacer las expectativas de los clientes
4. Proporcionar sistemas de información eficiente y eficaz, mediante la aplicación de estrategias para diferenciarnos de la competencia.
5. Proporcionar un modelo de gestión administrativa, mediante el análisis del entorno, contribuyendo al desarrollo de una gestión óptima en la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

4.5.5.5. Metas de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”.

- 1.** Establecer altos estándares de calidad en la oferta de los productos y servicios de CNT, para alcanzar un alto rendimiento en las ventas de los productos y servicios, que cada periodo incremente en un 50%.
- 2.** Ofrecer un 40% de servicios y productos innovadores, que correspondan a la demanda por los servicios requeridos por el mercado para evitar cambios a la competencia.
- 3.** Proporcionar un 100% de servicios y productos de CNT, que cumplan con los requerimientos de los clientes y de la sociedad en general y la vez sea un ente generador de más empleo.
- 4.** Fortalecer en un 90% la atención al cliente, a través de las constantes capacitaciones y el sentido de pertenencia del empleado.
- 5.** Alcanzar el 6% de participación en el mercado con productos y servicios alternativos, con la finalidad de incrementar la fidelización en los clientes.

4.5.5.6 Estrategias Empresarial de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, basadas en el crecimiento, productividad y sostenibilidad.

- 1.** Incrementar la cobertura y la base de clientes en todas las líneas de negocio de la empresa, con un portafolio de productos y servicios flexible, de valor agregado y ajustado a los requerimientos de los seguimientos corporativos y masivos.

2. Ser la empresa Pública que posibilita el acceso de los ciudadanos a la banda ancha y Tecnologías de información, impulsando su uso a nivel nacional.
3. Ser el proveedor de soluciones de telecomunicaciones para el sector público, que contribuya con su desarrollo.
4. Asegurar la sostenibilidad financiera de la empresa, como resultado de la eficiencia productiva, incremento de clientes y su gestión socialmente responsable.
5. Promover la imagen de la empresa dando a conocer su estructura actual en servicios de alta calidad para beneficio de toda la clientela y de la organización.
6. Un crecimiento diversificado que permita posicionarnos en la mente de los clientes como una empresa de fácil acceso a sus servicios.
7. Rapidez de respuesta a las necesidades que los clientes solicitan.
8. Brindar Capacitación a los empleados para mejorar el servicio al cliente.
9. Incrementar las ventas a través de la preferencia en el gusto de los clientes respecto a telefonía fija, telefonía móvil, y diferentes Redes de Acceso a internet
10. Brindar un servicio de calidad con base en la responsabilidad y respeto.

4.5.6. Gestión de las necesidades.

4.5.6.1. Productos y servicios.

En esta fase de la gestión de necesidades, se establecen diferentes alternativas en base a los productos y servicios, ya que CNT, en la actualidad cuenta con una serie de servicios complementarios, con avances tecnológicos acorde a las necesidades de cada cliente y por ende de la sociedad, para ellos mostramos los siguientes productos y servicios que se mantienen en el mercado. Entre la gama de productos y servicios tenemos los siguientes:

1. Servicios y productos tecnológicos.

Red BackBone.

Esta red, es de fibra óptica y es la más grande a nivel nacional, contando con más de 10.000 km de fibra óptica instalada en todo el país.

Fibra óptica de mayor calidad en el Ecuador.

Esta fibra tiene una característica monomodo y anilada, que permite definir con mayor calidad en la transmisión de datos, garantizando una alta disponibilidad en redes, es así que la fibra óptica incluye triple protección de cableado, chaquetas de seguridad, material anti-roedores y con alma de acero.

Canalización subterránea.

CNT cuenta con canalización subterránea, mediante esto brinda mayor confianza y seguridad garantizando el servicio de calidad, así como también la ejecución e implementación del mismo, conforme a la ejecución e implementación de los estándares internacionales, como el 568B.3.1 vigentes.

Red de transporte.

La corporación nacional de telecomunicaciones CNT, dispone de tecnología de última generación como IP/MPLS TE y DWDM que es una red nacional, esta red es de última tecnología, unas de las mejores del país, implementada en su totalidad con tecnología CISCO, manteniéndose siempre con los avances tecnológicos e innovación utilizada en los países más desarrollados, lo cual garantiza la calidad de servicio, así como también capacidades en redes de transporte de hasta 192 Lambdas Interfaces de conexión con capacidades de hasta 10 Gbps.

Red de acceso.

A través de la aplicación de estas tecnologías, CNT está en la capacidad de ofrecer las soluciones de telecomunicaciones que nuestros clientes requieren, alcanzando mediante esto la calidad y eficiencia en la misma, la tecnología de CNT EP permite configurar las operaciones de acuerdo a los requerimientos y necesidades específicas de los clientes.

Es por aquello que esta corporación posee tecnología de alta generación con mayor velocidad de internet y banda ancha para satisfacer la creciente demanda de usuarios y toda la población en general.

Conectividad internacional.

Es así que CNT posee un nivel de TIER 2 que es la capacidad de acceso a ISP, es por tanto que la mejor conectividad del país cuenta con gran capacidad de transporte de datos a nivel internacional del país, con una capacidad de transporte de 192 STM – 1. CNT, actualmente también cuenta con 5 megapuntos de conexión internacional para internet, estableciéndose en tres cables submarino y dos cables terrestres.

Beneficios para clientes de CNT.

CNT, a través de su tecnología de última generación aplicada en sus servicios, garantiza el desarrollo óptimo de las redes de telecomunicaciones en el país, mostrando un importante avance tecnológico para la comunidad en general.

4.5.6.2. Clientes y proveedores.

4.5.6.2.1. Clientes.

CNT, considera a los clientes como la clave principal para mantener en el mercado competitivo, ya que si los clientes no adquirieran de sus servicios la empresa desaparecería de la competencia, es por aquello que la empresa constantemente busca innovar y crear nuevos productos o servicios que lo mantengan liderando en el mercado de telecomunicaciones a nivel del país.

CNT abarca en toda la población peninsular, es por aquello que ofrece a sus clientes Internet Móvil Ilimitado, una conexión de datos a Internet por medio de diferentes tecnologías: 3.5G, 3G, EDGE y GPRS a través de un MODEM USB, conectarte a Internet de una manera sencilla e inmediata, en cualquier momento y en cualquier lugar a altas velocidades.

4.5.6.2.2. Proveedores.

El nuevo proveedor de CNT es la empresa Media Network Latino América, con sede en Perú y contratada por la institución de telecomunicaciones por 5 años. En la actualidad existen alrededor de 20 mil equipos para su instalación, que aún no han sido establecidos en nuestro país.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones, CNT, en la actualidad forma parte de los proveedores de televisión digital con canales codificados.

La CNT presentó este nuevo servicio, que cubrirá el territorio nacional continental, con codificadores y antenas en cada hogar. CNT por el servicio ofertado no cobrará por costos de instalación, como promoción de lanzamiento.

Así mismo CNT habilitó el número sin costo 1800 800 800 para solicitar este producto. Cada hogar podrá tener hasta 4 decodificadores. De tal forma la CNT también tiene concesión para dar IPTV y está preparando un RFP que se pondrá en marcha en los próximos dos meses.

La institución aspira tener más de 30 mil suscriptores en un año y la rentabilidad de este nuevo servicio se verá también reflejada en la fidelización de los clientes con los otros servicios que ofrece la empresa pública, con el fin de ser mejores que la competencia, ofreciendo servicios eficientes y como se dijo anteriormente que cumplan con las expectativas de los consumidores.

4.5.6.3. Satisfacción de las necesidades.

A través del modelo de gestión administrativa adaptado a la estructura organizacional de CNT, se espera alcanzar con los objetivos previstos en un periodo estimado, detectando a tiempos las falencias que se presentan y solucionarlas, logrando así la satisfacción total del cliente en base a productos y servicios que se brinda.

Es así que la corporación espera cumplir en determinado periodo con las siguientes expectativas.

1. Ofrecer en un 100% el servicio de televisión digital con canales codificados a la población peninsular.
2. Utilizar un 75% de instalaciones del complejo para una escuela de fútbol dirigida a niños y jóvenes de todas las edades que deseen aprender las técnicas del fútbol.

3. Ofrecer en un 100% las tecnologías: 3.5G, 3G, EDGE y GPRS.
4. Brindar en un 100% de atención especializada en servicios al cliente y llamadas sin costo al 1800 800 800, para solicitar servicios.
5. Proporcionar un 100% de red de acceso, que permita configurar las opciones de acuerdo a las necesidades del cliente.
6. Brindar en un 90% cobertura y acceso de comunicación al cliente, para evitar cambios a la competencia y por ende obteniendo mejores ingresos y satisfacción de los clientes.

4.5.6.4. Programas y proyectos.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, en busca de la mejora continua en sus productos y servicios, pretende implementar un modelo de gestión administrativa, que ayude a establecer y ejecutar los programas y proyectos de una manera adecuada, utilizando como herramientas gerenciales que conlleven a los planes de acción, estableciendo las personas responsables del seguimiento, para que se gestione eficientemente en las tareas diarias y así brindar una excelente atención al cliente ofertando servicios de calidad que los clientes solicitan, así como también resolver las inquietudes de la sociedad.

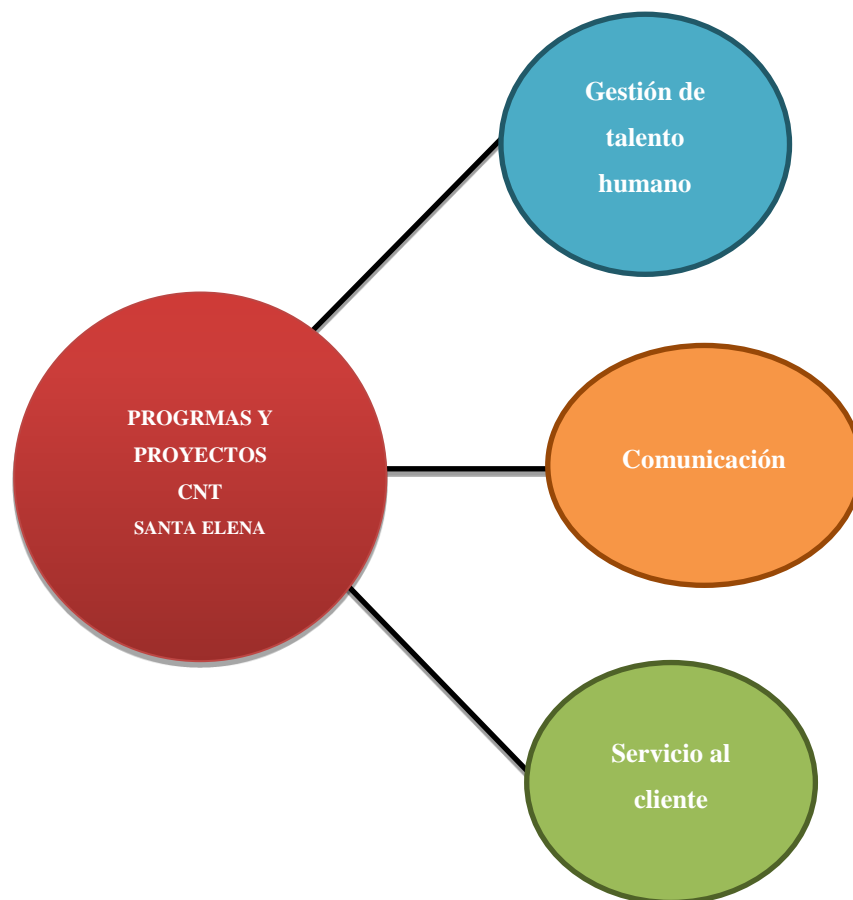
CNT, implementará planes de acción a través de la ejecución de programas y proyectos, con la finalidad de plantear metas de mejora para la corporación en un determinado tiempo, facilitando el proceso de gestión y cumplimiento de los responsables del plan para que se efectúe el adecuado seguimiento y monitoreo del mismo, esto a la vez es de gran ayuda para la misma, ya que ayudan a proyectarse en un futuro, determinando lo que son y en que desean convertirse, es por aquello que mediante la adecuada implementación de estrategias, se creara una estructura específica de las tareas a ejecutar.

4.5.6.4.1. Flujos de programas y proyectos de acción.

CNT necesita una solución inmediata que se establezca en tres puntos específicos identificados, que ayude a fortalecer su gestión administrativa en base a la comunicación y el recurso humano de la misma.

Es por aquello que se considera necesario, la adaptación de un modelo de gestión administrativo, en base a programas y proyectos que conlleven a mejorar la gestión administrativa, la comunicación, y el servicio al cliente.

GRÁFICO # 18: Flujos de programas y proyectos de acción.



Elaborado por: Silvia Ruiz.
Fuente: Richard Daft

4.5.6.4.2. Programas y proyectos de acción para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Mediante la aplicación de programas y proyectos de acción en CNT, se pretende mejorar la calidad en el servicio, así como mantener una posición favorable en la mente de los clientes creando fidelización en los mismos, en base a estos seguir una serie de acciones y lineamientos emprendidos en el mismo.

CNT, para lograr mayor acogida con los programas y proyectos, y obtener resultados positivos, divide a estos programas en tres etapas: Gestión del Talento Humano, Comunicación y Servicio al Cliente. Antes de llevar a cabo cada etapa, se lanzará una campaña de expectativa que lleva por nombre “EN CNT VAN A PASAR COSAS...” Este mensaje pondrá alerta a todo el personal de la compañía una semana, previa al lanzamiento del programa.

Durante este periodo se enviarán mensajes intranet, se colocarán avisos, se enviarán emails, esto con el fin de impactar gradualmente haciendo una campaña innovadora que los motive y los ponga a pensar ¿qué está pasando?, ¿qué se estará por proponer?, ¿cuáles aspectos van a suceder...etc.?

El último día se cita a una reunión a todo el personal y el Administrador Provincial de la Institución junto con el Jefe Comercial, serán los encargados de explicar el programa cuya duración será, inicialmente, de 6 meses y se explicarán sus respectivas etapas. Las personas que se encuentran en las regionales tendrán una participación dentro del programa con posibles asistencias eventualmente y de manera virtual por el sitio web.

Se puede concluir mediante el análisis de la gestión administrativa de la empresa, que su atención no es eficiente, para esto se debe tener en cuenta su recurso humano como elemento primordial, es por ellos que se establece implementar programas y proyectos a aplicar en la institución que ayude a mejorar la atención al cliente.

PROGRAMA 1: TALENTO HUMANO.

PROYECTO DE PROMOCIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y LA COMUNICACIÓN EN CNT.

Mediante este proyecto se fortalecerá la gestión del talento humano y la comunicación por medio de acciones que movilicen el conocimiento y beneficien el desarrollo humano y profesional de los trabajadores y de la compañía. Se busca llegar de manera dinámica a los colaboradores, sacándolos de rutinas para motivarlos a nivel personal y laboral. De igual forma se sugiere una reunión de cada área dentro de la empresa. Esta etapa se propone un momento de integración que permita a los empleados y a la organización establecer nuevos lazos de comunicación y formas alternativas de interlocución para el reconocimiento del talento humano y el valioso capital que constituyen las personas que conforman “CNT”.

CUADRO # 21: Capital Humano.

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
INTEGRACIÓN “COMPAÑEROS Y CLIENTES CNT”	<p>Por un tiempo indefinido se buscará compartir desayunos entre colaboradores de tal forma que exista integración entre ellos.</p> <p>De esta manera no se queda solamente en compartir un desayuno sino conocer aquellos valores y atributos de la cultura organizacional que caracteriza al Talento Humano de CNT y a su vez que estos colaboradores tengan alta recordación y reconocimiento, por sus servicios prestados, ya que se les evaluará su forma de aprendizaje y compartimiento con respecto a la atención al cliente.</p> <p>De igual forma se siguen realizando la celebración de los cumpleaños cada mes, donde también es un espacio para compartir con la familia de CNT.</p>
MOTIVACIÓN “CONTROLA TU ESTRÉS”	<p>Consiste en ayudar a superar los posibles obstáculos y dificultades que tengan a nivel personal, por medio de charlas y de igual forma aprovechar sus capacidades y aumentar su rendimiento. Las charlas tratarán estos temas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Control del estrés• Actitud positiva por la vida• Capacitación auto masajes <p>Para prevenir enfermedades y con el fin de hacer una jornada de salud gratuita para los empleados se llevarán a cabo charlas preventivas y controles médicos. Esto con el fin de mejorar la calidad de vida y por supuesto llevar control de los colaboradores, garantizar el cuidado de la salud física y emocional y prevenir enfermedades en las áreas de trabajo.</p>

Elaborado por: Silvia Ruiz.

PROGRAMA 2: COMUNICACIÓN.

PROYECTO DE COMUNICACIÓN PARA LA ACCIÓN.

A través de este programa se trabajará principalmente en el fortalecimiento de las competencias y capacidades comunicacionales; de igual forma girará en torno a una serie de actividades que pretende beneficiar la comunicación entre los colaboradores bien sea escrita y oral. De tal manera que se comenzará por retomar cursos y talleres de ortografía, redacción y comunicación verbal.

Esto le dará una mejor imagen a la empresa con sus clientes y proveedores y se espera que contribuya con brindar satisfacción personal.

CUADRO # 22: Comunicación.

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
TRABAJO EN EQUIPO INTEGRACIÓN.	“CNT” brinda a sus colaboradores la oportunidad de recibir talleres para hablar en público y contar con mayores hábitos de lectura, con el fin de fortalecer la capacidad comunicacional desde la compañía. Esta actividad busca que las competencias comunicativas, las habilidades de expresión, las destrezas de generar información permitan movilizar los conocimientos de las personas que construyen día a día la cultura organizacional de la empresa.
EN LÍNEA CON CNT	CNT continuará la actualización de la página web y se capacitará para el manejo del software del sitio a los responsables de la información y al administrador para que sea más dinámica e interactiva la intercomunicación con CNT. Desarrollará infraestructura para la provisión de internet en banda ancha, y ampliará la capacidad de acceso a los Servicios de Voz, por el medio más efectivo y eficiente. Los responsables de la información serán escogidos por cada área, cabe resaltar que al actualizar gradualmente el sitio virtual se informará a clientes y proveedores, sobre los cambios y actualidad empresarial.

Elaborado por: Silvia Ruiz.

PROGRAMA 3: SERVICIO AL CLIENTE.

PROYECTO DE SERVICIO AL CLIENTE, SOPORTE Y POS-VENTA.

Este proyecto esta creado únicamente para el área de Servicio al cliente, Soporte y Pos-venta, porque son ellos los que tienen el contacto directo con el cliente. De manera tal que para las personas de las regionales se busca traerlas para que eventualmente asistan a este tipo de entrenamiento.

Así mismo la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones” ejecutará el Plan Nacional de Conectividad, proyectado hasta el 2015 y orientado a fomentar la accesibilidad a los servicios de telecomunicaciones y conectividad en cada rincón de la Provincia, constituyéndolos en herramientas que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de todos los ecuatorianos. El Plan Nacional de Conectividad consta de cuatro objetivos:

CUADRO # 23: Servicio al Cliente.

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
CNT-COUCHING ENTRENAMIENTO	Se dictarán talleres por expertos en servicio al cliente, donde se trabajan los conceptos principales, teorías y se hacen actividades dinámicas para mayor aprendizaje de la información. Es una alternativa para fortalecer el talento humano desde el Coaching empresarial sobre servicio y satisfacción al cliente
SERVI-CNT COMPETENCIAS	Mejorar la atención y el servicio al ciudadano de parte de los proveedores de conectividad. Realizar talleres donde se fortalezcan competencias comerciales y de mercadeo y se resalte al colaborador del área de servicio al cliente con mayor habilidad y destreza de interlocución preventiva, venta y posventa, siendo un modelo de gestión para las demás áreas de servicio.
CNT-IDEAS INNOVACIÓN	Por medio de lo aprendido el área de servicio al cliente se encargará de hacer mejoras y de hacer un planteamiento innovador y creativo; las ideas serán promovidas en un concurso que se llevará a cabo anualmente. Cada participante del área presentará una alternativa de innovación en el servicio para dinamizar los procesos y lograr mayor productividad y satisfacción por parte del cliente. La propuesta ganadora recibirá un premio como incentivo a su creatividad.

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5.7. Modelo de Gestión Administrativa.

La “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT” del cantón La Libertad, de la provincia de Santa Elena, con el fin de facilitar a sus usuarios un servicio de calidad y poder llevar a cabo las responsabilidades, delegación, coordinación de actividades y la motivación de los miembros que forman parte de la corporación, empleará un modelo de gestión administrativa, en la estructura organizacional de la misma, el mismo que ayudará a establecer lineamientos para el adecuado direccionamiento en su gestión interna, es decir determinar si es óptima la aplicación de dicha gestión administrativa en base al desarrollo de programas y proyectos que se ejecuten y a vez contribuyan al logro de una mayor eficiencia administrativa y operativa, que generen resultados positivos para la institución y el cliente, cabe indicar que todo esto es realizado positivamente cuando se trabaja en conjunto con el personal, ya que el compromiso y el sentido de pertenencia llevan a la calidad total.

Por lo tanto, definimos a la gestión administrativa como el proceso de gestión de la estructura de una organización para que ésta pueda realizar y coordinar las acciones necesarias para alcanzar sus metas. Es decir la gestión administrativa comprende las acciones de diseño de cultura organizacional, se basa en diseñar y mantener un ambiente laboral adecuado, definición de funciones, procesos, perfiles de puesto necesarios para alinear a la institución en el cumplimiento del marco estratégico.

Debido a la creciente presión competitiva, globalización y manejo más avanzado de la tecnología de la información, el modelo de gestión administrativa, se ha convertido en una de las prioridades más importantes para las organizaciones, ya que implican factores esenciales en la capacidad de la organización para enfrentar contingencias y lograr una ventaja competitiva económica, en el mercado provincial y por ende nacional.

4.5.7.1. Forma Estructural de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Mediante las características de la propuesta, a través de un modelo de gestión administrativa, se puede establecer que la corporación tiene una estructura organizacional de tipo funcional, constituido mediante esto una forma flexible de organización, es así que mediante esto CNT posee mayor rapidez a la hora de aumentar o innovar en nuevos servicios y productos, así como también a través de su estructura asigna e identifica responsabilidades que se conllevan diariamente para su eficiente ejecución.

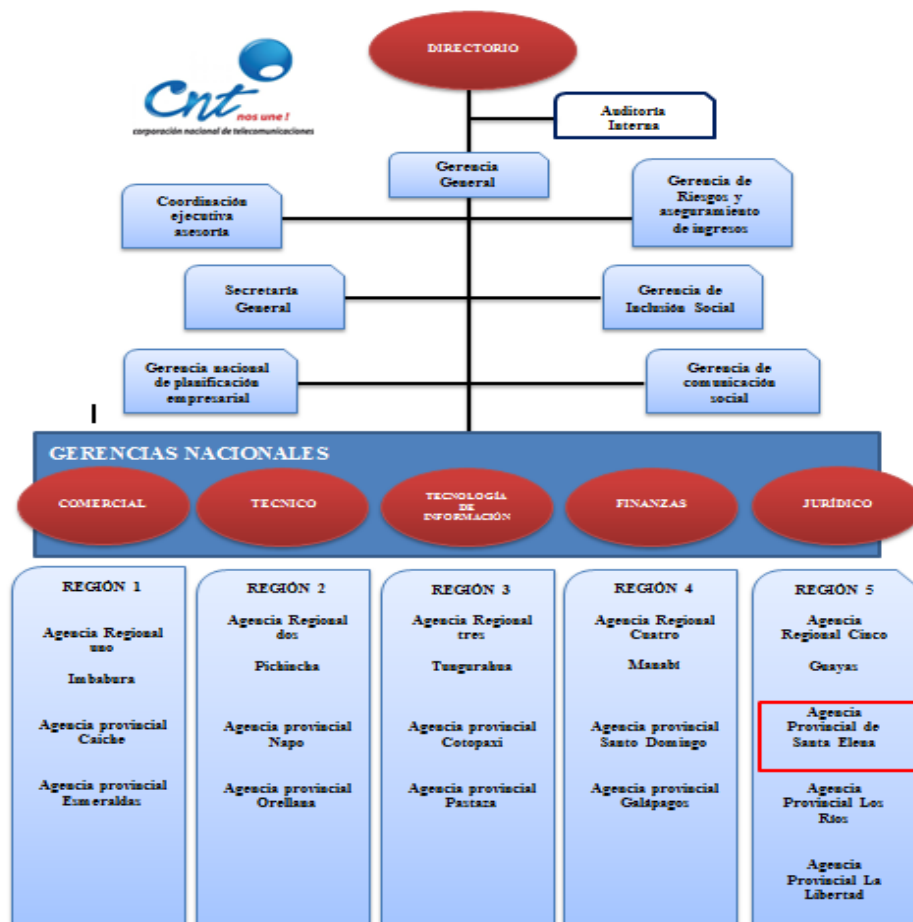
El estudio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, consiste en definir la estructura organizativa y administrativa del diseño, considerando para tal efecto, las funciones, responsabilidades y puestos de trabajo, calificaciones y la cantidad de personal. También se organizan para lograr una mejor utilización de los recursos, de tal modo que los procesos puedan desarrollarse en el tiempo y espacio adecuado.

A través del proceso de planificación, la empresa “CNT”, establecerá mejor sus objetivos, se identifican las funciones, actividades y trabajos a desarrollar para alcanzarlos y se disponen los recursos materiales y humanos necesarios para efectuarlos. Se debe realizar en el contexto de los objetivos estratégicos de la empresa y de los medios existentes para alcanzar los objetivos dentro de un determinado entorno.

Es así que debido a la situación de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT”, es importante que en su organización se aplique el modelo de gestión administrativa, que permita una adecuación racional y efectiva de las atribuciones que le corresponde realizar a cada unidad administrativa que la empresa necesita para su buen funcionamiento, con el objeto de lograr la visión, misión, valores y objetivos propuestos.

En el proceso administrativo, se fundamenta en la obtención de la eficiencia, por medio del orden y coordinación racional de los recursos con que cuenta la empresa, por ello su importancia en la aplicación en todas las organizaciones, principalmente en la empresa en estudio, en el cual las tareas se dividen, se agrupan y se coordinan, es decir la empresa se visualiza a través del organigrama, ya que en él, se muestran las relaciones formales de autoridad, canales de comunicación, departamentos y líneas formales de responsabilidad en cada área. Es por aquello que para el desarrollo eficaz de las operaciones de la empresa Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, se trabajará con el siguiente personal detallado a través del organigrama.

GRÁFICO # 19: Estructura Organizacional CNT.



Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.
Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5.7.2. Tecnología de información y sistema de control de CNT.

4.5.7.2.1. Sistemas de información de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Por tanto la tecnología de información y los sistemas de control, brindan una serie de herramientas para automatizar los procedimientos operativos de las empresas mejorando la eficiencia. Por lo tanto la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, acorde con los avances tecnológicos cuenta con la aplicación de un software administrativo, en que se podrá conseguir una información detallada mediante indicadores y gráficas del estado en que se encuentran la competencia y sobre todo del funcionamiento operativo y administrativo la institución, obteniendo un conocimiento detallado del estado del mercado, para así mejorar constantemente sus servicios satisfaciendo las diferentes necesidades de los clientes.

4.5.4.3.2. Servicios Online que ofrece la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

Mediante estos servicios Online, se puede disponer de una completa oficina virtual donde ofrecer al cliente todos los servicios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, en la página web, se cuenta con una gama de servicios, y se puede solicitar desde información sobre la empresa, hasta servicios que incluyen telefonía fija, telefonía móvil (red de Alegro), res de datos, voz y video, servicios WAN, etc.

También red de backbone en Fibra Óptica e IP/MPLS, y diferentes Redes de Acceso a internet como Wimax, xDSL, VSAT y Redes de Comunicación de nueva generación NGN. y demás actividades que permitan garantizar la fidelidad de los clientes con la empresa. Así mismo CNT, en la actualidad forma parte de los proveedores de televisión digital con canales codificados.

4.5.7.3. Política de recursos humanos, incentivos de Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

4.5.7.3.1. Política de Recurso Humano.

el trabajo ejecutado en CNT por los empleados serán justo, y se brindará las condiciones necesarias para el mismo, así como también se incentivará el sentido de pertenencia ante la misma, promoviendo un ambiente sano, basado de valores como: Puntualidad, Respeto, Confianza y Responsabilidad.

4.5.7.3.2. Política de Incentivos.

Motivar a los empleados por su desempeño y aportación de conocimientos a la corporación, e incentivarlos por medios de recompensas cada cierto periodo, compartiendo informaciones sobre prácticas que pueden ser adaptadas a las necesidades de la misma.

4.5.7.3.3. Política de Precio.

Ofrecer precios razonables y accesibles de acuerdo al servicio o producto requerido por el cliente, basándose en sus características y avances tecnológicos de las comunicaciones.

4.5.7.3.4. Política de Mercadeo.

Liderar en el servicio de telecomunicaciones en base a redes tecnológicas eficientes y de calidad.

4.5.7.3.5. Política de aporte a la comunidad.

Generar fuentes de empleo, a través de la contratación directa del recurso humano y personal idóneo para los diferentes servicios que ofrece la agencia provincial de Santa Elena CNT, así como también fomentando la sana práctica deportiva y de recreación en un ambiente sano, seguro y familiar.

4.5.7.4. Cultura organizacional.

4.5.7.4.1. Valores éticos de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones.

Dichos valores son indispensables para el buen desempeño de la corporación. Para ello establecemos los siguientes.

Ética: Ser una corporación de telecomunicaciones basad en acciones que permitan realizar sus funciones apegados a la moral, ofreciendo siempre un servicio transparente, evitando actitudes inadecuadas con los clientes que visitan CNT.

Lealtad: Asumiendo con responsabilidad el cargo que se les otorgue en la organización, mostrando respeto, imparcialidad y sinceridad, acatando las reglas internas y externas de la corporación

Calidad: Ser una corporación de telecomunicaciones, comprometida en la continua búsqueda de estándares de calidad en la prestación de servicios y productos, para la comodidad y confianza de nuestros empleados y la satisfacción de los clientes.

Responsabilidad: Ser una corporación responsable de sus propios actos, aceptando las consecuencias de los mismos, al no emplear tecnologías que perjudique a nuestro ambiente, generando confianza y seguridad en el servicio que ofrecemos.

Disciplina: Ser una corporación en telecomunicaciones con capacidad de actuar ordenada y perseverantemente, para conseguir el cumplimiento de la misión, visión y objetivos.

Innovación: Buscar siempre nuevas formas de hacer mejor las cosas y aprender de nuestros aciertos y desaciertos, con el fin de realizar retroalimentaciones para mejorar constantemente.

4.5.7.4.2. Principios de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.

1. Comunicación amplia y oportuna, estabilidad laboral, confianza y solidaridad.
 2. Fomentar la puntualidad en todo momento para evitar las pérdidas de tiempo, dando siempre lo mejor de cada uno, para alcanzar los fines organizacionales.
 3. Trabajar en equipo en el desarrollo de las labores cotidianas y en el servicio brindado, cumpliendo eficientemente y generando un ambiente laboral de armonía, que contribuya bienestar a los clientes y empleados.
 4. Transparencia en todas nuestras las acciones internas de la corporación CNT.
 5. Compromiso de la fuerza laboral con el cliente a través de la excelencia organizacional.
 6. Nuestros comportamientos en la empresa se basan en la confianza recíproca entre colegas, en la plena disponibilidad y transparencia hacia el Grupo y hacia todas las partes interesadas con las cuales intercambiamos pareceres día a día.
 7. Nuestro modo de comunicarnos con el exterior, incluida la publicidad, respeta la dignidad humana, en línea con nuestros principios éticos y morales.
- Contribuimos al logro de resultados, garantizando el crecimiento y la rentabilidad de la organización. Reconocemos el aprendizaje como camino para el logro de los objetivos organizacionales.

4.5.7.4.3. Vínculos Inter-Organizacionales.

Los vínculos Inter-Organizacionales, se efectúan en base a los ecosistemas organizacionales, la dependencia de recursos y redes de colaboración e institucionalismo.

Es por aquello que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, además de promover una gama de productos y servicios, posteriormente adoptara buenas prácticas de seguridad industrial y salud ocupacional, colaborando con la comunidad y el medio ambiente. Con el fin de aplicar una buena práctica ambiental respecto a Salud y Seguridad Ocupacional, CNT EP cumplirá con las siguientes medidas:

1. Brindar condiciones seguras a los trabajadores que estén desarrollando actividades relacionadas a la estación, conforme lo determinado en el Código del Trabajo.
2. Definir y actualizar procedimientos relacionados con Seguridad Industrial y Salud Ocupacional para responder oportunamente a una eventualidad.

El área de influencia directa comprende básicamente a una zona céntrica del barrio 11 de diciembre del cantón La Libertad, donde la población es mayoritariamente de estrato social medio. La mayor parte de la zona de influencia directa se encuentra compuesta por viviendas de dos plantas cuya estructura es de hormigón. El sector dispone de la cobertura de agua potable, del servicio de energía eléctrica y recolección de desechos sólidos, no dispone del sistema de alcantarillado sanitario, ni alcantarillado pluvial.

En este vínculo organizacional con el municipio y la comunidad del sector 11 de diciembre, es realizada para la colaborar con la práctica ambiental, la agencia provincial de Santa Elena CNT, también incorpora para este sector un proyecto de “contratación del servicio de mejoramiento del eje de canalización telefónica en av. 12 entre las calles 9 y calle 11”, cantón la libertad, provincia de Santa Elena”.

4.5.8. Resultados de la efectividad.

4.5.8.1. Recursos.

En la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT, se llevan a cabo diferentes tipos de proyectos de cobertura y del medio ambiente, su objetivo principal es de potenciar todas redes telefónicas para que tengan alcance a toda la comunidad provincial, sin perjudicar a la naturaleza.

“CNT”, para esto cuenta con jefes departamentales que se encargan de las áreas comerciales, y tienen la responsabilidad de ejecutar la venta de Productos y Servicios de Telefonía Fija e Internet, servicios de cabina e instalación de monederos y proveer la adecuada atención a todos los requerimientos del cliente masivo y corporativo local que se despliegan de estos productos y servicios.

Además de la coordinación de factibilidad técnica de las soluciones corporativas, se basa en controlar las actividades técnicas basadas en la planificación del área Técnica de la misma, dando el seguimiento y monitoreando correspondiente determinando si se está llevando a cabo lo establecido.

Es así que el área técnica de CNT, tiene como responsabilidad operar y mantener plataformas de conmutación de la provincia, así como también mantiene sistemas de transmisión regionales, sistemas de energía eléctrica y climatización de la provincia, es por aquello que al diseñar soluciones técnicas, brinda acceso y promueve soporte técnico de equipos informáticos a nivel regional.

Captando así por medio de estas estrategias la mayor cantidad de clientes para alcanzar la efectividad, ya que dependerá del estado de la misma para la implementación de nuevos proyectos, que serían de gran ayuda en la búsqueda de la mejora continua y del logro de los objetivos institucionales para satisfacer al cliente.

4.5.8.2. Eficiencia.

La Corporación Nacional DE Telecomunicaciones CNT, capacita a su personal operativo para las respectivas operaciones del servicio de cobertura telefónica como efectuar la operación y mantenimiento de las plataformas y sistemas de transmisión regionales en coordinación con el área técnica de la institución, así también como dar soporte sobre Operación y Mantenimiento de las plataformas y sistemas de transmisión en las provincias de su región. Para la realización de este proceso efectúan la operación y mantenimiento de los sistemas de energía y climatización de la provincia o área específica que requieren de instalación, para ello se emplea las redes locales en base a las políticas y definiciones de las políticas de la corporación.

La corporación CNT, también efectúa fiscalizaciones interventorías establecidas en los contratos de redes, y a su vez su personal operativo se encarga coordinar y monitorear la operación y mantenimiento de las redes de acceso, así como la viabilidad de las redes de acceso para nuevos servicios.

4.5.8.3 Eficacia.

Así también el personal operativo de CNT, se encarga de gestionar la entrega de equipos de microinformática, así como efectuar la instalación y mantenimiento de cableado estructurado, realizar el mantenimiento correctivo de equipos de TI.

Como se mencionó anteriormente CNT brindan asesoría técnica de soluciones integrales a empresas comerciales, y se encargan de diseñar soluciones integrales de Telecomunicaciones en coordinación con el área de soporte técnico de internet mediante los datos de la persona u empresas, es por aquello que cuando se trate de soluciones corporativas el área de soporte técnico de internet y datos de la Agencia Provincial Santa Elena, se coordinará la instalación lógica de los servicios con la Jefatura de Soporte para dar soluciones integrales a la misma.

4.5.8.4 Evaluación.

4.5.5.8.1. Matriz de evaluación de resultados.

Se empleará esta matriz con el objetivo de determinar y evaluar si los resultados esperados se están cumpliendo, enfocándonos en las actividades propuestas en el diseño de la gestión administrativa, garantizando la efectividad y el cumplimiento de metas o en caso contrario realizar la respectiva retroalimentación o toma de medidas necesarias para alcanzar los objetivos deseados en la corporación “CNT”.

Entre las matrices de evaluaciones de resultados tenemos la siguiente:

CUADRO # 24: Matriz de evaluación.

OBJETIVO						
ACTIVIDADES	META	INDICADOR	MÉTODO DE MEDICIÓN	FUENTE	FRECUENCIA	GRADO ALCANZADO
RESPONSABLE						

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.5.5.8.2 Seguimiento

4.5.5.8.2. Matriz de seguimiento para la revisión de resultados.

Generalmente esta matriz se la realiza al momento en que se finaliza el proyecto, pues tiene como objetivo, determinar cuáles han sido los alcances de los programas y proyectos, en que periodos han sido cumplidos para medir la eficiencia, así también las medidas correctivas posteriores al desarrollo de los proyectos para que estos alcancen la efectividad requerida. Mediante la revisión de resultados también permitirá a los directivos y al personal intercambiar información y llegar a compromisos colectivos para conseguir las metas propuestas, y gestionar en forma adecuada los recursos y procesos de la corporación CNT. Todas estas medidas de control y seguimiento nos permitirán conocer si se está empleando o el tiempo y los recursos de manera adecuada y sobre todo si se ha cumplido con las metas establecidas inicialmente en el proyecto. Dar seguimiento a la demanda satisfecha e insatisfecha en el servicio que se está brindando por medio de los proyectos y evaluar mediante aquello, definiendo cual será el mejor sistema para el proyecto.

CUADRO # 25: Matriz de seguimiento

OBJETIVO.								
ACTIVIDADES	META PROPUESTA	META ALCANZADA	GRADO DE EJECUCIÓN	TPO. PREVISTO	TPO. ALCANZADO	RECURSOS PREVISTOS	RECURSOS EMPLEADOS	GRADO EJECUCIÓN
RESPONSABLE								

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.6. PLAN DE ACCIÓN.

CUADRO # 26: Plan de acción.

PROBLEMA PRINCIPAL: Inexistencia de una adecuada Gestión Administrativa que permita brindar un servicio de calidad en CNT.				
FIN DE LA PROPUESTA: Implementación de un Modelo de Gestión Administrativa para la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.			INDICADORES: Servicios de calidad	
PROPOSITO DE LA PROPUESTA: Planificar eficientemente las actividades con directrices participativas, transparencia y apoyo del modelo de gestión administrativa que permita a CNT el desarrollo de una ventaja competitiva y ayude al crecimiento continuo en el mercado peninsular.				
Objetivos.	Indicadores	Estrategias	Coordinador del objetivo	Actividades
Promover el desarrollo organizacional, la unidad y disciplina entre sus socios y empleados, mediante la implementación de políticas, valores éticos y estrategias administrativas y de comercialización, generando competitividad.	Socialización de políticas, valores éticos.	Efectuar charlas motivadoras en que se dé a conocer las políticas y valores éticos de la Corporación para que el personal se sienta identificado con las mismas, a fin de que exista una identidad laboral sintiéndose parte de la empresa.	Jefe de Recursos Humanos y Asistente de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Charlas del personal ➤ Capacitación de personal ➤ Evaluación integral ➤ Méritos por competencias ➤ Retroalimentación de los servicios
Diseñar estrategias, mediante los resultados del análisis FODA, desarrollando acciones que permitan su cumplimiento.	Matriz FODA	Designar equipos de trabajo, que elaboren los análisis internos y externos respectivos, para tomar las medidas correspondientes en mejora de la entidad.	Jefe de Recursos Humanos y Asistente de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Análisis factores externos. ➤ Análisis de factores internos.
Brindar un servicio de calidad, mediante el desempeño coordinado y eficiente de todas las funciones, con el fin de que satisfaga las diversas necesidades de los clientes.	Satisfacción de las necesidades. Clientes satisfechos	Disponer del personal idóneo mediante capacitaciones con temas relevantes sobre atención al cliente y que esté preparado para las diferentes exigencias de la sociedad.	Jefe de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacitación continua ➤ Selección de personal adecuado.
Proporcionar sistemas de información eficiente y eficaz, mediante la aplicación de estrategias para diferenciarnos de la competencia.	Canales de información.	Coordinar los procesos internos de comunicación de los departamentos de la entidad para que la información sea emitida de forma clara, veraz y eficiente.	Jefe de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reuniones entre jefes departamentales ➤ Reuniones entre el personal de servicio al cliente
Proporcionar un modelo de gestión administrativa, mediante el análisis del entorno, contribuyendo para el desarrollo de una gestión óptima en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT.	Modelo de gestión administrativa.	Desarrollo e implementación del modelo de gestión administrativa adecuado.	Jefe de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entrega Modelo de Gestión Administrativa ➤ Análisis de entorno organizacional ➤ Análisis de la Estructura administrativa ➤ Revisión de resultados esperados.

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.7. PRESUPUESTO DE LA TESIS.

CUADRO # 27: Presupuesto de Tesis.

Rubro	Cantidad	V. Unitario	Valor Total
CARPETA MANILA	8	\$ 0,20	\$ 1,60
CONSULTA EN INTERNET	50	\$ 0,80	\$ 40,00
CUADERNOS	1	\$ 1,50	\$ 1,50
ESFEROS	5	\$ 0,25	\$ 1,25
FOTOCOPIA DEL LIBRO "METODOLOGÍA EN ACCIÓN"	148	\$ 0,02	\$ 2,96
FOTOCOPIA DEL LIBRO "COMO DESARROLLAR UNA TESIS"	198	\$ 0,02	\$ 3,96
FOTOCOPIA DEL LIBRO "COMO ELABORAR Y USAR LOS MANUALES ADMINISTRATIVOS"	161	\$ 0,02	\$ 3,22
FOTOCOPIA DEL LIBRO "METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN"	305	\$ 0,02	\$ 6,10
FOTOCOPIAS DE DOCUMENTOS	150	\$ 0,02	\$ 3,00
ANILLADOS DE LIBROS	5	\$ 1,00	\$ 5,00
IMPRESIONES	400	\$ 0,25	\$ 100,00
COMPRA DE LIBRO	1	\$ 25,00	\$ 25,00
RESMA HOJAS A-4	2	\$ 4,20	\$ 8,40
HOJAS DE APUNTES	200	\$ 0,05	\$ 10,00
TINTA PARA LA IMPRESORA (NEGRO Y COLORES)	4	\$ 35,00	\$ 140,00
TINTA PARA RECARGAR CARTUCHOS	4	\$ 5,00	\$ 20,00
IMPRESIÓN DE TESIS FINAL	200	\$ 0,25	\$ 50,00
COPIA DE TESIS FINAL	600	\$ 0,02	\$ 12,00
ANILLADO DE TESIS FINAL Y EJEMPLARES	3	\$ 1,00	\$ 3,00
TRANSPORTE			\$ 250,00
PAGO HONORARIOS ASESORÍA DE TESIS			\$ 650,00
TOTALES			\$ 1.336,99

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.8. PRESUPUESTO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS.

CUADRO # 28: Temas de Capacitación.

Módulos	Descripción	# Horas
AÑO 2013		
No. 1	Atención al cliente, para ofrecer una buena imagen.	12
No. 2	Módulo técnico I	12
No. 3	Módulo de técnico II	12
AÑO 2014		
No. 4	Módulo de técnico III	12
No. 5	Relaciones Interpersonales para crear un clima laboral armonioso.	12
AÑO 2014		
No. 6	Manipulación de los productos cuidando la calidad	12
No. 7	Administración de negocios.	12
AÑO 2014		
No. 8	Métodos de Mercadeo, estrategias, métodos y técnicas de comercialización	12
No. 9	Planeación Estratégica, direccionamiento del negocio mediante una planificación eficiente y desarrollo de estrategias	12
TOTAL		108 horas

Elaborado por: Silvia Ruiz.

CUADRO # 29: Recursos a emplear en capacitaciones

Recursos	Precio x módulo	Valor del gasto			
		2013	2014	2015	2016
Alquiler del local y sillas	70,00	210,00	140,00	160,00	160,00
Marcadores de Pizarra	20,40	61,20	40,80	50,00	50,00
Materiales Didácticos	150,00	450,00	300,00	360,00	360,00
Gastos varios	60,00	180,00	120,00	130,00	130,00
Total	300.40	901,20	600,80	700,00	700,00
Total al 2015					2.902,00

Elaborado por: Silvia Ruiz.

CUADRO # 30: Presupuesto del modelo de gestión administrativo.

Programas y dependencias	Proyectos y actividades	Cronograma		Costo Estimado	Financiamiento (\$)			Responsables	Involucrados
		Inicio	Final		Propio	Crédito	Total		
Proyecto de promoción y gestión del talento humano.	Consiste en ayudar a superar los posibles obstáculos y dificultades que tengan a nivel personal, por medio de charlas y de igual forma aprovechar sus capacidades y aumentar su rendimiento.	15/11/13	18/12/13	\$ 1270.00	\$ 1270.00		\$ 1270.00	C.N.T.	Todos los miembros internos y externos
Proyecto de comunicación para la acción	CNT brinda a sus colaboradores la oportunidad de recibir talleres para hablar en público y contar con mayores hábitos de lectura, con el fin de fortalecer la capacidad comunicacional desde la compañía.	20/01/14	30/04/14	\$ 3200.00	\$3200.00		\$3200.00	C.N.T.	Todos los miembros internos y externos
Proyecto de servicio al cliente y soporte posventa.	Se dictarán talleres por expertos en servicio al cliente, donde se trabajan los conceptos principales, teorías y se hacen actividades dinámicas para mayor aprendizaje de la información.	10/05/14	25/06/14	\$4500.00	\$4500.00		\$ 4500.00	C.N.T.	Todos los miembros internos y externos

Elaborado por: Silvia Ruiz.

4.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.9.1. Conclusiones.

- Mediante este documento se verifica como los integrantes de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones” pueden brindar un servicio de calidad teniendo un excelente equipo de trabajo para que al presentarse inconvenientes se tomen acciones correctivas adecuadas para contrarrestarlas, además, se analiza el entorno interno y externo de la institución como son fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para mantener aspectos positivos adecuados y aplicar estrategias en aspectos negativos, obteniendo resultados favorables.
- El diseño de gestión administrativa es la estructura importante de una organización, ya que de ella dependen las áreas con las que se va a trabajar y así mismo las actividades que se deben realizar en cada una de ellas, por eso es importante tenerlas bien definidas.
- El diseño de gestión Administrativa para la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones” contiene factores fundamentales en su proceso administrativo y en su estructura interna tales como principios corporativos y funciones a seguir en el área de trabajo.
- Es de gran relevancia que la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones”, cuente con una estructura organizacional bien definida, para establecer quién es la empresa, y hacia dónde se dirige y sobre de todo de esta manera el personal se sienta identificado con la misma.
- El apoyo de la empresa para sus estudios y las capacitaciones que se brindan es adecuado hacerlas con mayor frecuencia. Es necesario capacitar a todo el personal en cursos de comunicación y atención al cliente. Esto a través de actividades que ayuden a la integración y dejar a un lado las rivalidades.

4.9.2. Recomendaciones.

- Al personal de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones”, mantener y velar por la mejora continua de sus funciones y tareas, tomando en cuenta que la comunicación es de vital importancia en la institución, buscando el buen desempeño de sus actividades hasta convertirse en modelo de otras entidades públicas al momento de ofrecer un servicio a la comunidad.
- Realizar un diagnóstico situacional, cumpliendo con las estrategias proyectadas para el plan de gestión administrativa.
- Designar un supervisor que cuente con el perfil y las capacidades necesarias, cuya función sea velar por el cumplimiento de los deberes y responsabilidades de cada trabajador, mediante la comunicación, el trato profesional y responsable entre jefes, colaboradores y ciudadanía.
- Tener en cuenta temas relevantes que sirvan como referencia al momento de brindar capacitaciones al personal de la “Corporación Nacional de Telecomunicaciones”, con el fin de prepararse adecuadamente y repartir estos conocimientos al resto de sus compañeros, para ofrecer un servicio de calidad.
- Considerar el presente trabajo de titulación para el inicio de una mejora administrativa creciente dentro de la organización, enfocando el diseño de gestión como una herramienta vital, que permite perfilarse hacia la calidad y eficacia de la institución.

BIBLIOGRAFÍA.

AZÓCAR Ramón (2006). Modelo de Gestión. 7ma. Edición

BAPTISTA P. (2010), Metodología de Investigación, 5ta. Edición, DF México.

BERNAL César (2009). Metodología de la investigación. Editorial Pearson Segunda Edición.

BERNÁRDEZ Mariano (2007). Mejora, Creación e Incubación de Nuevas Organizaciones.

CHIAVENATO Idalberto (2006). Introducción a la Teoría General de la Administración Ed. 10.

DATF Richard (2007). Gestión Administrativa, Thompson 2 , 10ª Edición.

HELLRIEGEL Y SLOCUM John (2009). Comportamiento organizacional 12ª edición, México.

FRED L. (2008). Comportamiento Organizacional, Editorial Mc Grill Hill. Undécima Edición.

GALÁN, José. (2006). Modelo de Gestión. España, Ediciones Thompson.

GARETH Jones (2008). Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones 5ta Edición

GILLI JUAN José (2007). Diseño Organizativo: estructuras y procesos Editorial Granica, Buenos Aires.

ROBBINS Stephen, (2005). Administración Editorial Pearson.México.

HERNÁNDEZ Roberto. Metodología de la Investigación Editorial. McGraw-Hill, 4° edición.

GÓMEZ Marcelo (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica, editorial brujas, 1ª Edición Córdoba.

MÉNDEZ A. Carlos (2007). Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias cuarta edición, Editorial Limusa.

MINTZBERG Henry (2004). Diseño Organizacional “Moda o Ajuste”. En arte y oficio de Gerencia.

MSC. PAREDES G. Wilson (2009). Cómo desarrollar una tesis. BigCopy 1era Edición.

PRIETO JORGE. (2008). Gestión estratégica organizacional: Guía práctica para el diagnóstico empresarial. 2 ed. Bogotá: Ediciones ECOE.

RODRÍGUEZ Valencia (2007). Dirección Moderna de Organizaciones 1° Edición.

RODRÍGUEZ V. Joaquín (2007). Administración moderna del personal, 7ª Edición.

RUIZ J. (2007), Metodología de Investigación, 3era. Edición.

PÁGINAS DE INTERNET.

<http://www.metoder.nu/cgi-bin/met.cgi?d=s&w=2032&l=es&s=mt>

www.eumed.net/libros/2006c/203/2k.html

<http://thesmadruga2.blogspot.com/2012/01/disenio-organizacional.html>

<http://desarrolloprofesional.universia.es/mercadolaboral/procesoselección/entrevistas/tipos-entrevistas/>

www.slideshare.net/modelodegestiónal-presentation

www.itpl.edumx/publica/tutoriales/comadval/t23.html

[www.mitecnologico.com/gestión. Administrativa](http://www.mitecnologico.com/gestión.Administrativa)

<http://www.monografias.com/trabajos34/innovacion-ycompetitividad/innovacion-y-competitividad.shtml>

<http://www.degerencia.com/tema/efectividad>

ANEXOS

ANEXO # 1: Modelo de Encuesta.

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA



Tenga Ud. muy buenos días, Soy egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera Administración Pública, reciba usted un cordial saludo y a la vez agradecer por su colaboración en la contestación de este cuestionario, todo lo que usted nos puede decir, será de gran utilidad y se les dará tratamiento estadístico.

ENCUESTA PARA USUARIOS

1. ¿Qué grado de aceptación poseen los servicios la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, en el mercado nacional?

- | | |
|----------------------|--------------------------|
| Muy buena aceptación | <input type="checkbox"/> |
| Buena aceptación | <input type="checkbox"/> |
| Regular aceptación | <input type="checkbox"/> |
| Poca aceptación | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Cómo es la atención que le brindan en la Institución?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Muy Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |
| Deficiente | <input type="checkbox"/> |

3. ¿Cuánto tiempo tiene que esperar para solicitar un servicio?

- | | |
|--------------|--------------------------|
| 5 minutos | <input type="checkbox"/> |
| 10 minutos | <input type="checkbox"/> |
| 15 minutos | <input type="checkbox"/> |
| 30 minutos | <input type="checkbox"/> |
| 1 hora o más | <input type="checkbox"/> |

4. ¿Al momento de solicitar un servicio, queda usted satisfecho con la información que le brindan los funcionarios?

- Siempre
- A menudo
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

5. ¿Los funcionarios le brindan seguridad a la hora de facilitarle el servicio que requiere?

- Si
- No

6. ¿Cómo considera usted, el tiempo de espera en las transacciones u operaciones?

- Ágil
- Muy Ágil
- Lento
- Muy Lento

7. ¿Indique cuáles son las quejas que comúnmente manifiesta por la atención brindada?

- Tiempo de espera
- Trato del personal
- No se brinda información
- Demora en el trámite

8. ¿Qué tiempo se demoran en la institución para darle soluciones a sus quejas y reclamos?

- | | |
|-------------|--------------------------|
| 1 día | <input type="checkbox"/> |
| 1 semana | <input type="checkbox"/> |
| 1 mes | <input type="checkbox"/> |
| 1 año o más | <input type="checkbox"/> |

9. ¿Al haber concluido el trámite del servicio recibido como se ha sentido usted?

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| Altamente satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Medianamente satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Poco satisfecho | <input type="checkbox"/> |
| Nada satisfecho | <input type="checkbox"/> |

10. ¿Cómo considera el trabajo en equipo dentro de la Institución?

- | | |
|------------|--------------------------|
| Excelente | <input type="checkbox"/> |
| Muy Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Bueno | <input type="checkbox"/> |
| Regular | <input type="checkbox"/> |
| Deficiente | <input type="checkbox"/> |

11. ¿Qué le gustaría qué se mejore en la institución?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| La Atención al cliente | <input type="checkbox"/> | Agilidad en el servicio | <input type="checkbox"/> |
| El tiempo en espera | <input type="checkbox"/> | Demora de Trámites | <input type="checkbox"/> |

12. ¿Considera usted pertinente que se implemente un buzón de sugerencias, para mejorar los procesos de atención al cliente en CNT con mayor tecnología?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | <input type="checkbox"/> |
| No | <input type="checkbox"/> |

Gracias por su colaboración.

ANEXO # 2: Modelo de Entrevista.

UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA



Tenga Ud. muy buenos días, Soy egresada de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera Administración Pública, reciba usted un cordial saludo y a la vez agradecer por su colaboración en la contestación de este cuestionario, todo lo que usted nos puede decir, será de gran utilidad y se les dará tratamiento estadístico.

MODELO DE ENTREVISTAS

1. ¿Está usted al tanto de los problemas que puedan existir en su área o departamento?
2. ¿La institución cuenta con un buzón de sugerencias u otro instrumento para que los clientes puedan depositar sus comentarios?
3. ¿En la realización de su trabajo aplica usted los procesos adecuadamente?
4. ¿Qué clase de guía utiliza para respaldar los procesos que se realizan en su área o sección?
5. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para el desarrollo de sus actividades laborales?
6. ¿Existe comunicación y trabajo en equipo en la institución?
7. ¿Cada qué tiempo le brindan capacitación para atender al cliente?
8. ¿Estaría de acuerdo que se implemente o mejore en la institución un diseño de gestión administrativa que permita mejorar la calidad del servicio?
9. ¿Cada qué tiempo le realizan test para evaluar su desempeño?
10. ¿Cuál es su aspiración personal en la institución?

Gracias por su colaboración.

ANEXO # 3: Carta Aval



Oficio, 003 -0036 - SE

La Libertad, 16 de Octubre de 2013

Sr.
Eco. David Batallas González
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE
SANTA ELENA**
En su despacho.

De nuestras consideraciones.

De acuerdo con lo solicitado por la SRTA. RUIZ COBOS SILVIA PATRICIA egresada de la Carrera de Administración Pública, le comunicamos que la CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES E.P. La Libertad, le facilitará toda la información necesaria para el desarrollo de su trabajo de titulación.

Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad.



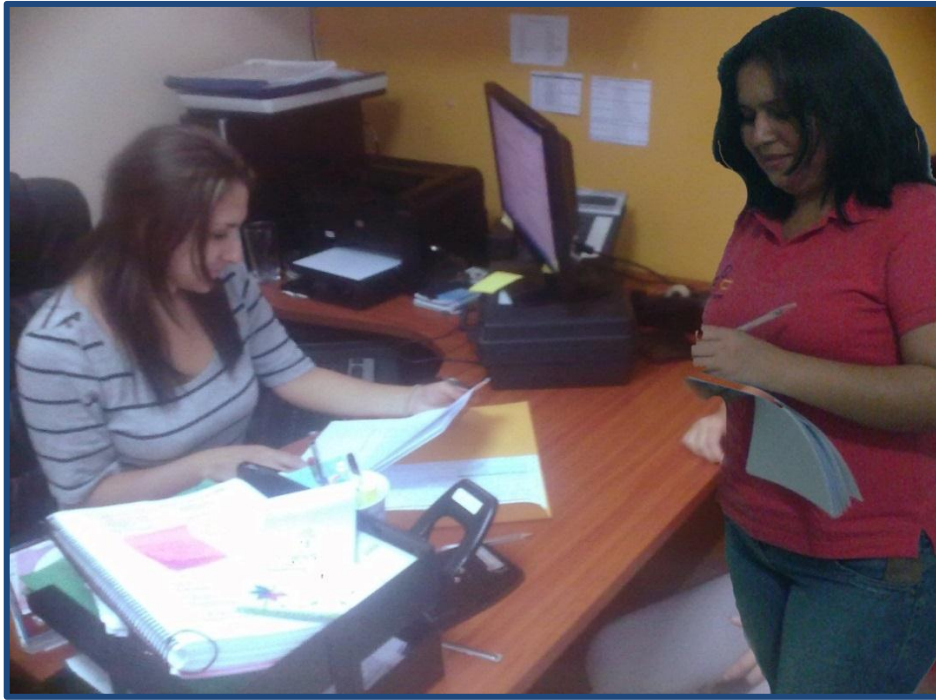

Ing. Freddy Soriano Rodríguez
ADMINISTRADOR PROVINCIAL

Elaborado por:	A. Alarcón
Aprobado por:	J. Martínez
C.C.	Secretaría

La Libertad – Santa Elena – Ecuador
Av. 23 Malecón Barrio Rocafuerte
Teléfonos: (593) (4) 278 13 90 / (593) (4) 278 23 90

ANEXO # 4: Revisión y aprobación del Gramatólogo.

ANEXO # 5: Fotos Encuestas.



Entrevista a personal del CNT



Instalaciones de CNT