



# **UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL**

## **FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA Y POSTGRADOS**

### **MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER  
EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS  
ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA  
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES  
CNT EP**

**AUTOR:**

**ING. COM. OSWALDO FABRICIO NORIEGA MEDINA**

**DIRECTOR DE TESIS:**

**MSC. ECO. LUÍS FELIPE CENTENO RODRÍGUEZ**

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

**Septiembre - 2012**

## DECLARACIÓN EXPRESA

Yo, **OSWALDO FABRICIO NORIEGA MEDINA**, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que se ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaratoria expresa, expongo que la responsabilidad de los hechos, ideas, doctrinas, expuestas en este *Proyecto de Tesis de Grado*, me corresponde exclusivamente; y, que el patrimonio intelectual de la misma le pertenece a la **Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG**.



Ing. Com. Oswaldo Fabricio Noriega Medina



## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por sus Bendiciones y Bondades para mi familia y para mí, a mis amigos que me ayudaron a realizar las encuestas, a mis ex compañeros de CNT EP, sobre todo al personal de la Unidad de Soporte en Sitio de TI Base: Guayaquil, de manera especial al Ing. Alfredo Bucheli Arias; a los profesores de la Facultad a Distancia y Postgrados de la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG también de manera especial a la MSc. Ing. Com. Eva Guerrero López y al MSc. Eco. Luis Felipe Centeno Rodríguez por la ayuda para la realización de la presente tesis de grado.

**Ing. Com. Oswaldo Fabricio Noriega Medina**

## **DEDICATORIA**

Dedico el tiempo y el trabajo entregado a la obtención de este logro de la presente Tesis de Grado de Master en Administración de Empresas, a la eterna memoria del Mayor de Ejército (s.p.) Oswaldo Raúl Noriega Hidalgo, quién con su constante apoyo, me alentó a culminar mi carrera de Ingeniería Comercial y a ser un profesional conforme a sus principios y valores. Te quiero y te extraño papá.

Para doña Lucy Medina Palacios vda. de Noriega Hidalgo, mi madre quién con su apoyo incondicional, sus consejos, con su amor de madre me ayudo a seguir adelante y no desfallecer, ni derrotarme cuando a veces la adversidad se hacia presente y para el Ingeniero Roberto Raúl Noriega Medina, mi hermano quién lo considero como un segundo padre para mí; ellos son mi única familia.

**Ing. Com. Oswaldo Fabricio Noriega Medina**

# ÍNDICE GENERAL DE LA TESIS

CARATULA LOGO DORADO	I
CARATULA LOGO NEGRO	II
PAGINA DE RESPETO	III
DECLARATORIA EXPRESA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
INDICE GENERAL DE LA TESIS	VII
INDICE DE GRÁFICOS DE LA TESIS	VIII
INDICE DE TABLAS DE LA TESIS	
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO 1: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1 ANTECEDENTE DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.2 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA DEL LA INVESTIGACIÓN	11
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.3.1 OBJETIVOS GENERALES	12
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN TEÓRICA	13
1.5 MARCO REFERENCIA	13
1.5.1 MARCO TEÓRICO	13
1.5.1.1 ENTES REGULADORES INTERNACIONALES	14
1.5.1.1.1 UNIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES (UIT)	14
1.5.1.1.2 COMITÉ ANDINO DE AUTORIDADES DE TELECOMUNICACIONES	15
1.5.1.1.3 COMISIÓN INTERAMERICANA DE TELECOMUNICACIONES (CITEL)	16

1.5.1.1.4.	ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TELECOMUNICACIONES POR SATÉLITE (INTELSAT)	17
1.5.1.1.5	ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES DE LA COMUNIDAD ANDINA (AHCJET)	17
1.5.1.1.6	ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN Y EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES	18
1.5.1.1.7	FORO LATINOAMERICANO DE ENTES REGULADORES DE TELECOMUNICACIONES	18
1.5.1.2	ENTES REGULADORES NACIONALES – ORGANIZACIÓN	19
1.5.1.2.1	ENTE REGULADOR NACIONAL: MINTEL	23
1.5.1.2.2	ENTE REGULADOR NACIONAL: CONATEL	24
1.5.1.2.3	ENTE REGULADOR NACIONAL: SENATEL	25
1.5.1.2.4	ENTE REGULADOR NACIONAL: SUPERTEL	25
1.5.2	MARCO LEGAL	26
1.5.3	MARCO CONCEPTUAL	32
1.6	FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES	36
1.6.1	HIPÓTESIS GENERAL	36
1.6.2	HIPÓTESIS PARTICULAR	36
1.7	VARIABLES	37
1.7.1	VARIABLES INDEPENDIENTES: GENERAL Y PARTICULAR	37
1.7.1.1	VARIABLES INDEPENDIENTES GENERAL	37
1.7.1.2	VARIABLES INDEPENDIENTES PARTICULAR	37
1.7.2	VARIABLES DEPENDIENTES: GENERAL Y PARTICULAR	38
1.7.2.1	VARIABLES DEPENDIENTES GENERAL	38
1.7.2.2	VARIABLES DEPENDIENTES PARTICULAR	38
1.8	INDICADORES	39
1.8.1	INDICADORES GENERAL	39
1.8.2	INDICADORES: VARIABLES INDEPENDIENTES	39
1.8.3	INDICADORES: VARIABLES DEPENDIENTES	40
1.9.	ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
1.9.1	TIPO DE ESTUDIO	40
1.9.2	METODO DE INVESTIGACIÓN	41
1.9.3	FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	42



1.9.4	SELECCIÓN DE LA MUESTRA	42
1.9.5	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	45
1.9.6	RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS.	45

## CAPITULO 2: ANÁLISIS, PRESENTACION DE RESULTADO Y DIAGNÓSTICO

2.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	47
2.1.1	ANÁLISIS DE ENCUESTAS A USUARIOS DE OPERADORES TELEFÓNICOS FIJOS Y MÓVILES	57
2.1.2	ANÁLISIS ETNOGRÁFICO APLICADO	84
2.1.3	ANÁLISIS DE ENCUESTAS A EMPLEADOS PÚBLICOS DEL ÁREA DE SERVICIO AL CLIENTE DE LA CNT EP	85
2.2	ANÁLISIS DE LOS DIAGRAMAS DE LA CURVA DE PARETO (CURVA 80/20).	106
2.3	ANÁLISIS DEL MERCADO	112
2.3.1	BENCHMARKING COMPETITIVO (PLIEGO TARIFARIO)	118
2.4	ANÁLISIS SITUACIÓN TECNOLÓGICA DEL AREA DE CONMUTACION (CENTRALES) DE CNT EP	132
2.5	ANÁLISIS F.O.D.A.	137
2.6	DISEÑOS Y ANÁLISIS DE LA MATRIZ CAUSA Y EFECTO	141
2.7	ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS RESULTADOS EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS E HIPOTESIS PLANTEADAS	146
2.7.1	OBJETIVOS E HIPÓTESIS GENERALES	146
2.7.2	OBJETIVOS E HIPÓTESIS PARTICULARES	148

## CAPITULO 3: PROPUESTA PARA EL PLAN ESTRATÉGICO

3.1	SUMARIO EJECUTIVO	151
3.2	MISIÓN Y VISIÓN EMPRESARIALES	151
3.3	VALORES EMPRESARIALES	152
3.4	PROGRAMAS DE ACCION – INVESTIGACIÓN DE MERCADO	153
3.5	PLAN DE ACCIÓN TÁCTICA	153

3.6	PRESUPUESTO DE PLAN ESTRATÉGICO	159
3.7	CRONOGRAMA: PLAN ESTRATÉGICO	160
3.8	APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE CAPACITACIÓN	163
3.9	APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD	165
3.10	APLICACIÓN DE LA FÓRMULA DE PERIODO DE RECUPERACIÓN	166
3.11	ANÁLISIS DE COSTO-BENEFICIO DE LA PROPUESTA	166
3.12	ANÁLISIS DE LA TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	167
3.13	INDICADORES DE DESEMPEÑO	169
3.13.1	RESULTADO INDICADORES DE DESEMPEÑO PROYECTADO A 2012	170
3.14	EVALUACIÓN DE LA INSTRUMENTACIÓN DE LA PROPUESTA DEL PLAN ESTRATÉGICO	172
	CONCLUSIONES	174
	RECOMENDACIONES	176
	BIBLIOGRAFÍA	178
	ANEXOS	183

# ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO # 1.1	MAPA DE ALL AMERICAN CABLE INC., (DISTRIBUCIÓN DEL SISTEMA ORIGINAL EN 1875)	4
GRÁFICO # 1.2	ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES EN EL ECUADOR	19
GRÁFICO # 2.1	MAPA DE DISTRIBUCION GEOGRÁFICA POR REGIONES DE CNT EP	48
GRÁFICO # 2.2	CENSO DE POBLACION 2010 (VIVIENDA E INFRAESTRUCTURA (NACIONAL)	51
GRÁFICO # 2.3	CENSO DE POBLACION 2010 (VIVIENDA E INFRAESTRUCTURA (POR REGIÓN)	51
GRÁFICO # 2.4	NÚMERO DE ABONADOS DE TELEFONIA FIJA (PROVEEDOR CNT E A DICIEMBRE 2011)	54
GRÁFICO # 2.5	DENSIDAD TELEFÓNICA EN PORCENTAJE DE TELEFONÍA FIJA (A DICIEMBRE DE 2011)	54
GRÁFICO # 2.6	ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA: ASIGNACION PROPORCIONAL POR TIPO DE SEXO	57
GRÁFICO # 2.7	ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA: ASIGNACION PROPORCIONAL POR RANGO DE EDAD	58
GRÁFICO # 2.8	ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA: ASIGNACION PROPORCIONAL POR PROVINCIA	58
GRÁFICO # 2.9	ENCUESTA PREGUNTA # 1	60
GRÁFICO # 2.10	ENCUESTA PREGUNTA # 2	62
GRÁFICO # 2.11	ENCUESTA PREGUNTA # 3	64
GRÁFICO # 2.12	ENCUESTA PREGUNTA # 4	66
GRÁFICO # 2.13	ENCUESTA PREGUNTA # 5A	68
GRÁFICO # 2.14	ENCUESTA PREGUNTA # 5B	69
GRÁFICO # 2.15	ENCUESTA PREGUNTA # 6	72
GRÁFICO # 2.16	ENCUESTA PREGUNTA # 7A	74
GRÁFICO # 2.17	ENCUESTA PREGUNTA # 7B	75
GRÁFICO # 2.18	ENCUESTA PREGUNTA # 8	77
GRÁFICO # 2.19	ENCUESTA PREGUNTA # 9	80
GRÁFICO # 2.20	ENCUESTA PREGUNTA # 10	82



<b>GRÁFICO # 2.21</b>	<b>ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA: ASIGNACION PROPORCIONAL POR DIVISION POR REGIÓN DE CNT EP</b>	<b>85</b>
<b>GRÁFICO # 2.22</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 1</b>	<b>86</b>
<b>GRÁFICO # 2.23</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 2</b>	<b>88</b>
<b>GRÁFICO # 2.24</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 3</b>	<b>90</b>
<b>GRÁFICO # 2.25</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 4</b>	<b>92</b>
<b>GRÁFICO # 2.26</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 5</b>	<b>94</b>
<b>GRÁFICO # 2.27</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 6</b>	<b>96</b>
<b>GRÁFICO # 2.28</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 7</b>	<b>98</b>
<b>GRÁFICO # 2.29</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 8</b>	<b>100</b>
<b>GRÁFICO # 2.30</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 9</b>	<b>102</b>
<b>GRÁFICO # 2.31</b>	<b>ENCUESTA PREGUNTA # 10</b>	<b>104</b>
<b>GRÁFICO # 2.32</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>106</b>
<b>GRÁFICO # 2.33</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>107</b>
<b>GRÁFICO # 2.34</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>108</b>
<b>GRÁFICO # 2.35</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>109</b>
<b>GRÁFICO # 2.36</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>110</b>
<b>GRÁFICO # 2.37</b>	<b>CURVA DE PARETO APLICADA A ENCUESTA</b>	<b>111</b>
<b>GRÁFICO # 2.38</b>	<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN TELEFONIA FÍJA POR OPERADORA</b>	<b>113</b>
<b>GRÁFICO # 2.39</b>	<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE TELEFONIA MÓVIL POR OPERADORA</b>	<b>113</b>
<b>GRÁFICO # 2.40</b>	<b>TECHO TARIFARIO (DERECHOS DE INSCRIPCIÓN)</b>	<b>125</b>
<b>GRÁFICO # 2.41</b>	<b>TARIFAS TELEFONÍA FIJA</b>	<b>125</b>
<b>GRÁFICO # 2.42</b>	<b>TECHO TARIFARIO PENSIÓN BÁSICA MENSUAL</b>	<b>126</b>
<b>GRÁFICO # 2.43</b>	<b>PENSIÓN BÁSICA MENSUAL</b>	<b>126</b>
<b>GRÁFICO # 2.44</b>	<b>TECHO TARIFARIO USO LOCAL</b>	<b>127</b>
<b>GRÁFICO # 2.45</b>	<b>TECHO TARIFARIO USO NACIONAL</b>	<b>127</b>
<b>GRÁFICO # 2.46</b>	<b>TECHO TARIFARIO LLAMADAS A MÓVILES</b>	<b>128</b>
<b>GRÁFICO # 2.47</b>	<b>EVOLUCIÓN DE TARIFAS FIJO - MOVIL EMPRESAS PÚBLICAS</b>	<b>128</b>
<b>GRÁFICO # 2.48</b>	<b>EVOLUCIÓN DE TARIFAS FIJO - MOVIL EMPRESAS PRIVADAS</b>	<b>129</b>



GRÁFICO # 2.49	CARGOS DE INTERCONEXIÓN FIJO – MOVIL	129
GRÁFICO # 2.50	CARGOS DE INTERCONEXIÓN FIJO – FIJO	130
GRÁFICO # 2.51	INGRESOS Y EGRESOS DE INTERCONEXION (CNT EP)	130
GRÁFICO # 2.52	CENTRALES (BASTIDOR Y REPARTIDOR)	132
GRÁFICO # 2.53	DIAGRAMA DEL F.O.D.A.	138
GRÁFICO # 3.1	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	168

## ÍNDICE DE TABLAS

TABLA # 2.1	DISTRIBUCION DE LINEAS TELEFONICAS FIJAS POR PROVINCIA Y SU POBLACION (PROVEEDOR CNT)	52
TABLA # 2.2	TABLA DE CONSECIÓN DE TELEFONIA FIJA A PROVEEDORES DE SERVICIOS Y SU ÁREA DE COBERTURA	112
TABLA # 2.3	TABLA DE DISTRIBUCION DE TELEFONÍA FIJA Y MOVIL POR OPERADORA (A DICIEMBRE 2011)	114
TABLA # 2.4	TABLA ADQUISICIÓN CNT EP	118
TABLA # 2.5	TABLA TARIFARIA CNT EP	118
TABLA # 2.6	TABLA ADQUISICIÓN LINKOTEL S.A.	119
TABLA # 2.7	TABLA TARIFARIA LINKOTEL S.A.	119
TABLA # 2.8	TABLA ADQUISICIÓN GRUPO TV CABLE	120
TABLA # 2.9	TABLA TARIFARIA GRUPO TV CABLE	120
TABLA # 2.10	TABLA ADQUISICIÓN ETAPA EP	121
TABLA # 2.11	TABLA TARIFARIA ETAPA EP	121
TABLA # 2.12	TABLA ADQUISICIÓN ECUADORTELECOM (CLARO)	121
TABLA # 2.13	TABLA TARIFARIA ECUADORTELECOM (CLARO)	122
TABLA # 2.14	TABLA ADQUISICIÓN CORIPAR S.A.	122
TABLA # 2.15	TABLA TARIFARIA CORIPAR S.A.	122
TABLA # 2.16	TABLA ADQUISICIÓN GLOBAL CROSSING S.A.	123
TABLA # 2.17	TABLA TARIFARIA GLOBAL CROSSING S.A.	123
TABLA # 2.18	TABLA COSTO CONSUMO DE FIJOS A MOVILES TODOS LOS PROVEEDORES	123
TABLA # 2.19	TABLA AREA DE COBERTURA DE TODOS LOS OPERADORES DE SERVICIO TELEFÓNICO.	124
TABLA # 2.20	CRONOGRAMA VALORADO DE LA OFERTA DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES (I)	136
TABLA # 2.21	CRONOGRAMA VALORADO DE LA OFERTA DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES (II)	136
TABLA # 2.22	TABLA MATRIZ F.O.D.A.	139
TABLA # 2.23	TABLA MATRIZ CHECKLIST DE PROBLEMAS	143
TABLA # 2.24	TABLA DIAGRAMA ÁRBOL DE PROBLEMAS	144
TABLA # 3.1	TABLA PLAN DE ACCCIÓN TÁCTICA (1)	157

<b>TABLA # 3.2</b>	<b>TABLA PLAN DE ACCCIÓN TÁCTICA (2)</b>	<b>158</b>
<b>TABLA # 3.3</b>	<b>COSTO POR OBJETIVO</b>	<b>159</b>
<b>TABLA # 3.4</b>	<b>RESUMEN DE PRESUPUESTO AL 2011</b>	<b>159</b>
<b>TABLA # 3.5</b>	<b>PRESUPUESTO PROYECTADO 2012</b>	<b>159</b>
<b>TABLA # 3.6</b>	<b>PROYECCIÓN EN ÍNDICE DE TELECOMUNICACIONES</b>	<b>160</b>
<b>TABLA # 3.7</b>	<b>MATRÍZ DE PROGRAMAS Y PROYECTOS</b>	<b>162</b>
<b>TABLA # 3.10</b>	<b>TABLA FLUJO DE FONDOS (TIR)</b>	<b>167</b>

# ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO 1: CERTIFICADO DE AVALIZACIÓN**
- ANEXO 2: CERTIFICADO DE AVALIZACIÓN**
- ANEXO 3: RESPUESTA INEC**
- ANEXO 4: MATRIZ AUXILIAR TESIS**
- ANEXO 5: FORMULARIO DE PREGUNTAS DE ENCUESTA A CLIENTES**
- ANEXO 6: FORMULARIO DE PREGUNTAS DE ENCUESTA A EMPLEADOS PÚBLICOS**
- ANEXO 7: TABULACION ENCUESTA A CLIENTES**
- ANEXO 8: TABULACIÓN ENCUESTA A EMPLEADOS PÚBLICOS**
- ANEXO 9: LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN**
- ANEXO 10: PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES – PAC (2012)**
- ANEXO 11: ESTADOS FINANCIEROS CNT EP (2011 – 2012)**
- ANEXO 12: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL – ENERO 2012  
(Organigrama completo de CNT EP en CD – ANEXO 12 COMPLETO)**
- ANEXO 13: CAPA TELEFÓNICA  
(Centrales Telefónicas Conmutación en CD – ANEXO 13 COMPLETO)**



## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la competitividad hace que las empresas tengan forzosamente que reinvertir en su negocio para poder subsistir y tratar de crecer, en el mercado de las telecomunicaciones en el Ecuador no está explotado a toda su capacidad, desde el 31 de Octubre de 2008, fecha en que se creó la **Corporación Nacional de Telecomunicaciones – CNT**, con la finalidad de brindar nuevos productos y servicios en todo el País y también para competir contra la empresa privada la que posee capitales extranjeros, principalmente las empresas prestatarias de servicios de telefonía móvil (celulares), quienes operan desde hace años en el país.

Esta propuesta de tesis nace para presentar un **“Plan Estratégico aplicado a la calidad de servicios orientado a mejorar la imagen de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP”**, en la cual quedará plasmado como un *Plan Director* en la que se indicará cuáles deberían ser los criterios o guías y qué comportamiento o procedimiento deba tener esta institución gubernamental para que alcance sus aspiraciones, metas y objetivos entre corto, mediano y largo plazo (1 a 5 años).

De acuerdo al censo de población y vivienda del año 2001 en la que nos indica que existía a esa época una demanda insatisfecha del 67,82% en telefonía fija o convencional podemos mencionar sin temor a equivocarnos que este porcentaje decreció en nueve años en un 1,18% a una tasa anual de 0,13% y que según el último censo de población y vivienda del año 2010 esta demanda insatisfecha esta en el orden de los 66,64%, siendo este un nicho de mercado de **3'101.462 de viviendas desatendidas** a esa fecha (*oportunidad*).

De una población de 2'193.922 de abonados en telefonía fija o convencional a nivel nacional de la cual la CNT EP presta el servicio solo al 88,54% de esa población, cabe de indicar que al mes de diciembre de 2011 el número de sus abonados en telefonía fija o convencional fue de 1'934.431 con una densidad telefónica a esa

fecha de 13,93% por cada 100 habitantes que no es otra cosa que de por cada 100 habitantes 14 poseen línea telefónica fija o convencional.

En nuestra propuesta se analiza la atención al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP en la venta de uno de sus productos y servicios que es la telefonía fija o convencional, para lograr la excelencia en la atención al cliente ampliar la cartera de clientes, siendo el 55,75% de los encuestados de una muestra de cuatrocientas personas todas mayores de edad quienes prefieren a la estatal telefónica la que está dentro de los gustos y preferencias de estos usuarios, clientes u abonados. Es de indicar que dentro de estos gustos y preferencias están otros factores como el pliego tarifario, la cobertura en telefonía en este caso fija o convencional, la calidad de servicio, la atención rápida, eficiente y eficaz entre otros lo que motiva al potencial cliente a adquirir un producto y servicio.

El avance tecnológico de los últimos años, ha incidido en el incremento del abanico de productos prestados por las empresas de Telecomunicaciones a nivel mundial, quienes ofertan una diversidad de servicios a sus clientes de hogares y empresas. Podemos mencionar algunos de estos productos y servicios (**fortaleza**) prestados por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP como lo son: la telefonía fija o convencional, señal de Televisión en alta definición (TV HD) por suscripción, telefonía móvil o celular, Internet (fijo o móvil) cuyo tipo de conexión sea en dial up o en banda ancha, Internet Equipado que no es otra cosa que navegar desde un equipo computador adquirido a la empresa estatal (sea desktop - de sobre mesa o portátil), VOZZY (transmisión de voz en línea mediante el uso de Internet – VOIP), transmisión de datos, telefonía pública (cabinas, locutorios, tarjetas prepago, teléfonos públicos) entre otros servicios que presta a los usuarios; podemos mencionar que dentro de la encuesta realizada el 45% del público contestó dentro de sus preferencia que los combos o paquetes promocionales de dos, tres o cuatro servicios (telefonía fija, internet, TV pagada, telefonía celular o móvil), les gusta por los descuentos a los que puedan acceder, siendo este tipo de promoción la que CNT EP no los ofrece a sus usuarios o clientes, tal como lo hace la competencia (**amenaza**).



Debiendo la empresa analizar el tipo de calidad que presta a sus clientes, puesto que esta se comporta como una variable continua en la que se pueden dar diferentes niveles de calidad y sus componentes, la variabilidad en los servicios será un elemento a tener en consideración, estos problemas de calidad están relacionados con la presencia de determinadas variaciones de algunos componentes y características de los servicios, el Ecuador es un mercado pequeño el cual no ha sido explotado a toda su capacidad.

Se ha analizado que unos de los problemas que afecta a la CNT EP, es su infraestructura de tecnología en planta interna y externa (primarios y secundarios) en la mayoría de sus equipos es la obsolescencia de más de 20 años de uso (**debilidad**), que limita la opción de crear y prestar nuevos productos y servicios, motivo por el cual se ha desarrollado este plan estratégico a ser aplicado para que en un lapso de tiempo, se vean los resultados con lo cuales la empresa estatal incrementaría su cartera de clientes, se transformaría en una empresa eficiente y eficaz, con calidad y valor agregado en el servicio al cliente con estándares internacionales en los productos ofrecidos.

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP debe realizar lo necesario para mejorar la utilización de sus recursos, impartiendo y renovando en una capacitación de calidad a sus empleados públicos, lo cual se reflejará en una mejor atención a sus clientes, sin olvidar de un cambio tecnológico necesario que permita brindar mejores productos y servicios a sus usuarios u abonados, debiendo de optimizar su planificación y dirección como empresa para que converja en alcanzar la excelencia ante la competencia y dar cumplimiento a su **Misión** y **Visión Corporativa** haciendo realidad sus **Valores Corporativos** para plasmar la política de estado, en ser una empresa pública con un **Fin Social**.

## CAPITULO I

### 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

#### 1.1 Antecedente de la Investigación

Se puede mencionar dos etapas fundamentales en el Ecuador con lo que respecta a las telecomunicaciones, son las siguientes:

- Los primeros sesenta y cinco años desde la transmisión del primer mensaje telegráfico entre Guayaquil y Quito en 1884, hasta poco después de la segunda guerra mundial.
- Luego de esto se comenzó a contratar las primeras centrales telefónicas para Guayaquil, Cuenca, Quito, Manta y Portoviejo, así arrancó la segunda etapa.

En 1871 el Congreso Nacional decretó que se establezca el servicio telegráfico en el Ecuador, facultando al Poder Ejecutivo para que lo haga, pero sólo quedó en buenas intenciones.



Fuente: Website All America Cables, Inc  
GRÁFICO # 1.1

El presidente Gabriel García Moreno autorizó una concesión a la compañía All America Cable and Radio Inc., para proporcionar el servicio internacional de telegrafía usando cable submarino, el cable corría a lo largo de la costa del oeste de Sudamérica conectando Baltos (Panamá) con Valparaíso (Chile) a través de estaciones en Buena Ventura (Colombia), Salinas (Ecuador) y Callao (Perú). (Ver Gráfico # 1.1)



En 1875 también se ordenó que se tendiera la primera línea telegráfica desde Guayaquil a Yaguachi y Barraganetal para servicio exclusivo de los ferrocarriles.

Hace 128 años, el 9 de julio de 1884, se realizó el primer mensaje teleográfico interno enviado desde Guayaquil a Quito, uniendo la Costa con la Sierra, esto fue durante el gobierno José María Plácido Caamaño, este sistema consistía en el tendido de la línea telegráfica desde el puente de Chimbo hasta Quito aprovechando el material que en 1874 había contratado el Presidente García Moreno, mientras que el tendido de la línea Guayaquil – Durán fue subfluvial, es decir por el lecho del río Guayas.

Se estableció el servicio de Telégrafo con Quito, el mismo que se logró conectarlo con el cable Internacional, iniciándose así las comunicaciones telegráficas con el exterior, especialmente con Estados Unidos, Perú, Chile, México, el Presidente Caamaño, fue el primero en dialogar con los presidentes de los países antes mencionados.

En la década de 1880, fue creada la Organización Nacional para regular las telecomunicaciones, la Dirección de Telégrafos.

En 1900 se instala la primera central telefónica del país, la misma que fue instalada en Quito, usando un sistema semiautomático.

En 1920 Guayaquil y Quito estaban conectados por el telégrafo.

Para 1934 habían en Ecuador 7.000 kilómetros de líneas de telégrafo y teléfono, 167 oficinas de telégrafo y 19 estaciones inalámbricas que colectivamente proveían comunicación conectando a los principales pueblos y ciudades de la costa y de la sierra.

Para 1943 fue organizado el Departamento de Radio Internacional, con ayuda de la R.C.A. Communications Inc., de New York, con la Argentina Transradio Internacional de Buenos Aires y con la Tropical Radio de Panamá, más tarde con la Telephone

and Telegraph Company y finalmente con otras estaciones en otros países. En 1949 se inaugura la Empresa de Teléfono de Quito.

En 1950 el servicio automático empezó en Quito con Ericsson AGT con la central Mariscal Sucre dentro de la ciudad de Quito. La capacidad inicial fue de 3.000 líneas y 1.000 suscriptores. En 1953 se creó la Empresa de Teléfono de Guayaquil, con capacidad técnica y administrativa similar a la Empresa de Teléfonos de Quito. En 1958 el Presidente Camilo Ponce Enríquez creó la Empresa de Radio, Telégrafo y Teléfonos del Ecuador, fue creada por la Unión de la Dirección de Telégrafos y Radio Internacional del Ecuador a través de un consenso hecho por el gobierno de ese tiempo y permitiendo que empresas Ecuatorianas trabajen sin conectarse en monopolio. El propósito principal de la nueva compañía era poner al día el sistema de comunicaciones internacionales

En 1959 el Gobierno Nacional contrató a la British Marconi para 48 canales VHF entre Quito y Guayaquil, estos enlaces VHF después se usaron para conectar el resto de las ciudades del país.

Para 1961 la Empresa de Teléfonos de Quito (ETQ) y de Guayaquil (ETG) comenzaron a extender sus servicios en la telefonía urbana, tanto en Pichincha como en Guayas y Los Ríos. En 1963 los enlaces de telefonía entre Quito y Guayaquil se automatizan, la ERTIE atraviesa una etapa de reestructuración dando lugar al cambio de nombre y se crea la Empresa Nacional de Telecomunicaciones- ENTEL, paralelamente se crea el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, encargado de administrar y coordinar las actividades del país y de las tres empresas estatales: ENTEL, ETQ y ETG. En 1967 se puso en servicios las centrales de Tránsito interurbano, a finales de 1968 se colocó en funcionamiento el sistema de microonda entre Quito y Guayaquil, con 120 canales. Para marzo de 1969 inicia la actividad el Discado Directo entre estas dos provincias (Pichincha y Guayas) y con otras poblaciones que se servían de las centrales de tránsito de comunicaciones.

En 1970 se nacionaliza All America Cable and Radio, para 1971 se apertura las operaciones internacionales vía satélite, a través de la estación terrena en Chocontá



(Colombia); en ese mismo año por decisión del Gobierno las empresas ENTEL, ETQ, ETG, Cables y Radio del Estado se unifican, y se crean dos empresas adscritas al Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones (MM.OO.), en la Empresa de Telecomunicaciones Norte y la Empresa de Telecomunicaciones Sur, con jurisdicción de control para Esmeraldas, Cuenca, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Napo y Pastaza y la similar del sur regula las actividades telefónicas de Manabí, Guayas, El Oro, Cañar, Azuay, Loja, Morona Santiago y Zamora Chinchipe; adicionalmente, Ecuador es aceptado como miembro de INTELSAT. Durante el Gobierno del Gral. Guillermo Rodríguez Lara, el 16 de Octubre de 1972, luego de haber puesto en funcionamiento la Estación Terrena en las cercanías de Quito con circuito conectado con Panamá y otro con Argentina, el gobierno decreta la creación del Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL) (fusionando las empresas del norte y del sur), adscrito al Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones, para ejercer el control y la explotación de las Telecomunicaciones. En 1974 se pone en servicio la central de Tránsito Internacional, la que posibilitó las comunicaciones semiautomáticas, como órgano ejecutor de las políticas dictadas por este Consejo, se creó la Dirección General de Telecomunicaciones con tres funciones básicas: administración y control del espectro radioeléctrico; planificación de los servicios públicos de telecomunicaciones y el control de los mismos. Al final de ésta década entra en funcionamiento el servicio de Discado Directo Nacional entre Quito y Guayaquil y todas las demás poblaciones que a esa fecha se interconectaban a través de las centrales de tránsito interurbano.

A partir de 1980 comienza la nueva era de las centrales digitales, siendo inaugurada en 1986 la primera central en el Palacio de las Telecomunicaciones (Edificio del Correo actualmente). El proyecto era inaugurar 422.000 líneas hasta 1992, también con las bondades de la fibra óptica que remplazaría progresivamente a los enlaces multipares y también se planeaba construir dos estaciones terrenas para mejorar el tráfico internacional una en Galápagos y la otra en Guayaquil, incrementándose notablemente el servicio de DDI (Discado Directo Internacional), a un costo de S/. 9.200 millones de sucres. En esa época se firmó un contrato para instalar 41.000 líneas telefónicas con tecnología Fibra Óptica, entregándose para Boyacá 3, Los

Samanes, el Guasmo 2, Cerro Azul, La Puntilla, Oeste 3 y Portete 2. En 1992, en la Administración del Dr. Rodrigo Borja Cevallos, se promulga en el Registro Oficial No. 996 del 10 de Agosto de 1992, la "LEY ESPECIAL DE TELECOMUNICACIONES" No. 184., la Ley fue aprobada en la Sala de Sesiones del Plenario de las Comisiones Legislativas, el 30 de Julio de 1992. En dicha Ley se crea la "**Superintendencia de Telecomunicaciones**" y la "**Empresa Estatal de Telecomunicaciones EMETEL**", que remplazó al "**Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones**" (IETEL Región 1 y Región 2). EMETEL fue creada para prestar los servicios finales y portadores de telecomunicaciones en el régimen de exclusividad.

En 1993 se concesiona la telefónica móvil o celular a Porta que actualmente es parte de América Móvil, para marzo de 2011 se fusiono con la operadora Telmex (Ecuadortelecom) y cambio su nombre comercial a Claro. En 2008 se concesiono nuevamente a los operadores Claro y Movistar por 15 años mas; también en 1993 se le concesiono a Cellular Power, luego en 1997 esta es vendida a la empresa Estadounidense - Bellsouth y en 2004 fue vendida a la Española - Telefónica Móviles - Movistar. Durante el Gobierno del Arq. Sixto Durán Ballén, mediante escritura pública de 15 de mayo de 1996 se efectuó la transformación de EMETEL en EMETEL S.A., estipulándose en la cláusula quinta que: "*Todos los derechos reales, obligaciones y el dominio de los bienes muebles e inmuebles de EMETEL, continuarán siendo de EMETEL S.A., en vista de que la transformación en sociedad anónima no implica cambio de titular en el dominio de dichos bienes, en atención a lo que dispone la Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones*".

La Procuraduría General del Estado en análisis contenido en Oficio No. 3746 con fecha 15 de marzo de 1999, manifiesta que: "*Por disposición del artículo 45 de la Ley Especial de Telecomunicaciones, EMETEL S.A. se escindió en dos sociedades anónimas: **Andinatel S.A.** y **Pacifictel S.A.** mediante escritura de 26 de septiembre de 1997, las mismas que le han sucedido a sus derechos y obligaciones*", conforme al artículo 159 de la Ley de Compañías, EMETEL S.A., tendrá inicialmente un solo accionista que es el Estado Ecuatoriano, representado por el Fondo de Solidaridad. La compañía **Telecomunicaciones Móviles del Ecuador - Telecsa S.A.**, fue creada por Andinatel y Pacifictel para prestar el servicio de telefonía móvil o celular, recibió una concesión de parte del Estado ecuatoriano el 3 de abril de 2003 y entró



en operaciones bajo la marca comercial Alegro PCS en diciembre de ese año, para el año 2005 el Municipio de Cuenca que es el titular de las telecomunicaciones en el cantón, por esa razón Telecsa se asoció con Etapatelecom para brindar el servicio de telefonía móvil en esa jurisdicción, esta negociación duro un año. Durante el Gobierno del Eco. Rafael Correa Delgado, el 30 de Octubre de 2008, ordena se fusionen Andinatel S.A. y Pacifictel S.A., creándose la Corporación Nacional de Telecomunicaciones S.A., transformándose el 4 de Febrero de 2010 en Empresa Pública, así nace la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, luego en marzo de 2010 se fusiona con la compañía Telecsa S. A. (Alegro PCS), en Octubre del 2010 la CNT, suscribió con el Superintendente de Telecomunicaciones, el contrato de concesión de la banda 11.45-12.2 GHz (Down link), para la instalación, operación y explotación de un sistema de audio y video por suscripción, bajo la modalidad de televisión codificada por satélite. Para Febrero de 2012, por orden interna de la compañía, desaparece la marca Alegro, el servicio de telefonía móvil (celular), pasa a ser un servicio más que brinda la **Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP**, creándose la mayor empresa pública de telecomunicaciones en el Ecuador, cuyos accionistas al 100% es el Estado atreves del MINTEL o Ministerio de Telecomunicaciones, previa la extinción del Fondo de Solidaridad. <sup>-1</sup>

---

-1 Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador, Fuente: Tnlg. Juan González Correa (+), ex-funcionario PACIFICTEL S.A. y también se conto con la colaboración del Ing. José Amador Moreno (+), ex-funcionario de CNT EP.  
Website Rebecajui's Weblog – Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador

## 1.2 Problema de la Investigación

### 1.2.1 Planteamiento del problema y control pronóstico

En la actualidad los principales inconvenientes que existen en la telefónica CNT EP, que se mencionan a continuación con la finalidad de exponer como punto de partida para el análisis del estudio:

- El mal servicio que el servidor público presta al cliente.
- Pérdida de clientes con el ingreso de la competencia.
- No explotación de determinados servicios por parte de la telefónica.
- Pérdida de recursos económicos.
- La no facturación del desvío de llamadas internacionales (bypass telefónico).
- Cartera vencida y la implementación de una estrategia para su recuperación.

Entre los factores críticos de éxito y principales debilidades se consideran a la rotación de ejecutivos de niveles jerárquicos altos y medios por el ámbito político que afecta a la estabilidad interna de la empresa.

Adicionalmente el ingreso y el exceso de personal no calificado o no capacitado dentro de la telefónica como consecuencia de réditos políticos o favoritismos, crea un problema de sobrepoblación en el ámbito de Recurso o Talento Humano, pero por la complejidad de su contenido se excluye del presente análisis.

De continuar con los problemas antes detallados, la empresa mantendrá la ineficiencia por la falta de servicios de calidad y pérdida de clientes que se van a la competencia y el no desarrollo de determinadas estrategias para la solución de la cartera vencida y el incremento de los denominados bypass, el futuro no muy lejano no se lo ve muy alentador si no se aplican los correctivos pertinentes.

Dentro de la posibilidad de cubrir esta brecha se encuentra la intervención de la empresa por parte de los entes reguladores, por el no cumplimiento de los mandatos legales como el Plan Nacional de Conectividad que es una política de Estado.

Se centrará en la consecución mejoramiento del servicio al cliente enfocado al manejo de la pérdida del mismo, analizando y evaluando la competencia para lograr que la CNT EP sea una empresa más eficiente y más rentable.

Que el área comercial dé promoción de todos sus productos a los clientes y futuros clientes potenciales sean estos naturales o jurídicos que pueden ser pequeñas, medianas y grandes empresas; la disminución o eliminación de pérdidas para la CNT EP.

### **1.2.2 Formulación del problema**

- ¿Cuáles son las causas que limitan el Servicio al Cliente prestado por parte de la CNT EP, el cual no alcanza a cumplir con las expectativas demandadas por los abonados?

### **1.2.3 Sistematización del problema**

- ¿Qué factores puede gestionar la CNT EP con relación al mercado telefónico a través de un plan estratégico para una mejor capacitación del personal de Servicio al Cliente?
- ¿Cuales son los factores que incidirían en la decisión de los clientes de la CNT, para optar por los mismos productos y servicios que en otras compañías?
- ¿Qué tan competitivos son los precios de la CNT EP con referencia a los de la competencia?
- ¿Al implementar el plan estratégico cómo afrontaría la CNT EP un incremento de la demanda de sus productos y servicios?



- ¿Aprovechar los nichos de mercado no explotados, como todo mercado es variable surgen necesidades del usuario o consumidor final?

### **1.3 Objetivo de la Investigación**

#### **1.3.1 Objetivo General**

- Identificar los factores que pueden ser gestionados para el logro de un adecuado plan estratégico para que la CNT EP brinde un mejor servicio a sus clientes.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Evaluar la situación actual de las relaciones de CNT EP con su mercado, sus alternativas, estrategias y operaciones para mejorar el posicionamiento y el servicio que presta a los abonados.
- Identificar los factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados (futuros clientes).
- Analizar la opinión de los clientes del mercado sobre los precios de los diversos servicios y productos en comparación con los de la competencia.
- Evaluar las actuales estrategias de la CNT EP en cuanto a un inusual incremento de la demanda de sus productos y servicios.
- Diseñar un plan estratégico aplicado a los nichos de mercado que la CNT EP, no ha explotado para poder captar nuevos clientes potenciales.



## **1.4 Justificación de la Investigación**

El tema se justifica en virtud de que una empresa de servicios como la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, lo primordial es la búsqueda de la excelencia, sobre todo en el área de atención al cliente y en lograr que el cliente se sienta satisfecho con los productos y servicios ofertados.

El planteamiento conlleva a la necesidad de que si el servicio al cliente está llegando con fluidez y eficacia al cliente, para que este mantenga su fidelidad a la telefónica (empresa) mediante el uso de sus productos y servicios que oferta la CNT EP y de no ser así, investigar cuales son las causas negativas y aplicar las correcciones pertinentes que coadyuve al mejoramiento del servidor público y por ende de la empresa (CNT EP) para obtener la satisfacción del cliente.

## **1.5 Marco Referencia de la Investigación**

### **1.5.1 Marco teórico**

El proceso por la cual CNT EP debe de definir su visión a corto y largo plazo, utilizando como herramientas, las estrategias para alcanzarlas mediante el análisis F.O.D.A. (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), entre otras herramientas. Supone la participación activa de quienes intervienen en la organización desde ejecutivos de alto nivel hasta el empleado sea este empalmador, instalador, arquitecto, ingeniero, secretaria, etc.; obteniendo permanente la información, observación y seguimiento hasta su ejecución, y realizando los ajustes pertinentes para convertirla en realidad. Es el conjunto de todos los objetivos, políticas, planes y proyectos comunes para poder alcanzar los objetivos generales, de tal manera que se encuentren bien definidos dentro de la organización y la manera en que se llegara a realizarlos.

El desarrollo de un Plan Estratégico permite considerar e integrar de manera coherente la visión prospectiva del medio externo y la evolución introspectiva para

focalizar decisiones de fondo y trazar el camino hacia el futuro de la organización aplicando la filosofía **“La estrategia puede ser vista como una serie de actuaciones coherentes, por las cuales la organización establece en un momento determinado su posición en su entorno”**.<sup>-2</sup>

El plan estratégico será la herramienta del desarrollo de las ideas de contenido profundo de largo alcance, de dirección y acciones en equipo que faciliten la consecución de resultados consistentes con lo seleccionado, siendo este un medio más no un fin. **“La estrategia es un proceso de acoplamiento entre una organización y su entorno. La estrategia y los objetivos describen conjuntamente el concepto de negocio de la empresa”**.<sup>-3</sup>

#### **1.5.1.1 Entes reguladores Internacionales**

##### **1.5.1.1.1 Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)**

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), es un organismo especializado de la Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.), encargado de regular las telecomunicaciones a nivel internacional entre las distintas administraciones y empresas operadoras. El día 3 de septiembre de 1932, se inició en Madrid (España) la reunión conjunta de la XIII Conferencia de la *Unión Telegráfica Internacional (UTI)*, creada en París el 17 de mayo de 1865 y la III de la *Unión Radiotelegráfica Internacional (URI)*.

El 9 de diciembre de 1865, en virtud de los acuerdos alcanzados en dicha reunión, se firmó el convenio por el que se creaba la *Unión Internacional de Telecomunicaciones (UTI)*, que en el futuro sustituiría a los dos organismos anteriores (*UTI* y *URI*). El nuevo nombre comenzó a utilizarse a partir de enero de 1934.

---

-2 Henry Mintzberg, de origen Canadiense es autor de varias publicaciones sobre Negocios y Gestión.

-3 Igor Ansoff, de origen Ruso conocido como el pionero y padre de la Administración Estratégica



La UIT está compuesta por tres sectores:

- UIT-T: Sector de Normalización de las Telecomunicaciones (antes CCITT).
- UIT-R: Sector de Normalización de las Radiocomunicaciones (antes CCIR).
- UIT-D: Sector de Desarrollo de las Telecomunicaciones de la UIT (nuevo).

La sede de la UIT se encuentra en Ginebra (Suiza). Como información general, la normativa generada por la UIT está contenida en un amplio conjunto de documentos denominados **Recomendaciones**, agrupados por **series**, cada serie está compuesta por las recomendaciones correspondientes a un mismo tema, por ejemplo Tarificación, Mantenimiento, etc. Aunque en las recomendaciones nunca se "**ordena**", solo se "**recomienda**", su contenido, a nivel de relaciones internacionales, es considerado como mandatorio por las Administraciones y Empresas Operadoras.

#### 1.5.1.1.2 Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones

Es una comunidad de cuatro países que decidieron unirse voluntariamente con el objetivo de alcanzar un desarrollo más acelerado, más equilibrado y autónomo, mediante la integración andina, suramericana y latinoamericana. Se ha propuesto avanzar en la profundización de una **integración total** que contribuya de manera efectiva al desarrollo humano sustentable y equitativo para vivir bien, con respeto por la diversidad y las asimetrías que aglutine las diferentes visiones, modelos y enfoques y que sea convergente hacia la formación de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR).

### 1.5.1.1.3 Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL)

La **Comisión Interamericana de Telecomunicaciones (CITEL)**, establecida por la Asamblea General de la OEA en 1994, es el organismo asesor intergubernamental de telecomunicaciones de más alto nivel en la región.

De manera ágil, dinámica y eficaz, **CITEL** promueve el permanente intercambio de información, conocimiento y mejores prácticas sobre aspectos técnicos, económicos y regulatorios, y contribuye de tal forma con los esfuerzos de los Estados miembros para facilitar y promover el desarrollo armónico e integral de las telecomunicaciones en las Américas. *“Los países miembros de la Organización de los Estados Americanos (OEA) se han comprometido a aunar esfuerzos para promover y alcanzar un desarrollo económico y social con equidad. Igualmente han reconocido el papel fundamental de las telecomunicaciones como herramienta para la consecución de dicho objetivo. En tal sentido han hecho especial énfasis en la necesidad de cimentar y promover la modernización y la coordinación de las telecomunicaciones en la región.”*<sup>-4</sup>

Todos los elementos de la labor de la **CITEL**, ya sea la coordinación de las normas necesarias para facilitar el despliegue de infraestructuras y el suministro de servicios de telecomunicaciones, la armonización del espectro de frecuencias radioeléctricas para reducir el costo de la prestación de servicios inalámbricos, la capacitación sobre tecnologías de información y comunicaciones (TIC) o la ayuda a los países en la elaboración de sus estrategias de desarrollo de las telecomunicaciones, tienen por objeto el contribuir al desarrollo económico y social de la región.

---

<sup>-4</sup> Carta de la Organización de Estados Americanos (OEA), artículos 30 y 41.



#### **1.5.1.1.4. Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT)**

ITSO (Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite) es una organización intergubernamental con la misión de velar por que INTELSAT Ltd., ofrece servicios de telecomunicaciones, incluyendo voz, dato y video, sobre una base global y no discriminatoria. Su sede principal está en la ciudad de Washington D.C. (District of Columbia), en Estados Unidos de Norteamérica, ITSO tiene actualmente 150 países miembros.

#### **1.5.1.1.5 Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de la Comunidad Andina (AHCJET)**

ASETA - Asociación de Empresas de Telecomunicaciones de la Comunidad Andina, es un Organismo Internacional, sin fines de lucro, que en el ámbito de la subregión Andina agrupa a empresas operadoras de servicios de telecomunicaciones y de las tecnologías de la información y la comunicación y a otras entidades del sector o vinculadas a éste, con el propósito de coadyuvar a su desarrollo y al proceso de integración en los países andinos. ASETA fue creada en 1974 en el marco del Acuerdo Subregional Andino y es reconocida internacionalmente como el organismo subregional andino especializado en telecomunicaciones. El Comité Andino de Autoridades de Telecomunicaciones – CAATEL, en el año de 1997 designó a ASETA como su Organismo Consultivo Permanente. Su sede está ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador.

#### 1.5.1.1.6 Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (ASETA)

AHCIET es la Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones, institución privada sin ánimo de lucro, creada en 1982 y conformada por más de 50 empresas operadoras de telecomunicaciones en 20 países de América Latina y España. Nuestra misión es ser punto de encuentro de las telecomunicaciones Iberoamericanas a fin de ofrecer a nuestros socios actividades, productos y servicios orientados a desarrollar gestión inteligente de la información, formación profesional, aplicaciones sociales y oportunidades de negocio en el mercado. AHCIET impulsa además, convenios de cooperación con organismos internacionales, fabricantes y proveedores de servicios con el objetivo de generar la más completa información en ámbitos regulatorios, tecnológicos, comerciales y vectores orientados al desarrollo de la sociedad global de la información.

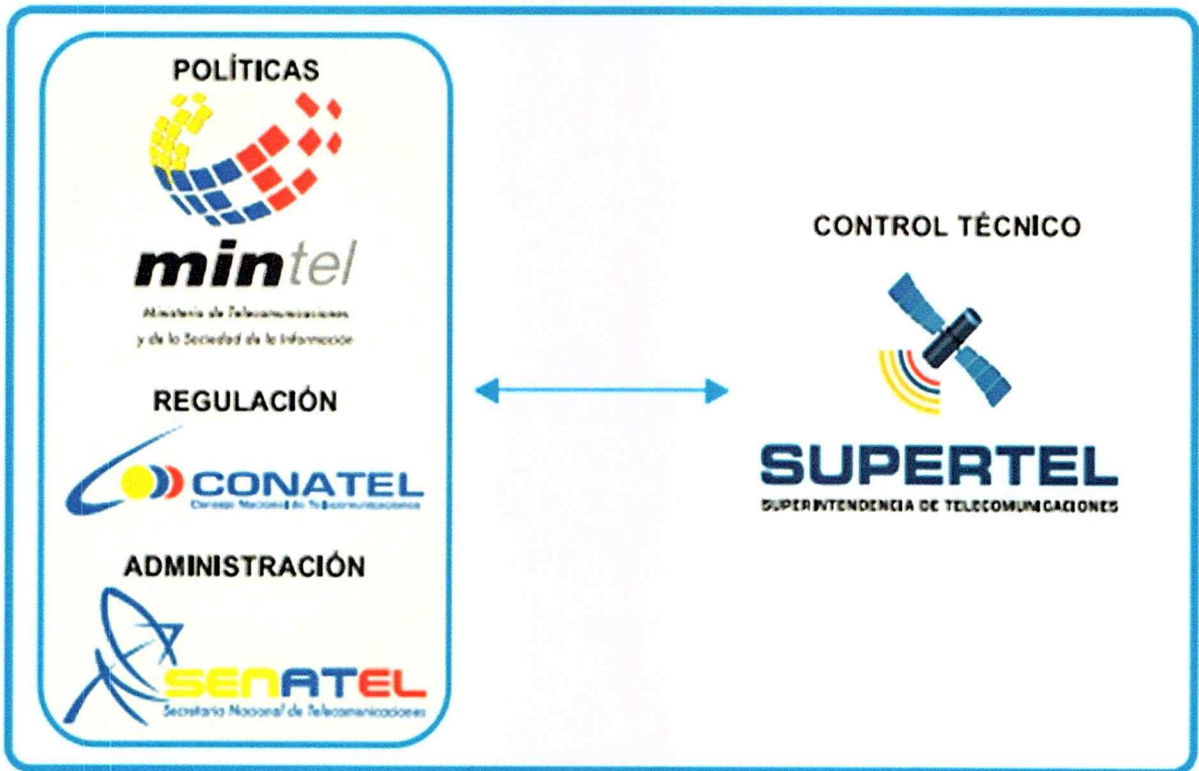
#### 1.5.1.1.7 Foro Latinoamericano de entes Reguladores de Telecomunicaciones

REGULATEL (Foro Latinoamericano de Entes Reguladores de Telecomunicaciones) fue constituido, con el propósito de fomentar la cooperación y coordinación de esfuerzos y promover el desarrollo de las telecomunicaciones en América Latina. Este foro está conformado por veinte entes reguladores de América Latina: Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, **Ecuador**, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Venezuela, y tres de Europa: España, Portugal e Italia. En este foro, se busca lograr de una manera efectiva, y acorde con los últimos adelantos de comunicación e interacción de Internet, un verdadero canal de comunicación y promoción de nuestros objetivos. Además, intenta manifestar el convencimiento de sus miembros de que las telecomunicaciones constituyen un poderoso instrumento para la promoción e integración entre los pueblos de la región.

### 1.5.1.2 Entes reguladores Nacionales - Organización

Podemos apreciar en la siguiente gráfica # 1.1 como es está estructurado la organización del sector de las telecomunicaciones en el Ecuador, clasificado por sus diferentes entes gubernamentales de acuerdo a cada misión, objetivos y competencias.

## ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES EN EL ECUADOR



Fuente: Website MINTEL

GRAFICO # 1.2

Como surgieron estos organismos de control, partimos de la creación del Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones (IETEL) en el mes de Octubre de 1972, año en el cual el Gobierno Nacional impulsó el marco regulatorio de las telecomunicaciones como resultado de la necesidad de desconcentrar las funciones del Estado, esto es la regulación, planificación y operación. Este sistema monopólico estatal poco a



poco requirió de un giro hacia un nuevo esquema acorde a los cambios acelerados que el mercado exigía. Es indudable que para 1990 las telecomunicaciones se caracterizaban por un crecimiento vertiginoso, reflejado en la instalación de 537.895 líneas telefónicas que eran aproximadamente 18 por cada 100 habitantes y para 1991 el servicio ya era automático en un 75 por ciento a nivel nacional.

A partir del 10 de agosto de 1992, se reestructura el sector de telecomunicaciones ecuatoriano con la aprobación de la Ley Especial de Telecomunicaciones, en la que se mantuvieron los servicios básicos de telecomunicaciones como un monopolio exclusivo del Estado, mediante la transformación del IETEL en Empresa Estatal de Telecomunicaciones (EMETEL).

Un aspecto importante de esta Ley radica en la creación de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL) como ente de regulación y control, sujeto a la vigilancia del Congreso Nacional.

Posteriormente, surgen nuevas expectativas sobre la necesidad de modificar la mencionada Ley, pues se argumentaba la concentración de funciones en un solo organismo público (la Superintendencia de Telecomunicaciones), el mismo que ejercía simultáneamente atribuciones de regulación y de control en el sector de telecomunicaciones.

En Agosto de 1992 se promulga la Ley Especial de Telecomunicaciones, que fundamentalmente separa las funciones de administración, regulación y control de las operaciones de los diferentes servicios, creándose la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) con la finalidad de regular y controlar el espectro radioeléctrico y los servicios de telecomunicaciones; también se crea EMETEL como sucesor del IETEL que asume la operación y administración del sector. La Ley Reformatoria a la Ley Especial de Telecomunicaciones, Ley 94, publicada en el Registro Oficial No.700 de 30 de agosto de 1995, concedió en régimen de exclusividad regulada la prestación de los servicios finales y portadores de



telecomunicaciones incluido el alquiler de circuitos, a la empresa EMETEL S.A., originada en la transformación de la Empresa Estatal de Telecomunicaciones en sociedad anónima, que tuvo como accionista únicamente al Estado Ecuatoriano, representado por el Fondo de Solidaridad; y, posteriormente, a las compañías anónimas *ANDINATEL S.A.* y *PACIFICTEL S.A.*, que resultaron de su escisión, esta razón, sumada a la queja de los usuarios por la falta de apoyo e interés gubernamental para el crecimiento y desarrollo del sector, constituyeron el factor principal que impulsó la reforma a la Ley Especial de Telecomunicaciones, así como la aprobación de la Ley de Radiodifusión y Televisión.

Por otra parte, se creó el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL), como ente de administración y regulación de las telecomunicaciones en el país; a la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL) y redefinió las funciones de la Superintendencia de Telecomunicaciones, como ente de control de los operadores que explotan servicios de telecomunicaciones, y para el control y monitoreo del espectro radioeléctrico.

La Ley para la Transformación Económica del Ecuador, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 34 de 13 de marzo del 2000, reformó la Ley Especial de Telecomunicaciones, introduciendo un capítulo relacionado con el régimen de libre competencia, en consecuencia el 4 de septiembre del 2001, en el Registro Oficial 404, se promulgó el Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones Reformada.

Con relación a la Ley de Radiodifusión y Televisión, publicada en el Registro Oficial No. 785 de 18 de abril de 1975, cabe señalar que fue modificada mediante la Ley Reformativa a la Ley de Radiodifusión y Televisión, publicada en el Registro Oficial No. 691 de 9 de mayo de 1995 que creó el Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL), cuerpo colegiado encargado de otorgar frecuencias o canales para radiodifusión y televisión, y regular y autorizar estos servicios en todo el

territorio nacional; y, estableció que las funciones de administración y control de estos servicios ejerza la Superintendencia de Telecomunicaciones. Adicionalmente, mediante Decreto Ejecutivo No. 1781 de 21 de agosto de 2001, se creó la Comisión Nacional de Conectividad – CNC.

Con la atribución de formular y propender una Agenda Nacional de Conectividad que contenga políticas, planes y programas para el desarrollo y difusión de las tecnologías de la información y comunicación en las áreas de Educación, Salud, Medio Ambiente, Comercio, Industria, Turismo, Seguridad y Gobernabilidad. Se destaca como fundamental reforma de esa Ley, la independencia de funciones que fueron otorgadas a los organismos creados, esto es: el **Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)**, como ente de administración y regulación de las telecomunicaciones en el Ecuador, incluyendo el espectro radioeléctrico; como el Administrador de las Telecomunicaciones en el Ecuador ante la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT); y, con facultades para ejercer la representación a nombre del Estado; la **Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SNT)**, como ente encargado de la ejecución e implementación de las políticas y regulación de telecomunicaciones emanadas del CONATEL, incluyendo el Plan Nacional de Frecuencias aprobado por el CONATEL (excepto las bandas de radio y televisión de competencia del CONARTEL y las de servicio móvil marítimo administrados por la Armada Nacional); y, la **Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL)** como el organismo de control y monitoreo del espectro radioeléctrico, así como de supervisión y control de operadores y concesionarios.

Con la promulgación, en el mes de marzo de 2000, de la Ley para la Transformación Económica, se reorienta la política para el sector de telecomunicaciones hacia el régimen de libre competencia de los servicios, plasmada en la reforma del artículo 38 de la Ley Especial de Telecomunicaciones, delegando así al CONATEL la elaboración y promulgación de un apropiado marco regulatorio para propiciar el mercado en condiciones de libre competencia. Para afrontar el nuevo reto, desde el año 2000 hasta la presente fecha, tanto el CONATEL como la SENATEL, vienen trabajado conjuntamente por el fortalecimiento del sector de las telecomunicaciones,



dirigiendo sus esfuerzos hacia la consolidación de un mercado en apertura, con un alto nivel competitivo, dentro de un marco regulatorio con garantías y seguridad jurídica.<sup>-5</sup>

#### 1.5.1.2.1 Ente regulador Nacional: Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL)

##### Misión del MINTEL:

- Ser el órgano rector del desarrollo de las Tecnologías de la información y la comunicación en Ecuador. Emitir políticas y planes generales, y realizar el seguimiento y la evaluación de su implementación. También, coordinar acciones de asesoría y apoyo, para garantizar el acceso igualitario a los servicios y promover su uso efectivo, eficiente y eficaz, que asegure el desarrollo armónico de la sociedad de la información, para el **Buen Vivir** de toda la población.

El Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información fue creado mediante Decreto Ejecutivo N° 8 firmado por el Presidente de la República, Eco. Rafael Correa Delgado, el 13 de agosto de 2009. La creación del Ministerio de Telecomunicaciones responde a la necesidad de coordinar acciones de apoyo y asesoría para garantizar el acceso igualitario a los servicios que tienen que ver con el área de telecomunicación, para de esta forma asegurar el avance hacia la Sociedad de la Información y así el buen vivir de la población ecuatoriana.

El titular de esta cartera de Estado, se encargará de apoyar el proceso de mejoramiento de los servicios que prestan las instituciones del sector de telecomunicaciones, coordinar las acciones para a través de políticas y proyectos promocionar la Sociedad de la Información y del Conocimiento y las Tecnologías de la Información y Comunicación.

---

<sup>-5</sup> Fuente: Website de entidades Públicas como MINTEL, CONATEL, SENATEL, SUPERTEL.



### 1.5.1.2.2 Ente regulador Nacional: Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL)

#### Misión de la CONATEL:

- Administrar, de manera técnica, el espectro radioeléctrico, que es un recurso natural, para que todos los operadores del sector de las telecomunicaciones operen en condiciones de máxima eficiencia.
  
- Dictar las normas correspondientes para impedir prácticas desleales de competencia, y determinar las obligaciones que los operadores deben cumplir, en el marco que determinan la ley y los reglamentos respectivos.
  
- Defender los derechos de los ciudadanos en todo momento, para satisfacer su necesidad de comunicarse.

#### Funciones de la CONATEL

- Ser el organismo de regulación y administración de las telecomunicaciones que integre a todos los ciudadanos que habitan en el país a través de una política que promueva el acceso de por lo menos un servicio de telecomunicación.
  
- Estimular a que todos los actores del sector de las telecomunicaciones desarrollen sus actividades en un escenario de leal competencia y que entreguen sus servicios en condiciones de óptima calidad.
  
- En todo lo posible, adaptar el mercado de las telecomunicaciones a las nuevas tendencias de la tecnología, que asegure que el ciudadano ecuatoriano sea beneficiario de estos adelantos.

### **1.5.1.2.3 Ente regulador Nacional: Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL)**

#### Misión SENATEL:

- Promover el desarrollo armónico del sector de las telecomunicaciones, la radio, la televisión y las TIC, mediante la administración y la regulación eficiente del espectro radioeléctrico y los servicios. También, ejecutar las políticas y las decisiones dictadas por el CONATEL, con el fin de contribuir con el desarrollo de la sociedad.

#### Función de la SENATEL

- Ser una entidad con excelencia a nivel nacional y un referente en Latinoamérica en la administración y regulación del espectro radioeléctrico, los servicios de telecomunicaciones, radio y televisión. (Plan estratégico 2010-2014)

### **1.5.1.2.4 Ente regulador Nacional: Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL)**

#### Misión de la SUPERTEL:

- Vigilar, auditar, intervenir y controlar técnicamente la prestación de los servicios de telecomunicaciones, radiodifusión, televisión y el uso del espectro radioeléctrico, para que se proporcionen con eficiencia, responsabilidad, continuidad, calidad, transparencia y equidad; fomentando los derechos de los usuarios a través de la participación ciudadana, de conformidad al ordenamiento jurídico e interés general.

### Función de la SUPERTEL

- La Constitución de la República del Ecuador del año 2008, en el artículo 213, establece que: **«Las superintendencias son organismos técnicos de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas, sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas, con el propósito de que estas actividades y servicios se sujeten al ordenamiento jurídico y atiendan el interés general»**

### 1.5.2 Marco Legal

Involucra el uso de diversas leyes o términos legales, los que se irán definiendo conforme avance el desarrollo, por lo que en este anteproyecto se incluyen algunos de ellos, tales como:

- Constitución de la República del Ecuador (2008)
- Ley Especial de Telecomunicaciones y su Reformas
- El Plan Nacional de Conectividad
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor.

#### ➤ **Constitución de la República del Ecuador (2008)**

En la sección novena, título “**Personas usuarias y consumidoras**”, en sus artículos dice:

**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.

### ➤ **Ley Especial de Telecomunicaciones y su Reformas**

**Art. 6.- NATURALEZA DEL SERVICIO.-** Las telecomunicaciones constituyen un servicio de necesidad, utilidad y seguridad públicas y son de atribución privativa y de responsabilidad del Estado.

**Art. 8.- SERVICIOS FINALES Y SERVICIOS PORTADORES.-** Para efectos de la presente Ley los servicios abiertos a la correspondencia pública se dividen en servicios finales y servicios portadores, los que se definen a continuación y se prestan a los usuarios en las siguientes condiciones:

REFORMA:

Art. 1.- El artículo 8, literal a), numeral 1) dirá:

"Los servicios finales de telecomunicaciones y de alquiler de circuitos se prestarán a través de las compañías a las que se refiere los artículos 38 y 45 de esta Ley Reformada, en régimen de exclusividad regulada, por el tiempo, en la forma y condiciones que se determinan más adelante.

El servicio telefónico móvil se prestará a través de los operadores en las condiciones que esta Ley y los reglamentos respectivos lo establezcan, sin perjuicio de que las compañías referidas en el inciso precedente, también puedan proveer de este servicio".

#### ➤ **Plan Nacional de Conectividad**

Con el PNC, bajo responsabilidad del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, MINTEL, y ejecutado por el operador estatal, la Corporación Nacional de Telecomunicaciones, el Gobierno Nacional establece políticas públicas para garantizar a todos los ecuatorianos el acceso igualitario a los servicios que tienen que ver con el sector de telecomunicaciones.

La ejecución y concreción del PNC, a decir del Ministro de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, Jorge Glas, permitirá asegurar el avance hacia la Sociedad de la Información y hacia el buen vivir de la población ecuatoriana.

El PNC fue creado para mejorar los indicadores de cuatro servicios: telefonía fija, Internet banda ancha, inclusión social y atención al ciudadano.



➤ **Ley Orgánica de Defensa del Consumidor**

**Art. 1.- Ámbito y Objeto.-** Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una Ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

## **CAPITULO II: DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS CONSUMIDORES**

**Art. 4.- Derechos del Consumidor.-** Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos;
2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;
3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad;
4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;
5. Derecho a un trato transparente, equitativo y no discriminatorio o abusivo por parte de los proveedores de bienes o servicios, especialmente en lo referido a las condiciones óptimas de calidad, cantidad, precio, peso y medida;
6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales;



7. Derecho a la educación del consumidor, orientada al fomento del consumo responsable y a la difusión adecuada de sus derechos;
8. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios;
9. Derecho a recibir el auspicio del Estado para la constitución de asociaciones de consumidores y usuarios, cuyo criterio será consultado al momento de elaborar o reformar una norma jurídica o disposición que afecte al consumidor;
10. Derecho a acceder a mecanismos efectivos para la tutela administrativa y judicial de sus derechos e intereses legítimos, que conduzcan a la adecuada prevención, sanción y oportuna reparación de los mismos;
11. Derecho a seguir las acciones administrativas y/o judiciales que correspondan; y,
12. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

**Art. 5.- Obligaciones del Consumidor.- Son obligaciones de los consumidores:**

1. Propiciar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios;
2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido;
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos; y,
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

**Art. 9.- Información Pública.-** Todos los bienes a ser comercializados deberán exhibir sus respectivos precios, peso y medidas, de acuerdo a la naturaleza del producto.

Toda información relacionada al valor de los bienes y servicios deberá incluir, además del precio total, los montos adicionales correspondientes a impuestos y otros recargos, de tal manera que el consumidor pueda conocer el valor final.

Además del precio total del bien, deberá incluirse en los casos en que la naturaleza del producto lo permita, el precio unitario expresado en medidas de peso y/o volumen.

## CAPITULO V: RESPONSABILIDADES Y OBLIGACIONES DEL PROVEEDOR

**Art. 17.- Obligaciones del Proveedor.-** Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

**Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.-** Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, tarifa, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento.

### 1.5.3 Marco Conceptual

La propuesta involucra el uso de diversos términos técnicos y administrativos, los que se irán definiendo conforme avance el desarrollo, por lo que en este proyecto de tesis se incluyen algunos de ellos.

**ARPU** (ACRÓNIMO DE AVERAGE REVENUE PER USER QUE SIGNIFICA: INGRESOS MEDIOS POR USUARIOS): Es la media o promedio de ingresos por usuario que obtiene, en un período, una compañía de servicios con amplia base de usuarios. Se calcula dividiendo el total de ingresos obtenidos en el período, entre el total de usuarios activos de la empresa. Es una unidad de medida usada principalmente por compañías de telecomunicaciones.

**AMPU** (ACRÓNIMO DE AVERAGE MARGIN PER USER QUE SIGNIFICA: MARGEN MEDIO POR USUARIO): Es uno de varios criterios para medir el éxito de las compañías telefónicas. Es una alternativa a ARPU , que se centra en los ingresos por unidad. La premisa central es



que la atención a la margen producido por unidad vendida, no la cantidad de dinero en efectivo (ingresos) obtenidos de cada cliente, uno puede permitirse un volumen bajo y aun así tener una sociedad saludable. Altos volúmenes también pueden traer una importante ventaja, pero sólo hasta que la competencia obliga a bajar los precios. Los analistas de telecomunicaciones tradicionalmente muy centrada en el ARPU debido a que la típica empresa de telecomunicaciones ha tenido un enorme costo de infraestructura que necesita ser atendida por un ARPU considerable. Otro uso del AMPU es como promedio de minutos por usuario, es decir, la cantidad de tiempo (medido en minutos) de las conversaciones de suscriptores promedio (o escucha) en sus teléfonos. Este término también se conoce como Acta de Uso o memorando de entendimiento.

**Benchmarking Competitivo:** Es una técnica utilizada para medir el rendimiento de un sistema o componente del mismo, frecuentemente en comparación con el que se refiere específicamente a la acción de ejecutar un benchmark o también como un proceso continuo de medir productos, servicios y prácticas contra competidores más duros o aquellas compañías reconocidas como líderes en la industria; en la que los competidores directos de productos son contra quienes resulta más obvio llevar a cabo el benchmarking. Ellos cumplirían, o deberían hacerlo, con todas las pruebas de comparabilidad. En definitiva cualquier investigación de benchmarking debe mostrar cuales son las ventajas y desventajas comparativas entre los competidores directos **Conmutación:** Es la interconexión entre líneas telefónicas.

**Liquidez:** Está determinado por la relación existente entre las partidas liquidas o fácilmente liquidables del activo y el pasivo exigible.

**Demanda:** Es la voluntad y capacidad de pagar una suma de dinero por alguna cantidad de un artículo o servicio determinados.

**Diagrama de Pareto:** Es una comparación cuantitativa y ordenada de elementos o factores según su contribución a un determinado efecto. El objetivo de esta comparación es clasificar dichos elementos o factores en dos categorías: Las "**Pocas Vitales**" (los elementos muy importantes en su contribución) y los "**Muchos Triviales**" (los elementos poco importantes).<sup>-6</sup>



**Entrada de cables:** Es la bifurcación donde se distribuye a las redes.

**Entorno Externo:** Son aquellas fuerzas que surgen, desde afuera de la organización, pero que afectan sus decisiones y acciones internas.

**Entorno Interno:** Son aquellas fuerzas que surgen, desde adentro de la organización y que afectan en la toma de decisiones.

**Estrategia:** Son los lineamientos a seguir dentro de las organizaciones con la finalidad de sostener un producto a través de la misión y la visión.

**Estrategia Interna de la Empresa:** Es la manera en que se realiza la tarea empresarial, es decir, como se motiva, coordina y controla los empleados; qué técnicas, maquinarias y herramientas utiliza; como reparte el trabajo; que jerarquía de autoridad presenta.

**Finanzas:** Es la estimación de los ingresos y gastos de una nación, empresa o persona para planificar su capacidad de pago o endeudamiento.

**FODA (Fortaleza, Oportunidades, Debilidades y Amenazas):** Es un mecanismo de control mediante el cual encontramos la mejor relación posible entre los factores Endógenos y factores Exógenos de la empresa.

**Inversión:** Es el incremento de bienes de capital del sistema económico, en su aspecto de magnitudes macroeconómicas.

**Invertir:** Emplear dinero en bienes productivos

**ISO:** Es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales de fabricación, comercio y comunicación para todas las ramas industriales a excepción de la eléctrica y la electrónica. Su función principal es la de buscar la estandarización de normas de productos y seguridad para las empresas u organizaciones a nivel internacional.

---

-6 Fuente: Website fundibeq.Org

**Lambdas:** Se utiliza para determinar la capacidad de las redes de fibra en topología de malla y permite enrutar o encaminar lambdas a través de los “carriles ópticos” de las autopistas de fibra. Las operadoras ofrecerán conectividad de diferente ancho de banda mediante el uso de una o varias lambdas entre los diferentes nodos de una red mallada. <sup>-7</sup>

**Metas:** Son más específicas que los objetivos en cuanto a tiempo y factible de ser cuantificable.

**Metodología:** Es el estudio de las formas especiales de proceder a través de las cuales se manifiestan determinadas actividades, mentales o prácticas.

**Misión:** Es el rumbo a dónde quiere llegar la empresa, estableciendo requerimientos para una dirección correcta.

**Penetración Telefónica:** Es el nivel de penetración de líneas telefónicas en la población, o lo que los estadísticos llaman teledensidad, la cual se refiere al número de líneas telefónicas por habitante, así como al acceso *per cápita* a televisores, faxes, computadoras, Internet, y otros medios de comunicación masiva que sirven como poderosos vehículos de información y conocimientos.

**Planeación Estratégica:** Es lo que decido hacer hoy para conseguir lo que quiero mañana.

**Planificación:** Es prever los resultados que pueden ocurrir.

**Planta Interna:** Se entiende por el equipamiento interno, bastidores, MDF, entrada de cables, pozo de cables.

**Planta Externa:** Se entiende por las redes primarias y secundarias, desde el repartidor.

**Políticas:** Son guías de acción para ejecutar las estrategias.



**Redes:** Es la distribución de los cables a armarios (red primaria) y la distribución en el edificio (red secundaria).

**Repartidor:** Es el panel de distribución de los números telefónicos.

**Servicio Telefónico Fijo Conmutado o Convencional:** Es un servicio que permite al cliente hacer y recibir llamadas a través de un aparato telefónico fijo hacia cualquier lugar con acceso telefónico sea local, regional, nacional, celular o internacional a través de la infraestructura tecnológica de la empresa prestadora del servicio telefónico.

**Softswicht:** Es un dispositivo central en una red de telecomunicaciones que conecta las llamadas telefónicas de una línea telefónica a otra, normalmente a través de la Internet, en su totalidad por medio de software que se ejecuta en un sistema informático de propósito general. La mayoría de líneas fijas se enrutan las llamadas por purpose-built de hardware, anteriormente utilizando físicas cuadros.

**Teléfono:** es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir señales acústicas por medio de señales eléctricas a distancia.

**Técnica Etnográfica:** Para el sociólogo Anthony Giddens, la etnografía es el estudio directo de personas o grupos durante un cierto período, utilizando la observación participante o las entrevistas para conocer su comportamiento social, registrando una imagen realista y fiel del grupo estudiado; el trabajo de campo resulta ser una herramienta imprescindible. La investigación etnográfica pretende revelar los significados que sustentan las acciones e interacciones que constituyen la realidad social del grupo estudiado; esto se consigue mediante la participación directa del investigador. Con frecuencia, el investigador asume un papel activo en sus actividades cotidianas, observando lo que ocurre y pidiendo explicaciones e interpretaciones sobre las decisiones, acciones y comportamientos que observa.

**TIC:** Significa **tecnologías de la información y la comunicación** (TIC o bien NTIC para *Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación* o IT para Información Tecnológica) agrupan los elementos y las técnicas usadas en el



tratamiento y la transmisión de las informaciones, principalmente de informática, internet y telecomunicaciones.

**Transmisión:** Es el medio en la cual se transmiten la voz o datos, esto puede ser mediante fibra óptica, cable de cobre o vía microonda.

**Tráfico Internacional Ilegal (Bypass Telefónico):** La apropiación o uso de un producto o servicio de telecomunicaciones con la intención de evitar los pagos relacionados a aquellos productos o servicios

**Valor Agregado:** En términos económicos, el valor agregado es el **valor adicional** que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo. En otras palabras, el valor económico que un determinado proceso productivo adiciona al ya plasmado en las materias primas utilizadas en la producción.

**Visión:** Es dar a conocer los horizontes hacia donde se esfuerza uno por llegar.

## 1.6 Formulación de la Hipótesis y Variable

### 1.6.1 Hipótesis General

- De continuar con el mal servicio en el área comercial, la CNT EP podrá subsistir ante la pérdida de clientes frente a la competencia, las exigencias del mercado tanto en calidad como tecnología en las telecomunicaciones en el Ecuador, la implementación de un plan estratégico permitirá mantener o incrementar a sus clientes.

### 1.6.2 Hipótesis Particular

- La elección e implementación de un plan estratégico que mejore los procesos en el área de servicio a cliente, contribuirá a mejorar el posicionamiento de nuevos productos y servicios ofertados por la CNT EP.

- Los gustos y preferencias de los clientes serían algunos de los principales factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados de la CNT EP para optar por la gama de productos y servicios que se ofertan en el mercado ecuatoriano.
- La aplicación del plan estratégico generaría un pliego tarifario ofertado por la CNT EP para sus diferentes productos y servicios, más competitivos en comparación con los de la competencia.
- La implementación de procedimientos operativos en el área de servicio al cliente contribuirá a elevar el impacto en el incremento de la demanda de sus productos y servicios ofertados.
- La implantación de un plan estratégico que mejoraría la captación de nuevos nichos de mercado para incrementar la cartera de clientes a través del mejoramiento, mediante la capacitación del personal del área comercial para cambiar la imagen corporativa.

## **1.7 Variables**

### **1.7.1 Variables Independientes: General y Particular**

#### **1.7.1.1 Variable Independiente General**

- La falta de compromiso por parte de los empleados públicos.

#### **1.7.1.2 Variable Independiente Particular**

- La elección e implementación de estrategias.
- Los gustos y preferencias de los usuarios.

- Los pliegos tarifarios.
- El mejoramiento de las estrategias y la capacitación del personal de servicio al cliente.
- Los criterios de los actuales abonados de telefonía fija.

## **1.7.2 Variables Dependientes: General y Particular**

### **1.7.2.1 Variables Dependiente General**

- Logro de un adecuado desarrollo de ventajas competitivas en la comercialización de los productos y servicios ofertados.

### **1.7.2.2 Variables Dependiente Particular**

- Contribuirá a mejorar el posicionamiento de la empresa y la demanda de productos y servicios.
- Influyen positivamente sobre los potenciales abonados.
- Los pliegos tarifarios, cobertura, modelos de teléfono, atención del servicio al cliente, productos y servicios, etc. ofertados.
- Son más competitivos en comparación con los de la competencia actual.
- Incrementa el impacto en la toma de decisiones de los potenciales abonados.



## 1.8 Indicadores

### 1.8.1 Indicadores General

- Cuadros estadísticos.
- Encuestas.
- Pliegos tarifarios con un fin social.
- Reporte de datos históricos.
- Análisis de la situación actual del mercado de telecomunicaciones.
- Medición de la lealtad de los clientes (información proporcionada el área de ventas mediante el incremento o disminución de cartera de clientes).

### 1.8.2 Indicadores Particular: Variables Independientes

- Políticas, normas y estrategias en el área comercial.
- Influencias positiva de criterios.
- Pliegos tarifarios.
- Criterios que influyen en la decisión y preferencia de los abonados.
- Mejoramiento de la imagen corporativa a nivel de usuarios de la CNT EP.

### 1.8.3 Indicadores: Variables Dependientes

- Servicios a clientes, desarrollo de su oferta y comercialización.
- Productos y servicios, formas de pago, nivel de satisfacción de los clientes.
- Las tarifas del mercado de telecomunicaciones.
- Decisión de optar por productos y servicios que promueve la CNT EP.
- Capacitación del Personal de servicio al cliente (área comercial).
- Incremento en la solicitud de nuevos productos y servicios ofertados por la CNT EP.

## 1.9 Aspectos Metodológicos de la Investigación

Desde el punto de vista del propósito o razón del estudio, la investigación que se realizará cae en el campo de la investigación aplicada, por cuanto se busca resolver un problema concreto, que originan sus problemas existentes y la posible intervención por parte del ente regulador como lo es la Superintendencia de Telecomunicaciones y el desarrollo de una metodología para su determinación y prevención.

### 1.9.1 Tipo de Estudio

Las características de la investigación y el grado de profundidad de conocimiento de la misma, la ubican dentro del campo descriptivo; por lo tanto el método de estudio que utilizaremos, principalmente, es el **descriptivo**, y adicionalmente **explicativo**, en razón de ser un tema de investigación en el campo de la administración, de lo social y económico, son los métodos que más se ajustan a las características y

fundamentos de la investigación de las causas de la crisis y posible quiebra de las empresas en el Ecuador y la búsqueda de un sistema y metodología que permita su identificación y su recuperación como empresas activas. Los métodos que permitirán la comprobación e identificación de dichos fenómenos o causas de sus efectos, permitirá el análisis en síntesis e interpretación de los resultados y comprobación de las hipótesis planteadas en la investigación.

### 1.9.2 Método de la Investigación

Como la investigación se centra en el reconocimiento de las causas singulares que determinan los problemas planteados, en el área de Servicio al Cliente de la CNT EP, los métodos de investigación utilizados son los siguientes:

- **Deductivo – Inductivo:** Ya que de un conocimiento general esperamos llegar a determinar las causas concretas y sus posibles soluciones, para su aplicación a casos concretos de empresas en crisis. Adicionalmente, y como parte de la sistematización de los resultados, aplicaremos el análisis y la síntesis, como métodos de investigación.
- **Observación Científica:** Es decir que el investigador utilizará la observación como un aspecto contemplativo, del área de servicio al cliente para aplicar un análisis del objeto observado, al sujeto observado, el ambiente, los medios observados, etc.
- **Investigación Documental:** Se la realizara con ayuda de distintos tipos de fuentes bibliográficas, libros, revistas, ensayos, Internet (websites)
- **Investigación de Campo:** Se realizara la investigación mediante la encuesta (análisis se campo o lugar de los hechos).
- **Investigación de Laboratorio:** El investigador presentara por escrito los conocimientos del tema o investigados, con soporte de bibliografía.



### 1.9.3 Fuentes y Técnicas para la recolección de la información

La investigación utilizará información de fuentes **primarias y secundarias**, se basará, fundamentalmente, en información de tipo documental, puesto que la obtención de los datos y su análisis provienen de materiales impresos, estadísticos e Internet.

Sin embargo, también se dispone de una estrategia basada en una investigación de campo, que se realizará a empresas localizadas en esta ciudad, como fuentes de información en la elección de datos primarias se utilizará la observación directa, entrevistas informales, cuestionarios, formularios, etc.

### 1.9.4 Selección de la Muestra

Aunque existen numerosas técnicas muestrales, sólo las muestras aleatorias o probabilísticas son adecuadas para hacer generalizaciones de una muestra a un universo. Extraemos una muestra aleatoria, de modo que todos los miembros del universo tengan las mismas probabilidades de ser incluidos en ella. La población de abonados en telefonía fija o convencional de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP al mes de Diciembre de 2011 es de **1'934.421<sup>-8</sup>** líneas por abonados (sin incluir: **6.974 líneas de servicio** y **7.530 líneas de teléfonos públicos**).

#### **Muestra de población para Clientes de la CNT EP:**

En virtud de que la población de quienes poseen teléfonos fijos o convencionales, sobrepasa los 100.000 abonados, consecuentemente el tamaño de la muestra toma el carácter de *INFINITO de la POBLACIÓN* y se usará la *Formula de Muestra Infinita*, la misma que detallamos y despejamos a continuación:

---

<sup>-8</sup> Fuente: Website sección estadísticas de la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL)

(Fórmula de Muestra Infinita)

$$n = \frac{(P * Q * Z_{\alpha}^2)}{d^2}$$

**Nomenclatura de la fórmula:**

n= Tamaño de la muestra la que no sabemos (¿?)

N= Población o Universo es de **1'934.421** (\*) de abonados a Diciembre 2011

P= Probabilidad de éxito al 50%

Q= Probabilidad de fracaso 1- 50%

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza 95% lógicamente equivalente a Z<sup>2</sup> = 1,96

d<sup>2</sup>= Margen de error al 5%

**Despeje de la fórmula:**

$$n = [(0,5) \times (1 - 0,5) \times (1,96)^2] / [(0,05)^2]$$

$$n = [(0,5 \times 0,5 \times 3,8416)] / [0,0025]$$

$$n = [0,9604] / [0,0025]$$

$$n = 384,16 \approx 384$$

$$n = \underline{\underline{384 \text{ abonados}}}$$

El tamaño necesario de la muestra para un nivel de confianza del 5% es de **384 abonados** que equivale al tamaño muestral de la propuesta del presente proyecto de tesis. Sin incluir **líneas de servicio** y **líneas de teléfonos públicos**.

**Muestra de población de Empleados Públicos de la CNT EP:**

En virtud de que la población de Empleados Públicos que laboran en el área de Servicio al Cliente, no sobrepasa los 100.000 empleados, consecuentemente el tamaño de la muestra toma el carácter de *FINITO de la POBLACIÓN* y se usará la *Formula de Muestra Finita*, la misma que detallamos y despejamos a continuación:

(Fórmula de Muestra Finita)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * P * Q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * P * Q}$$

**Nomenclatura de la fórmula:**

n= Tamaño de la muestra la que no sabemos (¿?)

N= Total de Población o Universo es de **700** (\*) de Empleados Públicos del área de Servicio al Cliente en la CNT EP a Junio 2012

P= Probabilidad de éxito al 50% = 0,50

Q= Probabilidad de fracaso 1- 50% = 1 – 0,50

Z<sup>2</sup>= Nivel de confianza 95% lógicamente equivalente a Z<sup>2</sup> = 1,96

d<sup>2</sup>= Margen de error al 5%

**Despeje de la fórmula:**

$$n = [(700) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)] / [(0,05)^2 \times (700-1) + (1,96)^2 \times (0,50) \times (0,50)]$$

$$n = [700 \times 3,8416 \times 0,50 \times 0,50] / [(0,0025 \times 699) + (3,8416 \times 0,50 \times 0,50)]$$

$$n = [672,28] / [1,7475 + 0,9604]$$

$$n = [672,28] / [2,7079]$$

$$n = 248,266 \approx 248$$

$$n = \underline{\underline{248 \text{ empleados públicos}}}$$

El tamaño necesario de la muestra para un nivel de confianza del 5% es de **248 empleados públicos** que equivalen al tamaño muestral de la propuesta del presente proyecto de tesis.

Nota: (\*) (Es un valor estimado debido a que cada una de las 7 regiones de CNT, maneja su volumen de funcionarios, dentro del área de atención al cliente)

En ambas formulas cuando el valor de P y de Q sean desconocidos o cuando la encuesta abarque diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser desiguales, es conveniente tomar el caso más adecuado, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra utilizamos arbitrariamente para el despeje de la fórmula en las variables P = Q = 50, entonces P = 50 y Q = 50.



### 1.9.5 Tratamiento de la información

Una vez recopilados los datos a través de los instrumentos y técnicas pertinente se procederá a su procesamiento, se los ordenará, codificará y tabulará de acuerdo a los criterios y objetivos que se persiguen, de tal forma que se facilite la disponibilidad de dichos datos al momento requeridos, para cotejarlos y aplicarlos a un proceso matemático o estadístico. Los resultados finales se presentarán en forma de tablas y/o gráficas de acuerdo a las necesidades.

### 1.9.6 Resultados e impactos esperados

Por la naturaleza del tema y de los objetivos que se persiguen, la investigación a realizar, contiene una retrospectiva espacial, será **no experimental**, con un enfoque **cuantitativo - descriptivo**; se realizará una encuesta descriptiva de uno de los productos y servicios que presta la CNT EP ofertada en el área de servicios al clientes.

El estudio del Diseño, Desarrollo e Implementación de la herramienta de control será descriptivo desarrollándose cada etapa de la investigación y experimental porque se implementará la teoría. El desarrollo de los capítulos estará soportado por la recopilación de la información de la empresa a través de entrevistas y encuestas con el personal utilizando diferentes formularios y fuentes primarias y secundarias.

- Planteamiento del Problema.
- Formulación de objetivos e hipótesis.
- Levantamiento de información.
- Análisis e interpretación de datos.
- Comprobación de la hipótesis.
- Difusión de resultados.

El desarrollo estará combinado con ciertas nociones metodológicas y un profundo conocimiento del sector telefónico en el que se desenvuelve esta compañía para

lograr una correcta definición de criterios y componentes de la planificación estratégica.

El plan estratégico será cuantitativo, expreso y temporal. Será cuantitativo porque indicara los objetivos numéricos de la compañía; será expreso porque especificará las políticas y líneas de acción para conseguir los objetivos propuestos; y, será temporal porque establecerá unos intervalos de tiempo, concretos y preciso, que deben ser cumplidos por la organización para que la puesta en práctica del plan sea exitosa.

El diseño de la planificación se aplicará mediante un seguimiento trimestral en cada directorio mostrando las fases de cada etapa lograda y el porcentaje por alcanzar. Esta herramienta actualmente no mantiene un seguimiento real lo que disminuye la potencialidad de estrategias que se pueden conseguir. Y será llevado el plan estratégico de acuerdo a la información recabada y suministrada por las encuestas, políticas, quedando la obtención de los resultados para otra etapa posterior.

*“Probablemente, el principio mas importante de la administración que hoy se pasa por alto es la permanente acercamiento al cliente para satisfacer sus necesidades y anticiparse a sus deseos. Para muchas empresas el cliente se ha convertido en una molestia cuyo comportamiento impredecible estropea los planes estratégicos cuidadosamente elaborados, cuyas actividades desarreglan las operaciones del computador, y que obstinadamente insiste en que los productos que compra funcionen”. – Lew Young, Director del Business Week*<sup>-9</sup>

---

-9 Fuente: Libro “En busca de la EXCELENCIA – Experiencias de las mejores empresas gerenciadas de los Estados Unidos - (IN SEARCH OF EXCELLENCE) – Thomas J. Peters y Robert H. Waterman Jr.



## CAPITULO II

### 2. ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO

#### 2.1 Análisis de la situación actual

Partiendo de un problema planteado, sustentado en los pronósticos e hipótesis expuestas, se considera que la **CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**, debe evaluar, corregir, reestructurar y hasta implementar nuevas formas y actualizaciones estructurales en el área de servicio al cliente. Para este efecto, ponemos a disposición al lector el levantamiento investigativo a través de encuestas realizadas sobre un producto específico ofertado a un mercado de potenciales clientes.

A pesar del contexto de crisis de algunos de los mercados a nivel mundial, las previsiones para el segmento de las TIC son alentadoras. En líneas generales, se espera un crecimiento del 5% para 2011, con algunos mercados que sobresalen, entre los que se incluye en América Latina a Brasil, del que se espera un crecimiento del 7%. En cuanto al resto de las regiones, se destacan Rusia, del que se estima un alza de más de un 8%; China, con un aumento del 12% y la India, con una alta expectativa del 26%.

Según estimaciones del Observatorio Europeo de Tecnologías de la Información, en Europa para el 2012 habrá un aumento del 3,9% en el volumen de negocio de los dispositivos informáticos, software y servicios informáticos, lo que supondrán 314 millones de euros.<sup>-10</sup>

El mercado potencial de las telecomunicaciones al 2012 está estimado en billones de dólares a nivel mundial con una expectativa de crecimiento de entre el 5% al 10% en los próximos años, por ejemplo en el 2011 *“existieron 5 mil millones de aparatos de teléfonos móviles o celulares, en todo el mundo para una población de 6.9 mil millones de habitantes”*.<sup>-11</sup>

---

-10 Fuente: Website T&N Media Group Latin America (T & N)

-11 Fuente: Website Informador.com.mx



- **AMBIENTE SOCIO-CULTURAL:** El Ecuador es uno de los operadores más pequeños dentro del mercado de la Región del Pacto Andino, debido al limitado índice de penetración telefónica de telefonía fija que posee (promedio 13,93% por cada 100 habitantes a Diciembre 2011), país en donde existe suficiente mercado para explotar y expandirse.

- **AMBIENTE ECONÓMICO:** En el Ecuador la Población Económica Activa y que tiene la voluntad de trabajar representadas en el PEA. Dentro del mercado laboral 5,8 millones de mujeres están en edad de trabajar (PET), de ellas el 37,9% forma parte de la población económicamente activa (PEA) y el 62,1% de la población económicamente inactiva (PEI), mientras de los 5.6 millones de hombres que están en la PET 67,8% forman parte de la PEA y el 32,1% de la PEI.

- **AMBIENTE POLÍTICO Y LEGAL:** El entorno político y legal influye considerable en las decisiones del plan estratégico. El entorno consiste en las leyes y sus reglamentos, regulaciones y normativas actuales como política de estado, las cuales impulsan el desarrollo de las TIC's, telefónica móvil, telefonía convencional, telefonía fija inalámbrica, TV pagada, etc., para la protección de los intereses de la sociedad ecuatoriana, proteger a los consumidores, proteger a las empresas (proveedores) sobre competencia desleal. El área de cobertura de CNT EP es a nivel nacional dentro de las 24 provincias del Ecuador, divididas en 7 regiones. (Ver gráfico # 2.1)



Fuente: CNT EP

GRAFICO # 2.1

Para un análisis del mercado existente debemos de tomar en consideración los **gustos y preferencias** de los clientes, y una vez definidos los escenarios macroambientales y microambientales; los factores exógenos y endógenos, los cuales nos coadyuvarán a la toma de decisiones empresariales mediante el uso de unas estrategias coherentes y aplicables hacia los productos en este caso el servicio de telecomunicaciones.

Para nuestra investigación, estudio y propuesta dentro de la gama de productos y servicios que la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP brinda a los usuarios, hemos elegido la telefonía fija o convencional.

En la actualidad de acuerdo a la Superintendencia de Telecomunicaciones en su hoja Website en el área de Estadística, nos indica que a nivel nacional existe 723 Centrales y AMG's (Access Media Gateway) a Diciembre de 2011, que prestan el servicio de telefonía fija o convencional.

Las empresas públicas o privadas autorizadas y prestatarias del servicio de telefonía fija o convencional en el Ecuador son las siguientes:

- CORPORACIONA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP (Estatal)
- LINKOTEL S.A. (Privado)
- SETEL S.A. (GRUPO TV CABLE) (Privado)
- ECUADORTELECOM S.A. (CLARO) (Privado)
- ETAPA EP (Estatal)
- GLOBAL CROSSING COMUNICACIONES ECUADOR S.A. (Privado)
- GRUPO CORIPAR S.A. (Privado)
- STARSAT S.A. (HASTA LA FECHA NO ENTRA EN OPERACIONES)

Para la CNT EP la densidad telefónica a Diciembre de 2011 es de 13,93% por cada 100 habitantes, la densidad telefónica que no es otra cosa que el resultado de dividir la cantidad de líneas telefónicas en servicio por la población, multiplicando el coeficiente obtenido por cien.<sup>-12</sup>

---

-12 Fuente: Internet – Website – (ONE) Oficina Nacional de Estadísticas – Republica de Cuba



Con los siguientes datos se determinó el número y porcentaje de población de viviendas que se encuentran insatisfechas, ya que no poseen el servicio de telefonía fija en el Ecuador de acuerdo al último censo del año 2010.

**Datos Estadísticos:**

• **Censo Población 2010 - Vivienda e Infraestructura (Nacional)**

○ Dispone teléfono:	33,35%	-	(1'552.592 viviendas)
○ No dispone teléfono:	66,64%	-	(3'101.462 viviendas)

• **Censo Población 2010 - Vivienda e Infraestructura (por Región)**

**Región Costa**

○ Dispone teléfono:	24,56%
○ No dispone teléfono:	75,43%

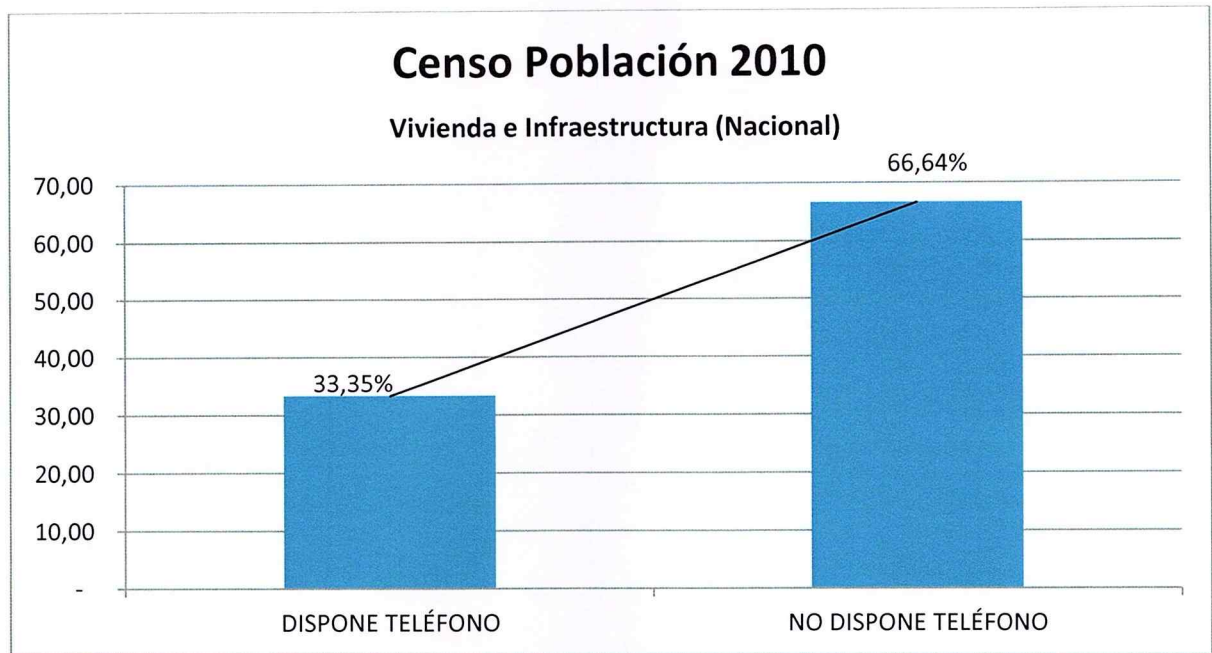
**Región Sierra**

○ Dispone teléfono:	43,79%
○ No dispone teléfono:	56,20%

**Región Amazónica**

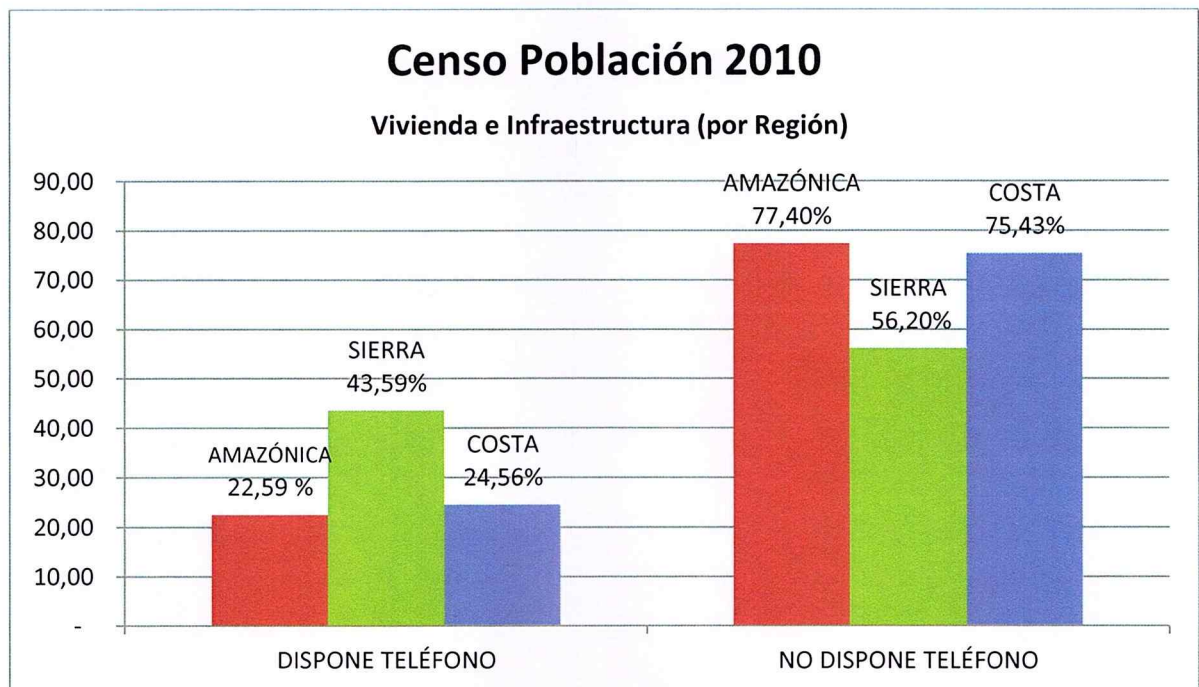
○ Dispone teléfono:	22,59%
○ No dispone teléfono:	77,40%





Fuente: Website Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos – INEC

GRAFICO # 2.2



Fuente: Website Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos – INEC

GRAFICO # 2.3

De acuerdo a información suministrada por el INEC, para la toma de estos datos se utilizó una población de 4'654.054 viviendas, suministrada por el Censo 2010. (Ver Anexo 3).

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, domina el mercado en telefonía fija o convencional, de acuerdo a la siguiente tabla distributiva a nivel nacional a Diciembre de 2011.

### CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

dic-11

#	AREA DE COBERTURA	ABONADOS ***	POBLACIÓN *	DENSIDAD TELEFÓNICA (%)	DIGITALIZACION (%)
1	AZUAY **	25.768	211.414	12,24%	100,00%
2	BOLIVAR	16.771	184.751	9,20%	100,00%
3	CAÑAR	28.500	226.639	12,63%	100,00%
4	CARCHI	23.222	167.843	14,01%	100,00%
5	CHIMBORAZO	57.775	458.875	12,73%	100,00%
6	COTOPAXI	41.206	414.395	10,04%	100,00%
7	EL ORO	67.837	599.455	11,36%	100,00%
8	ESMERALDAS	42095	529.561	8,03%	100,00%
9	GALAPAGOS	8.212	23.290	35,52%	100,00%
10	GUAYAS	447.091	3.620.144	12,43%	100,00%
11	IMBABURA	57.622	408.192	14,24%	100,00%
12	LOJA	56.496	451.999	12,56%	100,00%
13	LOS RIOS	39.345	778.488	5,08%	100,00%
14	MANABI	87.132	1.364.973	6,42%	100,00%
15	MORONA SANTAGO	18.446	150.184	12,35%	100,00%
16	NAPO	9.595	106.318	9,15%	100,00%
17	ORELLANA	8.674	141.506	6,17%	100,00%
18	PASTAZA	12.495	86.252	14,68%	100,00%
19	PICHINCHA	713.146	2.608.789	27,55%	100,00%
20	SANTA ELENA	22.460	305.141	7,40%	100,00%
21	SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS	48.071	371.459	13,03%	100,00%
22	SUCUMBIOS	13.793	178.995	7,81%	100,00%
23	TUNGURAHUA	76.859	509.732	15,22%	100,00%
24	ZAMORA CHINCHIPE	11.810	92.477	12,88%	100,00%
<b>TOTAL</b>		<b>1.934.421</b>	<b>13.990.872</b>	<b>13,93%</b>	<b>100,00%</b>

\* PROYECCION DE LA POBLACION A DICIEMBRE 2011

FUENTE: ESTADISTICAS SUPERTEL

\*\* NO INCLUYE LA CIUDAD DE CUENCA

\*\*\* NO INCLUYE NÚMERO DE ABONADOS DE LINEA DE SERVICIO Y NÚMERO DE ABONADOS DE LINEAS DE TELÉFONOS PÚBLICOS

Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones – CNT EP

TABLA 2.1



*“El cliente es rey. No se le ofrece una tecnología que no se haya ensayado, ni un «baño de oro» innecesario. Recibe productos que duran y servicio rápido. La calidad y el servicio eran pues rasgos distintivos. Para conseguir este resultado se requiere naturalmente de todo el personal y no solamente de 200 mejores”.*<sup>-13</sup>

Históricamente lo que ha detenido un desarrollo en la oferta de líneas de cobre es el costo del alambre de cobre que tiene que ser importado y para el cual los agentes crediticios no dan préstamos. Este alto costo debido al esquema tarifario podría ser recuperado después de muchos años por lo que se encarecerían los costos de operación por la amortización de este gasto de inversión. El desarrollo de la telefonía rural ha sido un desafío más que nada por la recuperación de costos, los cuales se han tratado de solventar creando un fondo para el desarrollo de la telecomunicación rural al cual aportan las operadoras en función de la facturación. Pero este ha fallado en gran medida por la politización del servicio de telefonía.

El poco desarrollo de la telefonía fija esta dada fundamentalmente, por la falta de competencia efectiva, y por la falta de visión y proyección de los directivos de estas empresas, que no han sabido establecer políticas de planificación y desarrollo acordes a la evolución tecnológica de los mercados que puedan agregar valor al servicio para hacerle atractiva, tal como el servicio de banda ancha a través de tecnologías tipo xDSL que es un grupo de tecnologías de comunicación que permiten transportar información multimedia a mayores velocidades, que las que se obtienen actualmente vía módem, simplemente utilizando las líneas telefónicas convencionales, otro servicio podría ser la Televisión de Alta Definición (HDTV). De igual manera, los proyectos de expansión se han concentrado en desarrollar infraestructura en las grandes ciudades, limitando el desarrollo de zonas urbanas, rurales y urbano-marginales del Ecuador. (Ver tabla # 2.1 y Gráficos # 2.4 y 2.5)

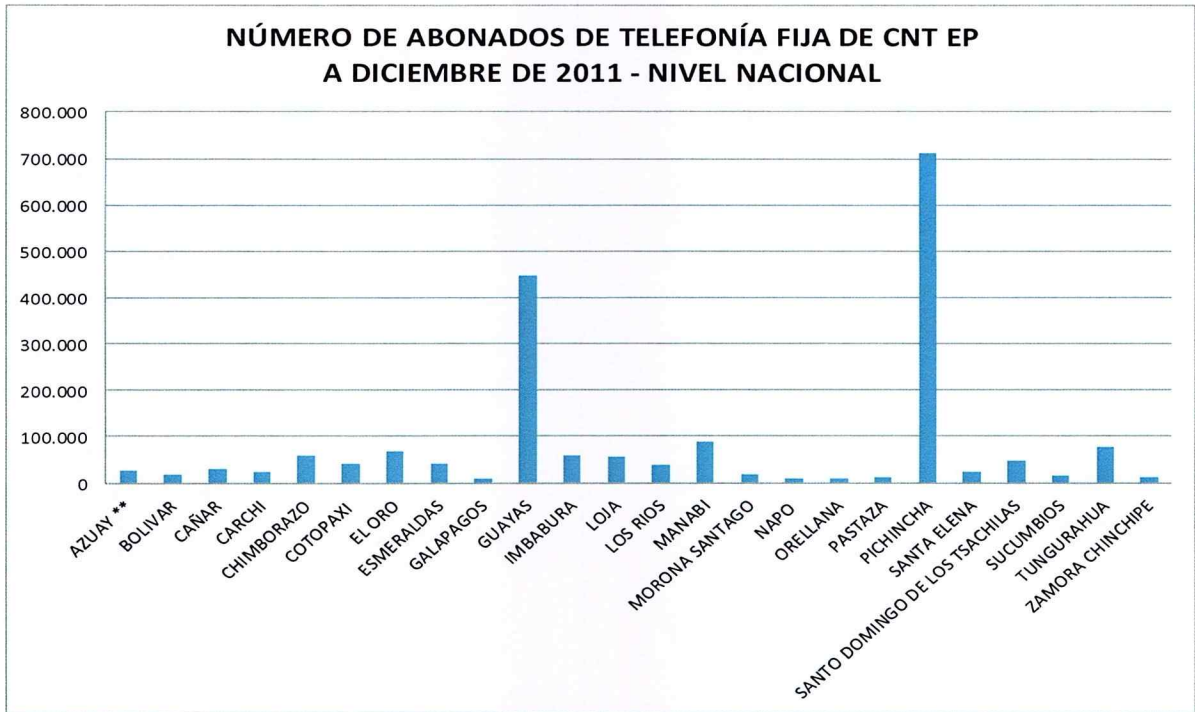
“Una migración a redes de próxima generación les permitiría consolidar un mayor número de clientes, paralelamente con el desarrollo tecnológico que con ello se lograría. Otro factor que incide directamente en el desarrollo de las empresas de telefonía fija, es la subutilización de la planta interna”.<sup>-14</sup>

---

-13 Fuente: En busca de la EXCELENCIA (IN SEARCH OF EXCELLENCE)

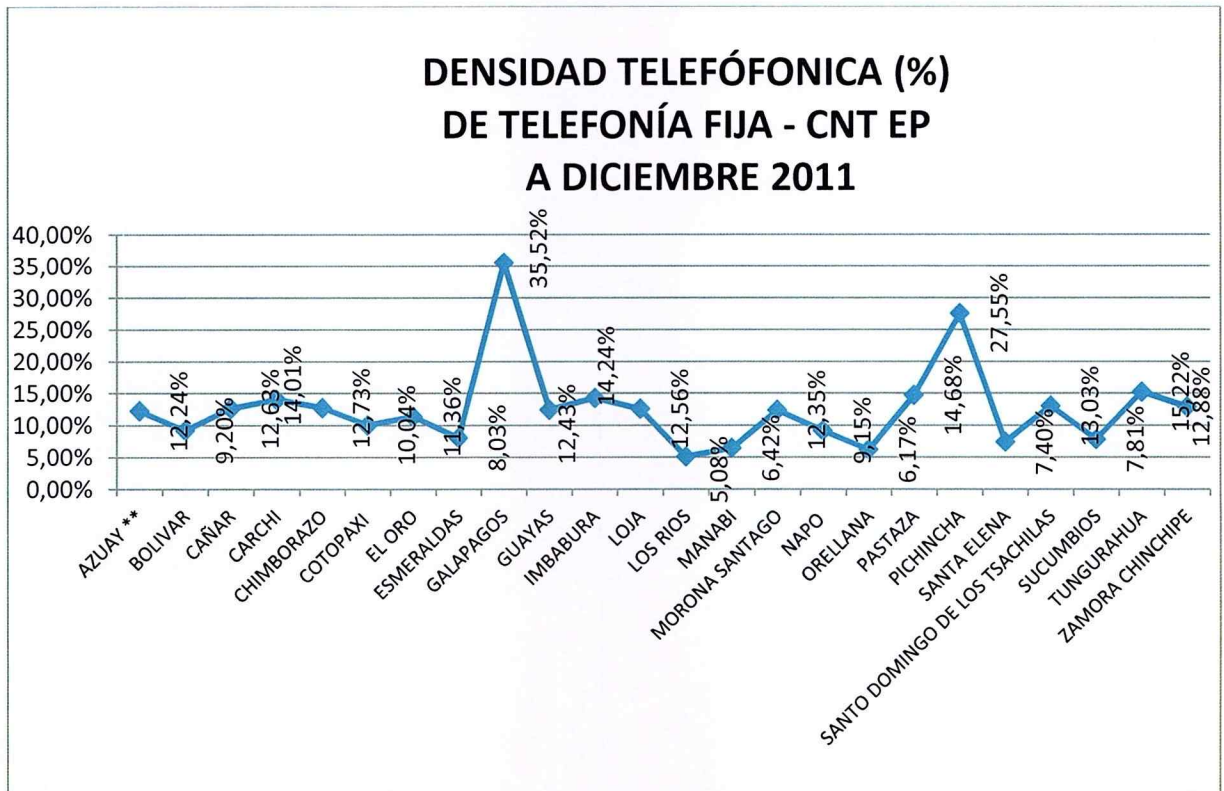
-14 Fuente: Website Comunidad Andina.org





Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones – CNT EP

GRÁFICO # 2.4



Fuente: Corporación Nacional de Telecomunicaciones – CNT EP

GRÁFICO # 2.5

En la actualidad la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, esta invirtiendo en un cambio tecnológico para aplicar el mandato del Plan Nacional de Desarrollo de Telecomunicaciones 2007 - 2012 y el Plan Nacional de Conectividad (PNC) 2008 - 2010, con proyectos como **IP / MPLS TE** (Multi Protocol Label Swichting / Conmutación de Etiquetas de Multiprotocolo), que esta diseñado para unificar el servicio de transporte de datos para las redes basadas en circuitos y las basadas en paquetes.

Puede ser utilizado para transportar diferentes tipos de tráfico, incluyendo tráfico de voz y de paquetes IP (Internet Protocol); red de última tecnología, una de las mejores a nivel de toda Sudamérica, implementada en su totalidad con tecnología CISCO, que se encuentra a la vanguardia de innovación, utilizada en los países más desarrollados, lo cual da garantía de calidad de servicio.

Capacidad en la red de Transporte de hasta 192 Lambdas. Interfaces de conexión con capacidades de hasta 10 Gbps (Gigabits per second); **DWDM** (Dense Wavelength División Multiplexing / Multiflexación por Longitud de Onda Densa), que se utiliza en medios de transmisión electromagnéticos.

Varias señales portadoras (ópticas) se transmiten por una única fibra óptica utilizando distintas longitudes de onda de un haz láser cada una de ellas. Proyectos implementados como el de la red **NGN** (Next Generation Networking / Redes de Nueva Generación), que es una arquitectura de red orientada a remplazar las redes telefónicas conmutadas de telefonía, para brindar servicios de voz y multimedia, adquisición de nuevos equipos nuevos para telefonía móvil, que se implementaran para ofrecer un mejor servicio con calidad. La empresa estatal es propietaria de la red de fibra óptica más grande a nivel nacional, con más de 10.000 Km de fibra óptica instalada en todo el territorio Ecuatoriano.

La fibra óptica de mayor calidad del Ecuador, tipo de fibra monomodo y anillada, permite mayor calidad en la transmisión de datos y garantiza una alta disponibilidad en la red, que incluye triple protección en el cable, chaquetas de seguridad, material anti-roedores y con alma de acero. Implementación a través de canalización

subterránea, brindando mayor seguridad para garantizar el servicio. Implementación y operación conforme a estándares internacionales, tales como el 568B.3.1. También Dispone de las tecnologías de acceso fija más avanzadas del Ecuador, para llegar con la mejor velocidad de Internet a los usuarios ADSL2+; GPON; G.SHDSL; WIMAX.

En la conectividad Internacional, tienen el nivel de TIER 2, considerada la mejor conectividad internacional del país con una capacidad de transporte de datos internacional de 192 STM-1. Quien también posee actualmente 5 salidas para conexión internacional:

- Tres cables submarinos (Cable Panamericano, Emergia y Américas 2).
- Dos cables terrestres (Telecom y Transnexa).

(Fuente: Información suministrada de la Website de Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP).

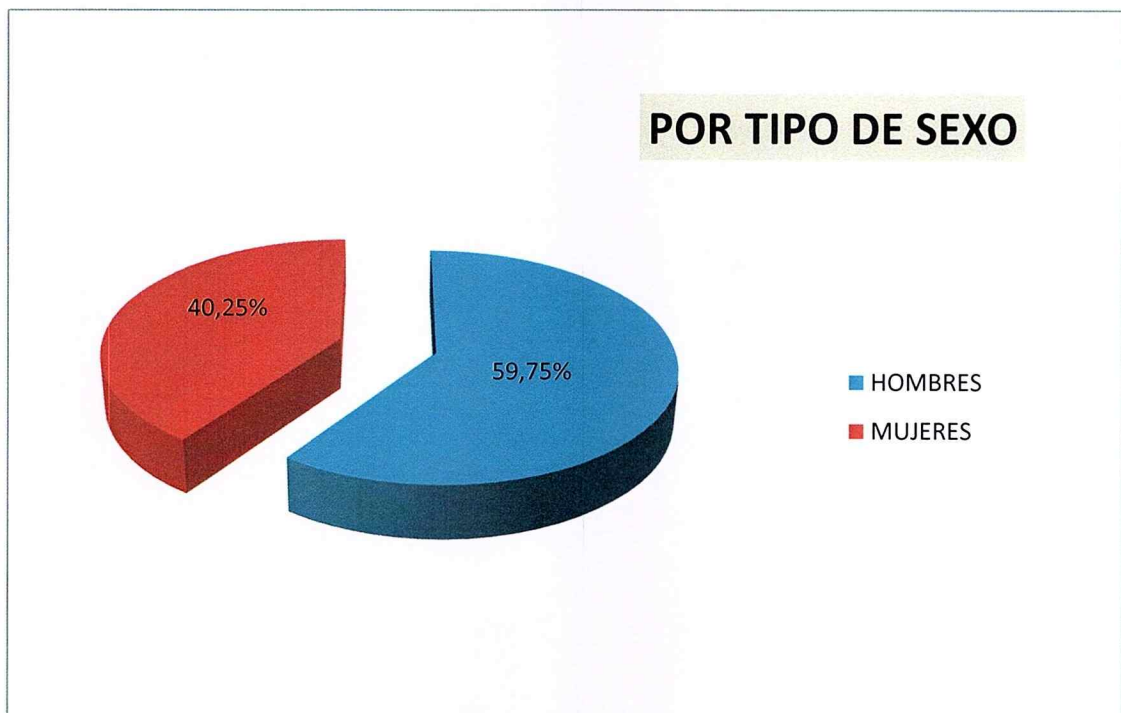


### 2.1.1 Análisis de encuestas a usuarios de operadores telefónicos fijos y móviles

Se realizó una encuesta presencial a cuatrocientos personas (*nuestra muestra era de trescientos ochenta y cuatro personas*), todos los encuestados son mayores de edad quienes indicaron cuales eran sus gustos y preferencias con respecto a las preguntas que el encuestador le formuló y sus respuestas se las agrupó y clasificó de la siguiente manera:

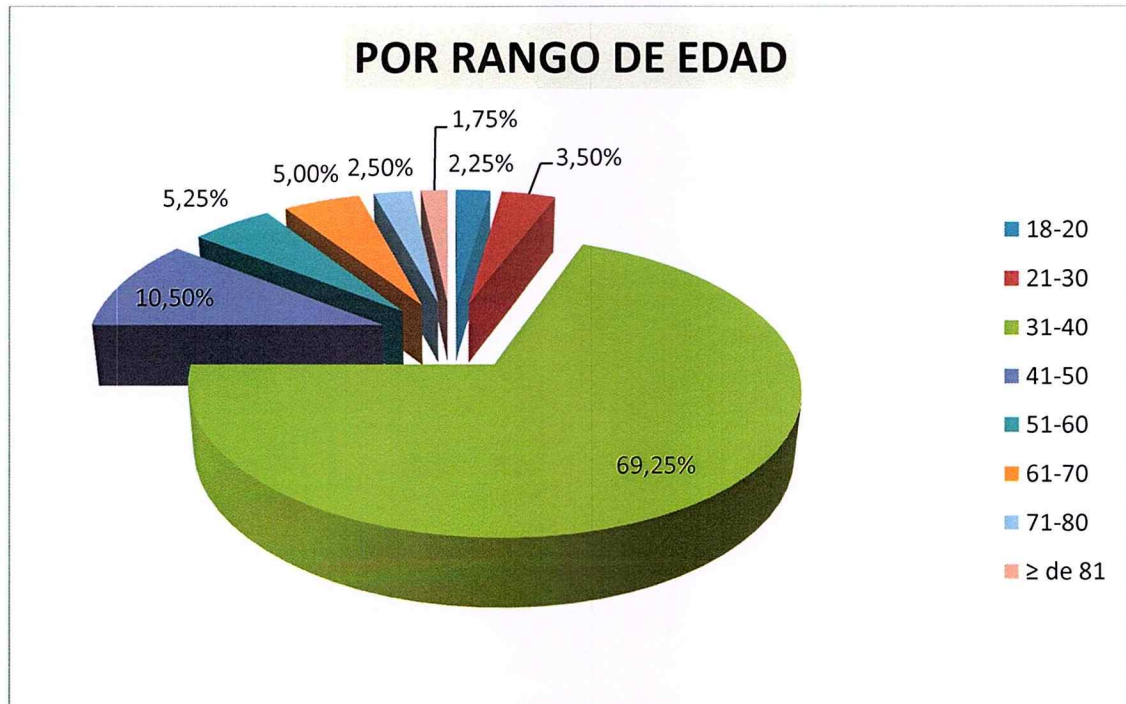
#### Estratificación de la Muestra: Asignación Proporcional

Se agrupó o estratificó la muestra de los cuatrocientas personas encuestadas en tres tipos de asignación proporcional que son: **POR TIPO DE SEXO, POR RANGO DE EDAD y POR PROVINCIA.**



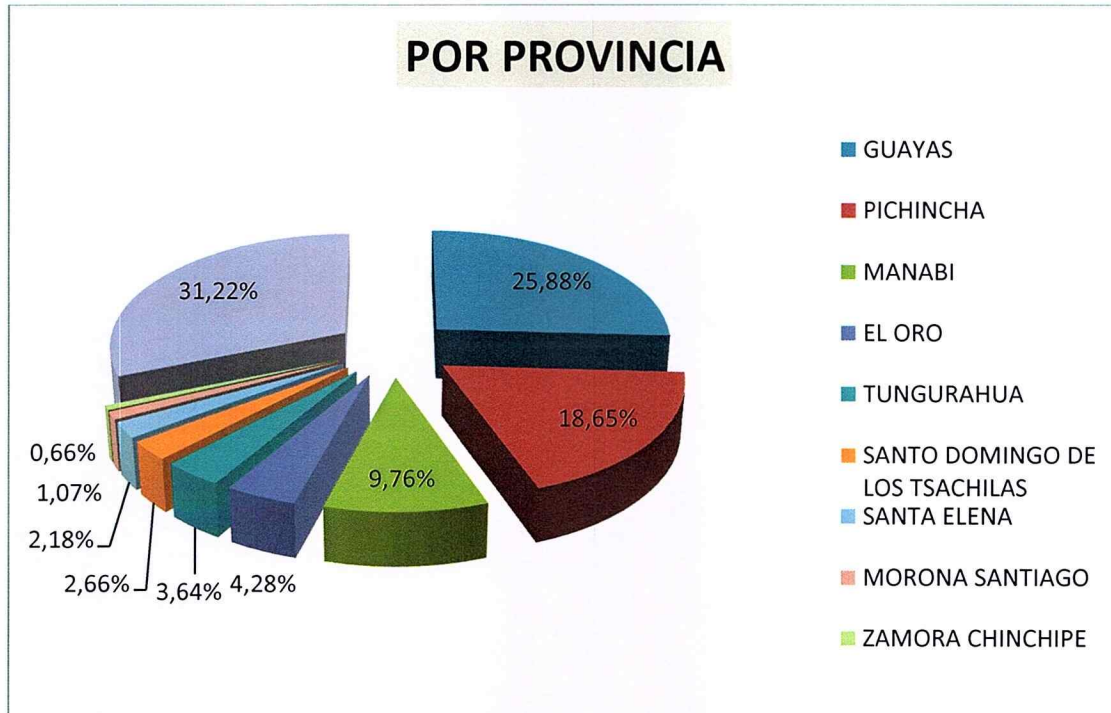
Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.6



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.7



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.8

Por los datos se ha obtenido lo siguientes resultado:

- En el grafico # 2.6 lo tenemos estratificado **por tipo de sexo**, observamos que de los cuatrocientos, tenemos doscientos treinta y nueve (239) corresponden a hombres encuestados y ciento sesenta y uno (161) corresponden a mujeres.
- En el grafico # 2.7 lo tenemos estratificado **por rango de edad**, observamos que de los cuatrocientos, tenemos del rango 31-40 el 69,25%; 41-50 el 10,50%; que de 51-60 el 5,25%; de 61-70 el 5,00%; de 71-80 2,50%; y el 7,50% que equivale a los demas rangos en responder la encuesta entre gustos y preferencias.
- En el grafico # 2.8 lo tenemos estratificado **por provincia**, observamos que de los cuatrocientos, estan divididos en un 25,88% en Guayas; un 18, 65% en Pichincha; un 9,76% en Manabí, y 45,71% en otras provincias del Ecuador en que CNT EP tiene cobertura.



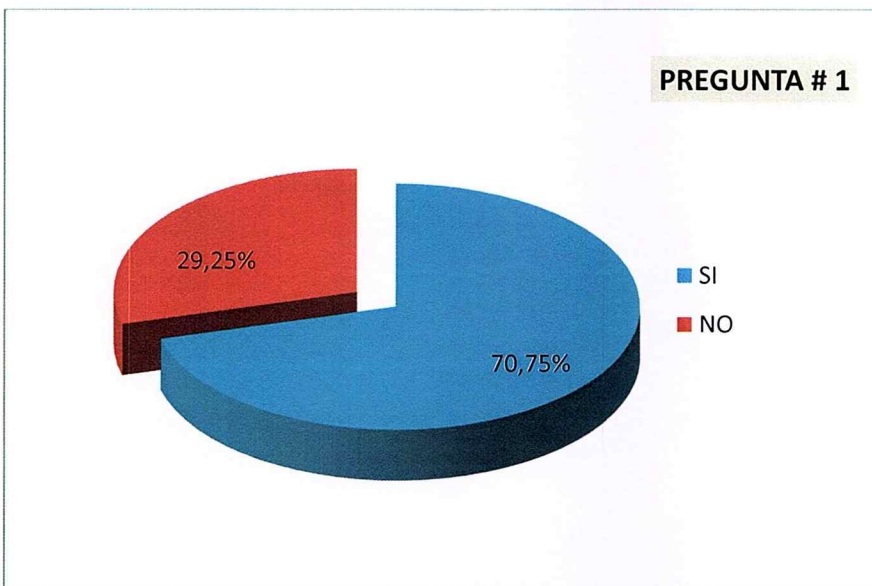
## Encuestas

- Conocer si el usuario tiene la necesidad de adquirir servicio de telefonía fija

### PREGUNTA N° 1:

¿Actualmente Usted ve la necesidad de adquirir el servicio de telefonía fija o convencional?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	283	70,75%
NO	117	29,25%
TOTAL	400	100,00%



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.9

### Hallazgo:

Mediante esta esta pregunta se encontro que el 70,75% (283 encuestados) consideran necesaria la telefonía fija o convencional frente al 29,25% (117 encuestados).

### **Análisis:**

La encuesta realizada al azar a cuatrocientos usuarios, sobre si creen que actualmente existe la necesidad de adquirir el servicio de telefonía fija, nos indica que adquirir el servicio de telefonía fija o convencional hasta cierto punto es aceptable en virtud que la telefonía móvil posee altos costos para el usuario tanto en equipo como en tarifa, pero esta tiene una alta tasa de penetración y cobertura dentro del mercado Ecuatoriano a diferencia de la telefonía fija cuya penetración nacional no a llegado a ser mayor del 14%.

- Con la operadora Claro con una captación del 69,97% (a partir de 2010 es denominado operador dominante) y Movistar 28,31% y CNT EP con el 1,75% de usuarios en telefonía móvil, su población es de 15'750.533 líneas vendidas a diciembre de 2011.
- La CNT EP, tiene el 88,54% del mercado de telefonía fija o convencional de un mercado de 2'144.783 de abonados (líneas vendidas) a diciembre de 2011.
- Existe una población del 66,44% (3'101.462) viviendas insatisfechas de acuerdo al último censo poblacional del 2010.

### **Deducción:**

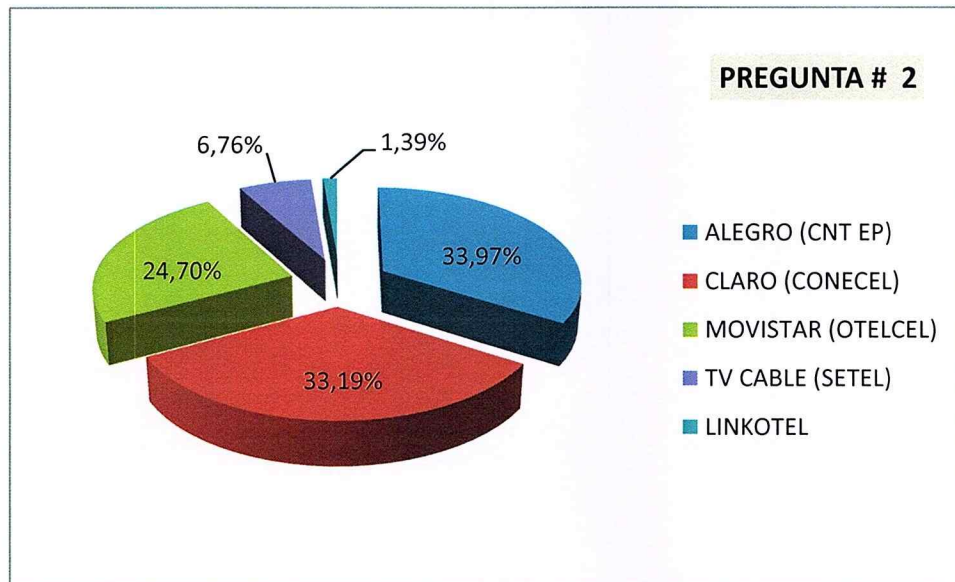
Este es un resultado inesperado, en virtud de que existen en el mercado ecuatoriano nuevas tecnologías tales como VoIP (voice over IP), tecnología móvil 3G, 3.5G y 4G, envío de datos, audio y video, etc., los gustos y preferencias de los usuarios se mantienen sobre la telefonía fija o convencional (tecnología convencional) sobre otras tecnologías.

- Conocer si el usuario identifica a los proveedores de servicio de telefonía fija

**PREGUNTA N° 2:**

¿Mencione tres Operadores de telefonía fija o móvil que se le vengan a la mente que Usted conozca?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
ALEGRO (CNT EP)	392	33,97%
CLARO (CONECEL)	383	33,19%
MOVISTAR (OTELCEL)	285	24,70%
TV CABLE (SETEL)	78	6,76%
LINKOTEL	16	1,39%
<b>TOTAL</b>	<b>1154</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.10

**Hallazgo:**

Si bien es cierto que a partir del año 2002, mediante decreto ejecutivo, se termino con la concesion de exclusividad de prestacion de servicios telefonicos a los operadores de esa época, mediante esta esta pregunta se encontro que el 33,97% (136 encuestados) reconocen como a CNT EP como empresas proveedora detelefonia fija o convencional / telefonía móvil frente al 33,19% (133 encuestados)



que reconocen a la operadora CLARO (Concel) y 24,70% (99 encuestados) MOVISTAR (Otecel) y 8,15% Otros operadores (32 encuestados).

**Análisis:**

Definitivamente dentro de las preferencias de los cuatrocientos encuestados encontramos sobre los tipos de operadoras telefónicas sean fijos o móviles, se manejan por diferentes razones sean estas tarifa, cobertura, calidad, costumbre (fidelidad a la marca) que es lo que motiva a los diferentes usuarios.

**Deducción:**

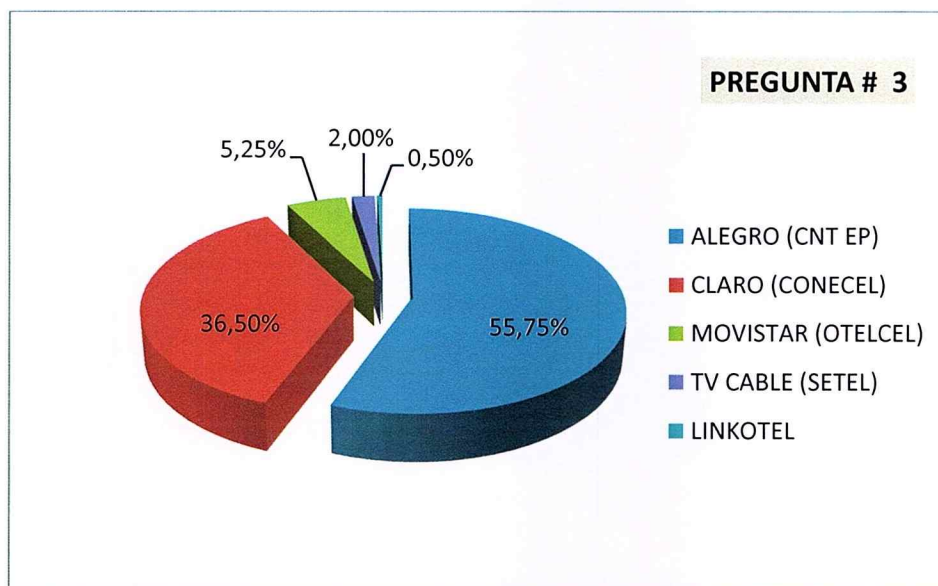
Este es el resultado de planes de marketing, de promociones y publicidad de las tres operadoras, podemos definir que las marcas con mayor penetración en la mente de los usuarios (las que más recuerdan) son CLARO, MOVISTAR y ALEGRO, como podemos determinar en sus gustos y preferencias por las tres operadoras principales en este mercado.

- Conocer los gustos y preferencias de los usuarios respecto al proveedor de servicios

**PREGUNTA N° 3:**

¿Cuál de las tres Operadoras de telefonía mencionadas anteriormente prefiere y por qué?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
ALEGRO (CNT EP)	223	55,75%
CLARO (CONECEL)	146	36,50%
MOVISTAR (OTELCEL)	21	5,25%
TV CABLE (SETEL)	8	2,00%
LINKOTEL	2	0,50%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.11

**Hallazgo:**

Mediante esta esta pregunta se encontro que el 55,75% (223 encuestados) prefiere la operadora ALEGRO-CNT, a pesar de no existir una publicidad agresiva por parte de la CNT EP, para captar nuevos clientes frente al 36,50% (146 encustados) de CLARO, que si tiene un plan de publicidad agresivo (razon por la cual es la

operadora dominante dentro de mercado Ecuatoriano), frente al 7,75% (31 encuestados) que prefieren otras operadoras sean fijos o móviles.

**Análisis:**

A los cuatrocientos encuestados, nos indican que prefieren a la Alegro (CNT EP) por cuestion de tarifa, otro grupo prefiere CLARO (CONECEL) por cobertura, señal mas fuerte, por fidelidad a la marca y promociones, etc., y un reducido grupo le gusta MOVISTAR (OTECCEL) por promociones y tarifas adecuadas para sus clientes, paquetes o combos.

**Deducción:**

Las razones que eligen los encuestados son diversas pero pesa la tarifa y la cobertura, tanto en telefonía fija y móvil, otras razones como costumbre (fidelidad a la marca), en conclusion los usuarios tienen un sentimiento de que la empresa prestadora de servicio no les quita su dinero, sienten que es justa entre servicio-tarifa.

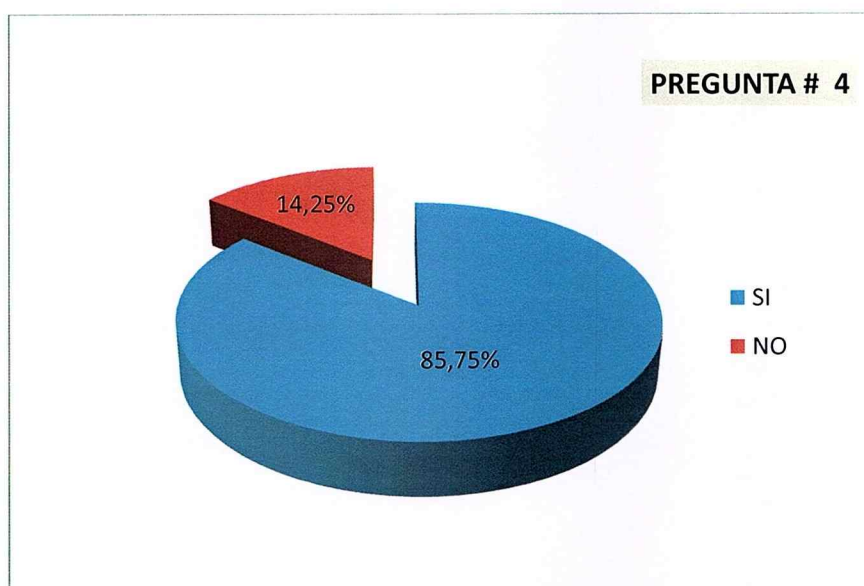


- Conocer si los usuarios posee servicio de telefonía fija

#### PREGUNTA N° 4:

¿Usted posee servicio de Telefonía Fija?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	343	85,75%
NO	57	14,25%
TOTAL	400	100,00%



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.12

#### Hallazgo:

Mediante esta pregunta encontramos que un 85,75% (343 encuestados) poseen telefonía fija o convencional (no importa que operador) a pesar del avance tecnológico de la telefonía móvil frente al 14,25% (57 encuestados que no poseen este servicio)

**Análisis:**

A los encuestados que poseen el servicio de telefonía fija o convencional, prefieren dicho servicio por costo-minuto (tarifa) que su proveedor de servicios les presta, frente al costo-minuto de telefonía móvil que sigue siendo elevado por la interconexión entre operadoras el cual es asumido por el cliente.

**Deducción:**

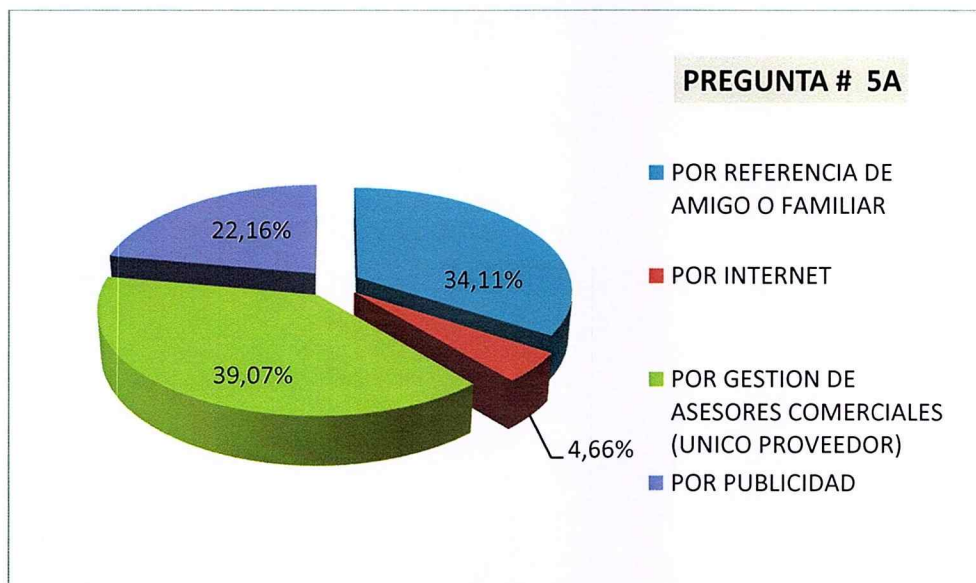
Este es un servicio que ya no es un lujo sino una necesidad, dependiendo de la operadora prestataria de servicio, su infraestructura tecnológica y pliego tarifario los usuarios la adquirirían dicho servicio.

- Conocer porque medio el usuario tuvo acceso a adquirir el servicio de telefonía fija o convencional

**PREGUNTA N° 5:**

De poseer servicio de Telefonía Fija. ¿Cómo llegó a conocer el o los servicios que su operadora le ofrece? Escoja una de las alternativas que se indican a continuación:

RESPUESTA	CANTIDAD	%
POR REFERENCIA DE AMIGO O FAMILIAR	117	34,11%
POR INTERNET	16	4,66%
POR GESTION DE ASESORES COMERCIALES (UNICO PROVEEDOR)	134	39,07%
POR MARKETING Y PUBLICIDAD	76	22,16%
<b>TOTAL</b>	<b>343</b>	<b>100,00%</b>



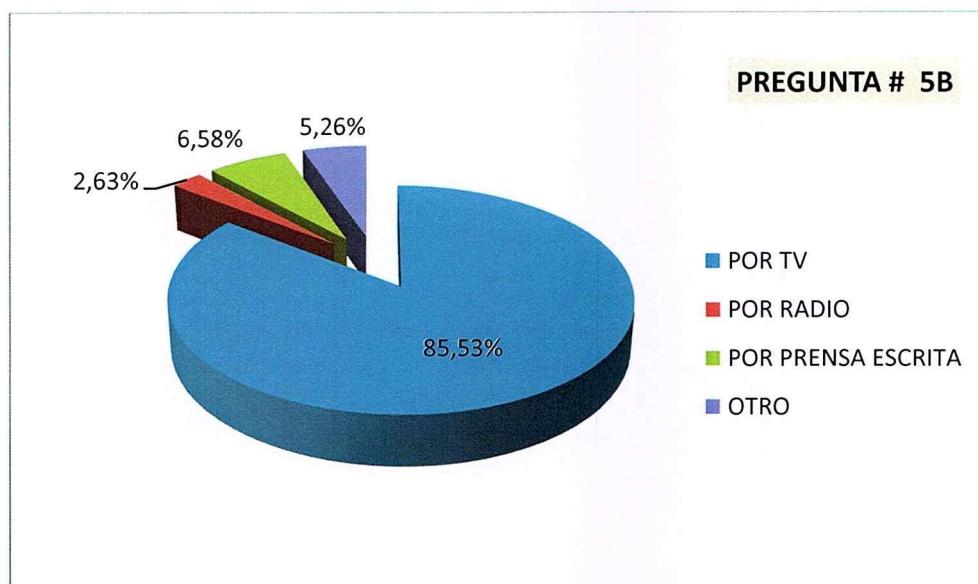
Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.13



## ¿Por qué medio de Publicidad?

RESPUESTA: POR QUE MEDIO DE PUBLICIDAD	CANTIDAD	%
POR TV	65	85,53%
POR RADIO	2	2,63%
POR PRENSA ESCRITA	5	6,58%
OTRO	4	5,26%
<b>TOTAL</b>	<b>76</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.14

### Hallazgo:

A los cuatorcientos encuestados, se les pregunto la manera de cómo llegaron a conocer sobre la telefonía fija o servicios que su operadora ofrece en los cuales el 85,75% que es decir (343 encuestados) respondieron de la siguiente manera: por referencia de un amigo o familiar el 34,11% (117 encuestados), por la utilización del la Internet un 4,66% (17 encuestados), por gestión de asesores comerciales o unico proveedor (a esa época) respondieron un 39,04% (134 encuestados) y por propaganda y publicidad respondieron un 22,16% (76 encuestados). En lo que se refiere al marketing y publicidad se le realizo una sub-pregunta, mediante que medio conocieron o se informaron del servicio, de los cuales el 22,16% o decir lo mismo 76

de los de trecientos cuarenta y tres encuestados dieron la siguiente respuesta: mediante la señal de TV (abierta o pagada) contestaron afirmativamente un 83,53%, (65 encuestados), por radio un 2,63% (2 encuestados), por prensa escrita un 6,58% (5 encuestados) y otros un 5,26% (4 encuestados) por (triptico, panfleto, folleto o catalogo, etc.).

### **Análisis:**

La opción de gestión de asesores (único proveedor) se refiere a la venta a través de vendedores o servicio al cliente tanto en la época en la que existía un solo proveedor como en la actualidad que existen varios proveedores. Desde que existió el servicio de telegrafía, pasando por el servicio de telefonía fija, hasta la actualidad que existe la telefonía móvil, VoIP (voice over IP / voz sobre IP), SMS (short message service / servicio de mensajes cortos), MMS (multimedia messaging system / sistema de mensaje multimedia), video conferencias múltiples en tiempo real, etc.

La telefonía móvil entro a operar en el Ecuador en 1993 con Celular Power (hoy Claro – Conecel, subsidiaria de América Móvil), en 1997 con BellSouth (hoy Movistar – Otecel, subsidiaria de Telefónica de España) quienes monopolizaron el mercado desde entonces convirtiéndolo en un duopolio y en el 2003 con el ingreso de la empresa estatal Alegro PCS – Telecsa (hoy parte de CNT EP), logrando este último la reducción en tarifas en los servicios dentro del mercado de telefonía móvil, siendo este un servicio muy lucrativo hasta la actualidad.

En lo que respecta a la telefonía fija o convencional, siempre fue exclusividad del estado proveer el servicio de telecomunicaciones y sus servicios, hasta que entraron a operar otras empresas por la liberación de la exclusividad en el 2002, pero es a partir que en año 2008 en que se fusionan Andinatel S.A. y Pacifictel S.A., creando la CNT EP y en 2010 con Telecsa (Alegro), creando la mas grande empresa de estatal de telecomunicaciones para poder hacer frente a la amenaza de la competencia privada.

**Deducción:**

Falta una mayor promoción de productos y servicios a nivel de la CNT EP más agresiva, esta desventaja se convierte en ventaja que aprovecha la competencia para promocionarse y captar más clientes.

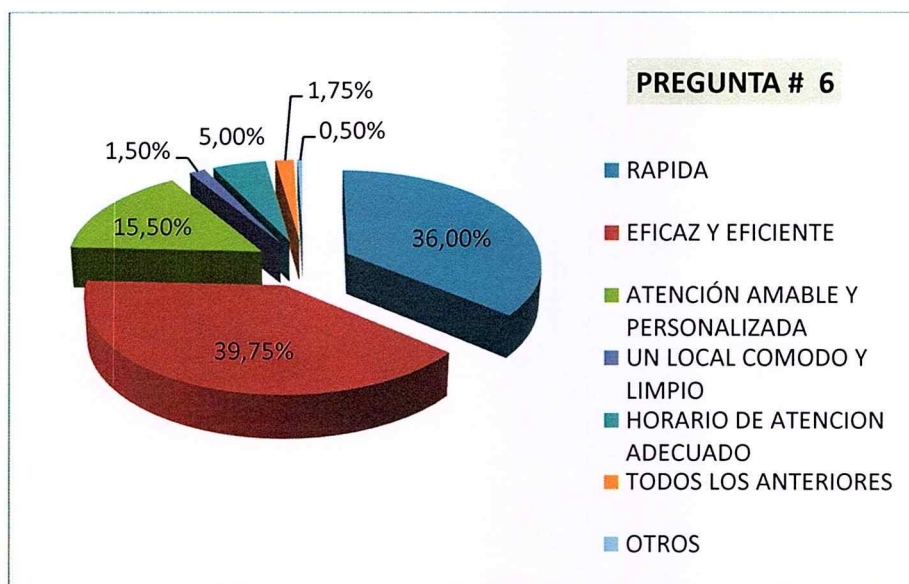


- Conocer los gustos y preferencias de los usuarios respecto a la atención al cliente por parte de su proveedor de servicios

**PREGUNTA N° 6:**

¿De las siguientes opciones escoja una de cómo le gustaría que fuese la Atención al Cliente por parte del vendedor de su proveedor de servicios de su preferencia?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
RAPIDA	144	36,00%
EFICAZ Y EFICIENTE	159	39,75%
ATENCIÓN AMABLE Y PERSONALIZADA	62	15,50%
UN LOCAL COMODO Y LIMPIO	6	1,50%
HORARIO DE ATENCION ADECUADO	20	5,00%
TODOS LOS ANTERIORES	7	1,75%
OTROS	2	0,50%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.15

### **Hallazgo:**

A los cuatorcientos encuestados se les pregunto sobre como les gustaria que les atienda el Servicio al Cliente por parte de su operador telefonico, dandonos como respuesta lo siguiente: que un 39,75% ( 159 encuestados) prefiere que sea eficaz y eficiente osea que el funcionario de la operadora le de solución positiva a su problema, un 36% (144 encuestados) prefiere que la atencion sea rapida, un 15,50% (62 encuestados) que la atencion sea amable y personalizada, un 5% (20 encuestados) prefiere un horario de atencion adecuado, el 1,75% (7 encuestados) prefiere todos los anteriores , un 1,50% (6 encuestados) prefiere un local como y limpio y un 0,50% (2 encuestados) prefirio otro, no respondieron o no les gusta nada.

### **Análisis:**

Analizando las tres preferencias mas altas de la encuesta obtenemos, que a los usuarios les gusta que el funcionario ser eficaz y eficiente en la labor encomendada, esto quiere decir que el usuario quiere que el funcionario le resuelva u inquietud o problema, el usuario por el ritmo de vida cotidiano en el que se desenvuelve también desea que se le atienda de forma rápida en virtud de que este no desea perder ni hacer perder el tiempo esto va de la mano con una atención cordial y personalizada que el funcionario se dedique con tesón y ahínco a dar solución a su problema.

### **Deducción:**

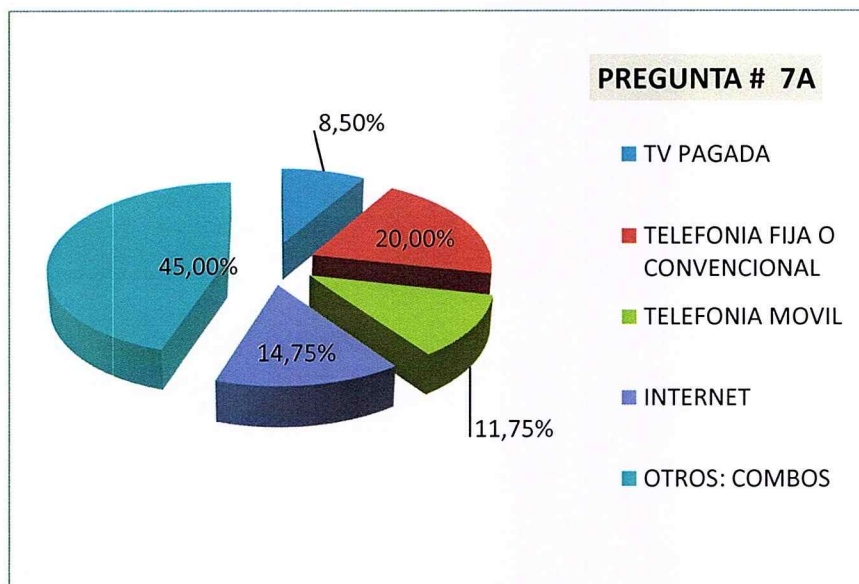
Dentro de los gustos y preferencias los usuarios prefieren una atención personalizada que sea eficaz y eficiente, esto es que el funcionario, le de solución al problema planteado, con rapidez y con una atención amable y personalizada.

- Conocer los gustos y preferencias de los usuarios respecto a tipo de servicio que adquiriría a su proveedor de servicios

**PREGUNTA N° 7:**

¿Señale una de las siguientes opciones que tipo de servicio que Usted considera necesario, el cual lo adquiriría a su operador preferido?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
TV PAGADA	34	8,50%
TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL	80	20,00%
TELEFONIA MÓVIL	47	11,75%
INTERNET	59	14,75%
OTROS: COMBOS	180	45,00%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



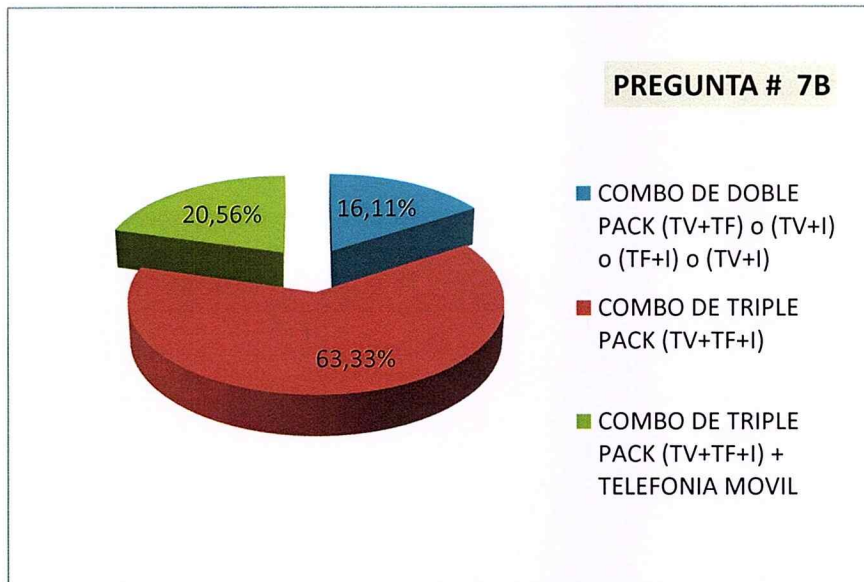
Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.16



**Otros: Combos o Paquetes Promocionales.**

RESPUESTA: OTROS	CANTIDAD	%
COMBO DE DOBLE PACK (TV+TF) o (TV+I) o (TF+I) o (TV+I)	29	16,11%
COMBO DE TRIPLE PACK (TV+TF+I)	114	63,33%
COMBO DE TRIPLE PACK (TV+TF+I) + TELEFONIA MÓVIL	37	20,56%
<b>TOTAL</b>	<b>180</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.17

**Hallazgo:**

A los cuatorcientos encuestados se les pregunto sobre que tipo de servicio considera necesario y lo adquiriria a su operador, como respuesta tenemos lo siguiente: que el 8,50% (34 encuestados) prefiere la televisión pagada o suscrita, el 20% (80 encuestados) prefiere la telefonia fija o convencional, el 11,75% (47 encuestados) prefiere la telefonia móvil y el 14,75% (59 encuestados) prefieren el uso de la Internet.

Es interesante ver que en la selección otros que corresponde al 45% (180 encuestados), en donde están los combos o paquetes de servicios los cuales el interesado o usuario elige, nos da como resultado que combo doble (doble pack) o sea la prestación de dos servicios corresponde el 16,11% (29 encuestados) lo comprarían, el 63,33% (114 encuestados) comprarían combo triple (triple pack) o sea la prestación de tres servicios y un 20,56% (37 encuestados) adquiriría el combo triple o triple pack agregado a este paquete, el servicio de telefonía móvil o celular, es decir el uso de cuatro servicios. La CNT EP, no oferta combos o paquetes, ni descuentos por combos o paquetes de productos a sus clientes.

### **Análisis:**

En esta opción podemos ver que un alto porcentaje requiere contratar un servicio en paquete obtenido un descuento por la adquisición de dicho paquete, esto sirve para atraer nuevos clientes potenciales, en virtud de que la empresa cree nuevos productos y servicios, tal como lo hace la competencia.

### **Deducción:**

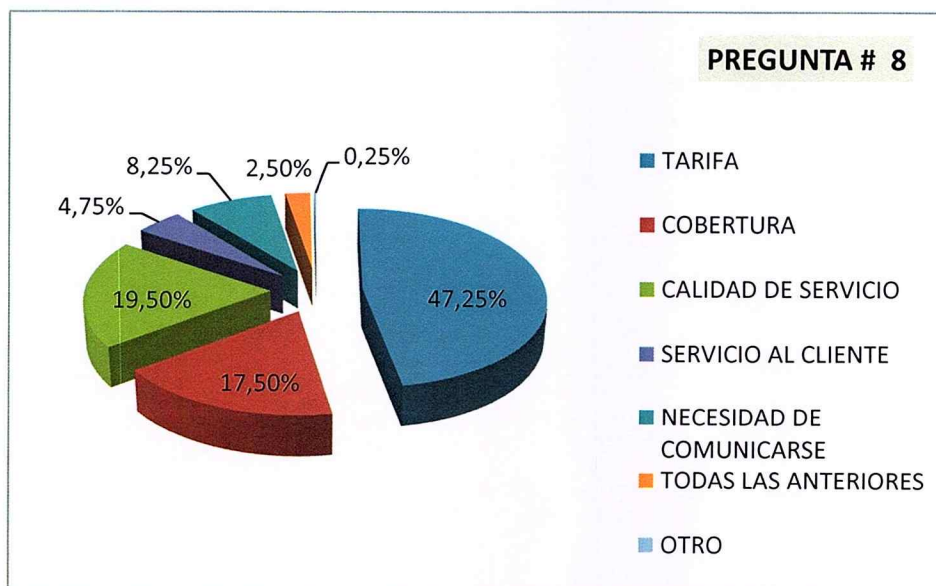
En esta opción la de combos o paquetes promocionales, equivale al 45% del total de los encuestados quienes elegirían los combos o promociones por descuentos ofertados a dichos paquetes de servicio por parte de los proveedores de telefonía frente al 55% de encuestados que elegirían adquirir un solo servicio. Como conclusión para obtener e incrementar la cartera de clientes es necesario crear combos o paquetes promocionales por parte de las empresas proveedoras de servicio de telecomunicaciones.

- Conocer los gustos y preferencias de los usuarios respecto que lo motivo a adquirir el servicio de telefonía fija a su proveedor de su preferencia

**PREGUNTA N° 8:**

¿Señale de las siguientes opciones qué lo motivaría a Usted adquirir un nuevo servicio de telefonía fija por parte de su operador telefónico de su preferencia?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
TARIFA	189	47,25%
COBERTURA	70	17,50%
CALIDAD DE SERVICIO	78	19,50%
SERVICIO AL CLIENTE	19	4,75%
NECESIDAD DE COMUNICARSE	33	8,25%
TODAS LAS ANTERIORES	10	2,50%
OTRO	1	0,25%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.18



### **Hallazgo:**

A los cuatrocientos encuestados se les pregunto sobre que lo motivaria a adquirir un nuevo servicio y contestaron de la siguiente manera: por tarifa el 47,25% (189 encuestados) lo prefiere, esto se presenta por promociones, combos o paquetes que resultan beneficioso al momento de comprarlos o adquirirlos ya sea que vengan con descuentos o no en los mismos o podemos indicar un valor agregado que las operadoras brindan al momento de adquirirlos; un 17,50% (70 encuestados), prefiere la cobertura sea inalambrica para móviles o fija (convencional); un 19,50% (78 encuestados) le gusta la calidad del servicio osea que no se interrumpa, que la señal llegue fuerte y se amplia, que no exista ruido o induccion telefonica en los fijos (convencionales), que no haya cruces de linea, etc.; un 8,25% (33 encuestados) ve la necesidad de comunicase como factor prioritario; un 4,75% (19 encuestados) creen que el servicio al cliente importante; un 2,50% (10 encuestados) escoge todas las opciones presentadas y solo un 0,25% (1 encuestado) no opina o no tiene ningún tipo de interés.

### **Análisis:**

Dentro del los gustos y preferencias podemos mencionar que los encuestados prefieren ante todo el pliego tarifario, con tarifas justas y adecuadas, seguido por una calidad de servicio por parte del proveedor y otro opcion que no deja de ser menos importante es la cobertura que no es otra cosa que el *área geográfica que cubre una estación específica de telecomunicaciones.*

### **Deducción:**

Debido a la resección economica y la desacelercion de la economia en del pais y del estancamiento de los sueldos e incremento de los bienes y servicios, aranceles e impuestos y materias primas por lo general extranjeras, han previsto que se reajusten lo pliegos tarifarios y los contratos con los usuarios sobre todo en telefonia celular o mobil en las telecomunicaciones en el país pero que no pasen de los techos tarifarios que por tal motivo existen, siendo una causa importante a la toma de desiciones al momento de elegir o contratar algun plan o servicio; la calidad en el servicio va parelamente en lo que concierne a la infraestructura junto con la

cobertura o planta externa instalada de las empresas proveedoras de servicios de telecomunicaciones.

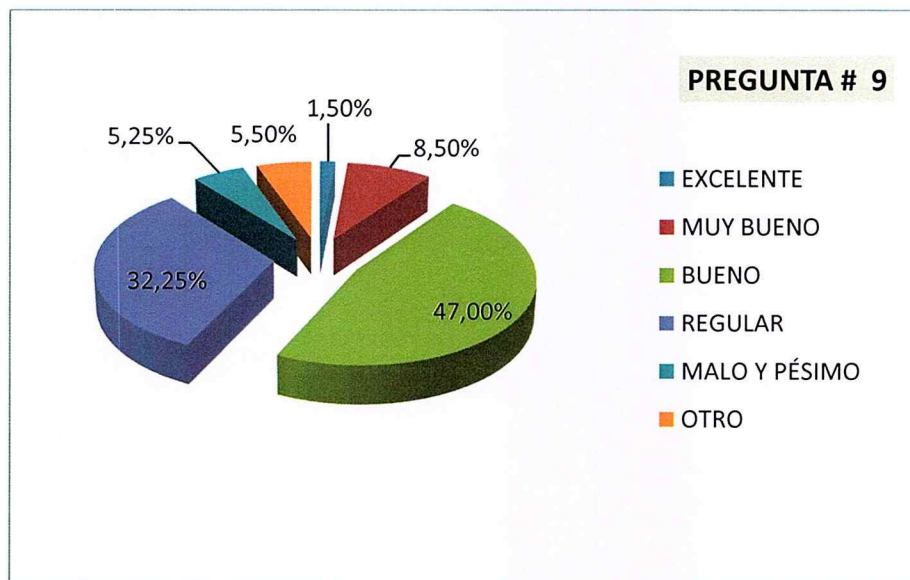
Las empresas proveedoras tienen que actualizarse sus sistemas tanto en hardware como en software, para brindar servicios con calidad y tecnología de punta de última generación a sus clientes o usuarios y para cumplir con los entes reguladores como la Superintendencia de Telecomunicaciones – Supertel.

- Conocer como el usuario califica la atención al cliente por parte de la CNT EP (Empresa Estatal de Servicios en Telecomunicaciones)

**PREGUNTA N° 9:**

¿Cómo considera Usted la atención al Cliente de la operadora CNT EP, como entidad pública?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
EXCELENTE	6	1,50%
MUY BUENO	34	8,50%
BUENO	188	47,00%
REGULAR	129	32,25%
MALO Y PÉSIMO	21	5,25%
OTRO	22	5,50%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.19

**Hallazgo:**

A los cuatorcientos encuestados se les preguntó sobre su opinión sobre la atención al cliente de la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP,



dandonos como resultado que el 1,50% (6 encuestados) lo califica como excelente; un 8,50% (34 encuestado) selecciono como muy bueno y un 47% (188 encuestados) escojió como bueno. Mientras que un 32,25% (129 encuestados) lo califica como regular y un 5,25% (21 encuestados) como malo y pésimo; y, un 5,50% (22 encuesados) no responde y no les interesa calificarlo o no quiere comprometerse.

### **Análisis:**

Las politicas actuales han logrado dar como resultado que la persepcion de la imagen corporativa de la CNT – cliente cambie hasta cierto punto positivame pero es necesario implementar estategias coherentes y eficientes para incrementar ese **resultado positivo** para producir un efecto cascada que redunde en beneficio de la empresa.

### **Deducción:**

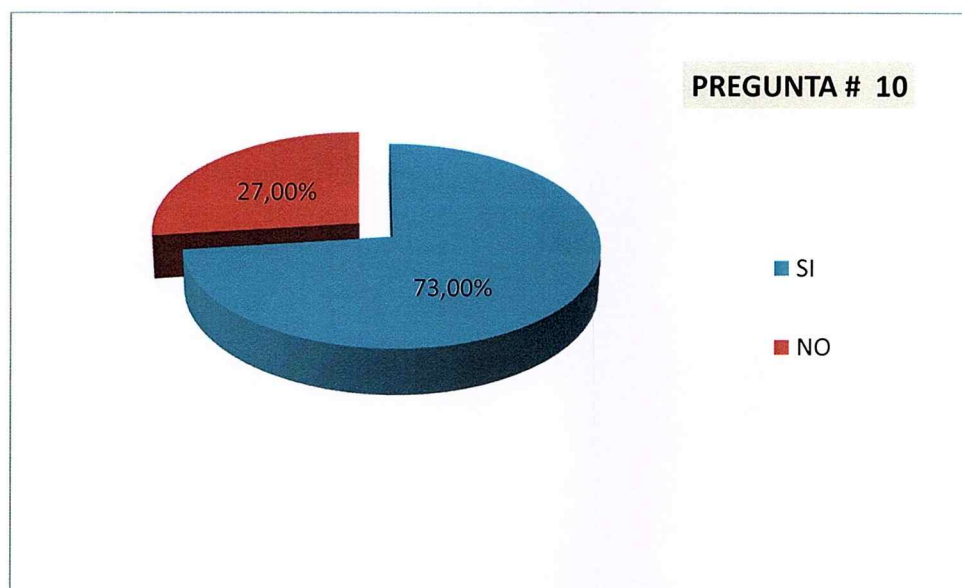
Si sumamos las calificaciones positivas podemos determinar que el 57% de los encuestados califican positivamente la gestion del area de servicio al cliente gracias a las dirección y manejo de los ultimos tres años pero aun sigue siendo un valor bajo para una empresa con la envergadura que posee la CNT EP versus el 37,50% que califica negativamente y el 5,50% que no les interesa o prefieren no opinar, es prioritario que en los proximos años exista una reduccion del aspecto negativo de cómo ve el usuario a la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES, en su servicio al cliente, al menos en un 20% en corto plazo.

- Conocer si el usuario conoce o ignora sobre sus derechos a reclamar por un mal servicio prestado por su operadora telefónica

### PREGUNTA N° 10:

Cuando su operador telefónico no le brinda un servicio adecuado y con calidad por ejemplo se cae la señal, se interrumpe, constantes averías, sobre facturación, etc. ¿Reclamaría ante las autoridades de control como la Superintendencia de Telecomunicaciones?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	292	73,00%
NO	108	27,00%
<b>TOTAL</b>	<b>400</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.20

### Hallazgo:

De los cuatorcientos encuestados se les pregunto si reclamarían o no, ante un organismo de control como la Superintendencia de Telecomunicaciones si su

proveedor de servicio telefonico no le brinda un servicio adecuado sea la razón que fuese, y nos repondieron que un 73% (292 encuestados) ejercerian su derecho a reclamar vs. un 27% (108 encuestados) que no lo haria.

**Análisis:**

Los usuarios que no reclamarian, no lo hancen, no por falta de interes sino por falta de tiempo para hacerlo otros porque piensan que se su proveedor podria tomar represalias o simplemente no le gustan los problemas.

**Deducción:**

Tal vez por desconocimiento de los derechos que los usuarios tenemos en la *Ley Organica de Defensa del Consumido*, hace que no se reclame, esto esta cambiando en la actualidad, en vista de la Superintendencia de Telecomunicaciones – SUPERTEL, ha dispuesto que en puntos de atencion al cliente de las empresas proveedoras exista terminales electronicos en las cuales los usuarios pueden calificar o emitir una queja en contra de la operadora prestataria de servicio; los reclamos tambien pueden ser mediante llamada convencional al 1-800-567-567 ó al 159 (de la Funcion de Transparencia y Control Social de cual la Supertel es integrante), sin costo para quien llama o tambien mediante el website de la Supertel.



### 2.1.2 Análisis Etnográfico aplicado

En nuestra investigación se la realiza mediante técnicas etnográficas y entrevistas semiformes vía telefonía, una relevante situación entre el personero de atención al cliente (call center) y el usuario, intentando indagar sobre sus conocimientos y la manera de como atendían al usuario.

En un primer caso se logro verificar vía telefonía al numero 100 que la atención al cliente es deficiente, **“no dieron solución”**.

En una segunda ocasión se produjo una relación interpersonal por parte del personero del call center al usuario, comunicándose con el cliente como si tuviera una relación afectiva y personal, ya que en reiteradas ocasiones, este personero se refería al cliente como **“mi estimado”**, no siendo una forma adecuado de cómo dirigirse o tratar al cliente-usuario vía telefónica, en virtud de esto se analiza que no están capacitados en como atender al cliente, no da ningún valor agregado y no están capacitados en forma técnica no saben como funcionan sus mismos productos y de igual manera no dieron respuesta y solución a lo solicitado, en ambos casos.

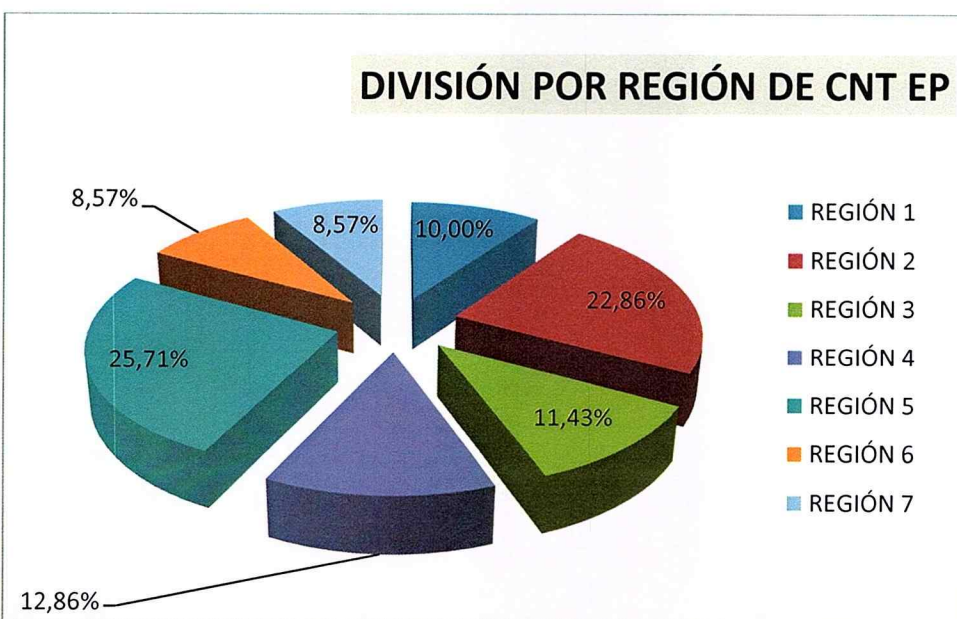
### 2.1.3 Análisis de encuestas a empleados públicos del área de Servicio al Cliente de la CNT EP

Se realizó una encuesta presencial a doscientos cincuenta empleados públicos (*nuestra muestra era de doscientos cuarenta y ocho empleados públicos*), todos los encuestados son mayores de edad quienes indicaron cuales eran sus comentarios respecto a las preguntas que el encuestador le formuló y sus respuestas se las agrupó y clasificó de la siguiente manera:

#### Estratificación de la Muestra: Asignación Proporcional

Se agrupó o estratificó la muestra de los doscientos cincuenta empleados públicos encuestados en un tipo de asignación proporcional: **DIVISIÓN POR REGIÓN de CNT EP**, la que está dividida en siete (7) regiones:

<b>Región 1:</b>	Provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos.
<b>Región 2:</b>	Provincias de Pichincha, Napo y Orellana.
<b>Región 3:</b>	Provincias de Tungurahua, Cotopaxi, Pastaza y Chimborazo.
<b>Región 4:</b>	Provincias de Manabí, Santo Domingo De Los Tsáchilas y Galápagos.
<b>Región 5:</b>	Provincias de Guayas, Santa Elena, Los Ríos y Bolívar.
<b>Región 6:</b>	Provincias de Azuay, Cañar y Morona Santiago.
<b>Región 7:</b>	Provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe.



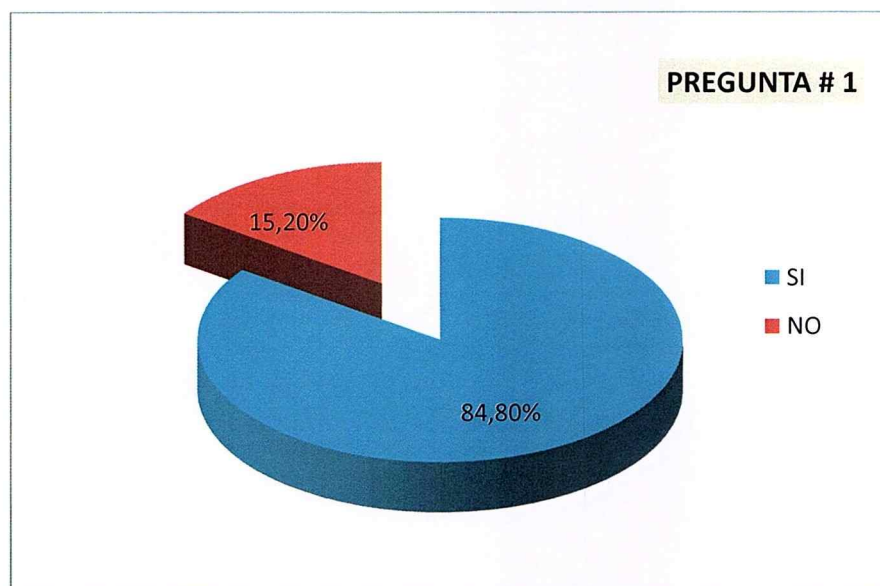
Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.21

**PREGUNTA N° 1:**

¿Recibió Usted capacitación al momento de ingresar a la empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	212	84,80%
NO	38	15,20%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.22

**Hallazgo:**

A los setenta encuestados se les pregunto si habia recibido capacitación al momento de ingresar a la empresa, y el 84,80% (212 encuestados) contestaron afirmativamente versus un 15,20% (38 encuestados) contestaron negativamente.

**Análisis:**

Posiblemente la empresa no vea la necesidad de realizar capacitaciones continuas por los costos que eso implicarian, razón por la cual no las hacen y peor son continuas.



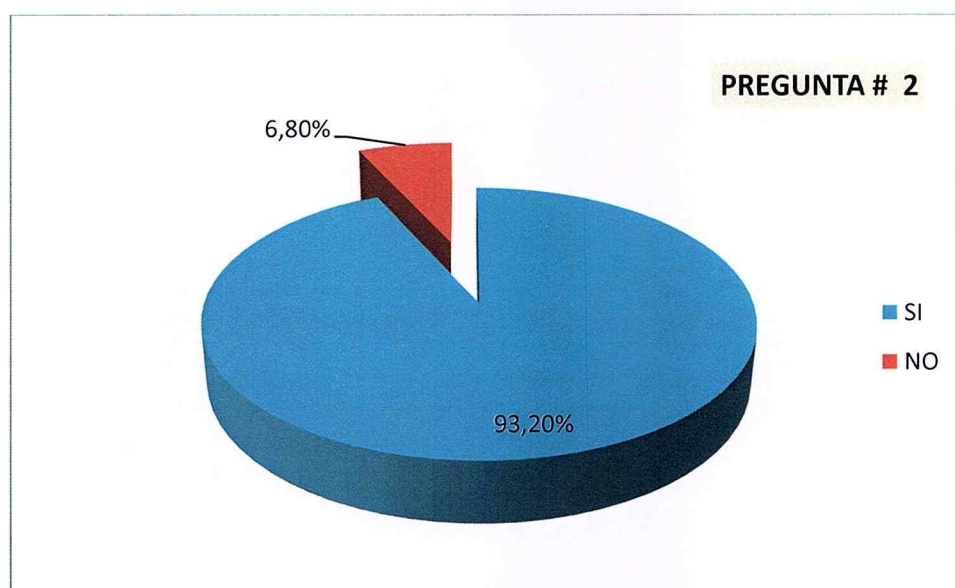
**Deducción:**

Que una empresa de la envergadura de la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP, debería de procurar dar capacitación a sus empleados por lo menos cada seis meses, en virtud que la obsolescencia y cambios informaticos, cursos motivacionales, etc.

**PREGUNTA N° 2:**

¿Cree Usted que es necesaria la capacitación en tu área de trabajo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	233	93,20%
NO	17	6,80%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.23

**Hallazgo:**

A los setenta encuestados se les pregunto si creian necesaria la capacitación en su area de trabajo, un 93,20% (233 encuestados) contesto afirmativamente versus un 6,80% (17 encuestados) que contesto negativamente.

**Análisis:**

Un gran porcentaje alto de empleados públicos veen la necesidad que que se les capacite en su área de trabajo contra un porcentaje minimo de empleados que podrian haber recibido una capactiación previo o no requieren capacitación.

**Deducción:**

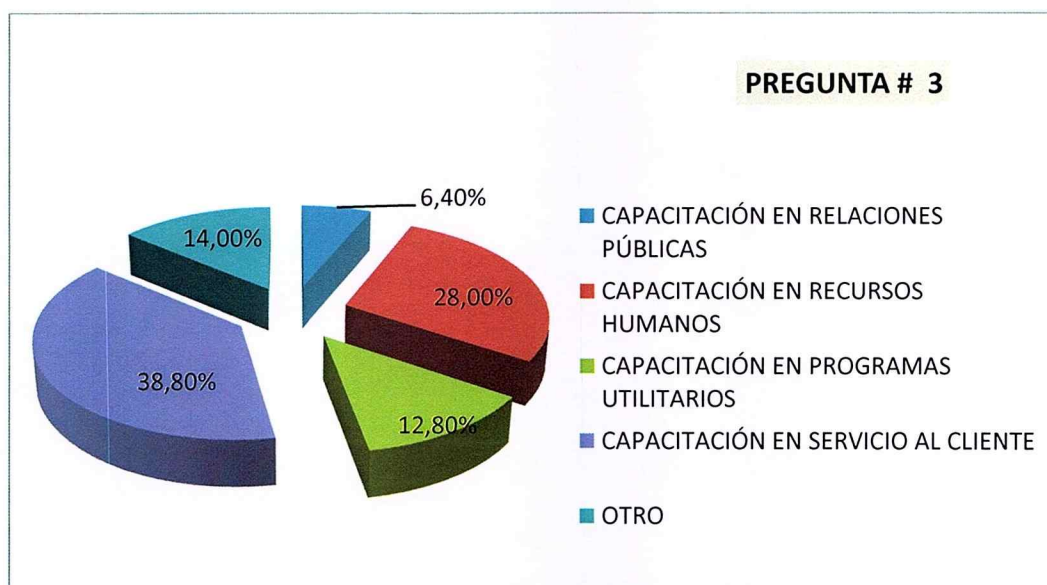
Se deduce que el servidor público no se siente capacitado (93,20%), por parte de su empresa frente a un (6,80%) que si se siente que la empresa lo ha capacitado, razon por la cual se requiere en un alto porcentaje capacitación.



**PREGUNTA N° 3:**

¿Qué tipo de capacitación Usted considera que su empresa debería de proporcionarle? Seleccione una opción

RESPUESTA	CANTIDAD	%
CAPACITACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	16	6,40%
CAPACITACIÓN EN RECURSOS HUMANOS	70	28,00%
CAPACITACIÓN EN PROGRAMAS UTILITARIOS	32	12,80%
CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE	97	38,80%
OTRO	35	14,00%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.24

**Hallazgo:**

A los setenta encuestados se les preguntó que tipo de capacitación considera que su empresa debería de proporcionarle y esto es lo que no respondieron un 38,80% (97 encuestados) querían capacitación en servicio al cliente; un 28,00% (70 encuestados) ven la necesidad de tener cursos de recursos humanos (RR.HH.); un 14,00% (35 encuestados) querían capacitación en programas utilitarios como Word, Excel, Power Point, etc., un 12,80% (32 encuestados) querían capacitación en relaciones públicas y un 14,00% (35 desean cursos de motivación).

**Análisis:**

Los empleados públicos del area de Servicio al Cliente un un alto porcentaje quieren cursos de capacitiación en diferentes areas como servicio al cliente, Relaciones Humanas y Relaciones Públicas, utilitarios, otros: cursos motivacionales, etc.

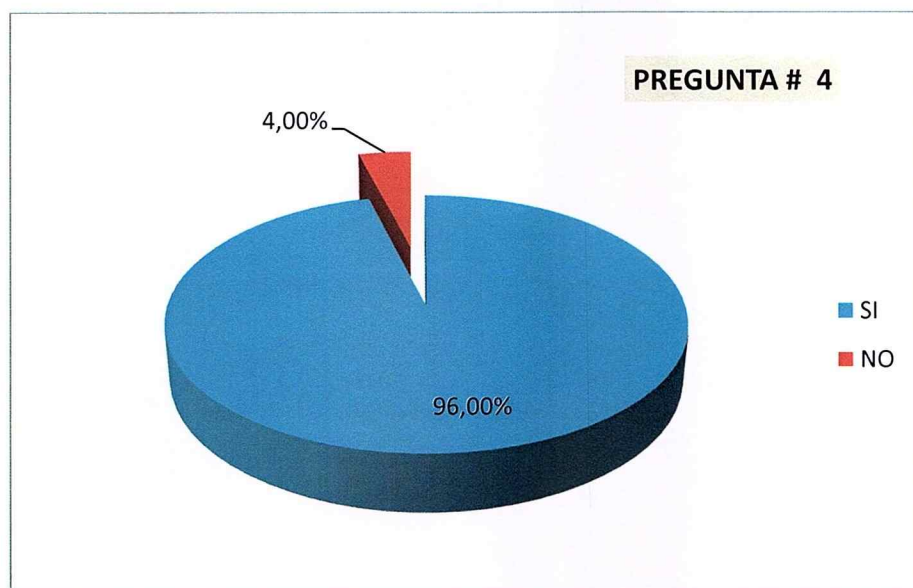
**Deducción:**

De acuerdo a lo que los encuestados desean en la pregunta # 2 y pregunta # 3 podemos destacar que el empleado público desea que se le den curso de servicio al cliente (18,80%).

### PREGUNTA N° 4:

¿Se considera Usted apto para desempeñar tu trabajo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	240	96,00%
NO	10	4,00%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.25

### Hallazgo:

De los setenta encuestados un alto porcentaje en un 96% (240 encuestados) respondían que si se sentían aptos versus un 4% (10 encuestados) que no se sentían capaces posiblemente por ser empleados antiguos que no han sido capacitados.

### Análisis:

Un alto porcentaje de encuestados consideran aptos para su puesto de trabajo, hasta que punto esto es beneficioso a la empresa si la empresa no se encuentra inmersa en la capacitación de sus empleados.



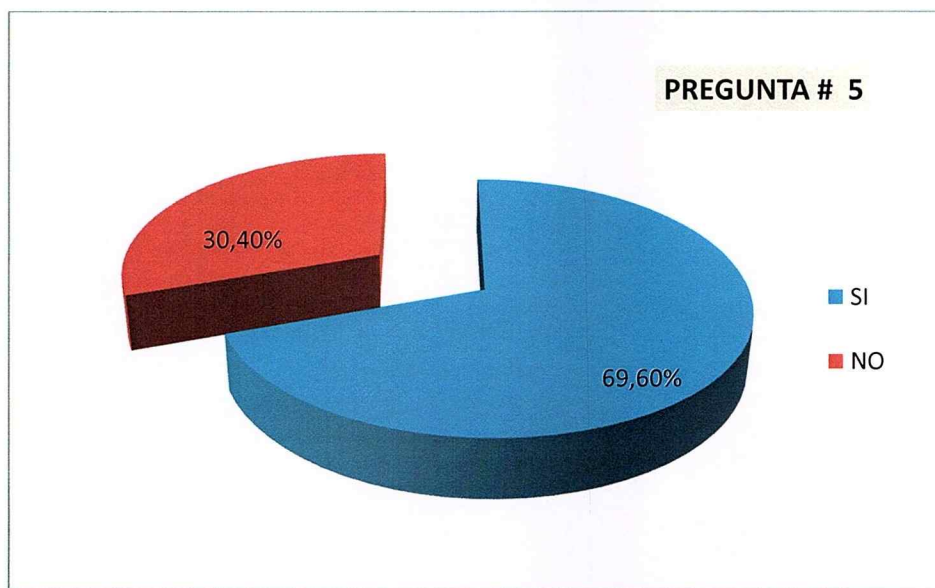
**Deducción:**

Es aconsejable que la empresa preste capacitación a sus empleados por lo menos 2 o 3 veces al año.

**PREGUNTA N° 5:**

¿Considera Usted que sus conocimientos le dan seguridad para hacer su trabajo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	174	69,60%
NO	76	30,40%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.26

**Hallazgo:**

Para una muestra de setenta personas obtenemos que un 69,60% (174 encuestados) consideran que sus conocimientos son suficientes para ejercer su trabajo contra un 30,40% (76 encuestados) que no lo considera así.

**Análisis:**

En una empresa es importante el conocimiento de cada individuo frente a las acciones cotidianas que el trabajo genera pero es importante que a ese conocimiento sea incrementado con una capacitación efectiva y adecuada.

**Deducción:**

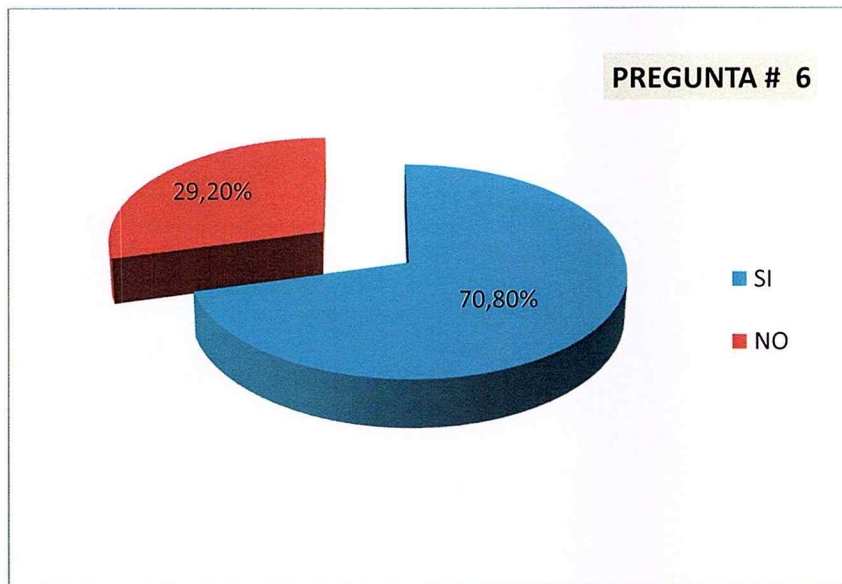
Con una capacitación adecuada y efectiva el funcionario podrá realizar una retroalimentación hacia la empresa como atendiendo con eficacia y eficientemente a los usuarios.



**PREGUNTA N° 6:**

¿Cree Usted que mantiene la estabilidad del desempeño en su puesto de trabajo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	177	70,80%
NO	73	29,20%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.27

**Hallazgo:**

A doscientos cincuenta encuestados se les preguntó si consideran que su desempeño haría que el funcionario mantenga su puesto, en un 70,80% (177 encuestados) consideran que SI vs. el 29,20% (73 encuestados) consideran que NO.

**Análisis:**

De los doscientos cincuenta encuestados, solo 177 empleados públicos consideran que tienen estabilidad en su puesto de trabajo de acuerdo a sus conocimientos y 73 empleados no lo consideran así.

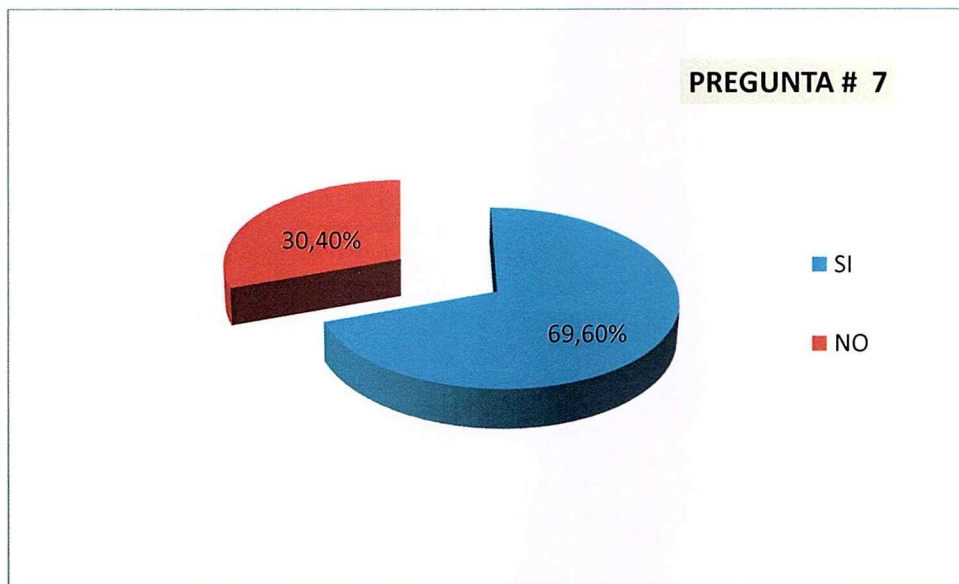
**Deducción:**

De acuerdo a la encuesta podemos observar que 51 empleados públicos de los encuestados considera que con sus conocimientos pueden mantener el desempeño de su puesto.

**PREGUNTA N° 7:**

¿Puede lograr Usted identificar un problema y tomar la decisión para resolverlo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	174	69,60%
NO	76	30,40%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.28

**Hallazgo:**

En la encuesta realizada a doscientos cincuenta empleados públicos encuestados podemos determinar que el 69,60% (174 encuestados) considera que puede identificar el problema y tomar una decisión y resolverlo, esto en lo que concierne al trabajo frente al 30,40% (76 encuestados) que consideran que no pueden tomar una decisión y resolverlo.



**Análisis:**

Se puede determinar mediante esta encuesta un alto porcentaje puede tomar decisiones referente a su trabajo (servicio al cliente) la empresa tiene que enfocarse en que la otra parte, quienes consideran que no pueden tomar decisiones deben de hacerlo debe de fortalecerse los conocimientos.

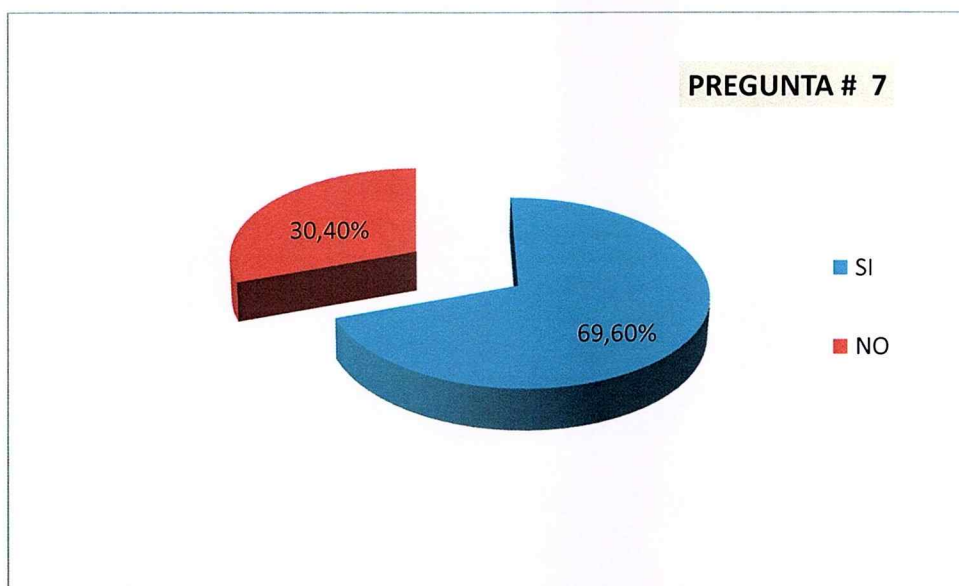
**Dedución:**

Mediante una capacitación adecuada, se puede preparar al individuo para que pueda tomar decisiones y resolver los problemas cotidianos que se presentan en la atención al cliente, como factor importante el individuo o servidor público debe de ser proactivo en su trabajo y esto conllevará a la mejora de la empresa, satisfacción del cliente y satisfacción personal (empleado público).

**PREGUNTA N° 8:**

¿Considera Usted que existe una buena relación entre trabajadores - patronos?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	193	77,20%
NO	57	22,80%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.29

**Hallazgo:**

En la encuesta realizada a doscientos cincuenta encuestados podemos determinar que el 77,20% (193 encuestados) considera buena la relación entre patrono-empleado frente al 22,80% (57 encuestados) que consideran que no tienen una buena relación.

**Análisis:**

Se puede determinar mediante esta encuesta que un gran porcentaje de empleados considera que la relación es buena entre empleados-patrono, esto se puede reflejar en que el empleado tiene una actitud aceptable la cual se refleja en su trabajo.

**Deducción:**

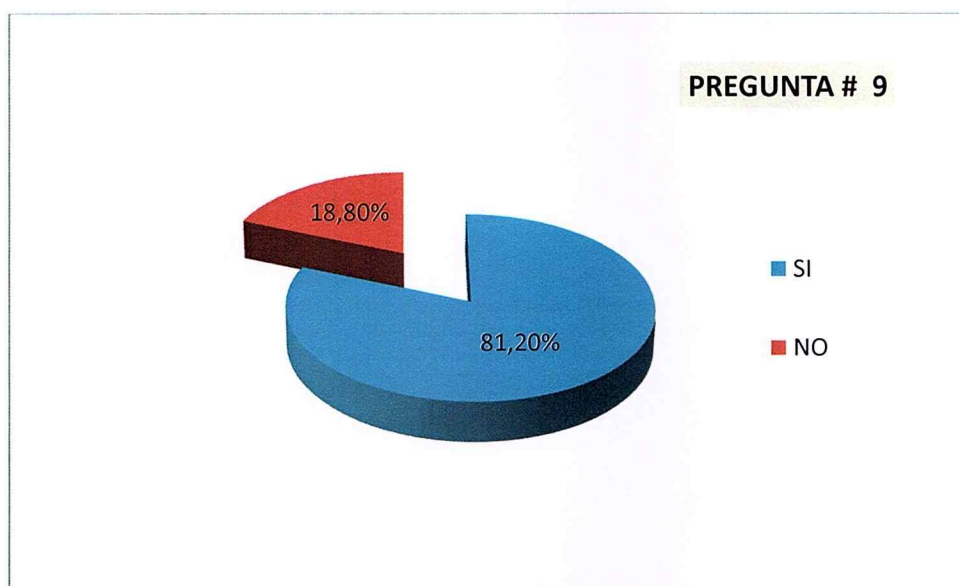
Mediante una capacitación a los empleados, puede mejorar la relación empleado-trabajador, en virtud de que este ultimo siente que es importante para la empresa y que esta se preocupa por el, generando un mejor rendimiento en el individuo la cual será reflejada en la empresa.



**PREGUNTA N° 9:**

¿Los horarios de capacitación que le han impartido, son ajustados a su horario de trabajo?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	203	81,20%
NO	47	18,80%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.30

**Hallazgo:**

Se realizó la encuesta a doscientos cincuenta empleados públicos y obtuvimos como resultado en lo referente a la pregunta si el horario de capacitación son ajustados al horario de trabajo, nos arrojó como resultado lo siguiente que un 81,20% (203 encuestados) quienes consideran que el horario es el adecuado contra el 18,80% (47 encuestados)

**Análisis:**

Los horarios deben de aplicarse de acuerdo a no entorpecer las funciones cotidianas del servidor público, o se le acumule su trabajo.

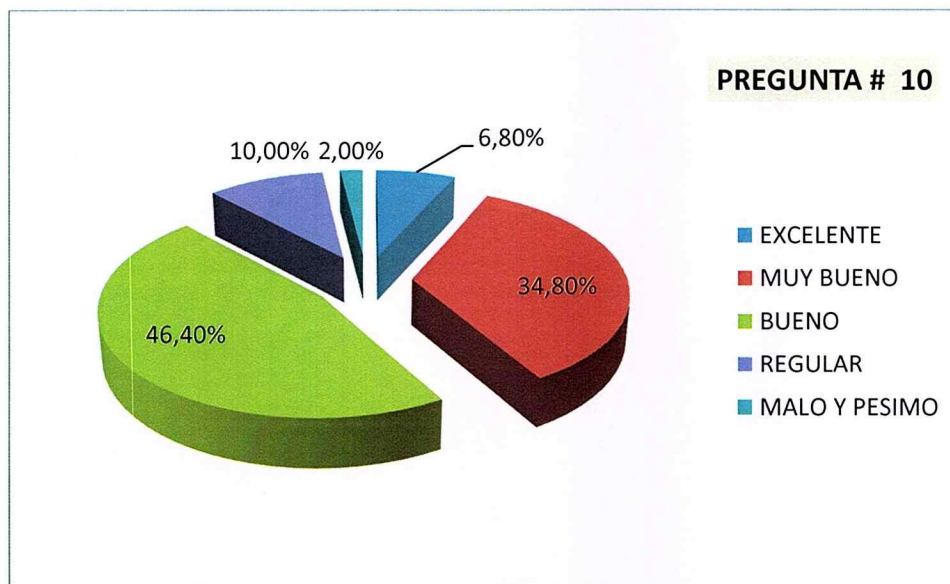
**Deducción:**

Los horarios tienen que ser flexibles para la capacitación de los colaboradores de la empresa.

**PREGUNTA N° 10:**

¿Cómo considera Usted que es el clima o comportamiento que se da entre los compañeros de trabajo dentro de la organización?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
EXCELENTE	17	6,80%
MUY BUENO	87	34,80%
BUENO	116	46,40%
REGULAR	25	10,00%
MALO Y PESIMO	5	2,00%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100,00%</b>



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.31

**Hallazgo:**

Dentro de la encuesta realizada a doscientos cincuenta personas podemos observar que en un 6,80% (17 encuestados) lo considera excelente, un 34,80% (87 encuestados) lo considera muy bueno, un 46,40% (116 encuestados) lo considera bueno, un 10% (25 encuestados) lo considera regular y un 2% (5 encuestados) lo considera malo y pésimo.



**Análisis:**

Podemos indicar que el 88% de los encuestados (220 encuestados) considera su relación con la empresa de forma positiva versus 12% (30 encuestados) quienes considera su relación de forma negativa.

**Deducción:**

Podemos mejorar la imagen entre la empresa y sus empleados aplicando como mecanismo una adecuada capacitación, mediante la cual el empleado sabrá cual es el rol de la compañía y así podrá mejorar la comunicación empresa-empleado.

## 2.2 Análisis de los Diagramas de la Curva de Pareto (Curva 80/20)

En lo que concierne a nuestra investigación se escogió cinco preguntas concernientes al servicio de telefonía fija convencional, el cual lo mostramos a continuación:

### ENCUESTA A LOS CLIENTES

#	CUADRO No. 1	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	NO CONSIDERA IMPORTANTE	283	70,75%	70,75%
2	SI CONSIDERA IMPORTANTE	117	29,25%	100,00%
<b>TOTAL</b>		<b>400</b>	<b>100,00%</b>	

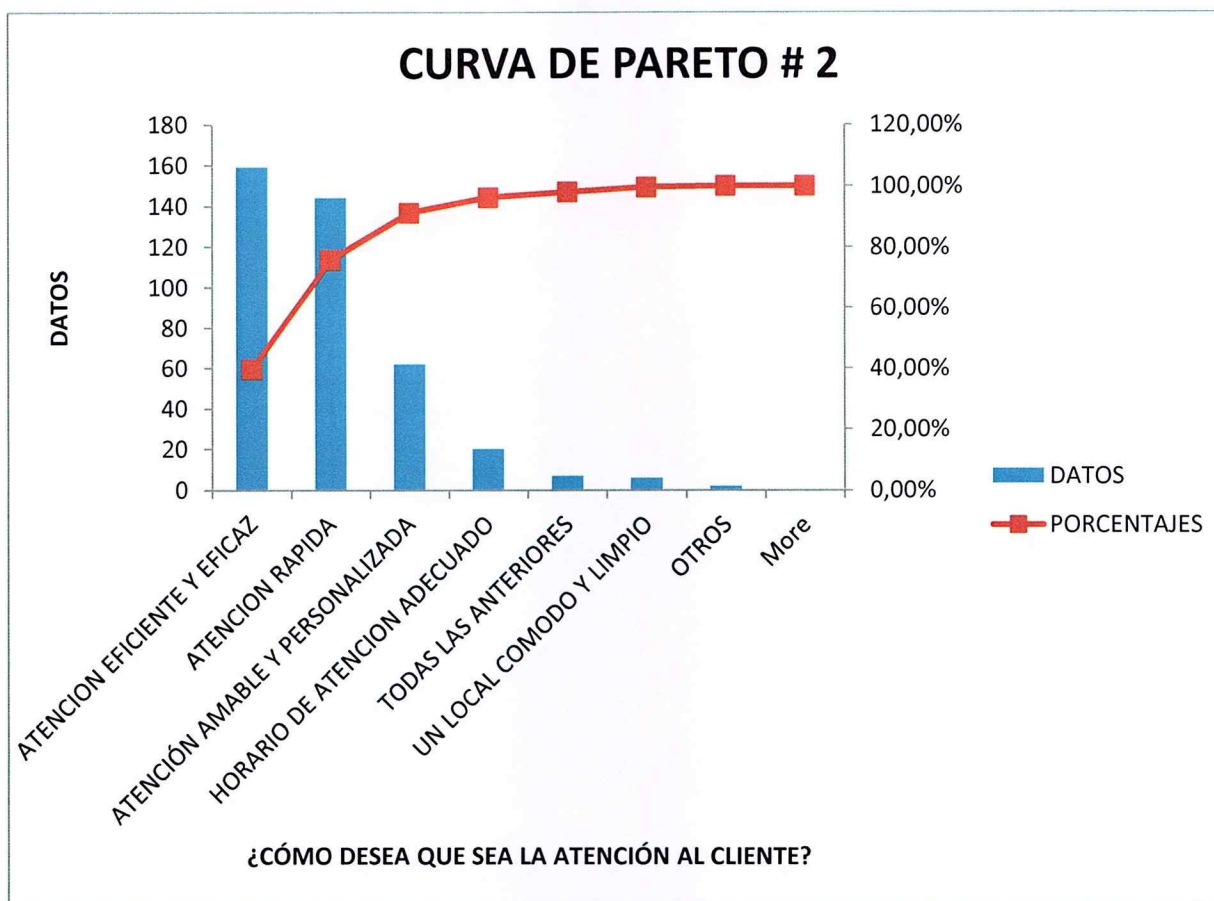


Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.32

**Observación:** Atacando sólo 1 causa, había un potencial incremento del 70,75% de requerimientos de adquirir el servicio de telefonía fija o convencional por parte de los clientes.

#	CUADRO No. 2	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	ATENCION EFICIENTE Y EFICAZ	159	39,75%	39,75%
2	ATENCION RAPIDA	144	36,00%	75,75%
3	ATENCIÓN AMABLE Y PERSONALIZADA	62	15,50%	91,25%
4	HORARIO DE ATENCION ADECUADO	20	5,00%	96,25%
5	TODAS LAS ANTERIORES	7	1,75%	98,00%
6	UN LOCAL COMODO Y LIMPIO	6	1,50%	99,50%
7	OTROS	2	0,50%	100,00%
<b>TOTAL</b>		<b>400</b>	<b>100,00%</b>	



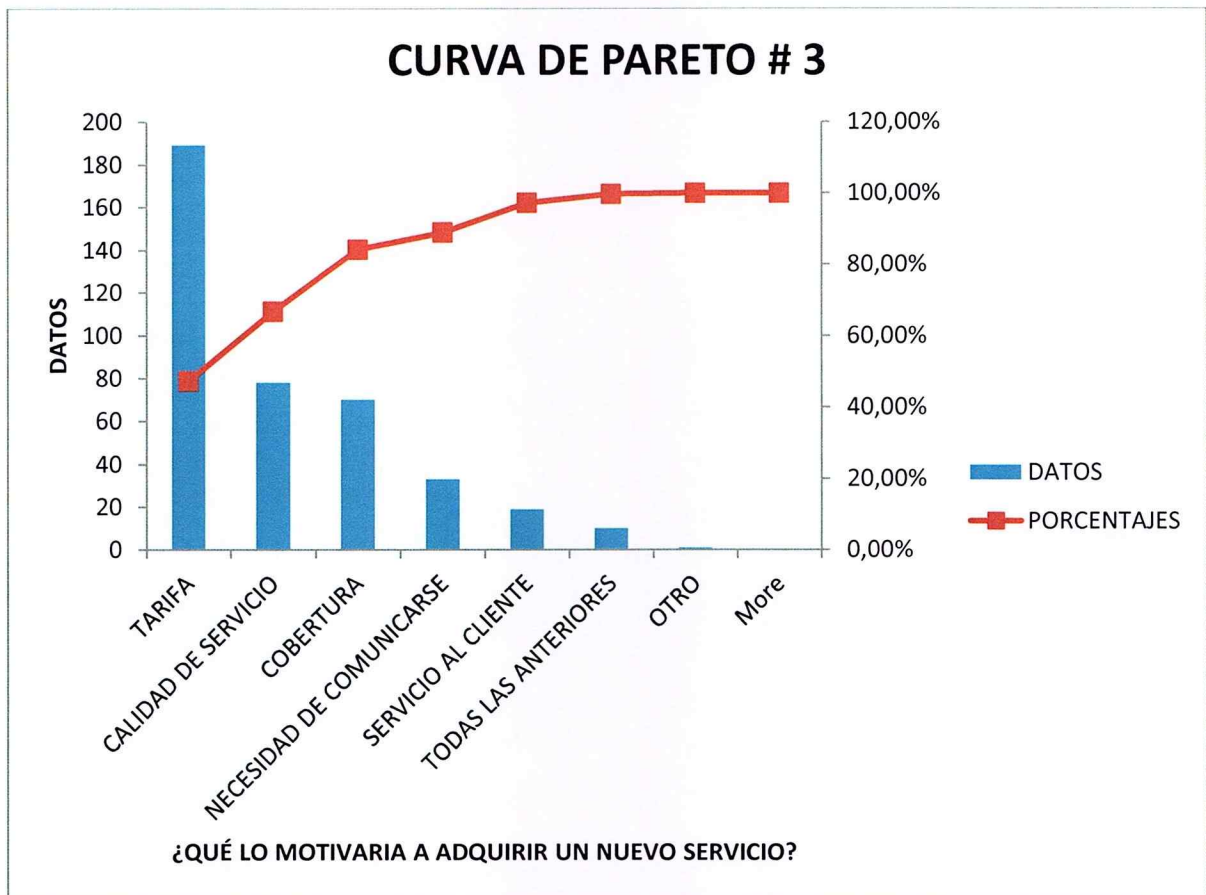
Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.33

**Observación:** Atacando sólo 2 de las 7 causas, había un potencial satisfacción de los clientes de más del 95%.



#	CUADRO No. 3	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	TARIFA	189	47,25%	47,25%
2	CALIDAD DE SERVICIO	78	19,50%	66,75%
3	COBERTURA	70	17,50%	84,25%
4	NECESIDAD DE COMUNICARSE	33	8,25%	89,00%
5	SERVICIO AL CLIENTE	19	4,75%	97,25%
6	TODAS LAS ANTERIORES	10	2,50%	99,75%
7	OTRO	1	0,25%	100,00%
<b>TOTAL</b>		<b>400</b>	<b>100,00%</b>	

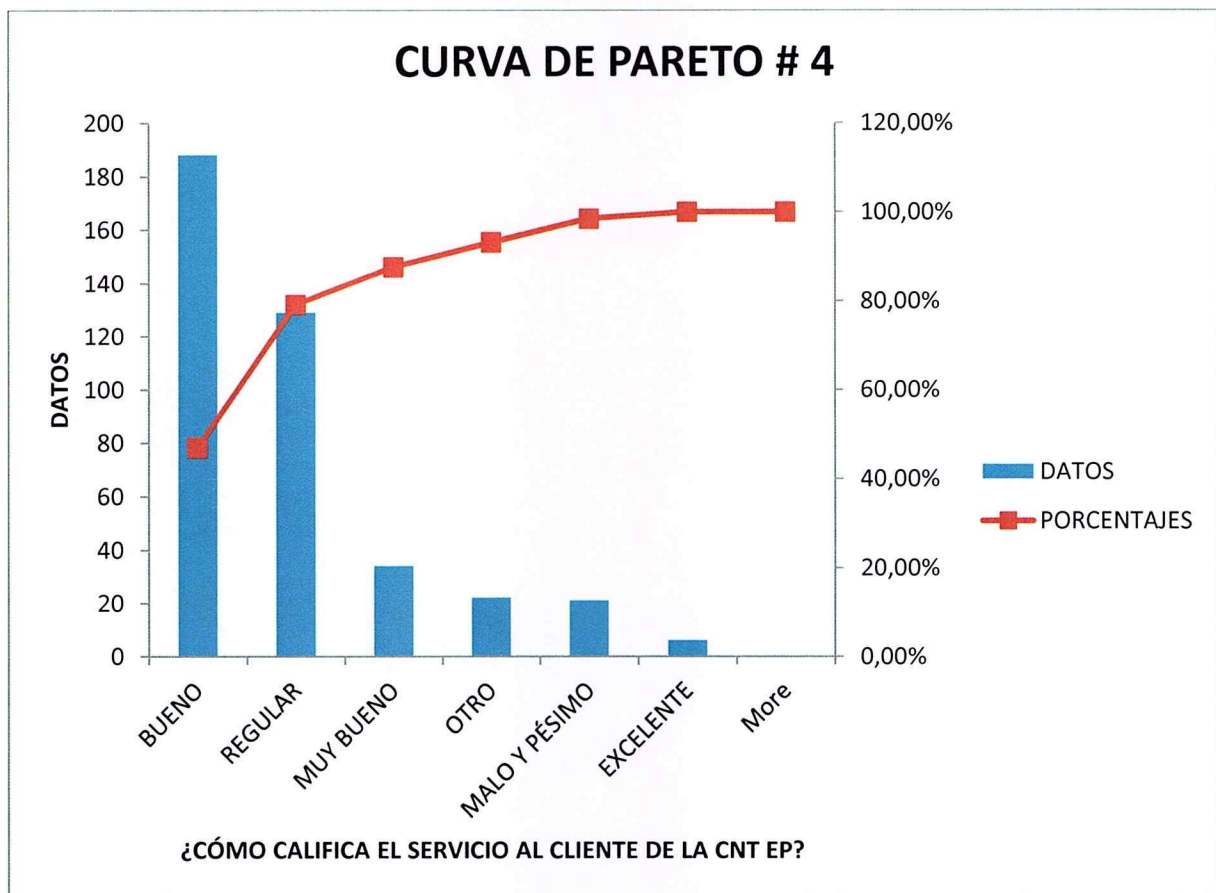


Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.34

**Observación:** Atacando sólo 3 de las 7 causas, había un potencial incremento y satisfacción de los clientes de más del 95% en adquirir el servicio de telefonía fija o convencional.

#	CUADRO No. 4	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	BUENO	188	47,00%	47,00%
2	REGULAR	129	32,25%	79,25%
3	MUY BUENO	34	8,50%	87,75%
4	OTRO	22	5,50%	93,25%
5	MALO Y PÉSIMO	21	5,25%	98,50%
6	EXCELENTE	6	1,50%	100,00%
TOTAL		400	100,00%	

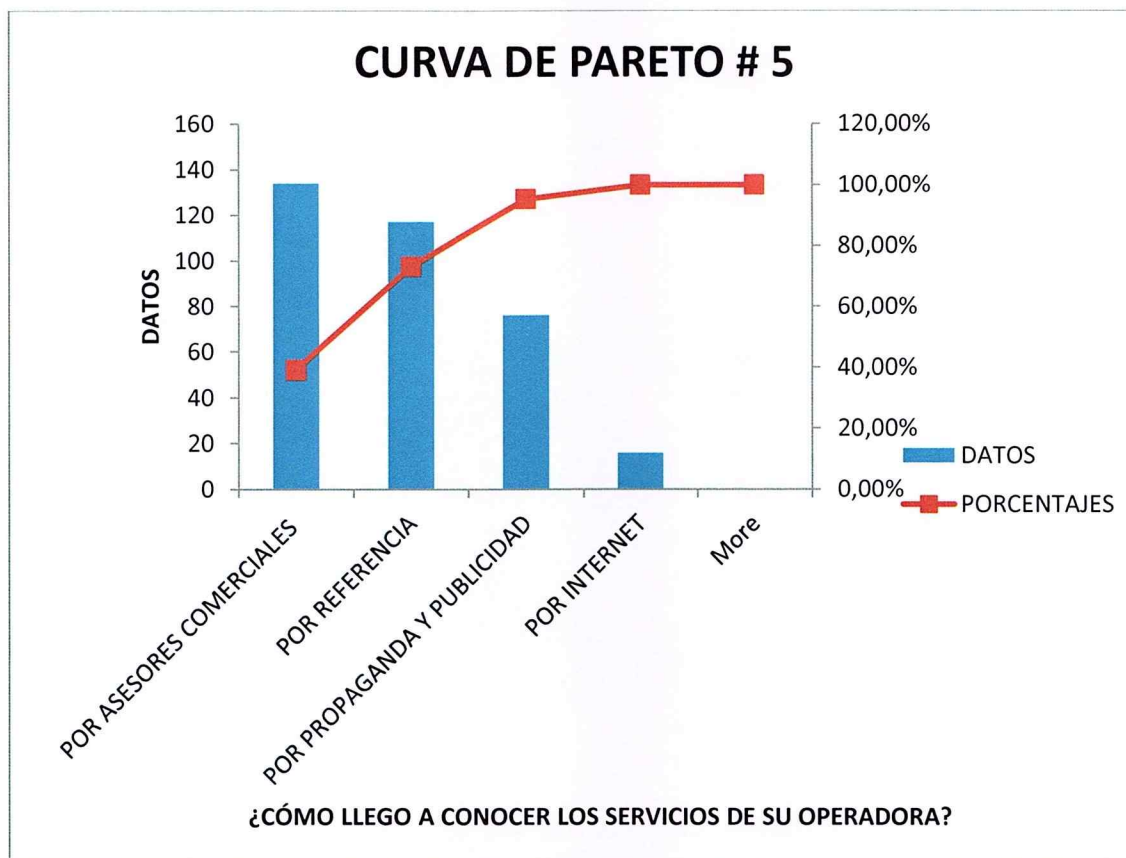


Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.35

**Observación:** Atacando sólo 2 de las 6 causas, había un potencial percepción por parte de los clientes en una mejor atención por parte de los asesores comerciales hacia los clientes, en un 85%.

#	CUADRO No. 5	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	POR GESTIÓN DE ASESORES COMERCIALES (UNICO PROVEEDOR)	134	39,07%	39,07%
2	POR REFERENCIA DE UN AMIGO O FAMILIAR	117	34,11%	73,18%
3	POR PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	76	22,16%	95,34%
4	POR INTERNET	16	4,66%	100,00%
TOTAL		343	100,00%	



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.36

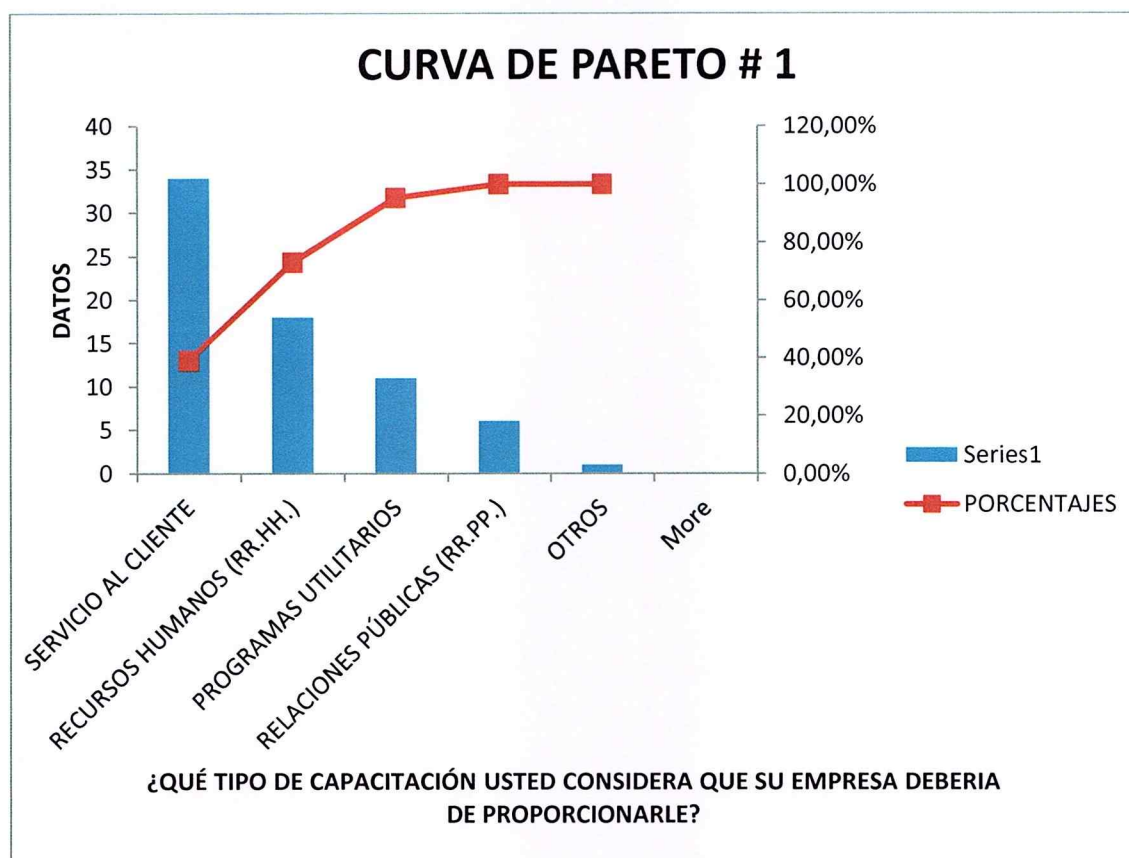
**Observación:** Atacando sólo 2 de las 4 causas, había un sustancial mejora e incremento en la cartera de clientes gracias a una mejor atención eficiente y eficaz de más del 80%.



## ENCUESTA A LOS EMPLEADOS PÚBLICOS

Se eligió la siguiente pregunta con respecto a la capacitación a los empleados públicos y el resultado fue el siguiente:

#	CUADRO No. 1	RESULTADO	% TOTAL	% ACUMULADO TOTAL
1	CAPACITACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS	16	6,40%	6,40%
2	CAPACITACIÓN EN RECURSOS HUMANOS	70	28,00%	34,40%
3	CAPACITACIÓN EN PROGRAMAS UTILITARIOS	32	12,80%	47,20%
4	CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE	97	38,80%	86,00%
5	OTRO	35	14,00%	100,00%
<b>TOTAL</b>		<b>250</b>	<b>100,00%</b>	



Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 2.37

**Observación:** Atacando sólo 3 de las 5 causas, había un sustancial mejora e incremento en la capacitación de los empleados públicos quienes pondrían en practica los conocimientos aplicada a los clientes a una mejor atención eficiente y eficaz de más casi el 100%.

### 2.3 Análisis del Mercado

Durante el Gobierno del Dr. Gustavo Noboa Bejarano, en Enero del 2003, se inicio de liberalización del mercado de servicios de telecomunicaciones, instaurando el fin al régimen de exclusividad, para las operadoras de esa época (Andinatel S.A., Pacifictel S.A. y Etapa S.A.), creándose un sistema y política de competencia regulada, y por concesiones (por limite de tiempo) que a partir de esa fecha podrían ingresar a competir empresas nacionales o extranjeras en la explotación de servicios de telecomunicaciones en el país. (Ver tabla # 2.2)



#### SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA

Nº	CONCESSIONARIO	SERVICIO	FECHA DE SUSCRIPCIÓN DE CONTRATO	ÁREA DE CONCESIÓN	ÁREA DE OPERACIÓN	DURACIÓN DE LA CONCESIÓN
1	CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	CONDICIONES GENERALES PARA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	01-jun-2011	NACIONAL	NACIONAL	INDEFINIDO
2	EQUADORTELECOM S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL, SERVICIO DE TELEFONIA PÚBLICA A TRAVÉS DE SU PROPIA INFRAESTRUCTURA, SERVICIO PORTADOR Y SERVICIO DE TELEFONIA A LARGA DISTANCIA NACIONAL, ASI COMO LA CONCESIÓN DE BLOQUE C-C DE FRECUENCIA OPERAER SISTEMAS DE ACCESO	26-ago-2002	NACIONAL	QUITO (PICHINCHA) Y GUAYAQUIL (GUAYAS)	15 AÑOS
3	SETEL S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL, SERVICIO PÚBLICO A TRAVÉS DE SU PROPIA INFRAESTRUCTURA, SERVICIO PORTADOR Y SERVICIO DE TELEFONIA A LARGA DISTANCIA NACIONAL, ASI COM LA CONESIÓN DE LA B-B' DE FRECUENCIAS PARA OPERAER SISTEMAS DE ACCESO	26-ago-2002	NACIONAL	TELEFONIA PÚBLICA: QUITO (PICHINCHA) GUAYAQUIL (GUAYAS), IBARRA (IMBABURIA) AMBATO (TUNGURAGUA), SANTO DOMINGO (SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS)	15 AÑOS
4	LNLOTEL S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL, SERVICIO DE TELEFONIA PÚBLICA	30-dic-2002 (12-jul-2005)**	GUAYAS, MANTA	GUAYAQUIL Y MANTA	15 AÑOS
5	ETAPA EP	CONDICIONES GENERALES PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	03-nov-2011	NACIONAL	NACIONAL OBSERVANDO LO SIGUIENTE: PARA SERVICIOS DE TELEFONIA FIJA Y PORTADORES EN SITOS SE ESTÉN SIENDO DESARROLLADOS COMO PROYECTOS DECLARADOS POR EL EJECUTIVO, DEBERA COORDINAR CON LA CNT EP. PARA LA RADIODIFUSIÓN Y TELEVISIÓN: ZONA DE PLANIFICACIÓN 6 DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL (AZUAY, CAÑAR Y MORONA SANTIAGO)	INDEFINIDO
6	STARSATS S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL	23-feb-2066	GUAYAS	NO ESTA OPERANDO	15 AÑOS
7	GLOBAL CORSSNG COMUNICACIONES ECUADOR S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL	14-dic-2006	PICHINCHA	PICHINCHA (QUITO)	15 AÑOS
8	GRUPOCORPAR S.A.	CONCESIÓN DE SERVICIO FINAL DE TELEFONIA FIJA LOCAL	27-ene-2007	PICHINCHA	PICHINCHA (QUITO)	15 AÑOS

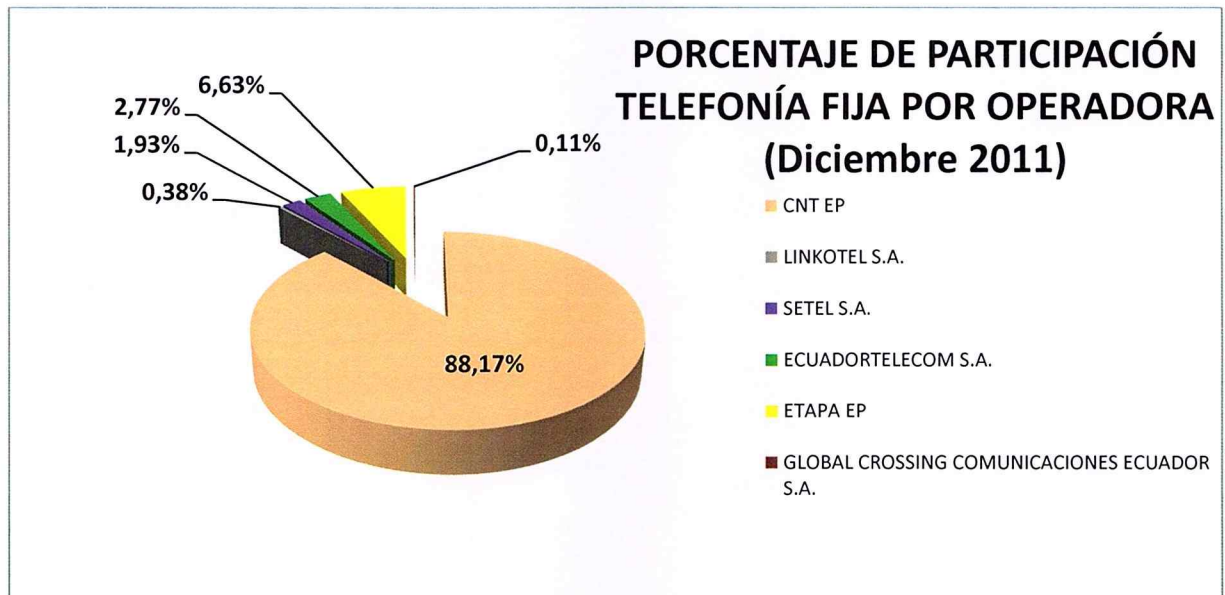
Nº	CONCESSIONARIO	SERVICIO	FECHA DE SUSCRIPCIÓN DE CONTRATO	ÁREA DE CONCESIÓN	DURACIÓN DE LA CONCESIÓN
1	CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	CONCESIÓN DE SERVICIO MÓVIL AVANZADO	01-jun-2001	NACIONAL	15 AÑOS
2	CONECEL S.A. (CLARO)	CONCESIÓN DE SERVICIO MÓVIL AVANZADO, CONCESIÓN DE SERVICIO TELEFÓNICO DE LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL Y CONESIÓN DE BANDAS DE FRECUENCIA ESENCILES.	26-ago-2008	NACIONAL	15 AÑOS
3	OTECEL S.A. (MOVISTAR)	CONCESIÓN DE SERVICIO MÓVIL AVANZADO, CONCESIÓN DE SERVICIO TELEFÓNICO DE LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL Y CONESIÓN DE BANDAS DE FRECUENCIA ESENCILES.	26-ago-2008	NACIONAL	15 AÑOS

Fuente: Website CONATEL

TABLA 2.2



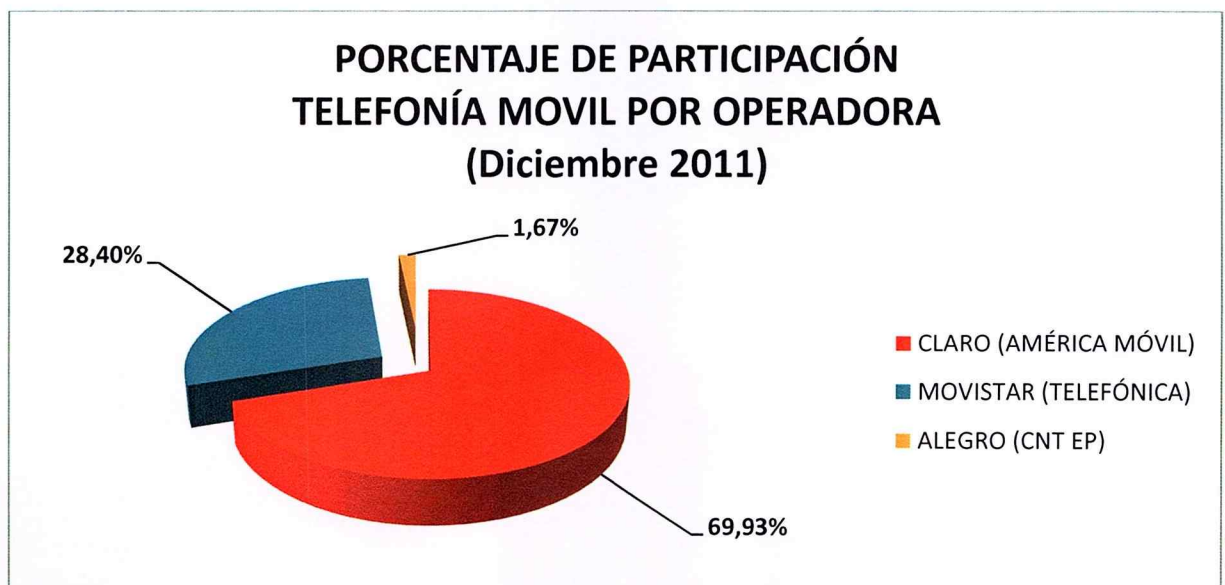
En el gráfico # 2.38 y la tabla # 2.3, se puede observar la distribución del mercado de las telecomunicaciones en el Ecuador de la telefonía fija o convencional por proveedor del servicio a diciembre de 2011, de acuerdo a datos proporcionados por la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL).



Fuente: Website SUPERTEL

GRÁFICO # 2.38

En el gráfico # 2.39 observamos la distribución de la telefonía móvil o celular a diciembre de 2011, tenemos a las tres empresas proveedoras del servicio.












Fuente: Website SUPERTEL

GRÁFICO # 2.39



**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**

COMPAÑÍA PÚBLICA O PRIVADA		NÚMERO DE ABONADOS FIJOS (DICIEMBRE 2011)	NÚMERO DE ABONADOS MÓVILES (DICIEMBRE 2011)	DENSIDAD TELEFÓNICA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN TELEFONÍA FIJA A NIVEL NACIONAL	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN TELEFONÍA MÓVIL A NIVEL NACIONAL	
				(%)	(%)	(%)	
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP - ALEGRO (A NIVEL NACIONAL)			1.934.421	263.165	13,92%	88,17%	1,67%
LINKOTEL S.A. (GUAYAS Y MANABI (*) NO VERIFICADO)			8.345	-	0,17%	0,38%	-
SETEL S.A. (PICHINCHA, GUAYAS, SANTO DOMINGO DE TSACHILAS, CHIMBORAZO, TUNGURAHUA, IMBABURA Y MANABI)  Las líneas de Tungurahua, Imbabura, Chimborazo y Santo Domingo de los Tsáchilas, pertenecen a la central de Quito en Pichincha			42.463	-	0,48%	1,93%	-
ECUADORTELECOM S.A. (CLARO) (GUAYAS, PICHINCHA, MANABI Y EL ORO)  (Las líneas de Manabi y El Oro pertenecen a la central de Guayaquil)			60.940	-	0,80%	2,77%	-
ETAPAEP (CUENCA, GUAYAS, EL ORO, PICHINCHA) (Las líneas pertenecen al Softswitch de Quito)			145.353	-	1,53%	6,63%	-
GLOBAL CROSSING COMUNICACIONES ECUADOR S.A. (QUITO, VALLE DE LOS CHILLOS Y VALLE DE TUMBACO)			2.390	-	ND	0,11%	-
GRUPOCORIPAR S.A. (VALLE DE LOS CHILLOS)			10	-	ND	0,0046%	-
CLARO (CONECEL S.A.) (AMÉRICA MÓVIL)  Prepago y Postpago (Lineas UMTS+GSM) (Nivel Nacional)			-	11.022.574	-	-	69,93%
MOVISTAR (OTECEL S.A.) (TELEFÓNICA)  Prepago y Postpago (Lineas UMTS+CDMA+GSM) (Nivel Nacional)			-	4.477.473	-	-	28,40%
<b>TOTAL NIVEL NACIONAL</b>			<b>2.193.922</b>	<b>15.763.212</b>	<b>15.28%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

NOTA: ND - NO DISPONIBLE

DEL 01-11-2011 AL 31-12-2011 MOVISTAR (OTECEL S.A.) EMPEZARA LA MIGRACION A LA TECNOLOGIA GSM / UMTS  
QUE CULMINARA CON "SWICHT OFF" DE LA RED CDMA.

LOS VALORES QUE CORRESPONDEN A POBLACION NO CONSTAN LOS ABONADOS DE LINEAS POR SERVICIO Y ABONADOS DE LINEAS DE TELEFONOS PÚBLICOS

Fuente: Website SUPERTEL

TABLA 2.3

La política del Estado en el ámbito de las telecomunicaciones se rige por los siguientes principios:

- **Universalidad**, es decir, acceso de todos los ciudadanos a las telecomunicaciones básicas, en forma oportuna.
- **Equidad**, el acceso debe darse a precios justos y con la calidad adecuada.
- **Libre competencia**, impulso a la participación del sector privado en el desarrollo de las telecomunicaciones, promoviendo un clima propicio para la inversión privada y evitar prácticas contrarias a ésta, así como la creación de obstáculos al libre acceso.
- **Apertura del mercado**, de los servicios de telecomunicaciones dentro de un régimen de libre competencia, promoviendo el cambio desde el monopolio hacia la libre competencia.
- **Fomento a la difusión del Internet**, como una prioridad nacional ya que constituye un medio para el desarrollo económico, social y cultural del país.
- **Calidad**, promover el establecimiento de más y mejores mecanismos para el control de la calidad de los servicios prestados.

Los organismos encargados de controlar y supervisar el sector, bajo estos principios, persiguen entre otros los siguientes objetivos:

- Impulsar el crecimiento y desarrollo del servicio.
- Fomentar el acceso universal a los servicios de telecomunicaciones.
- Proponer legislación actual y acorde al nuevo entorno internacional, en especial el aspecto tecnológico.
- Elaborar la regulación necesaria para el desarrollo del mercado nacional de los servicios de telecomunicaciones en régimen de libre competencia.
- Establecer procedimientos administrativos eficientes, transparentes, y no discriminatorios.
- Asegurar, a través de la supervisión, la calidad en la prestación del servicio.
- Otorgar nuevos títulos habilitantes (autorización para prestar los servicios) e iniciar los procesos de renovación.
- Ampliar la oferta de los servicios prestados, con criterios de calidad internacional.<sup>-16</sup>



En el año 2001, la distribución de los ingresos producto del mercado de las telecomunicaciones estaba liderada por la telefonía fija con un 60%, para el año 2005 el mercado de la telefonía móvil obtiene el 68% de los ingresos totales del mercado mientras que la telefonía fija tiene únicamente el 27%, mientras que el servicios de acceso al Internet y datos tienen 9%. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), el mercado de las telecomunicaciones en el año 2006 alcanzó los 1.383 millones de dólares correspondiendo al 3,25% del PIB aproximadamente. De estos la mayor participación corresponde a los servicios móviles, luego a la telefonía fija y finalmente por los servicios de Internet y transmisión de datos.

De acuerdo al reporte de la Superintendencia de Compañías las ventas por servicios de las empresas del sector de telecomunicaciones representan alrededor de 1.850 millones de dólares. A esto habría que añadir 350 millones correspondientes a terminales móviles, más una cifra equivalente en inversión en equipos para infraestructura de redes. De este modo el sector representó en el año 2006 el 6% del PIB. Este fenómeno se produce debido al crecimiento exponencial de la telefonía móvil y el estancamiento del desarrollo de la telefonía fija.

En el aspecto tributario, el sector de telecomunicaciones genera un nivel creciente de impuestos principalmente indirectos debido a la mayor penetración y consumo de servicios. En cuanto a Impuesto a la Renta, según datos del SRI, la recaudación del año fiscal 2006 ha sido mayor que al año 2005, aunque mantiene participación menor respecto a otras industrias de servicios. (25% del total recaudado).

Considerando la carga tributaria de los impuestos indirectos hacia los usuarios de servicios (Aprox. 62% población), varias instituciones del sector han instado a que se revise los niveles del ICE para las telecomunicaciones, con el objetivo de impulsar el consumo de los servicios de telecomunicaciones, sin embargo las características de preasignación del impuesto obliga que dicha revisión esté acompañada de una compensación tributaria que subsane a los beneficiarios del impuesto vía incremento de otros tributos.

---

-16 Fuente: Website del BANCO CENTRAL DEL ECUADOR - BCE – sección estadística - Apunte de Economía Dirección General de Estudios - Diagnóstico del sector telefónico Ecuatoriano



El 80,1% de los hogares ecuatorianos posee celular, 10,2 puntos más de lo registrado en el 2008, en el que el porcentaje de tenencia era de 69,9%.

La encuesta también revela que, aproximadamente 8 de cada 10 empleados del sector público cuenta con un celular (85,9%, año 2010), versus 6 de cada 10 empleados privados (66% año 2010).

De acuerdo al SRI se recaudo en el rubro de transporte y comunicaciones en el año 2010 un monto de USD\$ 632.138 millones y para el 2011 recaudo un monto de USD\$ 706.020 millones, con un crecimiento del 11,7%.

En el rubro de servicios básicos en el año 2010 recaudó un monto de USD \$ 112.531 millones y para el año 2011 USD \$ 117.134 millones con un crecimiento del 4,1% por cuestión de impuestos.

El teléfono es un factor importante y necesario en la comunicación entre y dentro de las provincias, también para comunicarse con otros países, que coadyuva al desenvolvimiento de las actividades cotidianas y generadora de riqueza (para la empresa). Se considera cubierta esta necesidad cuando se dispone de red telefónica que provee de este servicio.

### 2.3.1 Benchmarking Competitivo (Pliego Tarifario)

Con este método podemos identificar los productos, servicios y procesos de trabajo de los competidores directos de la organización en este caso CNT EP. El pliego tarifario no es otra cosa que los cargos por adquisición o inscripción, pensión básica, por interconexión entre operadoras y por consumo sean locales, regionales, nacionales o móviles, en el caso de nuestra investigación la telefonía fija o convencional de las empresas públicas o privadas que están dentro del mercado Ecuatoriano. Como resultado se obtuvo lo siguiente: <sup>-17</sup>

#### CORPORACIÓN NACIONAL TELECOMUNICACIONES CNT EP



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Instalaciones Principales dentro de una Zona Urbana ZBU	Pensión Básica Mensual	Derecho de Minutos
Popular (A)	\$ 60,00	\$ 0,93/Mes	200
Residencial (B)	\$ 60,00	\$ 6,20/Mes	150
Comercial (C)	\$ 60,00	\$ 12,00/Mes	N/A

Tabla # 2.4

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

CATEGORIA	TARIFA PAÍS	Observación
Popular (A)	\$ 0,040	La zona de cobertura de la CNT, Costa, Sierra, Oriente y región Insular, ahora son beneficiadas con la "Tarifa País", que es aplicable a todas las llamadas que se realicen dentro de la red de la CNT
Residencial (B)	\$ 0,020	
Comercial (C)	\$ 0,056	

Tabla # 2.5

**LINKOTEL S.A.**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

	Categoría	Instalación	Pensión Básica Mensual
	A	\$ 110,00	\$ 9,90
	B	\$ 110,00	\$ 9,90
	C	\$ 110,00	\$ 9,90

**Tabla # 2.5**

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

SERVICIO	RESIDENCIAL (\$)	COMERCIAL (\$)
Local	\$ 0,0015	\$ 0,012
Nacional	\$ 0,035	\$ 0,08
Regional	\$ 0.012	\$ 0.012
Celular	\$ 0.18	\$ 0.18
Internacional – Grupo 1	\$ 0.10	\$ 0.10
Internacional – Grupo 2	\$ 0.25	\$ 0.25
Internacional – Grupo 3	\$ 0.35	\$ 0.35
Internacional – Grupo 4	\$ 0.45	\$ 0.45
Internacional – Grupo 5	\$ 0.55	\$ 0.55

**Tabla # 2.7**



**SETEL S.A. (GRUPO TV CABLE)**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Instalación	Pensión Básica Mensual
A	\$ 633,00	\$ 23,53
B	\$ 633,00	\$ 23,53
C	\$ 633,00	\$ 23,53

Tabla # 2.8

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

PLAN	LLAMADA LOCAL	LLAMADA REGIONAL	LLAMADA NACIONAL
PLANES RESIDENCIALES	\$ 0,01	\$ 0,02	\$ 0,040
PLAN	LLAMADA LOCAL	TARIFA TODO ECUADOR	LLAMADA CELULAR
PLANES EMPRESARIALES	\$ 0,02	\$ 0,06	\$ 0,135
Tarifa Todo Ecuador: Para llamadas regionales y nacionales.			
IMPUESTOS APLICABLES	IVA	IVA	IVA

Tabla # 2.9

**ETAPA EP**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Inscripción	Pensión Básica Mensual	Derecho de Minutos
A	\$ 60,00	\$ 0,80	300
B	\$ 90,00	\$ 1,99 (a)	N/A
		\$ 3,99 (b)	N/A
		\$ 4,99 (c)	N/A
C	\$ 148,00	\$ 9,99	N/A

Tabla # 2.10

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

CATEGORIA	PLAN	LLAMADA LOCAL	OBSERVACIÓN
Popular (A)	-	\$ 0,02	-
Residencial (B)	B-200 (a)	\$ 0,02	B200 De 0 hasta 200 minutos
	B-500 (b)	\$ 0,06	B500 De 200 hasta 500 minutos
	B+500 (c)	\$ 0,07	B+500 A consumos más de 500 minutos
Comercial (C)	-	\$ 2,20	-

Tabla # 2.11

**ECUADORTELECOM (CLARO)**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Instalación	Pensión Básica Mensual
A	\$ 85,00	\$ 8,50
B	\$ 120,00	\$ 11,00
C	\$ 200,00	\$ 15,00

Tabla # 2.12

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

CATEGORIA	LLAMADA LOCAL	LLAMADA NACIONAL
Popular (A)	\$ 0,018	\$ 0,051
Residencial (B)	\$ 0,021	\$ 0,080
Comercial (C)	\$ 0,029	\$ 0,102

Tabla # 2.13

**GRUPO CORIPAR S.A.**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Instalación	Pensión Básica Mensual
Plan Residencial	\$ 75,00	\$ 7,55
Plan Comercial	\$ 75,00	\$ 11,50

Tabla # 2.14

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

CATEGORIA	LLAMADA LOCAL	LLAMADA REGIONAL	LLAMADA NACIONAL
Plan Residencial	\$ 0,01	\$ 0,02	\$ 0,04
Plan Comercial	\$ 0,03	\$ 0,05	\$ 0,07

Tabla # 2.15



**GLOBAL CROSSING S.A.**



Valor de cargos por adquisición de línea telefónica fija o convencional:

Categoría	Instalación	Pensión Básica Mensual
A	\$ 60,00	\$ 8,00
B	\$ 88,00	\$ 8,50
C	\$ 200,00	\$ 12,00

Tabla # 2.16

Valor de cargos por consumo por minuto de línea telefónica fija o convencional:

CATEGORIA	LLAMADA LOCAL	LLAMADA NACIONAL
Popular (A)	\$ 0,050	\$ 0,120
Residencial (B)	\$ 0,060	\$ 0,120
Comercial (C)	\$ 0,060	\$ 0,120

Tabla # 2.17

**COSTO DE CONSUMO DE FIJOS A MOVILES EN TODOS LOS PROVEEDORES**

En la siguiente tabla apreciamos el costo por minuto de llamadas a teléfonos móviles o celulares por operador:

PROVEEDOR	LLAMADA A MÓVILES
CNT EP	\$ 0,120
ETAPA EP	\$ 0,120
LINKOTEL	\$ 0,290
SETEL S.A. (GRUPO TV CABLE)	\$ 0,730
CORIPAR S.A.	\$ 0,135
ECUADORTELECOM S.A. (CLARO)	\$ 0,060
GLOBAL CROSSING S.A.	\$ 0,150

Tabla # 2.18

Es importante mencionar que la CONATEL, es quién indica los parámetros del techo tarifario que se encuentran incurridos en el contrato de concesión (en las empresas estatales el contrato tiene carácter indefinido), esto quiere decir que las empresas sean públicas o privadas no pueden pasarse de determinado valor económico.

### TABLA DE ÁREA DE COBERTURA DE TODOS LOS OPERADORES DE SERVICIO TELEFÓNICO

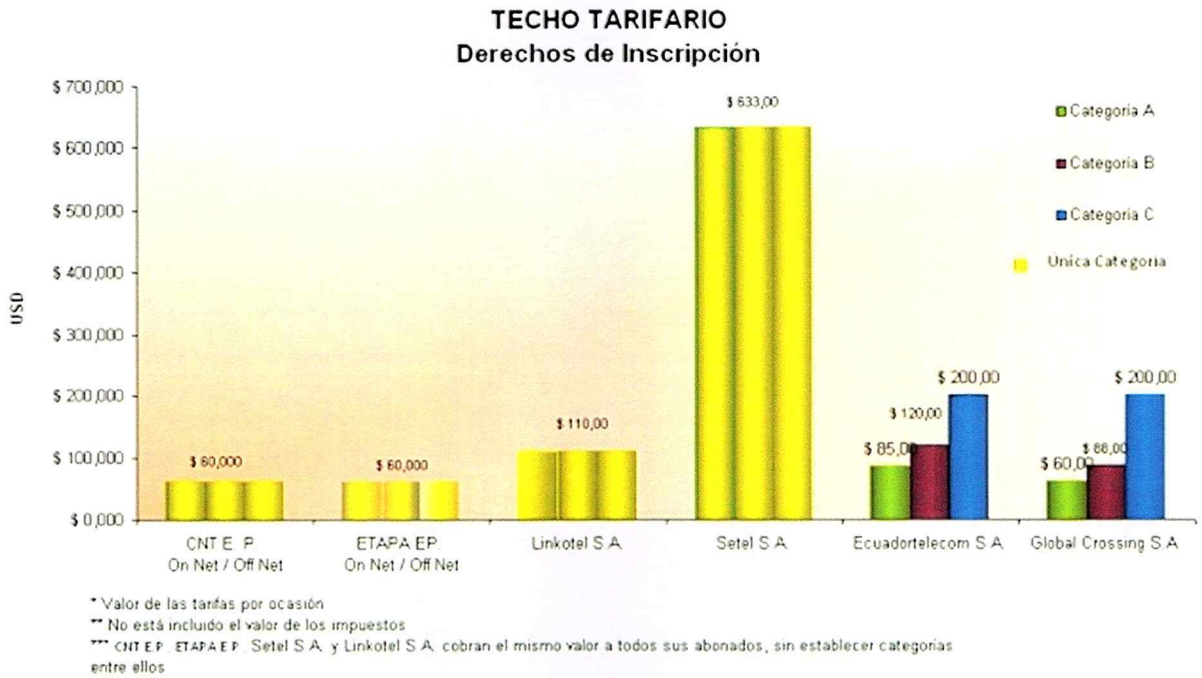
#	EMPRESA	COBERTURA
1	CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	AZUAY, BOLIVAR, CAÑAR, CARCHI, CHIMBORAZO, COTOPAXI, EL ORO, ESMERALDAS, GALAPAGOS, GUAYAS, IMBABURA, LOJA, LOS RIOS, MANABÍ, MORONA SANTIAGO, NAPO, ORELLANA, PASTAZA, PICHINCHA, SANTA ELENA, SANTO DOMINGO DE TSÁCHILAS, SUCUMBIOS, TUNGURAHUA, ZAMORA CHINCHIPE
2	LINKOTEL S.A.	GUAYAS Y MANABI (*) NO VERIFICADO
3	SETEL S.A.	PICHINCHA, GUAYAS, SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS, CHIMBORAZO, IMBABURA Y MANABI
4	ECUADORTELECOM S.A. (CLARO)	GUAYAS, PICHINCHA, MANABI Y EL ORO
5	ETAPA EP	CUENCA, GUAYAS, EL ORO Y PICHINCHA
6	GLOBAL CROSSING COMUNICACIONES ECUADOR S.A.	PICHINCHA (QUITO, VALLE DE LOS CHILLOS, TUMBACO)
7	GRUPO CORIPAR S.A.	PICHINCHA (VALLE DE LOS CHILLOS)

Fuente: Website SUPERTEL

Tabla # 2.19



## GRÁFICOS POR OPERADOR TELEFÓNICO

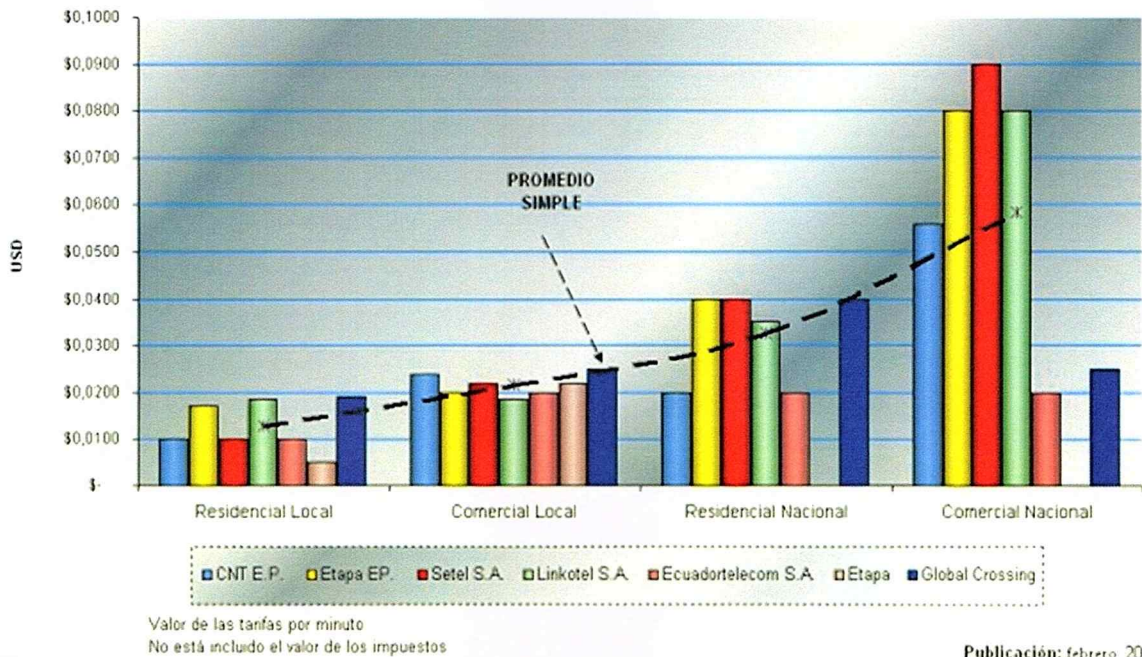


Publicación: febrero 2012

Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.40

### TARIFAS TELEFONÍA FIJA Comparativo entre empresas



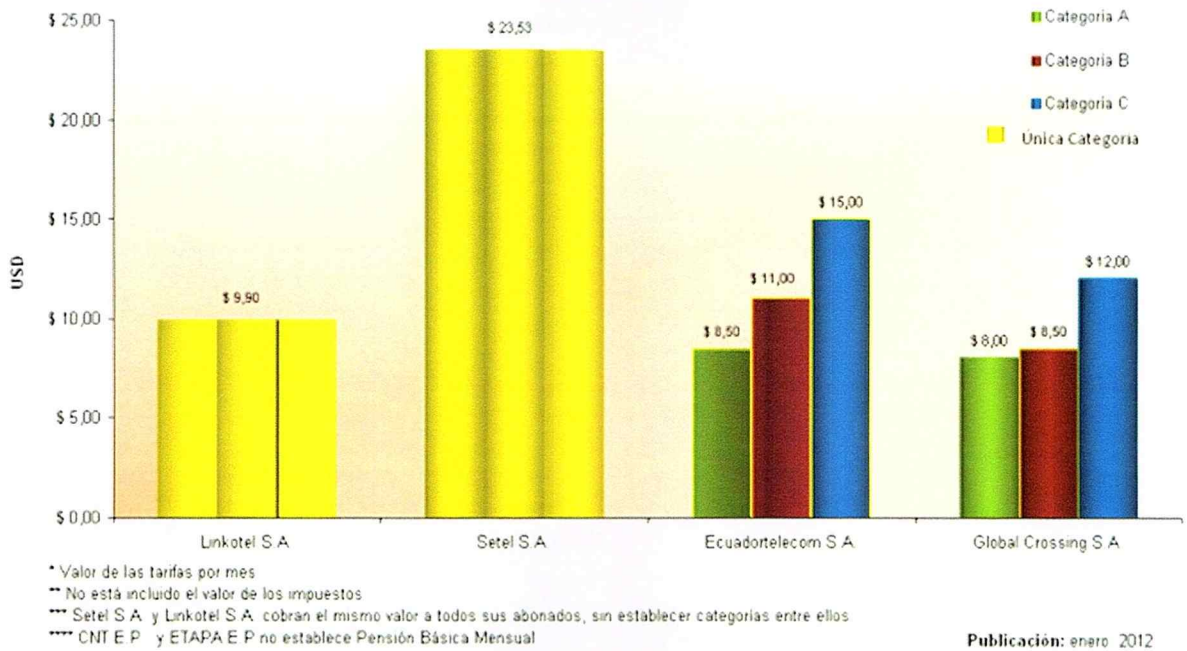
Publicación: febrero 2012

Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.41



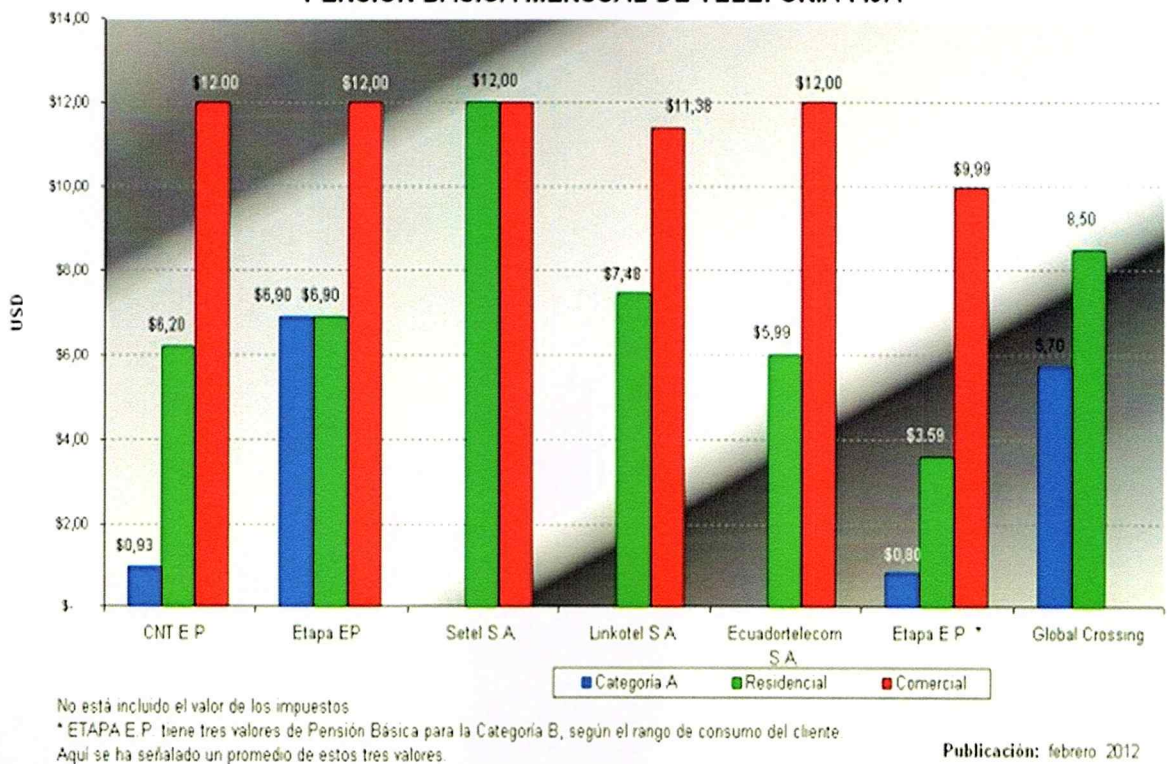
TECHO TARIFARIO  
Pensión Básica Mensual



Fuente: Website de la CONATEL

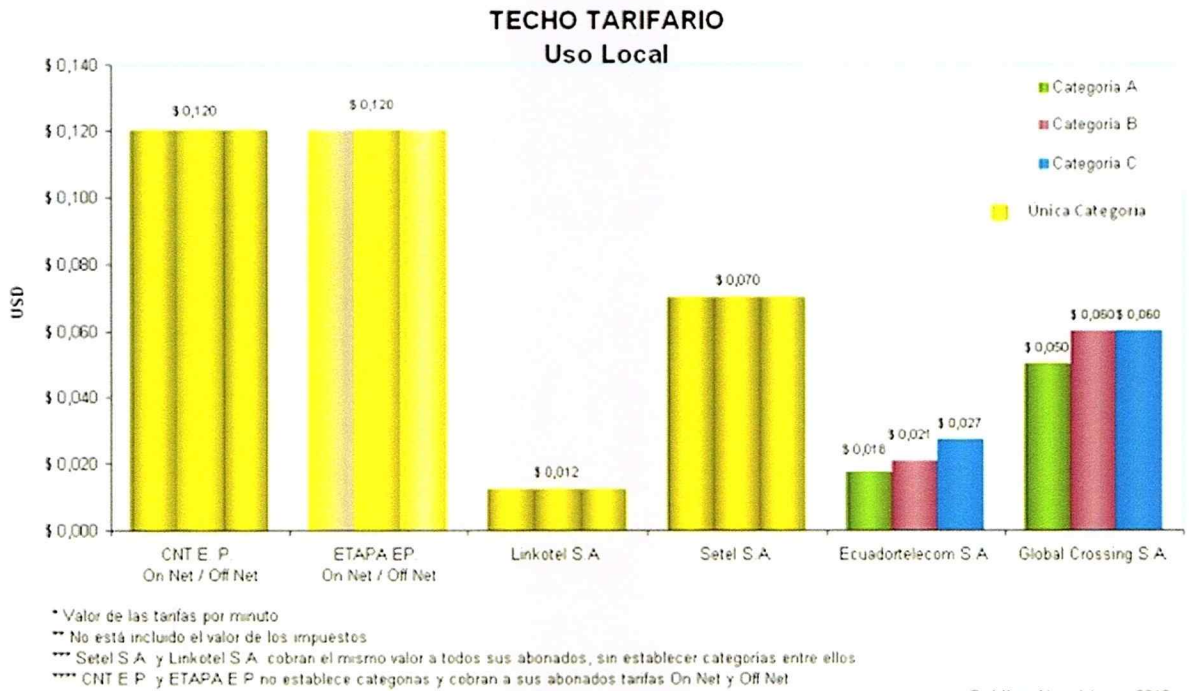
GRÁFICO # 2.42

PENSIÓN BÁSICA MENSUAL DE TELEFONÍA FIJA



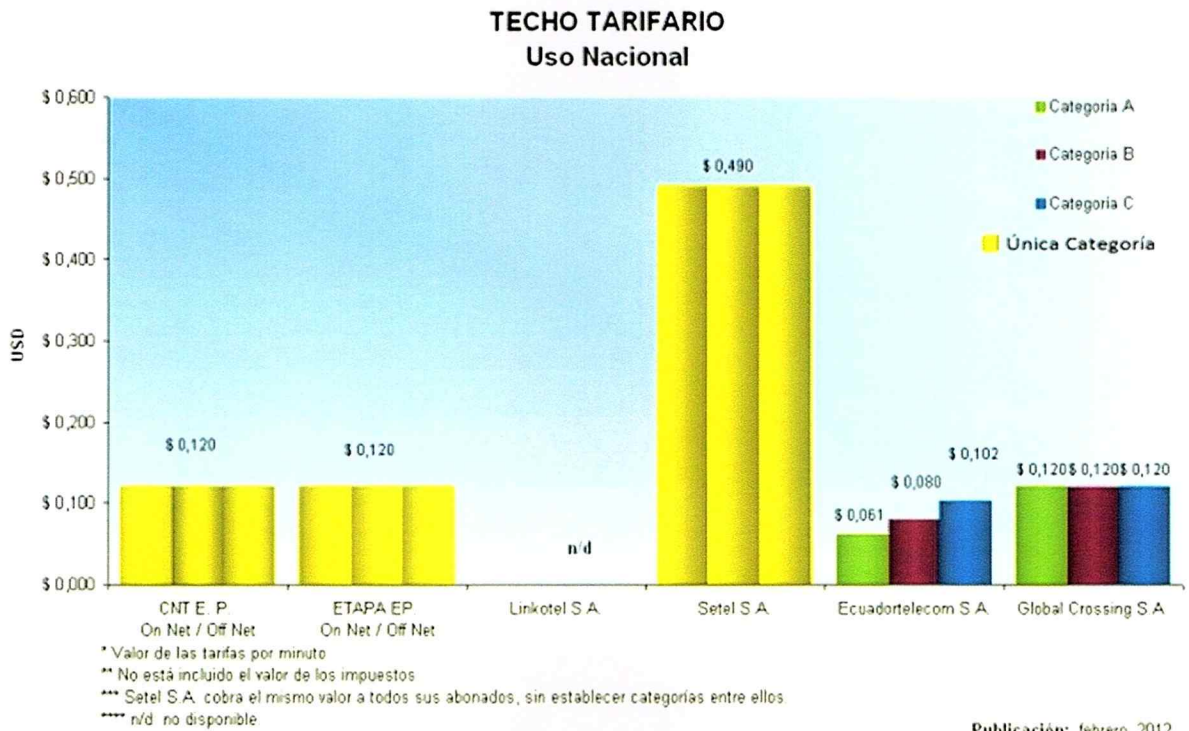
Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.43



Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.44

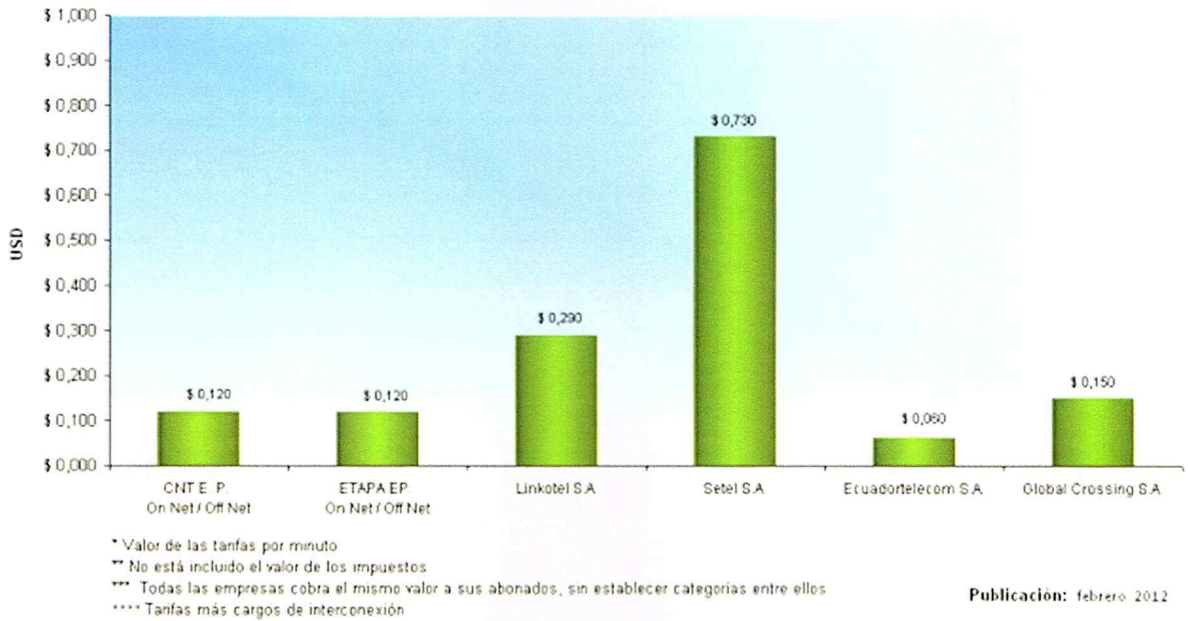


Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.45



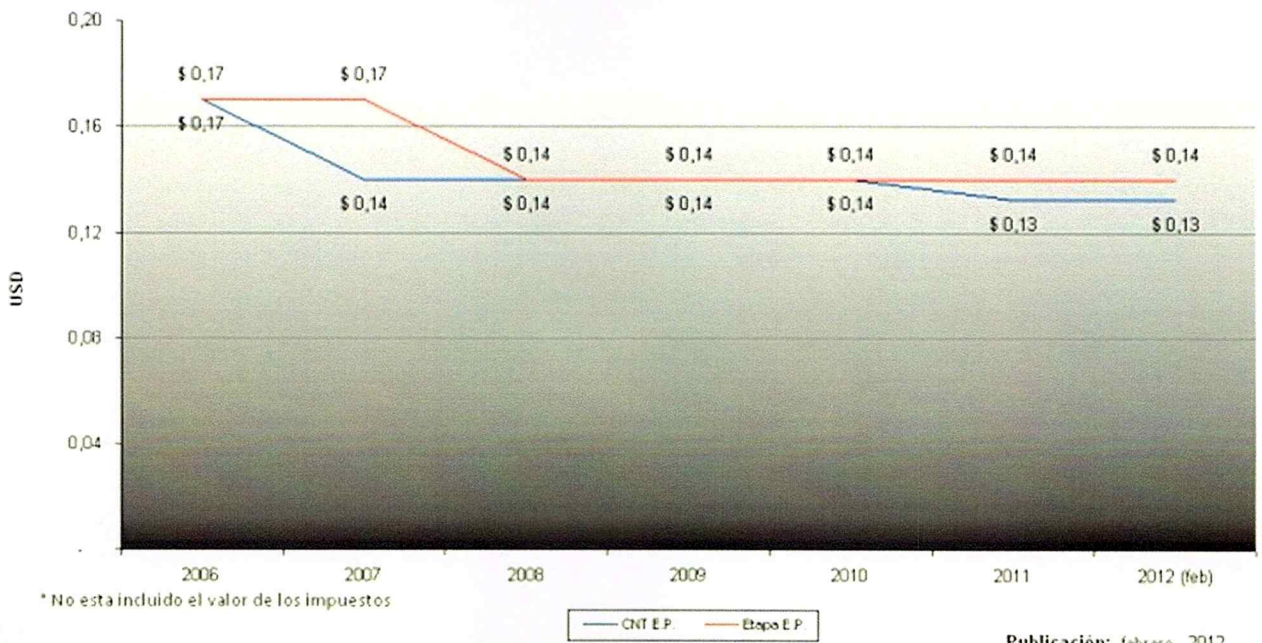
**TECHO TARIFARIO**  
Llamadas hacia Móviles



Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.46

**Evolución de Tarifas Fijo Móvil**  
Empresas Públicas  
(incluye cargo de interconexión)



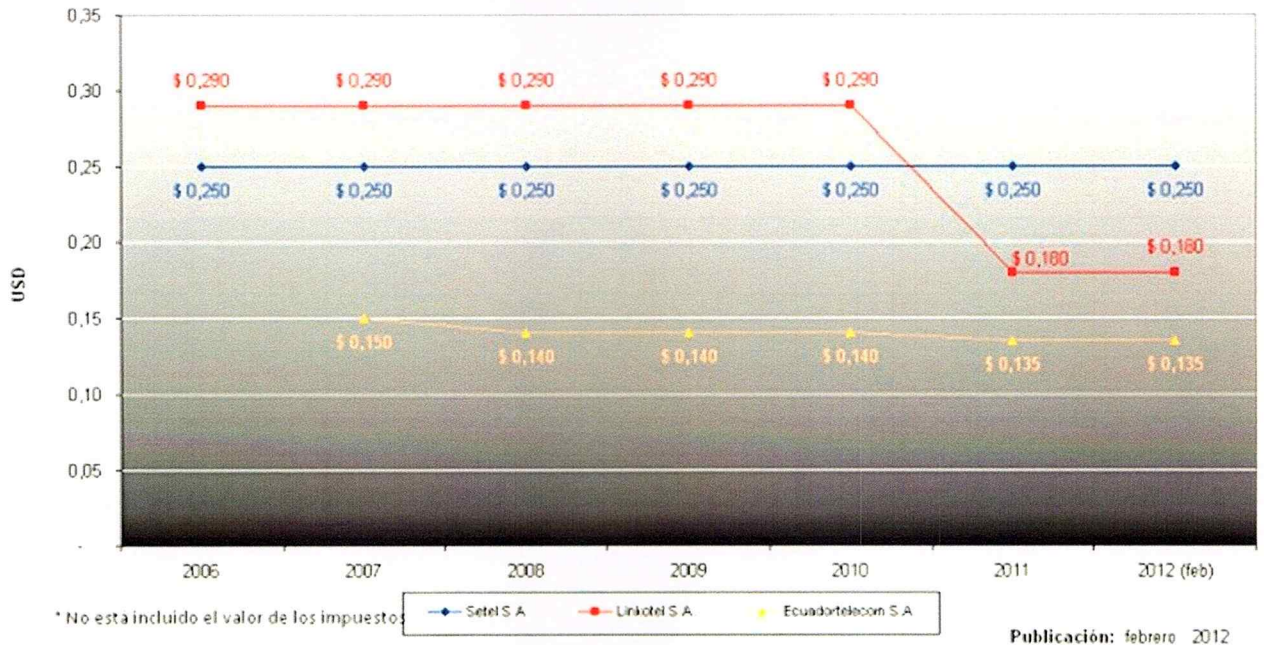
Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.47



**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**

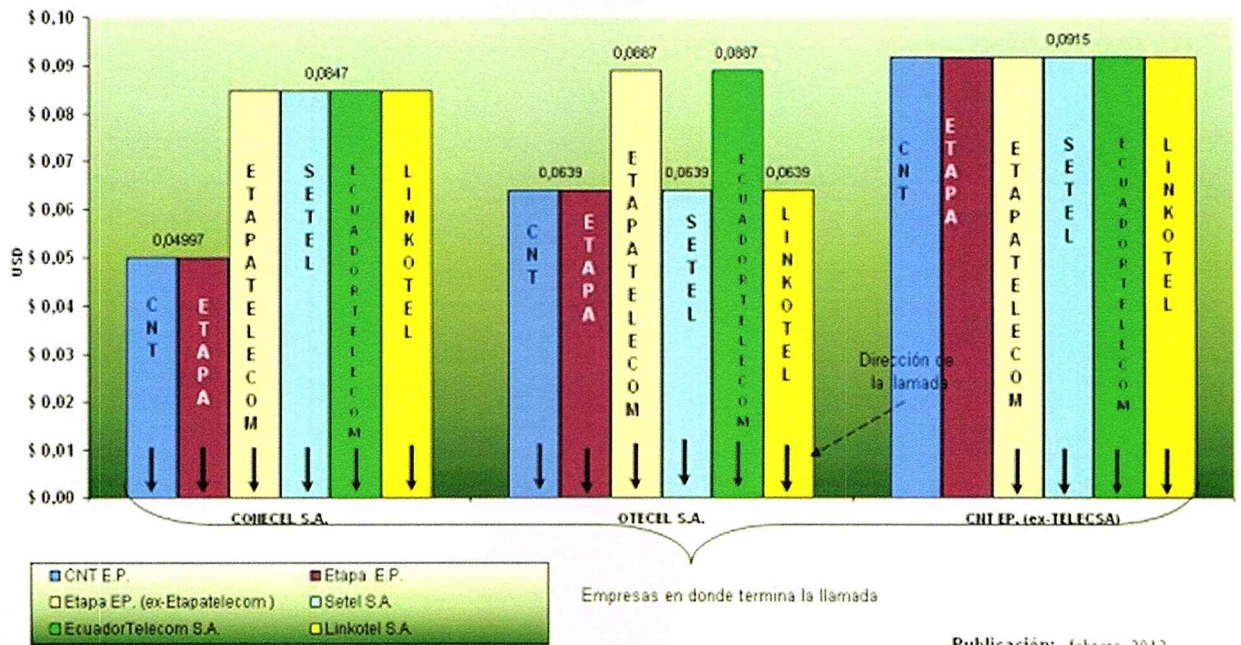
**Evolución de Tarifas Fijo Móvil  
Empresas Privadas  
(incluye cargo de interconexión)**



Fuente: Website de la CONATEL

**GRÁFICO # 2.48**

**CARGOS INTERCONEXIÓN  
De Fijo a Móvil**



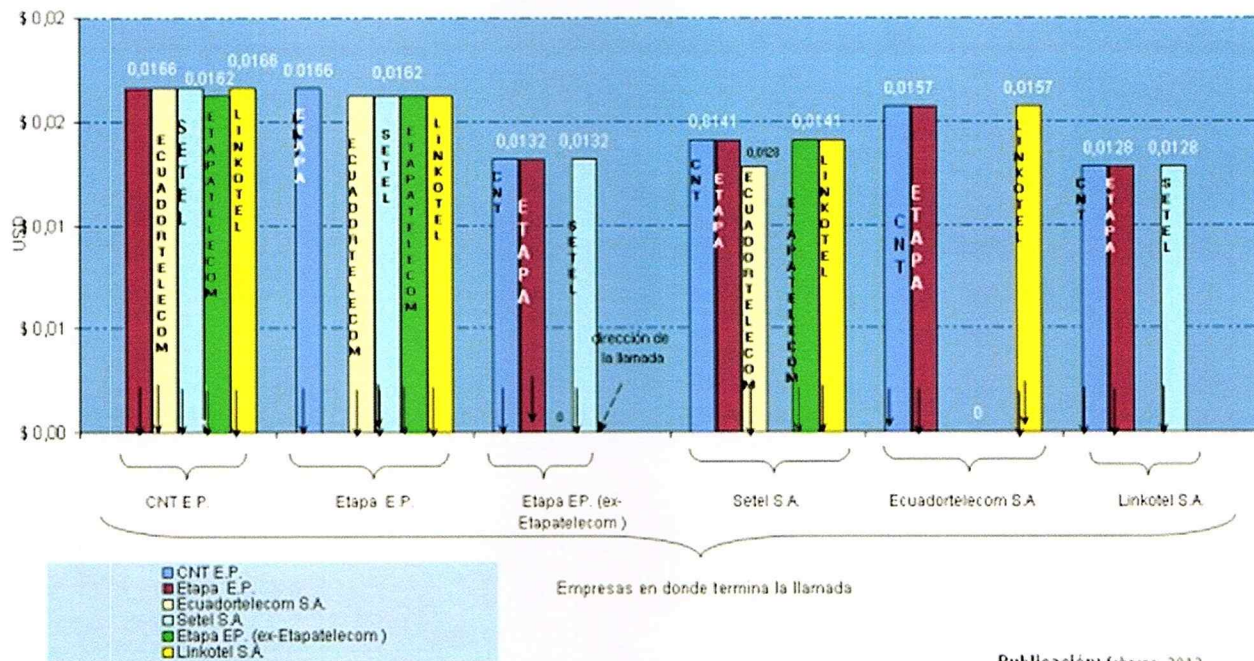
Fuente: Website de la CONATEL

**GRÁFICO # 2.49**



**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**

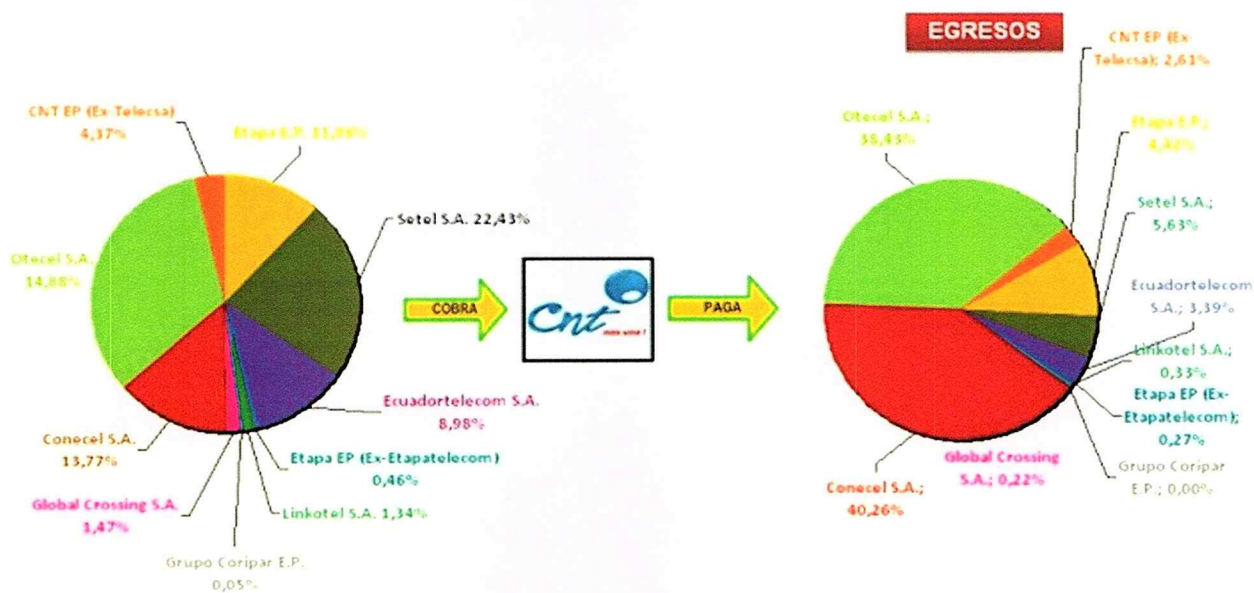
**CARGOS DE INTERCONEXIÓN  
De Fijo a Fijo**



Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.50

**INGRESOS Y EGRESOS DE INTERCONEXIÓN  
CNT E.P. 2012**



Fuente: Website de la CONATEL

GRÁFICO # 2.51

**Observación:**

Pliego Tarifario de empresas públicas y privada sobre telefonía fija o convencional:

- La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, es la que mayor cobertura, dentro de la República del Ecuador atiende a sus 24 provincias, frente a sus competidores.
- El derecho de inscripción son las empresas públicas las que tienen el techo tarifario más bajo frente a las empresas privadas.
- La pensión básica son las empresas públicas las que tienen el techo tarifario más bajo frente a las empresas privadas.
- En lo concerniente a la tarifa local son las empresas privadas las que cobran el valor más bajo frente a las empresas públicas.
- En lo referente a la tarifa nacional son las empresas privadas las que cobran el valor más bajo frente a las empresas públicas.
- Sobre la tarifa en llamadas a móviles es la empresa privada representada en Ecuadortelecom (Claro) las que cobran el valor más bajo frente a las empresas públicas.
- El costo por telefonía fija móvil las empresas públicas son mas bajas que el ofertado por la empresas privadas.
- El costo de interconexión de fijo a móvil las empresas privadas tienen el costo más bajos que las empresas públicas.
- Los cargos por interconexión de fijo a fijo las empresas privadas tienen los costos más bajos que las empresas públicas.



- Las empresas Conecel S.A., Setel S.A. y Otecel S.A., empresas privadas tienen los mayores ingresos y egresos percibidos por interconexión que las empresas públicas.

## 2.4 Análisis situación tecnológica del Área de Conmutación (Centrales) de CNT EP:

Las centrales telefónicas digitales de CNT EP fueron instaladas alrededor de los años 90's, mediante contratos de adquisición de planta interna o conmutación, estas centrales tienen más de 20 años por ende una marcada obsolescencia, habiendo cumplido su tiempo de vida útil para la empresa; en la actualidad con las nuevas tecnologías de punta, se ha reducido tanto en el espacio físico de lo que comprendía una central telefónica de esa época e incremento en su capacidad de procesamiento de información (voz y datos).



Fuente: CNT EP

GRÁFICO # 2.52

### Proveedores de centrales:

- Los proveedores que han instalado centrales telefónicas en CNT EP, son: Alcatel-Lucent (Francesa), Huawei Technologies Co. Ltd (China), LG-Ericsson

(Sueca), Nec-Phillips (Japonesa), Samsung (Corea del Sur), Siemens AG (Alemana), y Zhong Xing Telecommunication Equipment Company Limited - ZTE (China).

### Tipo de tecnologías instaladas:

En CNT EP, existen dos tipos de tecnologías instaladas

- CENTRALES DIGITALES (obsolescencia)
- CENTRALES NGN —————> (controlada por un Softswitch)

La tecnología NGN y los Softswitch son las tendencias del siglo XXI, en la actualidad en la CNT EP están adquiriendo e instalando los MSSAN que son nodos inteligentes que soportan un equipamiento mínimo de 256 abonados (POT) o una tarjeta ADSL2+ (32 puertos para internet) y ubicados en lugares como etapas de Urbanizaciones por ejemplo y conectados a la central NGN a través de la fibra óptica, lo que no hablaremos es de las centrales DIGITALES, las que estamos diagnosticando, están siendo remplazadas por las UR (Unidades Remotas) que manejan líneas fijas y datos.

### Problemas tecnológicos:

- **El software:** De las centrales digitales tiene su propio sistema operativo y/o programas, en la actualidad se ha dejado producir estos programas en vista de que no son rentables para los proveedores, no existen disponibles upgrade o actualizaciones.
- **El hardware:** Los proveedores no pueden arreglar las tarjetas de los sistemas o bastidores, debido a ciertos componentes electrónicos que están discontinuados. Debiendo la CNT EP, capacitar a sus propios técnicos en la



reparación electrónica de las tarjetas discontinuadas por los proveedores, convirtiéndose en un costo oneroso.

Sin el software o el hardware adecuados, determinadas centrales telefónicas no pueden ampliarse en sus servicios.

### **Servicios:**

- Los servicios son los productos o aplicaciones ofertados que puede prestar cada central por ejemplo: call ID, reloj despertador, re-call, etc., en la actualidad estas aplicaciones son ineficientes e inadecuadas, comparado con el uso del Internet, las centrales no están en capacidad de incrementar el ancho de banda, imposibilitando de prestar un mejor servicio, las centrales no dan servicio de internet, es un servicio aparte con otro equipamiento, ambos servicios se unen en el repartidor, a través de un splitter, para ocupar un solo par de hilos hacia el abonado.

### **Costos:**

- Los costos de cada central telefónica, depende del tipo de central a adquirir de acuerdo a las necesidades corporativas, estas pueden ser indoor o outdoor (para interior o exterior) y su capacidad en número de líneas telefónicas.
  - **Indoor:** para este tipo de centrales cuyo componentes son los siguientes:
    - El equipo de conmutación.
    - Los equipos de transmisión entre centrales (que utilizan cable coaxial, los cables de pares o fibra óptica).
    - El repartidor principal de cable (interconecta los pares de los abonados con los cables de entrada a la central).
    - Equipos de ventilación o climatización.
    - Los equipos de alimentación eléctrica. 110/220.
    - Las baterías de apoyo o banco de baterías por lo general se provee equipos para 8 - 12 horas continuas de energía eléctrica.
    - Cables, empalmes, etc.



- **Outdoor:** para este tipo de centrales se adquiere lo antes detallado, con una sola salvedad, se los adquieren *shelter's* que son cabinas cúbicas, que se construyen de acuerdo a las necesidades del adquirente, este del *shelter's* incrementa el costo de la central, en un proyecto total, el instalar equipos remotos cerca del abonado disminuye el costo, ya que se reduce considerablemente el costo de planta externa.
- **Precios:** los precios van desde **USD \$ 90.000,00** a **USD \$ 120.000,00** con capacidad de 256 líneas, dependiendo de los requerimientos y de la marca del proveedor.
- **Adquisición:** mediante suscripción de contrato previo aprobación del concurso público publicado en el portal de compras públicas en la Internet.

**Otros componentes:**

- Dentro de otros componentes que conforman la puesta en funcionamiento de una central telefónica, están obra civil la podemos detallar en los siguientes cuadros:

**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**

**CRONOGRAMA VALORADO DE LA OFERTA DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES**

OBRA: CONSTRUCCION DE CASETA TELEFONICA "TIPO A" CNT  
UBICACIÓN: REGION 5 GUAYAQUIL - PROVINCIA DEL GUAYAS

HOJA 1 DE 1

VALOR: USD \$ 16.427,79 DOLARES AMERICANOS SIN IVA  
PERIODO DE EJECUCION: 60 DIAS  
FECHA: ENERO 12 DE 2010

No	DESCRIPCION	INVERSION TOTAL	%	TIEMPO EN SEMANAS								TOTAL	
				1 SEMANA	2 SEMANA	3 SEMANA	4 SEMANA	5 SEMANA	6 SEMANA	7 SEMANA	8 SEMANA		
1	TRABAJOS PRELIMINARES	110,55	0,67	110,55									100,00
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS	480,20	2,92	480,20									87,50
3	ESTRUCTURA	6.358,65	38,71	1.271,73	1.271,73	1.271,73	1.271,73	1.271,73					75,00
4	PAREDES - ENLUCIDOS - RECUBRIMIENTOS Y OTROS	4.020,64	24,47		804,13	804,13	603,10	603,10	603,10	603,10			62,50
5	PISOS	2.278,63	13,87				227,86	455,73	455,73	455,73		683,59	50,00
6	CARPINTERIA Y CERRAJERÍA	686,33	4,18			137,27	68,63	68,63	137,27	137,27		137,27	37,50
7	INSTALACIONES ELECTRICAS Y TELEFONICAS	2.035,37	12,39						610,61	610,61		814,15	25,00
8	PLANTA EXTERNA	457,42	2,78							137,22	137,22	182,97	12,50
	INVERSION MENSUAL	16.427,79	100,00	1.862,48	2.075,86	2.213,12	2.171,32	2.399,19	1.943,92	1.943,92	1.817,97		100,00
	AVANCE PARCIAL EN %	16.427,79	100,00	11,34%	12,64%	13,47%	13,22%	14,60%	11,83%	11,83%	11,07%		100,00
	INVERSION ACUMULADA			1.862,48	3.938,34	6.151,47	8.322,79	10.721,97	12.665,90	14.609,82	16.427,79		100,00
	AVANCE ACUMULADO EN %			11,34%	23,97%	37,45%	50,66%	65,27%	77,10%	88,93%	100,00%		100,00

TABLA # 2.20

**CRONOGRAMA VALORADO DE LA OFERTA DE TRABAJOS Y ACTIVIDADES**

OBRA: CONSTRUCCION DE CASETA TELEFONICA "TIPO B" CNT  
UBICACIÓN: REGION 5 GUAYAQUIL - PROVINCIA DEL GUAYAS

HOJA 1 DE 1

VALOR: USD \$ 18.358,98 DOLARES AMERICANOS SIN IVA  
PERIODO DE EJECUCION: 60 DIAS  
FECHA: ENERO 12 DE 2010

No	DESCRIPCION	INVERSION TOTAL	%	TIEMPO EN SEMANAS								TOTAL	
				1 SEMANA	2 SEMANA	3 SEMANA	4 SEMANA	5 SEMANA	6 SEMANA	7 SEMANA	8 SEMANA		
1	TRABAJOS PRELIMINARES	115,57	0,63	115,57									100,00
2	MOVIMIENTO DE TIERRAS	701,10	3,82	701,10									87,50
3	ESTRUCTURA	7.539,71	41,07	1.507,94	1.507,94	1.507,94	1.507,94	1.507,94					75,00
4	PAREDES - ENLUCIDOS - RECUBRIMIENTOS Y OTROS	4.260,77	23,21		852,15	852,15	639,12	639,12	639,12	639,12			62,50
5	PISOS	2.358,87	12,85				235,89	471,77	471,77	471,77		707,66	50,00
6	CARPINTERIA Y CERRAJERIA	686,33	3,74			137,27	68,63	68,63	137,27	137,27		137,27	37,50
7	INSTALACIONES ELECTRICAS Y TELEFONICAS	2.239,21	12,20						671,76	671,76		895,68	25,00
8	PLANTA EXTERNA	457,42	2,49							137,22	137,22	182,97	12,50
	INVERSION MENSUAL	18.358,98	100,00	2.324,62	2.360,10	2.497,36	2.451,58	2.687,46	2.057,14	2.057,14	1.923,58		100,00
	AVANCE PARCIAL EN %	18.358,98	100,00	12,66%	12,86%	13,60%	13,35%	14,64%	11,21%	11,21%	10,48%		100,00
	INVERSION ACUMULADA			2.324,62	4.684,72	7.182,08	9.633,65	12.321,12	14.378,26	16.435,40	18.358,98		100,00
	AVANCE ACUMULADO EN %			12,66%	25,52%	39,12%	52,47%	67,11%	78,32%	89,52%	100,00%		100,00

TABLA # 2.21

### Observaciones:

- El tipo de tecnología DIGITAL es tecnología obsoleta, como hemos indicado.
- El costo por reparación de tarjetas de los bastidores de la central lo vuelve oneroso.
- Dentro del cronograma de cambio tecnológico o ampliación de las redes existentes se esta llevando a cabo en un proceso a mediano plazo, 1 – 3 años, de acuerdo a la capacidad económica de la empresa para adquirir (partida presupuestaria en el Plan Anual de Contrataciones – PAC)
- El objetivo de visto desde el punto de vista empresarial, es recuperar la inversión en corto tiempo.
- Se debe de realizar un survey o levantamiento de inventario de centrales y clasificarlas en tres tipos: BAJO, MEDIANO y ALTO RIESGO, para que en un lapso a mediano plazo sean remplazadas y operativas, de acuerdo a los recursos financieros que la CNT EP posea.

### 2.5 Análisis F.O.D.A.

Con el análisis FODA observaremos la **situación competitiva de la empresa** en su mercado (*situación externa*) y de las características del interior (*situación interna*), para así poder determinar sus fortalezas, amenazas, debilidades y oportunidades.

La situación interna se compone principalmente de dos elementos primordiales y controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos elementos no controlables: oportunidades y amenazas. Nos basaremos en un diagrama de flujo para encontrar la mejor opción y estrategia para una toma de decisiones adecuada y eficaz, tal como se muestra a continuación:



DIAGRAMA DEL F.O.D.A.

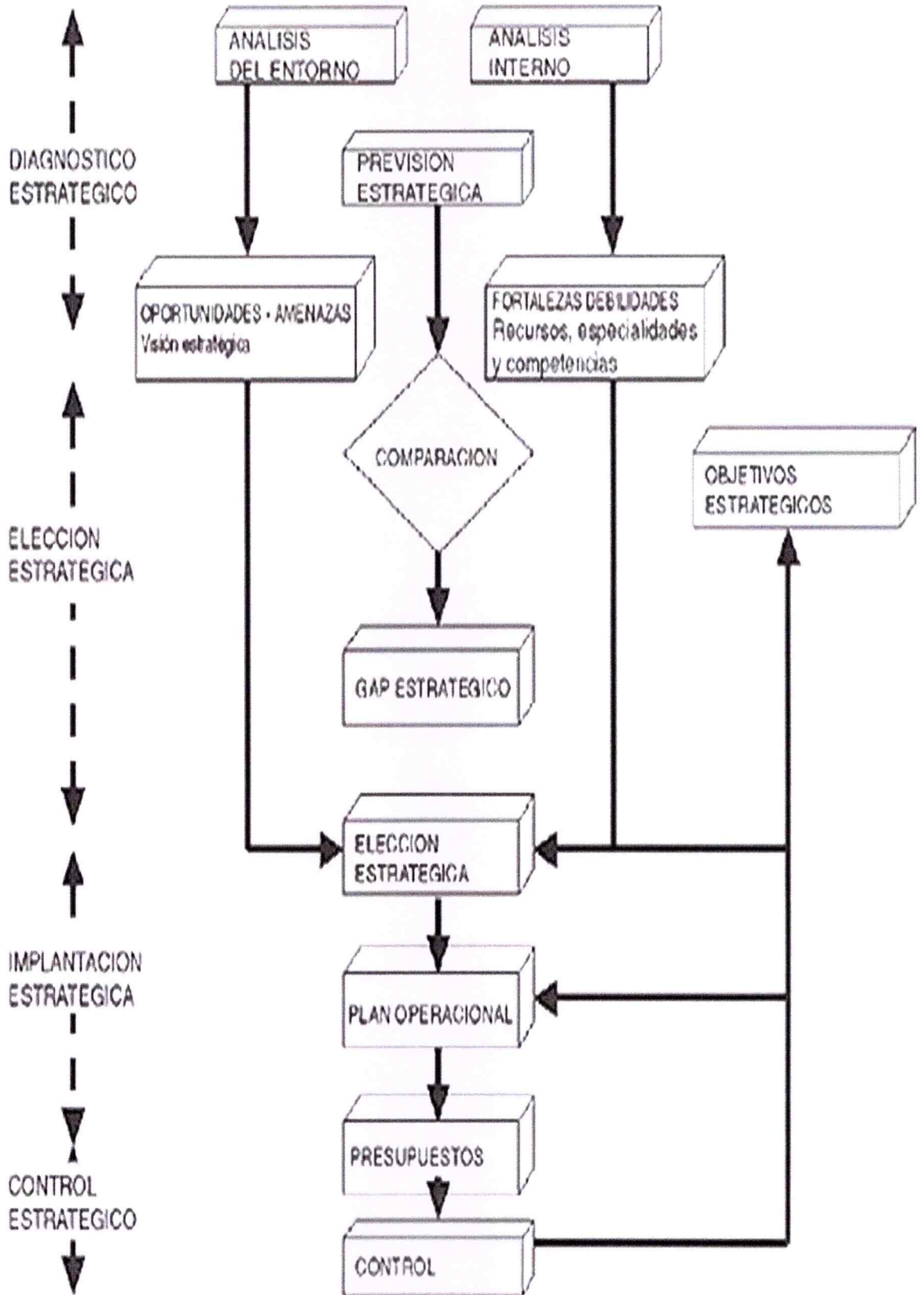


GRÁFICO # 2.53



**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**

**MATRIZ FODA (F.O. - F.A. / D.O. - D.A.)**

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>ANÁLISIS INTERNO</b></p> <p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"><b>ANÁLISIS EXTERNO</b></p>	FORTALEZAS		DEBILIDADES		
	F1. EL PÚBLICO TIENE CONOCIMIENTO Y RECUERDA CIERTOS SERVICIOS QUE PRESTA LA CNT EP, SIEMPRE ESTAN EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR FINAL (33,97%)		D1. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OBSOLETA MAYOR A 20 AÑOS		
	F2. DENTRO DE LAS PREFERENCIAS EL PÚBLICO PREFIERE A CNT EP (55,75%)		D2. FALTA MÁS COBERTURA APENAS SIRVE A 1'934.421 USUARIOS		
	F3. UNA GRAN NUMERO DE USUARIOS POSEE TELEFONÍA FUA O CONVENCIONAL, DENTRO DE LA TELEFONIA FUA LA CNT EP, TIENE LA MAYOR PARTE DEL PASTEL DEL MERCADO (85,75%)		D3. FALTA MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE		
	F4. LA GESTION DE VENDEDORES ESTA BIEN ENCAMINADA, EN LO REFERENTE A VENTAS, ATENCION AL USUARIO, RAPIDES Y EFICACIA, EL USUARIO PERSIVE CIERTA MEJORA QUE ANTES(39,07%)		D4. FALTA CALIDAD DE SERVICIO TÉCNICO		
	F5. DENTRO DE LAS PREFERENCIA DEL PÚBLICO PREFIERE QUE LA ATENCION SEA EFICIENTE Y EFICAZ, RÁPIDA Y CON ATENCION AMABLE(91,15%)		D5. EL SERVICIO AL CLIENTE ES CALIFICADO NEGATIVAMENTE (43,00%)		
	F8. EL SERVICIO AL CLIENTE ES CALIFICADO POSITIVAMENTE (ENTRE EXCELENTE, MUY BUENO Y BUENO) (57,00%)		D6. EXCESO Y FALTA DE PERSONAL EN ALGUNAS AREAS		
			D7. PERSONAL SIN FUNCIONES		
		D8. PERSONAL QUE NO HA SIDO CAPACITADO			
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS F.O.		ESTRATEGIAS D.O.	
O1. EL PÚBLICO EN GENERAL CONSIDERA AÚN LA TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL IMPORTANTE (70,75%)	GENERAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA PODER OFRECER NUEVOS SERVICIOS Y PRODUCTOS APROVECHANDO LA SITUACION QUE EL PÚBLICO SIENTE INTERES POR LO OFRECIDO POR LA CNT EP. (F1, F2, F8, O1, O3, O4, O5, O6, O7, O8 Y O9)		ELABORAR Y ESTABLECER POLITICAS TÉCNICAS, DE FINANCIAMIENTO Y REINVERSION ECONOMICA EN LA ADQUISICION DE EQUIPOS E INFRAESTRUCTURA DE PUNTA DE ULTIMA TECNOLOGIA PARA PODER BRINDAR UN MEJOR SERVICIO Y AMPLIAR LA CARTERA DE CLIENTES. (D1, D2, D4, O10, O11)		
O2. GENERA VENTAS DE TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL A TRAVES DE VENDEDORES VS CLIENTES Y ESTA ES TRANSMITIDO A OTROS INTERESADOS EN ADQUIRIR EL MISMO SERVICIO (34,11%)					
O3. PUBLICIDAD MEDIANTE USO DE INTERNET (4,66%)	ELABORAR PLANES DE INCENTIVOS PARA LOS USUARIOS PARA PODER ATRAERLOS HACIA EL USO DE LOS PODUCTOS Y SERVICIOS QUE PRESTA LA EMPRESA. (F4, F5, F6, F7, F8, O2, O10 Y O11)		IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CONTINUA TANTO EN RR.HH. Y RRR.PP. TAMBIEN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LA EMPRESA VENDE DE LOS AGENTES VENDEDORES (SERVICIO AL CLIENTE) PARA QUE PRESTEN UN MEJOR SERVICIO GENERANDO UNA ATRACCION HACIA LA EMPRESA. (F4, F5, F6, F7, F8, O2, O10 Y O11)		
O4. PROPAGANDA Y PUBLICIDAD MEDIANTE MEDIOS TV, RADIO, PRENSA ESCRITA, OTROS (22,16%)					
O5. EL PÚBLICO DESEA ADQUIRIR EL SERVICIO DE TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL (20,00%)	REALIZAR UN ESTUDIO DE ANALISIS DE COLAS Y CALIFICACION DEL PERSONAL PARA DETERMINAR DONDE ESTAN LAS FALLAS. (F4, F8, O10)		REESTRUCTURAR EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE CON PERSONAL IDONEO Y ELIMINANDO QUIEN NO FUESE UTIL. (D6, D7, O10)		
O6. EL PÚBLICO DESEA ADQUIRIR EL SERVICIO DE TV PAGADA DE BUENA CALIDAD (8,50%)			APERTURA DE NUEVOS CENTROS DE ATENCION AL CLIENTE QUE NOS PERMITA MANTER UN CONTACTO DIRECTO CON LOS VENDEDORES-ASESORES, QUE CONTENGA UNA INFRAESTRUCTURA DE ULTIMA TECNOLOGIA PARA UNA ATENCION EFICAZ Y EFICIENTE. (D4, D5, D7, O2, O3, O4, O11)		
O7. EL PÚBLICO DESEA ADQUIRIR EL SERVICIO DE TELEFONIA MÓVIL (11,75%)					
O8. EL PÚBLICO DESEA ADQUIRIR EL SERVICIO DE INTERNET (14,75%)					
O9. CREAR COMBOS O PAQUETES PROMOCIONALES PARA LOS USUARIOS (45,00%)					
O10. OPORTUNIDAD DE MEJORAR MEDIANTE LA QUEJIA DE LOS USUARIOS (73,00%)					
O11. TIENE DESATENDIDA A 3'101.462 VIVIENDAS					
AMENAZAS		ESTRATEGIAS F.A.		ESTRATEGIAS D.A.	
A1. EL PÚBLICO EN GENERAL NO CONSIDERA LA TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL IMPORTANTE (29,25%)	MEDIANTE UNA MEJOR PROMOCION SE PODRA CAPTAR CLIENTES CAUTIVOS Y EVITAR LA DESERCIÓN HACIA OTRAS EMPRESAS. (F1, F2, A1,A2, A4)		ELABORAR PLANES DE MEJORAMIENTO EN CUANTO AL SERVICIO AL CLIENTE, CON MEJORES VENDEDORES-ASESORES PARA CAMBIAR LA IMAGEN CORPORATIVA Y PODER COMPETIR DE UNA MANERA EFICIENTE Y EFICAZ DENTRO DEL MERCADO ECUATORIANO. (D5, A2, A3, A4, A5 Y A6)		
A2. LA MAYORIA DEL PUBLICO PREFIERE OTRAS OPERADORAS (66,04%)	MEDIANTE UNA MEJOR ATENCION AL CLIENTE SE PODRA INCREMENTAR LA CARTERA DE USUARIOS. (F4, F5, F6, F7, F8, A3, A5)				
A3. DENTRO DE LAS PREFERENCIAS EL PÚBLICO PREFIERE OTRAS OPERADORAS (44,25%)	CREAR CONCIENCIA EN EL PÚBLICO DEL CAMBIO DE IMAGEN CORPORATIVA QUE LA CNT EP, HA VENIDO IMPLEMENTANDO, SIENDO MAS TRANSPARENTE, EFICIENTE Y EFICAZ. (F1, F2, F4, A1, A2, A6)		IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE TÉCNICAS DE VENTAS QUE PUEDAN SER APLICADAS POR LOS SERVIDORES PÚBLICOS DE ATENCION AL CLIENTE PARA INCREMENTAR LAS VENTAS. (D3, D5, A1, A2, A3, A4, A5)		
A4. UNA BAJA CANTIDAD DE USUARIOS NO POSEE SERVICIO DE TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL (14,25%)					
A5. AMENAZA QUE EL USUARIO ABANDONE EL SERVICIO DE LA CNT EP Y LO ADQUIERA EN OTRA OPERADORA (27,00%)			OPTIMIZAR RECURSOS PROPIOS DE LA EMPRESA MEDIANTE LA ADQUISICION DE NUEVOS EQUIPOS SEAN ESTOS TÉCNICOS, INFRAESTRUCTURA, TIC's, PARQUE AUTOMOTOR, OBRAS CIVILES, ETC. (D1, D2, D4, A1, A6)		
A6. INGRESO AL MERCADO ECUATORIANO DE OTRAS OPERADORAS			LOGRANDO UNA COMUNICACION EFECTIVA ENTRE LOS DIFERENES DEPARTAMENTOS INTERNOS DE LA COMPANIA. (D3, D4, D6)		

Fuente: Encuestas - Autor

TABLA 2.22



## 2.6 Diseño y análisis de la Matriz Causa y Efecto

Tomando en consideración que el camino hacia la excelencia crea una nueva cultura enfocada en el servicio, calidad, posicionamiento en el mercado junto con los costos incurridos debemos **“escuchar a los clientes”** para poder lograr la meta trazada para lograr su **Misión y Visión Corporativa**.

Se considera que durante la aplicación de este *Plan Estratégico*, se presentarán problemas durante el tiempo que deberán ser corregidos, a la implementación del plan, particularmente en gestiones de comercialización, adquisición y funcionamiento de una nueva planta interna y externa para de esa manera poder brindar nuevos productos y servicios a los clientes.

Para la identificación de los problemas utilizaremos como instrumento la **matriz check list** (tabla # 2.19) y el **árbol de problema** (tabla # 2.20), los mismos que nos indicarán una visualización cualitativa a través del listado de problemas comunes y frecuentes que interfieren con el crecimiento de la venta de productos y servicios que oferta la CNT EP.

Al analizar la matriz que se presenta podemos identificar un problema central en la investigación que es: **falta de cobertura e implementación de productos y servicios para nuevos clientes**. Esto ha generado en el no crecimiento y nuevo posicionamiento dentro del mercado de telecomunicaciones tal como otras empresas que brindan el mismo servicio y producto.

Entre las causas que se han derivado del problema central podemos mencionar la siguiente:

- Infraestructura tecnología obsoleta que limita la opción de crear y prestar nuevos productos y servicios en telefonía fija o convencional.
- Falta de infraestructura tecnología propia obligando a alquilar el servicio que no es muy óptimo en telefonía móvil o celular.



- Falta de generacion de estrategias en procesos de relaciones y servicios al cliente.
- Modificar y planificar gestiones de ventas.
- Deficiente la calidad de servicio.
- Falta de seguimiento a la gestion de asesores comerciales (vendedores)
- Falta de capacitación tanto en Relaciones Públicas, Relaciones Humanas y trato al cliente.
- Falta de promocion ante el publico de los productos y servicios existentes.
- Inadecuada selección de asesores comerciales.
- Falta de respuesta inmediata en atencion técnica al usuario por parte el call center 100, tanto en instalaciones como en reparaciones.

A su vez el problema central y sus causas generales y especificas generan efectos particulares, lo que producira un efecto general.

- Disminucion y perdida de la cartera de clientes.
- Disminucion de la caja o ingresos por ventas.
- Perdida de imagen y credibilidad Corporativa.
- Estacamiento y posible disminuci3n en la posicionamiento dentro del mercado de las telecomunicaciones.
- Personal desmotivado, quien no trabaja en funcion de un espiritu de cuerpo (Spirit of Corps)

Como efecto general podemos mencionar:

La Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, entraria al grupo de empresas que fracasarían y no mantendrían su Misión y Visión, para las cuales fueron creados por el proposito de provisión de soluciones de telecomunicaciones innovadoras de clase mundial y no poder ser la empresa líder de telecomunicaciones del país. Como se ha mencionado, una vez determinada la causa y efecto de los problemas podemos hacer frente canalizando a través de un plan de **acción táctica**.

Como hemos indicado mostramos un el check list y el diagrama de árbol para representar de mejor manera lo antes expuesto.

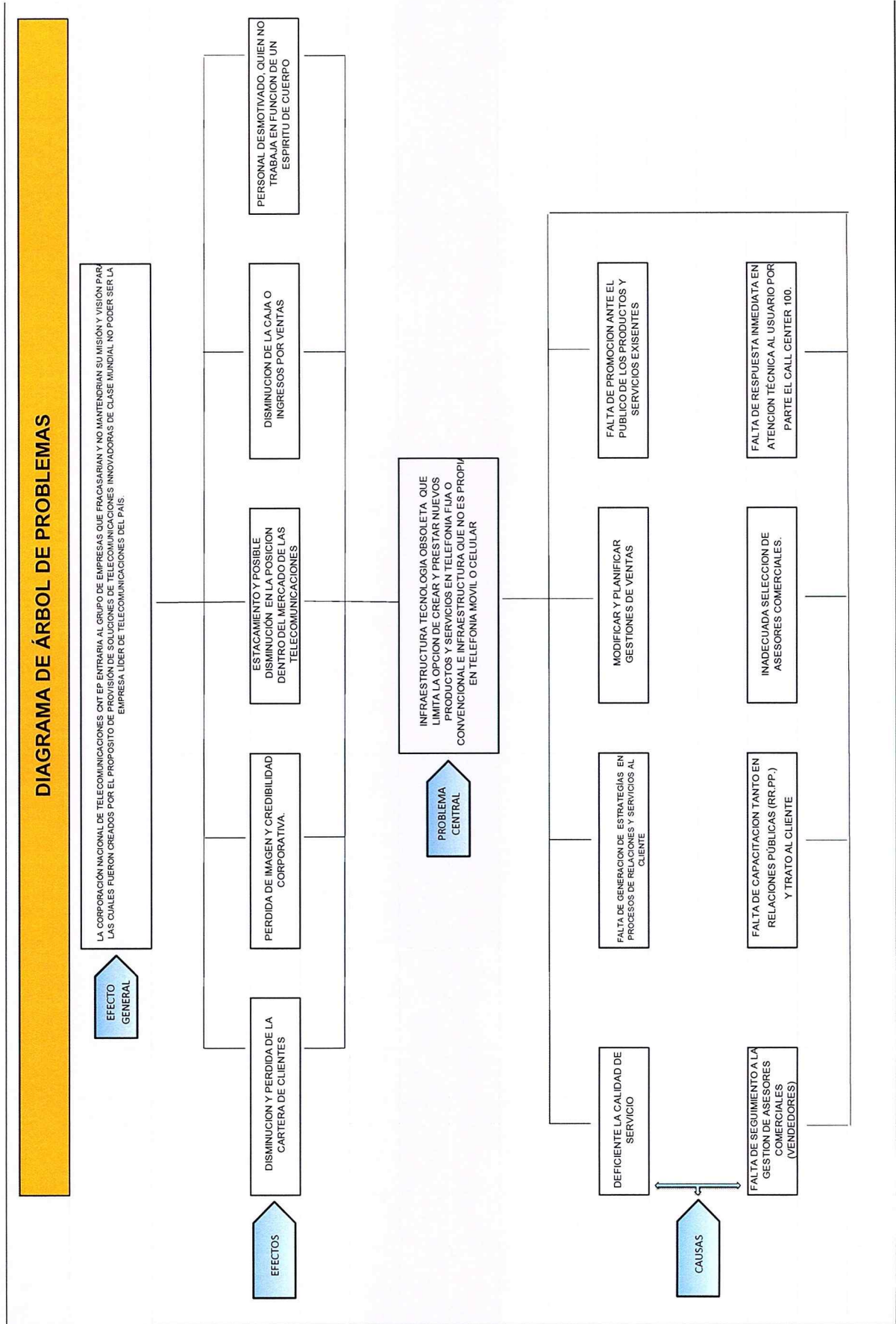
**MATRIZ CHECK LIST DE PROBLEMAS**

#	LISTA DE PROBLEMAS	DEPARTAMENTO O AREA INVOLUCRADA	SOLUCIÓN	RESPONSABLE DE LA SOLUCIÓN
1	INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA OBSOLETA QUE LIMITA LA OPCIÓN DE CREAR Y PRESTAR NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL.	DIRECTORIO, GERENCIA NACIONAL, GERENCIA NACIONAL TÉCNICA, GERENCIA NACIONAL FINANCIERA, INGENIERIA E IMPLEMENTACIÓN, AREAS DE PLANTA INTERNA Y EXTERNA	MEDIANTE CONCURSO PÚBLICO ADQUIRIR EQUIPOS DE PUNTA Y DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA (SEAN CENTRALES, BASTIDORES O RADIOBASES)	GERENCIA GENERAL
2	FALTA DE INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA PROPIA OBLIGANDO A ALQUIRAR EL SERVICIO QUE NO ES MUY ÓPTIMO EN TELEFONIA MÓVIL O CELULAR.	DIRECTORIO, GERENCIA NACIONAL, GERENCIA NACIONAL TÉCNICA, INGENIERIA E IMPLEMENTACIÓN / OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO, AREAS DE PLANTA INTERNA Y EXTERNA	MEDIANTE CONCURSO PÚBLICO ADQUIRIR EQUIPOS DE PUNTA Y DE ÚLTIMA TECNOLOGÍA (SEAN CENTRALES, BASTIDORES O RADIOBASES)	GERENCIA GENERAL
3	FALTA DE GENERACIÓN DE ESTRATEGÍAS EN PROCESOS DE RELACIONES Y SERVICIOS AL CLIENTE.	DIRECTORIO, GERENCIA NACIONAL, GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE VENTAS	CREAR UN PLAN INTERNO POR PARTE DE LA GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN, CON POLÍTICAS APLICABLES PARA LA EMPRESA	CADA JEFE DE LOS CS (CENTRO INTEGRADO DE SERVICIOS)
4	MODIFICAR Y PLANIFICAR GESTIONES DE VENTAS	DIRECTORIO, GERENCIA NACIONAL, GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE VENTAS	CREAR UN PLAN INTERNO POR PARTE DE LA GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN, CON POLÍTICAS APLICABLES PARA LA EMPRESA	GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN
5	DEFICIENTE LA CALIDAD DE SERVICIO.	GERENCIA NACIONAL TÉCNICA, OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO, AREAS DE PLANTA INTERNA Y EXTERNA	CREAR POLÍTICA Y REALIZAR PROCEDIMIENTOS EN MANTENIMIENTO PREVENTIVO MANTENIMIENTO CORRECTIVO DE SER EL CASO	GERENCIA DE NACIONAL DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO
6	FALTA DE SEGUIMIENTO A LA GESTIÓN DE ASESORES COMERCIALES (VENEDORES)	GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE VENTAS	INCENTIVAR A CADA ASESOR COMERCIAL, TAMBIÉN QUE ELABOREN INFORMES QUINCENALES DE LABORES Y EVALUARLOS PERIÓDICAMENTE CADA 3 (MESES)	GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN
7	FALTA DE CAPACITACIÓN TANTO EN RELACIONES PÚBLICAS (RRPP) Y TRATO AL CLIENTE.	GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE MARKETING	MEDIANTE CURSOS INTERNOS O EXTERNOS CAPACITARLOS DE FORMA CONSTANTE CADA 6 MESES SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, MANEJO DE PLATAFORMAS Y RRPP, PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL PÚBLICO	GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN
8	FALTA DE PROMOCIÓN ANTE EL PÚBLICO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EXISTENTES.	GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE MARKETING	CREAR POLÍTICAS DE MARKETING ADECUADAS Y PROMOCIONAR EN DIFERENTES MEDIOS AUDIOVISUALES O ESCRITOS SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DE FORMA AGRESIVA CADA 3 MESES	AREA DE MARKETING
9	INADECUADA SELECCIÓN DE ASESORES COMERCIALES.	GERENCIA NACIONAL DESARROLLO ORGANIZACIONAL, AREA DE ADMINISTRACION DEL TALENTO HUMANO, SELECCIÓN	SELECCIONAR A LOS FUNCIONARIOS CON PERFILES PREFERENTES EN LOS DOS ÚLTIMOS AÑOS EN CARRERAS DE INGENIERIA COMERCIA, O ECONOMIA	GERENCIA NACIONAL DE TALENTO HUMANO
10	FALTA DE RESPUESTA INMEDIATA EN ATENCIÓN TÉCNICA AL USUARIO POR PARTE DEL CALL CENTER 100	GERENCIA NACIONAL COMERCIAL, AREA DE CALL CENTER, GERENCIA NACIONAL TÉCNICA, AREA DE OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	MEJOR COORDINACIONES ENTRE CALL CENTER Y AREA TÉCNICA, PUEDEN CREARSE 2 TURNOS DE 8 HORAS CADA UNO EN EL AREA TÉCNICA	GERENCIA NACIONAL DE COMERCIALIZACIÓN Y GERENCIA NACIONAL TÉCNICA

Fuente y elaboración: Encuesta y autor

TABLA # 2.23





Fuente y elaboración: Encuesta y autor

TABLA # 2.24

## 2.7 Análisis comparativo de los resultados en relación con los objetivos e hipótesis planteadas

En este punto se pretende realizar un análisis comparativo entre los objetivos e hipótesis tanto generales como particulares frente a los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, en este caso se le preguntó a cuatrocientos usuarios para saber su opinión.

### 2.7.1 Objetivos e hipótesis generales

**Objetivo General:** Identificar los factores que pueden ser gestionados para el logro de un adecuado plan estratégico para que la CNT EP brinde un mejor servicio a sus clientes.

**Hipótesis General:** De continuar con el mal servicio en el área comercial, la CNT EP podrá subsistir ante la pérdida de clientes frente a la competencia, las exigencias del mercado tanto en calidad como tecnología en las telecomunicaciones en el Ecuador, la implementación de un plan estratégico permitirá mantener o incrementar a sus clientes.

### RESULTADO:

Con la investigación desarrollada a través de las encuestas se ha identificado situaciones que hay que corregir, problemas y dificultades que hay que corregir dentro del área de Servicio al Cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, así también áreas de oportunidad, por lo que una vez detectados los mismos, se plantea una propuesta que converja en un Plan Estratégico aplicado en el área de Servicio al Cliente para lograr cambiar la imagen ante el público, mediante la comercialización de existentes y nuevos productos a precios razonables y competitivos, con una calidad de servicios de alto nivel, eficiencia y eficacia en la atención al usuario, para cumplir con la satisfacción del cliente y para llevar a la empresa a la excelencia y al cumplimiento de su misión,

visión, propósitos y objetivos trazados como empresa estatal de telecomunicaciones (CNT EP).

Dentro del Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones 2007 - 2012, y el Plan Nacional de Conectividad (PNC), la que tiene como finalidad ser alcanzable y realizable con el objeto de impulsar el sector de las telecomunicaciones en el país, haciendo frente a una revolución tecnológica en materia de telecomunicaciones que obliga a que se introduzcan en el país cambios sustanciales en los esquemas legales, regulatorios, de control y de gestión operativa de los servicios de telecomunicaciones. Situación que en éste escenario, rompe una serie de paradigmas y los conceptos convencionales de los servicios de telecomunicaciones y mucho más, cuando se está enfrentando a una gran realidad como es la convergencia digital de los servicios públicos fijos y móviles. Por estas razones las políticas de regulación y control que se proponen a través del Plan, trasciende los conceptos de regulación por servicios, tecnologías o eventualmente redes y centra sus esfuerzos y acciones en satisfacer las necesidades del usuario y de la sociedad en la que se desenvuelve.

El uso de las tecnologías de la información y comunicación para establecer el camino hacia la sociedad de la información y el conocimiento.

Es fundamental recalcar que el servicio público de las telecomunicaciones esta considerada en la Constitución Política de la Republica del Ecuador dentro de las políticas públicas y la prestación de bienes y servicios públicos se orientarán a hacer efectivos el buen vivir y todos los derechos, y se formularán a partir del principio de solidaridad.

En lo manifestado anteriormente, nos indica que para el cumplimiento de la misión y visión corporativa que tiene planteada la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, debe sustentar en el cambio tecnológico inherente en la empresa y el cambio de actitud-mentalidad del empleado público de dicha corporación.



La información que se obtuvo de las encuestas hace referencia a cambios urgentes correctivos y reformulación que la CNT, debe implementar.

Si bien es cierto que se ha encontrado ventajas competitivas con respecto a otras empresas privadas prestadoras del servicio de telecomunicaciones, podemos mencionar que dentro de las preferencias consta la CNT EP dentro del 55,75% dentro del mercado de telefonía fija o convencional / móvil o celular. La CNT EP, maneja el 88,54% de un mercado de 2'144.783 en telefonía fija o convencional existiendo un mercado insatisfecho del 66,64% a nivel nacional de acuerdo al censo 2010 de una población de 4'654.054 viviendas. Otra situación a tomar en cuenta y en consideración es que la CNT EP debe actualizarse en su infraestructura tecnológica para brindar nuevos productos con valor agregado a los clientes.

### **2.7.2 Objetivos e hipótesis particulares**

- 1) Evaluar la situación actual de las relaciones de CNT EP con su mercado, sus alternativas, estrategias y operaciones para mejorar el posicionamiento y el servicio que presta a los abonados. .

La elección e implementación del plan estratégico que mejoren los procesos de relaciones y servicio a clientes, así como el desarrollo de su oferta y comercialización contribuirá a mejorar el posicionamiento y la demanda de nuevos servicios y productos de mercado que atiende la CNT EP.

### **RESULTADO:**

En la encuesta realizada a cuatrocientos usuarios en varias preguntas nos podemos dar cuenta de que la preferencia es hacia la CNT EP, cumpliendo así con nuestra hipótesis, podemos desarrollar un plan estratégico aplicado a mejora y aumentar el número de clientes de la CNT EP, sin olvidar los resultados encuestados, realizando ajustes en área de Implementación / Operación y Mantenimiento con la instalación de nuevos equipos para telefonía fija para mejorar la calidad de servicio; en el área

de Ventas con capacitación a los asesores comerciales para dar una mejor atención al público y ampliar la cobertura mediante el uso de nuevas tecnologías como telefonía fija inalámbrica o telefonía móvil [tecnología 3G (2001), tecnología UMTS (2004), tecnología 4G (2011)].

- 2) Identificar los factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados (futuros clientes).

Algunos de los principales factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados de la CNT EP para optar por nuevos productos y servicios que se ofertan en el mercado están los de telefonía fija y móvil, internet, tv pagada, pliegos tarifarios, cobertura, combos, la pronta respuesta en la atención al cliente en call center, etc.

## **RESULTADO:**

De acuerdo al resultado obtenido en las encuestas podemos observar que dentro de los gustos y preferencias de los usuarios obtenemos que un 54,71% prefiere paquetes promocionales o combos y que un 47,25% de los encuestados los motiva el precio o tarifa ofertado, un 19,50% se inclina por la calidad de servicio, un 17,50% prefiere la cobertura, estos son algunos de los factores que inciden en los clientes, mediante el plan estratégico la CNT EP podrá incrementar los productos y servicios, mejorar la calidad brindada, mejorar el servicio al cliente así podrá incrementar su cartera de cliente como resultado mayores ingresos.

- 3) Analizar la opinión de los clientes del mercado sobre los precios de los diversos servicios y productos en comparación con los de la competencia.

El pliego tarifario ofertado por la CNT EP para sus diferentes productos y servicios, son más competitivos en comparación con los de la competencia actual, e influyen favorablemente en los criterios de decisión y preferencia de los abonados en el mercado que atiende.



## RESULTADO:

El resultado obtenido en la encuesta realizada a cuatrocientos usuarios, nos arroja positivamente que un 47,25% de los usuarios encuestados se inclina por el valor del plan tarifario, así mismo un 54,71% prefiere los combos o paquetes promocionales, otro grupo prefiere en un 19,50% en cobertura y 17,50% la calidad del servicio podemos determinar que los usuarios se encuentran altamente motivados al momento de seleccionar un producto y más aun que dentro de los gustos y preferencias se encuentra la CNT EP, podemos decir que los precios o tarifas son competitivos dentro del mercado de las telecomunicaciones frente a otras empresas privadas cumpliéndose así nuestra hipótesis planteada.

- 4) Evaluar las actuales estrategias de la CNT EP en cuanto a un inusual incremento de la demanda de sus productos y servicios.

## RESULTADO:

De acuerdo a lo encuestado podemos analizar que existe un 47% que califica la gestión de Servicio al Cliente de la CNT EP como buena.

Desde la fusión entre Pacifictel S.A. y Andinatel S.A., que generó en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, esta ha estado preocupada por recuperar la imagen que tiene ante el público, sobre todo en el área del Pacífico (ex - Pacifictel). En estos dos años y medio ha sido de un esfuerzo inconmensurable, por el empeño por parte de sus Directivos y de la Gerencia General de cambiar la imagen, con una inversión cuantiosa en cambiar y reestructurar locales, mobiliario, equipos de cómputo de última tecnología, cambio de logotipo y colores corporativos, capacitación, nuevos empleados y conducta organizacional, etc, ha generado que en la mentalidad del público hacia la empresa haya un cambio positivo, pero no ha sido lo suficiente para alcanzar la excelencia frente a la competencia, frente a una población insatisfecha y que falta por explotar.



- 5) Diseñar un plan estratégico aplicado a los nichos de mercado que la CNT EP no ha explotado para poder captar nuevos clientes potenciales

De seguir la situación actual, no podríamos aspirar a que la CNT EP, mejore las condiciones de sus servicios de sus actuales abonados, y peor incrementar el número de abonado.

## **RESULTADO:**

Con los resultados obtenidos se plantea crear un plan estratégico aplicado a mejorar la imagen de servicio al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, este plan estratégico deberá ser aplicado en corto y a mediano plazo para obtener los beneficios trazados, cumplir con la misión y visión corporativa y alcanzar un sitio estratégico frente a la competencia (**excelencia**).

*“Invierte el sentido de su razonamiento estratégico de que el entorno exterior determina y ésta determina la estructura y sugiere que la estrategia se ve enormemente afectada por las realidades organizativas e incluso, puede estar determinada o dificultada por ellas. Es necesario avanzar al siguiente nivel del conocimiento.” – Michael E. Porter<sup>-17</sup>*

---

-18 Fuente: Estrategia y ventaja competitiva - (Líderes del Management-Dirección) - Michael E. Porter

## CAPITULO III

### 3. PROPUESTA PARA EL PLAN ESTRATÉGICO

#### 3.1 Sumario Ejecutivo

Elaborar y fortalecer un plan estratégico aplicado a la *calidad de servicios* cuya finalidad será la de orientar el mejoramiento de la imagen de la **CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**, para que proporcione una eficaz estrategia en el desarrollo de negocios en el campo de las TIC's y las Telecomunicaciones a nivel nacional con responsabilidad y desarrollo social en beneficio de la Sociedad. La meta propuesta es cambiar mediante estrategias aplicadas a corto plazo el mejoramiento en la forma en como la corporación brinda el servicio a sus clientes, produciendo un efecto cascada en mantener la fidelidad e incrementar usuarios potenciales por el cambio de imagen corporativa. Cabe recalcar se existen variedad de servicios tanto para hogares y como para empresas con el mejoramiento en la calidad de sus servicios tanto físicos como tecnológicos y humano. De esta manera podrá la Corporación Nacional de Telecomunicaciones mantener sustentable a través del tiempo ante sus competidores mediáticos.

#### 3.2 Misión y Visión Empresarial

Los siguientes son las **Misión y Visión Empresarial**, actuales y vigentes en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP:

**Misión Empresarial:** “Unimos a todos los ecuatorianos integrando nuestro país al mundo, mediante la provisión de soluciones de telecomunicaciones innovadoras, con talento humano comprometido y calidad de servicio de clase mundial.”

**Visión Empresarial:** “Ser la empresa líder de telecomunicaciones del país, por la excelencia en su gestión, el valor agregado que ofrece a sus clientes y el servicio a la sociedad, que sea orgullo de los ecuatorianos”.



La **MISIÓN** y **VISIÓN** propuestas para la empresa son las siguientes:

**Misión Propuesta:** “Prestar servicios de Telecomunicaciones a todo el País, uniéndolo con el mundo, mediante un servicio óptimo y de calidad en busca de la excelencia mediante el valor agregado que su talento humano pueda brindar a sus clientes”.

**Visión Propuesta:** “Ser la empresa líder en telecomunicaciones en todo el país, mediante la explotación de sus propios recursos y ofrecer un mejor servicio a sus clientes, con un fin social para ser el orgullo de todos los ecuatorianos”.

### 3.3 Los valores actuales y vigentes en la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP:

- 1) Trabajamos en equipo.
- 2) Actuamos con integridad.
- 3) Estamos comprometidos con el servicio.
- 4) Cumplimos con los objetivos empresariales.
- 5) Somos socialmente responsables.

Los **VALORES** propuestos son los siguientes:

#### **Valores Propuestos:**

- ❖ Trabajo en Equipo.
- ❖ Vocación de Servicio para satisfacer al Cliente.
- ❖ Productos y Servicios Competitivos (Competitividad).
- ❖ Generador de desarrollo sustentable.
- ❖ Tener en mente una actitud de Liderazgo.
- ❖ Ser socialmente responsable y honesto.



### 3.4 Programa de Acción – Investigación de Mercado

La planificación estratégica nos llevará a lograr las metas y objetivos corporativos o empresariales, los cuales deben de ser bien definidas para posicionarse dentro del mercado ecuatoriano y ganar terreno frente a la competencia para lograr incrementar su rentabilidad con los recursos propios de la empresa. Cabe de destacar que toda estrategia debe crearse en base al análisis pormenorizado y consensuado interno de sus fortalezas y debilidades que son manejables (factores endógenos) y del análisis externo de sus oportunidades y amenazas los cuales son difíciles de manejar (factores exógenos) de la empresa en nuestro caso de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP. Determinamos que para poder vender más productos y servicios, es necesario implementar un Plan de Marketing dentro de la implementación del Plan Estratégico, como parte básica fundamental, para así poder terminar la posición dentro del mercado de las telecomunicaciones, en que se encuentra la CNT EP. En ese sentido, la estrategia constituye la parte activa de un plan. Las necesidades, deseos y actitudes del cliente deberán ser el enfoque central para decidir y actuar.

*“La pregunta es: **¿Cuál será la mejor forma para localizar, servir, atraer y satisfacer los deseos del cliente? se convierte en la fuerza conductora fundamental de los programas de acción”.***

### 3.5 Plan de Acción Táctica

El Plan de Acción Táctica conduce a mejorar el desempeño dentro de la Organización, mediante la implementación de las estrategias que se convertirán en acciones, cuyo objetivo es producir resultados a corto plazo, dicho de otra manera es **QUE** se desea, **COMO** y **CUANDO** se realizarán y **QUIÉN** esta encargado.

Cualquier objetivo se puede alcanzar desde la aplicación de supuestos estratégicos y cada uno de ellos exige la aplicación de una serie de tácticas.

**a) Su importancia y justificación:**

Las empresas que han subsistido debido a las exigencias de las demandas actuales de la sociedad, los avances tecnológicos, avances científicos, etc., son quienes han hecho a nivel interno una planificación adecuada proveyendo cualquier caso incierto al futuro.

Se ha desarrollado una *Planificación Estratégica* para la CNT EP para el área de Servicios al Cliente (Área Comercial) acorde con las necesidades y las expectativas del entorno actual, procurando realizar un trabajo eficiente dentro del áreas en mención, motivo por el cual es importante dar a conocer la alineación estratégica de la empresa a todo el recurso humano que la integra, para ejecutarlo con el respaldo, conocimiento con compromiso del mismo.

**b) Objetivos:**

**General:** Difundir la nueva alineación y enfoque de la organización para los próximos cinco años (largo plazo), mediante la planificación de un seminario empresarial con la finalidad de enseñar, motivar y comprometer al recurso humano con el cumplimiento de los objetivos específicos propuestos

**Específicos:** El desarrollo del presente proyecto busca los siguientes objetivos específicos:

- Motivar y comprometer al personal con una nueva orientación estratégica corporativa para coadyuvar a un total cumplimiento de los objetivos específicos propuestos.
- Difundir la planificación estratégica de la empresa para los próximos cinco años con el fin de lograr una participación de todo el personal que forman parte de la organización en el desarrollo de los programas y proyectos planteados.
- Dar a conocer la cultura corporativa con el propósito coexistir integralmente en cada accionar del recurso humano.



**c) Estrategias:**

El proyecto de implementación del plan estratégico se caracterizará por ser un acto prioritario y enfático con la participación del talento humano de la empresa, por lo tanto se utilizará las siguientes estrategias:

- Organización de seminarios con la participación de todo el personal del área de comercialización para eliminar posibles tensiones de todo tipo y garantizar un clima de confianza entre los participantes.
- Entrega de un tríptico o folleto con un resumen de lo planteado para facilitar la comprensión, juicio y razón total de la planificación estratégica de la empresa sus objetivos y metas a alcanzar.
- Utilización de equipos con materiales audiovisuales como medio de exposición y la organización de mesas redondas para su debate, en la que se pueda garantizar la participación de todos los asistentes.
- Entrega de un diploma de participación con el fin de formalizar el evento y ratificar el respaldo de los directivos de la empresa para con la planificación estratégica (incentivo a los participantes).
- Exhibir y plasmar en partes visibles de la empresa los principios y valores, o mediante el uso de medios electrónicos (broadcast corporativo) correo electrónico masivo de la misión y visión propuestos con el propósito de recordarlos e involucrarlos en las actividades diarias de la empresa.

**d) Políticas:**

Para garantizar el cumplimiento de las estrategias planteadas se diseña las siguientes políticas que delinearán la toma de decisiones del proyecto de planificación propuesto:

- Los participantes del seminario serán exclusivamente miembros de la organización. La asistencia tendrá un carácter de obligatorio.



- De preferencia se pedirá la asistencia de un ejecutivo de alto nivel jerárquico o su representante.
- La invitación será por medio expreso, vía correo electrónico (es obligación difundirla a quienes no poseen este medio) al personal del área comercial y se la hará llegar en forma individual con 15 días de anticipación.
- La capacitación para emprender la ejecución del plan estratégico se considerará como una inversión y será financiada totalmente por la CNT EP.
- La asistencia al seminario será con traje formal (uniforme tanto hombres como mujeres). La puntualidad, participación y aportes al desarrollo y continuidad de la temática será tomada en cuenta para las evaluaciones individuales.

## PLAN DE ACCION TACTICA (1)

DENOMINACION DEL PROGRAMA:	CURSO DE CAPACITACIÓN AREA COMERCIAL - PLAN PILOTO GUAYAQUIL (CIS GARZOTA)
FINALIDAD:	QUE EL SERVIDOR PÚBLICO CONOSCA A FONDO SUS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE VENDE Y PRESTAR UN MEJOR SERVICIO A LOS USUARIOS CON EFICIENCIA, EFICACIA PARA LOGRAR UN EXCELENCIA EN BENEFICIOS DE REDITOS MENETARIOS PARA LA CNT
PROPOSITO:	CAPACITA AL PERSONAL DEL AREA COMERCIAL Y SERVICIO AL CLIENTE
INDICADOR GENERAL:	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, SU FIDELIDAD A LA MARCA CNT E INGRESO DE NUEVOS POTENCIALES CLIENTES

COMPONENTES (PROPOSITO DEL PROYECTO)	ACTIVIDADES
--------------------------------------	-------------

PROGRAMA	ELABORAR UN PROGRAMA DE CAPACITACIÓN QUE PERMITA AL PERSONAL DEL AREA COMERCIAL OBTENER LOS CONOCIMIENTO SOBRE TEMA DE RECURSOS HUMANOS, RELACIONES PUBLICAS, CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
----------	---

PLAN	DISEÑAR UN PLAN DE CAPACITACIÓN CONTINUA PARA LOS SERVIDORES PÚBLICOOS (VENDEDORES) DEL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE
------	---

PARTICIPANTES	GERENTE COMERCIAL, ASISTENTES COMERCIALES, SERVIDORES PÚBLICOS DEL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE, COMO PLAN PILOTO SE EMPESARA POR LA CENTRAL LA GARZOTA
---------------	--

CONTENIDO	EL CONTENIDO DEL CURSO SERÁ LO RELACIONADO A RELACIONES PUBLICAS, RELACIONES HUMANAS, OBJETIVOS, METAS, PERSPECTIVAS A FUTURO, PNC, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA EMPRESA (DEBE DE DIVIDIRSE EN MODULOS)
-----------	--

DURACION	CADA MODULO DEBERA TENER UNA DURACION DE 5 DIAS HABILIS. AL FINAL DE CADA MODULO SE HARA UNA EVALUCIÓN DE DESEMPEÑO
----------	---

GRUPOS	SE DIVIDIRÁ EN LA CANTIDAD DE GRUPOS NECESARIOS NO MAS DE 40 ASISTENTES POR GRUPO
--------	---

PERIORICIDAD	ESTA CAPACITACIÓN SE LA REALIZARA ANUALMENTE
--------------	--

TABLA # 3.1



## PLAN DE ACCION TACTICA (2)

DENOMINACION DEL PROGRAMA:	PLAN DE ACCION EN MARKETING
FINALIDAD:	APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS Y ESTA ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP
PROPOSITO:	MEJORAR EL SERVICIO DEL AREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE
INDICADOR GENERAL:	RESULTADO DE CRECIMIENTO, INCREMENTO DE CARTERA DE CLIENTES

COMPONENTES (PROPOSITO DEL PROYECTO)	INDICADORES	ACTIVIDADES
PRECIO	PRECIOS IGUALES O MENORES A LA COMPETENCIA	1) OPTIMIZAR GASTOS OPERATIVOS 2) OPTIMIZAR RECURSOS
PRODUCTO	INCREMENTAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE	1) ELABORAR ESTRATEGIAS DE MERCADEO PARA OFRECER NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS A LOS CLIENTES 2) ELABORAR PLANES DE INCENTIVOS PARA ATRAER A CLIENTES HACIA LOS SERVICIOS QUE OFERTA 3) REALIZAR ESTUDIO DE COLAS EN EL AREA DE SERVICIO AL CLIENTE
PLAZA	COBERTURA DEL MERCADO ACTUAL	1) INCREMENTAR LA CARTERA DE CLIENTE MEDIANTE LA EXPLOTACION E INGRESO DE NUEVOS SERVICIOS 2) ANALISIS DE NICHOS DE MERCADO O POTENCIALES CLIENTES
PROMOCIÓN	FORTALECER LA IMAGEN CORPORATIVA	1) MEJORAR E INCREMENTAR LA PUBLICIDAD PARA FORTALECES LA 2) MEJORAR LA EXPLOTACION DE SERVICIOS EN LINEA (ON LINE)
PROCESOS	OFRECER PROGRAMA DE MEJORAMIENTO CONTINUO EN EL PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE	1) REALIZAR AUDITORIA DE SERVICIOS CONTINUAS 2) REALIZAR PROGRAMAS PARA EL PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE DE UN VALOR AGREGADO E INCREMENTE LA CALIDAD DE SERVICIOS
INFRAESTRUCTURA	MEJORA LA INFRAESTRUCTURA	1) MEJORA LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA (CALIDAD DE SERVICIO) 2) MEJORAR INFRAESTRUCTRUA CIVIL EN LOCALIDADES PEQUEÑAS Y MEDIANAS
PERSONAS	IMPLEMENTAR PROGRAMAS QUE BUSQUEN LA SATISFACCIÓN DEL PERSONAL, INCREMENTO DE PRODUCTIVIDAD, BUEN AMBIENTE DE TRABAJO	1) POLITICAS DE RECLUTAMIENTO EN AREAS DE SERVICIO AL CLIENTE MÁS EFECTIVAS 2) INCLUIR EN EL PLAN DE FORMACION ACTIVIDADES DE INTEGRACION, MOTIVACIÓN Y LIDERAZGO 3) IMPLEMENTAR PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN CONTINUA EN RR.HH. Y RR.PP. PARA UNA MEJOR ATENCION AL CLIENTE 4) COMUNICACIÓN EFECTIVA INTERNA ENTRE LAS DIFERENTES AREAS DE LA EMPRESA
EVIDENCIA FÍSICA	MEJORAR EL LUGAR DE TRABAJO	1) MEJORAR EL ESPACIO FISICO PARA PERSONAL ADMINISTRATIVO. 2) MEJORAR EL ESPACIO FISICO PARA PERSONAL TÉCNICO

TABLA # 3.2



### 3.6 Presupuesto Plan Estratégico

COSTO POR OBJETIVO								
ELEMENTOS	PROPOSITO	COMPONENTES						
		PRECIO	PRODUCTO	PLAZA	PROMOCION	PROCESOS	PERSONAL	EVIDENCIA
PERSONAL	280.000,00	11.000,00	14.000,00	130.000,00	50.000,00	-	75.000,00	-
MATERIALES DE OFICINA	34.784,00	-	-	-	5.500,00	9.500,00	19.784,00	-
VIATICOS	16.000,00	7.500,00	-	8.500,00	-	-	-	-
CAJA CHICA	30.000,00	-	300,00	-	-	-	29.700,00	-
PROPAGANDA Y PUBLICIDAD	150.000,00	-	4.500,00	-	145.500,00	-	-	-
PROVEEDORES	15.000,00	-	2.300,00	-	3.500,00	3.500,00	-	5.700,00
CAPACITACION * (NIVEL NACIONAL)	500.000,00	-	-	-	-	-	500.000,00	-
MOBILIARIO	9.532.216,00	-	-	-	-	-	-	9.532.216,00
INFRAESTRUCTURA	90.467.784,00	-	-	-	-	-	-	90.467.784,00
<b>TOTALES</b>	<b>101.025.784,00</b>	<b>18.500,00</b>	<b>21.100,00</b>	<b>138.500,00</b>	<b>204.500,00</b>	<b>13.000,00</b>	<b>624.484,00</b>	<b>100.005.700,00</b>

TABLA # 3.3

RESUMEN DE PRESUPUESTO AL 2011				
PRODUCTOS	COSTOS	INGRESOS	RENTABILIDAD	%
TRAFICO ENTRANTE-SALIENTE, NETO	34.620.294,10	49.457.563,00	14.837.268,90	30,00%
SERVICIO LARGA DISTANICA INTERNACIONAL	11.427.479,00	16.324.970,00	4.897.491,00	30,00%
SERVICIO LOCALES Y NACIONALES	189.521.957,10	270.745.653,00	81.223.695,90	30,00%
TELEFONIA PÚBLICA FIJO MÓVIL	13.968.159,10	19.954.513,00	5.986.353,90	30,00%
INTERNET FIJO MÓVIL	71.934.407,30	102.763.439,00	30.829.031,70	30,00%
TRANSMISIÓN DE DATOS E INTERNET CORPORATIVO	29.219.984,50	41.742.835,00	12.522.850,50	30,00%
TELEFONIA CELULAR, NTEO (Itx)	24.864.926,80	35.521.324,00	10.656.397,20	30,00%
NUEVOS PRODUCTOS	6.928.691,70	9.898.131,00	2.969.439,30	30,00%
OTROS INGRESOS OPERATIVOS	15.857.181,90	22.653.117,00	6.795.935,10	30,00%
POSTPAGO & CONTROL MÓVIL	8.307.546,80	11.867.924,00	3.560.377,20	30,00%
PREPAGO MÓVIL	3.828.537,30	5.469.339,00	1.640.801,70	30,00%
SMS & SVA MÓVIL	1.183.567,70	1.690.811,00	507.243,30	30,00%
VENTAS DE EQUIPOS (TERMINALES Y COPUTADORAS)	18.959.202,50	27.084.575,00	8.125.372,50	30,00%
CONTAC CENTER	2.106.860,00	3.009.800,00	902.940,00	30,00%
SERVICIOS DE TELEVISIÓN	2.800.000,00	4.000.000,00	1.200.000,00	30,00%
PROYECTOS ESPECIALES CORPORATIVOS	1.319.207,40	1.884.582,00	565.374,60	30,00%
INGRESOS NO OPERACIONALES	-	1.000.000,00	1.000.000,00	-
<b>TOTAL</b>	<b>436.848.003,20</b>	<b>625.068.576,00</b>	<b>188.220.572,80</b>	<b>30,00%</b>

TABLA # 3.4

PRESUPUESTO PROYECTADO 2012				
PRODUCTOS	COSTOS	INGRESOS	RENTABILIDAD	%
VARIACION / INCREMENTO PROYECTADO	5,41%	36,85%	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>460.481.480,17</b>	<b>855.423.000,02</b>	<b>394.941.519,85</b>	<b>-</b>
PRESUPUESTO PLAN ESTRATÉGICO PARA EL 2012				101.025.784,00
PORCENTAJE (%)				21,94%

TABLA # 3.5

## PROYECCIÓN EN ÍNDICE DE TELECOMUNICACIONES

TASA DE CRECIMIENTO DE 4,67% DE ABONADOS				
TOTAL DE ABONADOS	2.040.507 A DIC-2012	1.948.925 A DIC-2011	1.857.912 A DIC-2010	1.813.273 A DIC-2009
TOTAL DE INGRESOS	855.423.000,02 A DIC-2011	625.068.575,00 A DIC-2011	480.821.980,77 A DIC-2010	369.863.062,13 A DIC-2009
ARPU =	$\frac{625.068.575,00}{1.948.925}$	=	\$ 320,72 anual \$ 26,73 mensual	ingreso promedio por unidad 2011
TOTAL DE INGRESOS-COSTOS	625.068.575,00 - 437.548.002,50			
TOTAL DE ABONADOS	1.948.925			
AMPU =	$\frac{625.068.575,00 - 437.548.002,50}{1.948.925}$	=	$\frac{187.520.572,50}{1.948.925}$ = \$ 96,22 anual \$ 8,02 mensual	margen o aportación promedio en beneficio del usuario 2011
ARPU =	$\frac{855.423.000,02}{2.040.507}$	=	\$ 419,22 anual \$ 34,94 mensual	ingreso promedio por unidad 2012
AMPU =	$\frac{855.423.000,02 - 461.219.349,40}{2.040.507}$	=	$\frac{394.203.650,60}{2.040.507}$ = \$ 193,19 anual \$ 16,10 mensual	margen o aportación promedio en beneficio del usuario 2012
<b>OBSERVACION:</b> SE HA TRABAJADO CON VALORES SUPUESTOS, EL VALOR DEL ARPU DE 2011 COMPARADO CON EL VALOR DEL ARPU DE 2012 PROYECTADO GENERARÁ \$ 8,21 POR USUARIO GENERANDO GANANCIA PARA LA EMPRESA (ANÁLISIS ESTIMADO DE DOS PERIODOS EN ESOS DOS PERIODOS).				
TASA DE CRECIMIENTO COSTOS 5,41% ANUAL ESTIMADO				
TASA DE CRECIMIENTO DE ABONADOS ESTIMADO DEL 4,67%				

TABLA # 3.6

### 3.7 Cronograma: Plan Estratégico

#### Prioridad de Ejecución:

Una vez detallados los proyectos y programas a desarrollarse en nuestro caso el área de servicio al cliente de la CNT EP, o en cualquier otra área, es necesario plantear la prioridad de ejecución para su respectivo desarrollo. La prioridad de la ejecución esta en función de las necesidades, requerimientos, recursos y partidas presupuestarias creadas en CNT EP, por lo se define la prioridad a corto, mediano y



largo plazos la decisión final esta a cargo de la Gerencia General de la estatal telefónica.

- Los proyectos y programas de corto plazo son:
  - Difusión del plan estratégico.
  - Programa de Capacitación.
  - Proyecto de implementación de indicadores de gestión empresarial.
  - Programa de clasificación de puestos del personal de Servicio al Cliente.
  
- Los proyectos y programas considerados con prioridad de mediano plazo son:
  - Creación de nuevas unidades de Servicio al Cliente.
  - Adquisición de Planta Interna (centrales telefónicas para el área de Conmutación).
  - Proyectos de ampliación de Planta Externa.
  - Programas de capacitación de uso de tecnologías.
  - Programas de motivación al personal de servicio al cliente.
  - Programas de capacitación del personal de Talento Humano (Recursos Humanos).
  - Proyecto nuevo reglamento del personal de Talento Humano (Recursos Humanos).
  
- Los proyectos y programas planificados con tiempo de ejecución de largo plazo son:
  - Programas de Evaluación.

Se considera corto plazo a un año, mediano plazo a dos a tres años y largo plazo de cuatro a cinco años. Gráficamente la prioridad de ejecución establecida para cada uno de los proyectos y programas de las áreas de la empresa. (Ver tabla 3.7).



## MATRIZ DE PROGRAMAS Y PROYECTOS

PROGRAMAS Y PROYECTOS AREA	No.	DENOMINACION DE PROGRAMA Y PROYECTOS	PRIORIDAD DE EJECUCIÓN			COSTO ESTIMADO	RESPONSABLE	TOTAL
			C/P	M/P	L/P			
AREA COMERCIAL	1	PROYECTO: CREACIÓN DE NUEVAS UNIDADES DE ATENCIÓN AL CLIENTE		X		USD \$ 10'000.000,00	GERENCIAS REGIONALES	USD \$ 10'510.000,00
	2	PROGRAMA: CAPACITACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, RR.PP, RR.HH. Y ATENCIÓN AL CLIENTE	X			USD \$ 500.000,00	GERENCIAS REGIONALES	
	3	PROGRAMA: EVALUACIÓN			X	USD \$ 10.000,00	GERENCIA DE RR.HH.	
AREA DE OPERACIONES (TÉCNICA)	4	PROYECTO: ADQUISICION DE CENTRALES TELEFONICAS AMPLIACION O SUSTITUCIÓN (PLANTA INTERNA)		X		USD \$ 45'550.000,00	GERENCIA GENERAL	USD \$ 90'467.784,00
	5	PROYECTO: AMPLIACION DE PLANTA EXTERNA		X		USD \$ 44'617.784,00	GERENCIA GENERAL	
	6	PROGRAMA: DE CAPACITACIÓN DEL USO DE TECNOLOGIA		X		USD \$ 300.000,00	VICEPRESIDENTE TECNICO	
AREA ADMINISTRATIVA	7	PROYECTO: DIFUSION DEL PLAN ESTRATÉGICO	X			USD \$ 1.000,00	GERENCIA DE RR.HH.	USD \$ 48.000,00
	8	PROYECTO: IMPLEMENTACION DE INDICADOES DE GESTION EMPRESARIAL	X			USD \$ 26.500,00	ASESOR COMERCIAL	
	9	PROGRAMA: DE MOTIVACION AL PERSONAL DE SERVICIOS AL CLIENTE		X		USD \$ 5.000,00	GERENCIA RR.HH.	
	10	PROGRAMA: DE CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DE RECUSOS HUMANO		X		USD \$ 5.000,00	GERENCIA REGIONAL	
	11	PROYECTO: NUEVO REGLAMENTO HUMANO		X		USD \$ 3.000,00	GERENCIA RR.HH.	
	12	PROGRAMA: DE CLASIFICACION DE PUESTOS PERSONAL DE SERVICIO AL CLIENTE	X			USD \$ 2.500,00	GERECNIA RR.HH.	

COTO PLAZO: 1 AÑO  
 MEDIANO PLAZO: 3 AÑOS  
 LARGO PLAZO: 5 AÑOS

TABLA # 3.7

### 3.8 Aplicación de Técnicas de Capacitación

Una vez determinada las necesidades y de establecer los objetivos de dicha capacitación a los empleados del área de servicio al cliente de la CNT EP, se llevará a cabo a en un plazo no mayor a un año (corto plazo) la capacitación. Dichas técnicas de capacitación las mencionamos a continuación:

- **Capacitación en el puesto:** Esta técnica nos muestra como una persona aprende una responsabilidad mediante su desempeño real. Existen varios tipos de capacitación en el puesto, una de las más utilizadas y conocidas es el método de instrucción o sustituto, mediante la cual el empleado recibe la capacitación en el puesto, de parte de un trabajador experimentado o el supervisor de la empresa o instructor. En los niveles más bajos, la instrucción podría consistir solamente en que los nuevos trabajadores adquieran la experiencia para manejar la máquina observando al supervisor. Sin embargo, esta técnica se utiliza con frecuencia en los niveles de alta gerencia. La rotación de puesto, en la que el empleado (generalmente una persona especializada en administración de empresas) pasa de un puesto a otro en intervalos planeados, es otra técnica de CEP. La capacitación en el puesto tiene varias ventajas, es relativamente económica; los trabajadores en capacitación aprenden al tiempo que producen y no hay necesidad de instalaciones costosas fuera del trabajo como salones de clases o dispositivos de aprendizaje programado. El método también facilita el aprendizaje, ya que los empleados aprenden haciendo realmente el trabajo y obtiene una retroalimentación rápida sobre lo correcto de su desempeño.
- **Capacitación por instrucción del puesto (CIP):** Requiere de hacer una lista de todos los pasos necesarios en el puesto (procedimientos y procesos), cada uno en su secuencia apropiada. Junto a cada paso, se lista también un punto clave correspondiente de ser el caso. **Los pasos muestran qué se debe de hacer**, mientras que **los puntos clave** muestran **¿cómo se tiene que hacer?** y del **¿por qué?**



- **Conferencias:** Dar exposiciones o charlas a los nuevos empleados, puede tener algunas ventajas. Es una manera rápida, eficaz y sencilla de proporcionar o transmitir los conocimientos a un grupo de personas u oyentes en capacitación.
- **Técnicas audiovisuales:** La presentación de información a los empleados públicos mediante métodos audiovisuales como películas, cintas de audio o de video, transparencias, presentaciones en PowerPoint proyectadas en Data Show o Proyectoras puede resultar eficaz, en la actualidad estos métodos se utilizan con mucha frecuencia, estos métodos audiovisuales son más costosos que las conferencias convencionales, por razón de la utilización de los equipos.
- **Aprendizaje programado:** Método sistemático para enseñar habilidades para el puesto, que implica presentar preguntas o hechos y permite que la persona responda, para posteriormente ofrecer al empleado retroalimentación inmediata sobre la precisión de sus respuestas.
- **Capacitación vestibular por simulacros:** Es una técnica en la que los empleados aprenden en el equipo real o simulado que utilizarán en su puesto, pero en realidad son instruidos fuera del mismo. Por tanto, la capacitación vestibular busca obtener las ventajas de la capacitación en el trabajo sin colocar realmente en el puesto a la persona en capacitación. Esta técnica es casi una necesidad en los puestos donde resulta demasiado costoso o peligroso capacitar a los empleados directamente en el puesto.<sup>-19</sup>

La CNT EP deberá elegir la mejor técnica de capacitación de acuerdo a las necesidades, objetivos y recursos económicos que tengan y que no afecte al horario de atención al público en el área de atención al cliente, ni al funcionario, ni a la empresa, es preferible y aconsejable realizar la capacitación en un horario adecuado (preferentemente en la mañana).

---

<sup>-19</sup> Fuente: Biblioteca virtual UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL SALVADOR – UTEC (Website: [utec.edu.sv](http://utec.edu.sv))



### 3.9 Aplicación de Técnicas de Marketing y Publicidad

La CNT EP, debe de provisionar dentro de su Plan Anual de Contratación – PAC, crear la partida presupuestaria para *Promoción y Publicidad*, esta partida podría estar asignada por regiones de una partida general.

Utilizaremos la propaganda y publicidad para dar a conocer los productos y servicios, utilizando los principales medios publicitarios como estrategia de marketing a nivel masivo:

1. Televisión (TV).
2. Prensa.
3. Radio.
4. Revistas, trípticos, hojas volantes, calendarios, etc.
5. Internet (redes sociales, mensajes electrónicos, etc.).
6. SMS (mensaje vía mensaje de texto por telefonía móvil o celular).
7. Vallas publicitarias; y,
8. Hombres anuncios.

La promoción y publicidad esta estratificada y categorizada para bienes y servicios de consumo y dirigida hacia el consumidor final, (la cual vamos a aplicar en nuestro plan estratégico). La cual puede ser difundida para personas (hogares) y empresas a cualquier nivel, teniendo un alcance nacional.

Podemos mencionar de forma intencional y sistemática que es un método de persuasión con fines comerciales, para influir en las emociones, actitudes, opiniones y acciones de los clientes o potenciales clientes a través del uso de medios de comunicaciones masivas y directas, la empresa escogerá el medio mas idóneo de acuerdo a su partida presupuestaria, deberá elegir y pacta el tiempo de publicidad, con el objetivo difundir sus productos para captar más clientes (clientes potenciales).

### 3.10 Aplicación de la fórmula de periodo de recuperación:

$$\text{Fórmula: } PR = \frac{I_0}{BN}$$

Esta fórmula solo se la aplica para la recuperación de la inversión en infraestructura tecnológica (conmutación).

**PR**= Periodo de recuperación.

**I<sub>0</sub>**= Inversión Inicial.

**BN**= Beneficios Netos generados por el proyecto en un periodo determinado.

Si se invirtiera **USD \$ 100'000.000,00 dólares americanos**, la recuperación sería:(ver tabla 3.3 y Anexo 11)

$$PR = 100'000.000 / 396'498.915,40 = 2,52 \quad \{(2,52 - 2 = 0,52 * 12 = 6,2)\}$$

**PR= 2 años 6 meses 7 días de recuperación en inversión en infraestructura tecnológica en el área de conmutación (centrales telefónicas)**

### 3.11 Análisis de Costo – Beneficio de la Propuesta:

Se estima la proyección realizada para el año 2012 tenemos: (ver anexo 11)

$$B/C = \frac{\text{BENEFICIO TOTALES}}{\text{COSTO TOTALES}} = \frac{855'423.000,02}{460'481.480,17} = \text{USD \$ 1,86}$$

**RESPUESTA= USD \$ 1,86 de retorno por cada dólar gastado para el 2012**

$$B/C = \frac{\text{BENEFICIO TOTALES}}{\text{COSTO INFRAESTRUCTURA}} = \frac{855'423.000,02}{100'000.000,00} = \text{USD } \$ 8,55$$

RESPUESTA= USD \$ 8,55 de retorno por cada dólar gastado en infraestructura para el 2012

$$B/C = \frac{\text{BENEFICIO TOTALES}}{\text{COSTO CAPACITACIÓN}} = \frac{855'423.000,02}{500.000,00} = \text{USD } \$ 1.710,85$$

RESPUESTA= USD \$ 1.710,86 de retorno por cada dólar gastado en capacitación para el 2012.

### 3.12 Análisis de la Tasa Interna de Retorno (TIR):

Se estima la proyección a largo plazo 2012-2017, tenemos: (Ver tabla 3.10 y Gráfico 3.1)

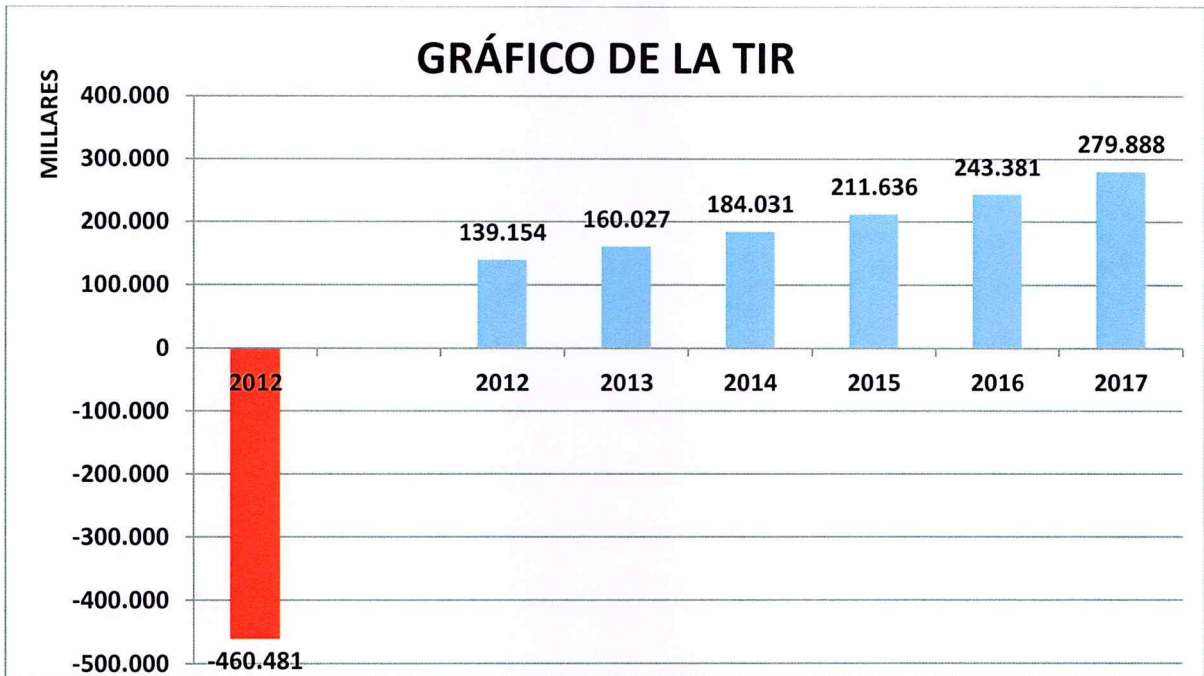
Período	Flujo de Fondos
2012	(460'481.480,17)
2012	139'154.000,00
2013	160'027.100,00
2014	184'031.165,00
2015	211'635.839,75
2016	243'381.215,71
2017	279'888.398,07

TIR	32,01%
VAN	\$ 336'117.030,91

TIEMPO	3 AÑOS 1 MES 14 DIAS
--------	----------------------

TABLA # 3.10





Fuente y elaboración: Encuesta y autor

GRÁFICO # 3.1

#### Observación:

- Mediante el método de **COSTO - BENEFICIO**, se ha determinado que la relación *beneficio/costo*, es igual a **USD \$ 1,86** siendo económicamente ventajoso, mediante los supuestos proyectados, ósea que por cada dólar que se invierte, se obtiene una ganancia de **USD \$ 0,86**. (Ver tabla 3.13).
- Este presupuesto ha sido diseñado en como año base el 2011 y se lo ha proyectado para el año 2012, se proyectó los costos con un incremento del 5,41% (valor de la inflación para el año 2011 de acuerdo al Banco Central del Ecuador, también se incrementó los ingresos 36,85% (la CNT EP prevé un margen de ganancia del 30% anual), para establecer costos e ingresos para el 2012.
- La Tasa Interna de Retorno o la TIR, para realizar el análisis a cinco años, con una inversión en el año 2012 de **USD \$ 460'150.151,17** y terminando un incremento del 15% anual en el flujo de fondos se determina que la TIR será de 32,01% y la VAN de **USD \$ 336'117.030,91** en definitiva en un tiempo de tres años un mes y catorce días se recuperaría la inversión.

- Como podemos observar el presupuesto propuesto para el plan de estratégico para el 2012 de **USD \$ 101'025.784,00** que corresponden al 21,94% de los Costos Proyectados, siendo un número aceptable de acuerdo al tamaño de la empresa.
- También se realizó el ARPU y el AMPU, que son indicadores fundamental como elemento en la toma de decisiones, especialmente en las empresas de telecomunicaciones y las comerciales para adoptar estrategias que coadyuven en la optimización de recursos y la rentabilidad de la compañía, es decir que es un buen indicador del rumbo que debe seguir la compañía, y nos indica donde realizar los ajustes necesarios.<sup>-20</sup>
- Como podemos observar el ARPU para el 2011 es de **USD \$ 26,73** mensual, mientras que el ARPU para el 2012 es de **USD \$ 34,94** mensual, la diferencia que es de **UD \$ 8,21** representara para el 2012 ganancias para la empresa.
- El AMPU para el 2011 es de **USD \$ 8,02** mensuales mientras que para el año 2012 proyectado es de **USD \$ 16,10** mensuales, dando un incremento entre los dos periodos es de margen promedio de **USD \$ 8,08**.

### 3.13 Indicadores de desempeño:

Los indicadores de desempeño o también se los conoce como **“gestión administrativa”**, con estos parámetros reales mediremos el estado de gestión financiera, comercial o de recursos humanos

Obtendremos un porcentaje, se puede observar la variación (incremento o decremento) de los factores que nos señalan la situación actual en tiempo real de la empresa.

---

<sup>-20</sup> Fuente: El Arte de la Guerra aplicado a los negocios – Apuntes estratégicos para una empresa éxitos – Edward Ficher

### 3.13.1 Resultado de los indicadores de desempeño proyectada a 2012:

#### a) Área Administrativa / Financiera:

- **Rentabilidad / Inversión:** Tomando en cuenta la los ingresos por telefonía fija frente a la inversión obtenemos:  $(459'246.138 / 389'537.000) = 1,18\%$  de utilidad frente a la inversión.
- **Rentabilidad / Activos:** Para este indicador se toma en cuenta la Utilidad Total de la empresa en el año 2011 frente al total de activos de la misma.  $(36.312 / 1'692.653) =$  la utilidad lo supera a los activos en un **2,15%**.

#### b) Área Comercial:

- **Número de líneas / Número de clientes de CNT EP:** El cual nos indica cuál ha sido la rotación en ventas de líneas telefónica fija frente al número de clientes. El resultado obtenido refleja que cada cliente consume alrededor de  $(118.545 / 2'514.747) = 4,71$  por mes para 2012.

(nota: toma el valor promedio enero-diciembre 2011) ósea  $(1'843.233 - 1'934.421)$  y se estima incremento en un 30%.

- **Ventas actuales / Ventas año anterior:** Se hace una comparación del total de ingresos por ventas actuales frente al total de las ventas en el período anterior.  $(855'423.000 / 625'068.575) = 1,3685 - 1 \times 100\% = 36,82\%$  de incremento en ventas en lo que respecta a la proyección del 2012 frente al 2011.

#### c) Área Recursos Humanos:

- **Ventas totales / Número de empleados de CNT EP:** El cual indica el valor del ingreso total por concepto de venta por servicios por cada empleado de la organización. El resultado señala que por cada uno de los empleados de



CNT EP ha ingresado **US\$ 131.603,54** para el año 2012. (855'423.000 / 6.500)

(nota: se toma valor promedio 6.500 empleados a Julio de 2012)

- **Número de equipos vendidos / Número de empleados:** Este indicador señala cuántas líneas de telefonía fija CNT EP, fueron vendidos frente al número de empleados de la empresa para el 2012. El resultado indica que se comercializaron **18,24** líneas de telefonía fija por cada uno de los 6.500 empleados de la organización.

#### **Observación:**

- Según estos indicadores de desempeño, que se consideran los más importantes para cada una de las áreas representadas en este proyecto, se concluye que la situación financiera de la empresa es aceptable, con cifras crecientes respecto al año anterior 2011-2012
- Para el área comercial se observa que existe un déficit por atender del 66,64% a nivel nacional, dentro del mercado de telecomunicaciones que CNT EP cubre con el **88,17%** a Diciembre de 2011.
- En lo que referente a recursos humanos, se podemos indicar que la situación de la empresa frente al número de empleados se presenta estable, habiendo un ingreso promedio de **USD \$ 131.603,54** por empleado para el año 2012.

### 3.14 Evaluación de la Instrumentación de la Propuesta del Plan Estratégico

Para nuestra propuesta del Plan Estratégico, aplicada al área de servicios al cliente de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, se pone a consideración los siguientes puntos:

- Seguimiento sucesivo de la implementación del plan táctico (1) y (2)

**Observación:** Con esta es una actividad en la cual controlaremos y observaremos para darnos una perspectiva de que manera se están dando cumplimiento de cada una de las propuestas establecidas dentro del Plan Táctico.

- Realizar encuestas entre los clientes, para poder medir su satisfacción y el grado de eficiencia y eficacia alcanzada por la organización.

**Observación:** Con esta actividad en la cual podemos medir la satisfacción o insatisfacción del cliente, para poder realizar cambios o errores que se puedan encontrar dentro del área de servicio al cliente.

- Realizar revisión por muestreo de la calidad técnico y de servicio.

**Observación:** Con esta actividad, podemos medir la que tipo de calidad técnico y de servicio se presta, reporte de números de líneas telefónicas dañadas mensualmente versus números de líneas telefónicas atendidas y solucionadas y pendientes mensualmente, el objetivo de un decremento mensual de los números dañados y que no queden abiertos.

- Evaluar la efectividad de la implementación de programas de capacitación, motivación e integración del personal administrativo (servicio al cliente).

**Observación:** En esta actividad podemos plantear que programas de capacitación tanto en productos y servicios nuevos, en Relaciones Humanas y Relaciones Públicas, sean implementados en el personal de servicio al cliente, con la finalidad

de que el personal administrativo se sienta satisfecho y motivado generando un ESPIRITU DE CUERPO con la finalidad de que exista un cambio y estos puedan ser asimilados por los funcionarios o empleado públicos paso para poder cambiar la imagen y ser parte de un engranaje llamado Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, dentro del área de Servicio al Cliente.

*“Es exitoso el que alcanza las metas que se fija, sin devastar, ni avasallar. Triunfa el que elabora una táctica para conseguirlo, aprovecha su oportunidad, acepta sus debilidades y reconoce sus fortalezas.” – General, Estratega Militar y Filósofo Chino Sun Tzu ( 孙子 )<sup>-21</sup>*

-oooOooo-

---

<sup>-21</sup> Fuente: El Arte de la Guerra aplicado a los negocios – Apuntes estratégicos para una empresa éxitos – Edward Ficher



## CONCLUSIONES

La presente tesis se baso en la hipótesis para la estructuración de un plan estratégico, sustentado en la gestión de calidad perceptible por los posibles clientes potenciales, y políticas de precios orientados al fortalecimiento de las relaciones, satisfacción y lealtad de clientes conformaran un conjunto de factores que puede gestionar la CNT EP para el logro de un adecuado desarrollo de un plan estratégico y de ventajas competitivas de los diferentes servicios y productos que se ofertan.

Entre las conclusiones podemos encontrar las siguientes:

- ❖ Qué la infraestructura tecnológica (conmutación), planta interna y la planta externa, tanto en las ciudades grandes como en las pequeñas es obsoleto, mayor a 20 años.
- ❖ De acuerdo a la encuestas realizadas podemos determinar que a pesar de los problemas del manejo de una infraestructura técnica obsoleta y atención al cliente medianamente aceptable, se concluye que la PERCEPCIÓN DE LA ACEPTACIÓN por parte de los clientes es **positiva** es de un 57%, a pesar de problemas técnicos o administrativos.
- ❖ Las gestiones de **PUBLICIDAD**, son las adecuadas, llegando al cliente en un 22,16%.
- ❖ De acuerdo a las encuestas realizadas la **GESTION DE LOS ASESORES** se concluyo que se encuentra en un 39,07% en la gestión realizada para adquirir un servicio de telecomunicaciones en nuestro caso la telefonía fija o convencional cabe indicar también es a partir del 2003 que entraron a operar otras empresa prestatarias de dicho servicio.
- ❖ En lo consenciente a la infraestructura civil y mobiliaria de los CIS (Centro Integrado de Servicios) ha mejorado pero la percepción de los usuarios es de un 1,50% este índice es bajo porque los gustos y preferencias de los usuarios es otra.

- ❖ La percepción de los usuarios en lo concerniente a gustos y preferencias del cómo le gustaría que lo atendieran, es de un 91,25% representado entre rápida, eficiente y eficaz y atención amable y personalizada.
- ❖ De acuerdo a la encuesta realizada se concluye que las preocupaciones de los usuarios más importantes son en un 84,25% y que son las siguientes: la tarifa en un 47,25%, calidad de servicio es de un 19,50% y cobertura en un 17,50% se puede determinar que son las necesidades de los usuarios.
- ❖ De acuerdo a la encuesta realizada dentro de los gustos y preferencias los usuarios prefieren los combos o paquetes proporcionales, esto representa un 45%.
- ❖ De acuerdo a la encuesta realizada los empleados públicos el 38,80% desea cursos de capacitación en servicio al cliente, un 28% desea cursos de capacitación en Relaciones Humanas, un 12,80% capacitación en programas utilitarios y un 6,40% en Relaciones Públicas

Se concluye que con los resultados obtenidos se puede desarrollar un plan estratégico con ventajas competitivas ante la competencia que pueda coadyuvar a mejorar e incrementar la venta de productos y servicios transformando la imagen de la **CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**.

## RECOMENDACIONES

Se puede definir que actualmente que es muy importante la **CALIDAD** y el **VALOR AGREGADO** en los servicios en una empresa, en nuestra propuesta se refiere al servicio de atención al cliente, se definió y se tomo como muestra un solo servicio prestado la telefonía fija o convencional. Para solucionar los problemas se debe de enfocar en dos ejes uno **LA PARTE TÉCNICA** y **LA PARTE COMERCIAL: SERVICIO AL CLIENTE**, todo esto como un engranaje que llevara a mejora la percepción de la IMAGEN CORPORATIVA hacia el usuario.

1. Se recomienda a corto plazo (un año) que se reinvierta en la adquisición y actualización de las centrales telefónicas por sistemas de última tecnología de punta, en la que se puedan brindar nuevos y mejores servicios a los usuarios, por ejemplo: la masificación o explotación de la telefonía fija inalámbrica que podría llegar a sitios de difícil acceso o donde no hay redes primarias y secundarias, reducción de costos económicos por la implementación de la canalización de dichas redes.
2. Implementar beneficios a los clientes como descuentos por adquisición de paquetes promocionales de servicios, tal como lo hace la competencia.
3. Fortalecer e implementar capacitaciones continuas sean internas o externas sobre todo del personal de atención al cliente, en lo concerniente a:
  - ❖ En productos y servicios relacionados con la empresa.
  - ❖ En Relaciones Humanas, con un estudio sistematizado del conocimiento, mediante métodos y ciertas técnicas que tratan de predecir el comportamiento del ser humano dentro de la empresa, con cuyo objetivo fundamental es el de lograr una tener una sociedad más justa y más humana.
  - ❖ En Relaciones Públicas, referentemente a las acciones por parte del Servidor Público como rama de la comunicación ya que se encarga de



crear, modificar y/o mantener la imagen positiva en nuestro caso la CNT EP en el servicio al cliente y fortalecer todos vínculos con todos los públicos sean internos (trabajadores), externos (abonados) o intermedios (proveedores).

- ❖ Realizar auditorias de servicios internas para poder evaluar si se cumplen o no los parámetros u objetivos trazados, deberían de ser cada trimestre.
- ❖ Crear incentivos de ventas (económicos) para lo asesores comerciales.
- ❖ Generar una publicidad agresiva para apoyar la promoción de los diferentes productos y servicios que la empresa oferta dentro del mercado de las telecomunicaciones.
- ❖ Generar programas de integración, motivación y liderazgo dentro del área de Servicio al Cliente o Comercialización para lograr una mejor atención a los clientes, esto generara un espíritu de cuerpo por parte de los asesores.
- ❖ Realizar al término del quinto año una evaluación global si la planificación ha sido eficaz y eficiente y ha cumplido con las metas y objetivos trazados.

La **COPRORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**, debe de tener en cuenta estas recomendaciones antes planteadas con la finalidad de crear una cultura organizacional, esto generará un mejoramiento continuo con el cual coadyuvará a lograr crecer como empresa y satisfacer a sus clientes.

## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS:

- Ansoff, H. Igor: Administración Estratégica, Editorial PALGRAVE MACMILLAN, 1979-2007
- Balanko-Dickson, Greg: Cómo preparar un plan de negocios exitoso, (traducción Chávez García Ma. Del Carmen), Editorial Mc Graw Hill, 2009
- Blank, Leland T. y Tarquin, Anthony J.: Ingeniería Económica, Editorial Mc Graw Hill (Tercera Edición), 1993
- Carrizales N, Raúl: Como conquistar clientes, Editora Palomino, 2005
- Davis Keith y Newstrom John W.: Comportamiento Humano en el Trabajo (comportamiento organizacional), Editorial Mc Graw Hill (Octava Edición), 1995
- Fisher, Edward: El Arte de la Guerra aplicado a los Negocios – Apuntes estratégicos para una empresa éxitos, Editorial LEA, 2007
- Koontz Harold y Weihrich Heinz: Administration, Editorial Mc Graw Hill (Novena Edición), 1990
- Melo R. Rafael: Manual Introducción al Marketing, Grupo Editorial PIME, (Primera Edición), 1993
- Noriega Medina, Oswaldo Fabricio: Monografía de Grado (1989-1990): “Documentos Financieros del Departamento de Presupuesto del Instituto Ecuatoriano de Telecomunicaciones Región 2 (IETEL R-2)”, tema “Historia de las Telecomunicaciones”, la publicación del artículo fue tomada del diario el Universo del 9 de Julio de 1982 y del 7 de Julio de 1989, segunda sección, pagina 13

- Orejuela Escobar, Dr. Eduardo: Relaciones Humanas, Impreso en la Universidad Laica, 1993
- Petters, Thomas J. y Waterman, Robert H. Jr.: En Busca de la Excelencia, Editorial Norma, 1997
- Porter, Michel E.: Estrategia y ventaja competitiva, Editorial DEUSTO, 2006
- Ries, Al y Trout, Jack: La guerra de la mercadotecnia, Editorial Mc Graw Hill, 1988
- Rodas Carpizo A. y Arroyo M. de Rodas: Administración Básica, Editorial LIMUSA (Segunda Edición), 1987.
- Schott, Sigmund Prof.: Estadística, Editorial Labor S.A. (colección Labor), 1928
- Spiegel Murray R.: Estadística, Editorial Mc Graw Hill, 1990
- Stevenson William J.: Estadística para Administración y Economía, Editorial HARLA, 1981
- Torres de Castro Luz Estela: Manual Práctico de Estadística 1, Editorial PIME S.A., 1986
- Voyer, John; Quinn, James Brian; Mintzberg, Henry: El proceso estratégico: concepto, contextos y casos, Editorial PEARSON Prentice Hall, 1997



## LEYES Y REGLAMENTOS:

- Carta de la Organización de Estados Americanos (OEA), artículos 30 y 41.
- Constitución de la República del Ecuador – 2008, publicado en el Registro Oficial no. 449 del 20 de octubre de 2008.
- Ley Especial de Telecomunicaciones y su Reformas, publicada en el suplemento del registro oficial no. 996 del 10 de agosto de 1992 y sus reformas (Registro Oficial no. 770 del 30 de agosto de 1995 (no. 2 Legislación Codificada)
- Reglamento General a la Ley Especial de Telecomunicaciones (REFORMADA), publicada en registro oficial 404 del 4 de septiembre del 2001 y registro oficial no. 599 del 18 de junio de 2002.
- Reglamento de Servicio de Telefonía Fija Local (Rs. 151-06-CONATEL-2002 del 13 de marzo de 2002, Registro Oficial no. 556 del 16 de abril de 2002)
- Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Registro Oficial no. 116 10 de julio de 2000
  - Reglamento General a la ley Orgánica de Defensa del Consumidor, publicada en el suplemento del Registro Oficial no. 116 del 10 de julio del 2000.
- Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública, publicado en Registro Oficial no. 337 del 18 de mayo de 2004.
  - Reglamento a Ley de Transparencia y Acceso a Información Pública, Decreto Ejecutivo 2471, Registro Oficial 507 de 19 de Enero del 2005
- Plan Nacional de Conectividad (2008-2010), aprobado por el señor Presidente Eco. Rafael Correa Delgado.
- Plan Nacional de Desarrollo (2007-2010), aprobado por el señor Presidente Eco. Rafael Correa Delgado.
- Plan Nacional de Desarrollo de las Telecomunicaciones (2007-2012), aprobado por el señor Presidente Eco. Rafael Correa Delgado.

## WEBSITES:

- Comunidad Andina: <http://www.comunidadandina.org/>
- Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP: <http://www.cnt.gob.ec/>
- Banco Central del Ecuador –BCE: <http://www.bce.fin.ec/>
- CLARO, MOVISTAR, ALEGRO ¿CUÁL CONVIENE?:  
<http://japarzam1337.wordpress.com/tag/telefonía-celular-en-ecuador/>
- CONECTRÓNICA –Tecnología y Elementos de Conexión y Conectividad:  
<http://www.conectronica.com/Redes-Opticas/La-fibra-oscura.html>
- Portal de Compras Públicas (Ecuador)  
<http://www.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/>
- Crear una empresa / Plan de Negocios:  
<http://crearunaempresaya.wordpress.com/>
- ECUADORTELECOM (CLARO): <http://www.claro.com.ec/portal/ec/>
- EPATA EP: <http://www.etapa.net.ec/Empresa/default.aspx>
- EXPLORED: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/etapatelecom-y-telecsa-modifican-su-convenio-207067.html>
- Fundación Iberoamericana para la Gestión de Calidad – FUNDIBEQ:  
<http://www.fundibeq.org/opencms/opencms/PWF/home/index/index.html>
- Global Crossing S.A.: <http://www.level3.com/es/>
- Grupo Coripar S.A. (telefonía fija):  
[http://www.coripar.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1:wel-come-to-joomla&catid=1:latest-news](http://www.coripar.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1:wel-come-to-joomla&catid=1:latest-news)

- La Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador:  
<http://rebecajui.wordpress.com/2008/08/30/historia-de-las-telecomunicaciones-en-el-ecuador/>
- LINKOTEL S.A.: <http://www.linko.ws/>
- El Informador (Guadalajara, México):  
<http://www.informador.com.mx/tecnologia/2010/221688/6/el-numero-de-celulares-superara-los-5-mil-millones-en-el-mundo.htm>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos – INEC:  
<http://www.inec.gov.ec/home/>
- (ONE) Oficina Nacional de Estadísticas – Republica de Cuba:  
<http://www.one.cu/osi.htm>
- Portal Grupo TV Cable (telefonía fija):  
<http://www.grupotvcable.com.ec/grupo/ciudad/index/aHR0cDovL3d3dy5ncnVwb3R2Y2FibGUuY29tLmVjL3R2Y2FibGUv>
- Historia de las Telecomunicaciones en el Ecuador (Rebecajui's Weblog – Blog dedicado a las Telecomunicaciones en Ecuador):  
<http://rebecajui.wordpress.com/2008/08/30/historia-de-las-telecomunicaciones-en-el-ecuador/>
- Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL):  
<http://www.supertel.gob.ec/index.php/Estadisticas.html>  
<http://www.supertel.gob.ec/index.php/Telefonia-Fija/legislacion-telefon-fija.html>
- T & N MEDIA GROUP LATIN AMERICA:  
<http://www.tynmagazine.com/quienes-somos.aspx>



## ANEXOS

# **ANEXO N° 1**

## CERTIFICADO

### A quién interese

Yo, **PABLO PAUCAR GUAMÁN**, experto en telecomunicaciones, he leído la tesis intitulada "**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**", el cual convalido y certifico que se encuentra dentro de los parámetros aceptables y que aporta conocimiento a la comunidad.-

Guayaquil, 25 de Junio de 2012



**Ing. Pablo Paucar Guamán**

**Analista de TI**

**Gerencia Nacional de Tecnologías de la Información**

**Base: Guayaquil**

e-mail: [pablo.paucar@cnt.gob.ec](mailto:pablo.paucar@cnt.gob.ec)

Página web: [www.cnt.gob.ec](http://www.cnt.gob.ec)

corporación nacional  
de telecomunicaciones



ecuador  
COMUNICACIONES



## **ANEXO N° 2**

## **CERTIFICADO**

### **A quién interese**

Yo, **JENNY MORENO VILLACRES**, experta en telecomunicaciones, he leído la tesis intitulada "**PLAN ESTRATÉGICO APLICADO A LA CALIDAD DE SERVICIOS ORIENTADO A MEJORAR LA IMAGEN DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP**", el cual convalido y certifico que se encuentra dentro de los parámetros aceptables y que aporta conocimiento a la comunidad.-

Guayaquil, 25 de Junio de 2012

  
**Ing. Jenny Moreno Villacres**

**Licencia Profesional**

**Reg. No.03-09-1448**

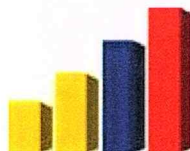
## **ANEXO N° 3**



## Miguel Cedeño

---

**De:** INEC Juana Arango <Juana\_Arango@inec.gob.ec> en nombre de INEC <inec@inec.gob.ec>  
**Enviado el:** lunes, 05 de diciembre de 2011 10:14  
**Asunto:** Respuesta INEC



Estimado Oswaldo:

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos el Instituto Nacional de Estadística y Censos.

En referencia a su consulta, le comunicamos que según la imagen que nos envía usted estaba consultando en tema de vivienda que disponen teléfono, el total de viviendas a nivel nacional son 4.654.054

Le invitamos a visitar [www.ecuadorencifras.com](http://www.ecuadorencifras.com).

Síguenos en  

Es un placer atenderle.

Atentamente,

Equipo de Atención al Ciudadano



Administración Central  
Juan Larrea N15-36 y José Riofrío  
Telf.: (593-2) 2544326 Ext. 198  
Quito-Ecuador  
Correo electrónico: [inec@inec.gob.ec](mailto:inec@inec.gob.ec)  
Pagina Web: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

## **ANEXO N° 4**

# MATRIZ AUXILIAR PARA EL DISEÑO DE LA INVESTIGACION

#	PROBLEMAS	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES		INDICADORES		ITEMS (PREGUNTAS DE CUESTIONARIOS)	FUENTES	TÉCNICAS (Diseño de instrumentos)
				INDEPENDIENTES (Causas)	DEPENDIENTES (Efectos)	VARIABLES INDEPENDIENTES	VARIABLES DEPENDIENTES			
						EMPIRICAS (Medir cualitativamente y cuantitativamente variables I, D)				
<b>GENERAL</b>										
1	¿Cuáles son las causas que limitan el Servicio al Cliente prestado por parte de la CNT EP, el cual no alcanza a cumplir con las expectativas demandadas por los abonados?	Identificar los factores que pueden ser gestionados para el logro de un adecuado plan estratégico para que la CNT EP, brinde un mejor servicio a sus clientes.	De continuar con el mal servicio en el área comercial, la CNT EP podrá subsistir ante la pérdida de clientes frente a la competencia, las exigencias del mercado tanto en calidad como tecnología en las telecomunicaciones en el Ecuador, la implementación de un plan estratégico permitirá mantener o incrementar a sus clientes.	La falta de compromiso por parte de los empleados públicos.	Logro de un adecuado desarrollo de ventajas competitivas en la comercialización de los productos y servicios ofertados.	La estructuración de un plan estratégico y operacional.  La gestión de calidad perceptible por los posibles abonados.  Políticas de capacitación continua para los servidores públicos del área de servicio al cliente.  Fortalecimiento en el cobro de cartera vencida.  Fortalecimiento de las relaciones con los clientes.  Fortalecimiento de la satisfacción de clientes.  Fortalecimiento de la lealtad de clientes.  Desarrollo de ventajas competitivas en la comercialización de los productos y servicios.	Cuadros estadísticos.  Encuestas.  Pliegos tarifarios con un fin social.  Reporte de datos históricos.  Análisis de situación actual del mercado de telecomunicaciones.  Medición de la lealtad de los clientes (información proporcionada el área de ventas mediante el incremento o disminución de cartera de clientes).	Cree usted que los Convenios de capacitación ha sido una buena estrategia, usted observa alguna mejora en la atención al cliente.	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias
<b>PARTICULARES</b>										
1	Elaborar un plan estratégico que requiera la CNT EP para mejorar su posicionamiento dentro del mercado de las telecomunicaciones e incrementar la demanda de sus productos y servicios	Evaluar la situación actual de las relaciones de CNT EP con su mercado, sus alternativas, estrategias y operaciones para mejorar el posicionamiento y el servicio que presta a los abonados.	La elección e implementación de un plan estratégico que mejore los procesos en el área de servicio a cliente, contribuirá a mejorar el posicionamiento de nuevos productos y servicios ofertados por la CNT EP.	La elección e implementación de estrategias.	Contribuirá a mejorar el posicionamiento de la empresa y la demanda de productos y servicios.	La elección de estrategias que mejoren los procesos de relaciones con los clientes.  La elección de estrategias que mejoren los procesos de servicio a clientes.  La elección de estrategias que mejoren el desarrollo de la oferta y comercialización.  La implementación de estrategias que mejoren los procesos de relaciones con los clientes.  La implementación de estrategias que mejoren los procesos de servicio a clientes.  La implementación de estrategias que mejoren el desarrollo de la oferta y comercialización.  Posicionamiento de la fortalecimiento de los abonados de la CNT EP dentro del mercado de las telecomunicaciones.  Demanda de productos y servicios dentro del mercado de las telecomunicaciones que atiende la CNT EP.	Políticas, normas y estrategias en el área comercial.  Servicios a clientes, desarrollo de su oferta y comercialización.	Cree usted que la CNT EP promociona adecuadamente sus productos y servicios que ofrece	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias
2	¿Cuáles son los factores que incidirían en la decisión de los clientes de la CNT EP, para optar por los mismos productos y servicios que en otras compañías?	Identificar los factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados (futuros clientes).	Los gustos y preferencias de los clientes serían algunos de los principales factores que inciden en la decisión de los potenciales abonados de la CNT EP para optar por la gama de productos y servicios que se ofertan en el mercado ecuatoriano.	Los gustos y preferencias de los usuarios	Influyen positivamente sobre los potenciales abonados.	Principales factores que inciden en la decisión de los abonados de la CNT EP para optar por nuevos o existentes productos y servicios que se abren en otras empresas de telecomunicaciones.  Los productos y servicios que se abren en otras empresas de telecomunicaciones.  En formas de pago ofrecido por otras empresas de telecomunicaciones.  Los horarios de atención al cliente ofertado en otras empresas de telecomunicaciones.  El nivel de satisfacción y de atención por daños o reparaciones brindado por otras universidades.	Influencias positivas de criterios.  Productos y servicios, formas de pago, nivel de satisfacción de los clientes.	Que características incidieron en usted en la decisión de tomar uno o varios productos o servicios en otra empresa de telecomunicaciones	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias
3	¿Qué tan competitivos son los precios de la CNT EP con referencia a los de la competencia?	Analizar la opinión de los clientes del mercado sobre los precios de los diversos servicios y productos en comparación con los de la competencia.	La aplicación del plan estratégico generaría un pliego tarifario ofertado por la CNT EP para sus diferentes productos y servicios, más competitivos en comparación con los de la competencia.	Los pliegos tarifarios.	Los pliegos tarifarios, cobertura, modelos de teléfono, atención del servicio al cliente, productos y servicios, etc. ofertados.	Los precios ofertados por la CNT EP para sus diferentes productos y servicios.  Comparación de los tarifas ofrecidos por la CNT EP con relación a los de la competencia actual, influencia de los pliegos tarifarios comparativos en los criterios de decisión y preferencia de los abonados dentro del mercado de las telecomunicaciones que atiende la CNT EP.	Pliegos tarifarios.  Las tarifas del mercado de telecomunicaciones	Considera usted que los precios de los productos y servicios que oferta la CNT son ventajosos en referencia con los que ofrecen otras empresas de telecomunicaciones	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias
4	¿Al implementar el plan estratégico cómo afrontaría la CNT EP un incremento de la demanda de sus productos y servicios?	Evaluar las actuales estrategias de la CNT EP en cuanto a un inusual incremento de la demanda de productos y servicios.	La implementación de procedimientos operativos en el área de servicio al cliente contribuirá a elevar el impacto en el incremento de la demanda de sus productos y servicios ofertados.	El mejoramiento de las estrategias y la capacitación del personal de servicio al cliente.	Son más competitivos en comparación con los de la competencia actual.	Estrategias del personal de servicio al cliente de la CNT EP.  Capacitación del personal de servicio al cliente de los productos y servicios de la CNT EP.  Impacto de las estrategias del personal de servicio al cliente de la CNT EP en la toma de decisiones de los abonados potenciales para optar por los productos y servicios que ofertados.  Impacto de la capacitación del personal de servicio al cliente de la CNT en la toma de decisiones de los abonados potenciales para optar por los productos y servicios.	Criterios que influyen en la decisión y preferencias de abonados.  Capacitación del Personal de servicio al cliente (area comercial)	Como considera usted la gestión del Asesor Universal:  a. - Excelente b. - Bueno c. - regular e. - Malo  ¿Por qué?	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias
5	¿Aprovechar los nichos de mercado no explotados, como todo mercado es variable surgen necesidades del usuario o consumidor final?	Diseñar un plan estratégico aplicado a los nichos de mercado que la CNT EP, no ha explotado para poder captar nuevos clientes potenciales.	La implantación de un plan estratégico que mejoraría la captación de nuevos nichos de mercado para incrementar la cartera de clientes a través del mejoramiento, mediante la capacitación del personal del área comercial para cambiar la imagen corporativa.	Los criterios de los actuales abonados de telefonía fija.	Incrementa el impacto en la toma de decisiones de los potenciales abonados.	Impacto de las estrategias aplicadas al área de Servicio al Cliente (Productos y Servicios) e incremento de número de abonados.  Mejoramiento de la imagen corporativa a nivel de usuarios de CNT EP.	Incremento en la solicitud de nuevos productos y servicios ofertados por la CNT EP.	¿Como califica usted la el Servicio al Cliente de la CNT EP?	ABONADO S	Búsqueda en Fuentes Secundarias



## **ANEXO N° 5**

**CUESTIONARIO (A)**  
**(SONDEO DE OPINIÓN)**

Nº \_\_\_\_\_

**DIRIGIDO A: USUARIOS DE OPERADORES TELEFONICOS**

**OBJETIVO: TABULAR OPINION DEL CLIENTES REFERENTE A SU OPERADOR TELEFÓNICO**

EDAD \_\_\_\_\_  
SEXO \_\_\_\_\_  
SECTOR RESIDENCIA \_\_\_\_\_

1. ¿Actualmente usted ve la necesidad de adquirir el servicio de telefonía fija o convencional?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

2. ¿Mencione tres Operadores de telefonía fija o móvil que se le vengan a la mente que Ud. conozca?

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

3. ¿Cuál de las tres Operadoras de telefonía mencionadas anteriormente prefiere y por qué?

PREFIERE: \_\_\_\_\_ ¿POR QUÉ? \_\_\_\_\_

4. ¿Ud. posee servicio de Telefonía Fija?

SI   
NO

Si la respuesta es NO, indique ¿Por qué? Especifique: (ENCUESTADOR PASE PREGUNTA 6)

\_\_\_\_\_

5. De poseer servicio de Telefonía Fija. ¿Cómo llegó a conocer el o los servicios que su operadora le ofrece? Escoja una de las alternativas que se indican a continuación:

- POR REFERENCIA DE AMIGO O FAMILIAR   
POR INTERNET   
POR GESTION DE ASESORES COMERCIALES (UNICO  
PROVEEDOR)   
POR PUBLICIDAD ¿POR QUÉ MEDIO?

TV  RADIO  PRENSA ESCRITA  OTRO  ¿CUÁL? \_\_\_\_\_

6. ¿De las siguientes opciones escoja una de cómo le gustaría que fuese la Atención al Cliente por parte del vendedor de su proveedor de servicios de su preferencia?

- RAPIDA
- EFICAZ Y EFICIENTE   
(QUE LE DE SOLUCIÓN A LO SOLICITADO)
- ATENCIÓN AMABLE Y PERSONALIZADA
- UN LOCAL COMODO Y LIMPIO
- HORARIO DE ATENCION ADECUADO
- OTROS: \_\_\_\_\_

7. ¿Señale una de las siguientes opciones que tipo de servicio Ud. considera necesario, el cual lo adquiriría a su operador preferido?

- TV PAGADA
- TELEFONIA FIJA
- INTERNET
- TELEFONIA MÓVIL
- OTRO: \_\_\_\_\_ (OPCION DE COMBOS O PAQUETES DOBLES, TRIPLE O TODOS LOS ANTERIORES)

8. ¿Señale una de las siguientes opciones qué lo motivaría a Ud. adquirir un nuevo servicio de telefonía fija por parte de su operador telefónico de su preferencia?

- TARIFA  SERVICIO AL CLIENTE
- COBERTURA  NECESIDAD DE COMUNICARSE
- CALIDAD DEL SERVICIO  TODAS LAS ANTERIORES
- OTRO: \_\_\_\_\_

9. ¿Cómo considera Ud. la atención al Cliente de la operadora CNT EP como entidad pública, señale una?

- EXCELENTE
- MUY BUENO
- BUENO
- REGULAR
- MALO Y PESIMO
- OTRO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

10. Cuando su operador telefónico no le brinda un servicio adecuado y con calidad por ejemplo se cae la señal, se interrumpe, constantes averías, sobre facturación, etc. ¿Reclamaría Ud. ante un ente superior (autoridad de control) como la Superintendencia de Telecomunicaciones?

- SI
- NO



## **ANEXO N° 6**

**CUESTIONARIO (B)**  
**(SONDEO DE OPINIÓN)**

Nº \_\_\_\_\_

**DIRIGIDO A:** EMPLEADOS PÚBLICOS DE LA CNT (AREA DE SERVICIO AL CLIENTE)

**OBJETIVO:** TABULAR OPINION DEL SERVIDOR PÚBLICO

EDAD \_\_\_\_\_  
SEXO \_\_\_\_\_

1. ¿Recibió Usted capacitación al momento de ingresar a la empresa?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

2. ¿Crees Usted que es necesaria la capacitación en tu área de trabajo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

3. ¿Qué tipo de capacitación Usted considera que su empresa debería de proporcionarle?  
Seleccione una opción

CAPACITACIÓN EN RELACIONES PÚBLICAS   
CAPACITACIÓN EN RECURSOS HUMANOS   
CAPACITACIÓN EN PROGRAMAS UTILITARIOS  
(WORD, EXCEL, POWER POINT, ETC.)   
CAPACITACIÓN EN SERVICIO AL CLIENTE   
OTRO

ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

4. ¿Se considera Usted apto para desempeñar tu trabajo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

5. ¿Tus conocimientos te dan seguridad para hacer tu trabajo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

6. ¿Cree Usted que mantiene la estabilidad del desempeño en su puesto de trabajo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

7. ¿Puede lograr Usted identificar un problema y tomar la decisión de resolverlo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

8. ¿Considera Usted que existe buena relación entre trabajadores - patronos?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

9. ¿Los horarios de capacitación que le han impartido, son ajustados a su horario de trabajo?

SI   
NO

¿POR QUÉ? ESPECIFIQUE: \_\_\_\_\_

10. ¿Cómo considera Usted que es el clima o comportamiento que se da entre los compañeros de trabajo de la organización?

EXCELENTE   
MUY BUENO   
BUENO   
REGULAR   
MALO Y PESIMO



## **ANEXO N° 7**





PREGUNTAS	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140																																																																					
PREGUNTA 1																																																																																																																																											
PREGUNTA 2																																																																																																																																											
PREGUNTA 3																																																																																																																																											
PREGUNTA 4																																																																																																																																											
PREGUNTA 5A																																																																																																																																											
PREGUNTA 5B																																																																																																																																											
PREGUNTA 6A																																																																																																																																											
PREGUNTA 7A																																																																																																																																											
PREGUNTA 7B OTROS																																																																																																																																											
PREGUNTA 8A																																																																																																																																											
PREGUNTA 8B																																																																																																																																											
PREGUNTA 9A																																																																																																																																											
PREGUNTA 10																																																																																																																																											



NUMERO DE ENCUESTA		141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210																																																																																																																																												
PREGUNTAS																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 1																																																																																																																																																																																																																			
SI																																																																																																																																																																																																																			
NO																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 2																																																																																																																																																																																																																			
ALEGRO (CNT EP)																																																																																																																																																																																																																			
CLARO (GONEGL)																																																																																																																																																																																																																			
MOVISTAR (OTELCEL)																																																																																																																																																																																																																			
TY CABLE (SE TEL)																																																																																																																																																																																																																			
LINKTEL																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 3																																																																																																																																																																																																																			
ALEGRO (CNT EP)																																																																																																																																																																																																																			
CLARO (GONEGL)																																																																																																																																																																																																																			
MOVISTAR (OTELCEL)																																																																																																																																																																																																																			
TY CABLE (SE TEL)																																																																																																																																																																																																																			
LINKTEL																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 4																																																																																																																																																																																																																			
SI																																																																																																																																																																																																																			
NO																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 5A																																																																																																																																																																																																																			
POR REFERENCIA DE AMIGO O FAMILIAR																																																																																																																																																																																																																			
POR INTERNET																																																																																																																																																																																																																			
POR GESTION DE ASESORES COMERCIALES (UNICO)																																																																																																																																																																																																																			
POR MAKELEINS																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 6B																																																																																																																																																																																																																			
POR TV																																																																																																																																																																																																																			
POR RADIO																																																																																																																																																																																																																			
POR PRENSA ESCRITA																																																																																																																																																																																																																			
OTRO																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 6A																																																																																																																																																																																																																			
RAPIDA																																																																																																																																																																																																																			
EFICAZ Y EFICIENTE																																																																																																																																																																																																																			
ATENCIÓN AMABLE Y PERSONALIZADA																																																																																																																																																																																																																			
UN LOCAL COMODO Y LIMPIO																																																																																																																																																																																																																			
HORARIO DE ATENCIÓN ADECUADO																																																																																																																																																																																																																			
TODOS LOS ANTERIORES																																																																																																																																																																																																																			
OTROS																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 7A																																																																																																																																																																																																																			
TV PAGADA																																																																																																																																																																																																																			
TELEFONIA FIJA O CONVENCIONAL																																																																																																																																																																																																																			
TELEFONIA MOVIL																																																																																																																																																																																																																			
INTERNET																																																																																																																																																																																																																			
OTROS: COMBOS																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 7B OTROS																																																																																																																																																																																																																			
COMBO DE DOBLE PACK (TV+D) o (TV+D)+ (F+H) o (TV+D)																																																																																																																																																																																																																			
COMBO DE TRIPLE PACK (TV+D)+ (F+H)																																																																																																																																																																																																																			
COMBO DE TRIPLE PACK (TV+D)+ (F+H) + TELEFONIA MOVIL																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 8A																																																																																																																																																																																																																			
TARIFA																																																																																																																																																																																																																			
GOBERTURA																																																																																																																																																																																																																			
CALIDAD DE SERVICIO																																																																																																																																																																																																																			
SERVICIO AL CLIENTE																																																																																																																																																																																																																			
TIEMPO DE ESPERA																																																																																																																																																																																																																			
POSIBILIDAD DE COMUNICARSE																																																																																																																																																																																																																			
TODAS LAS ANTERIORES																																																																																																																																																																																																																			
OTRO																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 9A																																																																																																																																																																																																																			
EXCELENTE																																																																																																																																																																																																																			
MUY BUENO																																																																																																																																																																																																																			
BUENO																																																																																																																																																																																																																			
REGULAR																																																																																																																																																																																																																			
MALO Y PESIMO																																																																																																																																																																																																																			
OTRO																																																																																																																																																																																																																			
PREGUNTA 10																																																																																																																																																																																																																			
SI																																																																																																																																																																																																																			
NO																																																																																																																																																																																																																			













**ANEXO N.º 8**



















## **ANEXO N° 9**

**LEY ORGÁNICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA ..... 2**

CONSIDERANDO: ..... 2

TÍTULO PRIMERO: PRINCIPIOS GENERALES ..... 2

*Art. 1.- Principio de Publicidad de la Información Pública.-* ..... 2

*Art. 2.- Objeto de la Ley.-* ..... 3

*Art. 3.- Ámbito de Aplicación de la Ley.-* ..... 3

*Art. 4.- Principios de Aplicación de la Ley.-* ..... 4

TÍTULO SEGUNDO: DE LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y SU DIFUSIÓN ..... 4

*Art. 5.- Información Pública.-* ..... 4

*Art. 6.- Información Confidencial.-* ..... 4

*Art. 7.- Difusión de la Información Pública.-* ..... 5

*Art. 8.- Promoción del Derecho de Acceso a la Información.-* ..... 6

*Art. 9.- Responsabilidad sobre la entrega de la Información Pública.-* ..... 6

*Art. 10.- Custodia de la Información.-* ..... 7

*Art. 11.- Vigilancia y Promoción de la Ley.-* ..... 7

*Art. 12.- Presentación de Informes.-* ..... 8

*Art. 13.- Falta de claridad en la Información.-* ..... 8

*Art. 14.- Del Congreso Nacional.-* ..... 8

*Art. 15.- Del Tribunal Supremo Electoral.-* ..... 8

*Art. 16.- Información Pública de los Partidos Políticos.-* ..... 9

TÍTULO TERCERO: DE LA INFORMACIÓN RESERVADA Y CONFIDENCIAL ..... 9

*Art. 17.- De la Información Reservada.-* ..... 9

*Art. 18.- Protección de la Información Reservada.-* ..... 9

TÍTULO CUARTO: DEL PROCESO ADMINISTRATIVO PARA ACCEDER A LA INFORMACIÓN PÚBLICA ..... 10

*Art. 19.- De la Solicitud y sus Requisitos.-* ..... 10

*Art. 20.- Límites de la Publicidad de la Información.-* ..... 10

*Art. 21.- Denegación de la Información.-* ..... 10

TÍTULO QUINTO: DEL RECURSO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN ..... 11

*Art. 22.- Del Recurso de Acceso a la Información.-* ..... 11

TÍTULO SEXTO: DE LAS SANCIONES ..... 12

*Art. 23.- Sanción a funcionarios y/o empleados públicos y privados.-* ..... 12

DISPOSICIÓN GENERAL ..... 13

DISPOSICIONES TRANSITORIAS ..... 13

*Primera.-* ..... 13

*Segunda.-* ..... 13

*Tercera.-* ..... 13

*Cuarta.-* ..... 13

*Quinta.-* ..... 14

*Sexta.-* ..... 14

DISPOSICIÓN FINAL ..... 14

# **Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a La Información Pública**

No. 24, publicado en el Registro Oficial Suplemento 337 del 18 de Mayo del 2004.

EL CONGRESO NACIONAL

## **Considerando:**

---

- Que el artículo 81 de la Constitución Política de la República, garantiza el derecho a acceder a las fuentes de información, como mecanismo para ejercer la participación democrática respecto del manejo de la cosa pública y la rendición de cuentas a la que están sujetos todos los funcionarios del Estado, y demás entidades obligadas por esta Ley;
- Que es necesario hacer efectivo el principio de publicidad de los actos, contratos y gestiones de las instituciones del Estado y de aquellas financiadas con recursos públicos o que por su naturaleza sean de interés público;
- Que la misma norma constitucional establece que no existirá reserva respecto de informaciones que reposen en archivos públicos, excepto de aquellas que por seguridad nacional no deben ser dadas a conocer;
- Que la libertad de información está reconocida tanto en el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, como en el artículo 13 de la Convención Interamericana de Derechos Humanos; y,

En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

LEY ORGANICA DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACION PUBLICA

## **Titulo Primero: Principios Generales**

---

### **Art. 1.- Principio de Publicidad de la Información Pública.-**

El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado.

Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley.



## **Art. 2.- Objeto de la Ley.-**

La presente Ley garantiza y norma el ejercicio del derecho fundamental de las personas a la información conforme a las garantías consagradas en la Constitución Política de la República, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, Convención Interamericana sobre Derechos Humanos y demás instrumentos internacionales vigentes, de los cuales nuestro país es signatario.

Persigue los siguientes objetivos:

- a) Cumplir lo dispuesto en la Constitución Política de la República referente a la publicidad, transparencia y rendición de cuentas al que están sometidas todas las instituciones del Estado que conforman el sector público, dignatarios, autoridades y funcionarios públicos, incluidos los entes señalados en el artículo anterior, las personas jurídicas de derecho privado que realicen obras, servicios, etc., con asignaciones públicas. Para el efecto, adoptarán las medidas que garanticen y promuevan la organización, clasificación y manejo de la información que den cuenta de la gestión pública;
- b) El cumplimiento de las convenciones internacionales que sobre la materia ha suscrito legalmente nuestro país;
- c) Permitir la fiscalización de la administración pública y de los recursos públicos, efectivizándose un verdadero control social;
- d) Garantizar la protección de la información personal en poder del sector público y/o privado;
- e) La democratización de la sociedad ecuatoriana y la plena vigencia del estado de derecho, a través de un genuino y legítimo acceso a la información pública; y,
- f) Facilitar la efectiva participación ciudadana en la toma de decisiones de interés general y su fiscalización.

## **Art. 3.- Ámbito de Aplicación de la Ley.-**

Esta Ley es aplicable a:

- a) Los organismos y entidades que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República;
- b) Los entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley;
- c) Las personas jurídicas cuyas acciones o participaciones pertenezcan en todo o en parte al Estado, exclusivamente sobre el destino y manejo de recursos del Estado;
- d) El derecho de acceso a la información de los diputados de la República se rige conforme a lo dispuesto en la Constitución Política de la República, en la Ley Orgánica de la Función Legislativa y su Reglamento Interno;
- e) Las corporaciones, fundaciones y organismos no gubernamentales (ONG's) aunque tengan el carácter de privadas y sean encargadas de la provisión o administración de bienes o servicios públicos, que mantengan convenios, contratos o cualquier forma contractual con instituciones públicas y/u organismos internacionales, siempre y cuando la finalidad de su función sea pública;
- f) Las personas jurídicas de derecho privado, que sean delegatarias o concesionarias o cualquier otra forma contractual de servicios públicos del Estado, en los términos del respectivo contrato;

No podrá invocarse reserva, cuando se trate de investigaciones que realicen las autoridades, públicas competentes, sobre violaciones a derechos de las personas que se encuentren establecidos en la Constitución Política de la República, en las

acciones legales pertinentes.  
El uso ilegal que se haga de la información personal o su divulgación, dará lugar a las acciones legales pertinentes.  
24 de la Constitución Política de la República.  
personalísimos y fundamentales, especialmente aquellos señalados en los artículos 23 y esta sujeta al principio de publicidad y comprende aquella derivada de sus derechos  
Se considera información confidencial aquella información pública personal, que no

#### **Art. 6.- Información Confidencial.-**

Se considera información pública, todo documento en cualquier formato, que se encuentre en poder de las instituciones públicas y de las personas jurídicas a las que se refiere esta Ley, creados u obtenidos por ellas, que se encuentren bajo su responsabilidad o se hayan producido con recursos del Estado.

#### **Art. 5.- Información Pública.-**

### **Título Segundo: De la Información Pública y su Difusión**

- a) La información pública pertenece a los ciudadanos y ciudadanas. El Estado y las instituciones privadas depositarias de archivos públicos, son sus administradores y están obligados a garantizar el acceso a la información;
- b) El acceso a la información pública, será por regla general gratuito a excepción de los costos de reproducción y estará regulado por las normas de esta Ley;
- c) El ejercicio de la función pública, está sometido al principio de apertura y publicidad de sus actuaciones. Este principio se extiende a aquellas entidades de derecho privado que ejerzan la potestad estatal y manejen recursos públicos;
- d) Las autoridades y jueces competentes deberán aplicar las normas de esta Ley Orgánica de la manera que más favorezca al efectivo ejercicio de los derechos aquí garantizados; y,
- e) Garantizar el manejo transparente de la información pública, de manera que se posibilite la participación ciudadana en la toma de decisiones de interés general y la rendición de cuentas de las diferentes autoridades que ejerzan el poder público.

siguientes principios:

En el desarrollo del derecho de acceso a la información pública se observarán los

#### **Art. 4.- Principios de Aplicación de la Ley.-**

- g) Las personas jurídicas de derecho privado, que realicen gestiones públicas o se financien parcial o totalmente con recursos públicos y únicamente en lo relacionada con dichas gestiones o con las acciones o actividades a las que se destinen tales recursos; y,
- h) Las personas jurídicas de derecho privado que posean información pública en los términos de esta Ley.



declaraciones, pactos, convenios, instrumentos internacionales y el ordenamiento jurídico interno. Se exceptúa el procedimiento establecido en las indagaciones previas.

#### **Art. 7.- Difusión de la Información Pública.-**

Por la transparencia en la gestión administrativa que están obligadas a observar todas las instituciones del Estado que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás antes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, difundirán a través de un portal de información o página web, así como de los medios necesarios a disposición del público, implementados en la misma institución, la siguiente información mínima actualizada, que para efectos de esta Ley se la considera de naturaleza obligatoria:

- a) Estructura orgánica funcional, base legal que la rige, regulaciones y procedimientos internos aplicables a la entidad; las metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos;
- b) El directorio completo de la institución, así como su distributivo de personal;
- c) La remuneración mensual por puesto y todo ingreso adicional, incluso el sistema de compensación, según lo establezcan las disposiciones correspondientes;
- d) Los servicios que ofrece y las formas de acceder a ellos, horarios de atención y demás indicaciones necesarias, para que la ciudadanía pueda ejercer sus derechos y cumplir sus obligaciones;
- e) Texto íntegro de todos los contratos colectivos vigentes en la institución, así como sus anexos y reformas;
- f) Se publicarán los formularios o formatos de solicitudes que se requieran para los trámites inherentes a su campo de acción;
- g) Información total sobre el presupuesto anual que administra la institución, especificando ingresos, gastos, financiamiento y resultados operativos de conformidad con los clasificadores presupuestales, así como liquidación del presupuesto, especificando destinatarios de la entrega de recursos públicos;
- h) Los resultados de las auditorías internas y gubernamentales al ejercicio presupuestal;
- i) Información completa y detallada sobre los procesos precontractuales, contractuales, de adjudicación y liquidación, de las contrataciones de obras, adquisición de bienes, prestación de servicios, arrendamientos mercantiles, etc., celebrados por la institución con personas naturales o jurídicas, incluidos concesiones, permisos o autorizaciones;
- j) Un listado de las empresas y personas que han incumplido contratos con dicha institución;
- k) Planes y programas de la institución en ejecución;
- l) El detalle de los contratos de crédito externos o internos; se señalará la fuente de los fondos con los que se pagarán esos créditos. Cuando se trate de préstamos o contratos de financiamiento, se hará constar, como lo prevé la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado y la Ley Orgánica de Responsabilidad y Transparencia Fiscal, las operaciones y contratos de crédito, los montos, plazo, costos financieros o tipos de interés;
- m) Mecanismos de rendición de cuentas a la ciudadanía, tales como metas e informes de gestión e indicadores de desempeño;



Su responsabilidad será recibir y contestar las solicitudes de acceso a la información, en el plazo perentorio de diez días, mismo que puede prorrogarse por cinco días más, por causas debidamente justificadas e informadas al peticionario.

El titular de la entidad o representante legal, será el responsable y garantizará la atención suficiente y necesaria a la publicidad de la información pública, así como su libertad de acceso.

#### **Art. 9.- Responsabilidad sobre la entrega de la Información Pública.-**

Las universidades y demás instituciones del sistema educativo desarrollarán programas de actividades de conocimiento, difusión y promoción de estos derechos. Los centros de educación básica, integrarán en sus currículos contenidos de promoción de los derechos ciudadanos a la información y comunicación, particularmente de los accesos a la información pública, hábeas data y amparo.

Todas las entidades que conforman el sector público en los términos del artículo 118 de la Constitución Política de la República y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, implementarán, según sus competencias y posibilidades presupuestarias, programas de difusión y capacitación dirigidos tanto a los servidores públicos, como a las organizaciones de la sociedad civil, con el objeto de garantizar una mayor y mejor participación ciudadana en la vida del Estado.

#### **Art. 8.- Promoción del Derecho de Acceso a la Información.-**

La información deberá ser publicada, organizándola por temas, ítems, orden secuencial o cronológico, etc., sin agrupar o generalizar, de tal manera que el ciudadano pueda ser informado correctamente y sin confusiones.

- n) Los viajes, informes de trabajo y justificativos de movilización nacional o internacional de las autoridades, dignatarios y funcionarios públicos;
- o) El nombre, dirección de la oficina, apartado postal y dirección electrónica del responsable de atender la información pública de que trata esta Ley;
- p) La Función Judicial y el Tribunal Constitucional, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las sentencias ejecutoriadas, producidas en todas sus jurisdicciones;
- q) Los organismos de control del Estado, adicionalmente, publicarán el texto íntegro de las resoluciones ejecutoriadas, así como sus informes, producidos en todas sus jurisdicciones;
- r) El Banco Central, adicionalmente, publicará los indicadores e información relevante de su competencia de modo asequible y de fácil comprensión para la población en general;
- s) Los organismos seccionales, informarán oportunamente a la ciudadanía de las resoluciones que adoptaren, mediante la publicación de las actas de las respectivas sesiones de estos cuerpos colegiados, así como sus planes de desarrollo local; y,
- t) El Tribunal de lo Contencioso Administrativo, adicionalmente, publicará el texto íntegro de sus sentencias ejecutoriadas, producidas en todas sus jurisdicciones.

#### **Art. 10.- Custodia de la Información.-**

Es responsabilidad de las instituciones públicas, personas jurídicas de derecho público y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, crear y mantener registros públicos de manera profesional, para que el derecho a la información se pueda ejercer a plenitud, por lo que, en ningún caso se justificará la ausencia de normas técnicas en el manejo y archivo de la información y documentación para impedir u obstaculizar el ejercicio de acceso a la información pública, peor aún su destrucción.

Quiénes administran, manejen, archiven o conserven información pública, serán personalmente responsables, solidariamente con la autoridad de la dependencia a la que pertenece dicha información y/o documentación, por las consecuencias civiles, administrativas o penales a que pudiera haber lugar, por sus acciones u omisiones, en la ocultación, alteración, pérdida y/o desmembración de documentación e información pública. Los documentos originales deberán permanecer en las dependencias a las que perteneczan, hasta que sean transferidas a los archivos generales o Archivo Nacional. El tiempo de conservación de los documentos públicos, lo determinará la Ley del Sistema de Archivo Nacional y las disposiciones que regulen la conservación de la información pública confidencial.

Los documentos de una institución que desaparezca, pasarán bajo inventario al Archivo Nacional y en caso de fusión interinstitucional, será responsable de aquello la nueva entidad.

#### **Art. 11.- Vigilancia y Promoción de la Ley.-**

Sin perjuicio del derecho que las leyes asignan a otras instituciones públicas de solicitar información y de las facultades que le confiere su propia legislación, corresponde a la Defensoría del Pueblo, la promoción, vigilancia y garantías establecidas en esta Ley. Tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Ser el órgano promotor del ejercicio y cumplimiento del derecho de acceso a la información pública;
- b) Vigilar el cumplimiento de esta Ley por parte de las instituciones públicas, artículo 1 de la presente Ley;
- c) Vigilar que la documentación pública se archive bajo los lineamientos que en esta materia dispone la Ley del Sistema Nacional de Archivos;
- d) Precautelar que la calidad de la información que difundan las instituciones del sector público, contribuyan al cumplimiento de los objetivos de esta Ley;
- e) Elaborar anualmente el informe consolidado nacional de evaluación, sobre la base de la información publicada en los portales o páginas web, así como todos los medios idóneos que mantengan todas las instituciones y personas jurídicas de derecho público, o privado, sujetas a esta Ley;
- f) Promover o patrocinar a solicitud de cualquier persona natural o jurídica o por iniciativa propia, acciones judiciales de acceso a la información pública, cuando ésta ha sido denegada; y,
- g) Informar al Congreso Nacional en forma semestral, el listado índice de toda la información clasificada como reservada.



#### **Art. 12.- Presentación de Informes.-**

Todas las instituciones públicas, personas jurídicas de derecho público o privado y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, a través de su titular o representante legal, presentarán a la Defensoría del Pueblo, hasta el último día laborable del mes de marzo de cada año, un informe anual sobre el cumplimiento del derecho de acceso a la información pública, que contendrá:

- a) Información del periodo anterior sobre el cumplimiento de las obligaciones que le asigna esta Ley;
- b) Detalle de las solicitudes de acceso a la información y el trámite dado a cada una de ellas; y,
- c) Informe semestral actualizado sobre el listado índice de información reservada.

#### **Art. 13.- Falta de claridad en la Información.-**

Cuando se demuestre por parte de cualquier ciudadano, que existe ambigüedad en el manejo de la información, expresada en los portales informativos, o en la información que se difunde en la propia institución, podrá exigirse personalmente la corrección en la difusión, de no hacerlo podrá solicitarse la intervención del Defensor del Pueblo a efectos de que se corrija y se brinde mayor claridad y sistematización, en la organización de esta información.

El Defensor del Pueblo, dictaminará los correctivos necesarios de aplicación obligatoria a la información que se difunde; al efecto, la institución brindará las facilidades amplias y suficientes, so pena de destitución, previo sumario administrativo, de las autoridades que incumplan su obligación de difundir la información institucional correctamente. La sanción dictaminada por el Defensor del Pueblo, será ejecutada inmediatamente por la autoridad nominadora.

#### **Art. 14.- Del Congreso Nacional.-**

Además de la información señalada en esta Ley, el Congreso Nacional publicará y actualizará semanalmente en su página web, lo siguiente:

- a) Los textos completos de todos los proyectos de Ley que sean presentados al Congreso Nacional, señalando la Comisión Especializada Permanentemente asignada, la fecha de presentación, el código; y, el nombre del auspiciante del proyecto; y,
- b) Una lista de proyectos de Ley que hubieren sido asignados a cada Comisión Especializada Permanentemente.

#### **Art. 15.- Del Tribunal Supremo Electoral.-**

Además de la información señalada en esta Ley, el Tribunal Supremo Electoral, en el término de sesenta días, contados a partir de la fecha de recepción de los informes de gasto electoral, presentados por los directores de las diferentes campañas electorales, agrupaciones políticas o candidatos, deberá publicar en su sitio web los montos recibidos y gastados en cada campaña.



El Consejo de Seguridad Nacional, en los casos de reserva por motivos de seguridad nacional y los titulares de las instituciones públicas, serán responsables de clasificar y desclasificar la información de conformidad con esta Ley. La clasificación de reserva no podrá efectuarse posteriormente a la solicitud de información.

La información clasificada previamente como reservada, permanecerá con tal carácter hasta un período de quince años desde su clasificación. La información reservada será desclasificada cuando se extingan las causas que dieron lugar a su clasificación. Se ampliará el período de reserva sobre cierta documentación siempre y cuando permanezcan y se justifiquen las causas que dieron origen a su clasificación.

#### **Art. 18.- Protección de la Información Reservada.-**

- Los documentos calificados de manera motivada como reservados por el Consejo de Seguridad Nacional, por razones de defensa nacional, de conformidad con el artículo 81, inciso tercero, de la Constitución Política de la República y que son:
- 1) Los planes y órdenes de defensa nacional, militar, movilización, de operaciones especiales y de bases e instalaciones militares ante posibles amenazas contra el Estado;
  - 2) Información en el ámbito de la inteligencia, específicamente los planes, operaciones e informes de inteligencia y contra inteligencia militar, siempre que existiera conmoción nacional;
  - 3) La información sobre la ubicación del material bélico cuando ésta no entrañe peligro para la población; y,
  - 4) Los fondos de uso reservado exclusivamente destinados para fines de la defensa nacional; y,
  - b) Las informaciones expresamente establecidas como reservadas en leyes vigentes.

No procede el derecho a acceder a la información pública, exclusivamente en los siguientes casos:

#### **Art. 17.- De la Información Reservada.-**

### **Título Tercero: De la Información Reservada y Confidencial**

**Art. 16.- Información Pública de los Partidos Políticos.-** Todos los partidos y organizaciones políticas que reciban recursos del Estado, deberán publicar anualmente en forma electrónica, sus informes sobre el uso detallado de los fondos a ellos asignados.

La información reservada que se haga pública antes del vencimiento del plazo de la reserva o de manera distinta a la prevista en el inciso anterior, podrá ocasionar responsabilidad civil, administrativa y/o penal según los casos, de la persona que por su función haya violado la reserva.

La denegación de acceso a la información o la falta de contestación a la solicitud, en el plazo señalado en la ley, dará lugar a los recursos administrativos, judiciales y constitucionales pertinentes y, a la imposición a los funcionarios, de las sanciones establecidas en esta Ley.

#### **Art. 21.- Denegación de la Información.-**

No se entenderá producción de información, a la recopilación o compilación de información que estuviere dispersa en los diversos departamentos o áreas de la institución, para fines de proporcionar resúmenes, cifras estadísticas o índices solicitados por el peticionario.

La solicitud de acceso a la información no implica la obligación de las entidades de la administración pública y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, a crear o producir información, con la que no dispongan o no tengan obligación de contar al momento de efectuarse el pedido. En este caso, la institución o entidad, comunicará por escrito que la denegación de la solicitud se debe a la inexistencia de datos en su poder, respecto de la información solicitada. Esta Ley tampoco faculta a los peticionarios a exigir a las entidades que efectúen evaluaciones o análisis de la información que posean, salvo aquellos que por sus objetivos institucionales deban producir.

#### **Art. 20.- Límites de la Publicidad de la Información.-**

El interesado a acceder a la información pública que reposa, manejan o producen las personas jurídicas de derecho público y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, deberá hacerlo mediante solicitud escrita ante el titular de la institución. En dicha solicitud deberá constar en forma clara la identificación del solicitante y la ubicación de los datos o temas motivo de la solicitud, la cual será contestada en el plazo señalado en el artículo 9 de esta Ley.

#### **Art. 19.- De la Solicitud y sus Requisitos.-**

### **Título Cuarto: Del proceso administrativo para acceder a la Información Pública**

Las instituciones públicas elaborarán semestralmente por temas, un índice de los expedientes clasificados como reservados. En ningún caso el índice será considerado como información reservada. Este índice de información reservada, detallará: fecha de resolución y período de vigencia de esta clasificación.

La información reservada en temas de seguridad nacional, solo podrá ser desclasificada por el Consejo de Seguridad Nacional. La información clasificada como reservada por los titulares de las entidades e instituciones del sector público, podrá ser desclasificada en cualquier momento por el Congreso Nacional, con el voto favorable de la mayoría absoluta de sus integrantes, en sesión reservada.



## Título Quinto: Del Recurso de Acceso a la Información

### Art. 22.- Del Recurso de Acceso a la Información<sup>1</sup>

El derecho de acceso a la información, será también garantizado en instancia judicial por el recurso de acceso a la información, estipulado en esta Ley, sin perjuicio de la acción de amparo constitucional:

Se encuentra legitimada para interponer el recurso de acceso a la información, toda persona a quien se hubiere denegado en forma tácita o expresa, información de cualquier índole a la que se refiere esta Ley, ya sea por la negativa de la información, ya sea por la información incompleta, alterada y hasta falsa que le hubieren proporcionado, incluso si la derogatoria se sustenta en el carácter reservado o confidencial de la información solicitada.

El recurso de acceso a la información se podrá interponer ante cualquier juez de lo civil o tribunal de instancia del domicilio del poseedor de la información requerida.

El Recurso de Acceso a la Información, contendrá:

- a) Identificación del recurrente;
- b) Fundamentos de hecho y de derecho;
- c) Señalamiento de la autoridad de la entidad sujeta a esta Ley, que denegó la información; y,
- d) La pretensión jurídica.

Los jueces o el tribunal, avocarán conocimiento en el término de cuarenta y ocho horas, sin que exista causa alguna que justifique su inhibición, salvo la inobservancia de las solemnidades exigidas en esta Ley.

El juez o tribunal en el mismo día en que se plantee el Recurso de Acceso a la Información, convocará por una sola vez y mediante comunicación escrita, a las partes para ser oídas en audiencia pública a celebrarse dentro de las veinticuatro horas subsiguientes.

La respectiva resolución deberá dictarse en el término máximo de dos días, contado desde la fecha en que tuvo lugar la audiencia, aun si el poseedor de la información no asistiere a ella.

Admitido a trámite el recurso, los representantes de las entidades o personas naturales accionadas, entregarán al juez dentro del plazo de ocho días, toda la información

requerida. En el caso de información reservada o confidencial, se deberá demostrar documentada y motivadamente, con el listado índice la legal y correcta clasificación en los términos de esta Ley. Si se justifica plenamente la clasificación de reservada o confidencial, el juez o tribunal, confirmará la negativa de acceso a la información.

En caso de que el juez determine que la información no corresponda a la clasificada como reservada o confidencial, en los términos de la presente Ley, dispondrá la entrega

<sup>1</sup> Se agrega el título del Art. 22 en la edición



de dicha información al recurrente, en el término de veinticuatro horas. De esta resolución podrá apelar para ante el Tribunal Constitucional la autoridad que alegue que la información es reservada o clasificada.

Dentro del recurso de acceso a la información, instaurado por denegación de acceso a la información pública, por denuncia o de oficio, cuando la información se encuentre en riesgo de ocultación, desaparición o destrucción, el juez de oficio o a petición de parte, dictará cualquiera de las siguientes medidas cautelares:

- a) Colocación de sellos de seguridad en la información; y,
- b) Apreensión, verificación o reproducción de la información.

Para la aplicación de las medidas cautelares antes señaladas, el juez podrá disponer la intervención de la fuerza pública.

De considerarse insuficiente la respuesta, a petición de parte, el juez podrá ordenar la verificación directa de él a los archivos correspondientes, para lo cual, la persona requerida facilitará el acceso del recurrente a las fuentes de información, designándose para dicha diligencia la concurrencia de peritos, si fuere necesario.

De la resolución al acceso de información que adopte el juez de lo civil o el tribunal de instancia, se podrá apelar ante el Tribunal Constitucional, para que confirme o revoque la resolución apelada. El recurso de apelación, se interpondrá dentro de los tres días hábiles siguientes, será concedido con efecto devolutivo, salvo en el caso de recursos de apelación deducidos por acceso a la información reservada o confidencial.

Negado el recurso por el juez o Tribunal Constitucional, cesarán las medidas cautelares. La Ley de Control Constitucional, será norma supletoria en el trámite de este recurso.

## **Título Sexto: De las Sanciones**

### **Art. 23.- Sanción a funcionarios y/o empleados públicos y privados.-**

Los funcionarios de las entidades de la Administración Pública y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, que incurrieren en actos u omisiones de denegación ilegítima de acceso a la información pública, entendiéndose ésta como información que ha sido negada total o parcialmente ya sea por información incompleta, alterada, o falsa que proporcionaron o debieron haber proporcionado, serán sancionados, según la gravedad de la falta, y sin perjuicio de las acciones civiles y penales a que hubiere lugar, de la siguiente manera:

- a) Multa equivalente a la remuneración de un mes de sueldo o salario que se halle percibiendo a la fecha de la sanción;
- b) Suspensión de sus funciones por el tiempo de treinta días calendario, sin derecho a sueldo o remuneración por ese mismo lapso; y,
- c) Destitución del cargo en caso de que, a pesar de la multa o suspensión impuesta, se persistiere en la negativa a la entrega de la información.

Estas sanciones serán impuestas por las respectivas autoridades o entes nominadores.

En el caso de prefectos, alcaldes, concejales y miembros de juntas parroquiales, la sanción será impuesta por la respectiva entidad corporativa.

Los representantes legales de las personas jurídicas de derecho privado o las naturales poseedoras de información pública que impidan o se nieguen a cumplir con las resoluciones judiciales a este respecto, serán sancionadas con una multa de cien a quinientos dólares por cada día de incumplimiento a la resolución, que será liquidada por el juez competente y consignada en su despacho por el sancionado, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales a que hubiere lugar.

Las sanciones se impondrán una vez concluido el respectivo recurso de acceso a la información pública establecido en el artículo 22 de la presente Ley.

La remoción de la autoridad, o del funcionario que incumpliere la resolución, no exime a quien lo reemplace del cumplimiento inmediato de tal resolución bajo la prevención determinada en este artículo.

## **Disposición General**

El Tribunal Constitucional, dentro de un término no mayor de noventa días, a partir de la recepción del proceso, despachará y resolverá los recursos de acceso a la información interpuestos.

## **Disposiciones Transitorias**

### **Primera.-**

Los recursos relacionados con el acceso a la información pública, están exentos del pago de la Tasa Judicial.

### **Segunda.-**

Los portales en internet, deberán ser implementados por las entidades de la Administración Pública y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley, en el plazo perentorio de un año, contado a partir de la publicación de esta Ley en el Registro Oficial. El Reglamento de la presente Ley, regulará los lineamientos técnicos que permitan la uniformidad, interacción, fácil ubicación y acceso de esta información.

### **Tercera.-**

La Defensoría del Pueblo, dentro del plazo de seis meses contado a partir de la promulgación de la presente Ley, adoptará las medidas administrativas, técnicas y presupuestarias para el cabal cumplimiento de la responsabilidad que esta Ley le asigna.

### **Cuarta.-**

En el plazo no mayor de seis meses desde la vigencia de la presente Ley, todas las entidades de la Administración Pública y demás entes señalados en el artículo 1 de la

presente Ley, deberán elaborar el listado índice de toda la información que a la fecha se encuentre clasificada como reservada, siempre y cuando se encuentre inmersa en algunas de las excepciones contempladas en el artículo 17 de la presente Ley. La información que no se sujete a estas excepciones, deberá desclasificarse en el plazo perentorio de dos meses.

A partir de la fecha de publicación de esta Ley en el Registro Oficial, toda información clasificada como de acceso restringido, que tenga más de quince años, deberá ser desclasificada y abierta libremente al público.

#### **Quinta.-**

Dentro del plazo de noventa días a contar desde la promulgación de esta Ley, el Presidente de la República expedirá el reglamento para la aplicación de la misma.

#### **Sexta.-**

Dentro de un plazo no mayor a ciento ochenta días se reformará la Ley del Sistema Nacional de Archivos, armonizando sus disposiciones con las normas pertinentes contenidas en esta Ley. Se encarga al Sistema Nacional de Archivos la capacitación pertinente a todos los funcionarios de las entidades de la Administración Pública y demás entes señalados en el artículo 1 de la presente Ley.

### **Disposición Final**

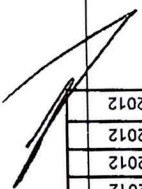
La presente Ley tiene el carácter de Orgánica y prevalece sobre todas las que se le opongan, entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.



**ANEXO N.º 10**

**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	CPC A NIVEL	SO	DETALLE	PARTIDA	CENTRO	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
127	42999.05.3	ABRAZADERAS Y TEMPLORES	20017	1903031	20017	1903031			\$ 8,589.50	CNT EP12012
226	46212.02.1	FUSIBLE REGLETA SIEMENS SHELTER 8P	20019	1903003	20019	1903003			\$ 12,800.00	CNT EP12012
227	46212.02.1	FUSIBLE REGLETA SIEMENS DU 8P	20019	1903003	20019	1903003			\$ 16,500.00	CNT EP12012
262	46212.02.1	FUSIBLE REGLETA HUAWAY FA9-81B	20019	1903003	20019	1903003			\$ 6,000.00	CNT EP12012
326	46212.02.1	FUSIBLE REGLETA NEC 8120	20019	1903003	20019	1903003			\$ 20,000.00	CNT EP12012
328	42999.05.3	PORTA CONSOLA	20017	1903003	20017	1903003			\$ 8,645.00	CNT EP12012
329	42999.05.3	ADQUISICION DE CONSOLAS	20017	1903003	20017	1903003			\$ 413,600.00	CNT EP12012
330	46340.00.11	CABLE DE PUENTE ENTORCHADO 2 X 24 AWG AM	20017	1903003	20017	1903003			\$ 18,000.00	CNT EP12012
337	45270.00.28	MICROFILTRO PARA POST ADSL	20019	1903003	20019	1903003			\$ 5,445.00	CNT EP12012
357	37550.00.31	POSTES DE HORMIGON BOLIVAR	20017	1502001	20017	1502001			\$ 16,205.70	CNT EP12012
358	37550.00.31	POSTES DE HORMIGONACCESOS GUAYAS	20017	1509006	20017	1509006			\$ 40,678.85	CNT EP12012
361	26610.11.11	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20017	1108001	20017	1108001			\$ 1,350.00	CNT EP12012
361	27160.01.1	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20017	1108001	20017	1108001			\$ 240.00	CNT EP12012
361	27310.01.1	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20017	1108001	20017	1108001			\$ 149.70	CNT EP12012
361	34250.10	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20018	1108001	20018	1108001			\$ 4,398.00	CNT EP12012
361	354301.01.11	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20017	1108001	20017	1108001			\$ 128.56	CNT EP12012
361	36990.90.2	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20019	1108001	20019	1108001			\$ 725.50	CNT EP12012
361	43151.00.1	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20018	1108001	20018	1108001			\$ 900.00	CNT EP12012
361	44232.09.11	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20018	1108001	20018	1108001			\$ 9,840.00	CNT EP12012
361	45230.00.12	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20019	1108001	20019	1108001			\$ 229.60	CNT EP12012
361	46531.01.11	MAT. PARA MANTENIMIENTO DE REDES ESMERALDAS	20017	1108001	20017	1108001			\$ 130.00	CNT EP12012
407	45290.00.1	ADQUISICION MONITORES PANTALLA PLANA PARA LA CNT	40004	1902002	40004	1902002			\$ 7,618.16	CNT EP12012
409	51290.00.2	ADQ. SISTEMA OPERATIVO / GESTION DE RIESGOS CNT	40004	1902002	40004	1902002			\$ 148,520.00	CNT EP12012
410	51290.00.2	ADQ. SOFTWARE PARA EL DESARROLLO PARA LA CNT EP	40004	1902001	40004	1902001			\$ 88,784.00	CNT EP12012
412	45230.00.1	ADQ. DE MODULOS SFP PARA LA CNT EP	40006	1305001	40006	1305001			\$ 130,284.00	CNT EP12012
414	45290.00.2	ADQ. DE ACCESS POINT PARA LA CNT EP	30002	1902001	30002	1902001			\$ 28,770.00	CNT EP12012
416	54612.00.1	ADQ DE SISTEMA DE DETECCION, EXTINCION DE INCENDIO	40004	1905004	40004	1905004			\$ 58,650.00	CNT EP12012
419	28269.01.11	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL CN EP	30006	1905004	30006	1905004			\$ 1,710.00	CNT EP12012
38150.03.1	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL CN EP	30006	1905004	30006	1905004			\$ 5,625.00	CNT EP12012	
28231.01.11	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 21,783.50	CNT EP12012	
28231.01.14	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 11,064.60	CNT EP12012	
28236.12.22	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 33,887.70	CNT EP12012	
28250.00.3	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 31,027.65	CNT EP12012	
29310.00.21	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 14,206.50	CNT EP12012	
48490.02.1	ADQ. DE EQUIPAMIENTO DE SEGURIDAD INDUSTRIAL PARA	30006	1905004	30006	1905004			\$ 767.80	CNT EP12012	
48923.00.1	ADQ. DE EXTINTORES POLVO QUIMICO SECO PARA LA CNT	30006	1905004	30006	1905004			\$ 26,474.00	CNT EP12012	
32129.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 1,309.44	CNT EP12012	
32129.20.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 45.00	CNT EP12012	
32129.20.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 14.80	CNT EP12012	
32153.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 295.00	CNT EP12012	
32153.03.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 422.50	CNT EP12012	
32153.03.13	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 120.00	CNT EP12012	
32197.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 18.00	CNT EP12012	
32600.02.2	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 13.00	CNT EP12012	
32600.02.23	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 5.50	CNT EP12012	
32600.09.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 6.60	CNT EP12012	
32600.09.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 17.64	CNT EP12012	
32600.10.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 11.16	CNT EP12012	
32600.00.21	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 114.00	CNT EP12012	
32600.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 97.84	CNT EP12012	
36990.00.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001	30004	1222001			\$ 4.08	CNT EP12012	





PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012

Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC

Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	LE	TOTAL COD INCOR.	RESOLUCION
					ESTARIA	LE		
					PRESTU	LE		
					RESPONSAB	LE		
445	3699.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 7.68	CNT EP12012
445	3699.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 66.96	CNT EP12012
445	3699.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 80.50	CNT EP12012
445	3699.00.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 6.24	CNT EP12012
445	3699.00.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 66.64	CNT EP12012
445	3699.00.15	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 105.15	CNT EP12012
445	38140.19.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 51.21	CNT EP12012
445	3891.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 30.80	CNT EP12012
445	3891.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 28.68	CNT EP12012
445	3891.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 5.40	CNT EP12012
445	3892.01.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 186.00	CNT EP12012
445	3892.01.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 7.25	CNT EP12012
445	42921.51.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 15.36	CNT EP12012
445	42995.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 115.90	CNT EP12012
445	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 13.68	CNT EP12012
445	44750.00.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 11.76	CNT EP12012
445	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 252.95	CNT EP12012
445	45290.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 108.75	CNT EP12012
445	45290.00.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 55.00	CNT EP12012
445	46121.09.02	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 800.00	CNT EP12012
445	46410.04	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 22.68	CNT EP12012
445	46410.05	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 23.40	CNT EP12012
445	47150.04.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 16.59	CNT EP12012
445	48430.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ORELLANA CNT EP	30004	1222001		\$ 15.84	CNT EP12012
462	32129.20.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 1,224.65	CNT EP12012
462	32660.00.5	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 147.00	CNT EP12012
462	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 7.44	CNT EP12012
462	3699.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 50.00	CNT EP12012
462	3699.00.15	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 196.06	CNT EP12012
462	3891.00.16	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 14.02	CNT EP12012
462	3891.00.16	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 44.00	CNT EP12012
462	3891.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 62.80	CNT EP12012
462	3891.20.1.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 6,342.16	CNT EP12012
462	42995.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 16.00	CNT EP12012
462	42999.08.16	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 74.16	CNT EP12012
462	45160.09.18	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 100.00	CNT EP12012
462	46410.02	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 85.50	CNT EP12012
462	47150.04.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. ZAMORA CHINCHIPE	30004	1719001		\$ 33.18	CNT EP12012
464	45170.04.2	ADQ.	EQUIPOS DE SEGURIDAD PARA EL CONTROL Y MONITO	30002	1509003		\$ 24,448.00	CNT EP12012
466	54121.00.2	NUEVO MUSEO DE TELECOMUNICACIONES 1		50109	A08		\$ 1,800,000.00	CNT EP12012
467	83113.01.1	NUEVO MUSEO DE TELECOMUNICACIONES 2		50109	A08		\$ 750,000.00	CNT EP12012
468	47211.02.1	NUEVO MUSEO DE TELECOMUNICACIONES 3		50109	A08		\$ 750,000.00	CNT EP12012
509	47211.02.1	IMPLEMENTACION DEL SISTEMA DE TELEPRESENCIA PARA		50023	1903031		\$ 1,000,000.00	CNT EP32012
515	47211.02.1	ADQUISICION DE SWITCHS PARA ATENDER A CLIENTES CO		50040	1903023		\$ 2,500,000.00	CNT EP12012
516	83189.00.3	Proyecto "INTEGRADORES"		50042	1903023		\$ 2,000,000.00	CNT EP12012
533	45160.03.1	ADQ. DE COPIADORA PARA EL ARCHIVO DE LA CNT EP		40001	1900022		\$ 4,800.00	CNT EP32012
536	45170.04.22	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMUNICACION		40001	A08		\$ 1,400.00	CNT EP12012
536	47313.00.2	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMUNICACION		40001	A08		\$ 1,181.25	CNT EP12012
536	47381.05.12	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMUNICACION		40001	A08		\$ 2,000.00	CNT EP12012
536	4752.00.31	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMUNICACION		30004	A08		\$ 250.00	CNT EP12012
537	38111.02.1	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMERCIAL DE		30002	1901001		\$ 315.54	CNT EP12012
537	38111.04.1	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMERCIAL DE		30002	1901001		\$ 363.00	CNT EP12012
537	38121.00	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMERCIAL DE		30002	1901001		\$ 554.78	CNT EP12012
537	38122.00.23	ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMERCIAL DE		30002	1901001		\$ 478.24	CNT EP12012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	GENTRO	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
537	8			ADQ. DE BIENES DE OFICINA PARA LA GN COMERCIAL DE	30002	1901001		\$ 19,154.44	CNT EP12012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 2,718.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 2,952.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 335.88	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 651.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 3,920.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 103.33	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 1,545.12	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 750.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 4,842.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 1,497.75	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 400.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 6,350.40	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 48.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 23.64	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 101.67	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 2,082.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 400.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 216.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 126.40	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 1,200.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 715.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 432.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 95.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 28.38	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 570.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 1,207.60	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 60.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	40001	1719001		\$ 4,000.00	CNT EP32012
541				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ZAMORA	30002	1719001		\$ 80.00	CNT EP32012
549				ADQ. DE PLANOTECA DIGITAL G. IMPLEMENTACION CNT EP	40001	1903022		\$ 6,733.33	CNT EP642012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 280.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 27180.02	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 1,577.70	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 193.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 200.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 100.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 500.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 720.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 232.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 158.07	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 170.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 250.00	CNT EP12012
571				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	30002	1905004		\$ 128.00	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 906.00	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 3,358.60	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 3,010.00	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 1,587.60	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 700.00	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 3,000.00	CNT EP12012
574				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA GATH	40001	1905004		\$ 1,200.00	CNT EP12012
578				ADQ. DE HERRAMIENTAS IMBABURA	20014	1110001		\$ 923.60	CNT EP12012
578				ADQ. DE HERRAMIENTAS IMBABURA	20014	1110001		\$ 19,231.00	CNT EP12012
578				ADQ. DE HERRAMIENTAS IMBABURA	20014	1110001		\$ 340.00	CNT EP12012



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012

Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC

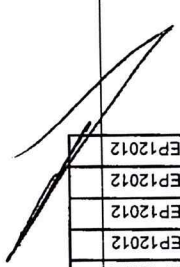
Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL CODINCOB	RESOLUCION
CODIGO	CATEGORIA	CFOA NIVEL	8		RESPONSAB	ESTARIA	LE		
578	462	2.06	15	ADQ. DE HERRAMIENTAS IMBABURA	20014	1110001		\$ 171.00	CNT EP12012
579	462	2.09	15	ADQ. DE SISTEMA APARTOS TECNICOS IMBAB	20018	1110001		\$ 19,200.00	CNT EP12012
579	472	1.02	1	ADQ. DE SISTEMA APARTOS TECNICOS IMBAB	20018	1110001		\$ 2,000.00	CNT EP12012
580	381	1.02	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	30002	1110001		\$ 6,298.40	CNT EP12012
580	381	2.00	23	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	40001	1110001		\$ 6,500.00	CNT EP12012
580	432	3.01	2	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	40001	1110001		\$ 1,968.00	CNT EP12012
580	445	5.11	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	30002	1110001		\$ 54.00	CNT EP12012
580	448	1.00	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	40001	1110001		\$ 675.00	CNT EP12012
580	448	6.21	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	30002	1110001		\$ 110.00	CNT EP12012
580	472	2.01	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	30002	1110001		\$ 535.60	CNT EP12012
580	473	3.00	2	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	40001	1110001		\$ 1,900.00	CNT EP12012
580	891	2.10	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA IMBABURA	40001	1110001		\$ 12,086.78	CNT EP12012
581	333	0.00	1	ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA IMB	30003	1110001		\$ 4,440.00	CNT EP12012
581	333	4.00	1	ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA IMB	30003	1110001		\$ 4,800.00	CNT EP12012
583	282	25.00	1	ADQ. DE MATERIALES IMAGEN CORP ESME	20040	1108001		\$ 300.00	CNT EP12012
583	325	30.00	1	ADQ. DE MATERIALES IMAGEN CORP ESME	20040	1108001		\$ 6,000.00	CNT EP12012
583	891	2.10	12	ADQ. DE MATERIALES IMAGEN CORP ESME	20040	1108001		\$ 3,027.00	CNT EP12012
584	429	4.45	13	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 355.00	CNT EP12012
584	429	6.00	11	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 80.00	CNT EP12012
584	431	1.00	12	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 197.88	CNT EP12012
584	431	1.00	12	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 1,098.62	CNT EP12012
584	462	1.05	5	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 300.00	CNT EP12012
584	462	2.00	9	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 8,184.00	CNT EP12012
584	462	2.09	1	ADQ. DE PASTA DE HERRAMIENTAS ESMERALDAS	20019	1108001		\$ 6,538.00	CNT EP12012
585	381	1.02	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 1,669.11	CNT EP12012
585	381	9.00		ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 3,690.00	CNT EP12012
585	381	2.00	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 2,494.68	CNT EP12012
585	381	2.00	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 168.78	CNT EP12012
585	381	2.00	11	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 784.00	CNT EP12012
585	381	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 100.00	CNT EP12012
585	381	2.00	23	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 352.53	CNT EP12012
585	381	2.00	23	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 11,000.00	CNT EP12012
585	381	2.00	23	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 3,891.50	CNT EP12012
585	381	2.00	23	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 2,107.00	CNT EP12012
585	381	2.00	4	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 4,316.14	CNT EP12012
585	381	4.00	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 5,270.00	CNT EP12012
585	421	9.10	71	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 6,155.68	CNT EP12012
585	421	2.00	1	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 74.19	CNT EP12012
585	421	2.00	11	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 136.02	CNT EP12012
585	421	2.00	11	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 252.00	CNT EP12012
585	421	2.00	11	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 101.67	CNT EP12012
585	421	2.00	11	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 2,000.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 2,310.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 3,500.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 1,670.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 3,375.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 204.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 7,200.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 89.00	CNT EP12012
585	421	2.00	12	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 2,670.00	CNT EP12012
585	421	2.00	13	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 4,000.00	CNT EP12012
585	473	3.00	2	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 14,012.50	CNT EP12012
585	481	0.01	14	ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	40001	1108001		\$ 7,245.60	CNT EP12012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	CPC A NIVEL	8	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOP	RESOLUCION
CODIGO	CATEGORIA	ROCE	CPC A NIVEL	8	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOP	RESOLUCION
585	73125.01.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ESMERALDAS	30002	1108001		\$ 200.00	CNT EP12012
586	33310.00.1				ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA ESMERALDAS	30003	1108001		\$ 5,174.92	CNT EP12012
586	33340.00.1				ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA ESMERALDAS	30003	1108001		\$ 4,824.96	CNT EP12012
589	43913.01.1				ADQ. DE EQUIPOS ESMERALDAS	40006	1108001		\$ 88,671.76	CNT EP12012
589	46113.19.11				ADQ. DE EQUIPOS ESMERALDAS	40006	1108001		\$ 40,000.00	CNT EP12012
589	47211.02.1				ADQ. DE EQUIPOS ESMERALDAS	40006	1108001		\$ 19,137.88	CNT EP12012
589	51290.00.21				ADQ. DE EQUIPOS ESMERALDAS	40006	1108001		\$ 7,797.38	CNT EP12012
589	85230.00.1				ADQ. DE EQUIPOS ESMERALDAS	40006	1108001		\$ 6,171.50	CNT EP12012
593	43151.00.12				ADQ. DE FILTROS COMUSTIBLE Y ACEITE	20019	1121001		\$ 233.40	CNT EP12012
593	43151.00.12				ADQ. DE FILTROS COMUSTIBLE Y ACEITE	20019	1121001		\$ 812.76	CNT EP12012
593	43151.00.12				ADQ. DE FILTROS COMUSTIBLE Y ACEITE	20019	1121001		\$ 1,505.00	CNT EP12012
593	46121.09.02				ADQ. DE FILTROS COMUSTIBLE Y ACEITE	20019	1121001		\$ 4,590.00	CNT EP12012
593	46340.01.2				ADQ. DE FILTROS COMUSTIBLE Y ACEITE	20019	1121001		\$ 40.00	CNT EP12012
594	38111.02.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 1,000.52	CNT EP12012
594	38111.04.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 3,246.50	CNT EP12012
594	38121.00				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	40001	1121001		\$ 671.76	CNT EP12012
594	38121.00.11				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	40001	1121001		\$ 392.00	CNT EP12012
594	38122.00.23				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 5,615.00	CNT EP12012
594	38122.00.4				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 1,120.51	CNT EP12012
594	42190.10.71				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	40001	1121001		\$ 2,679.46	CNT EP12012
594	42913.10.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 240.00	CNT EP12012
594	44816.21.12				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 119.00	CNT EP12012
594	44290.00.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	40001	1121001		\$ 2,400.00	CNT EP12012
594	47220.01.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	30002	1121001		\$ 428.48	CNT EP12012
594	47313.00.2				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA SUCUMBIOS	40001	1121001		\$ 1,181.25	CNT EP12012
595	47211.02.1				ADQ. DE EQUIPO DE CONMUTACION ACCESS GATEWAY AM	40006	1121001		\$ 25,000.00	CNT EP12012
600	38111.02.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ACCESOS PI	30002	1217002		\$ 2,524.32	CNT EP12012
600	44816.20.1				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ACCESOS PI	30002	1217002		\$ 250.00	CNT EP12012
600	47313.00.2				ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA ACCESOS PI	40001	1217002		\$ 4,400.00	CNT EP12012
602	45290.00.25				ADQ. DE EQUIPOS G. SERVY CORPOR	40006	1217004		\$ 41,250.00	CNT EP12012
602	45290.00.26				ADQ. DE EQUIPOS G. SERVY CORPOR	40006	1217004		\$ 10,865.63	CNT EP12012
602	47211.02.1				ADQ. DE EQUIPOS G. SERVY CORPOR	40006	1217004		\$ 500,000.00	CNT EP12012
602	47211.02.2				ADQ. DE EQUIPOS G. SERVY CORPOR	40006	1217004		\$ 7,430.00	CNT EP12012
602	47220.06.11				ADQ. DE EQUIPOS G. SERVY CORPOR	40006	1217004		\$ 136,250.00	CNT EP12012
606	46212.06.15				ADQ. DE GINTA CORTAPICOS Y BATER ACCESO PI	30004	1217005		\$ 8,800.00	CNT EP12012
606	46420.00.13				ADQ. DE GINTA CORTAPICOS Y BATER ACCESO PI	30004	1217005		\$ 4,000.00	CNT EP12012
606	48233.00.1				ADQ. DE GINTA CORTAPICOS Y BATER ACCESO PI	30004	1217005		\$ 592.20	CNT EP12012
607	42921.12.1				ADQ. DE HERRAMIENTAS ACCES PICHINCHA	30008	1217005		\$ 13,320.00	CNT EP12012
607	42921.33.11				ADQ. DE HERRAMIENTAS ACCES PICHINCHA	30008	1217005		\$ 8,360.00	CNT EP12012
607	44216.07.1				ADQ. DE HERRAMIENTAS ACCES PICHINCHA	30008	1217005		\$ 5,000.00	CNT EP12012
607	44232.09.11				ADQ. DE HERRAMIENTAS ACCES PICHINCHA	30008	1217005		\$ 197.75	CNT EP12012
612	45290.00.2				ADQ. DE LAN SWITCH L2/L3	40006	1217006		\$ 7,000.00	CNT EP12012
616	35110.00.1				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 170.00	CNT EP12012
616	36320.50.12				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 230.00	CNT EP12012
616	36920.00.1				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 1.00	CNT EP12012
616	36990.90.2				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 46.00	CNT EP12012
616	37192.00.11				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 2,395.00	CNT EP12012
616	42921.10.1				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 44.00	CNT EP12012
616	42921.35.1				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 12.00	CNT EP12012
616	42942.00.13				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 1,000.00	CNT EP12012
616	42944.11				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 200.00	CNT EP12012
616	42999.05.3				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 240.00	CNT EP12012
616	42999.08.14				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 12.00	CNT EP12012
616	42999.08.16				ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 1,617.00	CNT EP12012





PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
616	44218.07.1			ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 401.80	CNT EP12012
616	46212.06.15			ADQ. DE MATERIALES MANTENIMIENTO COTOPAX	20014	1305001		\$ 540.00	CNT EP12012
617	42950.00.11			ADQ. DE MATERIALES MANTEN TEC COTOPAXI	20019	1305001		\$ 30.00	CNT EP12012
617	43151.00.1			ADQ. DE MATERIALES MANTEN TEC COTOPAXI	20019	1305001		\$ 1,250.00	CNT EP12012
617	46121.09.02			ADQ. DE MATERIALES MANTEN TEC COTOPAXI	20019	1305001		\$ 6,120.00	CNT EP12012
617	46218.00.12			ADQ. DE MATERIALES MANTEN TEC COTOPAXI	20019	1305001		\$ 6,000.00	CNT EP12012
618	31600.09.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 160.00	CNT EP12012
618	38111.02.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 1,879.96	CNT EP12012
618	38121.00			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 2,522.50	CNT EP12012
618	38121.00.11			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 1,200.00	CNT EP12012
618	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 784.00	CNT EP12012
618	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 6,364.00	CNT EP12012
618	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 2,687.25	CNT EP12012
618	38122.00.4			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 6,000.00	CNT EP12012
618	42190.10.71			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 4,403.92	CNT EP12012
618	42918.10.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 240.00	CNT EP12012
618	42921.00.11			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 11.82	CNT EP12012
618	42921.35.11			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 210.00	CNT EP12012
618	42922.02			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 67.50	CNT EP12012
618	42944.45.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 4,819.80	CNT EP12012
618	42988.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 3,500.00	CNT EP12012
618	43230.01.2			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 6,154.00	CNT EP12012
618	43914.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 800.00	CNT EP12012
618	43914.03.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 0.10	CNT EP12012
618	43928.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 39,900.00	CNT EP12012
618	45160.02.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 3,800.00	CNT EP12012
618	45280.00.11			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 1,440.00	CNT EP12012
618	45290.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 1,750.00	CNT EP12012
618	45290.00.13			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 285.00	CNT EP12012
618	47211.02.2			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 58.00	CNT EP12012
618	47318.00.2			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 10,306.25	CNT EP12012
618	47331.05.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 160.00	CNT EP12012
618	48110.01.14			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 3,622.80	CNT EP12012
618	48248.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	40001	1305001		\$ 4,000.00	CNT EP12012
618	73125.01.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA COTOPAXI	30002	1305001		\$ 100.00	CNT EP12012
620	47220.03.42			ADQ. DE SPLITTERS LADO CLIENTE	30005	1305001		\$ 19,995.00	CNT EP12012
621	46122.00.1			ADQ. DE LICENCIA DE GOOGLE Y UPS COTOP	40004	1305001		\$ 23,240.00	CNT EP12012
621	51290.00.1			ADQ. DE LICENCIA DE GOOGLE Y UPS COTOP	40004	1305001		\$ 1,120.00	CNT EP12012
622	45230.00.11			ADQ. DE MODULOS MODEMS COTOPAX	40006	1305001		\$ 2,520.00	CNT EP12012
622	45290.00.2			ADQ. DE MODULOS MODEMS COTOPAX	40006	1305001		\$ 11,450.00	CNT EP12012
622	45290.00.28			ADQ. DE MODULOS MODEMS COTOPAX	40006	1305001		\$ 2,100.00	CNT EP12012
622	47211.02.2			ADQ. DE MODULOS MODEMS COTOPAX	40006	1305001		\$ 126,700.00	CNT EP12012
622	47331.04.11			ADQ. DE MODULOS MODEMS COTOPAX	40006	1305001		\$ 4,000.00	CNT EP12012
631	46122.00.1			ADQ. DE UPS ON LINE DOBLE CONVERSION 2KVA 120VAC	40004	1316001		\$ 10,910.00	CNT EP12012
636	46122.00.1			ADQ. DE LICENCIAS Y UPS MANABI	40004	1413001		\$ 59,070.00	CNT EP12012
636	51290.00.1			ADQ. DE LICENCIAS Y UPS MANABI	40004	1413001		\$ 6,160.00	CNT EP12012
636	51290.00.2			ADQ. DE LICENCIAS Y UPS MANABI	40004	1413001		\$ 3,750.00	CNT EP12012
637	38111.02.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	30002	1423001		\$ 617.80	CNT EP12012
637	38121.00			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	30002	1423001		\$ 554.78	CNT EP12012
637	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	40001	1423001		\$ 6,364.00	CNT EP12012
637	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	40001	1423001		\$ 2,421.00	CNT EP12012
637	38122.00.4			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	30002	1423001		\$ 952.10	CNT EP12012
637	45160.03.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	40001	1423001		\$ 7,200.00	CNT EP12012



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012

Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC

Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOR	RESOLUCION
637	48314.00.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA STO DOMINGO	30002	1423001		\$ 500.00	CNT EP12012
642	33310.00.1			ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA STA ELENA	30003	1524001		\$ 28,730.00	CNT EP12012
642	33340.00.1			ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA STA ELENA	30003	1524001		\$ 10,723.20	CNT EP12012
651	38122.00.23			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA BOLIVAR	30002			\$ 4,680.00	CNT EP12012
651	42944.45.1			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA BOLIVAR	40001			\$ 2,495.00	CNT EP12012
651	43230.01.2			ADQUISICION DE BIENES DE OFICINA BOLIVAR	40001			\$ 1,540.00	CNT EP12012
657	45230.00.1			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 1,050.00	CNT EP12012
657	45290.00.12			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 42.50	CNT EP12012
657	47220.00.1			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 670.00	CNT EP12012
657	47220.00.11			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 1,895.00	CNT EP12012
657	47220.01.1			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 150.00	CNT EP12012
657	47220.04.16			ADQ. DE REPUESTOS CABLES Y ACCES ACCESOS	20015	1509006		\$ 1,189.80	CNT EP12012
658	43510.00.1			ADQ. DE TECLE PARA PORTA BOBINAS	20017	1509006		\$ 8,900.00	CNT EP12012
659	27993.00.18			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 16.66	CNT EP12012
659	28221.00.1			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 210.00	CNT EP12012
659	28222.12.1			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 41.20	CNT EP12012
659	28225.00.1			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 1,284.00	CNT EP12012
659	32520.00.15			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 180.00	CNT EP12012
659	32530.00.1			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 368.00	CNT EP12012
659	46531.04			ADQ. DE IMPLEMENTOS IMAGEN CORP ACCES GUAY	20040	1509006		\$ 3,100.00	CNT EP12012
662	27150.03.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 4,284.09	CNT EP12012
662	42921.12.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 3,082.43	CNT EP12012
662	42921.20.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 1,774.56	CNT EP12012
662	42921.30.13			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 1,920.00	CNT EP12012
662	42921.31.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 1,011.24	CNT EP12012
662	42921.33.11			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 45.00	CNT EP12012
662	42921.33.11			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 29,262.20	CNT EP12012
662	44216.07.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 6,736.55	CNT EP12012
662	44231.00.1			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 665.00	CNT EP12012
662	44231.00.16			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 17.01	CNT EP12012
662	44232.09.11			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 594.44	CNT EP12012
662	44232.09.11			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 234.00	CNT EP12012
662	46122.00.12			ADQ. HERRAMIENTAS MENORES ACCESOS GUAYAS	30008	1509006		\$ 68.40	CNT EP12012
668	44914.23.1			ADQ. DE EQUIPOS AZUAY	40006	1601001		\$ 300.00	CNT EP12012
668	47211.02.1			ADQ. DE EQUIPOS AZUAY	40006	1601001		\$ 37,980.00	CNT EP12012
673	42944.45.1			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 620.00	CNT EP12012
673	42944.45.13			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 355.00	CNT EP12012
673	45230.00.1			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 375.00	CNT EP12012
673	45230.00.11			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 3,799.85	CNT EP12012
673	45290.00.29			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 123.80	CNT EP12012
673	46212.09.15			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 54.44	CNT EP12012
673	46240.00.16			ADQ. DE HERRAM. MANTENIMIENTO EL ORO	20019	1707001		\$ 624.00	CNT EP12012
675	45230.00.1			ADQ. DE EQUIPO INVERSORES Y MULTIPLEX EL ORO	40006	1707001		\$ 1,521.40	CNT EP12012
675	45230.00.11			ADQ. DE EQUIPO INVERSORES Y MULTIPLEX EL ORO	40006	1707001		\$ 2,000.00	CNT EP12012
675	45290.00.26			ADQ. DE EQUIPO INVERSORES Y MULTIPLEX EL ORO	40006	1707001		\$ 10,000.00	CNT EP12012
680	33310.00.1			ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA	30003	1719001		\$ 9,377.28	CNT EP12012
680	33340.00.1			ADQ. DE DIESEL Y GASOLINA	30003	1719001		\$ 3,041.28	CNT EP12012
1000	54790.04.1			MANTENIM. DE EDIFICIOS SANTA CRUZ	20014	1420001		\$ 10,320.00	CNT EP12012
1001	54790.04.1			MANTENIM. DE EDIFICIOS ISABELA	20014	1420001		\$ 17,904.00	CNT EP12012
1003	54790.04.1			PRESTACION DE SERVICIOS GENERALES DE REPARACION Y	20014	1502001		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1005	54121.00.2			SERVICIOS DE MANTENIMIENTO EDIFICIOS	20014	1707001		\$ 80,000.00	CNT EP12012
1008	54790.04.1			climatizacion de centrales telefonicas	20014	1121001		\$ 7,200.00	CNT EP12012
1011	54790.04.1			SERVICIOS GENERALES DE REP Y MANT BOLIVAR	20014	1502001		\$ 10,410.79	CNT EP12012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL	RESOLUCION
CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL	RESOLUCION
1013	54790.00.2			SERVICIOS DE ALBANILERIA EN EL CANTON LOJA.	20014	1711001		\$ 30,000.00	CNT EP12012
1021	54790.04.1			SERVICIOS DE CERRAJERIA EN EL CANTON LOJA.	20014	1711001		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1024	72112.00.1			LA GNFA REQUIERE CONTRATA EL ARRENDAMIENTO DE OFIC	20022	1904005		\$ 54,025.71	CNT EP12012
1030	64312.00.1			Alquiler de Vehículo para la Gerencia de Inclusión	20024	1900021		\$ 8,640.00	CNT EP12012
1034	64312.00.1			LA GNFA REQUIERE CONTRATAR EL SERVICIO DE TRANSPOR	20024	1904005		\$ 1,536,825.00	CNT EP12012
1035	64312.00.1			transporte de pasajeros para eventos de Cultura O	20024	1905003		\$ 11,000.00	CNT EP12012
1042	64312.00.1			ALQU DE VEHICULOS PARA EL TRANS DE PERS DE LA CNT	20024	1222001		\$ 30,000.00	CNT EP12012
1052	64328.00.1			SERVICIO DE ALQUILER DE VEHICULOS PARA MOVILIZACI	20024	1603001		\$ 20,000.00	CNT EP12012
1053	64328.00.1			ALQUILER DE VEHICULOS PARA LABORES DE OM	20024	1711001		\$ 110,785.00	CNT EP12012
1054	64328.00.1			Alquiler de 2 vehículos para el área comercial y	20024	1719001		\$ 12,000.00	CNT EP12012
1064	85330.00.1			SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA EDIFICIOS DE ORELLAN	20009	1222001		\$ 15,000.00	CNT EP12012
1070	54790.04.1			MANTENIMIENTO Y READECUACION DE LA SUITE EN SUA	20014	1108001		\$ 100,000.00	CNT EP12012
1071	54790.04.1			SERVICIO DE PINTURA INTERIOR Y EXTERIOR DE LAS EST	20014	1108001		\$ 40,000.00	CNT EP12012
1072	54790.04.1			CONSTRUCCION DE CERRAMIENTO EN LA CENTRAL DE SAN L	20014	1108001		\$ 9,519.50	CNT EP12012
1073	54790.04.1			Mantenimiento del edificio central,y otros locales	20014	1306001		\$ 185,448.66	CNT EP12012
1076	54790.04.1			MANTENIM. DE EDIFICIOS ESTACION TERRENA.	20014	1420001		\$ 35,544.00	CNT EP12012
1078	54790.04.1			SERVICIOS DE CARPINTERIA EN EL CANTON LOJA.	20014	1711001		\$ 9,000.00	CNT EP12012
1094	87141.00.1			MANTENIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR DE LA A. CAÑAR	20016	1603001		\$ 15,000.00	CNT EP12012
1098	87141.00.1			MANTENIMIENTO DE VEHICULOS	20016	1711001		\$ 13,377.00	CNT EP12012
1103	67910.02.1			SERVICIOS DE ENVIO DE CARGA PARA EL CANAL DE VENTA	20005	1901003		\$ 114,204.57	CNT EP12012
1105	67910.02.1			"TRANSPORTE AEREO DE CARGA."	20005	1904003		\$ 326,054.00	CNT EP12012
1116	85950.01.1			SERVICIO DE CORRESPONDENCIA A NIVEL NACIONAL Y PRO	20005	1707001		\$ 5,000.00	CNT EP12012
1122	85990.00.2			S de impres campañas informat- cultura organizaci	20006	1905003		\$ 100,379.00	CNT EP12012
1123	85990.00.2			SERVICIO DE IMPRESIÓN DE DOCUMENTOS.	20006	1110001		\$ 5,000.00	CNT EP12012
1124	85990.00.2			ELABORACION DE FORMULARIOS PREIMPRESOS PARA LA	20006	1108001		\$ 7,000.00	CNT EP12012
1125	85990.00.2			SERVICIOS DE IMPRESIÓN DE DOCUMENTOS	20006	1104001		\$ 5,500.00	CNT EP12012
1127	85990.00.2			SERVICIO IMPRESION DE DOCUMENTACION PARA LAS AREAS	20006	1316001		\$ 6,000.00	CNT EP12012
1137	85250.00.1			SERVICIOS DE VIGILANCIA PARA E AZUAY, CAÑAR Y MORO	20008	1601001		\$ 950,354.00	CNT EP12012
1141	54711.00.1			SERVICIO DE MANTENIMIENTO A CD DE QUITO Y GUAYAQU	20014	1904003		\$ 39,000.00	CNT EP12012
1143	54711.00.2			Adecuación de espacios de la Jefatura de Gestión	20014	1905003		\$ 105,850.00	CNT EP12012
1149	54711.00.1			ADECUACIONES EN LAS AREAS DE VESTIDORES Y BODEGAS	20014	1217005		\$ 35,000.00	CNT EP12012
1156	54711.00.1			INTEG	20014	1305001		\$ 26,412.96	CNT EP12012
1167	84160.01.2			PRESTACION DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE SISTEM	20026	1108001		\$ 5,000.00	CNT EP12012
1168	93199.02.1			Contratación de Odontólogo para Personal de Zamor	20026	1719001		\$ 10,000.00	CNT EP22012
1170	83139.00.3			SERVICIOS DE UN PROFESIONAL CONSULTORIA EN TELEC	20026	1316001		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1171	84160.02.1			Contratar diseños de Planta Externa para proyecto	20026	1711001		\$ 25,000.00	CNT EP12012
1174	92900.00.1			SERV DE CAPACIT- NECESIDADES Y FORMACIÓN DEL PERSO	20026	1905003		\$ 125,000.00	CNT EP12012
1175	92900.00.1			consultoría en aspectos regulatorios	20026	1907001		\$ 200,000.00	CNT EP12012
1180	92900.00.1			CONSULT LEVANTAMIENTO DE RED DE P. EXTERNA EN ORE	20026	1222001		\$ 10,681.00	CNT EP12012
1181	92900.00.1			CONSULTORIAS DE PROYECTOS, PRESUPUESTOS Y	20026	1316001		\$ 18,885.00	CNT EP12012
1185	92900.00.1			CAPACITACION AL PERSONAL EN TECNICAS EN VENTAS, AT	20026	1707001		\$ 30,000.00	CNT EP12012
1220	83141.05.1			Mantenimiento a los equipos electrónicos	20015	1907001		\$ 10,000.00	CNT EP72012
1235	83632.00.1			Servicio de señalización e imagen y proyectos refe	20040	A08		\$ 302,206.00	CNT EP12012
1238	83632.00.1			ELABORACION DE LETREROS LUMINOSOS Y SEÑALETICA	20040	1108001		\$ 17,999.70	CNT EP12012
1242	83632.00.1			Impresión de rótulos para imagen corporativa	20040	1423001		\$ 5,000.00	CNT EP12012
1245	83632.00.1			SERVICIO DE COMUNICACION E IMAGEN PARA CENTRALES	20040	1603001		\$ 6,000.00	CNT EP12012
1248	87390.00.1			MEJ. DE MÓDULOS PARA REPORTERIA Y LICENCIAS REMEDY	20017	1903003		\$ 350,000.00	CNT EP12012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOPI	RESOLUCION
1249	87390.00.1			IMP. DE MONITOREO REMOTO DE LA INF. DE PLANTA EXTE	1903003	20017		\$ 490,000.00	CNT EP12012
1252	87390.00.1			PRESTACION DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE RED DE	1108001	20017		\$ 21,380.64	CNT EP12012
1253	87390.00.1			SER. DE MANT. DE LA RED SECUNDARIA EN EL COCA	1222001	20017		\$ 13,731.00	CNT EP12012
1259	87390.00.1			Contratos para instalacion de lineas telefonicas	1306001	20017		\$ 112,309.50	CNT EP12012
1268	54290.02.1			Mantenimiento correctivo de la Planta Externa	1423001	20017		\$ 60,000.00	CNT EP12012
1270	87390.00.1			Construccion y mant. de P externa y cambio de post	1512001	20017		\$ 150,000.00	CNT EP12012
1272	87390.00.1			GASTOS POR SERVICIOS DE MANTENIMIENTO DE REDES	1603001	20017		\$ 50,000.00	CNT EP12012
1278	67910.02.1			SERV DE TRANSPORTE FLUVIAL PARA PERSONAL C. AGUA	1222001	20005		\$ 5,000.00	CNT EP12012
1284	67910.02.1			SERVICIO DE TRANSP DE COMBUSTIBLE A LAS REPETIDORA	1711001	20005		\$ 5,263.02	CNT EP12012
1296	83113.01.1			SERVICIOS DE ASESORAMIENTO PARA ASUNTOS	1603001	20026		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1296	83113.01.1			ESPECIFICO	1603001	20026		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1302	83113.01.1			SERVICIOS ESPEC. S PARA MONITOREO DE MEDIOS Y COMU	20026	A08		\$ 40,000.00	CNT EP12012
1309	83113.01.1			ASESOR. PARA CERTIF DE CALID OPER. Y ACADÉMICA CC	1901003	20026		\$ 100,000.00	CNT EP12012
1311	83113.01.1			SERVICIOS ESPECIALIZADOS PARA CENTRALES	1903003	20026		\$ 16,505.93	CNT EP12012
1312	83113.01.1			Asesoramiento para continuidad de Bombardeo de LI	1900205	20026		\$ 150,000.00	CNT EP12012
1320	83113.01.1			CONSULT PARA IMPL DEL SIST AUTOM. DE DETEC INCENDI	1305001	20026		\$ 25,000.00	CNT EP12012
1321	83113.01.1			servicios de volumenes de obra	1306001	20026		\$ 9,242.74	CNT EP12012
1326	83212.01.1			servicios arquitectonicos para diseños	1719001	20026		\$ 14,330.00	CNT EP12012
1328	87110.02.3			Reemplazo de equipos de energia y climatización	1903003	20019		\$ 2,000,000.00	CNT EP12012
1329	87110.02.3			Mejora de los parámetros eléctricos de resistencia	1903003	20019		\$ 310,427.00	CNT EP12012
1334	87110.02.3			MANTENIMIENTO Y REPARACION DE GRUPOS	1222001	20019		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1335	87110.02.3			MANTENIMIENTO DE AIRE ACONDICIONADOS EN LOS NODOS	1222001	20019		\$ 9,000.00	CNT EP12012
1339	87110.02.3			MANTENIMIENTO PARA CENTRALES, RECTIFICADORES DE EN	1603001	20019		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1356	54790.04.1			MANT DE MUEBLES EQUIPOS DE OFICINA Y SIST INFORM	1502001	20015		\$ 11,460.00	CNT EP12012
1358	54790.04.1			Adec. Mascal y en Guito Centro ( energia y clim	1903003	20015		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1374	72112.00.1			ALQUILER CJS JOYA DE LOS SACHAS POR READECUACION D	1222001	20022		\$ 6,000.00	CNT EP12012
1389	72112.00.1			arrendamiento de edificio	1512001	20022		\$ 68,489.00	CNT EP12012
1390	72112.00.1			ARRENDAMIENTO DE OFICINAS PARA EL AÑO 2012	20022	20022		\$ 43,335.60	CNT EP12012
1393	72112.00.1			arrendamiento de oficinas para la Agencia de Zamor	1719001	20022		\$ 8,400.00	CNT EP12012
1394	84160.03.0			Estos valores sustentarán la continuidad de los pr	1900025	20026		\$ 69,977.50	CNT EP12012
1395	84160.03.0			Estudio de ana de suelo para la const del Eif Admin	1512001	20026		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1	83141.05.1			SOPORTE TÉCNICO PARA APLIC ESPECIALIZADAS MOVILES	1901003	20023		\$ 93,413.12	CNT EP12012
1403	87153			SERV TECNICO PARA RECUPERACION DE TERMINALES FIJOS	1904003	20015		\$ 120,000.00	CNT EP12012
1422	87153.00.1			MANT CORRECT DE LAS TORRES DE TRANSMI DE LA CNT ES	1108001	20020		\$ 9,586.50	CNT EP12012
1423	87153.00.1			MANT DE TORRES, TRABAJOS DE MANT SISTEMAS DE TRAN	1305001	20020		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1425	87153.00.1			Reparacion de torres repetidoras de la CNT	1512001	20020		\$ 10,000.00	CNT EP12012
1432	67290.01.1			"ALMACENAMIENTO PARA BIENES Y MATERIALES."	1904003	20010		\$ 127,950.00	CNT EP12012
1438	85960.00.2			Formatos de la Telefonía fija, Movil y TV	1423001	30004		\$ 29,414.36	CNT EP12012
1442	85330.00.1			Limpieza de instalaciones en la provincia	1306001	20009		\$ 42,640.34	CNT EP12012
1452	89121.10.1			Impresos de formularios pra atencion al cliente	1707001	30004		\$ 15,000.00	CNT EP12012
1454	89121.10.1			"SERVICIO DE IMPRESION."	1711001	30004		\$ 12,275.09	CNT EP12012
1455	85330.00.1			SEERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA EDIFICIOS - LOS RIO	1512001	20009		\$ 45,000.00	CNT EP12012
1456	85330.00.1			SERVICIO DE LIMPIEZA PARA CNT BOLIVAR	20009	20009		\$ 7,777.39	CNT EP12012
1457	85330.00.1			Aseo y Limpieza en los diferentes centros de Azuay	1601001	20009		\$ 38,000.00	CNT EP12012
1460	85330.00.1			MANTENIMIENTO DE ASEO Y LIMPIEZA A LOS EDIFICIOS Y	1711001	20009		\$ 30,000.00	CNT EP12012
1461	85330.00.1			Servicio de limpieza de 8 centrales	1719001	20009		\$ 9,000.00	CNT EP12012
1463	83113.01.1			Consult en implantacion de ISO 9001/2008 en Regio	1905002	20026		\$ 30,000.00	CNT EP12012
1464	82211.01.1			Auditorias al Sistema de Gestion de Calidad ISO 9	1905002	20027		\$ 26,000.00	CNT EP12012
1466	54121.00.2			construccion de una sala de Assement	1905004	20014		\$ 40,000.00	CNT EP12012
1468	32400.00.1			Suscripcion a revistas y periodicos	1907001	20004		\$ 20,000.00	CNT EP12012







PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012

Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC

Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	ROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOB	RESOLUCION
1585	83610.00.2	Elaboración Rotulación 23 Infocentros Cotopaxi	50091	1900021	\$ 29,417.00	CNT EP12012			
1586	83610.00.2	Elaboración Rotulación 9 Infocentros en Los Rios	50091	1900021	\$ 10,053.00	CNT EP12012			
1587	87360.00.1	Contrat.Instal.Electrica 31 Infocentros Chimborazo	50091	1900021	\$ 40,300.00	CNT EP22012			
1588	87360.00.1	Contrat.Instal.Electric 14 Infocentros Morona San	50091	1900021	\$ 23,405.00	CNT EP92012			
1590	54121.00.2	Contrat. Adecuaciones 5 Infocentros Tungurahua	50091	1900021	\$ 9,263.83	CNT EP12012			
1594	28229.00.12	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 12,670.00	CNT EP142012			
1594	282500033	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 34,380.00	CNT EP142012			
1594	36970.00.1	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 6,854.25	CNT EP142012			
1594	48160.09.2	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 58,078.80	CNT EP142012			
1594	48170.01.1	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 1,574.00	CNT EP142012			
1594	48170.01.11	ADQ. EQUIPOS DE PROTECCION PARA PERSONAL	30006	1905004	\$ 7,406.65	CNT EP142012			
1596	33380.02.3	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	30003	1905004	\$ 50.70	CNT EP42012			
1596	34220.00.11	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 14.16	CNT EP42012			
1596	34230.13.11	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 9.42	CNT EP42012			
1596	34230.15.11	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 126.96	CNT EP42012			
1596	34240.14.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 19.08	CNT EP42012			
1596	35260.31.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 3,092.70	CNT EP42012			
1596	35260.71.13	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 20.40	CNT EP42012			
1596	35290.10.2	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 7,991.59	CNT EP42012			
1596	35290.10.21	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 299.60	CNT EP42012			
1596	35290.10.4	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 385.94	CNT EP42012			
1596	35290.10.41	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 979.50	CNT EP42012			
1596	35440.02.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 4,149.20	CNT EP42012			
1596	35440.02.12	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 561.96	CNT EP42012			
1596	35440.02.13	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 942.32	CNT EP42012			
1596	35440.02.16	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 478.60	CNT EP42012			
1596	36270.01.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 6.50	CNT EP42012			
1596	37420.01.11	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 10.86	CNT EP42012			
1596	48130.09.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 260.38	CNT EP42012			
1596	48130.09.11	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 2,689.80	CNT EP42012			
1596	48130.09.13	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 241.50	CNT EP42012			
1596	48150.09.17	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 5.48	CNT EP42012			
1596	48160.09.2	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	30006	1905004	\$ 158.50	CNT EP42012			
1596	35440.02.1	ADQ. DE INSUMOS ODONTOLÓGICOS PARA PICHINCHA	10025	1905004	\$ 4,231.40	CNT EP42012			
1596	87141.00.1	SERVICIO DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO Y CORRECTIVO	20016	1423001	\$ 5,000.00	CNT EP72012			
1604	72112.00.1	Renovación del Arriendo del CIS Y del Colorado	20022	1423001	\$ 18,952.20	CNT EP152012			
1604	87390.00	Inst. 270 Supresores T. en varias centrales	20019	A49	\$ 55,600.76	CNT EP202012			
1613	45160.03.1	ADQUISICIÓN DE 100 IMPRESORAS EPSON LX300+II	30002	1902002	\$ 20,475.00	CNT EP72012			
1619	92900.00.1	SERV. CAP. ESP. CONTRAT. PÙB. MOD. ESTADO	20028	1905003	\$ 24,000.00	CNT EP22012			
1625	32129.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 6,520.60	CNT EP102012			
1625	32129.20.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 18.75	CNT EP102012			
1625	32153.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 888.00	CNT EP102012			
1625	33500.10.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 2.23	CNT EP102012			
1625	36920.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 15.10	CNT EP102012			
1625	36990.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 31.05	CNT EP102012			
1625	36990.00.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 6.16	CNT EP102012			
1625	38911.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 18.60	CNT EP102012			
1625	38911.01	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 98.50	CNT EP102012			
1625	38911.01.01	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 57.30	CNT EP102012			
1625	38911.07.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 56.55	CNT EP102012			
1625	42921.51.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 10.92	CNT EP102012			
1625	42995.00	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 20.83	CNT EP102012			
1625	42995.01	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 35.65	CNT EP102012			
1625	45160.02.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. GALAPAGOS CNT EP	30004	1420001	\$ 22.77	CNT EP102012			
1627	45220.00.1	ADQ. 47 COMPUTADORES PORTÁTILES PARA LA CNT EP	40004	1902002	\$ 93,647.50	CNT EP12012			



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL	COD	RESOLUCION
1628	9290.00.1	SERV. CAP. CERTIFICACION SOCIAL EMPRESARIAL	20028	1905003				\$ 7,200.00	CNT EP172012	
1630	8332.00.1	CONSULTORIA DE FISCALIZACION DE OBRAS CIVILES EN E	20026	1108001				\$ 2,723.17	CNT EP82012	
1632	87110.02.3	SUMINISTRO E INSTALACION DE MEDIA TENSION	20019	1413001				\$ 21,358.25	CNT EP32012	
1639	73310.00.1	ADQUISICION CERTIFICADOS DIGITALES SSL	20015	1902002				\$ 12,739.98	CNT EP82012	
1643	42150.00.1	Adquisición de rack selectivo y drive in	40001	1904003				\$ 149,017.20	CNT EP132012	
1645	46340.00.11	ADQUISICION DECABLE ACOMETIDA 2X20 AWG	20017	1903031				\$ 2,795,940.00	CNT EP242012	
1645	46340.00.11	COPPERWELD	20017	1903031				\$ 2,795,940.00	CNT EP242012	
1686	46340.00.11	COPPERW	20017	1903031				\$ 677,829.60	CNT EP42012	
1689	36990.03.1	ADQUISICION DE ROSETAS PARA CONEXION TELEFONICA	20017	1903031				\$ 349,994.90	CNT EP292012	
1699	42990.05.3	ADQUISICION DE CANALES Y CONOS DE SUBIDA	20017	1903031				\$ 51,339.11	CNT EP1242012	
1702	42990.05.3	ADQUISICION DE HERRAJES TIPO "A" Y "B"	20017	1903031				\$ 78,604.10	CNT EP652012	
1704	45290.00.12	ADQUISICION DE LIQUIDO REMOVEDOR DE GRASA DE CABLE	20017	1903031				\$ 50,569.95	CNT EP92012	
1717	46212.02.1	ADQUISICION DE FUSIBLES PARA REGLETAS ERICSSON	20019	1903031				\$ 312,400.00	CNT EP1572012	
1729	46212.09.15	ADQUISICION DE ATENUADORES OPTICOS	20018	1903031				\$ 19,969.00	CNT EP422012	
1732	46211.05.5	ADQUISICION DE CONECTORES PARA CABLE COAXIAL	20017	1903031				\$ 135,491.10	CNT EP1342012	
1741	36490.02.1	ADQUISICION DE TAPONES PARA FIBRA OPTICA	20017	1903031				\$ 26,136.00	CNT EP1412012	
1746	36320.10.11	ADQUISICION DE MANGUITOS TERMOCONTRAIABLES	20017	1903031				\$ 23,535.00	CNT EP412012	
1751	46240.00.16	ADQUISICION DE BATERIAS DE ARRANQUE	20019	1903031				\$ 18,318.03	CNT EP192012	
1753	46122.00.12	ADQUISICION DE CARGADOR DE BATERIAS DE PLOMO	30008	1903031				\$ 10,660.00	CNT EP1252012	
1768	42942.00.13	ADQUISICION DE CABLES PARA CONEXION A TIERRA	20019	1903031				\$ 28,695.00	CNT EP1122012	
1769	48243.00.1	ADQUISICION DE CORONAS DE PRUEBA PARA NUMERAR	30008	1903031				\$ 200,550.00	CNT EP1172012	
1774	48243.00.1	ADQUISICION DE MEDIDOR DIGITAL DE PUESTA A TIERRA	40003	1903031				\$ 55,943.81	CNT EP1372012	
1790	42990.05.3	ADQUISICION DE MORDAZAS PARA CABLE MENSAJERO	30008	1903031				\$ 54,916.44	CNT EP1302012	
1795	48243.00.12	ADQUISICION DE PINZA AMPERMETRICA ACDC	40003	1903031				\$ 15,847.92	CNT EP1202012	
1796	44232.09.11	ADQUISICION DE PINZA DE PRESION E9-BM Y E-9V PARA	30008	1903031				\$ 29,129.00	CNT EP852012	
1799	44231.00.19	ADQUISICION DE REMACHADORAS (UTP, R11, R145)	30002	1903031				\$ 26,705.25	CNT EP952012	
1800	42946.00.11	ADQUISICION DE SERPENTINAS-GUIA DE DUCTOS	40003	1903031				\$ 89,447.00	CNT EP1642012	
1801	42921.30.13	ADQUISICION DE TALADROS	30002	1903031				\$ 96,685.47	CNT EP1692012	
1802	43510.00.1	ADQUISICION DE TECLAS DE UNA Y DE MEDIA TONELADA	30008	1903031				\$ 33,015.14	CNT EP1042012	
1803	48243.00.1	MALETAS DE HERRAMIENTAS PARA PERFORAR MANGAS UC	40003	1903031				\$ 27,300.00	CNT EP942012	
1804	42320.04.28	ADQUISICION DE MOTOBOMBAS EXTRACTORAS DE AGUA	40003	1903031				\$ 88,377.28	CNT EP1452012	
1805	46340.00.11	ADQUISICION DE CABLE DE ACOMETIDA 2X17 AWG	20017	1903031				\$ 259,875.00	CNT EP1712012	
1813	32193.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 1,001.98	CNT EP72012	
1813	32193.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 2,098.65	CNT EP72012	
1813	32193.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 325.84	CNT EP72012	
1813	35321.01.12	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 368.94	CNT EP72012	
1813	35321.01.14	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 174.44	CNT EP72012	
1813	35321.09.13	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 988.90	CNT EP72012	
1813	35321.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA CE	20009	1904005				\$ 738.30	CNT EP72012	
1818	48270.00.1	ADQ. E INST. DE KIT BASICO DE ALARMAS ELECT.	40006	1108001				\$ 15,432.00	CNT EP92012	
1823	45240.00.23	ADQ. CARTUCHOS DATOS LTO2, LTO3 Y LTO4 DATA CENTER	30004	1902002				\$ 50,000.00	CNT EP42012	
1824	32129.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 2,699.69	CNT EP32012	
1824	32129.20.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 18.18	CNT EP32012	
1824	32153.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 430.00	CNT EP32012	
1824	32153.03.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 391.44	CNT EP32012	
1824	32152.02.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 27.23	CNT EP32012	
1824	32159.13.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 19.90	CNT EP32012	
1824	32600.01.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 21.82	CNT EP32012	
1824	32600.02.2	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 327.60	CNT EP32012	
1824	32600.02.23	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	30004	1711001				\$ 17.13	CNT EP32012	



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCON	RESOLUCION
1824	32600.09.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 3.75	CNT EP32012
1824	32600.09.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 22.17	CNT EP32012
1824	32600.09.6	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 23.35	CNT EP32012
1824	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 7.65	CNT EP32012
1824	36920.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 66.52	CNT EP32012
1824	36920.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 59.79	CNT EP32012
1824	36990.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 30.13	CNT EP32012
1824	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 4.75	CNT EP32012
1824	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 52.55	CNT EP32012
1824	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 49.98	CNT EP32012
1824	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 6.37	CNT EP32012
1824	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 491.96	CNT EP32012
1824	45250.00.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. LOJA CNT EP	3004	1711001	3004	1711001	\$ 430.56	CNT EP32012
1825	38912.01.2	ADQ.	TONER Y CINTAS PARA IMPRESORAS DE CNT EP LOJA	3004	1711001	3004	1711001	\$ 489.76	CNT EP22012
1825	38912.01.3	ADQ.	TONER Y CINTAS PARA IMPRESORAS DE CNT EP LOJA	3004	1711001	3004	1711001	\$ 44,089.13	CNT EP22012
1825	38912.01.31	ADQ.	TONER Y CINTAS PARA IMPRESORAS DE CNT EP LOJA	3004	1711001	3004	1711001	\$ 1,179.68	CNT EP22012
1825	45220.00.25	ADQ.	TONER Y CINTAS PARA IMPRESORAS DE CNT EP LOJA	3004	1711001	3004	1711001	\$ 493.92	CNT EP22012
1825	45240.00.2	ADQ.	TONER Y CINTAS PARA IMPRESORAS DE CNT EP LOJA	3004	1711001	3004	1711001	\$ 588.48	CNT EP22012
1829	54121.00.2	MANTENIMIENTO DE LOS EDIFICIOS, SUJETOS AL MANUAL	20014	1316001	1316001	20014	1316001	\$ 48,803.16	CNT EP132012
1839	51290.00.1	ADQ. LICENCIAS AUTOCAD LT 2012 PARA DISEÑO PROY	40004	1903021	1903021	40004	1903021	\$ 44,550.00	CNT EP262012
1840	32129.20.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 2,622.00	CNT EP22012
1840	32129.20.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 107.00	CNT EP22012
1840	32129.20.14	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 46.00	CNT EP22012
1840	32153.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 118.00	CNT EP22012
1840	32153.03.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 120.00	CNT EP22012
1840	32192.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 25.00	CNT EP22012
1840	32197.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 36.00	CNT EP22012
1840	32600.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 108.00	CNT EP22012
1840	32600.01.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 123.60	CNT EP22012
1840	32600.02.23	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 22.00	CNT EP22012
1840	32600.02.27	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 56.00	CNT EP22012
1840	32600.09.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 21.00	CNT EP22012
1840	32600.09.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 29.40	CNT EP22012
1840	32600.09.4	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 20.88	CNT EP22012
1840	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 34.70	CNT EP22012
1840	36920.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 21.50	CNT EP22012
1840	36920.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 14.40	CNT EP22012
1840	36990.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 237.20	CNT EP22012
1840	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 6.80	CNT EP22012
1840	36990.00.14	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 3.20	CNT EP22012
1840	36990.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 72.00	CNT EP22012
1840	38140.19.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 85.35	CNT EP22012
1840	38911.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 28.00	CNT EP22012
1840	38911.00.16	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 15.00	CNT EP22012
1840	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 372.60	CNT EP22012
1840	38911.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 22.50	CNT EP22012
1840	42915.00.14	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 3.50	CNT EP22012
1840	42921.51.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 12.80	CNT EP22012
1840	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 252.50	CNT EP22012
1840	44750.00.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 2.50	CNT EP22012
1840	44750.00.39	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 16.20	CNT EP22012
1840	45250.00.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 550.00	CNT EP22012
1840	45270.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 55.00	CNT EP22012
1840	46410.03	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	30004	1305001	30004	1305001	\$ 144.00	CNT EP22012



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

PROCE SO	CODIGO CATEGORIA	8	DETALLE	PARTIDA RESPU LE	ESTARIA PRESUPU RESPONSAB LE	TOTAL COD INCO P	RESOLUCION
1840	46410.05		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	3004	1305001	\$ 227.50	CNT EP22012
1840	46410.06		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONI	3004	1305001	\$ 88.50	CNT EP22012
1842	83112.00.1		Consultoria de revision de Inf. Fin. Móvil	2026	1904002	\$ 35,000.00	CNT EP82012
1843	45170.04.2		Adquisición 373 Videograbadoras Convenio PAUTIC	5091	1900021	\$ 170,211.09	CNT EP72012
1845	46211.05.5		ADQUISICION CONECTORES UDW2	2017	1903031	\$ 56,010.00	CNT EP572012
1846	38912.01.3		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR SUBASTA INV	3004	1306001	\$ 24,235.10	CNT EP42012
1846	45290.00.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR SUBASTA INV	3004	1306001	\$ 205.45	CNT EP42012
1846	46212.06.15		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR SUBASTA INV	3004	1306001	\$ 107.50	CNT EP42012
1847	32129.20.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 255.29	CNT EP32012
1847	32158.03.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 462.00	CNT EP32012
1847	32192.02.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 240.00	CNT EP32012
1847	32197.00.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 2.52	CNT EP32012
1847	32600.00.11		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 21.60	CNT EP32012
1847	32600.02.23		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 291.50	CNT EP32012
1847	32600.09.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 3.57	CNT EP32012
1847	32600.09.6		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 28.00	CNT EP32012
1847	33500.10.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 62.30	CNT EP32012
1847	36920.00.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 44.65	CNT EP32012
1847	36920.00.12		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 55.00	CNT EP32012
1847	36990.00.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 9.10	CNT EP32012
1847	36990.00.12		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 55.80	CNT EP32012
1847	36990.00.12		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 994.00	CNT EP32012
1847	36990.00.12		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 108.00	CNT EP32012
1847	36990.00.15		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 14.02	CNT EP32012
1847	38140.19.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 170.70	CNT EP32012
1847	38911.00.1		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 124.60	CNT EP32012
1847	38911.00.16		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 6.00	CNT EP32012
1847	38911.01		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 73.84	CNT EP32012
1847	38911.07.3		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 91.06	CNT EP32012
1847	42921.51.14		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 30.00	CNT EP32012
1847	42998.00		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 99.90	CNT EP32012
1847	44750.00.3		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 10.40	CNT EP32012
1847	45250.00.2		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 137.50	CNT EP32012
1847	46410.03		ADC. SUMINISTROS DE OFICINA POR. CATALOGO ELECTRO	3004	1306001	\$ 178.56	CNT EP32012
1848	93128.00.1		SERVICIOS DE ODONTOLOGIA CNT EP BOLIVAR	2026		\$ 3,949.00	CNT EP72012
1857	87390.00		Mej. Sistema puesta tierra E. Terrena Quito	2019	A49	\$ 31,225.90	CNT EP12012
1858	54121.00.2		ADECUACION DE EDIFICIO DE BOYACA	2014	1902002	\$ 287,028.08	CNT EP62012
1860	64312.00.1		SERVICIO DE TRANSPORTE DE PERSONAL DE LA CNT EP. Q	2024	1904005	\$ 396,360.00	CNT EP102012
1861	87390.00.1		MEJORAMIENTO DE PLANTA EXTERNA CENTRAL CRUCITA	2017	1413001	\$ 96,762.21	CNT EP22012
1869	83142.00.1		WAREHOUSE	2026	1902002	\$ 94,299.00	CNT EP52012
1873	87390.00.1		MEJORAMIENTO DEL DISTRITO 21 (CENTRAL PORTOVIEJO)	2017	1413001	\$ 59,817.72	CNT EP42012
1876	67910.00.1		Contratación del servicio de agente de aduana	5088	1904003	\$ 51,000.00	CNT EP122012
1877	32129.20.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 14.00	CNT EP22012
1877	32158.03.2		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 164.45	CNT EP22012
1877	32192.02.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 194.95	CNT EP22012
1877	32199.13.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 5.10	CNT EP22012
1877	32600.01.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 427.45	CNT EP22012
1877	32600.02.2		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 783.64	CNT EP22012
1877	32600.09.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 43.37	CNT EP22012
1877	32600.09.4		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 54.30	CNT EP22012
1877	32600.09.6		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	3004	1904005	\$ 1,373.10	CNT EP22012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	PROYECTO	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	CENTRO	TOTAL CODINCO	RESOLUCION
1877	33500.10.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 82.46	CNT EP222012	
1877	36920.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 669.90	CNT EP222012	
1877	36990.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 2,223.01	CNT EP222012	
1877	38140.19.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 221.91	CNT EP222012	
1877	38911.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 336.70	CNT EP222012	
1877	38912.01.5	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 3.54	CNT EP222012	
1877	42921.51.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 455.80	CNT EP222012	
1877	44216.07.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 46.06	CNT EP222012	
1877	44750.00.3	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 22.14	CNT EP222012	
1877	45160.02.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 1,864.93	CNT EP222012	
1877	46420.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 2,349.14	CNT EP222012	
1877	48430.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA CATALOGO E.	30004	1904005	30004	1904005	\$ 118.80	CNT EP222012	
2001	32129.20.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 9,462.09	CNT EP112012	
2001	32153.03.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 1,088.21	CNT EP112012	
2001	32153.03.2	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 248.17	CNT EP112012	
2001	32192.02.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 39.06	CNT EP112012	
2001	32197.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 73.80	CNT EP112012	
2001	32600.09.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 5.67	CNT EP112012	
2001	32600.09.3	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 129.36	CNT EP112012	
2001	32600.09.6	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 633.50	CNT EP112012	
2001	33500.10.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 60.79	CNT EP112012	
2001	36920.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 139.37	CNT EP112012	
2001	36990.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 201.84	CNT EP112012	
2001	38911.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 346.86	CNT EP112012	
2001	44216.07.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 37.24	CNT EP112012	
2001	46420.00.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 1,052.04	CNT EP112012	
2003	72112.00.1	ARRENDAMIENTO DE UNA OFICINA	30004	1904005	30004	1904005	\$ 30,000.00	CNT EP12012	
2005	47211.02.1	ADQUISICION EQUIPOS CDMA 450 Y ANTENAS	30005	1901002	30005	1901002	\$ 976,500.00	CNT EP52012	
2007	46340.00.6	ADQUISICION DE CABLE ENTORCHADO DE PUENTE	20017	1903031	1903031	1903031	\$ 921,850.00	CNT EP552012	
2010	32129.20.1	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 2,056.10	CNT EP212012	
2010	32129.20.12	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 74.00	CNT EP212012	
2010	32153.03.1	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 1,610.00	CNT EP212012	
2010	32153.03.11	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 1,760.00	CNT EP212012	
2010	32600.02.27	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 284.80	CNT EP212012	
2010	32600.09.3	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 39.20	CNT EP212012	
2010	32600.09.6	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 62.00	CNT EP212012	
2010	38911.00.16	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 7.50	CNT EP212012	
2010	38911.01	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 30.00	CNT EP212012	
2010	38911.07.3	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 18.00	CNT EP212012	
2010	44750.00.3	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 7.50	CNT EP212012	
2010	46410.04	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA R33 TUNGUURAHUA	30004	1318001	30004	1318001	\$ 63.00	CNT EP212012	
2011	83131.00.1	CONSUL. AMBIENTAL RBS AMPLIACION DE 3G	20026	1903021	1903021	1903021	\$ 280,800.00	CNT EP692012	
2012	87390.00.1	SOPORTE , ACTUALIZA Y MANTEN DE EQUIPOS CRITICOS	20015	1902002	1902002	1902002	\$ 119,050.40	CNT EP172012	
2015	46360.00	ADQUISICION DE CABLE DE FIBRA OPTICA ULTIMA MILLA	20017	1903031	1903031	1903031	\$ 312,850.00	CNT EP352012	
2017	54121.00.2	READECUACION CIS PUNTIILLA AREA ATENCION AL CLIENTE	50111	1509003	1509003	1509003	\$ 259,975.16	CNT EP82012	
2018	54121.11.2	AMPLIACION CIS DURAN PROYECTO IN HOUSE	50110	1509003	1509003	1509003	\$ 40,583.82	CNT EP92012	
2020	38122.00.23	Adquisicion vitrinas para exhibicion de terminales	40001	1509003	1509003	1509003	\$ 61,850.00	CNT EP102012	
2021	83610.00.1	Servicios de Publicidad para la Gestion de Planifi	20007	1901002	1901002	1901002	\$ 9,000,000.00	CNT EP62012	
2022	83610.00.1	SERVICIOS DE PUBLICIDAD PARA LA GESTION COMERCIAL	20007	1901002	1901002	1901002	\$ 7,000,000.00	CNT EP102012	
2026	36930.03.1	ADQUISICION DE CINTAS ENMANC, AISLANTE Y ALUMINIO	20017	1903031	1903031	1903031	\$ 82,197.30	CNT EP372012	
2026	36920.00.1	ADQUISICION DE CINTAS ENMANC, AISLANTE Y ALUMINIO	20014	1903031	1903031	1903031	\$ 63,037.50	CNT EP372012	
2027	83160.01.1	SOPORTE BMC REMEDY	20015	1902002	1902002	1902002	\$ 47,530.00	CNT EP112012	
2030	51290.00.21	ACTUALIZACION A LA SOLUCION DE RESPALDOS	40004	1902002	1902002	1902002	\$ 187,147.00	CNT EP202012	
2048	54121.00.2	ADECUACION DEL EDIFICIO IN HOUSE AMBATO	20014	1318001	1318001	1318001	\$ 75,565.52	CNT EP292012	



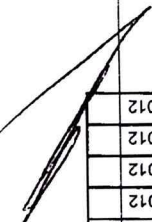
PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

SO	PROCE	CATEGORIA	CODIGO	DETALLE	PARTIDA PRESUPU	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
2049	54121.00.1			ADECUACION EDIFICIO AMBATO CENTRO "CIS AMBATO"	20014	1318001		\$ 15,127.74	CNT EP322012
2064	45290.00.2			ADQUISICION DE ROUTER CISCO 881-887	40016	1903023		\$ 1,458,150.00	CNT EP1022012
2066	32129.20.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 1,985.00	CNT EP12012
2066	32129.20.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 5.04	CNT EP12012
2066	32153.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 360.00	CNT EP12012
2066	32199.13.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 312.00	CNT EP12012
2066	32600.02.23	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 60.60	CNT EP12012
2066	32600.09.41	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 4.56	CNT EP12012
2066	36920.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 31.68	CNT EP12012
2066	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 19.61	CNT EP12012
2066	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 12.42	CNT EP12012
2066	46410.04	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. AZUAY CNT EP	30004	1601001			\$ 17.81	CNT EP12012
2067	85330.00.1	SERV.	DE LIMP.Y MANTEN. DE EDIFICIOS MORONA SANT	20009	1614001			\$ 17,006.40	CNT EP52012
2156	54790.04.1	Reeducción	salas de reuniones edificio Vivaldi	20014	1900025			\$ 14,382.50	CNT EP62012
2157	89121.02.1	GFA	SERVICIO PARA EMPASTADO DE DOCUMENTACION DE LA	20006	1509008			\$ 7,280.00	CNT EP132012
2159	85330.00.1	Servicios	aseo y limpieza edificios prov Sta Elena	20009	1524001			\$ 52,215.40	CNT EP32012
2193	84160.03.1	LEVANTAMINETO	DE INFORMACION PLANIMETRICA	20026	1217006			\$ 290,000.00	CNT EP122012
2198	32129.20.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 4,225.50	CNT EP122012
2198	32129.20.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 610.00	CNT EP122012
2198	32153.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 4,225.00	CNT EP122012
2198	32153.03.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 3,380.00	CNT EP122012
2198	32192.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 580.00	CNT EP122012
2198	32197.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 705.00	CNT EP122012
2198	32600.01.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 103.00	CNT EP122012
2198	32600.02.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 130.00	CNT EP122012
2198	32600.09.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 28.00	CNT EP122012
2198	32600.09.6	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 50.00	CNT EP122012
2198	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 18.50	CNT EP122012
2198	35120.00.21	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 5.00	CNT EP122012
2198	36920.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 85.00	CNT EP122012
2198	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 466.00	CNT EP122012
2198	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 13.60	CNT EP122012
2198	38121.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 63.10	CNT EP122012
2198	38911.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 280.00	CNT EP122012
2198	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 60.00	CNT EP122012
2198	38911.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 75.00	CNT EP122012
2198	42921.51.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 60.00	CNT EP122012
2198	42995.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 122.00	CNT EP122012
2198	44750.00.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 10.00	CNT EP122012
2198	45130.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 640.00	CNT EP122012
2198	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 681.34	CNT EP122012
2198	45250.00.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 505.00	CNT EP122012
2198	46410.03	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 114.00	CNT EP122012
2198	46410.04	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 126.00	CNT EP122012
2198	48430.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. IMBABURA CNT EP	30004	1110001			\$ 39.60	CNT EP122012
2210	33310.00.1	ADQ.	DE DIESEL Y GASOLINA CARCHI	30003	1104001			\$ 7,399.44	CNT EP12012
2210	33340.00.1	ADQ.	DE DIESEL Y GASOLINA CARCHI	30003	1104001			\$ 4,147.78	CNT EP12012
2221	54121.00.2	ADECUACION	SEGUNDO Y TERCER PISO LTGA CENTRO	50111	1305001			\$ 171,753.34	CNT EP32012
2230	32129.20.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	30004	1215001			\$ 1,191.00	CNT EP32012
2230	32129.20.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	30004	1215001			\$ 75.00	CNT EP32012
2230	32129.20.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	30004	1215001			\$ 44.40	CNT EP32012
2230	32153.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	30004	1215001			\$ 731.40	CNT EP32012
2230	32153.03.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	30004	1215001			\$ 169.00	CNT EP32012



**PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012**  
**Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC**  
**Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012**

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	CENTRO	TOTAL COD INGOP	RESOLUCION
2230	32197.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 36.00	CNT EP82012
2230	32199.13.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 847.40	CNT EP82012
2230	32600.01.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 41.20	CNT EP82012
2230	32600.09.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 4.00	CNT EP82012
2230	32600.09.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 17.64	CNT EP82012
2230	32600.09.6	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 14.64	CNT EP82012
2230	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 18.60	CNT EP82012
2230	35120.00.21	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 228.00	CNT EP82012
2230	36920.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 21.50	CNT EP82012
2230	36990.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 175.40	CNT EP82012
2230	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 8.16	CNT EP82012
2230	36990.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 59.52	CNT EP82012
2230	36990.00.13	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 47.20	CNT EP82012
2230	36990.00.15	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 28.04	CNT EP82012
2230	38911.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 33.60	CNT EP82012
2230	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 25.08	CNT EP82012
2230	38911.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 18.00	CNT EP82012
2230	42995.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 102.00	CNT EP82012
2230	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 17.10	CNT EP82012
2230	44750.00.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 6.00	CNT EP82012
2230	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. NAPO CNT EP	3004	1215001		\$ 128.46	CNT EP82012
2236	33310.00.1	ADQUISICION DE COMBUSTIBLES PARA PROVINCIA STO DGO	3003	1423001			\$ 1,760.00	CNT EP62012
2236	33340.00.1	ADQUISICION DE COMBUSTIBLES PARA PROVINCIA STO DGO	3003	1423001			\$ 42,770.00	CNT EP62012
2237	32129.20.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 1,087.00	CNT EP22012
2237	32153.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 202.50	CNT EP22012
2237	32153.03.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 169.00	CNT EP22012
2237	32153.03.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 83.00	CNT EP22012
2237	32197.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 36.00	CNT EP22012
2237	32199.13.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 39.00	CNT EP22012
2237	32600.01.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 51.50	CNT EP22012
2237	32600.02.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 65.00	CNT EP22012
2237	32600.02.27	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 28.00	CNT EP22012
2237	32600.09.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 10.00	CNT EP22012
2237	32600.09.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 24.50	CNT EP22012
2237	32600.09.41	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 30.50	CNT EP22012
2237	32600.09.6	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 62.00	CNT EP22012
2237	33500.10.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 23.25	CNT EP22012
2237	35120.00.21	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 190.00	CNT EP22012
2237	36920.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 86.00	CNT EP22012
2237	36920.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 72.00	CNT EP22012
2237	36990.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 7.00	CNT EP22012
2237	36990.00.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 17.00	CNT EP22012
2237	36990.00.111	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 32.00	CNT EP22012
2237	36990.00.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 148.80	CNT EP22012
2237	36990.00.121	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 72.00	CNT EP22012
2237	38911.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 28.00	CNT EP22012
2237	38911.00.16	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 7.50	CNT EP22012
2237	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 134.00	CNT EP22012
2237	38911.07.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 15.00	CNT EP22012
2237	42915.00.14	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 7.00	CNT EP22012
2237	42921.51.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 32.00	CNT EP22012
2237	42921.51.11	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	3004			\$ 250.00	CNT EP22012





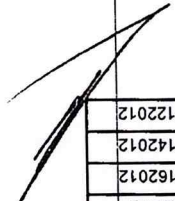
PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	PRESPU	CENTRO	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
2237	42966.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 53.00	CNT EP22012
2237	42966.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 57.00	CNT EP22012
2237	42997.00.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 200.00	CNT EP22012
2237	44750.00.3	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 61.50	CNT EP22012
2237	44750.00.39	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 13.50	CNT EP22012
2237	45160.02.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 866.10	CNT EP22012
2237	46410.04	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 63.00	CNT EP22012
2237	46410.05	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. BOLIVAR CNT EP	30004	30004					\$ 48.75	CNT EP22012
2239	83700.00.1	SERV.	DE CONSULTORIA PARA ESTUDIOS DE MERCADO T	20026	1901002					\$ 81,000.00	CNT EP232012
2242	83610.00.2	Contrat.	Rotulacion 22 Infocentros en El Oro	50091	1900021					\$ 33,440.00	CNT EP112012
2244	87360.00.1	Contrat.	Instal.Elect. en 11 Infocentros en Orellana	50091	1900021					\$ 12,021.00	CNT EP132012
2246	83610.00.2	Contrat.	Rotulacion 11 Infocentros en Orellana	50091	1900021					\$ 17,435.00	CNT EP122012
2247	87360.00.1	Contrat.	Inst.Ele. 6 Inf y 40 Soportes Chimborazo	50091	1900021					\$ 11,459.60	CNT EP182012
2249	83610.00.2	Cont.	Rotulacion 14 Infocentros Sucusmbios	50091	1900021					\$ 12,180.00	CNT EP222012
2250	87360.00.1	Cont.	Inst.Elect.Soportes pared 14 Inf.Sucusmbios	50091	1900021					\$ 17,079.12	CNT EP152012
2255	27190.00.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 5.60	CNT EP32012
2255	27992.01.12	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 32.25	CNT EP32012
2255	31922.01.14	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 195.00	CNT EP32012
2255	32131.00.17	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 219.00	CNT EP32012
2255	32131.00.19	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 42.10	CNT EP32012
2255	32198.00.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 255.00	CNT EP32012
2255	32198.10.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 28.50	CNT EP32012
2255	34230.12.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 74.50	CNT EP32012
2255	34620.03	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 257.00	CNT EP32012
2255	34620.03.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 77.00	CNT EP32012
2255	35260.53.91	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 35.80	CNT EP32012
2255	35322.01.12	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 33.00	CNT EP32012
2255	35322.01.13	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 98.90	CNT EP32012
2255	35322.01.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 29.00	CNT EP32012
2255	35322.01.13	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 74.20	CNT EP32012
2255	35322.01.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 40.00	CNT EP32012
2255	35331.00.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 230.00	CNT EP32012
2255	36940.00.16	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 18.00	CNT EP32012
2255	36990.00.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 450.00	CNT EP32012
2255	38998.00.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 57.30	CNT EP32012
2255	38998.09.11	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 79.50	CNT EP32012
2255	42911.00.1	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 318.00	CNT EP32012
2255	42911.00.21	SUMINISTROS DE LIMPIEZA CNT EP BOLIVAR	20009	20009						\$ 63.12	CNT EP32012
2259	43928.00.1	RECARGA DE EXTINTORES	30006	1905004						\$ 10,971.40	CNT EP152012
2266	47211.02.2	ADQ. EQUIPOS ADSL+	30005	1901002						\$ 3,210,000.00	CNT EP112012
2268	54790.04.1	SERVICIO DE ELECTRICIDAD EN VARIAS AGENCIAS Y DIST	20014	1904005						\$ 6,560.01	CNT EP262012
2271	92900.00.1	SERV. CAP. FORT. COMUNICACION ORGANIZACIONAL	20028	1905003						\$ 23,557.50	CNT EP132012
2275	89121.10.1	ADODE FORM E IMPRESOS PARA LAS AREAS, COMERCIAL,	30004	1305001						\$ 9,958.40	CNT EP82012
2282	32122.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 1,015.50	CNT EP112012
2282	32158.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 328.00	CNT EP112012
2282	32158.03.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 102.00	CNT EP112012
2282	32158.03.2	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 67.50	CNT EP112012
2282	32198.02.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 38.00	CNT EP112012
2282	32600.09.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 63.00	CNT EP112012
2282	32600.09.5	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 45.92	CNT EP112012
2282	32600.09.6	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 10.00	CNT EP112012
2282	36920.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 36.00	CNT EP112012
2282	36920.00.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 41.50	CNT EP112012
2282	36990.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 21.00	CNT EP112012
2282	36990.00.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001						\$ 5.20	CNT EP112012



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
					PRESUPU	RESPONSAB			
2282	36990.00.138	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 13.00	CNT EP112012	
2282	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 112.00	CNT EP112012	
2282	38911.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 45.00	CNT EP112012	
2282	42912.51.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 87.50	CNT EP112012	
2282	4294.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 3.00	CNT EP112012	
2282	42995.00	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 74.00	CNT EP112012	
2282	42995.01	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 60.00	CNT EP112012	
2282	43914.03.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 15.00	CNT EP112012	
2282	45250.00.2	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 203.00	CNT EP112012	
2282	46410.04.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 17.70	CNT EP112012	
2282	46410.04.5	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 8.00	CNT EP112012	
2282	47150.04.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 52.64	CNT EP112012	
2282	48430.00.1	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 16.00	CNT EP112012	
2282	89121.10.12	ADQ.	SUMINISTROS DE OFICINA PROV. MORONA SANTIAGO	30004	1614001	1614001	\$ 4.30	CNT EP112012	
2282	84160.02	DISEÑO Y VALORACION RED TELEFONICA TUNGURAHUA	50034	1318001	1318001		\$ 113,816.91	CNT EP222012	
2282	49115.00.1	ELEVADORES REMOLCABLES	40002	1903003	1903003		\$ 656,630.60	CNT EP682012	
2291	54121.00.1	CONSTRUCCION DE CINCO CASETAS CNT EP CAÑAR	50060	1603001	1603001		\$ 122,651.76	CNT EP12012	
2292	32129.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 1,605.70	CNT EP82012	
2292	32129.20.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 37.00	CNT EP82012	
2292	32129.20.14	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 9.20	CNT EP82012	
2292	32153.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 36.40	CNT EP82012	
2292	32153.03.14	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 255.60	CNT EP82012	
2292	32600.01.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 30.90	CNT EP82012	
2292	32600.02.23	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 22.00	CNT EP82012	
2292	32600.09.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 0.50	CNT EP82012	
2292	32600.09.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 19.60	CNT EP82012	
2292	32600.09.4	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 8.70	CNT EP82012	
2292	32600.09.5	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 70.00	CNT EP82012	
2292	32600.09.6	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 12.40	CNT EP82012	
2292	33500.10.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 3.10	CNT EP82012	
2292	36920.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 20.30	CNT EP82012	
2292	36990.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 70.00	CNT EP82012	
2292	36990.00.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 10.20	CNT EP82012	
2292	36990.00.111	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 6.40	CNT EP82012	
2292	36990.00.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 18.60	CNT EP82012	
2292	36990.00.15	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 35.05	CNT EP82012	
2292	38121.00.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 63.10	CNT EP82012	
2292	38911.00.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 14.00	CNT EP82012	
2292	38911.01	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 58.50	CNT EP82012	
2292	38911.07.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 7.50	CNT EP82012	
2292	42921.51.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 12.80	CNT EP82012	
2292	42921.51.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 75.00	CNT EP82012	
2292	42921.51.14	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 90.00	CNT EP82012	
2292	42995.00	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 61.30	CNT EP82012	
2292	42995.01	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 28.50	CNT EP82012	
2292	44750.00.3	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 7.50	CNT EP82012	
2292	44750.00.39	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 2.70	CNT EP82012	
2292	45160.02.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 262.60	CNT EP82012	
2292	45250.00.2	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 825.00	CNT EP82012	
2292	46410.04	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 31.50	CNT EP82012	
2292	46410.05	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. STO DOMINGO CNT	30004	1423001	1423001		\$ 13.00	CNT EP82012	
2296	89121	PRESTACION DE SERVICIOS DE IMPRESION PARA CNT PICH	30004	1904005	1904005		\$ 6,574.78	CNT EP162012	
2299	54760.05.1	ADQUISICION DE CAJAS DE RECAUDACION SOBRE MEDIDA	40001	1509003	1509003		\$ 50,050.00	CNT EP142012	
2304	51290.00.1	LICENCIAS PARA LA PLATAFORMA CC-CIC	40004	1901003	1901003		\$ 949,133.71	CNT EP122012	





PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	8	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	PRESUPU	RESPONSAB	CENTRO	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
2305	83141.00.1	COMPUT			CONSULTORIA PARA LA IMPLEMENTACION DE CLOUD	5082	1902002				\$ 259,200.00	CNT EP142012
2306	54790.05.1	SERVICIO DE MANTENIMIENTO PREV. Y CORRC.EDIFICIOS				20014	1601001				\$ 52,000.00	CNT EP22012
2308	46212.09.1	ADQUISICION DE CAJAS DE DISPERSION DE 10 PARES				20017	1903031				\$ 654,810.58	CNT EP822012
2311	85330.00.1	ASEO Y MANTENIMIENTO INSTALACIONES DE NAPO				20009	1215001				\$ 16,000.00	CNT EP112012
2323	45230.00.1	ADQ. INVERSORES DC/AC DE 600W PARA CORPORATIVOS				50019	1903021				\$ 211,910.66	CNT EP962012
2325	48248.00.1	Adquis. de 32 kits de herramientas para energia				40003	1903034				\$ 128,998.72	CNT EP782012
2349	54121.00.2	CONTR. OBRAS CIVILES PARA GRUPO ELECTROGENOS PICH				50060	1903021				\$ 42,280.40	CNT EP982012
2373	82211.01.1	Contratación de auditores externa Ex Telecom				20027	1904002				\$ 50,000.00	CNT EP182012
2388	46122.00.1	SISTEMAS DE ENERGIA PARA LA RED DE ACCESO FTH				50089	1903021				\$ 977,190.50	CNT EP1562012
2391	54121.00.1	CONSTRUCCION CUARTO PARA GRUPOS ELECTROGENOS				50067	1104001				\$ 8,117.08	CNT EP22012
2403	46122.00.1	ADQ.SISTEMAS ENERGIA ININTERRUMPIDA EST. TERRENA				50019	1903021				\$ 653,000.00	CNT EP902012
2406	32158.03.11	SUMINISTROS POR CATALOGO ELECTRONICO				30004	1306001				\$ 825.00	CNT EP52012
2406	32600.02.2	SUMINISTROS POR CATALOGO ELECTRONICO				30004	1306001				\$ 2,800.00	CNT EP52012
2407	83111.00.1	SER. DE EVALUACION TECNICA PRESEL. PROVEE. PL. EXTE				20026	1904003				\$ 20,000.00	CNT EP242012
2417	83139.01.21	CONSULTORIA DISEÑO ACOMETIDA ELECTRICA CERRO NEGRO				20026	1711001				\$ 3,857.50	CNT EP62012
2418	46212.06.14	ADQUISICION DE REGLETAS Y BLOQUES DE CONEXION				20017	1903031				\$ 59,082.50	CNT EP932012
2418	46212.06.14	ADQUISICION DE REGLETAS Y BLOQUES DE CONEXION				20017	1903031				\$ 608,024.75	CNT EP932012
2422	84160.02.11	LEVANTAMIENTO DE INFORMACION PLANIMETRICA, ALTIMET				20026	1108001				\$ 47,700.00	CNT EP122012
2423	8531002.1	DESRAIZACION Y LIMPIEZA PRINCIPALES REPETIDORAS				20009	1903003				\$ 73,930.00	CNT EP82012
2424	47220.00.1	ADQUISICION DE MÓDULOS RECTIFICADORES ALCATEL				50034	1903021				\$ 30,993.27	CNT EP1062012
2425	46910.00.1	MÓDULOS RECTIFICADORES EMERSON NETWORKPOWER				50034	1903021				\$ 13,026.84	CNT EP1082012
2426	47400.00.1	ADQUISICION DE MÓDULOS RECTIFICADORES HUAWAI				50034	1903021				\$ 17,322.42	CNT EP1072012
2427	83141.00.1	EJECUCION DE PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD PARA PR				50078	1902002				\$ 976,600.00	CNT EP162012
2428	38111.02.1	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				30002	1104001				\$ 5,961.59	CNT EP32012
2428	38111.04.1	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				40001	1104001				\$ 4,214.07	CNT EP32012
2428	38121.00.0	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				40001	1104001				\$ 5,383.15	CNT EP32012
2428	38121.00.1	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				40001	1104001				\$ 6,855.72	CNT EP32012
2428	38122.00.1	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				30002	1104001				\$ 784.56	CNT EP32012
2428	38122.00.2	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				40001	1104001				\$ 2,528.20	CNT EP32012
2428	38122.00.4	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				30002	1104001				\$ 6,725.92	CNT EP32012
2428	38122.00.5	ADQ. DE MOBILIARIO PARA CIS DE CNT CARCHI				40001	1104001				\$ 1,362.20	CNT EP32012
2437	85212.01.1	ADQUISICION DE SUMINISTROS DE OFICINA				30004	1904005				\$ 6,510.80	CNT EP172012
2439	83111.00.1	Contratación servicio de reclutamiento en línea				20004	1905004				\$ 8,882.50	CNT EP162012
2441	45280.00.11	LECTORES OPTICOS TIO PISTOLA LASER COD. BARRA				30002	1904003				\$ 31,181.10	CNT EP192012
2446	83139.00.1	ADECUACION GERENCIA O&M DE SERV CORP GUAYAS				50111	1509004				\$ 128,088.73	CNT EP332012
2450	54121.00.1	CONSTRUCCION CASSETAS TIPO D CANTON LOJA				50089	1711001				\$ 44,940.14	CNT EP72012
2451	54121.00.1	CONSTRUCCION CASETA TIPO D EN CANTON SARAGURO				50089	1711001				\$ 22,470.07	CNT EP82012
2455	47211.02.1	TRANSCEIVERS OPTICOS CISCO (LX.XFP10GLR) ISP				40006	1903032				\$ 52,665.96	CNT EP992012
2456	54790.0401	SERV. DE MITTO DE EDIF. AREA COMERCIAL, EDIF TRIAL				20014	1509008				\$ 52,195.35	CNT EP192012
2467	85330.00.1	SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA PARA EDIFICIOS				20009	1316001				\$ 21,480.00	CNT EP32012
2470	32129.20.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 5,255.15	CNT EP32012
2470	32129.20.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 11.50	CNT EP32012
2470	32129.20.114	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 24.30	CNT EP32012
2470	32129.20.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 3.80	CNT EP32012
2470	32129.20.14	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 0.74	CNT EP32012
2470	32158.03.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 1,348.76	CNT EP32012
2470	32158.03.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 169.00	CNT EP32012
2470	32158.03.14	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 2.80	CNT EP32012
2470	32199.13.1	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 12.94	CNT EP32012
2470	32600.00.11	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 41.40	CNT EP32012
2470	32600.01.12	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 72.45	CNT EP32012
2470	32600.02.2	ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. EL ORO CNT EP				30004	1707001				\$ 35.10	CNT EP32012







CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD.INCOP	RESOLUCION
2476	4292	51.14	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 34.30	CNT EP132012	
2476	4294	00	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 4.34	CNT EP132012	
2476	4295	00	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 828.60	CNT EP132012	
2476	4295	01	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 285.20	CNT EP132012	
2476	4475	00.3	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 20.00	CNT EP132012	
2476	4516	02.1	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 653.61	CNT EP132012	
2476	4525	00.2	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 647.92	CNT EP132012	
2476	464	10.04	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 369.00	CNT EP132012	
2476	464	10.05	2476	SUMINISTROS DE OFICINA POR CATALOGO ELECTRONICO	3004	1108001	\$ 140.70	CNT EP132012	
2477	5432	02.1	2477	SERV. DESBROCE LIMPIV/FUMIG.VIAS ACCESO 38 ESTACI	20020	1108001	\$ 48,211.86	CNT EP142012	
2478	8713	00.1	2478	SOP/MANT INFRAESTRUCTURA DATACENTER IMAQUITO	20015	1902002	\$ 65,000.00	CNT EP232012	
2486	871	02.3	2486	SERV. MTTO CLIMATIZACION AREAS ADMINISTRATIVAS	20019	1509008	\$ 84,000.00	CNT EP202012	
2488	389	2.01.31	2488	ADQUISICIÓN DE TONER SUMINISTROS DE OFICINA AZUAY	3004	1601001	\$ 629.82	CNT EP62012	
2488	389	2.01.4	2488	ADQUISICIÓN DE TONER SUMINISTROS DE OFICINA AZUAY	3004	1601001	\$ 2,994.90	CNT EP62012	
2488	389	2.01.5	2488	ADQUISICIÓN DE TONER SUMINISTROS DE OFICINA AZUAY	3004	1601001	\$ 34.00	CNT EP62012	
2489	473	3.00.2	2489	CONDOR	50087	1902002	\$ 9,140.00	CNT EP192012	
2490	5479	00401	2490	SERV. DE MTTO 4to PISO EDIF EL CORREO CNT EP	20014	1509008	\$ 51,694.35	CNT EP222012	
2491	853	30.00.1	2491	SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA,CENTRALES,NODOS, EDIF	20009	1305001	\$ 38,000.00	CNT EP72012	
2499	831	39.01.1	2499	CONSULTORIA DE DISEÑO DE PLANTA EXTERNA 3 SECTOR B	20026	1423001	\$ 39,293.00	CNT EP122012	
2501	831	60.00.1	2501	SOPORTE Y MANTENIMIENTO IVR CIC DE LA CNT EP	20015	1902002	\$ 288,000.00	CNT EP262012	
2503	853	49.00.1	2503	SERVICIO DE LIMPIEZA PARA LAS CENTRALES LA PROVIN	20009	1603001	\$ 45,910.80	CNT EP42012	
2504	833	49.00.1	2504	CONSULTORIA DISEÑO BODEGA AROSEMENA TOLA NAPO	20026	1215001	\$ 3,200.00	CNT EP132012	
2505	931	99.03.1	2505	EXAMENES PRE, POS Y OCUPACIONALES	10008	1905004	\$ 1,502,451.95	CNT EP182012	
2507	472	1.02.01	2507	ADQUISICION DISPOSITIVOS CDM4 450 EYDO	40011	1901001	\$ 1,554,000.00	CNT EP222012	
2508	547	0.00.0	2508	SERVICIO DE CERRAJERIA EDIFICIOS CNT EP CARCHI	20014	1104001	\$ 6,770.00	CNT EP42012	
2509	389	2.01.2	2509	ADQUISICION DE TONER, CINTAR Y CARTUCHOS	30004	1707001	\$ 695.80	CNT EP82012	
2509	389	2.01.3	2509	ADQUISICION DE TONER, CINTAR Y CARTUCHOS	30004	1707001	\$ 109,766.00	CNT EP82012	
2509	389	2.01.4	2509	ADQUISICION DE TONER, CINTAR Y CARTUCHOS	30004	1707001	\$ 228.25	CNT EP82012	
2511	871	14.000.1	2511	SERVICIO DE MANTENIMIENTO DE VEHICULOS	20016	1614001	\$ 12,000.00	CNT EP122012	
2519	381	1.02.1	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	30002	1603001	\$ 1,368.40	CNT EP52012	
2519	381	1.04.1	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	40001	1603001	\$ 6,850.00	CNT EP52012	
2519	381	1.9.00	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	40001	1603001	\$ 6,279.00	CNT EP52012	
2519	381	21.00	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	40001	1603001	\$ 5,320.00	CNT EP52012	
2519	381	21.00.11	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	40001	1603001	\$ 2,400.00	CNT EP52012	
2519	381	22.00.23	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	30002	1603001	\$ 625.00	CNT EP52012	
2519	381	22.00.4	2519	ADQUISICION DE MUEBLES DE OFICINA PROV CAÑAR	40001	1603001	\$ 5,060.00	CNT EP52012	
2522	321	93.00.1	2522	ADQUISICION DE MATERIALES ASEO Y LIMPIEZA AZUAY	20009	1601001	\$ 547.20	CNT EP72012	
2522	321	93.00.1	2522	ADQUISICION DE MATERIALES ASEO Y LIMPIEZA AZUAY	20009	1601001	\$ 248.40	CNT EP72012	
2522	353	1.09.1	2522	ADQUISICION DE MATERIALES ASEO Y LIMPIEZA AZUAY	20009	1601001	\$ 82.50	CNT EP72012	
2522	429	1.00.2	2522	ADQUISICION DE MATERIALES ASEO Y LIMPIEZA AZUAY	20009	1601001	\$ 431.52	CNT EP72012	
2526	541	21.00.1	2526	CONSTRUCCION DE CUARTOS PARA GRUPOS ELECTROGENOS	50067	1110001	\$ 16,234.00	CNT EP152012	
2527	432	80.04.2	2527	Adquis. bombas alta presión / hidrolavadoras	40003	1903034	\$ 33,785.96	CNT EP1212012	
2528	871	14.00.1	2528	EQUIPAMIENTO Y ACONDICIONAMIENTO AL PARQUE AUTOMOT	20016	1707001	\$ 14,125.00	CNT EP62012	
2532	873	90.00.1	2532	DESMONTAJE DE CABLE MULTIPAR	20017	1316001	\$ 9,024.45	CNT EP62012	
2533	351	10001	2533	Pintura para Torres	20014	1903003	\$ 18,136.80	CNT EP1222012	
2533	351	10011	2533	Pintura para Torres	20014	1903003	\$ 21,543.52	CNT EP1222012	
2534	439	3.01.1	2534	SISTEMAS DE AIRE ACONDICIONADO - PROYECTO FTTH	50089	1903021	\$ 513,088.00	CNT EP1872012	
2536	541	21.00.2	2536	CONSTRUCCION CUARTO GRUPOS ELECTROGENOS	50067	1306001	\$ 8,117.08	CNT EP122012	
2538	831	14.00.1	2538	DESARROLLO DE SISTEMA DE LIQUIDACIÓN A TERCEROS	20026	1902002	\$ 42,000.00	CNT EP272012	
2557	473	3.00.2	2557	ADQUISICION DE TELEVISORES PARA CIS DE LA PROVINCI	40001	1707001	\$ 8,043.77	CNT EP102012	

PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012



CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD INCOF	RESOLUCION
2565	823110111			ESTUDIOS DE DISEÑO Y PRESUPUESTO PINTURA	30004	1215001	20026	\$ 2,840.00	CNT EP142012
2566	32129.20.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 1,136.28	CNT EP82012
2566	32153.03.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 132.80	CNT EP82012
2566	32153.03.11			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 389.94	CNT EP82012
2566	32153.03.13			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 341.60	CNT EP82012
2566	32153.03.14			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 140.00	CNT EP82012
2566	32197.00.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 22.27	CNT EP82012
2566	32199.13.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 2.93	CNT EP82012
2566	32600.01.12			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 18.42	CNT EP82012
2566	32600.02.2			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 465.45	CNT EP82012
2566	32600.09.6			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 15.30	CNT EP82012
2566	33500.10.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 84.52	CNT EP82012
2566	36920.00.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 49.00	CNT EP82012
2566	36920.00.12			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 12.42	CNT EP82012
2566	36990.00.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 89.04	CNT EP82012
2566	36990.00.15			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 13.73	CNT EP82012
2566	38911.00.16			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 53.20	CNT EP82012
2566	38911.01			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 17.96	CNT EP82012
2566	38911.07.3			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 5.59	CNT EP82012
2566	42995.00			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 16.46	CNT EP82012
2566	42995.01			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 12.64	CNT EP82012
2566	44750.00.3			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 5.93	CNT EP82012
2566	45160.02.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 67.60	CNT EP82012
2566	45270.00.2			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 112.39	CNT EP82012
2566	45270.00.1			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 21.35	CNT EP82012
2566	46410.04			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 18.57	CNT EP82012
2566	46410.05			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 18.57	CNT EP82012
2566	46410.06			ADQ. SUMINISTROS DE OFICINA PROV. PASTAZA CNT EP	30004	1316001	30004	\$ 27.66	CNT EP82012
2566	38912.01.2			ADQ. DE CINTAS Y TONERS CNT EP PASTAZA	30004	1316001	30004	\$ 201.81	CNT EP92012
2566	38912.01.3			ADQ. DE CINTAS Y TONERS CNT EP PASTAZA	30004	1316001	30004	\$ 11,230.26	CNT EP92012
2566	38912.01.4			ADQ. DE CINTAS Y TONERS CNT EP PASTAZA	30004	1316001	30004	\$ 808.84	CNT EP92012
2566	42999.08.16			ADQ. DE CINTAS Y TONERS CNT EP PASTAZA	30004	1316001	30004	\$ 454.52	CNT EP92012
2566	45290.00.1			ADQ. DE CINTAS Y TONERS CNT EP PASTAZA	30004	1316001	30004	\$ 100.92	CNT EP92012
2566	38141.00.1			ASIST. TÉCNICA ESPECIALIZADA SOBRE BDD POSTGRES	20026	1902002	40001	\$ 45,700.00	CNT EP212012
2566	38121.00.1			ADQUISICION DE ESTANTERIAS METALICAS PISO TECHO	40001	1413001	40001	\$ 41,435.20	CNT EP142012
2574	32199.13.1			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 1,550.00	CNT EP162012
2574	38912.01.2			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 975.00	CNT EP162012
2574	38912.01.3			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 13,805.00	CNT EP162012
2574	38912.01.4			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 11,190.00	CNT EP162012
2574	42999.08.1			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 1,194.00	CNT EP162012
2574	45220.00.2			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 319.00	CNT EP162012
2574	45290.00.1			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 157.50	CNT EP162012
2574	46212.06.1			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 225.00	CNT EP162012
2574	46340.01.3			ADQ. SUM. DE OFC. SUBASTA INVERSA. PROV ESMERALDAS	30004	1108001	30004	\$ 330.00	CNT EP162012
2575	51290.00.1			RENOVACIÓN Y ADQUISICION DE LICENCIAS DE WEBSENSE	20015	1902002	20016	\$ 112,024.00	CNT EP222012
2583	87141.00.1			SERVICIO DE MANTENIMIENTO VEHICULOS PROPIOS	20016	1318001	20016	\$ 12,000.00	CNT EP342012
2588	54121.00.2			SERVICIO DE PINTURA EDIF. SUCUMBOS	20014	1121001	20014	\$ 28,220.69	CNT EP52012

PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

SO	PROCE	CATEGORIA	CODIGO	DETALLE	PARTIDA	ESTARIA	LE	TOTAL COD.INCOP	RESOLUCION
2599	4634	01.3		ADQUISICION DE CABLES EXTRA FLEXIBLES	20019	1903031	\$ 29,829.00	CNT EP1652012	
2608	8594	00.1		SERVICIO DE COPIADO Y ANILLADO DE DOCUMENTOS	20006	1614001	\$ 3,000.00	CNT EP142012	
2700	3213	1.00.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 4,171.54	CNT EP282012	
2700	3213	3.00.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 3,748.77	CNT EP282012	
2700	3213	3.10.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 406.91	CNT EP282012	
2700	3532	1.00.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 460.21	CNT EP282012	
2700	3532	1.01.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 12.87	CNT EP282012	
2700	3533	1.00.1		ADQUISICION DE SUMINISTROS DE ASEO Y LIMPIEZA	20009	1904005	\$ 920.02	CNT EP282012	
2705	4612	2.00.1		SUMIN. E INSTAL. DE ENERGIA EN SITIOS VITALES	50019	1903021	\$ 2,713,484.50	CNT EP1532012	
2706	4391	3.01.1		ADQ. SISTEMAS DE CLIMATIZACION PARA SITIOS VITALES	50019	1903021	\$ 653,856.56	CNT EP12012	
2707	4612	2.00.1		SUMINIS. E INSTAL. ACOMETIDA MEDIA TENSION EN INQ	50019	1903021	\$ 146,050.00	CNT EP1592012	
2731	7212	2.00.1		ARRENDAMIENTO INMUEBLE G. VTA.S CORPORAT.	20022	1904005	\$ 192,000.00	CNT EP292012	
2737	5412	1.00.20		SERVICIO DE ADECUACION DEL LOCAL ALQUILADO EN EL E	20014	1707001	\$ 20,158.41	CNT EP122012	
2740	8714	1.00.1		SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS	20016	1614001	\$ 4,000.00	CNT EP202012	
2741	8321	10111		ESTUDIO, DISEÑO Y PRESUPUESTO PARA CONSTRUCCIONES	20026	1215001	\$ 2,870.00	CNT EP162012	
2744	5412	1.00.2		Contrat. Adecuaciones 3 Infocentros Sucumbios	50091	1900021	\$ 12,674.25	CNT EP232012	
2745	8361	0.00.2		Contratación Rotulación 6 Infocentros Chimborazo	50091	1900021	\$ 8,400.00	CNT EP212012	
2754	4613	13.19.11		GRUPO ELECTROGENOS PARA MORONA SANTIAGO	40006	1903021	\$ 94,442.00	CNT EP1582012	
2756	4529	00.1		MEMORIAS PARA SERVIDORES IBM BLADE CENTER HS22	40004	1902002	\$ 51,792.37	CNT EP302012	
2762	8361	0.00.2		Contratación Rotulación 21 Infocentros Manabí	50091	1900021	\$ 14,238.60	CNT EP172012	
2766	7212	2.00.1		SERVICIO DE ARRIENDO DE OFICINAS LTGA CENTRO POR C	20022	1305001	\$ 9,180.00	CNT EP102012	
2773	4299	05.3		ADQUISICION DE GRILLETES PARA CABLES	20017	1903031	\$ 30,020.85	CNT EP1672012	
2775	8314	1.05.1		SOPORTE, ACTUALIZACION Y MANTENIMIENTO ERP	20015	1902002	\$ 279,643.25	CNT EP12012	
2776	4299	05.3		ADQUISICION DE CINTA ACERADA Y GRAPAS DE 3/4"	20017	1903031	\$ 200,002.50	CNT EP1702012	
2787	9290	00.1		PROGRAMA DE COACHING ONTOLOGICO CORPORATIVO	20028	1905003	\$ 11,800.00	CNT EP202012	
2796	3212	20.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 7,985.20	CNT EP172012	
2796	3212	20.14		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 23.00	CNT EP172012	
2796	3215	03.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 910.00	CNT EP172012	
2796	3215	03.11		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 4,534.27	CNT EP172012	
2796	3215	03.14		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 17.04	CNT EP172012	
2796	3219	2.02.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 589.00	CNT EP172012	
2796	3219	2.02.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 36.00	CNT EP172012	
2796	3260	02.2		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 68.40	CNT EP172012	
2796	3260	02.23		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 14,720.00	CNT EP172012	
2796	3260	09.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 36.00	CNT EP172012	
2796	3260	09.41		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 3.60	CNT EP172012	
2796	3260	09.5		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 18.30	CNT EP172012	
2796	3260	09.6		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 735.00	CNT EP172012	
2796	3260	10.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 95.80	CNT EP172012	
2796	3350	10.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 12.40	CNT EP172012	
2796	35120	00.21		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 5.00	CNT EP172012	
2796	36920	00.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 64.50	CNT EP172012	
2796	36920	00.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 3.84	CNT EP172012	
2796	36930	00.11		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 12.24	CNT EP172012	
2796	36930	00.11		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 15.54	CNT EP172012	
2796	36930	00.12		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 57.90	CNT EP172012	
2796	36930	00.13		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 708.00	CNT EP172012	
2796	3812	1.00.11		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 288.80	CNT EP172012	
2796	3891	1.00.1		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 62.00	CNT EP172012	
2796	3891	1.01		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 29.70	CNT EP172012	
2796	3891	1.07.3		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 4.50	CNT EP172012	
2796	4292	1.51.11		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 250.00	CNT EP172012	
2796	4293	00.00		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 29.00	CNT EP172012	
2796	4293	05.01		ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABÍ	30004	1413001	\$ 28.50	CNT EP172012	



PLAN ANUAL DE CONTRATACIONES CNT E.P. 2012  
 Resoluciones Institucionales Procesos Reformados en el PAC  
 Reforma No. 5 Del 15 de Mayo al 15 de Junio del 2012

CODIGO	CATEGORIA	PROCE	SO	DETALLE				
8	CPC A NIVEL			PARTIDA	PRESUPU	ESTARIA		
				CENTRO	RESPONSAB	LE		
							TOTAL COD INCOR	
							RESOLUCION	
2796	44750.00.3	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABI	30004	1413001	30004	1413001	\$ 25.00	CNT EP172012
2796	45160.02.1	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABI	30004	1413001	30004	1413001	\$ 464.09	CNT EP172012
2796	45250.00.2	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABI	30004	1413001	30004	1413001	\$ 1,253.70	CNT EP172012
2796	45270.00.1	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABI	30004	1413001	30004	1413001	\$ 33.00	CNT EP172012
2796	47150.04.12	ADQUISICION SUMINISTROS DE OFICINA MANABI	30004	1413001	30004	1413001	\$ 132.72	CNT EP172012
2797	83141.05.1	RENOVACION DEL LICENCIAMIENTO SW NETRETINA CNT EP	20015	1902002	20015	1902002	\$ 24,500.00	CNT EP292012
2803	36111.00.1	ADQUISICION DE NEUMATICOS PARA PROVINCIA DE MANABI	20016	1413001	1413001	1413001	\$ 16,616.33	CNT EP182012
2824	43923001	SERV INTEGRALES DE MTO DE EXTINGTORES	30006	1509008	1509008	1509008	\$ 13,658.20	CNT EP382012
2871	89121.10.1	FORMULARIOS PARA ATENCION AL CLIENTE Y OTRAS AREAS	30004	1306001	1306001	1306001	\$ 13,796.50	CNT EP172012

\$ 79,245,649.35



**ANEXO N.º 11**



**G.1 Liquidación del presupuesto institucional con el anterior ejercicio**

EJECUCION PRESUPUESTARIA A DICIEMBRE 2011

en Dólares Americanos

CONCEPTO	Presupuesto		Ejecución / Presupuesto (%)	
	Presupuesto	Aprobado 2011	Presupuesto	Ejecución
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>625,068,575</b>	<b>625,068,575</b>	<b>625,068,575</b>	<b>84%</b>
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>624,068,575</b>	<b>624,068,575</b>	<b>523,306,763</b>	<b>84%</b>
Ingresos tráfico entrante-Saliente, neto	49,457,563	49,457,563	44,152,585	89%
Ingresos Serv. Larga Distancia Internacional	16,324,970	16,324,970	16,730,668	102%
Ingresos Servicios Locales y Nacionales	270,745,653	270,745,653	246,423,605	91%
Ingresos por Telefonía Pública Fijo Móvil	19,954,513	19,954,513	6,994,560	35%
Internet Fijo Móvil	102,763,439	102,763,439	92,834,181	90%
Transmisión de datos e Internet Corporativo	41,742,835	41,742,835	28,776,447	69%
Ingresos por Telefonía Celular, neto (Itx)	35,521,324	35,521,324	38,549,206	109%
Nuevos Productos	9,898,131	9,898,131	20,369	0%
Otros Ingresos Operativos	22,653,117	22,653,117	22,412,999	99%
Pospago & Control Móvil	11,867,924	11,867,924	11,328,503	95%
Prepago Móvil	5,469,339	5,469,339	4,532,964	83%
SMS & SVA Móvil	1,690,811	1,690,811	0	0%
Ventas de Equipos ( Terminales y Computadoras)	27,084,575	27,084,575	6,201,089	23%
Contac Center	3,009,800	3,009,800	4,337,902	144%
Servicios de Televisión	4,000,000	4,000,000	11,402	0%
Proyectos Especiales Corporativos	1,884,582	1,884,582	283	0%
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>1,000,000</b>	<b>1,000,000</b>	<b>180,039</b>	<b>18%</b>
Venta de activos	1,000,000	1,000,000	180,039	18%
<b>GASTO OPERATIVO</b>	<b>442,990,469</b>	<b>442,990,469</b>	<b>398,673,875</b>	<b>90%</b>
<b>SUPERAVIT EN OPERACIONES</b>	<b>181,078,107</b>	<b>181,078,107</b>	<b>124,812,927</b>	<b>69%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>291,078,107</b>	<b>291,078,107</b>	<b>253,172,827</b>	<b>48%</b>
<b>INGRESOS (GASTOS) EXTRAORDINARIOS</b>	<b>(38,017,640)</b>	<b>(38,017,640)</b>	<b>(38,271,270)</b>	<b>101%</b>
<b>SUPERAVIT DEL PERIODO</b>	<b>143,060,467</b>	<b>143,060,467</b>	<b>86,541,657</b>	<b>60%</b>

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP  
INVERSIONES (en millones de dolares)  
AL 31 DICIEMBRE 2011

EJES	PROGRAMAS	PRESUPUESTO 2011		CERTIFICACION ANUAL		CONTRATADO		DESEMBOLSADO	
		ASIGNACIÓN INICIAL	PRESPUESTO CODIFICADO	ANOS ANTERIORES	ANOS ANTERIORES	2011	ANOS ANTERIORES	2011	ANOS ANTERIORES
Servicios de Telecomunicaciones	TELEFONIA FIJA	110,577,267	120,241,714	42,695,878	55,074,018	42,695,878	43,678,480	31,187,180	24,327,941
	DATOS E INTERNET	106,696,830	109,048,529	29,434,756	86,528,543	29,434,756	87,877,536	8,514,630	52,299,634
	INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE	100,150,669	89,112,871	6,255,353	53,815,109	6,255,353	41,114,794	4,652,773	18,687,905
	MOVILIDAD	49,150,716	49,751,176	499,441	25,495,569	499,441	73,706,839	172,310	22,193,898
	PLATAFORMAS DE TI	13,506,755	15,023,155	16,220,754	12,574,683	-	39,634,761	-	13,259,475
	TELEVISION	17,903,601	17,337,201	12,574,683	12,574,683	-	8,209,487	-	5,121,474
	INCLUSION SOCIAL	31,080,168	35,292,141	27,310,082	27,310,082	-	22,223,115	-	7,833,626
	SERVICIO AL CUENSTE ORGANIZACIONAL	52,678,100	52,103,292	5,303,753	16,504,765	5,303,753	6,147,803	1,963,399	5,005,742
Atención al Ciudadano	3,697,376	3,697,376	2,154,824	2,154,824	-	3,827,037	-	2,146,379	
<b>TOTAL EJES</b>	<b>485,441,482</b>	<b>491,607,454</b>	<b>84,189,180</b>	<b>295,678,347</b>	<b>84,189,180</b>	<b>226,419,852</b>	<b>46,490,292</b>	<b>150,876,074</b>	
			<b>379,867,527</b>	<b>77%</b>		<b>410,609,033</b>	<b>40%</b>	<b>197,366,367</b>	

Nota: Cifras provisionales de carácter informativo, No Auditadas

Fuente: Gerencia Financiera, Jefatura de Presupuesto



G.2 Detalle del Presupuesto del año fiscal vigente por grupo (en la CNT EP no aplica el E-SIGEF)

CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	
PROFORMA PRESUPUESTO 2012	
USD MILES	
CONCEPTO	PRESUPUESTO 2012
INGRESOS OPERACIONALES	617,426
INGRESOS NO OPERACIONALES	1,000
SALDO CAJA - BANCOS	206,997
FINANCIAMIENTO REQUERIDO	30,000
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>855,423</b>
GASTOS OPERATIVOS	460,265
GASTOS EXTRAORDINARIOS	19,007
BIENES MUEBLES	72,605
PROYECTOS DE INVERSIÓN	389,537
DEUDA	77
<b>EGRESOS TOTALES</b>	<b>941,491</b>

CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	
ESTADOS SITUACION FINANCIERA PROYECTADO 2012	
USD MILES	
CUENTAS	Presupuesto Dic-12
<b>ACTIVO TOTAL</b>	<b>1,692,653</b>
ACTIVO CORRIENTE	396,018
Caja Bancos + Inversiones temporarias	29,567
Creditos por Cobrar Neto	220,271
Inventarios	28,015
Anticipos	111,816
Otros Activos Corrientes	6,348
ACTIVOS NO CORRIENTES	1,296,635
ACTIVO FIJO	1,296,635
Propiedad Planta y Equipo	1,656,505
Depreciacion	-1,401,220
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>1,041,349</b>
<b>PASIVO</b>	<b>349,399</b>
<b>PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>269,636</b>
Obligaciones Proveed. Ctes.	152,600
Provisiones	31,734
Fondo Rural y Fodetel	47,643
Participacion Trabajo+ Dividendos X pagar	1,404
Impuestos Por pagar	11,284
Otros Pasivos Corrientes	24,325
Deuda Interna	645
<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	<b>79,763</b>
Deuda Externa	0
Provision Jubilacion y Otros	49,763
Deuda Nueva (Financiamiento)	30,000
<b>PATRIMONIO</b>	<b>1,343,254</b>
CAPITAL SOCIAL	1,306,942
Utilidad del Ejercicio	36,312
<b>PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>1,692,653</b>

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP	
PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO	
USD MILES	
CONCEPTO	PRESUPUESTO 2012
<b>INGRESOS</b>	<b>618,426</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>	<b>617,426</b>
TRAFICO ENTRANTE Y SALIENTE (neto)	50,637
LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL	16,084
LOCALES Y NACIONALES	258,090
TELEFONIA PUBLICA FIJO MÓVIL	5,227
INTERNET FIJO MÓVIL	121,607
TRANSMISIÓN DE DATOS E INTERNET CORPORATIVO	52,009
INGRESOS TELEFONIA CELULAR NETO (INTERCONEXIÓN)	44,874
NUEVOS PRODUCTOS	492
OTROS INGRESOS OPERATIVOS	22,638
POSPAGO & CONTROL MÓVIL	15,718
PREPAGO MÓVIL	10,964
SMS & SVA MÓVIL	1,163
VENTA DE EQUIPOS (TERMINALES Y COMPUTADORES)	11,791
CONTACT CENTER	3,000
SERVICIOS DE TELEVISIÓN	3,131
PROYECTOS ESPECIALES CORPORATIVOS	-
<b>Ingresos No Operacionales</b>	<b>1,000</b>
<b>GASTO OPERATIVO</b>	<b>460,265</b>
Remuneración y Beneficios	121,737
Servicios	171,735
Depreciación	120,000
Materiales y Suministros	34,784
Otros Gastos	12,009
<b>SUPERAVIT EN OPERACIONES</b>	<b>158,161</b>
<b>GASTOS e INGRESOS EXTRAORDINARIOS</b>	<b>(19,007)</b>
<b>SUPERAVIT NETO</b>	<b>139,154</b>





CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

Quito, 30 de marzo de 2012

**DETALLE DE PRESUPUESTO DEL AÑO FISCAL VIGENTE  
(REPORTE DE EJECUCIÓN MENSUAL Enero, Febrero y Marzo 2012)**

En cumplimiento de lo previsto en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública literal g) del Artículo 7.- Difusión de la Información Pública, por el cual se obliga a las instituciones del Estado que conforman el Sector Público, a difundir a través de un portal de información o página web, el "*detalle de presupuesto del año fiscal vigente (reporte de ejecución mensual)*", me permito informar que al momento la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP se encuentra en un proceso de implementación de la Plataforma de Información Financiera y Recursos Humanos ERP-SAP, por lo que no es posible facilitar la información requerida hasta que se establezca la mencionada plataforma.

Atentamente,

Ing. José Luis Romero

Gerente Financiero

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

CNT

Quito, 28 de diciembre de 2011  
Oficio No. DIR-CNT EP-S-2011-393

Señor  
César Regalado I.  
GERENTE GENERAL  
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP.  
Presente.-

De mi consideración:

Para su conocimiento y fines pertinentes, me permito transcribir a usted el texto **definitivo** de la Resolución No. DIR-CNT EP-042-2011-143 - 19-12-2011, aprobada en sesión de Directorio de 26 de diciembre de 2011.

**PUNTO UNO.-** Conocimiento y resolución sobre el Plan General de Negocios, Plan de Inversión y Presupuesto de CNT EP para el año 2012, remitidos por la Gerencia General mediante Oficio No. 20111584 de 8 de diciembre de 2011.

**RESOLUCION NO. DIR-CNT-042-2011-143 - 19-12-2011**

**El Directorio de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP.**  
Considerando:  
Gerencia Nacional de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones  
29 DIC. 2011

Que, los numerales 2 y 5 del artículo 9 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, LOEP, establecen:  
**"ARTÍCULO 9.- ATRIBUCIONES DEL DIRECTORIO.-** Son atribuciones del Directorio las siguientes...  
2. Aprobar los programas anuales y plurianuales de inversión y reinversión de la empresa pública de conformidad con el Plan Nacional de Desarrollo.  
5. Aprobar el Presupuesto General de la Empresa y evaluar su ejecución;"  
Que, el numeral 6 del artículo 11 de la Ley Orgánica de Empresas Públicas, establece:

**"ARTÍCULO 11.- DEBERES Y ATRIBUCIONES DEL GERENTE GENERAL.- ...**  
6.- Preparar para conocimiento y aprobación del Directorio el Plan General de Negocios, Expansión e Inversión y el Presupuesto General de la empresa pública.

GERE NACIONAL  
DE ASUNTOS REGULATORIOS  
CORPORACIÓN NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES E. P.  
Monica RIVERA  
29 DIC. 2011 14:38

Ventimilla E-06 y Av. Amozonas, Edificio Studio Z  
Telf: (593-2) 3966 100  
Fax: (593-2) 2565 466

FECHA: 17.25  
HORA: 17.25  
29 DIC. 2011  
GERENCIA NACIONAL DE PLANIFICACION EMPRESARIAL

DOC Y ARCH 29DIC111113

GERENCIA NACIONAL DE APROLLO ORGANIZACIONAL  
14:10  
29 DIC 2011

Corporación Nacional de Telecomunicaciones E. P.  
GERENCIA NACIONAL JURIDICA  
29-12-2011  
13:23  
Abelardo

Handwritten signature and stamp



Que, el inciso segundo del artículo 39 de la LOEP dispone que "El Directorio deberá establecer el porcentaje destinado al presupuesto de inversión y reinvención..."

Que, el último inciso del artículo 97 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establece que las entidades sujetas al referido código efectuarán la programación de sus presupuestos en concordancia con lo previsto en el Plan Nacional de Desarrollo, las directrices presupuestarias y la planificación institucional.

Que, el artículo 101 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, dispone que en la formulación de las proformas presupuestarias del sector público, incluidas las de las empresas públicas, gobiernos autónomos descentralizados, banca pública y seguridad social, se observarán obligatoriamente las normas técnicas, directrices, clasificadores y catálogos emitidos por el ente rector del SINIFIP.

Que, el tercer inciso del artículo 106 del citado Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establece que cada entidad y organismo que no forma parte del Presupuesto General del Estado deberá aprobar su presupuesto hasta el último día del año previo al cual se expida.

Que, el artículo 112 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, dispone que: "...Una vez aprobados los presupuestos, serán enviados con fines informativos al ente rector de las finanzas públicas en el plazo de 30 días posteriores a su aprobación..."

Que, el artículo 134 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establece que: "En los contratos de financiamiento podrán establecerse estipulaciones inherentes a la participación de las empresas del país del prestamista en la ejecución de los proyectos, en tanto el financiamiento se confiera en los términos rentables, ventajosos o concesionales para el prestatario"

Que, el segundo inciso del artículo 141 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, establece que: "Las entidades, organismos e instituciones del Estado beneficiarias de los recursos de endeudamiento público, previo a la utilización de los mismos deberán verificar que el proyecto o programa haya sido declarado prioritario por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. En el caso de endeudamiento para empresas públicas nacionales, entidades financieras públicas y gobiernos autónomos descentralizados o sus empresas, la prioridad será emitida por el directorio o por el gobierno autónomo descentralizado, según el caso"

Que, mediante resolución DIR-CNT 008-2010-025 de 5 de julio de 2010, el Directorio aprobó el Plan Estratégico Empresarial de la CNT EP para el período 2010-2014.

Que, mediante resolución DIR-CNT-033-2011-107 de 2 de agosto de 2011, el Directorio aprobó el informe de actualización del Plan Estratégico Empresarial CNT EP para el período 2011-2015 presentado por la Administración.

- Que, mediante Oficio No. 20111584 de 8 de diciembre de 2011 el señor Gerente General de la CNT EP, presentó para conocimiento y aprobación del Directorio el Plan General de Negocios, Plan de Inversión y Expansión y Presupuesto General de la CNT EP para el año 2012.

En uso de las facultades que le concede la Ley Orgánica de Empresas Públicas - LOEP, y más normas legales aplicables:

**Resuelve:**

- 1.- Dar por conocido el Oficio No. 20111584 de 8 de diciembre de 2011, remitido por el Gerente General de la CNT EP, al que se adjunta el Plan General de Negocios, Plan de Inversión y Expansión y Presupuesto General correspondiente al año 2012.
- 2.- APROBAR el Plan General de Negocios, el Plan de Inversión y Expansión y el Presupuesto General correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del año 2012, con las metas comerciales, operativas y financieras mensualizadas que constan en el anexo a la presente resolución.
- 3.- Disponer a la Administración, que informe al Directorio, mensualmente, y de manera detallada el cumplimiento del Plan General de Negocios y la ejecución del presupuesto.
- 4.- Disponer a la Administración que al fin del primer cuatrimestre del año 2012, presente al Directorio una evaluación cuantitativa y cualitativa de la ejecución del Plan General de Negocios, Plan de Inversión y Expansión y Presupuesto General correspondiente al año 2012.
- 5.- Disponer a la Administración que al fin del primer cuatrimestre del año 2012 presente la evaluación del cumplimiento del Plan Estratégico y su propuesta de actualización para el período 2012-2016 para conocimiento y aprobación del Directorio.
- 6.- Disponer a la Administración que se revisen las metas establecidas en las líneas de negocio correspondiente a Internet Equipado y Televisión, las cuales serán puestas a consideración del Directorio en una próxima sesión.
- 7.- Disponer a la Administración que se destine el ciento por ciento de los excedentes del ejercicio 2011 para el financiamiento del Presupuesto de Expansión e Inversión, considerando la necesidad de cumplir con los objetivos del Plan Estratégico Empresarial y el Plan Operativo Anual.
- 8.- Autorizar a la Administración que tome las acciones pertinentes a efectos de que se cumpla el Plan de Negocios y el Plan de Expansión e Inversiones, de tal forma que las metas financieras establecidas, sean ejecutadas conforme se presenta en los documentos adjuntos.
- 9.- Autorizar a la Administración que realice las gestiones pertinentes para viabilizar las facilidades de pago ante los proveedores, de ser el caso con las





- 10.- Disponer a la Administración que de conformidad a lo dispuesto en el artículo 112 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, envíe con fines informativos al Ministerio de Finanzas y a la Asamblea Nacional dentro del plazo de 30 días el presupuesto aprobado.
- 11.- Disponer a la Administración que envíe con fines informativos al Ministerio Coordinador de Sectores Estratégicos Finanzas el presupuesto aprobado.
- 12.- Dejar constancia que de conformidad con el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas, el Gerente General, como máxima autoridad de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones CNT EP, es el responsable de haber observado obligatoriamente, para la formulación de la proforma presupuestaria, las normas técnicas, directrices, clasificadores y catálogos emitidos por el ente rector del Sistema Nacional de Finanzas Públicas SINFIPI.
- 13.- Declarar la presente resolución de ejecución inmediata.

Atentamente,

Andrés Vivar Boada.

**PRO-SECRETARIO DEL DIRECTORIO  
CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP.**

c.c.

Gerencia Nacional Financiera Administrativa  
Gerencia Nacional de Tecnologías de la Información  
Gerencia Nacional de Planificación Empresarial  
Gerencia Nacional de Desarrollo Organizacional  
Gerencia Nacional de Asuntos Regulatorios e Interconexión  
Gerencia Nacional Comercial  
Gerencia Nacional Técnica  
Gerencia Nacional Jurídica

**G.3 Detalle de personas naturales o jurídicas destinatarias o beneficiarios de los recursos institucionales.  
(enero, febrero y marzo 2012).**





CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

Quito, 30 de marzo de 2012

**DETALLE DE PERSONAS NATURALES O JURIDICAS DESTINARIAS O BENEFICIARIOS DE  
LOS RECURSOS INSTITUCIONALES**

En cumplimiento de lo previsto en la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública literal g) del Artículo 7.- Difusión de la información Pública, por el cual se obliga a las instituciones del Estado que conforman el Sector Público, a difundir a través de un portal de información o página web, el "*detalle de personas naturales o jurídicas destinatarias o beneficiarias de los recursos institucionales*", me permito informar que al momento la CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP se encuentra en un proceso de implementación de la Plataforma de Información Financiera y Recursos Humanos ERP-SAP, por lo que no es posible facilitar la información requerida hasta que se establezca la mencionada plataforma.

Atentamente,

Ing. José Luis Romero

Gerente Financiero

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP

G.4 Programación Cuatrimestral

CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES CNT EP  
 PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO ACUTRIMESTRAL

USD MILES

CONCEPTO	Ene	Feb	Mar	Abr
	<b>INGRESOS</b>	<b>47,427</b>	<b>47,815</b>	<b>48,418</b>
Ingresos Operacionales	47,427	47,815	48,418	49,715
TRAFFICO ENTRANTE Y SALIENTE (neto)	4,046	4,072	4,197	4,279
LARGA DISTANCIA INTERNACIONAL	1,273	1,278	1,283	1,288
LOCALES Y NACIONALES	20,856	20,905	21,051	21,117
TELEFONIA PUBLICA FIBRA MÓVIL	422	423	425	435
INTERNET FIBRA MÓVIL	7,475	7,823	8,365	8,837
TRANSMISIÓN DE DATOS E INTERNET CORPORATIVO	4,199	4,226	4,255	4,278
INGRESOS TELEFONÍA CELULAR NETO (INTERCONEXIÓN)	3,554	3,561	3,571	3,575
NUEVOS PRODUCTOS	31	30	30	29
OTROS INGRESOS OPERATIVOS	2,269	2,291	2,150	2,265
POSPAGO & CONTROL MÓVIL	1,039	1,093	1,128	1,174
PREPAGO MÓVIL	756	788	807	834
SMS & SVA MÓVIL	80	83	85	88
VENTA DE EQUIPOS (TERMINALES Y COMPUTADORES)	1,182	980	751	878
CONTACT CENTER	197	179	201	475
SERVICIOS DE TELEVISIÓN	48	80	120	162
PROYECTOS ESPECIALES CORPORATIVOS	-	-	-	-
Ingresos No Operacionales	-	-	-	-
<b>GASTO OPERATIVO</b>	<b>39,236</b>	<b>36,874</b>	<b>40,498</b>	<b>39,779</b>
Remuneración y Beneficios	10,702	9,865	9,797	10,476
Servicios	13,523	12,928	15,583	14,807
Depreciación	10,000	10,000	10,000	10,000
Materiales y Suministros	4,476	3,519	3,090	3,943
Otros Gastos	535	562	2,028	553
<b>SUPERAVIT EN OPERACIONES</b>	<b>8,191</b>	<b>10,941</b>	<b>7,920</b>	<b>9,936</b>
<b>GASTOS e INGRESOS EXTRAORDINARIOS</b>	<b>-1,584</b>	<b>-1,583</b>	<b>-1,583</b>	<b>-1,583</b>
<b>SUPERAVIT NETO</b>	<b>6,607</b>	<b>9,358</b>	<b>6,337</b>	<b>8,353</b>

La ejecución cuatrimestral será publicada en el mes de mayo 2012



**ANEXO N.º 12**



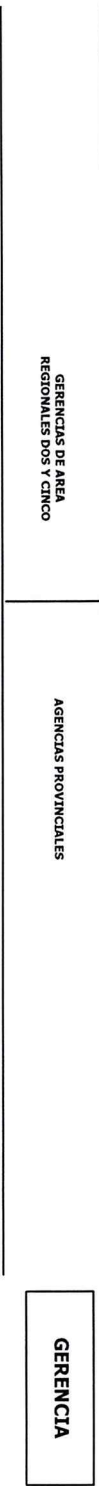
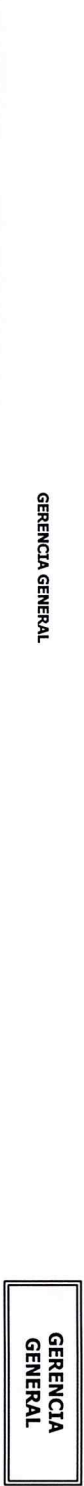
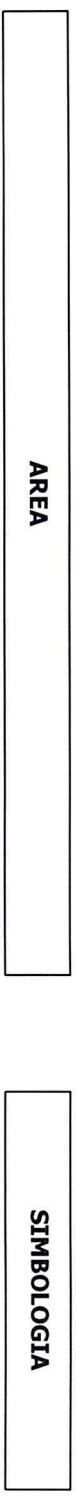
## **ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

**CORPORACION NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES  
EMPRESA PUBLICA  
CNT EP**

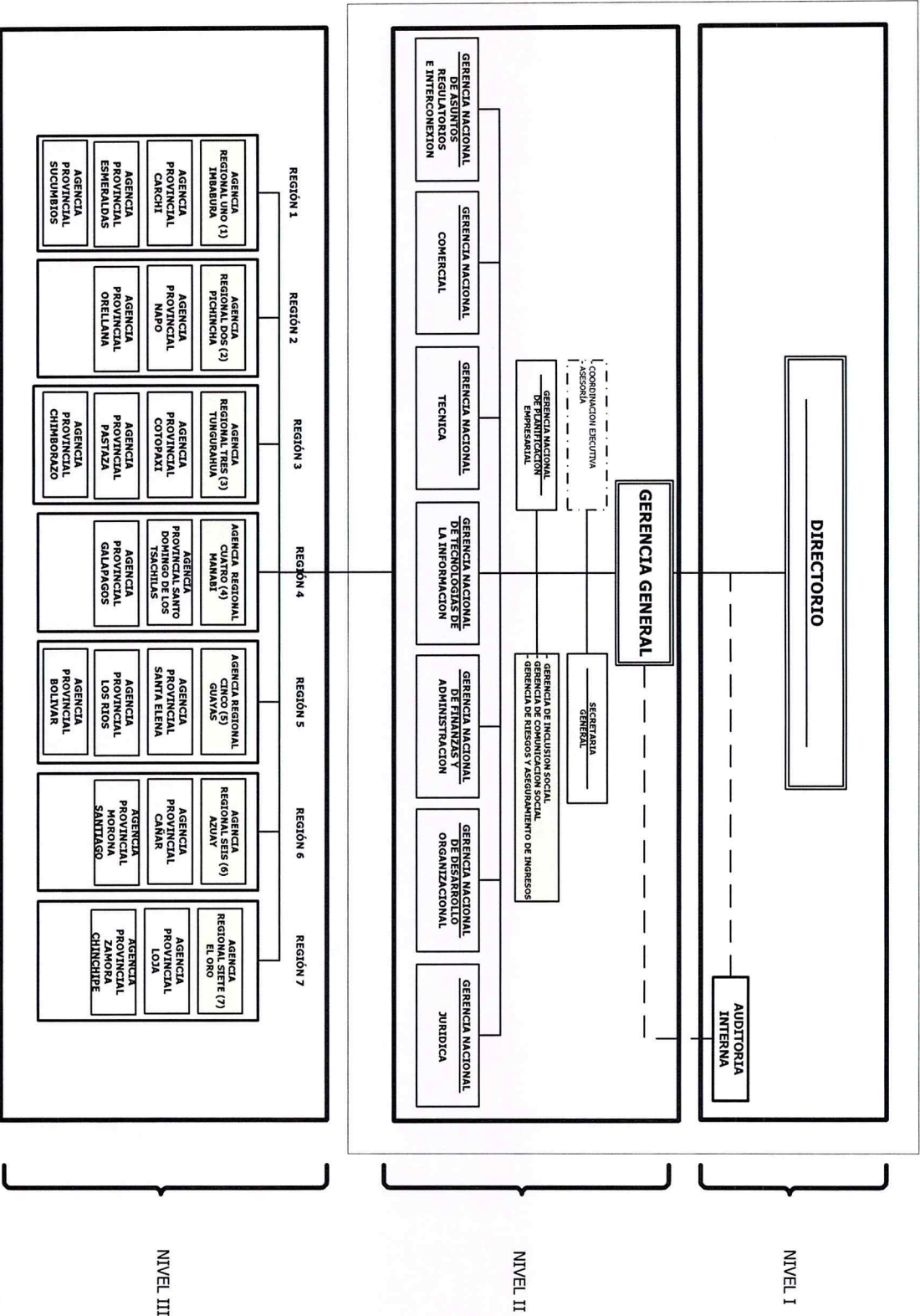
**ENERO 2012**



## SIMBOLOGIA DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



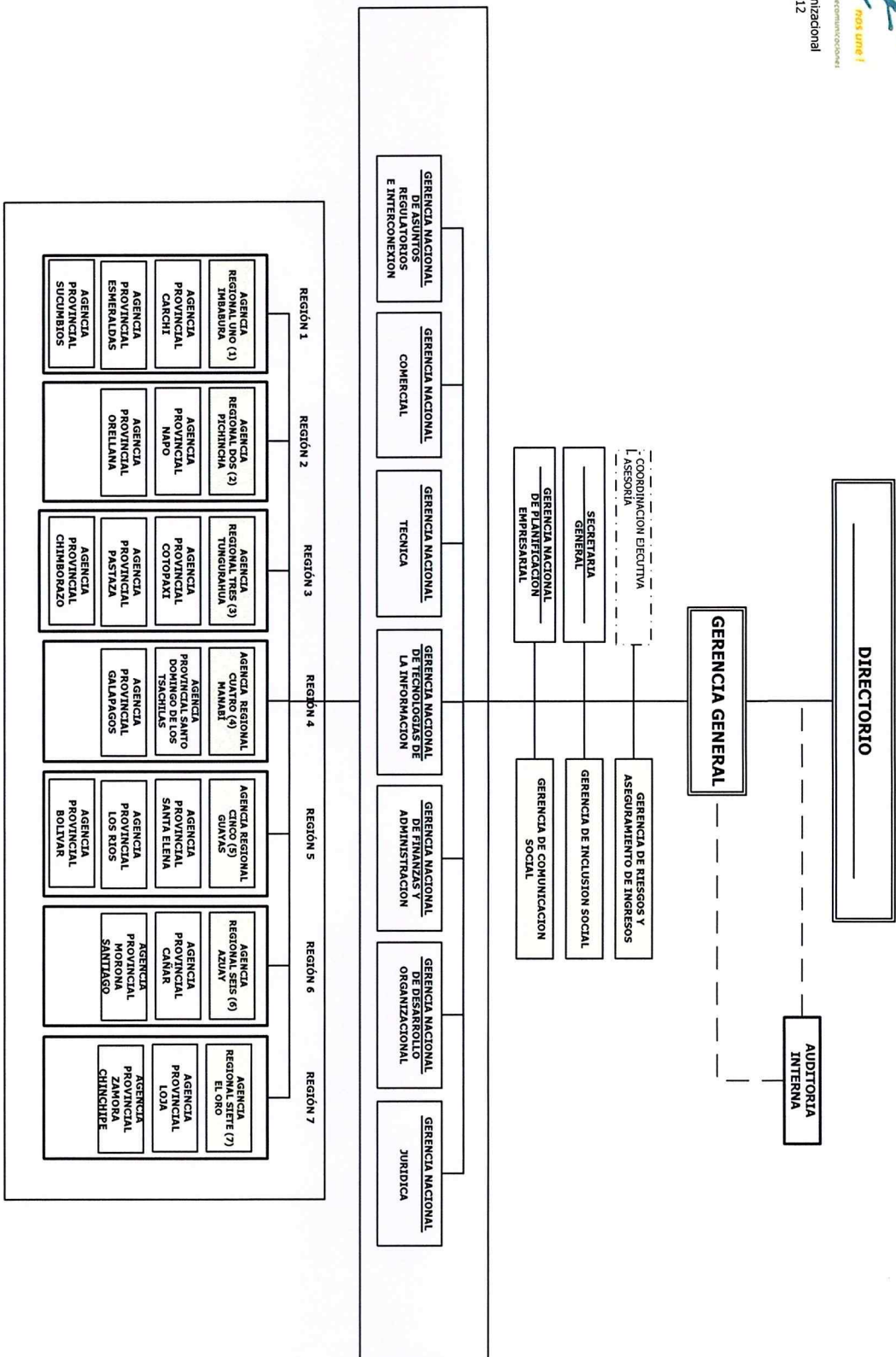
## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CNT EP NIVEL 0







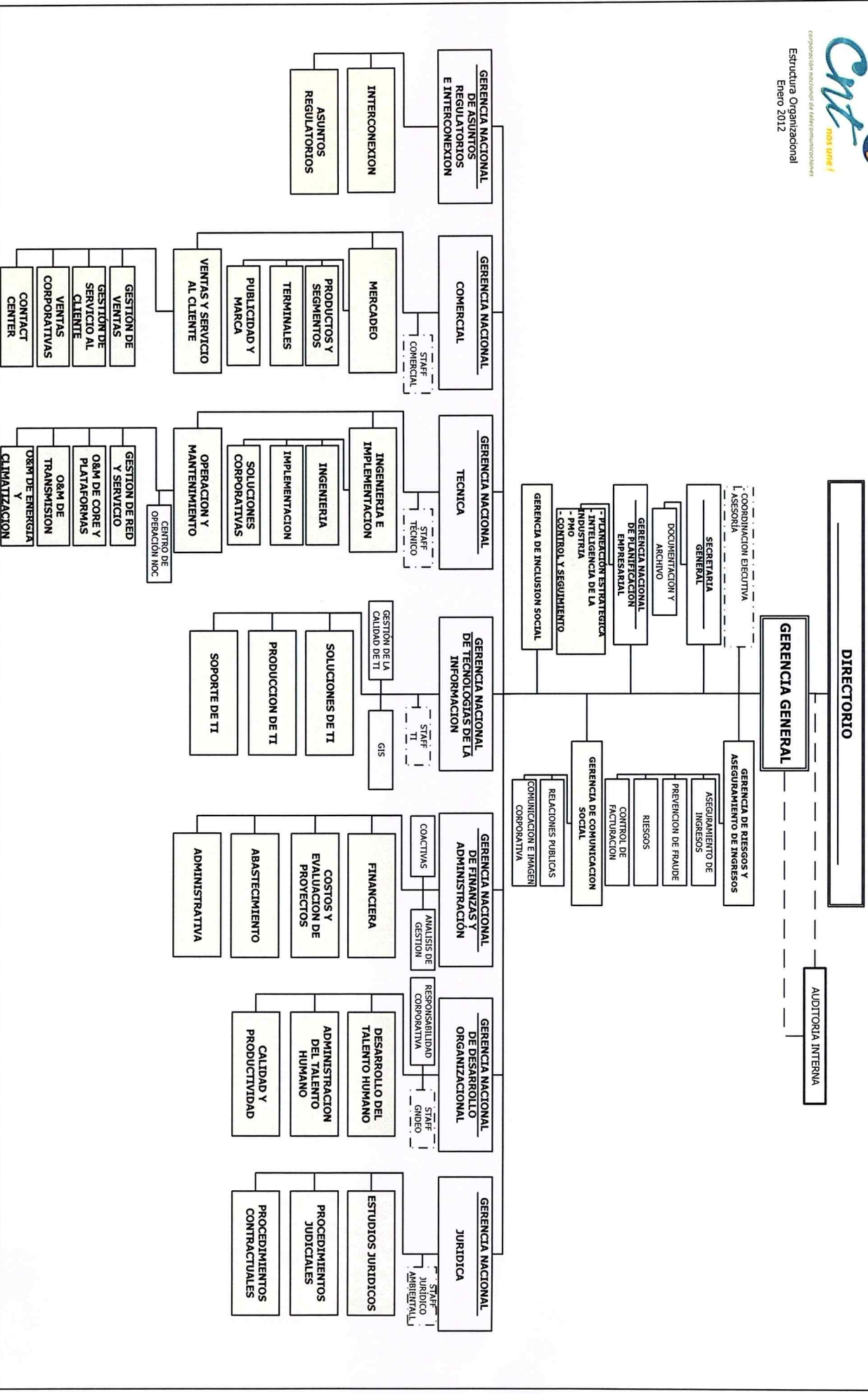
# ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CNT EP NIVEL 1





Corporación Nacional de Telecomunicaciones  
Estructura Organizacional  
Enero 2012

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL CNT EP GERENCIAS NACIONALES NIVEL 2





**ANEXO N.º 13**