



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO NUEVA ESPARTA  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO  
PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-  
TPC) POR PARTE DEL DEPARTAMENTO DE MERCADOS  
MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA.**

Trabajo de Grado, Modalidad Pasantía, Presentado como Requisito Parcial Para  
Optar al Título de Licenciado en Administración.

**Br. Nedysbet Lunar**

**C.I. 17.110.053**

Guatamare, Abril de 2009

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA INSTALACIÓN DE  
CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-TPC) POR PARTE DEL  
DEPARTAMENTO DE MERCADOS MASIVOS DE CANTV ESTADO  
NUEVA ESPARTA.**

Proyecto de Grado, Modalidad Pasantía, Presentado Como Requisito Parcial Para  
Optar al Título de Licenciado en Administración.

---

**Br. Nedysbet Lunar**  
**C.I: V-17.110.053**

---

**Lcdo. Daniel Salazar**  
**C.I: V-12.919.907**  
**Asesor Académico**

---

**Lcda. Desirée Figueroa**  
**C.I: V- 12.388.174**  
**Asesor Laboral**

## DEDICATORIA

Dedicada a esas personas que creyeron en mí, a Dios sobre todas las cosas por hacer de este sueño una realidad, siempre encontré refugio en sus oraciones, gracias a ti mi Señor nunca me rendí.

A mis padres. Betty y Nemecio por darme la vida, por educarme y hacer de una niña la mujer que hoy represento, llena de valores y principios, su rol de padres lo cumplieron muy bien, no los cambiaría por nadie. Mi amor por ustedes es infinito. Los amo y los amaré siempre hasta la eternidad.

A mis hermanos. Vanessa y Luis por llenar mi vida de alegría, por siempre estar a mi lado en cada momento de mí vida, representan un pilar fundamental. Espero que esto le sirva de ejemplo, tenemos que trabajar y estudiar para ser el orgullo de nuestros padres, Los adoro.

A mis abuelitos paternos. Bertha y Luis quienes ya no están en el ámbito terrenal, pero siempre están en lo espiritual, estoy siempre segura que nunca me abandonaron.

A mis abuelitos maternos. Estilita y Leopoldo por quererme y tenerme siempre presente, gracias por sus bendiciones infinitas y por sus oraciones.

A mis a primos y tíos. En especial a mi tía Yasmi quien estuvo al tanto de mis proyectos y siempre me mantuvo viva la esperanza de culminar este capítulo en mi vida, te quiero profundamente. A mi tío Alexis y su hija Liseth, a mi tía Migdalia y su hija Keila, a mi tía Morabia y sus hijos Luis, Emilio y Arnelys, se les quiere para ustedes esto.

## **AGRADECIMIENTO**

Dedico este trabajo primeramente al Señor Dios Todopoderoso, quien adiestra mis manos para la batalla y me dice “No temas yo estoy contigo”, a Jesucristo el Señor de la gloria. Al Único y Sabio Dios nuestro Creador.

A mi familia padres y hermanos, por contar siempre con ellos, son los mejores, mil gracias!

A la universidad de oriente, la casa de estudio donde me preparé, gracias por los conocimientos impartidos.

Al Prof. Daniel Salazar, por el tiempo que le dedicó a este trabajo y por las opiniones que influyeron en su desarrollo. Muchas gracias por la ayuda.

A la Lcda. Desirée Figueroa, por la confianza brindada, colaboración y atenciones en todo momento para conmigo.

A la empresa CANTV, en especial a la Lcda. Tamara Malaver, por abrirme las puertas de la corporación para realizar este Trabajo de Grado.

A mis amigas. Rosita e Isabel juntas recorrimos bellos momentos nunca las olvido siempre las querré, y sin duda alguna amigos que se fueron uniendo en esta historia, Antonia, Lesma, Gloria, Nomis, Lenys, Desirée y Fersen es un placer haberlos conocidos.

**Gracias, se les quiere!**

**Nedysbet**

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA .....	III
AGRADECIMIENTO .....	IV
LISTA DE FIGURAS .....	VIII
LISTA DE CUADROS .....	IX
RESUMEN .....	X
FASE I. INTRODUCCIÓN .....	2
1.1. Denominación del organismo .....	2
1.2. Procedimiento objeto de estudio .....	2
1.3. Situación a evaluar .....	2
1.4. Objetivos de la investigación .....	8
1.4.1. Objetivo General .....	8
1.4.2. Objetivos Específicos .....	8
1.5. Técnicas de recolección de datos .....	9
1.5.1. Observación Directa, Individual y Participativa .....	9
1.5.2. Entrevistas Semi - Estructurada .....	9
1.5.3. Revisión Documental .....	9
FASE II. ASPECTOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA NACIONAL TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV).....	12
2.1. Reseña histórica .....	12
2.2. Misión.....	18
2.3. Visión .....	18
2.4. Objetivos de la corporación .....	19

2.5. Valores de la organización.....	20
2.6. Estructura de la organización.....	23
2.7. Funciones del departamento de mercados masivos de CANTV estado Nueva Esparta.....	25
2.8. Estructura del departamento de mercados masivos .....	25
2.9. Objetivos del departamento de mercados masivos .....	27
<b>FASE III. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC TPC), ESTABLECIDOS EN EL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA NACIONAL TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV).....</b>	<b>30</b>
3.1. Procedimientos para la solicitud de centros de comunicaciones .....	30
3.2. Procedimientos para la coordinación de gestión de canales.....	33
3.3. Procedimientos para el aprovisionamiento de telefonía pública.....	35
3.4. Procedimientos de administración y logística para la apertura de centros de comunicaciones (cdc-tpc).....	36
<b>FASE IV. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC- TPC) APLICADOS POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA .....</b>	<b>41</b>
4.1. Procedimientos para la recaudación de requisitos exigidos por cantv .....	41
4.2. Procedimientos para el registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado saportal de CANTV.....	45
4.3. Procedimiento de factibilidad técnica .....	54
4.4. Procedimientos para la apertura de centros de comunicaciones.....	55

FASE V. COMPARACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS APLICADOS POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA PARA LA INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-TPC) .....	58
CONCLUSIONES .....	65
RECOMENDACIONES .....	67
BIBLIOGRAFÍA .....	68
Referencias electrónicas .....	70
ANEXOS .....	71

## LISTA DE FIGURAS

Figura N° 1. Estructura Organizativa de la Gerencia regional oriente .....	24
Figura N° 2: Organigrama del departamento, Canal Nueva Esparta. ....	26
Figura N° 3. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la solicitud de centros de comunicaciones .....	32
Figura N° 4. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la gestión de las solicitudes por parte de la Coordinación de Gestión de Canales .....	34
Figura N° 5. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para el aprovisionamiento de telefonía pública. ....	36
Figura N° 6. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la apertura del CDC.....	38
Figura N° 7. Flujograma descriptivo del procedimiento aplicado para la recaudación de requisitos exigidos por CANTV .....	44
Figura N° 8. Sistema Sapportal de CANTV. Creación de Cliente .....	46
Figura N° 9. Sistema Sapportal de CANTV. Tipo de Servicio Solicitado.....	47
Figura N° 10. Sistema Sapportal de CANTV. Registro de datos de identificación del solicitante. ....	48
Figura N° 11. Sistema Sapportal de CANTV. Registro de datos de dirección del solicitante. ....	49
Figura N° 12. Sistema Sapportal de CANTV. Registro exitoso del cliente bajo un número de orden o identificador.....	50
Figura N° 13. Flujograma descriptivo del procedimiento para el registro de los teléfonos tarificadores en el sistema automatizado .....	51
Figura N° 14. Flujograma descriptivo del procedimiento para el registro del centro en el sistema automatizado .....	53



## **LISTA DE CUADROS**

Cuadro N° 1. Cuadro comparativo de los procedimientos de registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado Sapportal de CANTV con los establecidos por la empresa.....	59
Cuadro N° 2. Cuadro comparativo de los procedimientos de verificación de la factibilidad técnica con los establecidos por la empresa.....	62

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE**  
**NÚCLEO NUEVA ESPARTA**  
**ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**PROGRAMA DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN**

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA INSTALACIÓN DE  
CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-TPC) POR PARTE DEL  
DEPARTAMENTO DE MERCADOS MASIVOS DE CANTV ESTADO  
NUEVA ESPARTA**

**Autora: Nedysbet Lunar**

**Fecha: Abril 2009**

**RESUMEN**

La Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela CANTV, cuenta con divisiones en cada estado y esta a su vez se subdivide en regiones, siendo la región oriental la zona donde se ubica CANTV Estado Nueva Esparta y en la cual se localiza el Departamento de Mercados Masivos, lugar donde se realizan los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones, a través de los cuales la empresa busca promover la democratización del acceso a las telecomunicaciones, aportando un servicio de clase mundial para toda la población en un solo punto, dirección de correo propio como condición fundamental de integración social, horarios cómodos y flexibles, conveniencias para el pago de facturas CANTV entre otros. El informe tiene el objetivo general de analizar los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta,

mediante la implementación de la observación directa, individual y participativa; entrevistas no estructuradas; y la revisión documental, como técnicas de recolección de datos. Se concluye que el Departamento de Mercados Masivos de la Gerencia Regional Nor-Oriental, se ocupa de realizar procedimientos administrativos de apoyo a los ejecutivos de comercialización para la instalación de centros de comunicaciones (CDC) que son solicitados por los clientes de CANTV, siguiendo las especificaciones de los manuales de procedimientos y circulares internas de la empresa. Sin embargo, dada sus múltiples actividades, dedica sólo un día a la semana para realizar las tramitaciones relacionadas con el envío de información a la Coordinación de la Gestión de Canales y la revisión de las aprobaciones y rechazo, por lo que los clientes deben esperar por las mismas, demorando un proceso que podría ser más expedito.

**Descriptores:** Centro de Comunicaciones, procedimientos, CANTV.

**FASE I**  
**INTRODUCCIÓN**

## FASE I. INTRODUCCIÓN

### 1.1. Denominación del organismo

La empresa en el cual se desarrolló la pasantía es la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), específicamente en el Departamento de Mercados Masivos. La compañía está ubicada en la calle Amador Hernández, central San Rafael, piso 1, oficina N° 4, porlamar Estado Nueva Esparta.

### 1.2. Procedimiento objeto de estudio

El objeto de estudio estuvo referido al análisis de los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta.

### 1.3. Situación a evaluar

El ser humano a través del tiempo ha estado en una búsqueda constante por satisfacer su necesidad de comunicación, lo cual ha sido el impulso fundamental que ha logrado la instauración de compañías que faciliten efectivos instrumentos dentro del proceso comunicativo, por consiguiente, la tecnología va de la mano con el desarrollo integral de nuevas perspectivas de hacer negocios, justamente porque se necesitan nuevas aplicaciones, sistemas, herramientas, técnicas y metodologías asociadas a la digitalización de información y de datos.

En este sentido, Kenneth C. y Jane Price. (1999: 13), consideran la tecnología de las telecomunicaciones como “... un conjunto de dispositivos físicos y software que transfieren datos de un lugar a otro.” De esta manera, se evidencia que la

**FASE I  
INTRODUCCIÓN**

tecnología de las telecomunicaciones es una herramienta que se dispone para adaptarse al cambio, en otras palabras es el pegamento que mantiene unida la información.

Por tanto, las telecomunicaciones ayudan a mantener hoy en día comunicaciones e informaciones más abiertas y de fácil acceso, es decir, se puede hablar de que existen millones de personas que estén intercambiando ideas, opiniones y pensamientos alrededor del mundo simultáneamente, y todo esto es posible gracias a la creación de herramientas como el teléfono, la televisión, la radio e Internet. Cabe destacar que, estas herramientas han hecho que existan nuevas formas de comunicarse e inclusive que se puedan transferir datos en el momento oportuno, dando así el surgimiento de empresas que se enfocan al negocio de la información.

De ahí que, las empresas que se dedican al desarrollo de las telecomunicaciones, tienen que estar en la constante renovación de sus productos y servicios para abarcar los sectores de cualquier población.

Por citar un país en específico, que cuente con la experiencia en la industria de las telecomunicaciones tenemos a España que desde hace algunos años atrás viene experimentando este tipo de proyectos y esto se puede evidenciar a través de empresas como: Movistar, Telecom Men y Cenco, esta última hace énfasis a la creación de Centros de Comunicaciones que surgen ante la necesidad de dar respuesta integral y de calidad a las comunicaciones en España, en otras palabras la masificación de las comunicaciones ha evidenciado la creación de Centros de Comunicaciones integrales para la comunidad.

Evidentemente, toda empresa que trabaje en el ramo de las telecomunicaciones debe estar en plena capacidad de prestar servicios óptimos para la transmisión de información, esto con el objetivo de generar nuevos proyectos o negocios, donde una

**FASE I**  
**INTRODUCCIÓN**

empresa aporte ideas, un aliado deseé invertir y clientes deseen satisfacer sus necesidades de comunicación, es allí donde se genera el desarrollo de Centros de Comunicaciones, que hoy en día representa la nueva manera de hacer negocios en Venezuela.

Ahora bien, en Venezuela particularmente en el país, existe la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), empresa dedicada al desarrollo de las telecomunicaciones, la cual tiene como visión principal ser el proveedor preferido de servicios integrales de telecomunicaciones de Venezuela, y satisfacer plenamente las necesidades específicas de los clientes, siempre bajo exigentes patrones de ética y responsabilidad.

En virtud de lo anterior, la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), corporación la cual está conciente de la importancia de crear mecanismos competitivos y eficaces para multiplicar el acceso a las telecomunicaciones públicas, decide crear un servicio de calidad a los usuarios e implanta el negocio de los Centros de Comunicaciones (CDC), negocio el cual se compromete a satisfacer las exigencias y necesidades de telecomunicaciones de los venezolanos. En consecuencia, CANTV a través del Departamento de Mercados Masivos, comienza a detectar las diversas necesidades del usuario, y estudia de manera acertada los productos y servicios que deben ofrecer los Centros de Comunicaciones, tales necesidades se basan en lo siguiente:

En primer lugar se encuentra, la existencia de mucha gente que no tiene acceso a la telefonía (por razones económicas u otras). En segundo término, un número significativo de personas dedicadas a la economía informal (en sus distintas facetas) que carecen de oficina, teléfono, fax, computador, e-mail, etc. pero que, no obstante, tienen gran necesidad de esos recursos para ejecutar sus negocios. Fue así como

comienza a surgir las distintas ofertas de servicios que ofrecen los Centros de Comunicaciones CANTV.

Concretamente, la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela CANTV, cuenta con divisiones en cada estado y esta a su vez se subdivide en regiones, siendo la región oriental la zona donde se ubica CANTV Estado Nueva Esparta y en la cual se localiza el Departamento de Mercados Masivos, lugar donde se realizan los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones.

Es necesario señalar que, la instauración de Centros de Comunicaciones por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta, busca promover la democratización del acceso a las telecomunicaciones, aportando un servicio de clase mundial para toda la población en un solo punto, dirección de correo propio como condición fundamental de integración social, horarios cómodos y flexibles, conveniencias para el pago de facturas CANTV.

Específicamente, el Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta, se encargó de varias funciones tales como:

- Preparación de los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones CANTV.
- Al mismo tiempo, este departamento se encargó de atender y guiar las quejas de los aliados comerciales.
- Hizo llegar a los Centros de Comunicaciones las actualizaciones de contratos por parte de la empresa.



**FASE I**  
**INTRODUCCIÓN**

- Actualizaron al personal administrativo y operativo en productos y servicios de mercados masivos.
- Certificar a los instructores de los canales, a fin de que sean entes multiplicadores de información inherente al área comercial, con el fin de actualizar al personal en cuanto a promociones vigentes de la corporación.

En tal sentido, para la instauración de Centros de Comunicaciones, resulta importante mencionar una serie de factores que se fueron desarrollando de forma sistematizada a través del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta y dentro de las cuales se encontraron: captación de los posibles aliados a través de charlas inductivas, posteriormente se procedió a recaudar todos los requisitos exigidos por CANTV para la instauración de los Centros de Comunicaciones (CDC), validación de requisitos, seguidamente se introdujeron todos los datos personales en el sistema computarizado sapportal de CANTV, y finalmente se envió la documentación recaudada de los potenciales aliados a la Gerencia General en Caracas para su respectiva aprobación.

A todo esto, durante el proceso de pasantías se logró detectar ciertas debilidades referentes a los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta y dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- El departamento realizó múltiples actividades, como: a) se crearon líneas de teléfonos fijos alámbricos (TFA); b) se manejó soporte operativo para solventar fallas de plataforma tecnológica de los Centros de Comunicaciones y teléfonos tarifadores; c) sirvió de soporte técnico para las facturaciones y órdenes de servicios; d) se cumplieron metas relacionadas con teléfonos fijos inalámbricos

**FASE I**  
**INTRODUCCIÓN**

(TFI); y e) se hizo seguimiento continuo de las actividades que asignó la Gerencia General, lo que trae como consecuencia que no se cuente con un personal que maneje información exclusiva para la instauración de Centros de Comunicaciones.

- El departamento, debido a las diversas actividades que realiza, dedica un sólo día a la semana para la captación de clientes interesados en invertir en el negocio de las telecomunicaciones, lo que originó un bajo nivel en cuanto a la apertura de nuevos Centros de Comunicaciones.
- El cumplimiento estricto de la documentación exigida por CANTV, aunado con el tiempo de aprobación por parte del comité técnico, resultó ser bastante engorroso, lo que ocasionó en algunos casos desespero a los potenciales aliados y éstos decidieron invertir en un negocio que les fuera de más fácil acceso y que probablemente les generaría ganancias inmediatas.
- El Departamento de Mercados Masivos debido al poco espacio físico del que dispone, no cuenta con el personal de apoyo o complementario necesario para desarrollar el proceso de formación de nuevos Centros de Comunicaciones.

Por todo lo anterior, surgió la inquietud de orientar esta investigación a analizar los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC- TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta.

Con el fin de encontrar las debilidades del departamento y encontrar las fortalezas para el desarrollo del procedimiento respectivo.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Identificar los aspectos generales de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) Estado Nueva Esparta.
- Describir los aspectos generales del Departamento de Mercados Masivos de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) Estado Nueva Esparta.
- Describir los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC), establecidos en el manual de procedimientos de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV).
- Describir los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC- TPC), aplicados por el Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta.
- Comparar los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) empleados por el Departamento de Mercados Masivos de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) Estado Nueva Esparta, con lo establecido en el manual de procedimientos.

## **1.5. Técnicas de recolección de datos**

### **1.5.1. Observación Directa, Individual y Participativa**

A través de esta técnica se obtuvo la información necesaria para la realización de las pasantías en el Departamento de Mercados Masivos de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), ya que se intervino directamente en el desarrollo de las actividades de dicha unidad, tales como: se participó en charlas de captación de clientes o potenciales aliados, se manejaron los sistemas computarizados con los que cuenta la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV), se validaron los status de órdenes de solicitudes de servicios pendientes por ser instaladas, entre otras actividades que facilitaron el desarrollo de las pasantías.

### **1.5.2. Entrevistas Semi - Estructurada**

Esta técnica se aplicó mediante el desarrollo de diálogos abiertos semi-estructurados con la jefa del Departamento de Mercados Masivos de la Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela (CANTV) del Estado Nueva Esparta, a quien se le realizaron preguntas derivadas de las situaciones evidentes durante el desarrollo de la pasantía.

### **1.5.3. Revisión Documental**

Se utilizaron las siguientes fuentes bibliográficas: libros, textos, guías, manuales, revistas, páginas Web y otros tipos de documentos que se encuentran relacionados con el objeto de estudio. Entres estos tenemos:

**Textos:**

- MELINKOFF Ramón. Los procedimientos administrativos.
- TAMAYO & Tamayo. El proceso de investigación científica.
- KENNETH C. y JANE Price. La organización y tecnología.
- ATOTO Andrés. Principios de sistemas de información.
- L Carlos y M Rodrigo. Gerencia y recursos humanos.
- LAZARO Víctor. Sistemas y procedimientos.

**Manual:**

- Manual de procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones CANTV.

**Revistas:**

- Revista de Orientación Corporativa de CANTV.
- Revista Contacto diario de CANTV

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA**  
**ANÓNIMA NACIONAL TELÉFONOS DE VENEZUELA**  
**(CANTV)**

## **FASE II. ASPECTOS GENERALES DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA NACIONAL TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV)**

### **2.1. Reseña histórica**

CANTV es la empresa pionera en proveer servicios de telecomunicaciones en Venezuela. En sus inicios, la telefonía básica fue uno de los servicios privilegiados. Actualmente, la gama de productos y servicios abarcan desde interconexión hasta comunicaciones de larga distancia nacional e internacional en toda Venezuela.

La compañía presta servicios celulares, buscapersonas, telefonía pública, centros de comunicación comunitaria, redes privadas, servicios de telefonía rural, transmisión de datos, servicios de directorios de información y distintos servicios de valor agregado.

Fue fundada en 1930, año en que Félix A. Guerrero, comerciante domiciliado en Caracas, obtiene una concesión del Ministerio de Fomento para construir y explotar una red telefónica en el Distrito Federal y los estados del país.

La Compañía progresivamente adquiere diferentes empresas telefónicas particulares, que funcionaban en todo el territorio nacional. En 1950, el Estado compra la totalidad de las acciones de las empresas particulares e inicia el proceso de nacionalización que culmina en 1973. Ese mismo año, fue adquirida la última de las empresas, ubicada en San Fernando de Apure.

CANTV presenta para 1990 una planta telefónica con deficiencias técnicas y atraso tecnológico. En ese momento, se tiene una demanda satisfecha de 45,5% y una

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

densidad telefónica de 7,2 líneas por cada cien habitantes. Además, financieramente la Compañía enfrenta un déficit de 4.340 millones de bolívares. A raíz de esta situación, se afianza la necesidad de establecer un proceso de privatización del sector telecomunicaciones con miras a su modernización y adecuación a la nueva realidad del país.

En consecuencia, en 1991 se efectúa la licitación internacional de 40% de las acciones de la empresa, en el marco de su privatización. Como resultado, en diciembre de ese año, el Consorcio Venworld, una compañía organizada bajo las leyes del Gobierno de Venezuela, adquiere el control de 40% de las acciones de la empresa. El monto de esta operación fue de 1.885 millones de dólares.

A partir de ese momento, Venworld obtiene el control operativo de la Compañía, bajo los términos del Contrato de Concesión suscrito con la República de Venezuela. El consorcio de empresas que conforman Venworld incluye a la empresa estadounidense GTE, Telefónica Internacional de España, La Electricidad de Caracas, Banco Mercantil y AT&T; también de Estados Unidos. La Concesión contempla un período inicial de 35 años sujeto a una extensión adicional de 20 años, de acuerdo con la aprobación del ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Los términos de la Concesión establecen que Cantv es el proveedor exclusivo de servicios de comunicación locales, de larga distancia nacional e internacional hasta noviembre del año 2000.

Paralelamente, la empresa se compromete a cumplir con metas de expansión y mejoramiento del servicio, cuyo seguimiento es efectuado por el organismo regulador del sector Conatel (Comisión Nacional de Telecomunicaciones).



**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

Con la apertura de las telecomunicaciones, en el año 2000, Cantv empieza a competir como empresa de servicios integrales y cambia de imagen para adoptar el lema “Comunicación Abierta”. De esta manera, la Corporación se define como una empresa que escucha a sus clientes y está abierta al cambio. Una muestra emblemática de este proceso es la tarjeta de servicios prepagados "Única", verdadero pasaporte de comunicaciones. Este producto puede emplearse para acceder a servicios de telefonía fija y celular, Internet, telefonía pública y llamadas internacionales.

A nivel organizativo, se consolidan las unidades de apoyo para prestar servicios a toda la Corporación. Asimismo, las fuerzas de venta de las empresas que integran Cantv trabajan ahora en conjunto para satisfacer, de forma integral, las necesidades de los clientes: servicios de voz vía la red fija o celular, transmisión de datos, Internet, ventas para publicaciones y directorios. Se inició, durante esta fase, la integración de los canales de venta, para que, en cada punto de contacto con la Corporación, el cliente pudiera obtener productos y servicios corporativos. También se inició un proceso de integración de las redes fijas y móviles, lo que ha permitido ofrecer, por ejemplo, servicios de telefonía fija inalámbrica.

En el período 2004/2006, se inició un proceso de crecimiento para abrir horizontes de mercado de la banda ancha, de los contenidos y de las transacciones electrónicas a través de las redes fijas y móviles. En lo interno, se fortalecen y actualizan los sistemas tecnológicos y se establecen procesos flexibles y productivos, basados en la calidad y la pasión por la ejecución.

En este sentido, la Corporación incrementa agresivamente su base de clientes, tanto en telefonía móvil como en telefonía fija inalámbrica; aprovechando la ampliación de la cobertura de la red CDMA 1X, al llegar a mercados no atendidos mientras continúa la expansión de la red fija, por medio de la instalación de puertos ABA en la mayoría de las centrales fijas y la capacidad de transmisión de datos a

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

través de la nueva tecnología EVDO, Cantv y Movilnet consolidan un liderazgo absoluto en el mercado de banda ancha e Internet. Las transacciones electrónicas se convierten en uno de los nuevos servicios provistos por la Corporación, tanto a través de las tarjetas de prepago Única como de Internet y la mensajería de texto móvil.

Adicionalmente, la provisión de contenidos y servicios de valor agregado abren una nueva frontera de negocios para la empresa, para lo cual se establecen alianzas estratégicas de gran alcance.

Se realiza una revisión profunda de los procesos internos y se modernizan los sistemas de soporte al negocio que facilitan el diseño y lanzamiento de productos; así como las ventas y la atención al cliente en cualquiera de los canales de las empresas, la oferta de servicios para las mayorías toma un auge especial, mejorando la calidad de vida de la población de menores recursos. De este modo, los servicios integrales de la corporación se convierten en un elemento indispensable para el desarrollo y productividad de las pequeñas y medianas empresas.

En este período se inicia el Programa Super@ulas, con más de 90 unidades instaladas hasta la fecha, que permiten reducir la brecha digital en poblaciones remotas y ofrecer servicios de Internet a sus alumnos. El personal profundiza sus conocimientos y profesionalismo a través de los planes individuales de desarrollo y se consolida una cultura de pasión por la ejecución, con lo cual el talento juega un rol clave para que la empresa sobresalga al convertirse en una corporación líder en el mercado.

La Cantv del siglo XXI es la insignia de las telecomunicaciones en Venezuela. Cantv es mucho más que equipos, redes y sistemas; es una corporación que aglutina diferentes públicos de interés y que gravita en torno a una actividad en constante expansión y renovación tecnológica. En la familia Cantv se incluyen clientes,

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

empleados, aliados estratégicos, accionistas e inversionistas, el Estado venezolano y proveedores.

Al 31 de diciembre de 2006, Cantv posee una cartera de clientes de 8 millones de suscriptores móviles, 3,4 millones de suscriptores de telefonía fija y 467.000 usuarios de acceso de banda ancha. Como aliados estratégicos, cuenta con una red conformada por 809 Centros de Comunicaciones; mientras que Movilnet posee 614 Agentes Autorizados y 260 Agentes Premium distribuidos en todo el país. Las acciones clase "C" y "D" están en poder de 43.500 inversionistas en Venezuela y en el mundo, incluyendo a buena parte de los trabajadores y jubilados de la corporación. Además, como ciudadano corporativo, Cantv participa en un amplio espectro de programas de alto impacto social y cuenta con el apoyo de 2.817 empresas proveedoras de servicios.

En total, la corporación es una organización con 6.022 trabajadores de Cantv, 2.867 trabajadores de Movilnet, 225 trabajadores de Cantv.Net, 354 trabajadores de Caveguías y, a través de las empresas proveedoras, genera más de 400.000 empleos indirectos. Además, cuenta con 9.106 pensionados y jubilados.

Por otra parte, Cantv sirve a Venezuela con las tecnologías más avanzadas y dispone de una red de fibra óptica interurbana de 7.800 kilómetros de longitud a través de siete gigantescos anillos que proporcionan redundancia, garantizando, por tanto, confianza y seguridad en el servicio.

De igual manera, dispone de la mayor cobertura del servicio de transporte de datos y voz más usado mundialmente como es el Frame Relay, el cual permite un uso dinámico del ancho de banda, con velocidad de acceso escalable desde 64 hasta 2.048 kbps con alta disponibilidad. Mediante redes de transmisión que emplean sistemas de radio de microondas terrestres, Cantv satisface las necesidades de comunicación en

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

poblaciones en donde no existe posibilidad de prestar el servicio a través de la plataforma de cableado.

Cuenta con una amplia cobertura de puertos ADSL para poder brindar el servicio de acceso a internet de banda ancha en todo el país, siguiendo un plan de instalación de 130.000 puertos anuales en la red de IP (Internet Protocol) que ofrezca en promedio más velocidad, hasta 3.448 kbps por cliente, como mínimo. Desde el punto de vista de conexiones con el resto del mundo, Cantv forma parte del sistema internacional de cables submarinos que surca todo el planeta. De hecho, directa o indirectamente, las redes de Cantv están interconectadas a ocho cables submarinos desde sus puntos de amarre en Camurí Chico y Punto Fijo. De esta forma, Cantv recibe, en forma transparente para sus clientes, llamadas o datos desde cualquier región del mundo.

En cuanto a redes móviles, la corporación se ha posicionado como la operadora de telefonía móvil con la más amplia cobertura en el país, al contar con más de mil radio bases CDMA 1X a lo largo y ancho de la geografía nacional; lo que le proporciona a Movilnet presencia en lugares sin competencia, cubriendo a todas las poblaciones venezolanas con más de 3.000 habitantes. Paralelamente, Movilnet viene desarrollando una red de banda ancha inalámbrica con tecnología EVDO en la Gran Caracas, doce estados del país y zonas de importancia turística como el Archipiélago de Los Roques. Todas estas fortalezas tecnológicas y de mercado han sido respaldadas por un esfuerzo de inversión que supera los US\$ 6.700 millones en los últimos quince años.

El 9 de enero del 2007, el Presidente Hugo Chávez, en un plan que venía anunciando desde meses atrás, ordenó la renacionalización de CANTV produciendo inicialmente una caída del precio de las acciones en la Bolsa de Caracas del 11%, lo cual fue interpretado como una presión de sectores financieros nacionales y

extranjeros opuestos a la medida. Para el 2008 los servicios de Internet banda ancha, dial-up registraron un incremento de más de 200 mil nuevos clientes para superar la cifra de 830 mil usuarios alcanzadas en el año 2007.

## **2.2. Misión**

Todo ente u organización tiene la necesidad de establecer cuál es su razón de ser, en qué se basa, qué pretende, cuál es su propósito y qué la diferencia de las demás organizaciones. En tal sentido, Koontz y Weihrich (1998:251) expresan que: "La misión se refiere a la función fundamental que posee una empresa para tener una existencia significativa en el sistema social en el que se desenvuelve." En este sentido, la misión de CANTV, es la siguiente:

Mejorar la calidad de vida de la gente en Venezuela al proveer soluciones de comunicaciones que exceden las expectativas de nuestros clientes.

## **2.3. Visión**

Las organizaciones, empresas u organismos establecen metas a futuro, con el objeto de desarrollar las actividades necesarias para lograr perfeccionar cada vez más en la búsqueda de dicha metas. Según criterio de Quigley (1996:8), la visión es: "La comprensión del pasado y el presente y, lo que es mucho más importante, propone un futuro, sugiriendo pautas de acción a quienes se empeñan en una empresa dada". Por lo tanto, la gestión de CANTV se basa en el inicio de buenas ideas que han permitido la participación activa y responsable de sus empleados, con la siguiente visión:

Ser el proveedor preferido de servicios integrales de telecomunicaciones de Venezuela, y satisfacer plenamente las necesidades específicas de nuestros clientes, siempre bajo exigentes patrones de ética y rentabilidad.

## **2.4. Objetivos de la corporación**

Según Robbins (1999:65) los objetivos se definen como: “los fines hacia los cuales está encaminada la actividad de una empresa, los puntos finales de la planeación y aún cuando no pueden aceptarse tal cual son, el establecerlos requiere de una considerable planeación”. Basándose en lo antes expuesto, los retos corporativos constituyen las aspiraciones estratégicas de la empresa del negocio a corto y mediano plazo. Representan temas específicos sobre los cuales la organización va a concentrar todas sus energías para convertir en realidad las iniciativas y planes de acción derivados. De esta forma, en la medida en que se alcancen los retos la organización se acercará a lo planteado en la Visión. Los objetivos de la corporación son los siguientes:

1.- Aumentar los ingresos en términos reales e incrementar la cartera de clientes por encima del mercado.

2.- Agregar más valor a los productos, utilizando el potencial de nuestras redes y sistemas.

3.- Maximizar la cultura de servicio y generar índices periódicos de satisfacción del cliente.

4.- Incrementar la participación de Cantv en el mercado publicitario, posicionando el portafolio de guías de la corporación.

5.- Retomar el liderazgo en CDC, telefonía pública y en la masificación de Única.

6.- Mejorar los procesos de control interno y resolver temas pendientes de auditoría.

7.- Lograr mayor coherencia en el uso de los medios publicitarios.

8.- Definir la estrategia de canales.

9.- Optimizar productividad, eficiencia y gastos.

10.- Revertir el clima de complacencia con resultados.

## **2.5. Valores de la organización**

Las cinco categorías de valores organizacionales constituyen el conjunto de creencias, principios y normas de actuación considerados apropiados para la corporación; ya que se manifiestan a través de nuestras conductas de trabajo, tanto en forma individual como en equipo. Mientras más coincidan esos grupos de valores entre sí, más sólida será la cultura de la empresa. Estos son los siguientes:

a) Compromiso con la organización: estar comprometidos con la visión de la empresa:

- Cumplir con excelencia la misión de la organización.
- Trabajar coordinadamente y en equipo estableciendo alianzas entre todas las empresas y unidades de la corporación, para ofrecer respuestas más eficientes al mercado y al cliente y garantizar el mayor rendimiento a los accionistas.

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

- Estimular participación, fomentando un ambiente creativo y cordial que permita a los empleados sentirse orgullosos de pertenecer a la mejor empresa de telecomunicaciones.
- Mantener una comunicación abierta con sus clientes, accionistas, proveedores, compañeros de trabajo, supervisores y supervisados.

b) Orientación al negocio, al servicio y al cliente:

- Conocen las características específicas de cada uno de sus clientes, entienden sus necesidades y les buscan las soluciones más efectivas, incluso con anticipación, porque ellos constituyen su razón de ser.
- Atender con rapidez y cordialidad los planteamientos de nuestros clientes, a los cuales les damos respuestas efectivas que los hagan sentirse plenamente satisfechos.
- Entender el negocio, estudiando permanentemente el comportamiento del mercado, la competencia y el entorno, y evaluar las tendencias mundiales de la industria de telecomunicaciones, por lo que la empresa tiene una capacidad de adaptación tecnológica y organizacional que la hace flexibles y eficientes.

c) Responsabilidad por resultados:

- Tomar decisiones a tiempo ante las distintas situaciones que se presentan, basados en las mejores prácticas, en las normas y procedimientos, y en el análisis de sus consecuencias.



**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

- Cumplir los compromisos que asumen con sus clientes internos y externos, y ser responsables por los resultados de nuestras decisiones y actuaciones.
- Ejecutar las tareas que asumen dentro de los plazos establecidos con los niveles de calidad acordados.

c) Alto nivel ético y profesional:

- Excelentes profesionales y técnicos que hacen su trabajo con la mayor calidad, precisión y amor por el detalle. Además de actuar con transparencia, honestidad, apego a las leyes y ética ante sus clientes y proveedores, compañeros de trabajo, supervisores y supervisados, mejorando continuamente los procesos, desempeño y conocimientos, participando activamente en los planes de desarrollo y formación corporativos.

c) Responsabilidad social:

- Ser una organización cuyos trabajadores -a través de los productos y servicios que ofrece la empresa- contribuye significativamente a desarrollar el país y a mejorar la calidad de vida de sus habitantes; y entienden que se desempeñan en un entorno socio-económico del cual somos parte y con el cual interactúan permanentemente.
- Ejercen una responsabilidad social no sólo cuando cumplen con excelencia su misión dentro de la organización, sino también cuando comprenden la realidad de la comunidad y cuando voluntariamente participan en iniciativas sociales y ciudadanas que impactan positivamente en ella.

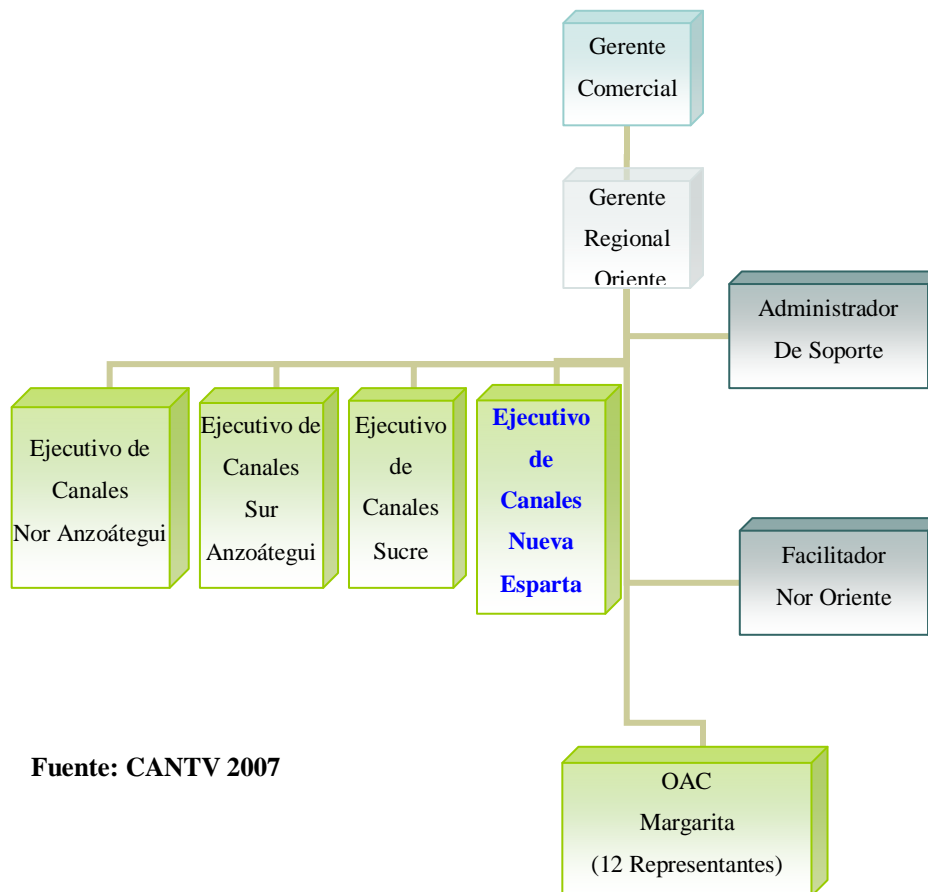
De acuerdo a lo anterior, CANTV es una corporación en la que sus empleados están comprometidos a satisfacer plenamente las necesidades específicas de sus clientes y mantenerse como la principal empresa de telecomunicaciones del país, basándose en la adecuada aplicación tecnológica y la gestión eficiente de los recursos organizacionales.

## **2.6. Estructura de la organización**

Toda empresa o institución debe poseer una estructura organizativa estableciendo el marco fundamental en que operara y así determinar las funciones, jerarquías y las actividades para lograr los objetivos propuestos. De esta forma, la estructura organizativa se refiere a la organización del personal que trabaja o desempeña algún cargo en la corporación, se presenta de forma sistematizada y jerarquizada donde cada miembro de la empresa realiza un oficio diferente según el departamento donde funcione.

En este sentido, la institución, adopta una Estructura Organizativa General la cual presenta una visión muy sucinta de la organización; limita a las unidades de mayor importancia, y al mismo tiempo se caracteriza por presentar con toda fidelidad una pirámide jerárquica de arriba abajo, en una grabación jerárquica descendente. Particularmente en el caso de la Gerencia Comercial, donde se incluye la Gerencia Oriental, se estructura de la siguiente forma:

Figura N° 1. Estructura Organizativa de la Gerencia regional oriente



Fuente: CANTV 2007

**2.7. Funciones del departamento de mercados masivos de CANTV estado Nueva Esparta**

El Departamento de Mercados Masivos en el cual se realizaron las pasantías tiene las siguientes funciones:

- Coordinar el mercadeo y comercialización de los Centros de Comunicaciones CANTV.
- Atender o guiar hacia el Ejecutivo de Canal indicado, las quejas de los aliados comerciales.
- Hacer llegar a los CDC (Centro de Comunicaciones) las actualizaciones de contratos por parte de la corporación, lo que quiere decir, es la única cara de CANTV a la cual ven sin embargo, no falta el contacto telefónico permanente con diferentes oficinas comerciales de atención al aliado

**2.8. Estructura del departamento de mercados masivos**

El equipo de Ventas en Nueva Esparta consta de 3 áreas especializadas, distribuidas adecuadamente para prestar un servicio integral a sus clientes. Cuenta con un equipo profesional, altamente capacitado y preparado para prestar el mejor servicio, liderado por la Lic. Desirée Figueroa, Ejecutiva de Canal N.E. (Ver Figura N° 2)

Los más relevantes son dos departamentos:

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

- **Telemercadeo Aba:** Integrado por un equipo humano altamente especializado para ofrecer, asesorar y orientar al cliente en cuanto al Internet banda ancha ofrecido por la empresa.

- **Vendedores Externos:** Está integrado por profesionales especializados en el área de ventas, los mismos cuentan con entrenamiento apropiado para dar un servicio excelente en la calle y negociar los servicios personalmente.

**Figura N° 2: Organigrama del departamento, Canal Nueva Esparta.**



**Fuente: Creación Propia.**

El departamento de Mercados Masivos se interrelaciona con los Departamentos Gerencia Comercial, Gerencia Regional Oriente y Gerencia de Canales los cuales hacen refuerzo a los participantes en los contenidos teóricos con respecto a los productos y servicios que ofrece Cantv.

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

- **Gerencia Comercial:** es el encargado de organizar por regiones las metas establecidas por mes en cuanto a los servicios y productos ofrecidos así mismo elaborar informes detallados para el cumplimiento de cada tarea y pasarla internamente vía correo electrónico.
  
- **Gerencia Regional Oriente:** Facilita las herramientas necesarias a los CDC y Oficinas de Atención al Cliente ofreciendo la mejor imagen de la corporación a través de estos y así ayudar de forma directa al departamento de mercados masivos.
  
- **Gerencia de Canales:** agiliza las preguntas y respuestas de los Ejecutivos de Canales de cada Estado de la región perteneciente al mismo

Los departamentos antes mencionados son la matriz del departamento al cual se realizan las pasantías, es decir, Mercados Masivos Nueva Esparta. Todos ellos participan en los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) cumpliendo las funciones señaladas anteriormente para cada uno de ellos.

### **2.9. Objetivos del departamento de mercados masivos**

El objetivo general de esta gerencia es planificar y diseñar el proceso de formación comercial de los nuevos ingresos y actualización continua del personal sobre los productos y servicios ofrecidos por la corporación, generando soluciones de formación bajo los parámetros de orientación al cliente, calidad y eficiencia, con la finalidad de contar con un recurso humano con los niveles de desempeño exigidos por las áreas de la Gerencia General de Mercados Masivos.

**FASE II**  
**ASPECTOS GENERALES**

Este gran reto, pretende cubrirlo mediante el alcance de los siguientes objetivos específicos: Certificar al personal "nuevo ingreso" (contratista) de los canales presenciales y no presenciales de Mercados Masivos en el área comercial.

- Actualizar al personal administrativo y operativo en productos y servicios de Mercados Masivos y de otras unidades.
  
- Certificar a los instructores de los canales, a fin de que sean entes multiplicadores de información inherente al área comercial.

En esta fase, se describió los aspectos generales de la empresa CANTV, especificando los relacionados con el Departamento de Mercados Masivos, así como también muestra la misión, visión, objetivos y funciones enmarcado en la búsqueda de la satisfacción de sus clientes. Para ello, la corporación cuenta con un equipo conformado por profesionales, especialistas, asesores, secretarias y obreros que logran el cumplimiento de las actividades habituales para así obtener el buen desarrollo de sus actividades.

**FASE III**

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-  
TPC), ESTABLECIDOS EN EL MANUAL DE  
PROCEDIMIENTOS DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA NACIONAL  
TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV).**



**FASE III. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC  
TPC), ESTABLECIDOS EN EL MANUAL DE  
PROCEDIMIENTOS DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA NACIONAL  
TELÉFONOS DE VENEZUELA (CANTV).**

En esta fase se presentan los procedimientos descritos en los manuales de normas y funcionamiento, así como los diferentes comunicados de la empresa a las diferentes direcciones regionales, relacionados con la gestión de los centros de comunicaciones. Así se describe, desde el proceso de solicitud de los centros de comunicación, hasta los dirigidos a la administración, logística y apertura de los centros.

**3.1. Procedimientos para la solicitud de centros de comunicaciones**

Este procedimiento, comprende las acciones realizadas desde que el cliente hace la solicitud hasta que se envía la misma para su aprobación, las actividades que deben ser ejecutadas son las siguientes:

1. El Canal Comercial (ejecutivo de ventas o representante de servicio al cliente), mediante el formato de solicitud de Centros de Comunicaciones, debe imprimir y enviar dos ejemplares originales del contrato (Ver anexo 1), sin ninguna mancha, tachaduras, enmendaduras u otros daños.
2. Verificar que la persona que firma es el representante (s) legal (es) facultado por el documento constitutivo, acta de asamblea o poder y señalado en el contrato. En caso de ser una persona distinta deberán comunicarse con la supervisión de gestión de canales en Caracas.

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS**

3. En caso de ser necesaria alguna modificación (Ejemplo: cabinas, express, taquillas, puestos de Internet), comunicarse a través del email con la coordinación de logística comercial. Ya que la configuración reflejada en el contrato es notificada por ellos y solo ellos pueden notificar modificaciones en la misma para ser reflejados en el contrato.
4. Verificar que la firma de ese representante(s) legal(es) esté en todo las páginas donde sea necesario, llámese, al final del cuerpo principal del contrato, al final de cada uno de los anexos contenidos en el mismo.
5. Advertir al representante(s) legal(es) de abstenerse a colocar una fecha diferente (a la del contrato) al momento de firmar, siempre y cuando el mismo tenga una fecha predeterminada. Si se envía sin fecha debe colocarse la fecha de firma tanto en el final del cuerpo principal del contrato como en cada uno de sus anexos.
6. Rellenar los datos (dirección, fax, teléfono, email, etc.) de notificación, usualmente contenida en la página 24 ó 27 del Contrato.
7. Rellenar la opción 5 del anexo 2 referente a la exclusividad del CDC, ya sea la letra A (100 metros a la redonda) o B (todo el Centro comercial en el que está ubicado el CDC).
8. Rellenar la opción 6 del anexo 2 referente al horario del CDC. En este punto existen tres alternativas, identificadas con la letra A (8:00 AM a 7:00 PM); la letra B (Horario establecido por la normativa del Centro comercial en el que está ubicado el CDC); y finalmente la letra C (Horario Especial).

## PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS

9. En caso de elegir la letra C, enviar la carta contentiva del horario especial elaborada por la Gerencia Regional y firmada como recibida y aceptada por el aliado.
10. El Gerente Regional debe recibir todas las solicitudes de CDC de la región procedentes del canal comercial y revisar que posea información completa sobre el cliente y la solicitud específica y enviarla por correo electrónico a la Gerencia de Gestión de Canales.

El procedimiento establecido se representa en el siguiente flujograma:

**Figura N° 3. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la solicitud de centros de comunicaciones**

RESPONSABLE	OPERACION	INSPECCION	TRANSORTE	DEMO EA	OPERACION INSPECCION	ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
EJECUTIVO DE VENTAS DEL CANAL COMERCIAL	○	→	→				Imprime y envía dos ejemplares del contrato
					□		Verifica la firma del representante, si es necesaria alguna modificación
	○						Advierte al representante legal sobre la necesidad de colocar la fecha adecuada de la firma del contrato
	○						Rellena los datos del cliente
	○						Indica el nivel de exclusividad del CDC
GERENTE REGIONAL			→		□		Indica el tipo de horario del CDC, en caso de ser horario especial, solicita al aliado la firma de una carta compromiso
					□		Recibe la solicitud, verifica la documentación y la envía a la Gerencia de Canales

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2. Procedimientos para la coordinación de gestión de canales

Una vez la Coordinación de la Gestión de Canales recibe las solicitudes que les son enviadas por las Gerencias Regionales, debe realizar el conjunto de actividades siguientes:












1. Registra cada solicitud en el sistema ASAP de CANTV (Ver Anexo 2)
2. Envía reporte vía correo electrónico a la Coordinación de Aprovisionamiento de Servicios de Telefonía Pública para la factibilidad técnica y solvencia del cliente.
3. Recibe el reporte de solicitudes aprobadas y rechazadas de la Coordinación de Aprovisionamiento de Servicios de Telefonía Pública.
4. Completa el reporte con solicitudes aprobadas (con código asignado) y no aprobadas.
5. Envía el reporte a la Gerencia Regional que corresponda.

Una vez a la semana esta coordinación debe elaborar los reportes conciliatorios y validar la apertura de los expedientes de cada cliente.

En el flujograma ubicado en la página siguiente, se describe el procedimiento descrito de las actividades establecidas para ser realizadas por la Coordinación de Canales

## PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS

**Figura N° 4. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la gestión de las solicitudes por parte de la Coordinación de Gestión de Canales**

RESPONSABLE	 OPERACIÓN	 INSPECCIÓN	 TRANSPORTE	 DEMORA	 OPERACIÓN INSPECCIÓN	 ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
COORDINACIÓN DE GESTION DE CANALES							Registra cada solicitud en el Sistema de Administración de Canales
							Envía reporte vía correo electrónico a la Coordinación de Aproveccionamiento de Servicios de Telefonía Pública para la factibilidad técnica.
							Recibe el reporte de solicitudes aprobadas y rechazadas de la Coordinación de Aproveccionamiento de Servicios de Telefonía Pública.
							Completa el reporte con solicitudes aprobadas (con código asignado) y no aprobadas.
							Envía el reporte a la Gerencia Regional que corresponda.

**Fuente:** Elaboración Propia

### 3.3. Procedimientos para el aprovisionamiento de telefonía pública

Los procedimientos realizados por Coordinación de Aprovisionamiento de Servicios de Telefonía Pública, relacionados con las solicitudes de CDC son la evaluación de la factibilidad técnica y la validación de la solvencia del cliente.

1. La evaluación de la factibilidad debe realizarse en las 24 horas siguientes a recibida la notificación de la solicitud, mediante la comprobación y verificación de la ubicación del centro, disponibilidad de pares en la zona y conveniencia del CDC (que el contrato no interfiera con otros contratos de exclusividad firmados previamente).
2. La validación de la solvencia del cliente se realiza únicamente a aquellas solicitudes cuya factibilidad técnica sea aprobada, mediante la introducción de los datos del mismo en el sistema SISCOM. Si el cliente presenta deuda, se procede a realizar el cobro en las 48 horas siguientes.
3. Una vez se demuestre que el cliente está solvente, se debe ingresar al sistema ASAP y realizar la reserva de números y pares.
4. Finalizado el proceso, la coordinación elabora el reporte semanal de aprobaciones y rechazos y envía vía correo electrónico a la Gerencia de Gestión de Canales.

## PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS

**Figura N° 5. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para el aprovisionamiento de telefonía pública.**

RESPONSABLE	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	OPERACIÓN INSPECCIÓN	ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
COORDINACIÓN DE APROVISIONAMIENTO DE TELEFONÍA PÚBLICA							Comprueba y verifica la ubicación del centro, disponibilidad de pares en la zona y conveniencia del CDC
							Verifica en el sistema SISCOM si el cliente está solvente, caso contrario realiza el cobro en 48 horas
							Ingresa en ASAP y realiza reserva de números y pares
							Elabora reporte semanal de aprobaciones y rechazo. Y las envía a Gestión de canales
							Envía el reporte a la Gerencia Regional que corresponda.

Fuente: Elaboración Propia

### 3.4. Procedimientos de administración y logística para la apertura de centros de comunicaciones (cdc-tpc)

La apertura de los centros comienza con la recepción por parte del cliente de su código de aliado el cual le es entregado por la Gerencia Regional. El código de aliado es aquel que identifica a los diferentes centros de comunicaciones en CANTV bajo una estructura alfanumérica y agrupa las diferentes codificaciones con las que opera y comercializa servicios de CANTV. Los pasos son los siguientes:

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS**

1. La gerencia Regional entrega al cliente el código de aliado.
2. Con la planilla que contiene el código de aliado, el cliente debe dirigirse a la Oficina de Atención al Cliente de su preferencia y cancelar los equipos.
3. El Representante de Servicio al Cliente debe realizar el proceso de formalización de la instalación de teléfonos semipúblicos mediante el llenado de los datos requeridos en los sistemas SRL, ASAP y STELLAR. De este procedimiento resulta una orden de servicio
4. La orden de servicio debe ser enviada a la Coordinación de Aprovisionamiento de Telefonía Pública y la documentación debe ser enviada a la Coordinación de Administración y Logística para que ésta elabore el expediente del Centro de Conexiones.
5. La Coordinación de Aprovisionamiento de Telefonía Pública, crea y librea órdenes de servicio mediante el sistema ASAP y la reserva de los equipos en el sistema SAP.
6. La Coordinación de Administración y Logística realiza la liberación de las órdenes de los equipos.
7. La Unidad de mantenimiento de Telefonía pública instala el servicio y equipos al canal comercial y realiza la inducción.



**FASE III**

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS**

**Figura N° 6. Flujograma descriptivo del procedimiento establecido para la apertura del CDC**

RESPONSABLE	○ OPERACIÓN	□ INSPECCIÓN	➔ TRANSPORTE	D DEMORA	⊠ OPERACIÓN INSPECCIÓN	▼ ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
GERENCIA REGIONAL	○						Entrega al cliente el código de aliado
CLIENTE	○						Con la planilla que contiene el código de aliado, debe dirigirse a la Oficina de Atención al Cliente de su preferencia y cancelar los equipos.
REPRESENTANTE DE SERVICIO AL CLIENTE	○						llena los datos requeridos en los sistemas SRL, ASAP y STELLAR. De este procedimiento resulta una orden de servicio
			➔				La orden de servicio debe ser enviada a la Coordinación de Aprovevisionamiento de Telefonía Pública y la documentación debe ser enviada a la Coordinación de Administración y Logística para que ésta elabore el expediente del Centro de Conexiones.
COORDINACIÓN DE APROVISIONAMIENTO DE TELEFONÍA PÚBLICA	○						Crea y libera órdenes de servicio mediante el sistema ASAP y la reserva de los equipos en el sistema SAP.
COORDINACIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y LOGÍSTICA	○						Realiza la liberación de las órdenes de los equipos.
UNIDAD DE MANTENIMIENTO	○						Instala el servicio y equipos al canal comercial y realiza la inducción.

**Fuente:** Elaboración Propia

Como puede observarse, los procedimientos que están establecidos en diferentes manuales y circulares dentro de la empresa, relacionados con la instalación de CDC, implican la participación de todos los departamentos y unidades adscritas al Departamento de Mercados Masivos y a la Gerencia Regional. Por lo tanto, para que

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS**

el proceso general, que comienza con la solicitud del cliente y culmina con la puesta en marcha de cada centro, sea realizado eficientemente, se requiere que cada una de las coordinaciones efectúe sus actividades eficientemente y mantenga comunicación adecuada con las otras unidades que están involucradas la instalación de los centros.

**FASE IV**

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-  
TPC) APLICADOS POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS  
MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA**

**FASE IV. PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-  
TPC) APLICADOS POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS  
MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA**

En esta fase se presenta la descripción de los procedimientos observados durante el período de pasantías, realizada con el apoyo de las entrevistas, teniendo presente que CANTV utiliza procedimientos administrativos para la instalación de los centros de comunicación, resulta importante mencionar uno a uno los pasos para la instalación de Teléfonos Principales Comunitarios (TPC) o Tarificadores CANTV, (Centro de Comunicaciones Independientes).

**4.1. Procedimientos para la recaudación de requisitos exigidos por cantv**

El proceso comienza con la realización de charlas a los aliados comerciales y a empresas interesadas sobre el plan de negocios y las posibilidades que ofrece la instalación de CDC. Si el cliente está interesado, se siguen los pasos que a continuación se enumeran:

1. El vendedor le indica al cliente que debe presentar ante las oficinas de atención al cliente o el representante del Departamento de Mercados Masivos (vendedor), los siguientes requisitos:
  - a. Carta de Exposición de Motivos.
  - b. Aspectos Legales como:
    - Registro Mercantil (Capital mínimo: 20 mil Bolívares Fuertes)

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

- Cédula de Identidad de los Accionistas de la empresa solicitante
  
  - RIF/NIT empresa
- c. Informe Económico-Financiero: contenido de los balances visados de la empresa y de sus accionistas
- d. Infraestructura y Arquitectura:
- Croquis del local
  
  - Ubicación
  
  - Fotos del local
- e. Factibilidad Técnica: que se fundamenta en que el cliente posea un teléfono de referencia
- f. Factibilidad Comercial del entorno:
- Volumen de usuarios.
  
  - Tráfico frente al local.
2. El Representante o vendedor recibe y revisa todos los recaudos y los envía a la Gerencia Regional en Puerto la Cruz para que aprueben o rechacen la solicitud, en un lapso de 10 días, mediante el siguiente procedimiento

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

3. Se emite la Carta de Aprobación por parte de la Gerencia Regional en Puerto La Cruz, de la solicitud realizada por el cliente.
4. Al recibir la carta de aprobación, el vendedor se dirige al cliente y le informa que debe cancelar los gastos relacionados con la franquicia del CDC.
5. El cliente realiza el pago Franquicia mediante depósito bancario en las oficinas que le son indicadas por el vendedor, entregándole copia del mismo.
6. El vendedor envía la copia del depósito a la Gerencia Regional en Puerto La Cruz.
7. La Gerencia Regional autoriza la firma del contrato.

Este proceso se describe gráficamente en el siguiente flujograma:

**FASE IV**  
**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

**Figura N° 7. Flujograma descriptivo del procedimiento aplicado para la recaudación de requisitos exigidos por CANTV**

RESPONSABLE	○ OPERACIÓN	□ INSPECCIÓN	➔ TRANAPORTE	◐ DEMORA	◑ OPERACIÓN INSPECCIÓN	▼ ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
EJECUTIVO DE VENTAS DEL CANAL COMERCIAL	○						El vendedor le indica al cliente que debe presentar ante las oficinas de atención al cliente o el representante del departamento de mercados masivos (vendedor), todos los requisitos
			➔				El Representante o vendedor recibe y revisa todos los recaudos y los envía a la Gerencia Regional en Puerto la Cruz
GERENTE REGIONAL	○						Emite la Carta de Aprobación
EJECUTIVO DE VENTAS DEL CANAL COMERCIAL	○		➔				Recibe la carta de aprobación, el vendedor se dirige al cliente y le informa que debe cancelar los gastos relacionados con la franquicia del CDC.
CLIENTE	○						Realiza el pago Franquicia mediante depósito bancario en las oficinas que le son indicadas por el vendedor, entregándole copia del mismo.
EJECUTIVO DE VENTAS DEL CANAL COMERCIAL			➔				Envía la copia del deposito a la Gerencia Regional en Puerto La Cruz
GERENTE REGIONAL	○						Autoriza la firma del contrato.

**Fuente:** Elaboración Propia

#### **4.2. Procedimientos para el registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado Sapportal de CANTV**

Este procedimiento lo realiza el representante de atención al cliente en la Oficina de Atención al Cliente, y varía de acuerdo al tipo de contrato (CDC o teléfonos tarificadores), mediante las siguientes actividades.

En el caso de los teléfonos tarificadores, el representante realiza el siguiente procedimiento para cada uno de los teléfonos asignados.

1. Introduce los datos del cliente en el sistema Sapportal de CANTV, si es persona natural (nombre, apellidos), y si quien necesita el servicio son comercios de dedicación compartida (kioscos, abastos, panaderías, peluquerías, etc.) introducir la denominación comercial de dicho establecimiento. La pantalla del sistema se presenta como se muestra al final de la descripción del procedimiento.
2. Se repite este procedimiento si el cliente solicita más de un teléfono tarificador, hasta que el sistema arroje un número de orden para cada teléfono tarificador.
3. Se realiza seguimiento diario a dichas solicitudes para saber si se encuentran 100 % completas para la zona que ha solicitado el cliente.
4. Una vez completada las órdenes se entregan los teléfonos correspondientes.



**FASE IV**  
**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

**Figura N° 8. Sistema Sapportal de CANTV. Creación de Cliente**

Creación de Cliente - SAP NetWeaver Portal - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección <http://sapportal.cantv.com.ve/jrjportal> Ir Vínculos »

**cantv** portal corporativo de servicios  
bienvenido DESIREE FIGUEROA TRUJILLO  
▶ Salir del sistema

Inicio Serv. Empleado Serv. Corporativos Gestión Administrativa **Atención al Cliente** Gestión de Documentos Buzón de Mensaje

• Gestión al Cliente • **Cientes y Reclamos** • Gest. Cobranzas • Gest. Créditos

Creación de Cliente | Historial | Atrás | [Hacia adelante](#)

Navegación Detallada Creación de Cliente

Acerca de Clientes y Reclamos  
Clientes y Cuentas  
Gestión de Cliente  
**Creación de Cliente**  
CTUC  
Clientes y Cuentas  
PAF  
Reclamos y Ajustes

Introduzca la Cédula o RIF del cliente a crear:

V [v] 171100537

Res  No Res

Buscar

Aplicaciones Corp. Externas

Seleccione

Mis favoritos

Enlaces relacionados

- Ayudas en Línea

Intranet local

Inicio Q-Win System Mana... Inbox - Microsoft Ou... 3 Internet Explorer Presentación1 ES 3:13

**FASE IV**  
**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

**Figura N° 9. Sistema Sapportal de CANTV. Tipo de Servicio Solicitado.**

The screenshot displays the SAP NetWeaver Portal interface for creating a customer. The browser window title is "Creación de Cliente - SAP NetWeaver Portal - Microsoft Internet Explorer". The address bar shows the URL "http://sapportal.cantv.com.ve/irj/portal".

The page header includes the CANTV logo and the text "portal corporativo de servicios" and "bienvenido DESIREE FIGUEROA TRUJILLO". A navigation menu at the top contains: Inicio, Serv. Empleado, Serv. Corporativos, Gestión Administrativa, **Atención al Cliente**, Gestión de Documentos, and Buzón de Mensaje. A secondary menu below it includes: Gestión al Cliente, **Cientes y Reclamos**, Gest. Cobranzas, and Gest. Créditos.

The main content area is titled "Creación de Cliente" and includes a breadcrumb trail: Inicio > Atención al Cliente > Cientes y Reclamos > Creación de Cliente. A sidebar on the left lists navigation options: Acerca de Clientes y Reclamos, Clientes y Cuentas (with sub-items: Gestión de Cliente, **Creación de Cliente**, CTUC), Clientes y Cuentas, PAF, and Reclamos y Ajustes. Below the sidebar are sections for "Aplicaciones Corp. Externas" (with a "Seleccione" dropdown), "Mis favoritos", and "Enlaces relacionados" (with a link to "Ayudas en Línea").

The main form area contains the following elements:
 

- A red warning message: "Por favor complete los campos obligatorios (\*)".
- A heading: "Crear Cliente No Residencial".
- A section titled "Datos de la Empresa" with the following fields:
  - "ID Padre": an empty text input field.
  - "Unidad de Negocio \*": a dropdown menu with "Telecomunicaciones Públicas" selected.
  - "Actividad Económica \*": a dropdown menu with "Centro Telefonía Compartida - CDC" selected.
- A "Siguiete" button located below the form fields.

The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, several icons, and open applications: "Q-Win System Mana...", "Inbox - Microsoft Ou...", "Internet Explorer" (with 3 tabs), and "Presentación1". The system clock shows "3:19".

**Figura N° 10. Sistema Sapportal de CANTV. Registro de datos de identificación del solicitante.**

Creación de Cliente - SAP NetWeaver Portal - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Dirección <http://sapportal.cantv.com.ve/irj/portal> Ir Vínculos »

**cantv** portal corporativo de servicios  
bienvenido DESIREE FIGUEROA TRUJILLO  
Salir del sistema

Inicio Serv. Empleado Serv. Corporativos Gestión Administrativa **Atención al Cliente** Gestión de Documentos Buzón de Mensaje

Gestión al Cliente Cientes y Reclamos Gest. Cobranzas Gest. Créditos

Creación de Cliente Historial Atrás Hacia adelante

Navegación Detallada Creación de Cliente

Acerca de Clientes y Reclamos Por favor complete los campos obligatorios (\*)  
 Crear Cliente No Residencial

Datos de la Empresa

Razón Social \* NEME, CA

Denominación Comercial \* NEME, CA

Identificador \* 171100538

Capital Social Bs. 500.000,00

Referencia Bancaria Bs. 250,00

Método de Envío \* Factura Estándar

Anterior Siguiente

Listo Intranet local

Inicio Q-Win System Mana... Inbox - Microsoft Ou... 3 Internet Explorer Presentación1 ES 3:25

**FASE IV**  
**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

**Figura N° 11. Sistema Sapportal de CANTV. Registro de datos de dirección del solicitante.**

The screenshot displays the 'Creación de Cliente' (Client Creation) form in the SAP NetWeaver Portal. The browser window title is 'Creación de Cliente - SAP NetWeaver Portal - Microsoft Internet Explorer'. The address bar shows 'http://sapportal.cantv.com.ve/irj/portal'. The portal header includes the CANTV logo and the text 'portal corporativo de servicios' and 'bienvenido DESIREE FIGUEROA TRUJILLO'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Serv. Empleado', 'Serv. Corporativos', 'Gestión Administrativa', 'Atención al Cliente', 'Gestión de Documentos', and 'Buzón de Mensaje'. The current page is 'Creación de Cliente' with a breadcrumb trail: 'Gestión al Cliente > Clientes y Reclamos > Gest. Cobranzas > Gest. Créditos'. The form itself is titled 'Creación de Cliente' and contains the following fields and values:

Field	Value
Estado *	Nueva Esparta
Ciudad *	Porlamar
Municipio / Parroquia *	MARIÑO
Urbanización / Sector *	LLANO ADETRO
Calle / Avenida *	4 DE MAYO
Casa / Edificio *	EXITOSO
Piso / Apto / Oficina *	OFICINA 4
Zona Postal *	6301
Apartado Postal	630125

At the bottom of the form, there are 'Anterior' and 'Siguiente' buttons. The Windows taskbar at the bottom shows the system tray with the time 3:30 and the taskbar with 'Inicio', 'Q-Win System Mana...', 'Inbox - Microsoft Ou...', 'Internet Explorer', and 'Presentación1'.

FASE IV  
PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS

**Figura N° 12. Sistema Sapportal de CANTV. Registro exitoso del cliente bajo un número de orden o identificador.**

The screenshot displays the SAP NetWeaver Portal interface in Microsoft Internet Explorer. The browser's address bar shows the URL <http://sapportal.cantv.com.ve/irj/portal>. The page header includes the CANTV logo and the text "portal corporativo de servicios" and "bienvenido DESIREE FIGUEROA TRUJILLO". A navigation menu at the top contains links such as "Inicio", "Serv. Empleado", "Serv. Corporativos", "Gestión Administrativa", "Atención al Cliente", "Gestión de Documentos", and "Buzón de Mensaje". The main content area is titled "Creación de Cliente" and displays a success message: "Cliente No Residencial. Exito: El cliente fue creado satisfactoriamente con el identificador: 1014854629". Below the message are three buttons: "Crear Cuenta Res", "Crear Cuenta No Res", and "Aceptar". The left sidebar contains a "Navegación Detallada" section with a tree view including "Acerca de Clientes y Reclamos", "Clientes y Cuentas", "Gestión de Cliente", "Creación de Cliente", "CTUC", "Clientes y Cuentas", "PAF", and "Reclamos y Ajustes". The bottom of the screen shows the Windows taskbar with the system tray displaying "Listo", "Intranet local", and the time "3:36".

## PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS

El procedimiento se describe en el siguiente flujograma:

**Figura N° 13. Flujograma descriptivo del procedimiento para el registro de los teléfonos tarificadores en el sistema automatizado**

RESPONSABLE	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	TRANAPORTE	DEMORA	OPERACIÓN INSPECCIÓN	ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
REPRESENTANTE DE SERVICIO AL CLIENTE	○						Introduce los datos del cliente en el sistema Sapportal e CANTV, repitiendo el proceso para cada telefono tarificador
	↓						Se realiza seguimiento diario de las solicitudes realizadas en el portal
	○ →		→				Completada las órdenes, entrega los teléfonos al cliente

**Fuente:** Elaboración Propia

En cuanto a los procedimientos administrativos para la instalación de centro de comunicaciones CANTV (formal), son los siguientes:

1. Se introducen los datos del cliente y denominación comercial en el sistema Sapportal de CANTV.
2. Se imprimen dos ejemplares originales del Contrato y se envían a Caracas para ser autorizados y firmados por el Gerente General, verificando que no posean se tachaduras, enmendaduras o manchas.

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

3. Se verifica que la persona que firma es el representante(s) legal(es) facultado por Documento Constitutivo, Acta de Asamblea o Poder señalado en el contrato.
4. De ser necesaria alguna modificación (Ejemplo: cabinas, express, taquillas, puestos de Internet), el representante o vendedor se comunica a través del e-mail con la Coordinación de Logística Comercial.
5. Se verifica que la firma de ese representante(s) legal(es) esté en todas las páginas donde sea necesario, es decir, al final del cuerpo principal del Contrato y al final de cada uno de los Anexos contenidos en el mismo.
6. Se procede a advertir al representante(s) legal(es) de abstenerse a colocar una fecha diferente (a la del contrato) al momento de firmar, siempre y cuando el mismo tenga una fecha predeterminada. Si se envía sin fecha debe colocarse la fecha de firma tanto en el final del cuerpo principal del contrato como en cada uno de sus anexos.
7. Se procede a rellenar los datos (dirección, fax, teléfono, e-mail.) de notificación, usualmente contenida en la página 24 o 27 del Contrato.
8. Se procede a rellenar la opción 5 del anexo 2 referente a la exclusividad del CDC, ya sea la letra A (100 metros a la redonda) o B (todo el Centro comercial en el que está ubicado el CDC). Posteriormente se procede a rellenar la opción 6 del anexo 2 referente al horario del CDC. En este punto existen tres alternativas, identificadas con la letra A (8:00 AM a 7:00 PM); la letra B (Horario establecido por la normativa del Centro comercial en el que está ubicado el CDC); y finalmente la letra C

PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS

(Horario Especial). En caso de elegir la letra C, se debe enviar la carta contentiva del horario especial elaborada por la Gerencia Regional y firmada como recibida y aceptada por el Aliado.

- Finalmente, se procede a la espera del contrato firmado por el Gerente General, para dar apertura a un nuevo centro de comunicaciones CANTV del Estado Nueva Esparta.

**Figura N° 14. Flujograma descriptivo del procedimiento para el registro del centro en el sistema automatizado**

RESPONSABLE	OPERACIÓN	INSPECCIÓN	TRANSFORTE	LEMBRA	OPERACIÓN INSPECCIÓN	ARCHIVO	TAREAS Y/O ACTIVIDADES
REPRESENTANTE DE SERVICIO AL CLIENTE	○						Introduce los datos del cliente y denominación comercial en el sistema Supportal de CANT V.
	○						Imprime dos ejemplares originales del Contrato y se envían a Caracas para ser autorizados y firmados por el Gerente General.
					■		Verifica que la persona que firma es el representante(s) legal(es)
	○		⇨				De ser necesaria alguna modificación (Ej: cabinas, taquillas, puestos de Internet), el representante o vendedor se comunica a través del e-mail con la Coordinación de Logística Comercial
	○				■		Verifica que la firma de ese representante(s) legal(es) esté en todas las páginas donde sea necesario
	○						Advierte al representante(s) legal(es) de abstenerse a colocar una fecha diferente (a la del contrato) al momento de firmar
	○						Rellena los datos (dirección, telefax, teléfono, e-mail) de notificación, usualmente contenida en la página 24 o 27 del Contrato.
	○						Rellena la opción 5 del anexo 2 referente a la exclusividad del CDC.
	○						Espera del contrato firmado por el Gerente General, para dar apertura a un nuevo CDC CANT V

Fuente: Elaboración Propia



### 4.3. Procedimiento de factibilidad técnica

La factibilidad técnica permite determinar si un cliente puede convertirse en CDC o es factible la instalación de teléfonos tarificadores.

En este sentido, se considera que es factible la instalación de cualquiera de estas opciones cuando el cliente posee una línea telefónica CANTV, y existe la posibilidad de interconexión con las redes de la empresa en un área no mayor a 100 mts<sup>2</sup>.

Además se evalúa la infraestructura, verificando que el local para los CDC disponga al menos de las siguientes características, las cuales representan el mínimo requerido por la empresa para otorgar la franquicia:

- Frente: que de a la calle o al centro comercial debe ser mayor a 5 m
- Área total del local comercial mayor a 120 m<sup>2</sup>
- Altura mínima exigida del local 2,40 m, para que pueda ser instalada la infraestructura y decoración que distingue los centros de comunicaciones CANTV.
- Preferiblemente propio, dado que se favorece la autorización para la instalación y remodelaciones necesarias para el funcionamiento el centro
- Preferiblemente ubicado en planta baja, debido a que los estudios de mercadeo indican que los usuarios prefieren esta ubicación por razones de accesibilidad.

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

- Ubicado en zona comercial y de alto tráfico, dado que en caso contrario, el Aliado no podrá recuperar su inversión en el tiempo previsto debido a la poca afluencia de posibles usuarios.
- Techo preferiblemente de losa de concreto o similar, porque la mayor parte de las estructuras que conforman la arquitectura y decoración de los centros requiere de estructuras sólidas para su instalación.

Cuando un local comercial cumple con estas características, las aprobaciones de la factibilidad técnica son inmediatas. Sin embargo, en la mayoría de los casos, los locales cumplen sólo con algunas de las especificaciones mencionadas, lo que implica que el equipo del departamento de logística y aprovisionamiento debe realizar un estudio sobre las posibilidades de transformación del local para que se adecúe a los requisitos exigidos.

**4.4. Procedimientos para la apertura de centros de comunicaciones**

Para la instalación de los Centros de Comunicaciones, el Departamento de Logística, verifica que se cumplan una serie de actividades en un lapso determinado de tiempo, una vez es aprobada la solicitud del cliente y es firmado el contrato de servicios con CANTV. Estos son los siguientes:

- 30 días para iniciar adecuación del local, en este período se debe preparar el local e instalar la decoración e infraestructura necesarias.
- 60 días para permitir acceso al equipo de CANTV para instalar sus equipos.

**PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS APLICADOS**

- Presentación Garantías: 1 mes antes de apertura, el cliente debe presentar sus balances y garantías para el funcionamiento óptimo del centro.
- Certificación del local: 15 antes de fecha estimada de apertura, el departamento de logística debe verificar que el local esté en condiciones de funcionamiento y certificarlo mediante carta entregada al aliado comercial.
- 90 días para poner el CDC en servicio al público.

El Departamento de Mercados Masivos, interviene en este proceso, asistiendo y orientando efectivamente al cliente y verificando que se cumplan con los requerimientos mínimos señalados.

Se observa que en el proceso de instalación de CDC, la empresa involucra a diversos departamentos que deben realizar sus funciones en forma coordinada. Sin embargo, se ha podido observar, que la fluidez de las comunicaciones internas, se ve interrumpida frecuentemente por las caídas del sistema sapportal, lo que influye en que se deba esperar para la realización del registro del cliente en el sistema.

Por otra parte, la centralización en Caracas de la aprobación y firma de los contratos y autorizaciones, causa retrasos propios de los envíos vía correo de la documentación.

**FASE V**

**COMPARACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS APLICADOS  
POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS MASIVOS DE  
CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA PARA LA INSTALACIÓN  
DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-TPC)**

**FASE V. COMPARACIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS  
APLICADOS POR EL DEPARTAMENTO DE MERCADOS  
MASIVOS DE CANTV ESTADO NUEVA ESPARTA PARA LA  
INSTALACIÓN DE CENTROS DE COMUNICACIONES (CDC-  
TPC)**

Los procedimientos establecidos por CANTV para la contratación e instalación de Centros de Comunicaciones, que fueron descritos en las fases anteriores son los relacionados con la coordinación de gestión de canales, los que se realizan para el aprovisionamiento de telefonía pública y los de administración y logística para la apertura de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC), mientras que los que se realizan por parte del Departamento de Mercados masivos son los relativos al registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado Sapportal de CANTV, la verificación de la factibilidad técnica y con la apertura de Centros de Comunicaciones.

Aunque se trata de procedimientos esencialmente distintos, están muy relacionados unos con los otros, lo cual facilita realizar cuadros comparativos que permitan visualizar si en el proceso de instalación de Centros de Comunicaciones, el Departamento de Mercados masivos cumple con los lineamientos establecidos en el manual. Por ello en relación a los procedimientos de registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado Sapportal de CANTV, se presenta el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 1. Cuadro comparativo de los procedimientos de registro de datos comerciales y personales en el sistema computarizado Sapportal de CANTV con los establecidos por la empresa**

<b>PROCEDIMIENTO REALIZADO</b>	<b>PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO</b>
Se introducen los datos del cliente y denominación comercial en el sistema Sapportal de CANTV.	El representante de servicio al cliente, accede al Sapportal y realiza los registros correspondientes.
<b>PROCEDIMIENTO REALIZADO</b>	<b>PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO</b>
Se imprimen dos ejemplares originales del Contrato y se envían a Caracas para ser autorizados y firmados por el Gerente General, verificando que no posean tachaduras, enmendaduras o manchas	El representante de servicio al cliente, imprime los contratos y los revisa y hace firmar por el cliente, cuidando que no tengan tachaduras ni enmendaduras.
Se verifica que la persona que firma es el representante(s) legal(es) facultado por Documento Constitutivo, Acta de Asamblea o Poder señalado en el contrato. En caso de ser una persona distinta el representante se comunica con la Supervisión de Gestión de Canales para recibir instrucciones al respecto.	El representante de servicio al cliente revisa el acta constitutiva de la empresa solicitante y se asegura que el representante esté legalmente autorizado bien sea por acta de asamblea o por poder notariado. Cuando no es así se comunica telefónicamente con Gestión de Canales para que le indiquen los pasos a seguir, que por lo general consisten en solicitar al representante presentar la

**FASE V**  
**COMPARACIÓN**

	documentación indicada El proceso se detiene en espera de dicha documentación.
De ser necesaria alguna modificación (Ejemplo: cabinas, express, taquillas, puestos de Internet), el representante o vendedor se comunica a través del e-mail con la Coordinación de Logística Comercial, ya que la configuración reflejada en el contrato es notificada por ellos y sólo ellos pueden realizar modificaciones en la misma para ser reflejados en el contrato.	Se debe comunicar cualquier modificación con el canal de logística, dado que cualquier modificación técnica en el contrato debe ser revisada autorizada por sus empleados.
Se verifica que la firma de ese representante(s) legal(es) esté en todas las páginas donde sea necesario, es decir, al final del cuerpo principal del Contrato y al final de cada uno de los Anexos contenidos en el mismo.	El representante de servicio al cliente revisa el contrato y verifica que el cliente o su representante legal haya firmado todos los espacios mencionados.
<b>PROCEDIMIENTO REALIZADO</b>	<b>PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO</b>
Se procede a advertir al representante(s) legal(es) de abstenerse a colocar una fecha diferente (a la del contrato) al momento de firmar, siempre y cuando el mismo tenga una fecha predeterminada. Si se envía sin fecha debe colocarse la fecha de firma tanto en el final del cuerpo principal del contrato como en cada uno de sus anexos.	La mayoría de los contratos son enviados sin fecha predeterminada para el inicio de actividades, colocándose únicamente la fecha de firma en el contrato y cada uno de sus anexos
Se procede a rellenar los datos (dirección, telefax, teléfono, e-mail.) de notificación, usualmente contenida en la página 24 o 27 del Contrato.	El representante de servicio al cliente llena los espacios de las páginas 24 o 27 del contrato con los datos del

**FASE V**  
**COMPARACIÓN**

	cliente.
Se procede a rellenar la opción 5 del anexo 2 referente a la exclusividad del CDC, ya sea la letra A (100 metros a la redonda) o B (todo el Centro comercial en el que está ubicado el CDC). Posteriormente se procede a rellenar la opción 6 del anexo 2 referente al horario del CDC. En este punto existen tres alternativas, identificadas con la letra A (8:00 AM a 7:00 PM); la letra B (Horario establecido por la normativa del Centro comercial en el que está ubicado el CDC); y finalmente la letra C (Horario Especial). En caso de elegir la letra C, se debe enviar la carta contentiva del horario especial elaborada por la Gerencia Regional y firmada como recibida y aceptada por el Aliado.	Por lo general se llena la opción 5 del anexo 2 con las letras A o C, dado que la mayoría de los centros no se encuentran ubicados en centros comerciales y existen pocos contratos de exclusividad en la región neoespartana.
Finalmente, se procede a la espera del contrato firmado por el Gerente General,	No se realiza este paso pero si el procesamiento de la solicitud por parte del gerente general

**Fuente:** Elaboración Propia.

Se puede observar que en la ejecución de este procedimiento la empresa cumple con las normas establecidas en el manual de normas y procedimientos. Aunque la espera por la firma del contrato, no se establece en el manual, es consecuencia lógica de la aplicación del proceso de envío de los contratos para su firma por parte del Gerente general, por lo cual, no se considera que exista ninguna desviación respecto a las pautas a seguir establecidas en esta actividad.



En cuanto a la verificación de la factibilidad técnica, la comparación se presenta en el cuadro siguiente:

**Cuadro N° 2. Cuadro comparativo de los procedimientos de verificación de la factibilidad técnica con los establecidos por la empresa**

<b>PROCEDIMIENTO REALIZADO</b>	<b>PROCEDIMIENTO ESTABLECIDO</b>
Se considera que es factible la instalación de cualquiera de estas opciones cuando el cliente posee una línea telefónica CANTV, y existe la posibilidad de interconexión con las redes de la empresa en un área no mayor a 100 mts.	Es responsabilidad de la Coordinación de Aproveccionamiento de Servicios de Telefonía Pública:
El local debe contar como mínimo con las siguientes características <ul style="list-style-type: none"> <li>- Frente &gt; 5 m</li> <li>- Área &gt; 120 m<sup>2</sup></li> <li>- Altura &gt; 2,40 m</li> <li>- Preferiblemente propio</li> <li>- Preferiblemente en PB</li> <li>- Ubicado en zona comercial y de alto tráfico</li> <li>- Techo preferiblemente de losa de concreto o similar</li> </ul>	Evaluar la factibilidad técnica de las solicitudes de instalación de los centros de comunicaciones, recibidas de la Coordinación de Gestión de Canales, así como la validación de la solvencia de los clientes. Por lo tanto, se establecen los parámetros que son debidamente tomados en cuenta por el representante

**Fuente:** Elaboración Propia

Se observa que se cumple con las normas establecidas para la verificación de la factibilidad técnica. Sin embargo, la misma es aprobada por la Gerencia Regional en Puerto La Cruz y no por el departamento de Logística ni por el de gestión de Canales.

Por último, en cuanto a la apertura e instalación de Centros de Comunicaciones, propiamente dicha, la situación es diferente, dado que aunque se consideran los aspectos mencionados, el trabajo del departamento de mercados masivos se limita a procedimientos de verificación y no al cumplimiento de las normas y actividades señaladas en el manual, las cuales implican que con la planilla que contiene el código de aliado, el cliente debe dirigirse a la Oficina de Atención al Cliente de su preferencia y cancelar los equipos.

El Representante de Servicio al Cliente debe realizar el proceso de formalización de la instalación de teléfonos semipúblicos mediante el llenado de los datos requeridos en los sistemas SRL, ASAP y STELLAR. De este procedimiento resulta una orden de servicio que debe ser enviada a la Coordinación de Aprovechamiento de Telefonía Pública y la documentación debe ser enviada a la Coordinación de Administración y Logística para que ésta elabore el expediente del Centro de Conexiones.

Por su parte la Coordinación de Aprovechamiento de Telefonía Pública, crea y libera órdenes de servicio mediante el sistema ASAP y la reserva de los equipos en el sistema SAP. Luego de esto la Coordinación de Administración y Logística realiza la liberación de las órdenes de los equipos.

Una vez liberados los equipos la Unidad de mantenimiento de Telefonía pública instala el servicio y equipos al canal comercial y realiza la inducción, finalizando el procedimiento.

Estos procesos no son realizados por el Departamento de Mercados Masivos y su intervención en los mismos es mínima. Por lo tanto, los tiempos de ejecución de los procesos que son por lo general de 90 días o más, no pueden ser controlados por este departamento, y han resultado en que algunos posibles aliados, retiren su solicitud, al no estar debidamente informados por parte de las gerencias respectivas de los tiempos reales de aprobación de cada solicitud.

Por otra parte, este departamento dedica a los procedimientos relacionados con la instalación de centros de comunicaciones únicamente un (1) día a la semana, lo que aunado a que no se tiene asignados suficiente personal administrativo, impide la fluidez en los procesos.

## CONCLUSIONES

Una vez formulado los beneficios y debilidades en los procedimientos administrativos para la instalación de Centros de Comunicaciones (CDC-TPC) por parte del Departamento de Mercados Masivos de CANTV Estado Nueva Esparta, se procedió a determinar las siguientes conclusiones, las cuales reflejan los aspectos resaltantes que se derivan de la situación observada durante el periodo de pasantías, orientados por los objetivos planteados.

- Según la forma y disposición de las responsabilidades de cada uno de sus diversos departamentos y las relaciones que entre ellos existen, CANTV posee una estructura organizativa de tipo, vertical, donde la autoridad es ejercida desde Caracas, desagregados a cada nivel de la misma, encontrándose varias personas que intervienen en el control de los mismos. En la sede central y cada Gerencia regional se encuentra definida(s) la(s) unidad(es) de mando, lo que puede resultar beneficioso en el logro de coordinado de los objetivos empresariales. Sin embargo, también puede generar que la estructura sea demasiado rígida para la solución rápida y eficaz de pequeñas dificultades en la operatividad relacionadas con las diversas autorizaciones.
- El Departamento de Mercados Masivos de la Gerencia Regional Nor-Oriental, se ocupa de realizar procedimientos administrativos de apoyo a los ejecutivos de comercialización para la instalación de centros de comunicaciones (CDC) que son solicitados por los clientes de CANTV, siguiendo las especificaciones de los manuales de procedimientos y circulares internas de la empresa. No obstante, dada sus múltiples actividades, dedica sólo un día a la semana para realizar las tramitaciones relacionadas con el envío de información a la Coordinación de la Gestión de Canales y la revisión de las aprobaciones y

rechazo, por lo que los clientes deben esperar por las mismas, demorando un proceso que podría ser más expedito.

- La aprobación de la factibilidad técnica de cada solicitud, es realizada por los empleados adscritos a las coordinaciones de logística, que además se ocupan de supervisar la instalación de los centros. Dado que este departamento posee solo tres empleados que se dedican a la supervisión, se presentan retardos en los estudios de factibilidad técnica.
  
- La intervención del equipo de Mercados Masivos en la instalación de los CDC, está limitada a la supervisión y los pasos previos de tramitación de las aprobaciones y autorizaciones, así como a la verificación de la documentación y firmas de los clientes.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a las fases desarrolladas y las conclusiones señaladas, se recomienda:

- Estudiar las posibilidades de contratar personal que sea asignado a realizar específicamente las actividades relacionadas con la instalación de centros de comunicaciones a fin de agilizar las tramitaciones de aprobaciones de los mismos. De esta forma se evitará que los interesados, se dirijan a otras operadoras para solicitar la instalación del centro, aumentando la capacidad de respuesta de la organización.
- De no ser posible la contratación de personal, establecer un horario diario que sea dedicado a la tramitación de aprobaciones da CDC y dar fluidez al proceso, lo que contribuirá al procesamiento rápido de las solicitudes realizadas por los clientes incrementando la calidad de servicio.
- Se deben promover estrategias que permitan el estudio de la factibilidad técnica de forma expedita, que incluyan la utilización de listados de cotejo o verificación con márgenes aceptables para que se facilite la toma de decisiones al respecto, porque los lineamientos generales que actualmente se utilizan, permiten que los evaluadores requieran de largas horas para dictaminar sobre la posibilidad de instalar el centro. Además se reducirían los tiempos de prestación de servicio, incrementando la calidad del mismo.

## BIBLIOGRAFÍA

Albretch, K. (1990). La excelencia en el servicio. Buenos Aires Argentina: Editorial Kairós.

Atoto, Andrés. (1992). Principios de sistemas de información. México: Editorial McGraw Hill.

Balestrini, M. (2002). Como se elabora el proyecto de investigación. Caracas: Servicios BL Consultores Asociados.

Barranco, Francisco. (1993). Planificación estratégica de recursos humanos. España: Editorial Pirámide.

Catacora, F (1996). Sistemas y procedimientos contables. Caracas: Editorial McGraw Hill.

Chiavenato, I (2004). Administración en los nuevos tiempos. Bogotá: Editorial McGraw Hill Interamericana.

Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela CANTV (2007). Estimular los negocios tradicionales. (Revista de orientación corporativa). Caracas: Editorial La Galaxia.

Compañía Anónima Nacional Teléfonos de Venezuela CANTV (2007) Manual de procedimientos para la instalación de centros de comunicaciones CANTV. Caracas. Editorial La Galaxia.

- Gamboa, R (1999). Curso básico de administración (Finanzas). Bogotá: Editorial Norma S.A.
- Gómez, G. (1994). Planeación y organización de empresas. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hernández, S. (1995). Metodología de la Investigación, Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Hurtado de Barrera, Jacqueline. (1998). Metodología de la investigación holística. Caracas: Editorial Fundación Sypal.
- Kenneth C. y Jane Price. (1999) Organización de tecnología. México: Editorial Hispanoamericana.
- Koontz, Harold (1998). Administración una perspectiva global. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Lázaro, Víctor. (1998). Sistemas y procedimientos. México: Editorial Diana.
- Méndez, C. (2003). Metodología. Diseño y desarrollo del Proceso de Investigación. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Pilar, B. (1995). Metodología de la Investigación. Colombia: Editorial Mc Graw Hill.
- Quigley (1996) Visión. Colombia: Edit. Kimpress Ltda.
- Robbins (1999) Comportamiento Organizacional México: Edic. Prentice Hall.
- Sabino, Carlos. (1996). El proceso de investigación. Caracas: Editorial Panapo.



Universidad Nacional Abierta UNA (2001). Técnicas de documentación e investigación I. (7ª Edición). Caracas, Venezuela: Ediciones de la UNA.

### **Referencias electrónicas**

Compañía Anónima Nacional de Teléfonos de Venezuela CANTV (Página Web en línea). Disponible en: <http://www.cantv.com.ve> (Consulta: 2007, junio 25).

Glosario de términos. (Página Web en línea). Disponible: <http://www.saportalprincipal/glosario.cantv.net>

## ANEXOS

Coordinación Comercial Nor Oriente

## ANEXO 1

## FORMATO DE SOLICITUDES CDC Y TCP

DATOS SOLICITUD										
Oac	Datos Legales		Datos Comerciales			Tipo: CDC, CDCC, TC	Líneas	Puestos Internet	Dirección de instalación	Tlf. Ref. Tec.
	Razón Social	Rif	Persona Contacto	C.I.	Teléfono contacto					
	BRINAR C.A.	J-30991671-8	FRANCISCO BRICEÑO	12.674.415	416-3985940	COMUNITARIO	4	4	PORLAMAR	295-2580388

## Registro de solicitudes en el sistema ASAP. ANEXO 2

ASAP (Sistema Automatizado de Atención al Público)  
Ingreso al Sistema. Cont...

IPADDR: 10.1.15.55                  FECHA: 12/12/06                  HORA: 08:53:23

COMPANIA ANONIMA NACIONAL TELEFONOS DE VENEZUELA

*****\	*****\	**\	**\	*****\	**\	***\	A1- TSO/ESA2	A2- NATP
**\ \ \ \ \	**\ \ \ \ \	***\	**\	\ \ \ \ \	**\	***\	A3- NASA	A4- NPRI
**\	\ \	**\	***\	****\	**\	**\	A5- SISCO2K	A6- Libre
**\		*****\	**\****\	**\	**\	***\	A7- TSO/ESA1	A8- SIAHPRO
**\	**\	**\ \ \ \ \	**\ \ \ \ \	**\	**\	***\	A9- CBSS	A10- Libre
*****\	**\	***\	**\	**\	**\	*	A11- Libre	A12- NATL
\ \ \ \ \	\ \ \	\ \ \ \	\ \ \	\ \ \	\ \ \	\	A13- ITESCANT	A14- IPROCANT
							A15- N215	A16- CICSSUMP
*****\	*****\	*****\	*****\	*****\	*****\	*****\	A17- Libre	A18- CICSSUMT
* Solo se permite el acceso al personal autorizado *							A19- CONTROLD	A20- NUAS
* por la corporacion CANTV y sus filiales *							A21- F.M.	A22- Libre
*****\							A23- Libre	

=====

EN CASO DE CUALQUIER PROBLEMA POR FAVOR COMUNICARSE CON C.I.C.  
POR EL TELEFONO: 8745

=====

FAVOR INTRODUCZA SU OPCION:

NUM                                  09:02:12 IBM-3278-2

C A N T U  
G.E.O.  
SISTEMA COMERCIAL

FECHA: 12/12/2006  
HORA : 09:52:23

```
||||| | | | | |
||||| GRUPO DE CONTROL COMERCIAL |||||  
|||||  
|||||  
|||||  
|||||  
|||||  
|||||  
|||||  
||||| BUENOS DIAS |||||  
|||||
```

1. GESTION FACTURACION-RECAUDACION
2. ORDENES DE SERVICIO
3. PARA TERMINAR LA SESION

SELECCIONE UNA OPCION ( 1-2-3 ) 2

NIM

09:57:41 TRM-3278-2

CANTU	S I S T E M A C O M E R C I A L	12/12/2006
G.E.O.	ORDENES DE SERVICIO	11:32:50.2
ASOSP535	CONSULTA ABONADOS	
ASOSM535	INFORMACION DEL ABONADO	

-----

NOMBRE : PEREZ PARRA NESTOR LUIS

CEDULA / RIF : U017233797	STATUS-SERU-ESPECIAL :
NRO SERU : 261 7618798	CODIGO GOBIERNO :
NRO SERU ANTE:	COD. DEPENDENCIA :
CONDICION : A	INDIC. TELEX :
MASTER :	CENTRAL TEL. : 6273
DIRECCION DE INSTALACION:	CICLO FACTURACION : 25
SAN FRANCISCO EL BAJO DIAGON	NRO. ORDEN INSTALAC.: 1127ITP0839
ALA LA CARNICERIA EL B	FECHA ORDEN INSTAL. : 17 12 1981
OPER LOCAL: 00010 CANTU	NRO. ORDEN ULT. MOV.: 50466029800
OPER LDN : 00010 CANTU	FECHA ULTIMO MOV. : 21 11 2006
OPER LDI : 00010 CANTU	ZONA POSTAL : 4004
NRO. PRIVADO : NO DEUDA:	ID-PARCELA :

-----

CMD _____	CED _____	NRO SERU _____	NRO ORD _____	PF9=OT
NOM _____		PF1=PPL		PF6=PROD PF8=PROX

NIM

11:38:09 TRM-3278-2