

UNIVERSIDAD APEC



ESCUELA DE GRADUADOS

Monografía para optar por el título en:

ESPECIALIDAD EN ALTA GESTION EMPRESARIAL

TITULO

**"ANALISIS DE LA INCIDENCIA DEL CAMBIO ADMINISTRATIVO, EN EL
MODELO DE SERVICIOS DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIONES
INALAMBRICAS, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, EN EL PERIODO 2000-
2010, CASO VERIZON-CLARO CODETEL."**

SUSTENTANTE

NOMBRE
KARINA REYES

MATRICULA
2009-1093

ASESOR (A):
EDDA FREITES, MBA

Santo Domingo, República Dominicana
ABRIL, 2010

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

ADENDUM

CAPITULO I

Pág.

ASPECTOS GENERALES COMPAÑÍA DOMINICANA DE TELEFONOS

1.1 Origen y Evolución de las telecomunicaciones en República Dominicana.	3
1.2 Datos estratégicos y organizativos Compañía Dominicana de Teléfonos.	43
1.2.1 Industria a la que pertenece.	43
1.2.2 Misión.	43
1.2.3 Visión.	44
1.2.4 Política de Calidad.	44
1.2.5 Valores y Normas que definen su Cultura.	44
1.2.6 Metas y Objetivos.	45
1.3 Estrategias principales Verizon-Claro Codetel.	45

CAPITULO II

ASPECTOS MERCADOLOGICOS Verizon, Claro-Codetel

2.1 Productos que comercializan.	48
2.2 Servicio al cliente.	55

2.2.1	Tele Servicios.	55
2.2.2	Centros de Atención.	56
2.2.3	Puntos Expresos, Actualmente Dealers Autorizados Claro (DAC).	56
2.2.4	Agencias de Telecomunicaciones.	56
2.3	Mercado al cual va dirigido el producto.	57
2.3.1	Posición en el Mercado.	57
2.4	Composición de la fuerza Laboral.	58
2.4.1	Beneficios y Prestaciones a Empleados.	59
2.5	Análisis Foda.	60
2.5.1	Fortalezas.	60
2.5.2	Oportunidades.	60
2.5.3	Debilidades.	61
2.5.4	Amenazas.	61

CAPITULO III

MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE

3.1	Tipos de Servicio al Cliente.	63
3.1.1	Como Opera el Ciclo Básico de la Acción en el Servicio al Cliente.	64
3.2	Evolución de los modelos de Servicio al cliente a través de los cambios.	65
3.3	Estrategias Implementadas en los Diferentes Modelos de Servicio.	68
3.3.1	Verizon.	68
3.3.2	Claro Codetel.	69
3.4	Ventajas y Desventajas de los diferentes Modelos de Servicios.	70
3.4.1	Ventajas y Desventajas del modelo de Servicio de Verizon.	70
3.4.2	Ventajas y Desventajas del modelo de Servicio de Claro Codetel.	70

3.5	Impacto de los Modelos de Servicios en el Mercado Dominicano.	71
3.6	Estrategias Sugeridas para Mejorar el Modelo de Servicio Actual	71

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

El servicio al cliente es una de las herramientas de comercialización más novedosa, ya que cada día las empresas le prestan más importancia, sin tomar en cuenta el tamaño de la empresa, volumen de ventas, producto y/o servicio que ofrece.

Constantemente la gente evalúa la calidad de los productos y servicios que solicita y recibe, y al pagar por ellos, tiene el derecho para sugerir que el producto y/o servicio sea cada vez de mejor calidad. Para esto, las empresas han creado dentro de sus instalaciones, un departamento llamado servicio al cliente. Este departamento tiene dentro de sus funciones la de recibir quejas, reclamaciones, solicitudes, sugerencias, ya sea sobre la empresa, el personal y el producto o servicio por el que está pagando.

A las crecientes oportunidades de negocio que se presentan para el sector de telecomunicaciones en América Latina, tales como las tecnologías de banda ancha y móvil y la mayor penetración en los sectores de bajos y medianos ingresos, se suma ahora la presencia de nuevos competidores. En el capítulo 1 se trata de dar un panorama general de la historia de las telecomunicaciones así como también ha evolucionado la Compañía Dominicana de Teléfono, en el mismo orden en este capítulo se presenta como ha asimilado históricamente la Compañía los diferentes cambios de administración por la que ha pasado la misma al pasar de los años, se ve de forma más clara cuales son las estrategias utilizadas desde sus inicios y como han cambiado.

Las empresas tradicionales de telefonía ahora compiten con la televisión paga, los proveedores de internet inalámbrico, los integradores de tecnologías informáticas y de comunicación, entre otros. Con más competidores intentando

captar los mismos clientes con los mismos productos, las empresas de telecomunicaciones ahora ofrecen paquetes de triple play (Internet de alta velocidad, televisión y teléfono) e incluso cuádruple play (también incluyen servicios inalámbricos) como forma de generar más ingresos. No obstante, muchas empresas no logran diferenciarse, no llegan a los clientes que probablemente tengan intención de compra y tampoco aprovechan al máximo el valioso personal que poseen.

Las empresas de telecomunicaciones que logren hacer frente a estos desafíos serán competitivas y prósperas, lo antes mencionado se puede ver de forma más clara en el capítulo 2 donde podemos ver los diferentes productos que posee la compañía Dominicana de Teléfono y como se han agregados nuevos productos a su cartera para hacer frente a dichos desafíos, también podemos ver cómo ha evolucionado su modelo de servicio al cliente, su mercado así como también se hace un análisis foda para tener una mejor visión de la Compañía.

Con este material se trata de analizar el rol estratégico que tiene los centros de atención a clientes específicamente La compañía Dominicana de Teléfonos, desde sus inicios con la entrada de la Compañía Verizon y las consecuencias reflejadas en sus empleados especialmente en los centros de atención con el cambio de compañía a lo que es hoy América Móvil o como bien la conocemos Claro Codetel, con lo antes mencionado se desarrolla el capítulo 3 donde se trata de dar posibles soluciones para mejorar el modelo de servicio al cliente y con esto mejorar la satisfacción de los clientes.

La finalidad de trabajo es mostrar la evolución que hemos tenido dentro de este campo tan importante que son las telecomunicaciones al pasar de los años y como se han venido beneficiando los clientes, también mostrar cómo ha evolucionado el servicio al cliente con la evolución de esta rama como son las telecomunicaciones, deseo presentarles estrategias que podrían ayudar a mejorar

el desnivel que se están presentado en los Centros de Atención a Clientes de esta gran empresa donde anterior la mayor columna que sostenía esta empresa era la satisfacción de los clientes.

ADENDUM

En este proyecto se analizaron las incidencias del cambio en el modelo de servicio de una empresa de telecomunicaciones inalámbricas en la ciudad de Santo Domingo en el periodo 2000-2010, tomando como referencia el caso de Verizon-Claro Codetel.

Se evaluaron las condiciones actuales de las funciones del departamento de servicio al cliente, en cuanto a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Se identificaron las estrategias necesarias, los procesos de gestión que permitan crear valor en la empresa y aumente su competitividad.

Fueron analizadas la situación actual de la empresa y se evaluaron las posibles estrategias para proponer mejoras al modelo de servicio al cliente.

Se realizó un análisis profundo de cómo el modelo de servicio al cliente sufrió dicho cambio en su funcionamiento provocando este la disminución de la satisfacción de los clientes ocasionando esto la migración hacia la competencia.

Se establecieron las conclusiones que uno de los motivos más fuertes dentro del modelo de servicio al cliente radica en la desmotivación de los empleados, la poca ejecución de reglas de servicio al cliente y el poco seguimiento dado a cada una de las situaciones de estos clientes.

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES COMPAÑÍA DOMINICANA DE TELEFONOS

1.1 ORIGEN Y EVOLUCION DE LAS TELECOMUNICACIONES EN REPUBLICA DOMINICANA.

Los orígenes de las telecomunicaciones están considerados en tiempos muy remotos, cuando la información a transmitir se enviaba a través de mensajeros, que a pie o a caballo recorrían grandes distancias. El uso de mensajeros era poco eficiente ya que los mensajes tendían a perderse, ser interceptados, y en cualquier caso, el retraso que sufren los hace poco validos en ciertas situaciones.

En febrero de 1876, Alexander Graham Bell registra la patente de su teléfono basado en el principio de la residencia variable. Este teléfono, en esencia, consta de un transmisor y un receptor unidos por un hilo metálico a través del cual pasa la electricidad. Las vibraciones en la membrana del transmisor originan variaciones eléctricas en el circuito gracias a un electroimán

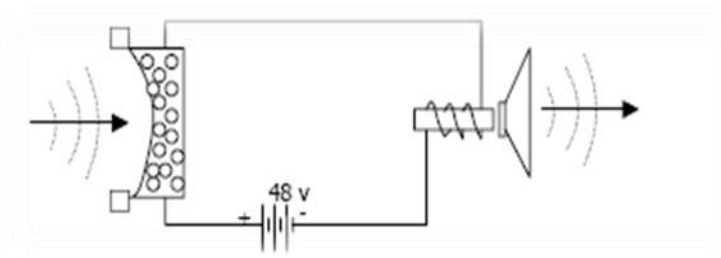
(Originalmente se conseguía con una solución ácida líquida). Al actuar sobre el electroimán del equipo receptor, estas variaciones eléctricas producen vibraciones mecánicas en una membrana que son réplica de las vibraciones sufridas en la membrana del transmisor. En principio se podía hablar y escuchar por un solo tubo, pero para mayor comodidad se separó en dos piezas.



1

El teléfono pasó a evolucionar rápidamente, lo que permitió incrementar la calidad de la voz transmitida y la distancia de alcance. En 1877, año en que se crea la empresa Bell, Thomas Edison patentó un transmisor mejorado que se basa en un bloque con un granulado de carbón que varía su densidad y conductividad en función de la presión de la onda sonora incidente.

El esquema básico del teléfono es de la siguiente forma: El cable por el que se transmite la corriente eléctrica variable que envía el emisor se conecta a un electroimán, cuyo extremo se encuentra unido por medio de una lengüeta metálica a un diagrama que produce el sonido.



2

¹ Noticias Codetel 2010 www.codetel.com.do

² www.indotel.gov.do 2010

Las primeras comunicaciones telefónicas se llevaban a cabo uniendo los teléfonos directamente, por lo que dos personas que deseen hablar, tan solo deben comprar un teléfono y unirlo con un cable hasta el otro. Esto implicaría que para conversar con tres personas necesitaríamos seis cables y doce aparatos telefónicos.

En 1878 aparece el primer tablero de conmutación manual con capacidad para 21 abonados, aunque los últimos tableros utilizados tenían una capacidad de hasta 10,500 abonados.



3

En España se realizó en 1878 la primera prueba telefónica, aunque no hubo legislación al respecto hasta el 1882, año en la que la administración se atribuye la titularidad de la red que se vaya creando, aunque permite que esta se instalada por iniciativa privada. En 1886 existen en España tres centrales privadas: La más antigua en Barcelona con 602 abonados, alberga la de Madrid y 64 la de Valencia.



4

³ Noticias Codetel 2010 www.codetel.com.do

⁴ Noticias Codetel 2010 www.codete.com.do

Las primeras instalaciones consistían en cables aéreos desde las casas hasta los postes telefónicos de la central o directamente entre los abonados, lo que originó un caos debido a la gran cantidad de hilos que cruzaban la calle.

La red telefónica continuó su evolución en el siglo XX con las centrales automáticas basadas en electromecánica, lo que originó la aparición de señalización entre el teléfono y las centrales automáticas. De esa época datan los teléfonos con marcación por pulsos que aun hoy, un siglo después, continúan vigentes. Los bucles de abonado se regularon para ir por el subsuelo evitando así el caos en que estaban sumidas las ciudades. Con la aparición de los primeros transistores y la entrada en escena del mundo digital las centrales de conmutación evolucionaron como grandes computadoras que funcionaban según un programa almacenado. El transporte de la voz se digitalizó, lo que permitió compartir los medios transmisión entre miles de conversaciones.

Posteriormente también la señalización fue digitalizada, lo que dio lugar a la aparición de nuevos servicios sobre la misma red telefónica.

La Compañía Dominicana de Teléfonos (CODETEL), fue constituida el 11 de noviembre de 1930, como subsidiaria de la Anglo Canadian Telephone Company, iniciando sus operaciones meses más tarde, en San Pedro de Macorís, con la instalación de la primera central telefónica automática fuera de Santo Domingo.

Hasta 1930, el servicio telefónico había sido administrado por el Gobierno, pero al ser virtualmente destruida por el ciclón de San Zenón todas las instalaciones, este se vio imposibilitado de seguir operándolo.

El restablecimiento del servicio implicaba una reconstrucción total, para lo cual el gobierno carecía de los recursos necesarios, a pesar de que Santo Domingo tenía apenas unos 500 teléfonos en servicio.

CODETEL suscribió entonces contrato con el Gobierno Dominicano, que traspasó oficialmente a la compañía la totalidad del servicio telefónico interprovincial, otorgándole franquicia exclusiva para la operación del servicio de larga distancia nacional e internacional.

La compañía adquirió posteriormente las franquicias de Santiago, Puerto Plata y La Vega y comenzó la reconstrucción de la red de interconexión de esos pueblos con la capital, que también había sido destruida casi completamente por el ciclón San Zenón.

Otro fenómeno que toco las puertas del país, dejándolo en condiciones de emergencia nacional, lo constituyó el huracán David en septiembre de 1979. Las destrucciones ocasionadas por el fenómeno dejaron las redes inservibles casi en su totalidad, por lo cual se requirió la asistencia de la casa matriz, GTE, que envió técnicos que apoyaron y reforzaron la labor del personal local. No obstante haber caído a tierra el 30% de los cables del servicio telefónico, cinco semanas después los daños habían sido corregidos casi en su totalidad, demostrando CODETEL una vez más su fortaleza y eficiencia.

Tomando en cuenta que las telecomunicaciones en República Dominicana ha tenido un gran desarrollo voy a presentarles una síntesis de la evolución histórica:

1931: Inauguración de centrales telefónicas automáticas en las ciudades de San Pedro de Macorís y Santiago.

1934: Inauguración del servicio telefónico internacional, lo que marcó un hito en la historia de las telecomunicaciones del país.

1941: Habían 3,244 aparatos en servicio y 2,091 abonados, de los cuales 1487 y 1239 respectivamente correspondían a ciudad Trujillo. Estas cifras no incluyen 192 pertenecientes al Estado y el Ejercito Nacional, además diferentes centrales particulares.

1945: Ya se resaltaba la eficiencia del servicio telefónico y telegráfico ya que comunicaba a todas las poblaciones de la Republica Dominicana. Para la comunicación exterior, los dominicanos contaban con varias estaciones radiotelegráficas y tres cables submarinos, varias estaciones de ondas cortas y largas para alternabilidad. El servicio telefónico internacional proporcionaba rápida comunicación con Cuba, Puerto Rico, Estado Unidos, Europa y Suramérica.

1949: El gobierno Dominicano en un amplio documento publicado en la Gaceta Oficial, estableció tarifas para el servicio local para las llamadas de larga distancia. Para ese mismo año CODETEL inauguró su moderno edificio en la calle 30 de marzo en la ciudad de Santo Domingo donde se concentraron todas las dependencias de la compañía y quedo instalada una central de 2000 líneas y seis posiciones de operadoras de larga distancia.

1952: El presidente de la República promulgó la resolución Núm. 3345 del Congreso Nacional que aprobaba un contrato entre el Estado y la Compañía Dominicana de Teléfono que regulaba los pagos que debía realizar dicha compañía.

1954: El Presidente de la República Héctor B. Trujillo Molina promulgó la ley núm. 4018 mediante la cual el congreso nacional, declara de alto interés nacional la adquisición por el Estado de las empresas de servicio públicos destinados a la producción, transmisión y distribución de energía

eléctrica, así como de teléfonos urbanos e interurbanos establecidas en el territorio nacional, pero dichas pretensiones no se cumplieron tal como fueran planteadas, pues las compañías privadas continuaron funcionando y desarrollándose con toda normalidad.

1955: Se inaugura en el país el sistema de telecomunicaciones de ondas métricas en el palacio de la Dirección General de Telecomunicaciones por la Radio Corporation of American de New York, las líneas de enlace entre las estaciones del sistema y las oficinas fueron instaladas en Santiago, La Vega, Monseñor Noel, San Francisco de Macorís, Montecristi, Puerto Plata, Sánchez, Samaná, La Romana, Barahona, San Pedro de Macorís, San Cristóbal, El Seybo, Higuey, Baní, Azua, San Juan de la Maguana y Elías Piña.

1956: Se promulga la resolución 4475 del Congreso Nacional mediante la misma se aprueba un contrato suscrito entre el Estado y el Señor Joaquín Pelayo Rancier para instalar, operar y mantener una empresa de servicio telefónico automático destinada en Moca. A través de los años la empresa fundada por el Sr. Rancier Compañía de Teléfonos Urbanos, expandió sus servicios a otras localidades del interior del país como la Romana, Higuey, Hato Mayor y Salcedo.

1958: CODETEL solicita autorización para establecer un servicio radiotelefónico con Martinica vía ATT (AMERICAN TELEPHONE AND TELEGRAPH COMPANY).

1958: Se autoriza poner en funcionamiento un sistema de radioteléfonos móvil en Santiago de los Caballeros.

1958: El Presidente promulgó la resolución núm. 4966 del Congreso Nacional mediante el cual se aprobaba un contrato entre el Estado y

CODETEL que reformaba el original, principalmente en lo relativo a los porcentajes que la compañía debía pagarle al Estado y obliga a continuar realizando el plan de extensión y mejoramiento de la red.

1959: Se instaló la Sub-central telefónica Sub-Duarte en el kilometro 5 ½ de la carretera Duarte con funcionamiento completamente automático y en el año 1960 se completó la instalación de la Sub-Central Sánchez.

Los años siguientes a la caída de Trujillo provocaron gobiernos de corta duración, pero aún así el servicio telefónico siempre funcionó con normalidad inclusive en los momentos más difíciles como la revuelta constitucionalista.

1967: EL país tenía instalado 31,689 teléfonos en las ciudades de mayor concentración poblacional.

1968: CODETEL instaló el primer cable Sub-marino que nos conectó al mundo a través de Saint Thomas, Islas Vírgenes.

1970: fue realizada la inauguración del servicio telefónico directo con Europa, que permitió mayor rapidez en la obtención de llamadas, al ser marcados los teléfonos directamente por las telefónicas locales, sin tener que solicitar asistencia a operadores de los Estados Unidos.

1975: Incorporación de República Dominicana a la más moderna red mundial de telecomunicaciones, con la inauguración de la estación satélite de Cambita, en San Cristóbal.

1976: Instalación de una central automática en Jarabacoa, con la cual desaparece el último teléfono del sistema magneto con que contaba la empresa.

1977: Inauguración de la central mella en Alma Rosa, convirtiendo al país en el cuarto del mundo en contar con un sistema moderno de comunicaciones.

1979: Instalación del sistema Mecobs (Mecanic Cord Board System), para el procesamiento mecanizado de llamadas de larga distancia.

1981: Integración al país a la red de marcación mundial por Discado Directo a Distancia (DDD).

1985: ingreso al mundo de la informática, al conectarnos con Telenet, para ese entonces, una de las mayores redes mundiales de información por computadoras, lo que permitió a los dominicanos acceder a bancos de datos en 57 países.

1986: Entra en la tecnología digital.

1987: Se inicia el servicio de teléfonos celulares.

1987: CODETEL pone en funcionamiento el 711 hoy el 911 red de comunicación de emergencia.

1988: Se inicia la instalación de los teléfonos celulares en sitios remotos y aislados colocando a la República Dominicana en uno de los primeros países en instalar este sistema inalámbrico.

1988: CODETEL pone en funcionamiento el sistema de radiolocalizadores beepers.

1989: CODETEL inaugura fábrica de teléfonos multilíneas, en ese mismo orden se instaló el nuevo centro de larga distancia.

1990: Se pone a prueba la efectividad del teléfono celular con panel solar, al establecerse comunicación desde el pico Duarte, se instala la primera central digital.

1991: Se instala el primer teléfono público celular en la isla Saona.

1992: inauguración de las centrales Autoplex 1000, 5ESS.

1993: Lanzamiento del servicio secretel, videoconferencia, Tele tarjeta.

1994: Se introduce el sistema de cobros de facturas on line Cash/Unix.

1994: CODETEL gana dos premios presidente al liderazgo.

1995: Inauguración de COR (Centro de Operaciones de la Red. Con capacidad para brindar monitoreo, vigilancia, control y mantenimiento de redes.

1995: CODETEL entra a Internet, introduce el 809-220-1111 como número único para dar información a los clientes, se introduce al mercado la tarjeta comunicard.

1996: pone a disposición de los médicos el servicio de Telemedicina.

1997: Instalación del primer punto regional de acceso a internet.

1998: Entra DOMAIN, el más moderno sistema para inventarios de facilidades.

1999: Lanzamiento del internet flash.

2000:

- Se pone en servicio el PhoneMart, moderna tienda para brindar a nuestros clientes soluciones móviles, residenciales y de negocios.
- Con motivo del 70 aniversario de la fundación de nuestra empresa, fue puesta en circulación el libro "La telefonía, Presencia y Desarrollo en la República Dominicana", obra que recopila la historia de las telecomunicaciones y que forma parte de la colección Cultural CODETEL. Consta de 427 páginas satinadas, engalanadas con una rica variedad de fotografías que permiten apreciar el proceso de desarrollo del sistema de las telecomunicaciones desde principios del siglo XX.
- CODETEL anuncia la puesta en marcha del proyecto Aulas Virtuales para la Enseñanza (AVE), con una inversión de RD\$85 millones para la adquisición y puesta a la disposición del Estado de 90 unidades modulares, especialmente diseñadas para utilizarse como aulas virtuales.
- Fue puesto en servicio la Administración de Relaciones con Clientes a través de Internet: Una oficina virtual para que los clientes puedan visitarnos a través del Home Page de nuestra empresa, facilitándoles el acceso a los productos y servicios que ofrecemos, su histórico de pagos, información de balance y cajero virtual para pago de facturas, así como opciones para obtener retroalimentación de parte de los clientes y atender sus necesidades a través de cualquier punto de enlace con la Red Global WWW. Es la alternativa de autoservicio virtual que está disponible 24 horas y todos los días, durante todo el año.
- Con el lanzamiento de tun-tun.com, el primer portal inalámbrico de la República Dominicana, nuestra empresa se posicionó nueva vez a la vanguardia de la tecnología, permitiendo a sus clientes de PCS Digital obtener servicios de valor agregado sin limitaciones de espacio, tiempo ni

lugar. Abrimos así el acceso al mundo del Internet en los celulares de Codetel.

- Ponemos en operación una nueva plataforma de Directorio Adicional, logrando que el tiempo de manejo de llamadas mejore considerablemente, ya que se eliminó que el operador suministre el número telefónico, lo cual fue sustituido por el Reléase to Audio (IVR). Esta nueva plataforma también permite al cliente conectarse directamente al número solicitado por medio a la completación de la llamada, eliminando el porcentaje de error al marcar de forma manual.

- Con motivo del 70 aniversario de la fundación de nuestra empresa, pusimos en Circulación el libro "La telefonía, Presencia y Desarrollo en la República Dominicana", obra que recopila la historia de las telecomunicaciones y que forma parte de la Colección Cultural CODETEL. El libro, tercer volumen de nuestra colección, engalanado con una rica variedad de fotografías que permiten apreciar el proceso de desarrollo del sistema de las telecomunicaciones desde principios del siglo XX, documenta con precisión cada uno de los pasos que dieron lugar al surgimiento de la telefonía en el país.

- En el año 2000, CODETEL se constituyó en pieza clave del Parque Cibernético, tras ser seleccionada por el Gobierno para instalar toda la infraestructura de telecomunicaciones y satelital en esa novedosa zona franca industrial, la primera en su tipo en toda América Latina, donde funcionará el Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA).

- Una vez más se cumplió con el compromiso asumido ante la nación, tras haber sido elegida como la empresa sobre la cual descansaba la responsabilidad del transporte de los datos de las elecciones presidenciales del año 2000, contribuyendo así al fortalecimiento de la

democracia. CODETEL construyó una red dedicada de voz y datos 100% digital, tanto para el proceso de cedulaación, los comicios y para futuras elecciones generales y municipales.

- CODETEL puso a disposición de periodistas nacionales e internacionales la Tecnología de las telecomunicaciones para que pudieran transmitir, al instante, todo lo relacionado con la toma de posesión del Presidente de la República, ingeniero Hipólito Mejía. Habilitamos un Centro de Prensa y Telecomunicaciones en el salón Alcázar, del Hotel Santo Domingo, con todas las facilidades requeridas por los periodistas, y con la asistencia de personal experimentado de CODETEL.

- Como parte de nuestro compromiso con la educación, lanzamos el Portal Educativo Pisacolá, un novedoso instrumento de Internet que permite a los estudiantes de primaria realizar las labores de investigación con mayor facilidad, y cuya finalidad principal es incrementar el nivel académico y la calidad de las instituciones educativas en el país.

- En el año 2000 fue convertido el Instituto de Seguridad Social de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional (ISSFAPOL), en el primer organismo de los cuerpos castrenses del país en implementar una red LAN/WAN de voz y datos a través de la tecnología Frame Relay.

- Durante este año se puso a disposición la moderna tecnología de fibra óptica a los hoteles de la zona de Bávaro: Paradissus, Fiesta Bávaro, Hodelpa y Costa Bávaro, poniendo a su disposición el más rápido sistema de transmisión de voz y datos que se utiliza en el mundo.

- Fue creada a través de un enlace de fibra óptica entre Santo Domingo y La Romana, otra ruta de protección a las actuales rutas de microonda, a fin de asegurar los servicios a la zona Este ante posibles fenómenos naturales, que en otras ocasiones han provocado estragos en la zona.
- Durante el año 2000 se puso en operación la oficina central con funcionalidad de larga distancia en la ciudad de Santiago, que provee una ruta de comunicación con el mundo a todos los clientes de la región del Cibao. Este proyecto tuvo como objetivo recibir los circuitos internacionales de la estación terrena de Altos de Virella y servir como punto de entrada y salida a la red para todas las llamadas hacia y desde la región norte del país con el mundo.

2001:

- Con motivo del 71 aniversario de la fundación de nuestra empresa, fue presentado al público el cuarto volumen de la Colección Cultural CODETEL. La obra, "Arte Dominicano 1844-2000" es el primero de dos volúmenes que contempla publicar CODETEL, con una detallada historia del desarrollo de las artes plásticas en República Dominicana desde los orígenes de la nación dominicana hasta nuestros días. Las autoras de este primer volumen son las reconocidas críticas de arte Jeannette Miller y María Ugarte. Este primer tomo abarca la pintura, el dibujo, la gráfica y la pintura mural.
- Con una inversión de 510 millones de pesos, la compañía puso en funcionamiento el Sistema Ensemble que manejará todo lo relativo a la facturación y servicio al cliente para las comunicaciones inalámbricas, con los más altos estándares de calidad. Se trata de un sistema completo y moderno, capaz de solucionar los requerimientos de los clientes de principio a fin.

- La Recertificación lograda por Infotel bajo la Norma COPC-2000® versión 3.1 la posicionó como una empresa de calidad mundial, situándose entre las mejores de la industria y abriendo la oportunidad de lograr más y mejores cuentas en un futuro cercano. Esta norma es utilizada para certificar a empresas que brindan servicios de centros de llamadas y procesamiento de Información, con los más altos niveles de calidad.

2002:

- La organización se convirtió en el 2002 en la empresa que desarrollará el Proyecto de Tele-Educación suscrito entre el Instituto Dominicano de Telecomunicaciones (INDOTEL) y la Secretaría de Educación, para diseñar e implementar los componentes de Red Wan de dicha institución educativa.

CODETEL instalará un sistema que proporcione interconexión y equipamiento de red a todas las oficinas regionales, distritos educativos, laboratorios en los liceos y escuelas públicas de la Secretaría de Educación, con enlaces de transporte de banda ancha fija, por medio de conexiones alámbricas o inalámbricas.

- Mediante acuerdo con el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL) desarrollaremos el proyecto Piloto de Telemedicina en el país, que permitirá agregar tecnología de telecomunicaciones en el sistema de salud dominicano, que hasta la fecha se ha mantenido al margen de modernos sistemas de comunicación y aprendizaje utilizados en los hospitales de diversos países.

En esta primera etapa serán beneficiados 27 hospitales de la zona norte del país, con servicios de Internet y la provisión de computadoras.

- En ocasión de celebrar el 72 aniversario de su fundación, Codetel hizo la presentación a la sociedad dominicana del quinto volumen de su Colección Cultural, en una ceremonia encabezada por el presidente de la empresa, Jorge Iván Ramírez, y el Subsecretario de Estado de Cultura, Andrés L. Mateo. La obra, "Arte Dominicano 1844-2000, Escultura, Instalaciones, Medios no tradicionales y Arte Vitral" presenta de forma detallada el desarrollo de las artes en República Dominicana desde los orígenes de la nación hasta nuestros días. Las autoras de este volumen son las reconocidas críticas de arte Jeannette Miller y María Ugarte.

- Como parte del proyecto de Telefonía Rural, nuestra empresa colocará al menos 1 teléfono público en aquellos parajes que tengan una población mayor de trescientos habitantes y donde no existe servicio telefónico básico, expandiendo así la infraestructura de la red pública en áreas rurales y urbanas de bajos ingresos.

La primera fase del proyecto tendrá una cobertura de 500 parajes, comprendidos en las 13 provincias más pobres del país: Elías Piña, El Seybo, Batoruco, Monte Planta, Samaná, San Juan, Independencia, Santiago Rodríguez, Azua, Sánchez Ramírez, Dajabón, Barahona y Pedernales.

- Ingreso al NAP de las Américas. Nuestra incorporación al Network Access Point (NAP) de las Américas, ampliando así las posibilidades de interconexión e intercambio de tráfico de datos y voz con los principales proveedores de telecomunicaciones a nivel mundial, la cual beneficia a todos nuestros usuarios de Internet, que se calculan en más de un 80% en la República Dominicana, a través de una mayor rapidez y eficacia en la conexión y el transporte de la información. Con este acuerdo colocamos una vez más a la República Dominicana a la altura de los países más desarrollados en aspectos tecnológicos. El NAP de las Américas está ubicado en Estados Unidos, el estado de Florida y en la

ciudad de Miami, dentro del Technology Center of the Americas (TECOTA).

- CODETEL se convirtió en la primera empresa del mercado local que recibe la certificación Cisco Powered Network por nuestros servicios de Internet Flash-DSL, pasando a formar parte de un grupo selecto de proveedores de todo el mundo, cuya calidad de sus redes es indiscutible en lo que se refiere a tecnología y servicios de nueva generación.
- La compañía utiliza los servicios de acceso a Internet Flash-DSL (Línea de suscriptor digital), que permiten que sitios remotos que antes contaban con accesos restringidos en velocidad y tiempo de conexión, migren su acceso a información, a velocidades antes no disponibles en tiempo real y por un costo muy bajo.
- Con esta certificación, nuestros clientes reciben la seguridad de utilizar un proveedor que tiene una infraestructura de redes que garantiza la calidad y disponibilidad del servicio, y que puede soportar las demandas futuras de nuevos servicios de valor agregado.
- Fueron recibidas tres premiaciones de Cisco Partner Summit La empresa fue reconocida como el socio de Cisco con mejor desempeño en América International, el área de negocios de Cisco que incluye Canadá y América Latina. Recibimos tres importantes reconocimientos durante el Cisco Partner Summit.

2002: "Partner Proveedor de Servicio con mejor desempeño Americas International", "Partner con mayor crecimiento año a año Cansac (Central América, North-South America and Caribbean)", y "Partner Proveedor de Servicio con Mejor Desempeño Cansac".

Esta es la primera vez que un mismo socio recibe tres galardones en un mismo año. CODETEL recibió el galardón como el proveedor de servicio con mejor desempeño de Cisco en Américas International (todos los países de América excluido Estados Unidos) y por ende en Cansac, una de las sub-regiones de Cisco dentro de Américas International, que comprende Centro América, El Caribe, Colombia, Ecuador y Venezuela.

- Fue cumplido una vez más con el compromiso asumido ante la nación, tras haber sido la empresa sobre la cual descansaba la responsabilidad del transporte de los datos de las elecciones congresuales y municipales del pasado 16 de mayo.

CODETEL construyó una red dedicada de voz y datos 100% digital, establecida sobre la tecnología Frame Relay, con líneas T1, que garantizó la seguridad, permanencia y correcta operación de todos los servicios de comunicación solicitados por la Junta Central Electoral para el proceso electoral.

- CODETEL tuvo a su cargo suplir toda la plataforma de comunicación de voz, datos y transporte de video que se utilizó en la XII Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Bávaro del 14 al 16 de noviembre.

2002:

CODETEL instaló una avanzada red de comunicaciones que incluyó anillos de fibra óptica y transmisión de telefonía IP en todo el complejo hotelero, donde los mandatarios se reunieron para discutir temas de interés iberoamericano.

Además, se encargó del diseño y funcionamiento de un impresionante centro de prensa internacional, que fue ubicado en el salón Mayorca, del Hotel Barceló Bávaro Casino, donde los reporteros de toda Iberoamérica

contaron con más de 300 posiciones de comunicación para conexiones de voz y datos, 280 líneas telefónicas, cuatro copiadoras e impresoras con capacidad para procesar altos volúmenes de documentos, en un espacio físico que permitió que cada quien realizara su labor sin interrupciones.

- La compañía pondrá en ejecución el proyecto de Telemedicina, el cual permitirá agregar tecnología de telecomunicaciones en el sistema de salud dominicano, que hasta la fecha se ha mantenido al margen de modernos sistemas de comunicación y aprendizaje utilizados en los hospitales de diversos países.

Proveeremos servicios de acceso a Internet y de transmisión de videoconferencias, por un período mínimo de dos años. La ejecución de los componentes incluyen la provisión de la infraestructura y equipamiento para ofertar dichos servicios.

Esta nueva infraestructura en los hospitales permitirá la Tele-capacitación, es decir, los médicos tendrán acceso a conferencias, foros de discusión en línea y visitas a comunidades virtuales.

El servicio de videoconferencias permitirá que los hospitales dominicanos mantengan comunicación audiovisual directa con centros especializados en distintas partes del mundo

2003:

- Primeros ingenieros RD certificados por Cisco en área de comunicaciones la empresa cuenta con los primeros ingenieros en el área de comunicaciones que lograron certificarse como Cisco Certified Internetwork Expert (CCIE). Son ellos Odislene Adames, de Producto de

la Plataforma DSL, y Francisco Pérez, de Operaciones de Redes de Datos, ambos pertenecientes a Comunicaciones Avanzadas.

Este paso de avance traspasa las barreras de nuestra empresa, para incluir a la República Dominicana dentro de los países que cuenta con profesionales certificados como CCIE. En el Caribe y Centroamérica hay sólo 9 (Panamá 3, Bermuda 2, Puerto Rico 1, Guadalupe 1) y ahora CODETEL entrega a dos especialistas a nuestro país.

En todo el mundo el total es de 8,578 ingenieros con esta certificación activa, lo cual muestra lo complejo y titánico de esta tarea.

- Moderna Central DMS-100 la empresa reemplazó de manera exitosa las centrales Mella II y Mella III, tipo No. 2EAX, por una moderna central DMS-100, de tecnología digital, capaz de brindar todos los servicios opcionales para nuestros clientes, especialmente los servicios CLASS, que incluye Caller Id, Retorno automático de número ocupado, Llamada retorno del último número que llamó, entre otros beneficios.

Con las 120,000 líneas instaladas en este centro alámbrico, nuestra empresa proporcionará a los clientes de esa zona de la ciudad la infraestructura de telecomunicaciones más actualizada de la República Dominicana que coloca a esta ciudad en una posición similar a la de cualquier ciudad industrializada del mundo. La nueva central se conecta con el resto de la red de Codetel y el mundo a través de fibra óptica, la tecnología más segura y con mayor capacidad para el transporte de voz, datos y video.

- Mejor ingeniero de Ventas de América Latina y el Caribe Federico Peña, consultor de Soluciones para Productos Alámbricos de nuestra empresa, resultó ganador del premio que otorga Nortel Networks al mejor ingeniero de Ventas del área de Centroamérica, el Caribe y Latinoamérica, durante

el Partner Kickoff 2003 que celebró dicha empresa en Isla Verde, Puerto Rico. En este evento orientado a todos los canales que venden equipos de Nortel en América Latina y el Caribe, Federico, del área de Ventas y Provisión de Servicios, quedó acreditado como el mejor Ingeniero de Pre-Ventas de toda la región durante el año 2002, compitiendo con países como México, Brasil, Puerto Rico, Argentina y todas las islas del Caribe.

- Proyecto Optimismo Codetel presenta al país su Proyecto Optimismo, destinado a insuflar en todos los habitantes de esta tierra bendita, el amor por el futuro y la voluntad de trabajar para forjar el mejor de los presentes. El Proyecto Optimismo se dirige a todos los dominicanos sin distinciones, porque la patria dominicana sólo consolida su proyecto de futuro con el concurso de los hombres y mujeres situados en ángulos opuestos, pero con miras comunes para construir un país más estable, próspero y feliz. A este objetivo desea contribuir este proyecto que lanza hoy la proclama de buscarle la vuelta a los problemas, para que la recojan y la hagan suya: empresarios y políticos, obreros y amas de casa, profesionales y comerciantes, maestros y estudiantes, artistas y deportistas, adultos y jóvenes, todos reunidos bajo un solo grito de esperanza: Pa'lante.

- Internet Prepagado:

CODETEL colocó a la República Dominicana entre los países que pueden acceder a la plataforma de Internet a través de tarjetas prepagadas, al revolucionar el sistema de conexión a la red de redes utilizando Comunicard. El servicio Internet Prepagado de CODETEL marca un precedente en la historia de las telecomunicaciones en el país, valor agregado que ofrece a los usuarios mayores facilidades para conectarse, así como la garantía de disponibilidad continua en su conexión. De esta forma pasamos a la corta lista de naciones que cuentan con este servicio: Estados Unidos, México, Colombia, Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica y España.

En lo adelante se cubren las necesidades de miles de usuarios de tener un acceso a Internet, con un mecanismo de pago fácil y a la medida de sus necesidades, sin contratos ni control mensual de su consumo.

- Fueron lanzados tres nuevos productos.

La empresa lanzó al mercado durante su Workshop 2003 celebrado en Santo Domingo y Santiago, tres nuevos productos: Servicio Central Virtual, Wireless Backup y el Servicio GPS. El Servicio Central Virtual permite al cliente disfrutar de las funciones de una central telefónica sin la necesidad de adquirirla. El Wireless Backup tiene como finalidad reducir de forma significativa el tiempo fuera de servicio por concepto de falla en las redes que soportan los sistemas actuales, el GPS (siglas de Global Position System), Sistema de Posicionamiento Global que sirve para determinar la posición exacta de un objeto. Es un receptor electrónico, capaz de captar las señales emitidas a través de satélites.

- Cierre de anillo óptico asegurará calidad de comunicación:

El proyecto para el cierre del anillo óptico La Romana-Punta Cana-Bávaro fue completado en un 100%, en la parte de los terminales y cables de fibra óptica, cumpliendo con el objetivo de satisfacer los requerimiento de mayor ancho de banda en dicha zona, mejorar la calidad de la comunicación y además proteger el tráfico de Larga Distancia utilizando como ruta alterna el Cable Submarino Arcos I. Con el cierre de este anillo óptico, quedó protegido todo el tráfico entre Santo Domingo y Santiago, y luego concluyó la migración a este anillo de todo el tráfico restante que estaba funcionando sobre radios y terminales obsoletos en las zonas de Puerto Plata y Este.

Los trabajos para el cierre del anillo óptico conllevaron una inversión millonaria, y se realizaron sobre una longitud de 102,000 metros lineales.

- Establecimos récord en instalación líneas telefónicas:

CODETEL como compañía estableció en junio pasado un récord en instalación de líneas telefónicas, con un total de 15 mil 670, a la vez que continuamos ganando participación de mercado en todas las líneas de negocios, informó el presidente Jorge Iván Ramírez.

Reveló que en toda la historia de la empresa sólo se habían instalado en un mes cerca de 14 mil líneas. "Hemos estado creciendo en venta bruta como en adición de nuevos clientes; tenemos toda la solución para nuestros clientes, lo cual constituye una ventaja competitiva que mostramos en el mercado", agregó. Además, en junio de ese año se experimentó un crecimiento del 6% en el Servicio Local Medido, y subimos alrededor de un 14% en llamadas celulares en minutos, indicó.

- Instalamos moderno Centro de Prensa para Juegos Panamericanos
Codetel instaló el más moderno Centro de Prensa Internacional que se haya utilizado durante la celebración de los Juegos Deportivos Panamericanos, el cual constó de la última tecnología en servicios de telecomunicaciones. En esta XIV versión de los Juegos, nuestra compañía se encargó del diseño y funcionamiento del Centro, donde los reporteros de toda Hispanoamérica contaron con más de 300 posiciones de comunicación para conexiones de voz y de datos, 180 líneas telefónicas IP, 105 conexiones de Internet a alta velocidad, copiadoras e impresoras con capacidad para procesar altos volúmenes de documentos, en un espacio físico que permitió a cada quien realizar su labor sin interrupciones. El espacio físico que alojó a los comunicadores tenía además un salón de Videoconferencias, en el cual los periodistas

acreditados pudieron hacer conferencias con sus países de origen; un salón para transmisiones vía satélite, y otro para información general.

- Segundo laboratorio de telecomunicaciones para formación de técnicos
El Instituto de Formación Técnico Profesional y nuestra empresa inauguraron en Santiago el segundo de los cuatro laboratorios de telecomunicaciones que serán construidos en las diferentes Oficinas Regionales del INFOTEP, a fin de ofrecer capacitación a los empleados de las empresas contratistas de CODETEL, como a las personas que quieran formarse como técnicos en el área de las telecomunicaciones.

A través de este laboratorio, construido a un costo de un millón 516 mil 566 pesos, INFOTEP formará 100 participantes procedentes mayormente del personal de las empresas contratistas de CODETEL.

Al igual que en el del Centro Nacional INFOTEP, de Santo Domingo, la institución de formación profesional impartirá cursos en las áreas de auxiliar de telecomunicaciones, instalador y reparador de líneas telefónicas; liniero de comunicaciones y cablistas de comunicaciones.

- Sexto volumen de Colección Cultural:

Nuestra compañía presentó al público el libro "El merengue, música y baile de la República Dominicana", sexto volumen de la Colección Cultural Codetel, ofreciendo a la bibliografía del país la obra más completa y la investigación más calificada que se ha producido en la historia de la literatura dominicana sobre el merengue. El libro, que ofrece una importante evaluación histórica y estilística del merengue como danza nacional, fue presentado por nuestro presidente, Jorge Iván Ramírez, en un acto celebrado en la Sala Manuel Rueda, del Conservatorio Nacional de Música, que congregó a personalidades

ligadas al arte y la cultura. La obra escrita por Catana Pérez de Cuello y el maestro Rafael Solano.

2004:

- Cambio de Identidad:

Durante una ceremonia celebrada en la sala Eduardo Brito del Teatro Nacional, que congregó al presidente de la República, Hipólito Mejía y a representantes de todos los sectores de la sociedad y ejecutivos de Verizon, nuestra compañía dio a conocer su nueva Identidad Corporativa tras un proceso en que demostramos la calidad, profesionalidad y trascendencia de nuestros estándares organizativos. Los colores azul y blanco que identificaron a Codetel, dieron paso al rojo y negro de Verizon, en esta ceremonia que incluyó la presentación exclusiva del circo Neil Gold Golderg'as Cirque, un fino espectáculo de acrobacia y contorsionismo. Un video denominado "Transición" recordó los acontecimientos que en siete décadas ha vivido el país y el papel que en cada uno de ellos jugó la comunicación cada vez más desarrollada brindada por Codetel.

- La República Dominicana entra a la Red de Nueva Generación con Tecnología IP gracias a Verizon:

Verizon se convirtió en la primera empresa de telecomunicaciones del mundo en disponer de una plataforma totalmente IP (Internet Protocol), poniendo a disposición de los dominicanos los beneficios que esta tecnología ofrece, a la vez que coloca a nuestro país en las primicias de la modernidad. La red de Nueva Generación, conocida también como NGN por sus siglas en inglés Next Generation Networks, es un concepto revolucionario que concibe una plataforma tecnológica sobre la cual convergen, son administrados y distribuidos una gran variedad de servicios para una diversidad de aplicaciones.

- Fue sustituida la última central paso a paso en nuestra red:

Nueva plataforma tecnológica brinda modernos servicios. El 12 de marzo de 2004, nuestra empresa abrió una nueva e importante página en su historia de éxitos y crecimiento. Ese día, a las 12 en punto de la noche, apagaba la última central Paso a Paso que existía en nuestra red, ubicada en San José de Las Matas, para insertar esa comunidad en una nueva era en la tecnología de telecomunicaciones, al poner en operación una unidad MG-9000 (Media Gateway 9000) capaz de soportar en una infraestructura común los servicios de voz y datos, así como, los servicios de banda ancha.

En ese instante se inició la transferencia de lo obsoleto a lo moderno. Los clientes de esta ciudad quedaron conectados a la nueva central de Nortel Networks, con capacidad instalada de 1,856 líneas y con 1,484 líneas en servicio en ese momento, pudiendo crecer hasta una capacidad máxima de 24,000 líneas. San José de las Matas entraba a la red de Nueva Generación, un concepto revolucionario que concibe una plataforma tecnológica sobre la cual convergen, son administrados y distribuidos una gran variedad de servicios para una diversidad de aplicaciones. Esta nueva plataforma promete reformar todos los conocimientos en tecnologías de voz, video & datos que pudiésemos tener hasta el momento.

- Actuación resaltante de Verizon en la VII Feria del Libro:

La compañía tuvo una actuación resaltante en el marco VII Feria Internacional del Libro Santo Domingo 2004, de la cual fuimos patrocinador Diamante: obtuvimos por quinta ocasión el Primer Premio al Mejor Pabellón del Sector Privado, y el libro de la colección cultural " El Merengue: Música y Baile de la República Dominicana" obtuvo el Premio Nacional Eduardo León Jiménez. Con motivo de la Feria celebrada en la

Plaza del Conservatorio y dedicada este año al reconocido Premio Nobel de Literatura Pablo Neruda y a Puerto Rico como país invitado, Verizon instaló un moderno módulo cibernético, en el que miles de visitantes tuvieron la oportunidad de disfrutar de una interesante experiencia, al recorrer nuestras instalaciones.

Nuestro pabellón fue reconocido por su atractivo montaje, la calidad del contenido cultural (video histórico de Codetel ahora es Verizon-74 años en RD, así como las explicaciones del Libro del Merengue). De igual forma, la sala interactiva donde mostramos de forma creativa nuestros productos y servicios (con el juego de Memoria) y por ser el stand más visitado de la Feria, durante los 10 días en que se desarrollo esta actividad.

- Verizon Dominicana escogida como la novena entre las 25 mejores firmas empleadoras de América Latina Verizon Dominicana fue seleccionada como la novena entre las 25 mejores firmas empleadoras de América Latina, lo que nos posiciona como una compañía líder no sólo en el ambiente dominicano, sino también de Latinoamérica.

La importancia de esta posición radica en que Verizon fue la única empresa de telecomunicaciones de todas las evaluadas en la Región y la única en la República Dominicana de varias destacadas que se entrevistaron en diferentes sectores de la industria nacional. La selección fue realizada por la consultora Hay Group, una de las más importantes firmas de consultoría de recursos humanos, en alianza con la revista América Economía, durante un estudio efectuado en Argentina, Brasil, Chile, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú y Venezuela a más de cien empresas en cuyo perfil presentan un buen desempeño en sus mercados y un grado de desarrollo importante dentro del ambiente latinoamericano. Se destaca que entre los mejores

empleadores existe un círculo de comunicación frecuente y abierto entre los líderes, la gerencia y los empleados.

Transmiten claramente la filosofía, la ética y los valores de la empresa, los cuales son asimilados por los empleados en su comportamiento cotidiano. Además, los empleados están motivados, comprometidos con la organización, y expresan el deseo de trabajar para su compañía, hablar positivamente sobre ella, y esforzarse a ayudarla a resolver sus metas de negocio.

- Verizon pone en servicio primer cajero automático IP de República Dominicana:

Nuestra compañía puso en servicio el primer cajero automático totalmente IP de nuestro país, tecnología que permite transferir velozmente los datos hacia el centro de cómputo que interactúa con el sistema, permitiendo una respuesta inmediata a los usuarios. Con IP (Protocolo de Internet), tenemos la ventaja de que la conectividad puede ofrecerse independientemente del acceso: DSL (la Línea del Subscriptor Digital), wireless, Frame Relay, etc. Este primer cajero, que se inscribe dentro de los correspondientes a la última generación, fue puesto en servicio en la sucursal de Plaza Naco de la Asociación La Nacional de Ahorros y Préstamos.

Verizon es el proveedor de comunicaciones de prácticamente toda la red de cajeros automáticos (ATH) del país. Dicha red ha ido evolucionando, mediante un proceso catalizado por nuestra empresa, de una red basada en un protocolo legacy hacia lo que en el día de hoy anunciamos: la oportunidad que brinda el protocolo IP. Entre las ventajas de IP está la posibilidad de que en el futuro puedan introducirse cambios significativos en los propios cajeros que podrían incluso ser más personalizados o tener

la opción de que un oficial del banco pueda brindar asistencia a través de la misma pantalla.

- Verizon presenta libro sobre historia del béisbol:

Es el séptimo volumen de la Colección Cultural El libro "Béisbol en República Dominicana: Crónica de una pasión", fue presentado al público por el presidente de Verizon, Jorge Iván Ramírez, en un acto celebrado en el salón Anacaona del Hotel Jaragua. La obra forma parte de la Colección Cultural Verizon que anualmente publica un libro de valor trascendente. Fue escrita por el historiador Orlando Inoa y el periodista deportivo Héctor J. Cruz, con la colaboración del periodista Enrique Rojas. El séptimo volumen de la Colección Cultural Verizon ofrece una importante evaluación histórica, basada en datos sobre el origen del béisbol en el país, los tropiezos de sus inicios, la formación de los distintos clubes de pelota, el surgimiento de lo que se llamó la pelota romántica y su paso progresivo a la Profesionalización.

Con este libro, Verizon ofrece a la bibliografía de este gran país la obra más completa y la investigación más calificada que se ha producido en la historia de la literatura sobre el béisbol dominicano. Es una edición de lujo que consta de 445 páginas satinadas y está ampliamente ilustrada, con diseño de Lourdes Saleme y fotografías de Mariano Hernández.

2005:

- Verizon Dominicana inaugura nuevo Centro de Datos Corporativo.

Verizon Dominicana inauguró su nuevo Centro de Datos Corporativo el 21 de marzo de 2005, durante una ceremonia a la que asistieron Dan Petri, presidente de Verizon Internacional; nuestro presidente, Jorge Iván Ramírez; los integrantes del equipo ejecutivo e invitados extranjeros. El moderno Centro es un modelo y ejemplo en el país. Bellamente diseñado

y construido, cuenta con una infraestructura eléctrica, mecánica, civil y de red "state of the art". Conjuga cinco elementos críticos del excitante ambiente de la tecnología de información: Robustez, estabilidad, redundancia, escalabilidad y confiabilidad.

El nuevo Centro de Datos tiene una planta física de 1,138 metros cuadrados distribuidos en cómodas dependencias de estilo vanguardista. Alberga las áreas de oficinas con salón video conferencias y command center, área para los equipos de tecnología de información, área electromecánica, cisterna, chillers tanques FM200.

- Premio al Mejor Stand del sector Privado en Feria Internacional del Libro:

Por sexto año consecutivo, nuestra Empresa recibió el Premio al Mejor Stand del Sector Privado, en el marco de la clausura de la VIII Feria Internacional del Libro 2005, efectuada el domingo 1ero. de mayo. La Organización se destacó por la presentación de la Colección Cultural, el uso de audiovisuales en el stand, el lanzamiento de la Colección Popular y nuestra sala con Pisacola.com, siendo uno de los 5 stands más visitados de la Feria en su versión 2005. El pabellón dedicado al Merengue, copatrocinado por Verizon, logró un reconocimiento especial por su contenido y las actividades entregadas.

El Premio al Mejor Stand del Sector Privado fue entregado por el presidente de la República, doctor Leonel Fernández, junto al Secretario de Cultura, licenciado José Rafael Lantigua. El mandatario agradeció a Verizon su apoyo a este Feria, reconoció los valiosos aportes de la Colección Cultural y la importante herramienta de estudio que significa Pisacola.com para los jóvenes dominicanos.

2006:

- Un importante paso hacia la Sociedad de la Información.

En el mes de abril de 2006, nuestra Empresa dio un gran e importante paso de avance hacia la sociedad de la información con el lanzamiento de la nueva herramienta "Verizon en la Web". Ahora nuestros clientes tienen en sus manos la facilidad de realizar sus transacciones relativas a facturación, pagos y reclamaciones desde la comodidad de su hogar, oficina o desde cualquier parte del mundo en donde se encuentren.

La nueva herramienta está disponible las 24 horas del día, los 365 días del año, lo cual nos hace más accesibles para nuestros clientes, ahorrándoles tiempo y costos. En lo adelante el cliente no tendrá que llamar al 809 220-1111 para escuchar su balance ni pagar su factura. De igual manera no tendrá que desplazarse a nuestras oficinas y tiendas para tales fines pues todo estará a un clic de distancia.

- CODETEL se encuentra entre "Los Grandes 10 Mejores Empleadores de América Latina" la Empresa fue seleccionada por tercer año consecutivo como uno de los "Mejores Empleadores de América Latina" de un grupo de más de 200 compañías de 16 países que se inscribieron para participar en esta iniciativa anual, que involucra encuestar a miles de empleados y ejecutivos. Es necesario resaltar, que en esta oportunidad las evaluaciones de las 200 empresas se desarrollaron con una modalidad diferente a años anteriores, al clasificarlas entre organizaciones pequeñas, medianas y grandes. En el proceso realizado fueron seleccionadas de cada categoría 10 empresas.

En ese sentido, dentro de "Los Mejores Empleadores Grandes de América Latina", Verizon Dominicana ocupó la posición número 9. En la selección realizada por Hewitt Associates, firma global de servicios de recursos humanos, y América Economía, una de las publicaciones de

negocios más reconocidas en América Latina, participaron empresas de México, Brasil, El Salvador, Honduras, Colombia, Guatemala, Perú, Argentina, Venezuela, Costa Rica, Chile y República Dominicana.

Recordamos que en 2004 logramos la novena posición durante el estudio realizado a más de 100 empresas en cuyo perfil presentaron un buen desempeño en sus mercados y un grado de desarrollo importante dentro del ambiente latinoamericano. En el 2005 ocupamos la posición número 11 entre los 25 Mejores Empleadores de América Latina, de un grupo de más de 200 compañías de 20 países que se inscribieron para participar en esta iniciativa anual.

- Ganó el Premio "Mejor Diseño de Stand" en la IX Feria Internacional del Libro Nuestra Empresa recibió el Premio "Mejor Diseño de Stand" de la IX Feria Internacional del Libro 2006, pabellón que dedicamos al "Béisbol en República Dominicana, Crónica de una Pasión", de nuestra Colección Cultural, y por donde desfilaron miles de visitantes que expresaron su reconocimiento especial por el contenido y las actividades desarrolladas. Verizon Dominicana se destacó por su imponente diseño ambientado en un Estadio de Béisbol.

En el mismo se presentó una exposición de trofeos de equipos de grandes ligas del Béisbol Dominicano; camisetas, bates y pelotas autografiadas. De igual modo, ofrecimos a los asistentes un vídeo histórico sobre este deporte, entre otros atractivos, incluido de manera especial la presencia de renombrados peloteros dominicanos, quienes firmaron autógrafos a los visitantes a nuestro stand.

2006:

Codetel puso a la disposición de sus clientes la nueva solución de negocios BlackBerry que les permite mantenerse comunicados mediante voz y datos, recibir el correo electrónico en tiempo real, abrir los documentos incluidos en el mensaje y poder responder a los e-mails gracias a un teclado en miniatura. El dispositivo BlackBerry soporta el manejo de aplicaciones online, funciona como una base de datos para almacenar información importante de la empresa o personas contactos, así como conectarse a los servidores de e-mails. Es una solución que ofrece movilidad completa para la empresa, pues permite a los usuarios que se desplazan con frecuencia permanecer en contacto y acceder a la información corporativa de forma remota.

2007:

- Ahora Verizon es Claro y Codetel:

El miércoles 31 de enero de 2007 fue un gran día para nuestra organización. CODETEL dió un paso agigantado en nuestra exitosa trayectoria como líderes del mercado de telecomunicaciones en República Dominicana. A partir de ese día se informó con orgullo que las nuevas marcas para continuar comunicando a los clientes de Verizon son: Claro para la comunicación móvil, y Codetel para las comunicaciones fijas y de datos.

Claro es una marca de comunicaciones móviles que opera en Brasil, Perú, Chile, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Guatemala y ahora República Dominicana. Es parte de América Móvil, el grupo de telecomunicaciones más grande en América Latina que cuenta con una

red de más de 115 millones de clientes y la seguridad y solidez de estar en 15 países de Latinoamérica y EUA.

Como reconocimiento a más de siete décadas en el país, invirtiendo en el progreso y desarrollo del país, apoyando la cultura y siendo un ciudadano responsable, retomamos nuestra tradicional marca Codetel, que estará manejando todo lo relativo a comunicaciones fijas (alámbricas y de datos).

Entramos a un nuevo mundo de servicios y oportunidades.

La compañía dió la bienvenida a un mundo mejor, el 15 de mayo se lanza a nivel nacional la cobertura de la nueva red GSM que incluye la red de datos GPRS.

El primero de octubre se lanza la red de datos UMTS/HSDPA que permite el acceso de bandas anchas con velocidades de hasta 2 megabits por segundo, a los clientes de las principales ciudades de la República Dominicana.

Avanzada tecnología de Claro permite servicio de videollamada en celular. Claro se convirtió en la primera empresa de la República Dominicana y del Grupo América Móvil en acceder a la tecnología de videollamadas, que permite escuchar y ver al mismo tiempo a la persona con quien conversa a través de un celular, lo cual ha ampliado su capacidad para captar más clientes en el mercado de celulares.

Es también una de las primeras de América Latina en proveer el servicio. En nuestro país, este innovador servicio está disponible solamente con Claro, como parte de su portafolio de soluciones inalámbricas, permitiendo al cliente realizar y recibir llamadas de video, siempre que la persona que recibe y/o hace la llamada tenga un equipo que soporte la

aplicación. Las videollamadas se realizan de forma similar a las llamadas de voz.

La única condición es que, tanto el emisor de la llamada como el destinatario, tengan uno de los terminales de tercera generación de Claro. Con la videollamada, Claro enriquece la comunicación telefónica, ya que pone al alcance de los clientes el poder tener información visual complementaria a la verbal. Con este servicio Claro reafirma su liderazgo en tecnología, al brindar las facilidades para que los clientes transmitan voz y video a través de la red móvil en tiempo real.

Noveno Volumen Colección Cultural, la empresa puso en circulación el noveno Volumen de su Colección Cultural con la obra "Gastronomía Dominicana-Historia del Sabor Criollo", durante una ceremonia celebrada en su Salón Multiusos, que congregó a personalidades ligadas al arte y la cultura. La presentación de esta obra, de la autoría de los reconocidos intelectuales Marcio Veloz Maggiolo y Hugo Tolentino Dipp, se hizo como parte de las actividades conmemorativas del 77 aniversario de la fundación de Codetel.

En el acto hablaron el historiador Bernardo Vega, los autores del Volumen, y el presidente de Codetel, Oscar Peña, quien al pronunciar el discurso central manifestó que Gastronomía Dominicana Historia del Sabor Criollo es una obra que trasciende los linderos del recetario y se convierte en un viaje a través del tiempo, en el que recoge, sistematiza e interpreta historias, creaciones y tradiciones relacionadas con el comer, y da a conocer los variados secretos relacionados con los platos dominicanos.

Ponderó el trabajo de Marcio Veloz Maggiolo y Hugo Tolentino Dipp, de quienes subrayó "hacen un nuevo y sustancioso aporte a la cultura y a la gastronomía dominicana".

El presidente de Codetel dijo que la empresa celebra con satisfacción la presentación de este volumen sobre Gastronomía Dominicana, como una forma de dar continuidad a su trayectoria de apoyar el arte y la cultura de nuestro país.

"Desde 1998, cuando Codetel inicia su Colección Cultural, ha podido llevar a cabo una tarea de servicio a la cultura dominicana a través de la edición anual de los volúmenes que componen esta serie editorial. Las obras publicadas hasta la fecha constituyen un notable esfuerzo de contribución con el conocimiento y elevación de los más altos valores culturales de la República Dominicana", agregó.

2008:

Conectividad Rural:

La Compañía Dominicana de Teléfonos y el Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), dejaron formalmente inauguradas tres localidades que forman parte del proyecto de Conectividad Rural. Las localidades fueron Las Matas de Santa Cruz en Montecristi, San Víctor en Moca y Monte Plata.

Conectividad Rural beneficiará a cerca de un millón y medio de dominicanos que viven en áreas que hasta la fecha no estaban comunicadas y convertirá a nuestra nación en una de las naciones con mejor infraestructura de Banda Ancha Rural de Latinoamérica.

Este proyecto significa un paso trascendental en pos de llevar a los más alejados y olvidados parajes del país, los últimos adelantos de las telecomunicaciones y los beneficios de la Sociedad de la Información

Los eventos, realizados el viernes 9 de mayo, contaron con la presencia del presidente, Oscar Peña; el presidente del INDOTEL, José Rafael Vargas, y representantes del órgano regulador; los vicepresidentes de la empresa Martín Rosario y Deysi Salcedo, así como autoridades locales y la comunidad.

Al hablar en el acto, el señor Oscar Peña señaló que durante los últimos 77 años la empresa ha estado incorporada al desarrollo de la República Dominicana, contribuyendo de manera consistente a su progreso general y al respaldo de las mejores iniciativas de crecimiento. "Hoy es un gran día para todas aquellas comunidades que han sido beneficiadas con el proyecto de Conectividad Rural de Banda Ancha, porque podrán tener acceso a todos los servicios que las tecnologías de las comunicaciones les pueden brindar. Para nosotros es también un gran día porque nos permite continuar nuestro camino hacia la comunicación sin límites", manifestó.

Al mismo tiempo agradeció al INDOTEL por brindarle a nuestra empresa la oportunidad de entregar nuevas herramientas para que las comunidades estén 100 por ciento comunicadas, y con ello contribuir a un mejor futuro para la nación. Estas comunidades forman parte del grupo de las primeras 20 localidades inauguradas de las 503 que abarca el proyecto. En ellas, ambas instituciones dejaron instalados los servicios de telefonía residencial y acceso a Internet de Banda Ancha.

Red Banda Ancha de Claro, única red GSM de tercera generación en el país Claro, la marca líder de telecomunicaciones móviles en el país, puso a disposición de todos los dominicanos su red de datos inalámbricos de alta velocidad 3.5G, la cual permite que sus clientes disfruten de una mayor velocidad en la transmisión de sus datos inalámbricos, así como de productos y servicios innovadores que sólo sobre esta red pueden disfrutar.

Dicha red, es la única de tercera generación sobre la tecnología GSM que existe en la República Dominicana, y la más avanzada de todo el Caribe y gran parte de América Latina, con velocidades de transmisión de hasta 3.5Mbps, lo cual es hasta 10 veces superior a tecnologías actuales en otras redes en el país.

Esta plataforma es la piedra angular para el despliegue de nuevos servicios de valor agregado como el de videollamadas actualmente disponible, y para el acceso al Internet de alta velocidad para Laptops, PCs e innovadores productos como el nuevo iPhone 3G que próximamente tendrán disponible en Claro en la República Dominicana.

El hecho de tener la red de mayor cobertura y la mejor señal en la República Dominicana, hace que nuestros clientes puedan aprovechar los productos y servicios de tercera generación prácticamente donde quiera que se encuentren. Banda Ancha de Claro, al ofrecer movilidad y conexión constante, rápida y segura al mundo del Internet, aumenta la productividad, la rentabilidad y la competitividad de las empresas, y pequeños y medianos negocios, así como también le da libertad de movimiento a los clientes individuales que buscan mantenerse comunicados mientras están fuera de sus oficinas u hogares.

Hoy en día estar comunicado es una necesidad, y en Claro cada día se buscan nuevas maneras de brindar a los clientes, productos y servicios que les ayuden a simplificar sus vidas y maximizar su productividad.

Se Lanzó Proyecto "Mi Mochila Digital" para donar computadoras a niños de educación básica La Compañía Dominicana de Teléfonos lanzó el Proyecto "Mi Mochila Digital", que contempla la entrega de dos mil computadoras a niños de la educación básica del primer al cuarto grado,

con sobresaliente desempeño estudiantil, de escuelas ubicadas en zonas marginadas, tanto urbanas como rurales del país.

Las computadoras fueron adquiridas a través del proyecto educativo y el programa de inclusión digital conocido como "One Laptop Per Child Foundation" (OLPC), creado por Nicolás Negroponte.

Las mismas forman parte de la adquisición de 50,000 de estas computadoras por medio de Telmex, las cuales fueron distribuidas 30,000 a Fundación Telmex para México y 20,000 para América Móvil para ser entregadas en siete países, entre ellos la República Dominicana.

Como empresa socialmente responsable, Codetel ha sustentado por años programas de apoyo a la educación, a la vez que reiteró el compromiso de la empresa de aportar su capacidad tecnológica para apoyar la educación dominicana.

Con este programa se busca que la brecha tecnológica sea un puente que permita a los estudiantes de escasos recursos integrarse a la modernidad y a la tecnología rápidamente. Esta donación fortalece la incorporación de más niños dominicanos al uso de las nuevas tecnologías en sus actividades educativas diarias.

Los equipos entregados, denominados XO, trabajan sobre el sistema operativo gratuito alternativo al comercial de Microsoft, Windows, Linux en su distribución llamada Fedora. Utilizan el entorno gráfico llamado Sugar, con una memoria SDRAM de 256 Mb, ranura para tarjetas SD, 3 puertos USB, 1 antena Wi-Fi, cámara vídeo/audio, así como un diseño flexible que les protege de caídas de hasta 1.5 metros.

2009:

De nuevo hace historia en el país con el novedoso servicio de televisión digital Claro TV, La Compañía Dominicana de Teléfonos, pionera en servicios de telecomunicaciones, hizo de nuevo historia en el país al presentar su novedoso servicio Claro-TV, con el cual puso a disposición de los dominicanos el más completo y variado entretenimiento de la televisión digital.

La empresa hizo una cuantiosa inversión para lograr proveer la nueva oferta de video digital al mercado dominicano con elementos de diferenciación en cuanto a calidad y atributos de la oferta que garantizarán una solución superior a las demás disponibles en el mercado.

Una vez más la compañía corroboró su compromiso de vanguardia tecnológica, innovación y creatividad en las soluciones que provee a sus clientes, al desarrollar el servicio de televisión digital mediante una plataforma IPTV (Internet Protocol Televisión) bajo la marca de Claro TV, constituyéndose en la primera subsidiaria de América Móvil en América Latina que lo lanza al mercado, y que beneficiará a los subscriptores dominicanos con funcionalidades que no son ofrecidas actualmente en el país. Y en adición complementa esta propuesta con el lanzamiento conjunto de su servicio de televisión digital satelital basado en la tecnología de DTH (Direct to home), lo que nos garantiza cobertura a nacional y nos posiciona como el único proveedor en ofrecer televisión digital bajo múltiples tecnologías.

Con Claro TV la empresa continúa consolidándose como un proveedor completo de servicios de telecomunicaciones, ahora añadiendo servicios de televisión digital a su portafolio de servicios de voz, datos y móviles.

Claro cuenta con una plataforma robusta para la prestación de Claro TV, pues la empresa ha utilizado suplidores de prestigio que fortalecen nuestra marca, como son Alcatel-Lucent, Microsoft, HP/Sinergit, Motorola, IBM/GBM y Cisco/Scientific Atlanta”.

Para los clientes dominicanos, esto significa que tienen un proveedor de servicios de video más robusto, más moderno y con muchas novedades, tales como Video en Demanda (VOD), Pay Per View (PPV), Digital Video Recorder (DVR), paquetes flexibles de canales y distintas aplicaciones que harán de la experiencia del usuario un acontecimiento único.

1.2 DATOS ESTRATEGICOS Y ORGANIZATIVOS COMPAÑÍA DOMINICANA DE TELEFONOS.

1.2.1 Industria a la que pertenece

La empresa de telecomunicaciones Verizon pertenece al renglón de las grandes industrias, todo ello en función de la naturaleza y conformación de su estructura organizativa y el numerario componente humano; además de ello, prima la naturaleza de su ejercicio comercial. Su rama de actividad es la comunicación.

1.2.2 Misión, Visión y/o política de calidad

Ciertamente, que fruto de la gran demanda de los servicios de comunicaciones, la oferta es bastante amplia, por lo que la misión de Verizon es brindar el mejor servicio a un mayor segmento de público. Luego del cambio de cambio América móvil realizó un análisis donde se concluyó con que la misión, visión y política de

calidad de verizon continuaban mostrando el objetivo de Claro Codetel, por lo que permanece igual actualmente.

1.2.3 Visión

Tiene como visión principal incrementar sus niveles de ganancia, crecer de manera sostenible como institución comercial y competir en el mercado de las telecomunicaciones, tanto en el plano nacional como en el internacional.

1.2.4 Política de Calidad

La calidad ante todo ha sido una de las políticas principales de Verizon, por esta razón tanto los servicios que oferta así como los productos que comercializa en el mercado dominicano, exhiben rasgos de calidad internacional, que hasta ahora pocas empresas pueden ofertar.

Se puede afirmar que Verizon Claro-Codetel ha sabido conjugar para el logro de esta calidad, el esfuerzo humano, con el deseo de la empresa de obtener la mejor tecnología de punta en materia de telecomunicaciones; en tal sentido, parte de política se sustenta en la interpretación que la institución da a las necesidades de sus clientes.

1.2.5 Valores y normas que definen su cultura

El gran valor de Verizon y las normas que definen su cultura, es que recurso humano está plenamente identificado con las políticas de la empresa; es decir, que la prioridad de sus empleados se traduce en brindar al público un servicio eficiente, eficaz y adornado con los mejores niveles de ética y moral en el negocio.

1.2.6 Metas y Objetivos

Las metas inmediatas de Verizon, son entre otras:

- Alcanzar una mayor segmentación de público
- Tener presencia en todo el territorio nacional

Sus objetivos primordiales son:

- Tener al alcance de cada usuario el mejor producto
- Ofrecer el mejor servicio a mayor cantidad de usuarios.

1.3 ESTRATEGIAS PRINCIPALES VERIZON-CLARO CODETEL

Estrategias principales

Dentro del conjunto de estrategias que posee Verizon, Claro-Codetel, hay que mencionar las siguientes, en orden de importancia:

1. Se propuso lanzar un plan promocional en el ámbito nacional, tendente a no sólo dinamizar nuestra fuerza. de ventas, sino además, dar a conocer todos los servicios y equipos de telecomunicaciones inalámbricas y residenciales de que dispone la compañía.
2. Siempre realizar una campaña donde se le entreguen regalos al cliente que premie su fidelidad, agregándose a esto el cambiazo que un premio, con esta estrategia deseo que el cliente sienta que es parte importante de la empresa y es su atributo más valioso.

3. Promocionar, ofertar, como hasta ahora se ha estado venido ofertando a nuestros nuevos y antiguos abonados.

CAPITULO II

ASPECTOS MERCADOLOGICOS Verizon, Claro-Codetel

2.1 PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SE COMERCIALIZAN.

Dentro de una gran gama de productos y servicios que se ofrecía a los clientes cuando estaba presente la marca verizon puedo señalar los siguientes:

***Beepers (actualmente no están disponibles en el mercado):**

Para comunicación en una vía. Ofrecemos la mayor cobertura en este servicio garantizando comunicación en el norte: Santiago, Puerto Plata y zonas aledañas; por el sur hasta Barahona y por el este hasta la Romana.

Disponen de dos tipos de beepers: a) Tono y voz, en el cual se escuchan los mensajes en la misma voz de quien llama; b) Alfanumérico, en el cual los mensajes aparecen escritos en una pantalla. Este tiene la ventaja de su discreción, ya que el abonado recibe su aviso por medio de vibraciones.

Redes de Datos tiene funciones similares, sólo que para servicios de transmisión de datos. Estos servicios los denominamos CODEMAIL, CODEPACK y CODERED.

***Codemail:**

Es el sistema de correo electrónico que opera a través de un computador personal. Con él los usuarios pueden intercambiar información a nivel nacional e internacional, ya sea transmitiendo mensajes a una máquina de fax, un telex, un beeper alfanumérico o a otro computador, o incluso enviado correspondencia a cualquier dirección postal en Estados Unidos.

***Codepack:**

Es una red pública diseñada especial para la transmisión de datos para intercomunicar computadoras. Tiene alcance nacional, pero también está conectada a otras redes similares en Estados Unidos, lo que permite a sus usuarios en República Dominicana obtener información actualizada de la más avanzada índole en cualquier parte del mundo.

***Interconexiones** con los diferentes bancos del país para consulta de balances y otras operaciones bancarias a través de la red internet.

***Teleconferencias.**

***Internet en todas sus modalidades.**

***Internet flash móvil** (desde celulares y lap top).

***Sistema de mensajería de voz:**

Envía, recibe, guarda y distribuye mensajes de voz a través de comandos desde un teléfono. Recibe los mensajes con la voz del originador y tiene capacidad de contestar las llamadas que no pueden ser atendidas o entran en horas no laborables.

***Fax:**

Provee la forma más rápida y económica de enviar y recibir duplicados exactos de documentos originales hacia desde cualquier parte del mundo.

***En Servicios Integrados de la Red:**

Se crean y administran los servicios de voz, tales como línea 200, 800 y 1-976, Salto Automático, Centrex y Country Direct, que facilitan los negocios, porque ayudan a organizar la comercialización. En otras palabras, constituyen herramientas de mercadeo para las empresas.

***La Línea 800:**

Permite a los residentes en el país obtener información comercial por teléfono sobre establecimientos de los Estados Unidos y a los empresarios dominicanos promover sus empresas dentro del propio territorio norteamericano, mediante la modalidad de llamadas libres de cargos.

***La Línea 1-976:**

Permite a las empresas o personas que la instalen, vender algún tipo de información por teléfono, cargando el costo de la misma a la factura telefónica del usuario que produce la llamada. El dueño de la línea 1-976 recibe un porcentaje del importe de las llamadas.

***El Country Direct:**

Permite a turistas de los Estados Unidos, Canadá, Holanda y España que llaman con cargo al número marcado, ser atendidos por operadores de su propio país. Esta facilidad representa para ellos una vía de comunicación directa con sus oficinas, familiares, y relacionados, de forma conveniente, fácil y rápida. El servicio se ofrece en aeropuertos y hoteles.

***Teléfono Celular:**

Es el primer país del Continente, fuera de Estados Unidos y Puerto Rico, que utiliza la tecnología celular. Esta tecnología nos ha permitido también llevar servicio telefónico a lugares apartados, a los que de otro modo sería muy difícil comunicarse.

***Videoconferencia:**

Un innovador servicio que permite la comunicación de voz e imagen entre dos grupos o personas, sin importar la distancia que los separe, es la última tecnología puesta al servicio de los usuarios por Verizon. Facilita reuniones de negocios o familiares, compartir información resolver problemas o entrenar a personal de las empresas, sin la necesidad de realizar largos, costosos y a veces inesperados viajes.

Para las videoconferencias se han instalado sendos salones en Santo Domingo y en Santiago, y se proyecta ampliarlos a otras localidades del país y del exterior.

***Secretel:**

Es servicio de secretaría automática permite a los usuarios grabar mensajes de llamadas telefónicas, en caso de que no se encuentre en la casa o negocio, o no pueda responder las llamadas. Sirve además de llamada despertadora, llamada de recordatorio, transmisora de mensaje o como apartado individual de mensajes hasta para cuatro miembros de la familia o de la familia.

***Línea Personal:**

A través de este servicio, Verizon pone a disposición del público la comunicación para la recepción de mensajes personales o de negocios. Se pueden recoger hasta 20 mensajes diarios desde cualquier ciudad, a través de un teléfono de teclas. Ha sido habilitado para aquellas personas que esperan la instalación de una línea telefónica, o que van a cambiar de residencia.

***Líneas Comerciales:**

Este servicio es presentado a los clientes de negocios que tienen necesidades de comunicación mayores que los personales, entre los servicios tenemos:

***Centrales Telefónicas.**

***T1.**

*** Central Virtual.**

*** Conectividad.**

***Saltos Automáticos.**

***Servicios de Flota a nivel inalámbrico.**

Al introducir la marca Claro en el país se realizó una migración de tecnología pasando de la tecnología CDMA a la tecnología GSM representando este cambio un avance ya que esta tecnología representa menos costo para el cliente y la introducción de nuevos servicios y la supresión de otros los cuales luego de varios estudios demostraron que no eran necesarios para el cliente.

Dentro de los servicios que se suprimieron tenemos el servicio de beepers lo cual representaba doble gasto para el cliente.

Al realizar el cambio de tecnología se agregaron nuevos servicios tales como:

***Servicio de Banda Ancha:**

El cual permite al usuario realizar la conexión a internet desde su laptop sustituyendo el modem convencional por un dispositivo USB que permite la conexión mediante un sim card que provee el servicio desde cualquier localidad que se registre señal de celular.

***Servicio de Blackberrys:**

Este servicio es posible ofrecerlo gracias a la migración de tecnología ya que es un servicio que permite al cliente tener servicio de internet en su celular, es como tener su computadora en el celular, también permite usar este dispositivo

como modem, donde no tenga señal Wi Fi para realizar la conexión sin ningún costo adicional.

***Claro Tv:**

Con este servicio se realizó un gran crecimiento ya que se penetra a un mercado que nunca se había explorado con las marcas anteriores permitiendo esto al cliente una mayor diversificación de productos como lo son:

*Claro Tv Básico.

*Claro Tv Extra.

Con estos dos planes se le ofrece al cliente la oportunidad de tener cobertura del servicio de cable hasta localidades remotas que no pueden llegar las demás compañías con el servicio satelital.

Ya para clientes ubicados en el centro de la ciudad se les ofrecen planes más complejos que no necesitan el servicio satelital sino que se realiza la conexión a través del cable coaxial, estos planes son:

* Superior.

* Avanzado.

Con la tecnología GSM también se introduce la posibilidad de integrar el servicio de flotas en la T1 para los clientes de negocios proporcionando esto al cliente una sustancial reducción en sus gastos telefónicos.

***Servicio Internacional:**

Se Asegura las comunicaciones internacionales de excelente calidad, comparables con las más avanzadas del mundo.

Para esto disponen de tres sistemas básicos: una red digital de microondas que enlaza todo el país y se extiende hasta Puerto Rico y Haití; el sistema de comunicación satélite, a través de INTELSAT, con estaciones terrenas en Santo Domingo y Santiago, y un sistema de cable submarino de fibra óptica que conecta a la República Dominicana, Puerto Rico, Jamaica, Colombia y Estados Unidos. Estas facilidades representan más de 10,000 circuitos internacionales y 25,000 circuitos nacionales para comunicaciones de larga distancia.

Actualmente somos el país latinoamericano con mayor volumen de llamadas completadas con Estados Unidos y número 7 en el mundo.

Estos sistemas garantizan a los clientes discado directo para llamadas al Caribe, Estados Unidos, Canadá, Centro y Sudamérica, Europa, Asia, África y Oceanía.

***Alta Tecnología:**

Como una forma de hacer más eficiente el servicio que ofrece a sus clientes, Verizon ha ido integrando la más avanzada tecnología en materia de transmisión y servicios de conmutación.

Todas las centrales de Santo Domingo están enlazadas a través de un anillo digital de fibra óptica para transmisión de voz y datos a velocidades altas y bajas.

Para garantizar la transmisión eficiente y en canales de muy alta velocidad, la compañía ha instalado dos estaciones terrenas digitales para comunicación por

satélites, una del tipo IBS y otra del tipo IDR en la capital dominicana, y una IDR en Santiago.

***Servicios Gráficos:**

Además de una empresa de telecomunicaciones, Verizon, Claro-Codetel se ha convertido en exportadora de alta tecnología, al incursionar en una actividad que aunque no es propiamente telecomunicaciones, está relacionada estrechamente.

A través de su división INFOTEL y OPITEL, la empresa esta transfiriendo a formato digital los planos físicos de planta externa de esta compañía telefónica y de otros tipos de se INFOTEL realiza trabajos especialmente para empresas de Estados Unidos y Europa.

***Q-Tel:**

Dentro de la misma tónica de los servicios gráficos, Verizon incursiona en el campo de la fabricación y rehabilitación de los teléfonos para empresas telefónicas que operan fuera del territorio nacional.

La empresa opera una factoría dedicada a esta actividad en el Parque Industrial de Itabo, en Haina, provincia San Cristóbal, en la que se fabrican y rehabilitan diferentes tipos de equipos telefónicos y tarjetas de circuitos impresos.

2.2 SERVICIO AL CLIENTE.

Desde sus inicios Codetel se estableció como una marca líder en el mercado siempre anteponiendo el servicio al cliente como su eslabón número 1 con los que fueron los Phone Mart los cuales eran los nombres de los Centros de Atención, con Verizon se continuó con esta cultura a través de los Verizon Plus donde se estableció una presentación más sofisticada, actualmente se presentan lo que son los Centros de Atención a Clientes Claro.

Dentro de los canales para servicios tenemos:

2.2.1 Tele servicios:

La mayoría de los trámites relativos a sus servicios de telecomunicaciones puede realizarlos desde la comodidad del teléfono de su casa u oficina, llamando al 220-111 desde todo el país, gratis.

En aquellos casos en que se requiera su firma o presentación de documentos, puede el abonado acudir a uno de los Centros de Servicio al Cliente, localizados en toda la geografía nacional.

2.2.2 Centros De Atención:

En los centros de atención aunque han tenido una gran evolución siempre se han ofrecidos servicios especializados al cliente, en estos centro establecidos en puntos estratégicos y se le brinda la solución más acertada a las necesidades de comunicación.

En los Centros de atención se proporciona toda la información sobre equipos móviles, residenciales y pequeños negocios, los 7 días de la semana.

2.2.3 Puntos Expresos, actualmente Dealers Autorizados Claro (DAC) :

Son puntos accesibles y rápidos, en supermercados y centros comerciales, donde se pueden realizar activaciones, pagos de facturas y al mismo tiempo realizar sus compras como lo tenía previsto.

2.2.4 Agencias de Telecomunicaciones:

Para más facilidad, comodidad y rapidez en sus comunicaciones de larga distancia, fueron instaladas Agencias de Telecomunicaciones en todo el país. En

ellas los abonados podrán realizar llamadas nacionales e internacionales, envío y recepción de fax y teles electrónicos a cualquier parte del mundo.

Además de contribuir al desarrollo económico y tecnológico de la nación, con estos establecimientos se presta un incalculable aporte a la comunidad a través de su programa permanente de apoyo a las actividades deportivas, culturales y sociales.

2.3 Mercado al cual va dirigido.

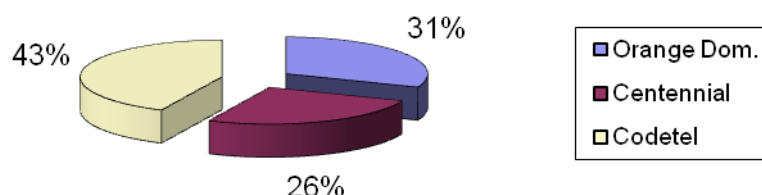
Los productos están dirigidos y diseñados para ser usados por todas las edades, sin embargo, el mercado-meta son los jóvenes y adultos-maduros, quienes por las exigencias del medio y la premura de los estilos de vida que llevan, necesitan estar siempre comunicados, por lo que la gran gama de aparatos celulares, internet, que se ofertan es cada día mayor y más variada.

No obstante ello, como he señalado, la totalidad de los productos puede ser utilizada y en eso hago hincapié, por todo ser humano que tenga el don del habla.

2.3.1 Posición en el mercado.

La posición actual que posee Claro-Codetel en el mercado dominicano de las telecomunicaciones, es muy significativa; en tal sentido, el gráfico que se presenta a continuación, es interpretativo del sitio de la empresa en las preferencias del público.

Posición en el Mercado Nacional de las Empresas Dominicanas de Telecomunicaciones



Como se aprecia, La Compañía Dominicana de Teléfonos posee un gran segmento poblacional que prefiere sus productos y servicios, representado en el gráfico anterior por un 43%, seguido de cerca por la empresa Orange Dominicana, con un 31% y finalmente Centennial Dominicana, actualmente Viva con un 26%.

2.4 Composición de la fuerza Laboral.

En los últimos años, las perspectivas de Gerencia de Recursos Humanos de Verizon, en la actualidad con Claro-Codetel han crecido en forma considerada, debido a factores como la elevada competencia a nivel nacional e internacional, la unicidad en la fuerza laboral y los cambios en la productividad y la cultura de las organizaciones.

De acuerdo a estos factores el personal de una empresa juega un papel preponderante en la definición de sus metas y objetivos y por eso entendemos que el departamento de recursos humanos debe ser administrado por gerentes

⁵ Noticias Codetel 2010 www.codetel.com.do

que gocen de flexibilidad, tacto, ética entre otras cualidades y por eso es importante conocer a fondo las funciones de este departamento.

En ese orden, la gerencia de Recursos Humanos, además de contribuir al objetivo de incrementar la ventaja competitiva está cubriendo objetivos específicos de carácter social, funcional y personal y al mismo tiempo enfrenta numerosos desafíos, que se derivan de las demandas y necesidades de sus empleados.

Asimismo, los aportes de esta gerencia se han visto determinados en gran medida por la manera de administrar los recursos humanos y la forma en que Claro-Codetel logre alcanzar sus objetivos, lo que a su vez determinará tanto su bienestar personal, como el de su entorno.

De este modo, con el fin de lograr un mejor desempeño de funciones, la gerencia de recursos humanos realiza periódicamente auditorías, las cuales abarcan su área en sí, y toda la organización en general.

2.4.1 Beneficios y Prestaciones a Empleados

Los beneficios y prestaciones laborales que perciben los empleados de La Compañía Dominicana De Teléfonos, quizás no sean los mejores, sin embargo, se puede afirmar que las ofertas en ese sentido son tentadoras.

En Claro-Codetel cada empleado tiene participación equitativa de los beneficios de la empresa, de acuerdo a las leyes de la República Dominicana, específicamente la Ley No. 11-92 (Código de Trabajo); además la empresa cuenta con planes médicos y de salud, en combinación con las ARS's y los nuevos lineamientos de salud y asistencia médica en el país.

La Compañía Dominicana de Teléfonos tiene una casa Club, lugar donde los empleados pueden acudir junto a su familia en procura de disfrutar momentos

de entretenimiento y recreación; también existen planes para embarazo, tanto post y pre parto; asimismo, los períodos de vacaciones se ajustan a lo estipulado en la Ley 11-92.

2.5 ANÁLISIS FODA

2.5.1 Fortalezas

- Calidad de sus productos.
- Calidad de los servicios ofertados.
- Disponibilidad de piezas y partes.
- Presencia nacional.
- Recurso técnico certificado internacionalmente.
- Disposición de la gente para hacer cosas.
- Apoyo logístico para todas las áreas.

2.5.2 Oportunidades

- Desarrollo industrial y comercial en República Dominicana.
- Esperanza global para el despegue local de la inversión industrial.
- Desarrollo de nuevas tecnologías, tanto en equipos nuevos como en accesorios.
- Introducción de productos y equipos de telecomunicaciones para ahorro energía.
- Amplitud de negocios igualados (contratistas).

2.5.3 Debilidades

- Dificultad para captar buenos vendedores.
- Invasiones de territorios: imposibilidad de detener.
- Competencia local.
- Incumplimiento de planes y programas de comunicación residenciales.

2.5.4 Amenazas

- La competencia, en especial Orange y Viva.
- La competencia local con los mismos equipos y partes Motorola, Samsung, Alcatel, Blackberry, entre otros.
- Inefectividad de nosotros mismos para cubrir la totalidad de la geografía local.
- Ex – empleados de la empresa en las calles.
- Clientes insatisfechos que pueden interactuar con clientes potenciales o clientes no cautivos.

CAPITULO III

MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE

3.1 TIPOS DE MODELOS DE SERVICIO AL CLIENTE.

El servicio al cliente es un asunto extremadamente relevante en muchas esferas de los negocios. El servicio al cliente no es sólo clave para la operación del negocio, el mantenimiento de los clientes sino también es un espacio para desarrollar mejoras, cambios, innovaciones y desarrollar nuevas ofertas de productos y servicio. Normalmente, las compañías con buena reputación en servicio al cliente, tienen identidades sólidas en sus industrias lo que les permite cobrar precios mayores que sus competidores, como consecuencia de la valoración que hacen los clientes por el estilo de relación que establecen con ellos.

Algunas veces las compañías desarrollan una forma de servicio al cliente único en su mercado, a veces toman fuertes riesgos, para desarrollar un estilo particular de relación con el cliente. Otras compañías invierten y capacitan a su personal, dado el valor que genera esta habilidad, dado el servicio al cliente puede ser evaluado de manera pragmática y financiera.

Uno de los aspectos centrales de un servicio al cliente sólido y efectivo se basa en la capacidad de escuchar como el cliente interpreta el servicio, pero como también como es entendido el servicio al cliente al interior de la compañía. En este campo, las compañías desarrollan una manera concreta y particular en torno a cómo cumplen o no los compromisos que hace con sus clientes a través del servicio al cliente o a sus oficinas comerciales, lo que define lo que la compañía valora y no valora en relación al cliente.

3.1.1 Como Opera el Ciclo básico de la Acción en el Servicio al Cliente.

El ciclo básico de la acción cuenta de cuatro fases: Escuchar (preparación), Negociación (o construcción de acuerdos), Ejecución y Evaluación (aseguramiento de la satisfacción).

1-. Fase de Escuchar: En esta etapa el cliente manifiesta sus inquietudes, realiza sus pedidos e insatisfacciones o el realizador hace una oferta al cliente. Las herramientas claves son las de registros del tipo de conversación (reclamo, pedido y oferta) que origina la interacción y el registro de la identidad del cliente. Las prácticas básicas son escuchar al cliente y hacer ofertas al cliente. Los indicadores claves son contruidos en función de las preocupaciones particulares del negocio.

2-. Fase de Negociación: En esta fase el realizador elabora un conjunto de posibilidades de acciones de cierta forma específica (condiciones de satisfacción), atendiendo a la inquietudes del cliente, para realizarlas en un tiempo determinado. La interacción apunta a producir un acuerdo sobre el tipo de acciones, la manera de realizarlas y su tiempo de ejecución, la fase culmina con un acuerdo entre los roles sobre lo anterior.

3-. Fase de Realización: En esta fase es donde se ejecutan las acciones, en forma y tiempo que fueron acordadas en el compromiso con el cliente. Esta fase termina con la declaración de terminado que hace el realizador al cliente.

4-. Fase de Evaluación: En esta fase en donde ocurre la conversación entre el cliente y el realizador para asegurar que las acciones realizadas, en el tiempo y forma acordados, cumplieron según el cliente, el compromiso realizado en la fase

de negociación. Esta fase termina con la declaración de satisfacción por parte del cliente.



6

Ciclo básico de la acción en el servicio al cliente

3.2 Evolución de los modelos de servicio al cliente a través de los cambios.

Indudablemente cada día que pasa los clientes toman conciencia de lo que compran y exigen cada vez más por aquello que pagaron.

⁶ Informática - Listín Diario, 11 abril, 1989, Santo Domingo, Rep. Dominicana

Partiendo de esta premisa, la organización y quienes la integran deben estar preparados para responder con actitud de servicio, eficiencia, atención y calidad a los requerimientos y expectativas que el cliente demanda.

Un factor importante para el impulso y desarrollo del servicio al cliente es el nivel de ingresos de los consumidores, ya que quienes obtienen un ingreso superior lo mínimo buscan factores satisfactorios que más a delante de lo básico.

Un servicio es el parámetro a través del cual los clientes miden su compromiso social de una organización hacia los consumidores, destacando como valores o actitudes y las acciones que se llevan a cabo, para hacer sentir a los clientes que se trabajó por ellos y para ellos.

Otorgar un servicio implica la atención que se tenga para detectar las necesidades del cliente, así como tomar las acciones indispensables para satisfacerlas de manera optima y expedita.

Aunque el servicio es un bien intangible, es un hecho que enriquece a quien lo recibe y engrandece a quien lo presta, ya que genera, en ambos efectos de orgullo y satisfacción, con el resultado de relaciones comerciales constructivas a largo plazo.

Existen cuatro características fundamentales que distinguen a los servicios de los productos:

1-. Intangibilidad

2-. Carácter Perecedero

3-. Producción y consumo simultáneo

Desde que en 1998 la Mercadotecnia reconoce como comunicación, todo ese proceso que relaciona a la empresa con el cliente, siendo todos y cada uno de

estos aspectos, encuadrados en el término general de "Comunicación" y ahora totalmente diferenciados.

Precisamente el servicio al cliente, como parte de la comunicación y tras esta distinción, es aquel punto que nos interesa para delimitar el objeto de nuestro estudio. Sin embargo, a pesar de que son muchas las ocasiones en las que sí se toma importancia a la comunicación, y aunque el mundo está lleno de frases virtuosas sobre el servicio al cliente, como en: "El cliente es el Rey". "El cliente siempre tiene la razón". "Lo primero son los clientes", etc. Hay algo de lo que el mundo sí está sobrado: de clientes descontentos. No sólo se trata de los clientes que se gastan su dinero individualmente, sino también en cuanto a las grandes empresas; no se trata de aquellos clientes que son víctimas de nimiedades y de falta de educación, sino también de aquellos clientes que tienen que soportar una tremenda incompetencia y una mala gestión de todo tipo, aspectos que indudablemente no se consideran como satisfactores.

En este entendido, nos puede resultar muy útil separar la expresión "servicio al cliente" y analizar aisladamente los términos "Cliente" y "Servicio", con ello estaremos más familiarizados con el punto y tendremos la condición de asumir ya una posición teórica básica.

Dentro del punto de vista del ciclo comercial, un mismo individuo suele catalogarse en diferentes categorías, que van desde el pertenecer al "público objetivo" de la empresa o institución, pasando por ser "cliente potencial", luego "comprador eventual" y hasta llegar a ser "cliente habitual" o "usuario". Los entes clasificados como "público objetivo", no se interesan de forma particular por el servicio o producto, que ofrece la empresa. El "cliente potencial", sí se interesa, pero todavía no se decide comprar o acudir al servicio, el "comprador eventual", ya se ha decidido y el "cliente habitual" o "usuario" incorpora a su vida las consecuencias de la compra o el acudir al servicio.

En la compañía dominicana de comunicaciones en sus inicios el modelo de servicio al cliente establecido era solamente a nivel de call center, ya que los productos ofrecidos en ese entonces eran intangibles, el servicio al cliente presencial en la Compañía Dominicana de Teléfono se presentó con la adquisición de CODETEL por parte de la compañía Verizon, con ella se establecieron los que fueron los Phone mart y luego más tarde Verizon plus cambiando totalmente su presentación. Al cambiar a lo que hoy conocemos con Claro Codetel tenemos el modelo llamadas CAC (Centros de atención a clientes claro).

3.3 ESTRATEGIAS IMPLEMENTADAS EN LOS DIFERENTES MODELOS DE SERVICIO.

3.2.1 Verizon

Con la llegada de Verizon a nuestro país se puso en ejecución un nuevo modelo de servicio al cliente, donde la columna vertebral de la compañía misma es el cliente. Se puso a disposición del cliente dos maneras de ser atendido, brindándole así toda la atención y soluciones que merece.

Con Verizon en el 2000 se creó el prime PhoneMart, la cual se definió como una moderna tienda para brindar a los clientes soluciones móviles, residenciales y de negocios. Donde podían acudir a realizar sus pagos, reclamaciones así como solicitudes, ubicadas en puntos estratégicos de la ciudad, la identidad de los phone Mart así como los Verizon Plus era hacerle sentir al cliente como si estuviera en casa lleno de comodidades y grandes atención, de donde nunca se quisiera marchar.

En el 2004 Verizon realiza un cambio de identidad y con ello cambian los PhoneMart a Verizon Plus con la cual se mejora la temática de servicio al cliente, con un constante entrenamiento tanto para el Call Center así como la atención presencial, lo que formaba parte del renombre de Verizon.

3.2.2 Claro Codetel

El miércoles 31 de enero de 2007. A partir de ese día se anunció que las nuevas marcas para continuar comunicando a los clientes de Verizon son: Claro para la comunicación móvil, y Codetel para las comunicaciones fijas y de datos.

Claro es una marca de comunicaciones móviles que opera en Brasil, Perú, Chile, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Guatemala y ahora República Dominicana. Es parte de América Móvil, el grupo de telecomunicaciones más grande en América Latina que cuenta con una red de más de 115 millones de clientes y la seguridad y solidez de estar en 15 países de Latinoamérica y EUA.

Con el cambio de imagen cambió totalmente la política de servicio al cliente, ya que América Móvil viene con la visión de agilizar los procesos y eficientizar las operaciones, anteriormente en el modelo de Verizon el tiempo de espera para atención era más extensos pero por las comodidades proporcionadas al cliente el tiempo iba de corridas con el cliente, Claro estableció lo que se conoce hoy como CAC, Centro de Atención a Clientes Claro, el cual está conformado por un sistema de fila única en la cual el tiempo de espera es de no menos de 15 minutos, esto varía dependiendo de las transacciones a realizar por el cliente. Con la idea que mayores espacios las atenciones son de pies ya que con esto hay más espacio para mayor cantidad de empleados y así poder lograr que el tiempo de espera sea reducido.

El mercado Dominicano no estaba preparado para este cambio tan abrupto y no tomo la decisión con mucho agrado, ya que entiende que con el nuevo modelo su tiempo de espera es mayor, y las atenciones no son las mismas así como los servicios.

Las estrategias utilizadas por ambos modelos son muy diferentes y el punto de reacción en los clientes fue inmediato y al mismo tiempo negativo.

3.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LOS DIFERENTES MODELOS DE SERVICIOS.

3.4.1 Ventajas y Desventajas del modelo de servicio de Verizon.

Ventajas:

- ❖ Mayor comodidad.
- ❖ Mayor atención.
- ❖ Soluciones más eficaces.
- ❖ Respuestas más acertadas
- ❖ Personal más preparado, más profesional.

Desventaja:

- ❖ Mayor tiempo de espera.
- ❖ Mayor Burocracia para las soluciones.
- ❖ Precios más elevados.
- ❖ Menos centros dispersos por el país.

3.4.2 Ventajas y Desventajas del modelo de servicio de Claro Codetel.

Ventajas:

- ❖ Más puntos de contactos en el país.
- ❖ Mayor cantidad de personal.
- ❖ Soluciones más llanas.
- ❖ Respuestas acertadas.
- ❖ Servicio a un precio más alcanzable para el cliente.
- ❖ Horarios más extendidos.

Desventaja:

- ❖ Mayor tiempo de espera.
- ❖ Menos comodidad, estilo fila única.
- ❖ Precios más elevados.
- ❖ Repuestas menos acertadas.
- ❖ Personal menos preparado.

3.5 IMPACTO DE LOS MODELOS DE SERVICIOS EN EL MERCADO DOMINICANO.

Puedo decir que los cambios realizados a los modelos según se pudo observa anteriormente tiene su razón de ser, y al mismo tiempo su intención, así como debo enfatizar que el cambio fue bruco para el público al cual está dirigido el producto.

Con el avance de la tecnología debo mencionar que hoy en día el cliente tiene la opción de decidir con que proveedor servicio desea establecer sus relaciones comerciales. Con la implementación de la portabilidad numérica el cliente tiene la decisión en sus manos, donde el número le pertenece, son muchos de los cambios positivos a favor del cliente.

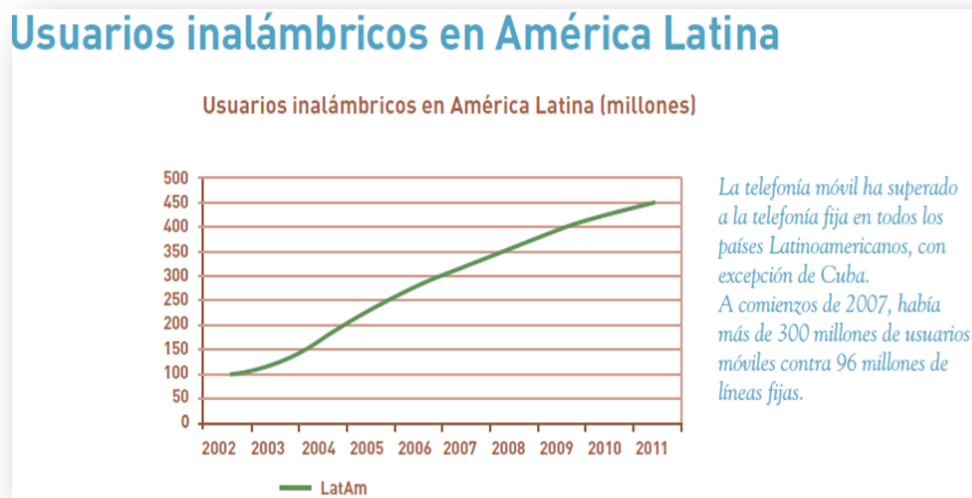
Estos modelos de servicio al cliente han dado muchos ejemplos para realizar mejoras en su implementación, y dichos cambios se han realizado poco a poco.

3.6 Estrategias Sugeridas para mejorar el modelo de servicio actual.

Nunca fueron tan atractivas las condiciones del mercado de las telecomunicaciones en América Latina. Las áreas de mayor crecimiento son la de los servicios móviles y de banda ancha. Un estudio de mercado realizado por HOT TELECOM revela que los operadores móviles en América Latina Alcanzaría

cifras de crecimiento de dos dígitos en la cantidad de los clientes, lo cual está demostrado ya que cada somos hijos de la tecnología.

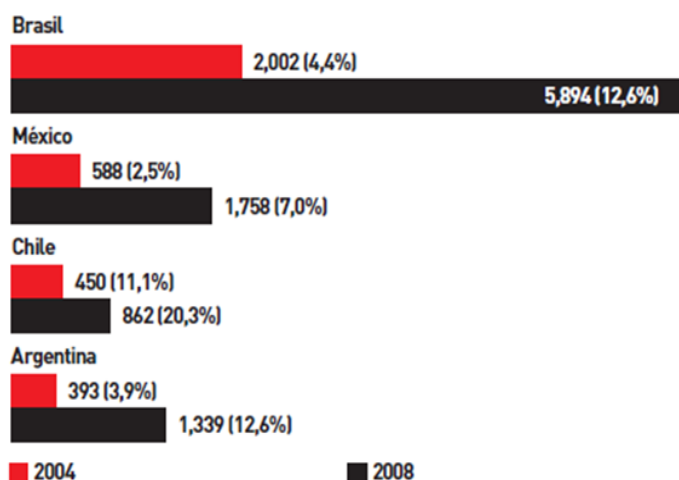
Con la siguiente gráfica se muestra lo antes mencionado.



7

⁷ Fuente: Pricewaterhouse coopers.

Hogares con banda ancha en algunos países Latinoamericanos, 2004 y 2008 (en miles y como porcentaje del total de hogares)



Fuente: eMarketer, mayo 2005

Los líderes en materia de banda ancha son Brasil, México, Argentina y Chile. A principios de 2006, estos países representaban el 90% de los usuarios de la región. Sin embargo, tienen bajas tasas de penetración y están posicionados para experimentar un crecimiento significativo.

8

Las compañías de telecomunicaciones son conscientes de la importancia del centro de atención para generar una excelente experiencia del cliente y mayores ingresos. En la actualidad, las empresas exigen aún más de sus centros de atención, la innovación promueve nuevas ofertas de productos y servicios e invita a participar a otros sectores del mercado.

En el entorno competitivo de hoy, los centros de atención son un activo estratégico fundamental para la compañía de telecomunicaciones y así brindar mayor valor a los clientes, por que presento una serie de estrategias que pueden ayudar con la aceptación del nuevo modelo y la satisfacción de los clientes.

⁸ Fuente: www.emarketer.com mayo 2005

Estrategias:

1-.Facilitar las interacciones entre los centros de atención de manera consistente, integrada y constante.

La compañía Dominicana de Teléfono ha proporcionado muchos medios de enlace lo cual nunca ha sido una falta, pero se debe mejorar la conexión entre cada uno de los centros, ya que con esto se permite que el cliente pueda visitar cualquier centro de atención y no tener que retomar el caso en cada centro que visite, sino que se visualice el seguimiento.

2-. Ofrecer una entrada atractiva al cliente.

Desde sus inicios La Compañía Dominicana de Teléfono ha puesto a disposición del cliente el Centro de Atención Telefónica, con esto cuando el cliente llama la primera impresión es a través del IVR (Respuesta Interactiva de Voz). Este sistema se ocupa de orientarlo en los servicios y el mapa del IVR para con esto disminuir el tráfico de llamadas y tiempo de espera.

Los clientes se sienten frustrados cuando tienen que tratar con los largos y confusos menús, se debe establecer un menú más fácil, más amigable para el cliente y que proporcione mayor facilidad al cliente.

La integración de un autoservicio con el servicio asistido tal como se ofrece en el banco es una opción muy cómoda para el cliente. En este autoservicio se recibiría la misma atención personalizada.

3-. Proporcionar a los Representantes de servicio al cliente toda la información a tiempo.

Integrar la información del back-office con las actividades del centro de atención ayuda a los representantes a resolver contactos con mayor rapidez y eficacia.

4-. Iniciar contactos proactivos.

Esta práctica se realizaba con la gestión de Verizon Dominicana, entiendo que esta estrategia debe ser retomada que el cliente reciba una llamada para saber que es tomado en cuenta, y hacerlo sentir importante para la empresa.

Con esta estrategia se establece un factor de diferenciación con la competencia.

5-.Usar los datos y la segmentación de clientes de manera más eficaz.

Debido a que muchos servicios son commodities vulnerables a la intensa competencia de precios, Verizon poseía la modalidad de segmentar al cliente de acuerdo a su nivel de consumo de la siguiente forma:

Plantinum y Bronce, esta práctica puede ser retomada y con ella lograr un mayor acercamiento a esos clientes potenciales que están abandonados.

6-. Generar una mejor motivación para los representantes de servicio al cliente.

Ha quedado demostrado que una buena motivación conlleva a un buen resultado y al mismo tiempo la satisfacción de los clientes, entiendo que una de las estrategias a implementar debe ser establecer un mejor sistema de motivación ya que cuando se realizó el cambio de modelo de servicio al cliente esos incentivos fueron reducidos producto de la situación económica del país, pero tomando en cuenta los resultados monetarios obtenidos se puede realizar un aumento de los incentivos de dichos empleados conllevando esto a un mejor servicio y así lograr la retención de los clientes y la mayor satisfacción de los mismos, lo cual era una costumbre con la presencia de Verizon en nuestro país.

CONCLUSIONES

Como se aprecia La compañía Dominicana de Teléfono es una de las principales en el ramo de las telecomunicaciones en la República Dominicana, como presencia efectiva en el ámbito nacional, esta institución cada día se sitúa en posición preferencial ante las demás empresas que se presentan como sus principales competidores.

Hay que señalar que las comunicaciones en todo el sentido de la palabra deben y seguirán modernizándose, ya que los movimientos globalizadores así lo demandan.

Esto lo podemos lograr si continuamos con la esencia que así enmarca compañía como Verizon, Claro Codetel trata de continuar con este labor, pero dentro de todo el material que se presentó a largo del proyecto notamos que la mayor razón que ha provocado la debilidad en los Centros de atención a cliente radica en la poca motivación que tienen actualmente los empleados.

Se deben aplicar técnicas y realizar entrenamientos constantes a los empleados donde se eduque la importancia que tiene el cliente en una empresa de servicio. Se deben preparar profesionalmente a su componente humano para que éste pueda brindar al público un servicio de calidad, con eficiencia y eficacia.

En conclusión el mercado de las telecomunicaciones tiene una tendencia al crecimiento constante donde cada una de las empresas existentes deben mantenerse realizando reingeniería y deben mantener a los cliente contentos ya que con el pasar del tiempo se presenta un mayor oferta en base a la demanda donde el que presente mejor oferta mantendrá su clientela y a su vez que presente un mejor servicio conservará la fidelidad de sus clientes.

RECOMENDACIONES

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderoso como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Todas las personas que entran en contacto con el cliente proyectan actitudes que afectan a éste.

La cortesía general con el que el personal maneja las preguntas, los problemas, como ofrece o amplía las informaciones, provee servicio y la forma como la empresa trata a los clientes.

Las empresas dan énfasis al administrador y el control que al resultado percibido por el cliente. Esto da lugar a que las áreas internas tengan autoridad total para crear políticas, normas y procedimientos que no siempre tiene en cuenta las verdaderas necesidades del cliente o el impacto que dichas políticas generan en la manera como el percibe el servicio.

Las políticas del servicio muchas veces son incongruentes con la necesidad del cliente dado que las áreas internas son isla dentro de la empresa y se enfocan más hacia la tarea que al resultado. Cuando los gerentes hacen sus reuniones de planeación estrategia nunca tiene en cuenta las áreas administrativas. Lo mismo sucede cuando los vendedores se reúnen para hacer sus estrategias comerciales.

En virtud a lo presentado anteriormente le presento las siguientes recomendaciones las cuales entiendo posee una importancia y podrían solucionar parte del problema latente hoy en día.

- Se debe realizar esporádicamente una evaluación sobre el nivel de satisfacción de los empleados y que los mismos ofrezcan sugerencia de posibles forma de motivación.
- Realizar una reingeniería a su actual forma de motivación, verificando con los empleados si están de acuerdo no con ella.
- En el ámbito de los roles informativos, necesitan informaciones mas pertinentes y de primera mano para tomar decisiones inteligentes, ya que de esto dependerá la motorización del recurso humano por la información recibida o transmitida a través de los supervisores.
- Se debe realizar un seguimiento constante con relación a las ofertas y realizar estudios de mercados para así poder ofrecer al cliente lo que realmente necesita.
- Es necesario establecer un seguimiento constantes del cumplimiento de las promesas realizadas a los clientes para la solución de sus problemas con relación al servicio por el que está pagando, con esto se puede contribuir a fortalecer la fidelidad del cliente.

Entiendo que si se ponen en práctica estas estrategias los resultados que se podrían obtener serían muy beneficiosos, y entiendo que se pueden ver a corto plazo.

BIBLIOGRAFIA

1. Actualidad Electrónica 13(572): 1 Dic. 1989.
2. Genesys An Alcatel-Lucent Company. Guía de Estrategias de la industria, Estrategias de servicio al cliente para el sector de las telecomunicaciones. Julio 2008.
3. Ideas en acción. Servicio al cliente; cuando lo Hard es Soft y lo Soft es Hard. Febrero 2009.
4. Mundo Electrónico 13(131): 20-2, ene- 1993, Madrid, España.
NIETO, José G. Teléfono no sólo celular, sino también vía satélite. Mundo Electrónico (232): 80, 14 Julio 1992, Madrid, España.
5. Román, Francisco (Ceo de vodaphone).Nuevos modelos de Servicio al cliente. 18 de mayo de 2004.
6. SINNO, Yves. El teléfono móvil en la hora Europea. Mayo 2008.
7. SCOTT, Guilleard. Celular desde todo lugar. Julio 2007
8. ALCALDE, Eduardo; GARCÍA TOMAS, Jesús. Informática de Gestión. McGraw-Hill, 7ma. Edición, México, 1995.
9. COHEN, William. El plan de marketing. Ediciones Deusto, Madrid, España, 1990.
10. Empresas Competitivas: Una estrategia de cambios para el éxito. Mc. Graw-Hill. México 1997.

11. Introducción a la Teleinformática. McGraw-Hill Hispanoamericana, S.A. México, D.F. 1995.
12. Informática - Listín Diario, 11 abril, 1989, Santo Domingo, Rep. Dominicana.
13. STANTON, William. Fundamentos de Mercadotecnia.
14. Velasco Cruz, Teresa. Manual de Servicio al cliente. Tercera edición 2008.
15. Whiteley, Richard. La integración cliente-empresa; las cinco mejores estrategias para lograr el éxito en los negocios con los clientes. México: Editorial Prentice-Hall, 1996.
16. Indotel. www.indotel.gob.do. Febrero 2010.
17. Motorola cede su licencia a Nokia y Tandy. Enero 2009
18. Noticias Codetel, Año 2010(folleto).www.codetel.com.do.

ANEXOS

UNIVERSIDAD APEC



ESCUELA DE GRADUANDOS

Monografía para optar por el título de:

ESPECIALIDAD EN ALTA GESTION EMPRESARIAL

ANTEPROYECTO TRABAJO DE MONOGRAFICO

**"ANALISIS DE LA INCIDENCIA DEL CAMBIO ADMINISTRATIVO, EN EL
MODELO DE SERVICIOS DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIONES
INALAMBRICAS, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, EN EL PERIODO 2000-
2010, CASO VERIZON-CLARO CODETEL."**

SUSTENTANTE

NOMBRE
KARINA REYES

MATRICULA
2009-1093

ASESOR (A):
EDDA FREITES, MBA

Santo Domingo, República Dominicana
27-ENE.-10

INDICE

1. La selección y definición del tema de investigación

2. Planteamiento del problema de investigación

3. Objetivos de la investigación

4. Justificación de la investigación

5. Marco de referencia (teórico -conceptual)

6. Aspectos Metodológicos.

7. Tabla de contenido.

8.- Bibliografía Preliminar

1. LA SELECCIÓN Y DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

"ANÁLISIS DE LA INCIDENCIA DEL CAMBIO ADMINISTRATIVO, EN EL MODELO DE SERVICIOS DE UNA EMPRESA DE COMUNICACIONES INALAMBRICAS, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, EN EL PERIODO 2000-2009, CASO VERIZON-CLARO CODETEL."

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Resulta notable la importancia que realmente constituye el uso de la tecnología en la empresa de hoy, sin embargo, para que la tecnología por más avanzada y moderna que sea, produzca en las empresas el cambio deseado debemos hacer el mejor uso de ella.

Las telecomunicaciones han alcanzado un gran desarrollo a nivel mundial y la República Dominicana no está exenta del mismo, actualmente tiene el desafío de ir de la mano con los avances tecnológicos que enfrenta nuestro país, ya que tiene el compromiso de minimizar las brechas de la tecnología.

Desde los inicios de Codetel en 1930 el servicio al cliente siempre ha sido la piedra angular de la compañía fortaleciéndose esto con la incursión de Verizon en el país en el 2000, ya con la entrada de América Móvil al país ahora Claro Codetel hemos notado como ha decrecido y ha pasado a un segundo plano lo que eran nuestra piedra angular.

Este proyecto trata de presentar posibles estrategias a esta brecha que esta aquejando a nuestra principal columna los clientes.

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivos Generales:

- Analizar la incidencia del cambio en el modelo de servicio de una empresa de comunicaciones inalámbricas en la ciudad de Santo Domingo en el periodo 2000-2010, caso Verizon-Claro Codetel.

Objetivos Específicos:

- Evaluar la condición actual de las funciones del Departamento de Producción, en cuanto a sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, con el fin de establecer las medidas necesarias que aseguren la rentabilidad sostenida del negocio.
- Identificar las estrategias de necesarias los procesos de gestión que permitan crear valor en la empresa y aumente su competitividad.
- Determinar las posibles soluciones indicadas para una gestión eficiente en cada interacción entre el personal de servicio y el cliente.
- Proporcionar estrategias alcanzables que puedan establecer un nuevo modelo de servicio donde se logre un buen servicio al cliente.
- Analizar la situación d actual de la empresa y evaluar las posibles estrategias para proponer mejoras al modelo de servicio al cliente.

4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Las razones que se plantean son de carácter teórico tomadas de una serie de datos recabados en el periodo 2000-2009.

Los resultados que se puedan obtener, pueden arrojar nuevas soluciones, ya sea por descubrimientos o por la modificación del modelo actual, planteando nuevas teorías.

Se desea presentar el modelo de servicio actual y hacer una comparación con el modelo utilizado por Verizon, identificar de que formar podemos establecer un modelo que logre la satisfacción en cada contacto con el cliente.

5. MARCO DE REFERENCIA (TEÓRICO -CONCEPTUAL)

Marco Teórico:

Codetel es la empresa de telecomunicaciones más antigua que funciona en República Dominicana, la cual data desde el 11 de noviembre de 1930 y para el 1931 esta empresa de telecomunicaciones adquirió la franquicia para su operación en la ciudad de Santo Domingo.

Codetel es la propietaria del único cable submarino que existe en la Republica Dominicana y que es el enlace para lograr una comunicación eficiente en esta media isla y el mismo empezó su instalación para el 1968.

Codetel ha estado a la vanguardia en lo que es sistema de telecomunicaciones en la República Dominicana, por ser esta la primera empresa de telecomunicaciones que se instalo en el país.

Esta empresa de telecomunicaciones ofrece en el país servicios de teléfonos residenciales, móviles, internet, servicios de data, cable y todo lo relacionado a telecomunicaciones en prácticamente todo el territorio de la República Dominicana ya que Codetel ha logrado enlazar casi todo el territorio nacional.

En el año 2000 la empresa Codetel se vio obligada a cambiar el nombre que llevaba más de 60 años establecido en la República Dominicana por la venta de esta empresa a la telefónica Verizon de Estados Unidos.

Luego de varios años funcionando como Verizon esta empresa puso en venta tanto la empresa de telecomunicaciones en República Dominicana como en Puerto Rico y la Empresa American Móvil de capital mexicano adquirió la franquicia de República Dominicana y devolviendo con esto el nombre de Codetel, ahora con un valor agregado pues la parte de telefonía móvil lleva el nombre de Claro, que es una marca distintiva de esta empresa en varios países latinoamericanos.

Codetel se encuentra en la actualidad en un proceso de cambio de plataforma de móviles, pues anteriormente y todavía continua usando aunque en menor escala la plataforma CDMA, y desde hace unos meses ha comenzado el cambio a la red GSM, la cual brinda una mayor seguridad y mayor amplitud.

6. ASPECTOS METODOLÓGICOS.

En vista de que el propósito de este estudio es analizar la situación actual del modelo de servicio al cliente de la empresa, se realizara en la fase de análisis que permita examinar el funcionamiento de dicha empresa, así como las variables necesarias para la implementación de los cambios de ser necesarios. Se utilizaran fuentes secundarias en apoyo a teorías relativas al tema, como libros, seminarios, páginas de internet, tesis, entre otras.

Dentro de las técnicas de investigación las más relevantes en la compilación del material de estudio necesario lo serán las entrevistas de profundidad realizadas directamente al personal que trabajo en el desarrollo del modelo de servicio al cliente utilizado en Verizon e implementado en Claro Codetel.

Los niveles de investigación que se utilizaran son de carácter analítico con las que se puedan analizar cada uno de los elementos que integran la organización.

Se refiera a los Tipos de Estudio; estos Señalan el nivel de profundidad con el cual el investigador busca abordar el objeto de conocimiento:

7. TABLA DE CONTENIDO

Esquema Tentativo

INTRODUCCION

METODOLOGIA

CAPITULO I

ASPECTOS GENERALES COMPAÑÍA DOMINICANA DE TELEFONOS

- 1.1 Origen y Evolución de las telecomunicaciones en Republica Dominicana
- 1.2 Datos estratégicos y organizativos Compañía Dominicana de Teléfonos
- 1.3 Estrategias principales Verizon-Claro Codetel

CAPITULO II

ASPECTOS MERCADOLOGICOS Verizon, Claro-Codetel

- 2.1 Productos que comercializan
- 2.2 Servicio al cliente
- 2.3 Mercado al cual va dirigido el producto
- 2.4 Composición de la fuerza Laboral
- 2.5 Análisis Foda

CAPITULO III

MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE

- 3.1 Tipos de modelos de servicio al cliente
- 3.2 Evolución de los modelos de servicio al cliente a través de los cambios
- 3.3 Estrategias implementadas en los diferentes modelos de servicio
- 3.4 Ventajas y desventajas de los diferentes modelos de servicio
- 3.5 Impactos de los modelos de servicio en el mercado Dominicano
- 3.6 Estrategias sugeridas para mejorar el modelo de servicio actual

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

8. BIBLIOGRAFIA PRELIMINAR.

1. Noticias Codetel 2010