CENTERPHONE

Quito, Marzo 15 del 2.007

Señores
ACCIONISTAS DE LA COMPAÑIA CENTERPHONE S.A.
Ciudad.

Cumpliendo con los estatutos sociales y la Ley de Compañías, me permito presentar a ustedes el informe de labores adjuntando Balance General para que las cifras indicadas en él sean conocidas en la Junta General Ordinaria de Accionistas.

De acuerdo al compromiso mantenido con el Directorio, Centerphone S.A. presta servicios de Call Center, provee servicios de C.R.M. (Customer Relationship Management) a las empresas del Ecuador e internacionales interesadas en mejorar sus relaciones con los clientes.

CENTERPHONE S.A. es una empresa que brinda servicios de Call Center, cuenta con 4 clientes permanentes que básicamente pertenecen a la Corporación CFC y varios clientes en campañas puntuales.

Actualmente cuenta con una infraestructura para 46 posiciones de atención, de los cuales 11 están actualmente ocupadas por nuestros clientes permanentes y las otras son campañas de clientes golondrina.

Durante el año 2006, el entorno económico se caracterizó por una inestabilidad permanente dado que existieron, importantes cambios en el manejo de la política económica. Por otro lado, en el sector Político la inestabilidad causada por los últimos meses de mandato del presidente Palacios y el hecho de ser otro año de elecciones, logro que la incertidumbre se mantenga latente durante todo el año. En resumen el escenario presentó:

CIFRAS MACROECONOMICAS

Inflación Diciembre 2006 : 2.87
Balanza comercial positiva de en millones de dls: 1.147,8
Exportaciones en millones de dls 12,362.9
Importaciones en millones de dls 11.215,1

CENTERPHONE

INDUSTRIA CALL CENTER

Situación del mercado

En varios países se comienza a promover la implantación de Call Center, con miras a generación de trabajo de forma masiva.

La industria de Ventas por Teléfono, con difusión por medios alternativos como Catalogo, internet y TV va creciendo de forma importante, se espera que esta industria en la parte de los catálogos llegue en el 2007 a los 120'000.000 de dls.

OUTSORUCING

	CIUDAD			
EMPRESA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	TOTAL
Cronix	90	30	0	120
ContactoLogico	60	40	0	100
Atphone	40	0	0	40
American Callcenter	50	70	0	120
Orbistel	0	50	0	50
Byphone	30	0	0	30
Sell & Contact	20	0	0	20
SICOBRA	80	0	0	80
Recaudadora	50	40	0	90
Mutualista Pichincha	50	0	0	50
Centerphone	60	0	0	60
Siemens	250	100	0	350
Interactive	30	0	0	30
OTROS	100	50	0	150
TOTAL	**910**	**380**	**0**	**1290**

INHOUSE

	CIUDAD			
EMPRESA	QUITO	GUAYAQUIL	CUENCA	TOTAL
PORTA	0	200	0	200
MOVISTAR	130	0	0	130
ALEGRO	30	0	0	30
ANDINATEL	110	0	0	110
PACIFICTEL	0	50	0	50
ETAPA	0	0	40	40
BCO. PICHINCHA	140	0	0	140
PRODUBANCO	55	-0	0	55
BCO. GUAYAQUIL	0	10	0	10
BANCO DEL AUSTRO	0	0	15	15
BCO. BOLIVARIANO	0	20	0	20
GENERAL MOTORS	15	0	0	15
FYBECA	50	0	0	50
OTROS	500	100	40	640
TOTAL	**1030**	**380**	**95**	**1505**

	Posiciones	Precio	Total	Fact. Anual	%
OUT	1290	850	$ 1,096,500	$ 13,158,000	36%
INHOUSE	1505	850	$ 1,279,250	$ 15,351,000	64%
Número	1505		Mercado	$ 28,509,000	

Hacia donde va el negocio:

- Brindar servicios de Auto-Atención, especialmente en el área de Bancos, Aerolíneas, etc.
- Implementar campañas propias o para terceros en el área de Televentas.
- Capacitación del personal de Call Center en el área de Televentas.
- Excelencia operacional (Estandarización de procesos)
- Implementar el área comercial de la Compañía.

CENTERPHONE S.A.

Actualmente, Centerphone se encuentra con una estructura de costos muy conservadora. La carga principal de gastos, dado el giro del negocio es de un 69.24% del personal, de este porcentaje el 91% esta representado por personal de operaradores el restante corresponde a la administración.

Con respecto a la ocupación de sus instalaciones, en el 2006 básicamente se utilizó en campañas a empresas parte de una misma entidad y algunas puntuales externas.

Las estaciones fijas asignadas se describen a continuación:

Cliente	No. Estaciones
CFC	3
ACOSAUSTRO	4
SHERLOC	3
GENTE	1
SHERLOC ENVIOS	

Las instalaciones físicas de la Cia. son arrendadas a la Cia. Ecoilpet que es propietaria del Edificio CFC, su ocupación alcanza un 63% por lo que es

necesario mejorar la producción para alcanzar el punto de equilibrio en los costos.

La capacidad total del Call Center es de 46 posiciones, de las cuales 11 están activas, es decir 35 posiciones adicionales para las cuales no se requeriría ninguna inversión adicional en cuanto a tecnología Avaya. Para completar las 46 posiciones, se requeriría una inversión adicional de 16 equipos de computación y 16 teléfonos, que en el caso de incrementar sus clientes sería necesaria.

La facturación de Centerphone esta en un promedio de $16.500. Mensuales dependiendo del numero de horas estación que requieren los clientes.

Existen además 2 posiciones en Guayaquil, asignadas adicionalmente a distintas campañas de clientes como Acosaustro, CFC y Consorcio Gente.

Razones por las que no se consiguió los objetivos planteados:

- No existe un departamento Comercial dentro de Centerphone, que permita promover y utilizar la infraestructura instalada.
- Falta de desarrollo de campañas con enfoque completos de CRM y Marketing Directo.
- Desarrollo de gran cantidad de competencia en el mercado local.
- No existió un presupuesto adecuado para mejorar las áreas de tecnología y operaciones.
- No existió un plan adecuado de capacitación y de carrera orientado al desarrollo profesional del RRHH de Centerphone.

ADMINISTRACION

- Se desarrollo un esquema claro de medición de eficiencia para los operadores, supervisores.

- Mantenemos el control de activos fijos, proveeduría y archivo con verificaciones por parte de Contraloría.

- Establecimos un sistema de control de asistencia y de ingreso y egreso del personal.
- El personal de la Empresa cuenta con su respectiva credencial de Identificación.

CENTERPHONE

La nómina del personal a la fecha es la siguiente :

NOMBRE	Cargo
AMBATO UGARTE EDGAR OMAR	Supervisor de Operaciones
APONTE FARIAS MAYRA ELIANA	Teleoperadora
BASANTE ECHEVERRIA DIANA BELEN	Teleoperadora
BIEDERMANN LARREA ADOLFO FERNANDO	Teleoperadora
CALDERON CHANABA JUAN EDUARDO	Supervisor de Operaciones
CAÑAR VIZUETE ANDREA FERNANDA	Teleoperadora
CARDOSO AGUILAR ANGELA CRISTINA	Teleoperadora
CORDOVA OVIEDO MARIA ZIANET	Teleoperadora
GUTIERREZ FIGUEROA PAOLA ALEXANDRA	Teleoperadora
LARA INSUASTY MARJORIE JASLEYDI	Teleoperadora
PAREDES NUÑEZ RODRIGO PATRICIO	Gerente Nacional
PINTO PINTO LUIS ROBINSON	Teleoperadora
RAMIREZ VEINTIMILLA XIMENA PATRICIA	Teleoperadora
RODRIGUEZ TORRES RENATO GABRIEL	Teleoperadora
RUIZ POMA LEONARDO ALEXANDER	Teleoperadora
SALAZAR MINO JOSE ALBERTO	Teleoperadora
SALGADO MONTESDEOCA JESSICA FERNANDA	Teleoperadora
SUAREZ TAMAYO MARIA JOSE	Teleoperadora
TOAQUIZA LEMA DORIS PATRICIA	Teleoperadora
VARGAS VILLARREAL ALEXANDRA AZUCENA	Teleoperadora
VASCONEZ CEVALLOS TANIA ELIZABETH	Teleoperadora
TOTAL 21 Personas	

CENTERPHONE

SITUACION FINANCIERA DE LA CIA. A DICIEMBRE 31 DEL 2006

Se adjunta los informes comparativos de las cifras del Balance General y del Estado de resultados entre los ejercicios económicos 2005 vs. 2006. Un resumen explicativo de las variaciones es el siguiente

En el Balance General los Activos disminuyen 7% debido a la depreciación y amortización acumulada de los Activos fijos y gastos preoperativos, estas cuentas tienen una participación del 76% sobre el total de Activos y representa la Inversión inicial para poner en operaciones a la Empresa. El rubro de cuentas por cobrar presenta el 18% sobre el total de Activos y registra las cuentas pendiente de cobro a clientes por el servicio prestado.

El Pasivo tiene una disminución de 0,21% en comparación al 2005, los Pasivos estan constituidos por las cuentas por pagar de préstamos obtenidos para el financiamiento de la Inversión inicial de la Empresa, estos representan el 89% del total de los Pasivos, el saldo lo constituyen proveedores externos.

El Patrimonio presenta una disminución del 70% en comparación al ejercicio 2005, esta reduccion se origna por los resultados del ejercicio y acumulados que presentan una pérdida total de US. 139,331 cifra que equivale al 23% del total de Activos. Esta posición patrimonial negativa ha expuesto a la Empresa en causal de disolución establecido en la Ley de Compañías cuando las Pérdidas representen mas del 50% del Capital Pagado. Esta situación deberá ser cubierta en el curso del ejercicio 2007 con la generación de resultados positivos que permitan superar las deficiencias actuales, el plan de negocios proyectado para este ejercicio contempla atender este requerimiento.

Los gastos presentan un incremento del 9% siendo la cuenta de provisiones la que registran un aumento del 24% originado por el castigo de cuenta incobrable, cuenta gastos de personal y gastos de operación se han incrementado el 2% y 7% respectivamente en comparación al año anterior.

El margen operacional en el 2006 es de -24% mientras que en el 2005 fue de –37% existiendo una leve recuperacion.

CENTERPHONE

OBJETIVOS 2007

ESTRATEGIA GENERAL

- La estrategia General se basa a en apoyar el modelo de negocio de Centerphone en tres pilares, mencionados a continuación:
    - Televentas
    - Proyectos de CRM y Campañas tradicionales de Call Center
    - Proyectos de Autoservicio telefónico

1) Para el desarrollo de la Televenta, se generará el área PhoneStore, dedicada a la venta por teléfono, y promoción por medios masivos y dirigidos, como son Catálogos, TV, email, etc.

2) Para los proyectos de CRM y Campañas tradicionales de Call Center, nos apoyaremos en los siguientes pilares base:
Adquisición y crecimiento
Programas de Mantenimiento y retención de clientes
Servicio de Back Office
Servicios Especiales Ad-hoc

3) En cuanto a los proyectos de Autoservicio, tenemos 2 divisiones:
Consultas y servicio telefónico de información.
Diversión telefónica
Es clave la venta y utilización de las campañas automáticas a través de IVR para incrementar el valor medio por posición de Centerphone.

4) Marketing de la empresa
Realizar labores de marketing para posicionamiento de marca, en medios como revistas, Periódico, mail-news
Desarrollo de campañas de marketing Directo para Centerphone.

5) Plan permanente de capacitación interna para todo el personal de Centerphone.
Este puede ser con auto-instrucción o con seminarios externos contratados.
Es importante realizar seminarios para el área de Televentas.

CENTERPHONE

ESTRATEGIA ESPECIFICA MARCO GENERAL

El enfoque de este año de Centerphone, estará basado principalmente en 3 áreas de desarrollo, que son:

1.- Campañas tradicionales
- In-Bound
  - Nacional
  - Internacional
- Out-Bound

2.- Campañas de Televentas
- En frío
- Por catálogo
  - Nacional
  - Internacional

3.- Campañas de autoservicio
- Información
  - Personalizada
  - General
- Diversión Telefónica
  - Juegos de azar
  - Tarot
  - Adultos

CENTERPHONE

NEGOCIOS POTENCIALES

PROYECTOS

En la actualidad existen dos proyectos en los cuales Centerphone intervendría en forma directa durante su ejecución, estos proyectos son:

Proyecto de Ventas por Teléfono: Phone Store

- Selección de productos innovadores
- Emisión de catálogos de productos
- Distribución a través de tarjetas de crédito
- Recepción de pedidos por teléfono-internet-etc.
- Llamadas para ventas a previos compradores.
- Entrega a domicilio de los productos.

Proyecto Alianza Nueva Tecnología

Se está previendo la alianza con un grupo que posee tecnología importante como VOIP, para el desarrollo de nuevos negocios.

Este grupo adicionalmente trae consigo un grupo importante de campañas generadas por ellos y las cuales se prestaría el servicio desde las instalaciones de Centerphone.

Proyecto Generación de tarjetas de prepago de múltiples usos

Se está previendo generación de servicios de diversión telefónica, los cuales presten diversión telefónica al comprar una tarjeta con el servicio prepagado.

CENTERPHONE

Para el año 2007, se han fijado el siguiente presupuesto:

	2006	%	2007	%	VARIACION US. $	%
ESTADO DE RESULTADOS						
INGRESOS						
Comisiones	196,904	100%	408,812	100%	211,908	107.62%
Otros	173	0%	0	0%	-173	-100.00%
Total	**197,077**	**100%**	**408,812**	**100%**	**211,735**	**107.44%**
GASTOS						
Gastos Personal	130,035	66%	242,898	59%	112,863	86.79%
Gasto Operativo	98,100	50%	113,073	28%	14,973	15.26%
Gasto Financiero	16,306	8%	18,000	4%	1,694	10.39%
Total	**244,441**	**124%**	**373,971**	**91%**	**129,530**	**52.99%**
Margen Operativo	**-47,364**	**-24%**	**34,841**	**9%**	**82,205**	**-173.56%**
Rentabilidad	**-70%**		**171%**			

Como hemos expuesto en este informe, la Empresa no alcanzó las metas presupuestadas para el presente año, sin embargo la Industria presenta importantes desafíos para los próximos años y es nuestra responsabilidad cubrir las expectativas que los Señores Accionistas mantienen al confiarnos el manejo de la Empresa, con las estrategias que se han mencionado en los objetivos para el año 2007 esperamos que la situación de Centerphone tenga un cambio positivo importante.

Es importante entender que una parte clave para el éxito de Centerphone en este año es la implementación de las 3 áreas claves descritas en el inicio de la estrategia 2007.

La pérdida del ejercicio deberá ser amortizado conforme las normas legales vigentes.

Con el presente Informe, creemos haber cumplido con el encargo y las responsabilidades que me asignaron al administrar la Compañía, deseo agradecer el apoyo brindado por el Directorio de la Institución sin el cual no habría sido cumplir las metas propuestas.

En caso de ser necesario estoy a la disposición de los Señores Accionistas para ampliar el presente informe.

Atentamente,

DAVID GALVIS
PRESIDENTE EJECUTIVO

SUPERINTENDENCIA DE CIAS.
DIVISIÓN INFORMÁTICA
15 JUN. 2007
Patricio Viteri