

INFORME DE GERENCIA GENERAL

AÑO 2019

ANTECEDENTES

A continuación, se presenta un reporte de las actividades desarrolladas en las áreas de gestión durante el año 2019.

A. ÁREA TÉCNICA

ANTECEDENTES

Para el 2019, la Gerencia de Call Center estableció los objetivos principales en:

- Aseguramiento de contactabilidad para todos sus canales de comunicación.

Cumplimiento:

Durante el 2019, se recibieron 132.978 llamadas a través de todos los canales habilitados para los afiliados y prestadores médicos, lo que significa un incremento del 10% frente al año anterior que fueron: 120.845 llamadas atendidas.



Fuente: Tabla de datos llamadas entrantes – Polaris

Se obtiene un promedio anual de abandono del 2.91%, que significa un cumplimiento del 100% de las metas establecidas para el efecto.

Indicadores de Gestión Inbound



Fuente: Tabla de datos TMO – Polaris

TMO 2019 (Tiempo Medio Operativo): 3 min, 28 seg.

TMA 2019 (Tiempo Medio Atención): 3 min, 38 seg.

Los indicadores de gestión se ubican dentro del rango programado para la atención ambulatoria y hospitalaria, buscando la eficiencia y agilidad en los servicios prestados.

b) Mejorar la eficiencia en la gestión telefónica promedio anual.

Cumplimiento: Se ha reducido en un 5% el tiempo medio de atención en comparación con el indicador promedio anual del 2018, a través de la mejora de las habilidades de comunicación, capacitación de teleoperadores, líneas de supervisión, metodología y software.

c) Infraestructura y Equipo de Trabajo

Se han mantenido 23 estaciones de trabajo habilitadas para la gestión de telemarketing y 26 Teleoperadores, organizados en gestión Inbound: 21 y Outbound: 5. Cada grupo con un Supervisor, que reportan al Jefe de Contact Center.

d) Desarrollo de la línea de negocios “Difusión del conocimiento”.

Se realizó el evento Cumbre del Cooperativismo, en Quito. Con la asistencia de varios gerentes y presidentes de las cooperativas de ahorro y crédito del País y el auspicio de empresas relacionadas con el sector tecnológico. El evento logró obtener una rentabilidad del 30% sobre las ventas.

B. ÁREA COMERCIAL Y DE MARKETING

Existen dos colaboradores en la posición de asesor comercial, se mantuvieron gestionando la cartera de clientes:

1. Cooperativa de Ahorro y Crédito Andalucía
2. Cooperativa de Ahorro y Crédito Don Bosco
3. Cooperativa Cámara de Comercio de Ambato

Los productos demandados por el mercado son:

Tipo	Gestión	Canal
Outbound	Promoción de productos y servicios	Telefónica vía estaciones de trabajo.
Outbound	Campañas informativas	Mensajes de texto
Inbound	Gestión de servicios para cooperativa de ahorro y crédito	Telefónica vía estaciones de trabajo.
Inbound	Gestión de canales digitales: página web y redes sociales	Estaciones de trabajo
Cumbre del Cooperativismo	Evento para difusión de conocimientos para COACS	Tickets de asistencia y Auspicios publicitarios

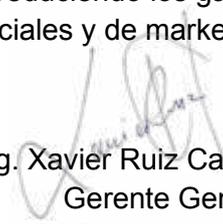
Es el segundo año que arroja Utilidad Neta por \$ 738,36, principalmente por el aumento de la facturación de sus clientes más grandes, que de todas maneras no llega a ser óptimo. Así también los pagos recibidos por INMEDICAL Paraguay. Asimismo, ha colaborado el incremento de ventas por ampliación de servicios de los clientes COAC Andalucía y Cooperativa de la Cámara de Comercio de Ambato.

Es menester anotar que aún no se ha logrado generar un acuerdo de pagos con el cliente INMEDICAL Bolivia.

Por otro lado, es importante destacar que se evidencia un deterioro de las cuentas de pasivo muy superior a la recuperación de las cuentas del activo. Existe un apalancamiento en extremo exigente para la compañía en deuda, contabilizado en las cuentas por pagar.

E. OBJETIVOS 2020

1. Determinar un nuevo plan a 6 años para la reducción del pasivo a términos de 30% del activo.
2. Establecer acciones de reducción del gasto en telefonía local y celular.
3. Aplicar acciones de contraloría sobre el proceso contable, registro de ingresos, gastos y flujo.
4. Determinar plan de escalamiento tecnológico y ampliación de soluciones de comunicación.
5. Desarrollar las nuevas líneas de negocios:
 - a. “Difusión de conocimientos” enfocado en eventos de capacitación, entrenamiento y educación del segmento corporativo de clientes de la empresa.
 - b. Gestión de televenta vía telemercadeo a través de comercio electrónico.
6. Definir presupuesto, política de ventas y comisiones para líneas de negocios.
7. Optimizar el área comercial que genere mayores ventas, reduciendo los gastos comerciales y de marketing.


Ing. Xavier Ruiz Castillo
Gerente General
TCONTACTA S.A.