

Quito, 22 de marzo del 2007

Estimados Accionistas:

Cúmpleme como funciones del Presidente Ejecutivo poner a su consideración el informe anual de labores de la empresa Teleservices S.A.

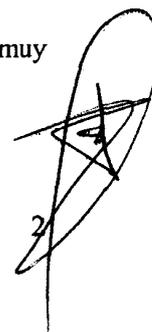
En el área de Operaciones:

A continuación las campañas que se desarrollaron durante el 2006, y su estado actual al mes de diciembre.

1. **Centro de Atención Chevrolet (General Motors):** Campaña inbound y outbound, iniciada el 2 de junio del 2002. Su objetivo principal es la Administración del Centro de Atención Chevrolet.
2. **Club Calcibon (Grupo Farma),** campaña inbound y outbound iniciada el 17 de septiembre del 2004, su principal objetivo la atención a las clientes que adquieren Calcibon y la activación de seguros contra fracturas. A finales del mes de diciembre luego de 26 meses de operación, el cliente notifica su interés de cerrar la campaña, en vista que su presupuesto anual no contempla invertir en productos maduros.
3. **Centro Técnico de Datadosmil (Datadosmil),** campaña inbound y outbound, creada para apoyar a los departamentos de cobranza, técnico y ventas. Esta campaña finaliza el 30 de noviembre del 2006
4. **Centro de Atención Chevyplan (Plan Automotriz)** Esta campaña inicia el 12 de febrero del 2006, inicia con una estación de call center para llamadas salientes y en el mes de mayo se completan dos estaciones de 12 horas de lunes a sábado. Sus principales actividades son: Atención del 1800 Chevyplan, Llamadas de Mercadeo, Concertación de citas con los asesores comerciales y cobranza.
5. **Autotrack Help Desk. (Autotrack)** Campaña inbound y outbound iniciada formalmente el 17 de septiembre del 2006. Su objetivo receptor las llamadas de Servicio al cliente, soporte técnico y la comunicación entre el personal de las estaciones y las áreas técnicas, comercial y operaciones de Autotrack. Esta campaña se mantuvo vigente los primeros dos meses del año.
6. **Telemercadeo GangaCard (La Ganga)** Esta campaña se reactiva en el mes de diciembre del 2006. Su objetivo posicionar la Tarjeta Ganga Card en las provincias de la costa

Además se implementaron campañas específicas de corta duración:

- La Actualización de Base de Datos de GMAC, que se dimensionó en tres estaciones de 8 horas durante dos meses.
- Apoyo puntual en la campaña denominada Tanqueame, cuyo estreno se planea muy pronto



Recurso Humano

El personal se encuentra completamente tercerizado con la empresa **Nexos Group**, si bien el control lo realiza Teleservices al igual que los procesos de evaluaciones mensuales, capacitaciones y charlas de mejora continua, el patrono legal es Nexos Group.

Se ha mantenido, como una política de Teleservices, mantener una estructura administrativa mínima, con el propósito de cuidar los gastos y mantener la eficiencia en la compañía.

En el mes de agosto, se realiza un cambio en la estructura salarial en el área de operaciones

- Se divide a los operadores en operadores masters y operadores juniors.
- Los operadores juniors realizan actividades más sencillas, con horarios de lunes a viernes y un salario mas bajo.
- Los operadores masters, son operadores poli funcionales, que requieren mayor tiempo de capacitación, desarrollo de varias habilidades, horarios rotativos de seis días a la semana y un salario mayor.
- Se eliminan los turnos específicos del fin de semana.

Área comercial:

El área de ventas y telemarketing fue realizado parcialmente por la Gerencia de Proyectos y los contactos básicamente aparecían por la referencia de los clientes, socios de Teleservices y de negocios de Autotrack, que reflejaban una necesidad de Contact Center.

Se participó únicamente en la licitación para el Call Center Regional de General Motors y para un concurso privado de Andinatel, aprovechando los contactos con los funcionarios de ese momento.

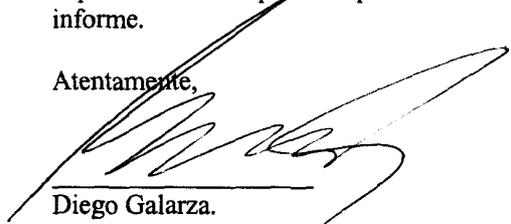
En lo Financiero:

Se adjunta a este informe el Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias a diciembre del 2006. Como puntos importantes se debe mencionar:

1. En el mes de Julio del 2006 se termino de pagar la deuda pendiente con Carlos Sáenz.
2. La pérdida registrada en este año se debe principalmente al rubro de depreciación y amortización
3. No existe ningún tipo de endeudamiento, la cartera de cuentas por cobrar es una cartera de fácil recuperación (excepto por la deuda con Roadtracking y Bredatec) y las cuentas por pagar son operativas y corresponden a los gastos del mes.

Considero que la gestión desarrollada ha sido de mucha responsabilidad y agradezco la confianza depositada en mi persona por la Junta General de Accionistas y pongo en consideración este informe.

Atentamente,


Diego Galarza.
Presidente Ejecutivo
TELESERVICIOS S.A.