



INFORME GERENCIAL

ENERO – DICIEMBRE

2018

go

SECCIÓN E: GESTION COMERCIAL

1. Durante el 2018, continuamos con la gestión de los sectores internos que generan el valor de servicio, en el marco de estos sectores, se continúa fortaleciendo gradualmente la estructura organizacional interna de los sectores, mediante la implementación de los procesos de trabajo de manera progresiva y constante, dentro de la empresa. Como resultado, en el presente momento, tenemos implementados 14 de los 16 procesos organizacionales, entre los, los cuales se encuentran la gestión y control de la calidad y control de costos.
2. A través del año del 2018, los procesos de atención al cliente, una gestión con carácter multidisciplinario, se fortaleció al ofrecer una mejor atención a los clientes, mediante la implementación de una estrategia de atención al cliente, que incluye la capacitación de los empleados en el uso de la tecnología, la mejora de los canales de atención y la implementación de una estrategia de atención al cliente.
3. Durante el desarrollo de los procesos comerciales a nivel interno, se fortaleció la gestión comercial, como parte de la estrategia de negocio, se fortaleció la gestión comercial, mediante la implementación de una estrategia de atención al cliente, que incluye la capacitación de los empleados en el uso de la tecnología, la mejora de los canales de atención y la implementación de una estrategia de atención al cliente.

go

SECCIÓN E: GESTION COMERCIAL

1. Durante el 2018, continuamos con la gestión de los sectores internos que generan el valor de servicio, en el marco de estos sectores, se continúa fortaleciendo gradualmente la estructura organizacional interna de los sectores, mediante la implementación de los procesos de trabajo de manera progresiva y constante, dentro de la empresa. Como resultado, en el presente momento, tenemos implementados 14 de los 16 procesos organizacionales, entre los, los cuales se encuentran la gestión y control de la calidad y control de costos.
2. A través del año del 2018, los procesos de atención al cliente, una gestión con carácter multidisciplinario, se fortaleció al ofrecer una mejor atención a los clientes, mediante la implementación de una estrategia de atención al cliente, que incluye la capacitación de los empleados en el uso de la tecnología, la mejora de los canales de atención y la implementación de una estrategia de atención al cliente.
3. Durante el desarrollo de los procesos comerciales a nivel interno, se fortaleció la gestión comercial, como parte de la estrategia de negocio, se fortaleció la gestión comercial, mediante la implementación de una estrategia de atención al cliente, que incluye la capacitación de los empleados en el uso de la tecnología, la mejora de los canales de atención y la implementación de una estrategia de atención al cliente.

go