
Re: informe de gestion 1er y 2do bimestre 2024

From: mecip mecip <mecip@correoparaguay.gov.py >

mar., abr. 23, 2024 12:00 PM

Subject: Re: informe de gestion 1er y 2do bimestre 2024**To:** direccioncomercial <direccioncomercial@correoparaguay.gov.py >

buenas

recibido

**COORDINACIÓN MECIP
DINACOPA**

De: "direccioncomercial" <direccioncomercial@correoparaguay.gov.py>**Para:** "mecip mecip" <mecip@correoparaguay.gov.py>**CC:** "Coordinacion Comercial" <coordinacioncomercial@correoparaguay.gov.py>, "informes" <informes@correoparaguay.gov.py>, "Rito rmartinez" <rmartinez@correoparaguay.gov.py>**Enviados:** Martes, 23 de Abril 2024 9:33:24**Asunto:** informe de gestion 1er y 2do bimestre 2024

buenos días.

se remite adjunto informe de las principales actividades realizadas por parte de la Dirección comercial, que contemplan los periodos del primer y segundo bimestre del año 2024, en cumplimiento de la resolución 312/2022/DG/SG, por la cual se dispone la remisión de actividades o acciones realizadas por cada Área a la Coordinación de Mecip de la Dirección Nacional de Correos del Paraguay. estamos atentos a comentarios, saludos cordiales.



Informe Bimestral de la Dirección Comercial ENERO Y FEBRERO – 2024

FIRMA DE CONTRATOS Y SUS LOGROS:

Cliente;

Se logró la firma de un nuevo contrato con la **Senatur**, por el monto de guaraníes **cien millones** (Gs. 100.000.000).-

Se pudo mantener el aumento del valor del contrato en un **83%** con el **Ministerio de la Niñez y Adolescencia**, de un monto de Gs. 60.000.000.- se incremento a Gs. 109.786.500, el cual fue firmado mediante Adenda a inicios de este año, y plasmado en un nuevo contrato.-

ENERO 2024						
	CLIENTE	NUMERO DE CONTRATO	FECHA DE CELEBRACION	VENCIMIENTO	MONTO TOTAL (máximo)	GARANTÍAS Y GARANTÍAS
1	ANDE	CONTRATO 1	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
2	ANDE	CONTRATO 2	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
3	ANDE	CONTRATO Nº 03/2023	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
4	MINNA	CONTRATO Nº 04/2023	22/12/2023	31/12/2025	120.000.000	NO APLICA
5	SENATUR	CONTRATO Nº 05/2024	20/1/2024	31/12/2026	100.000.000	NO APLICA
6	Peroni Sosa Tellechea	CONTRATO Nº 07/2024	23/1/2024, vigencia desde 02/01/2024	2/1/2029	7.000.000	NO APLICA
FEBRERO 2024						
7	Corte suprema de Justicia central	CONTRATO Nº 06/2024	14/2/2024	14/2/2026	500.000.000	NO APLICA
8	MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL TEKOPORA	CONTRATO Nº 08/2024	20/2/2024	20/2/2026	NO ESPECIFICA	NO APLICA

PLAN DE ACCION PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

<i>TAREAS</i>	<i>ACCIÓN</i>	<i>OBJETIVO</i>
Captación de Nuevos Clientes y Recuperar Contacto con Clientes Antiguos e Inactivos	Identificar casas matrices de Empresas en Asunción	Generar contratos, crear oportunidades de fidelización, tener una comunicación más directa, nos dará más ventaja competitiva.
	Realizar llamadas	
	Enviar CARTAS OFERTAS a través de e-mails	
	Elaborar un estudio de mercado	Saber qué es lo que el cliente necesita
	Ofrecer una tarifa las tarifas preferencial, Correo Iru o Exporta Fácil a nuevos clientes.	Usar como una estrategia para que los mismos puedan volver a apostar por los servicios de la Institución como así también satisfacer sus necesidades
Promoción Frecuente	Realizar llamadas - TELEMARKETING "pre- venta y post venta A los clientes "	Recolección de datos
		Que el cliente Pueda conocer nuestros Productos y Servicios y saber si estamos cumpliendo con sus perspectivas.
	Comunicación vía whatsapp	Trasmitir de forma constante y más directa las noticias sobre los productos y servicios, ya que se pueden enviar flyers, audios como así también poder orientar a los clientes sobre los procesos de servicios.
	Realiza ferias publicitarias	Potenciar la venta de estampillas, carta día de la madre, entre otros conjuntamente Asesoría Filatélica. Captar clientes



DESARROLLO DE PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

- ***A través del Departamento de Gestión de Clientes se han realizado las siguientes actividades:***
 - El Departamento de Gestión de Clientes se encarga como cada mes, realizar las llamadas a los clientes antiguos y potenciales de manera a captar clientes e incrementar los mismos siempre siguiendo el plan de acción previsto. En la comunicación con los clientes siempre es bueno mencionar las fortalezas con que cuenta la Dinacopa en cuanto a la tarifa, precios, sucursales, cobertura etc.
- ***Departamento de Marketing ha realizado las siguientes actividades:***
 - También este Departamento se encarga de socializar cada contrato finalizado, con todos los actores internos que intervienen con el proceso, se realiza a través de correo electrónico con el documento escaneado.
 - Así como se encarga de armar el expediente físico y archivarlo donde corresponde.
 - Siguiendo el proceso de guarda de datos, procede a la digitalización de los datos en la platilla de archivo digital de clientes.
- ***Departamento Atención al cliente ha realizado las siguientes actividades:***

En lo que compete a la Atención al Cliente, se ha evacuado diariamente las consultas, pedidos de cotizaciones, quejas, reclamos y consultas sobre cualquier servicio habilitado en la DINACOPA, entre otros, que realicen los clientes a fin de dar una atención integral a todos ellos ya sea en forma personal, telefónica o vía correo electrónico. Se ha enfatizado únicamente en la recepción de llamadas de Clientes vía central telefónica, de:

1. Recepción de llamadas de Consultas de Rastros de Códigos de referencia en el Sistema IPS Post, 20 (veinte) llamadas por día
2. Recepción de llamadas para consultas y orientación de la utilización del nuevo sistema de Código Postal Paraguayo actualizado, 05 (cinco) llamadas por día.
3. Recepción de llamadas para consultas de precios sobre las tarifas para envíos a Nivel Nacional e Internacional, 10 (diez) llamadas por día.
4. Atención al jubilado para cobros, como así también referente a la actualización de datos. Consultas sobre la promoción correo amigo.
5. Recepción de llamadas de consultas sobre servicios de entrega de tarjetas del B.N.F,4 (cuatro) llamadas por día.



Informe Bimestral de la Dirección Comercial
MARZO Y ABRIL – 2024

FIRMA DE CONTRATOS Y SUS LOGROS:

En cuanto al MUVH, se incremento el valor del contrato mediante adenda. Los demás se encuentran en proceso de cierre de contrato, los cuales se están tratando de incrementar los valores de los mismos.-

MARZO 2024					
CLIENTE	NUMERO DE CONTRATO	FECHA DE CELEBRACION	VENCIMIENTO	MONTO TOTAL (máximo)	GARANTÍAS Y GARANTÍAS
I.P.S.- Instituto de Previsión Social - COURRIER	EN PROCESO				
CONATEL	EN PROCESO				
DINAVISIA	EN PROCESO				
ABRIL 2024					
MARPAT	009/2024	FIRMADO EL 11/04/2024 VIGENCIA DESDE 29/03/2024	29/3/2029	NO ESPECIFICA	NO APLICA
MUVH	Adenda 2 al contrato 20/22	15/4/2024		MONTO DEL CONTRATO Gs. 21.557.000	NO APLICA



PLAN DE ACCION PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

<i>TAREAS</i>	<i>ACCIÓN</i>	<i>OBJETIVO</i>
Captación de Nuevos Clientes y Recuperar Contacto con Clientes Antiguos e Inactivos	Identificar casas matrices de Empresas en Asunción	Generar contratos, crear oportunidades de fidelización, tener una comunicación más directa, nos dará más ventaja competitiva.
	Realizar llamadas	
	Enviar CARTAS OFERTAS a través de e-mails	
	Elaborar un estudio de mercado	Saber qué es lo que el cliente necesita
	Ofrecer una tarifa las tarifas preferencial, Correo Iru o Exporta Fácil a nuevos clientes.	Usar como una estrategia para que los mismos puedan volver a apostar por los servicios de la Institución como así también satisfacer sus necesidades
Promoción Frecuente	Realizar llamadas - TELEMARKETING "pre- venta y post venta A los clientes "	Recolección de datos
		Que el cliente Pueda conocer nuestros Productos y Servicios y saber si estamos cumpliendo con sus perspectivas.
	Comunicación vía whatsapp	Trasmitir de forma constante y más directa las noticias sobre los productos y servicios, ya que se pueden enviar flyers, audios como así también poder orientar a los clientes sobre los procesos de servicios.
	Realiza ferias publicitarias	Potenciar la venta de estampillas, carta día de la madre, entre otros conjuntamente Asesoría Filatélica.
		Captar clientes

DESARROLLO DE PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

- ***A través del Departamento de Gestión de Clientes se han realizado las siguientes actividades:***
- El Departamento de Gestión de Clientes se encarga como cada mes, realizar las llamadas a los clientes antiguos y nuevos de manera a captar clientes e incrementar los mismos siempre siguiendo el plan de acción previsto. En la comunicación con los clientes siempre es bueno mencionar las fortalezas con que cuenta la Dinacopa en cuanto a la tarifa, precios, sucursales, cobertura etc.
- ***Departamento de Marketing ha realizado las siguientes actividades:***
 - También este Departamento se encarga de socializar cada contrato finalizado, con todos los actores internos que intervienen con el proceso, se realiza a través de correo electrónico con el documento escaneado.
 - Así como se encarga de armar el expediente físico y archivarlo donde corresponde.
 - Siguiendo el proceso de guarda de datos, procede a la digitalización de los datos en la platilla de archivo digital de clientes.

Departamento Atención al cliente ha realizado las siguientes actividades:

En lo que compete a la Atención al Cliente, se ha evacuado diariamente las consultas, pedidos de cotizaciones, quejas, reclamos y consultas sobre cualquier servicio habilitado en la DINACOPA, entre otros, que realicen los clientes a fin de dar una atención integral a todos ellos ya sea en forma personal, telefónica o vía correo electrónico. Se ha enfatizado únicamente en la recepción de llamadas de Clientes vía central telefónica, de:

6. Recepción de llamadas de Consultas de Rastros de Códigos de referencia en el Sistema IPS Post, 25 (veinte) llamadas por día.
 7. Recepción de llamadas para consultas y orientación de la utilización del nuevo sistema de Código Postal Paraguayo actualizado, 05 (cinco) llamadas por día.
 8. Recepción de llamadas para consultas de precios sobre las tarifas para envíos a Nivel Nacional e Internacional, 15 (quince) llamadas por día.
 9. Atención al jubilado para cobros, como así también referente a la actualización de datos. Consultas sobre la promoción correo amigo.
 10. Recepción de llamadas de consultas sobre servicios de entrega de tarjetas del B.N.F, 6(seis) llamadas por día.
-

Informe Bimestral de la Dirección Comercial

ENERO Y FEBRERO – 2024

FIRMA DE CONTRATOS Y SUS LOGROS:

Cliente;

Se logró la firma de un nuevo contrato con la **Senatur**, por el monto de guaraníes **cien millones** (Gs. 100.000.000).-

Se pudo mantener el aumento del valor del contrato en un **83%** con el **Ministerio de la Niñez y Adolescencia**, de un monto de Gs. 60.000.000.- se incremento a Gs. 109.786.500, el cual fue firmado mediante Adenda a inicios de este año, y plasmado en un nuevo contrato.-

ENERO 2024						
	CLIENTE	NUMERO DE CONTRATO	FECHA DE CELEBRACION	VENCIMIENTO	MONTO TOTAL (máximo)	GARANTÍAS Y GARANTÍAS
1	ANDE	CONTRATO 1	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
2	ANDE	CONTRATO 2	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
3	ANDE	CONTRATO Nº 03/2023	2/1/2024	31/12/2024	NO ESPECIFICA	SI APLICA
4	MINNA	CONTRATO Nº 04/2023	22/12/2023	31/12/2025	120.000.000	NO APLICA
5	SENATUR	CONTRATO Nº 05/2024	20/1/2024	31/12/2026	100.000.000	NO APLICA
6	Peroni Sosa Tellechea	CONTRATO Nº 07/2024	23/1/2024, vigencia desde 02/01/2024	2/1/2029	7.000.000	NO APLICA
FEBRERO 2024						
7	Corte suprema de Justicia central	CONTRATO Nº 06/2024	14/2/2024	14/2/2026	500.000.000	NO APLICA
8	MINISTERIO DE DESARROLLO SOCIAL TEKOPORA	CONTRATO Nº 08/2024	20/2/2024	20/2/2026	NO ESPECIFICA	NO APLICA

PLAN DE ACCION PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

<i>TAREAS</i>	<i>ACCIÓN</i>	<i>OBJETIVO</i>
Captación de Nuevos Clientes y Recuperar Contacto con Clientes Antiguos e Inactivos	Identificar casas matrices de Empresas en Asunción	Generar contratos, crear oportunidades de fidelización, tener una comunicación más directa, nos dará más ventaja competitiva.
	Realizar llamadas	
	Enviar CARTAS OFERTAS a través de e-mails	
	Elaborar un estudio de mercado	Saber qué es lo que el cliente necesita
	Ofrecer una tarifa las tarifas preferencial, Correo Iru o Exporta Fácil a nuevos clientes.	Usar como una estrategia para que los mismos puedan volver a apostar por los servicios de la Institución como así también satisfacer sus necesidades
Promoción Frecuente	Realizar llamadas - TELEMARKETING "pre- venta y post venta A los clientes "	Recolección de datos
		Que el cliente Pueda conocer nuestros Productos y Servicios y saber si estamos cumpliendo con sus perspectivas.
	Comunicación vía whatsapp	Trasmitir de forma constante y más directa las noticias sobre los productos y servicios, ya que se pueden enviar flyers, audios como así también poder orientar a los clientes sobre los procesos de servicios.
	Realiza ferias publicitarias	Potenciar la venta de estampillas, carta día de la madre, entre otros conjuntamente Asesoría Filatélica. Captar clientes

DESARROLLO DE PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

- ***A través del Departamento de Gestión de Clientes se han realizado las siguientes actividades:***

- El Departamento de Gestión de Clientes se encarga como cada mes, realizar las llamadas a los clientes antiguos y potenciales de manera a captar clientes e incrementar los mismos siempre siguiendo el plan de acción previsto. En la comunicación con los clientes siempre es bueno mencionar las fortalezas con que cuenta la Dinacopa en cuanto a la tarifa, precios, sucursales, cobertura etc.

- ***Departamento de Marketing ha realizado las siguientes actividades:***

- También este Departamento se encarga de socializar cada contrato finalizado, con todos los actores internos que intervienen con el proceso, se realiza a través de correo electrónico con el documento escaneado.
- Así como se encarga de armar el expediente físico y archivarlo donde corresponde.
- Siguiendo el proceso de guarda de datos, procede a la digitalización de los datos en la platilla de archivo digital de clientes.

- ***Departamento Atención al cliente ha realizado las siguientes actividades:***

En lo que compete a la Atención al Cliente, se ha evacuado diariamente las consultas, pedidos de cotizaciones, quejas, reclamos y consultas sobre cualquier servicio habilitado en la DINACOPA, entre otros, que realicen los clientes a fin de dar una atención integral a todos ellos ya sea en forma personal, telefónica o vía correo electrónico. Se ha enfatizado únicamente en la recepción de llamadas de Clientes vía central telefónica, de:

1. Recepción de llamadas de Consultas de Rastros de Códigos de referencia en el Sistema IPS Post, 20 (veinte) llamadas por día
2. Recepción de llamadas para consultas y orientación de la utilización del nuevo sistema de Código Postal Paraguayo actualizado, 05 (cinco) llamadas por día.
3. Recepción de llamadas para consultas de precios sobre las tarifas para envíos a Nivel Nacional e Internacional, 10 (diez) llamadas por día.
4. Atención al jubilado para cobros, como así también referente a la actualización de datos. Consultas sobre la promoción correo amigo.
5. Recepción de llamadas de consultas sobre servicios de entrega de tarjetas del B.N.F,4 (cuatro) llamadas por día.



Informe Bimestral de la Dirección Comercial
MARZO Y ABRIL – 2024

FIRMA DE CONTRATOS Y SUS LOGROS:

En cuanto al MUVH, se incremento el valor del contrato mediante adenda. Los demás se encuentran en proceso de cierre de contrato, los cuales se están tratando de incrementar los valores de los mismos.-

MARZO 2024					
CLIENTE	NUMERO DE CONTRATO	FECHA DE CELEBRACION	VENCIMIENTO	MONTO TOTAL (máximo)	GARANTÍAS Y GARANTÍAS
I.P.S.- Instituto de Previsión Social - COURRIER	EN PROCESO				
CONATEL	EN PROCESO				
DINAVISIA	EN PROCESO				
ABRIL 2024					
MARPAT	009/2024	FIRMADO EL 11/04/2024 VIGENCIA DESDE 29/03/2024	29/3/2029	NO ESPECIFICA	NO APLICA
MUVH	Adenda 2 al contrato 20/22	15/4/2024		MONTO DEL CONTRATO Gs. 21.557.000	NO APLICA

PLAN DE ACCION PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

<i>TAREAS</i>	<i>ACCIÓN</i>	<i>OBJETIVO</i>
Captación de Nuevos Clientes y Recuperar Contacto con Clientes Antiguos e Inactivos	Identificar casas matrices de Empresas en Asunción	Generar contratos, crear oportunidades de fidelización, tener una comunicación más directa, nos dará más ventaja competitiva.
	Realizar llamadas	
	Enviar CARTAS OFERTAS a través de e-mails	
	Elaborar un estudio de mercado	Saber qué es lo que el cliente necesita
	Ofrecer una tarifa las tarifas preferencial, Correo Iru o Exporta Fácil a nuevos clientes.	Usar como una estrategia para que los mismos puedan volver a apostar por los servicios de la Institución como así también satisfacer sus necesidades
Promoción Frecuente	Realizar llamadas - TELEMARKETING "pre- venta y post venta A los clientes "	Recolección de datos
		Que el cliente Pueda conocer nuestros Productos y Servicios y saber si estamos cumpliendo con sus perspectivas.
	Comunicación vía whatsapp	Trasmitir de forma constante y más directa las noticias sobre los productos y servicios, ya que se pueden enviar flyers, audios como así también poder orientar a los clientes sobre los procesos de servicios.
	Realiza ferias publicitarias	Potenciar la venta de estampillas, carta día de la madre, entre otros conjuntamente Asesoría Filatélica.
		Captar clientes

DESARROLLO DE PLAN DE ACCIÓN PARA EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS

- ***A través del Departamento de Gestión de Clientes se han realizado las siguientes actividades:***
- El Departamento de Gestión de Clientes se encarga como cada mes, realizar las llamadas a los clientes antiguos y nuevos de manera a captar clientes e incrementar los mismos siempre siguiendo el plan de acción previsto. En la comunicación con los clientes siempre es bueno mencionar las fortalezas con que cuenta la Dinacopa en cuanto a la tarifa, precios, sucursales, cobertura etc.
- ***Departamento de Marketing ha realizado las siguientes actividades:***
 - También este Departamento se encarga de socializar cada contrato finalizado, con todos los actores internos que intervienen con el proceso, se realiza a través de correo electrónico con el documento escaneado.
 - Así como se encarga de armar el expediente físico y archivarlo donde corresponde.
 - Siguiendo el proceso de guarda de datos, procede a la digitalización de los datos en la platilla de archivo digital de clientes.

Departamento Atención al cliente ha realizado las siguientes actividades:

En lo que compete a la Atención al Cliente, se ha evacuado diariamente las consultas, pedidos de cotizaciones, quejas, reclamos y consultas sobre cualquier servicio habilitado en la DINACOPA, entre otros, que realicen los clientes a fin de dar una atención integral a todos ellos ya sea en forma personal, telefónica o vía correo electrónico. Se ha enfatizado únicamente en la recepción de llamadas de Clientes vía central telefónica, de:

6. Recepción de llamadas de Consultas de Rastros de Códigos de referencia en el Sistema IPS Post, 25 (veinte) llamadas por día.
 7. Recepción de llamadas para consultas y orientación de la utilización del nuevo sistema de Código Postal Paraguayo actualizado, 05 (cinco) llamadas por día.
 8. Recepción de llamadas para consultas de precios sobre las tarifas para envíos a Nivel Nacional e Internacional, 15 (quince) llamadas por día.
 9. Atención al jubilado para cobros, como así también referente a la actualización de datos. Consultas sobre la promoción correo amigo.
 10. Recepción de llamadas de consultas sobre servicios de entrega de tarjetas del B.N.F, 6(seis) llamadas por día.
-