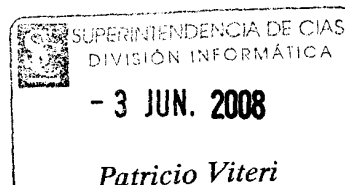


Quito, 29 de Mayo del 2008



Señores

MIEMBROS DE LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
RINTER S.A.

Presente,

De mis consideraciones:

En honor a lo estipulado en el registro oficial No 312, Artículo 20, inciso A, del 5 de noviembre de 1999 de la ley de compañías, el cual estipula la presentación del informe Gerencial Anual a la junta general de accionistas, y cumpliendo con el artículo décimo cuarto del Estatuto Social de la Compañía, procedo a informar la gestión realizada durante el año 2007 y al mismo tiempo los resultados obtenidos y los objetivos planteados para este año, todo esto resumido en el siguiente informe gerencial.

El objetivo principal para el 2007 fue la elevación de los volúmenes de venta, como eje fundamental de crecimiento, para esto se trabajo en varios aspectos, de los cuales detallo a continuación los más relevantes en el crecimiento obtenido durante el año en mención:

- Apertura de zonas nuevas.
- Definición clara de zonas.
- Estricto manejo de inventarios.
- Mejoramiento de las relaciones con nuestros proveedores.
- Manejo adecuado de la fuerza de ventas.
- Investigación continua de productos nuevos para la comercialización.
- Marketing permanente.

APERTURA DE ZONAS NUEVAS: Para el año 2007 este fue uno de los factores principales para el aumento de las ventas que se reflejaron durante este año. La pauta la marco la creación de la zona "Almacén" la cual es manejada por gerencia enfocada única y exclusivamente hacia la venta al por mayor en manos de distribuidores. De esta manera se logro aperturar durante el año en cuestión, cinco distribuidores, uno en Cuenca, uno en Guayaquil, uno en Manta y dos en Quito. Logrando de esta manera aportar en la facturación global un total de USD \$ 95.000, sin afectar la venta directa de los asesores comerciales.

DEFINICION CLARA DE ZONAS: Se realizó a comienzos de año una reingeniería completa en la distribución de zonas comerciales, con el objetivo de lograr una cobertura completa del territorio nacional. Para esto se vincularon tres vendedores nuevos, logrando de esta manera, completar una fuerza de ventas de cinco personas. En este momento, con el recurso humano suficiente, logramos tener presencia en 35 lugares de importancia comercial, entre ciudades principales y cantones de las diferencias

provincias del país. Con esta nueva distribución de zonas, se logró vender un total de USD \$ 405.832,9. De esta manera sumada a la creación de la zona “Almacén” se cerró el año con un total de USD \$ 500.832,9 en ventas, superando las expectativas y marcando un crecimiento mayor al 100% en referencia al 2006.

ESTRICTO MANEJO DE INVENTARIOS: Desde inicios de año se comenzó una labor de venta inmediata de aquellos productos de baja rotación, con el fin de dirigir los recursos solo y exclusivamente hacia la compra de artículos de rotación masiva. Este proceso se hizo mediante un sistema de catálogos promocionales que se manejaron de manera mensual hasta el mes julio, logrando así, acabar con todo aquellos productos que representaban carga económica para la empresa. Al mismo tiempo se coordinó con nuestros proveedores para manejar despachos pequeños pero quincenales, ajustando esto a nuestro volumen real de ventas y más aun, a nuestro flujo de caja. Con esta medida dejamos de manejar excesos de inventario y logramos tener un cumplimiento tácito con nuestros proveedores.

MEJORAMIENTO EN LAS RELACIONES CON NUESTROS PROVEEDORES:

El mejoramiento que hubo en las relaciones comerciales con nuestros proveedores, fue uno de los factores que mas aportaron al crecimiento, ya que, gracias al apoyo de todos ellos, logramos mantener continuidad de productos, generar desarrollos, aumentar los niveles de eficiencia en el manejo de inventarios, etc. Cabe resaltar que para alcanzar el apoyo obtenido, se manejaron compromisos desde inicios de año, tales como: volúmenes de compra y tiempos de pago. Gracias al apoyo de todo el recurso humano, se logró cumplir con los compromisos, logrando no solo el apoyo incondicional por parte de las fábricas, sino también la exclusividad para el Ecuador de las líneas DTC e INDYMETAL para el año 2008.

MANEJO ADECUADO DE LA FUERZA DE VENTAS: Este fue el factor determinante para el cumplimiento de cada uno de los asesores comerciales, logrando los resultados en ventas antes mencionados. Para esto fueron fundamentales los siguientes aspectos:

- Manejo de presupuesto de venta mensual, global y por línea.
- Incentivos económicos por cumplimiento de cuotas por línea.
- Concursos de ventas entre los asesores comerciales.
- Capacitación continua de ventas.

De esta manera se logró mantener una fuerza de ventas motivada y comprometida para lograr el cumplimiento de los objetivos. Cabe resaltar que dentro de este manejo también surgieron políticas reguladoras en cuestiones como: cartera, devoluciones, incumplimiento de cuotas, etc. De esta manera se trabajó en un ambiente de motivación pero con políticas claras que no permitían desviaciones dentro del marco de las posibilidades de la compañía.

MARKETING PERMANENTE: Con el fin de comenzar a transmitir una imagen empresarial, se reestructuró toda la imagen corporativa, desde la papelería hasta la estructura física de la compañía.

Se manejaron promociones durante todo el año generando reacción de compra y al mismo tiempo reflejando una imagen de empresa en movimiento. Esto aportó mucho al

proceso de manejo de inventarios y por supuesto a la facturación obtenida durante el 2007.

Se realizaron inversiones en catálogos mensuales, en material promocional con el auspicio de ciertos proveedores, en materiales de imagen corporativa, tales como relojes promocionales, esferos, uniformes para la fuerza de ventas, etc.

Cabe aclarar que lo que se detalla en el informe es solo de la parte comercial ya que era el objetivo principal para el 2007 como factor de crecimiento. No obstante para lograr los resultados que refleja el balance del mismo año, se tuvo que mantener un trabajo igual de importante en la parte administrativa y financiera. De esta manera, aumentando las ventas, manejando los niveles adecuados de rentabilidad, optimizando y administrando los recursos de manera indicada, considero que se tubo un año de resultados positivos que afianza ese proceso de recuperación que se viene marcando desde los resultados finales del año 2006.

En términos de balances los resultados finales de mayor importancia fueron los siguientes:

ACTIVOS CORRIENTES USD \$ 293.888,37

En donde el mayor rubro son las cuentas por cobrar a clientes las cuales suman USD \$ 191.374,41

En segundo renglón de importancia tenemos los inventarios con un total de USD \$ 65.510,06

ACTIVOS FIJOS USD \$ 5.433,64

TOTAL ACTIVOS USD \$ 299.322,01

TOTAL PASIVOS USD \$ 242.781,58

En esta se incluyen como mayor rubro las deudas que se mantienen con nuestros proveedores las cuales ascienden a un total de USD \$ 156.763,98

TOTAL PATRIMONIO USD \$ 56.540,43

El mayor rubro del total del patrimonio de la compañía es el capital social, el cual suma un monto de USD \$ 50.000.

La información detallada de los datos antes mencionados consta en el balance correspondiente al año 2007.

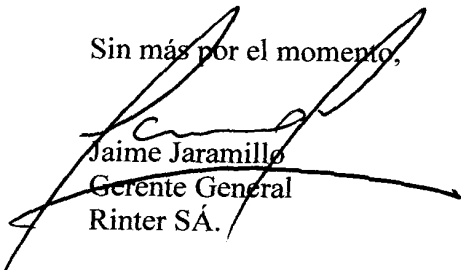
RESULTADOS GENERALES

En términos generales la empresa logro ingresos netos durante el 2007 por USD \$ 502.283,94 con un total de costos mas gastos de USD \$ 474.296,87, logrando de esta manera una utilidad neta de 5.57%, es decir, USD \$ 27.987,07. La misma que se distribuyo entre impuestos y trabajadores.

Con estos resultados y esta tendencia de crecimiento que vamos marcando proyectamos para el 2008 manejar un crecimiento mayor al 40%, es decir sobrepasar los USD \$ 700.000 en ventas.

Esperando la aprobación de dicho informe agradezco a la Junta General de Socios por el apoyo mantenido durante el año 2007 y auguro mayores éxitos para este año.

Sin más por el momento,



Jaime Jaramillo
Gerente General
Rinter S.A.