

**INFORME DEL GERENTE GENERAL
PARA LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DE LA COMPAÑÍA ORTOMET S.A.,
EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2006**

1. Situación General

El año 2006 el país se vio inmerso en la discusión del TLC con los Estados Unidos y en las elecciones presidenciales, aspectos que hicieron que la inversión en la floricultura, que es el principal mercado de la compañía, estuviese totalmente estancada, dadas las perspectivas negativas por la no firma del TLC y el eminente término de la rebajas arancelarias otorgadas por el ATPDA, a más de la incertidumbre política/económica generada por los resultados de las elecciones.

2. Aspectos de Gestión

En el ámbito de la gestión, para el año 2006 nos planteamos dos objetivos importantes:

- 2.1. Seleccionar, adquirir e implementar un software para el manejo integrado de todos los aspectos contables y administrativos de la compañía;
- 2.2. Diseñar e implementar un CRM (Customer Relationship Management), tomando como punto de partida las Bases de Datos que ya se habían venido construyendo los últimos años.

En relación con el primer objetivo, se escogió entre todo lo que ofrecía el mercado y que estaba a nuestro alcance, el programa SIIGO, por estimar que era el que más se adecuaba a nuestras necesidades y nos otorgaron crédito a un año.

Lamentablemente nuestro asesor contable externo no se involucró y dejó sólo al personal de la oficina, lo que implicó que después de mucho esfuerzo recién al término del año estuviese depurado el nuevo Plan de Cuentas, parametrizado el programa y cargada la información contable. Faltó codificar y cargar inventarios, diseñar los formularios y hacer funcionar el sistema. Esto quedó como objetivo para el primer trimestre del año entrante.

En relación con el segundo objetivo, se contrató a un Ingeniero de Sistemas para que diseñase el CRM, quien nos entregó una versión beta abierta, en mayo. Para revisar y corregir los registros se contrató a dos telemercadistas que trabajaron bajo la supervisión de la Asistente de Ventas.

Hasta diciembre se logró avanzar en cerca de un 90% la depuración de los registros del mercado floricultor, quedando para el primer trimestre del año 2007 lo que falta de ese mercado y todo lo correspondiente al mercado industrial e institucional.

Aún el CRM tiene varias deficiencias: el buscador es lento e incompleto, faltan campos, no tiene interacción con el software administrativo/ contable. Aspiramos corregir durante el año 2007 estas deficiencias.

3.- Comportamiento Económico de la Compañía el 2006

Dado lo dicho en el primer punto y teniendo en cuenta que para poder trabajar con más libertad en los dos objetivos informados en el segundo punto se decidió no tener vendedores hasta no concluir con dichas tareas, las ventas fueron realmente bajas, ya que nos limitamos a atender clientes en oficina como consecuencia del trabajo de telemarketing que se estaba haciendo para la verificación de la base de datos.

Tal como se puede observar en el balance, se vendieron escasamente 120.000 dólares en números redondos, es decir a un promedio de 10.000 dólares mensuales. Cifras objetivamente insuficientes para la Compañía y sus planes de crecimiento.

Para sostenernos con tan bajo volumen de ventas, tuvimos que restringir al máximo las compras, consumiendo los inventarios en la mayoría de los ítems que teníamos disponibilidad hasta agotarlos e hicimos ahorros donde se pudo para bajar los costos operacionales durante todo el período.

Gracias a las medidas de restricción de compras para inventario y a los ahorros en costos operacionales la pérdida que refleja el balance no es preocupante, ya que pudo haber sido mayor.

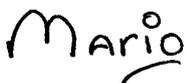
4. Perspectivas para el año el 2007

No son las mejores dado que el tema político está álgido en el país. Esto indiscutiblemente perturba todos los agentes económicos que actúan en el mercado.

Por otra parte, el contar ya en gran medida con las herramientas de gestión: administración, contabilidad, inventarios y clientes; esto nos permitirá reorganizar el trabajo interno para dar adecuado soporte a la fuerza de ventas que está prevista constituir a partir del segundo trimestre del año próximo, con el objetivo de al menos duplicar las ventas globales en ese período respecto de las de éste.

Para terminar, deseo expresar un agradecimiento a todos los colaboradores de la Compañía, tanto ejecutivos, empleados y consultores, por el esfuerzo brindado y por la cooperación que tuvieron con esta gerencia.

Atentamente,


MARIO ORREGO BRITO
Gerente General

Quito, a 15 de junio del 2007