

**Informe de Gerencia General a los señores Accionistas
de ServiceOne S. A. por el periodo comprendido
entre Enero 1 a Diciembre 31 del 2006**

Resumen de Actividades en el 2006

El 2006 fue un año de mantenimiento de nuestras cuentas. Los tres primeros trimestres no se logró aumentar nuevos clientes corporativos a nuestra cartera, y son varias las razones para esto, puesto que nuestros ingresos durante el 2006, provinieron de los siguientes sectores:

Empresas aseguradoras	15%
Servicios automotrices	12%
Instituciones financieras	73%

El mercado de las empresas aseguradoras está servido en un 89% por Ecuasistencia y ServiceOne, el mercado de servicios automotrices se maneja exclusivamente con tarjetas de afiliación tipo prepago, con una alianza entre Moya Baca, ServiceOne y Seguros Colonial, y la asociación con esta última, le da a la tarjeta una prima muy baja para una venta al detal. En el mercado de las instituciones financieras: bancos, mutualistas y emisores de tarjetas de crédito, es de donde proviene tres cuartas partes de nuestros ingresos. Este sector tuvo varios inconvenientes durante este año, para implementar nuevos servicios de valor agregado, debido a las nuevas leyes de transparencia en los cobros adicionales en comisiones y servicios para cuentas de clientes y tarjetas de crédito, así como la prohibición de comercializar servicios no financieros a través de venta pasiva u opción negativa, imponiendo un requisito de tener una autorización implícita y tácita del cliente; sumado a estos inconvenientes, se dieron varios reclamos de clientes en la Defensa del Consumidor, aduciendo que la institución financiera les debitaba valores por servicios que no habían adquirido, e incluso que desconocían, a pesar que las instituciones financieras, comunicaron a través de varios canales de información, los nuevos servicios a los clientes.

Estos antecedentes suspendieron temporalmente todas las negociaciones que teníamos con varios clientes, y nuevamente se reactivaron en el último trimestre del año. Nuestra respuesta a estas limitantes, fue diseñar un nuevo producto, en donde comercializamos vía telemarketing con grabación digital, a toda la base de clientes de la institución financiera, procedemos a ofrecer al cliente un paquete de asistencia gratis por dos meses para que lo pruebe, y a partir del tercer mes, el banco le debitará un valor por el mismo. En este sistema el cliente puede cancelar en cualquier momento, la contactabilidad efectiva de la base es un 70%, y la captación oscila entre un 65 a 75%.

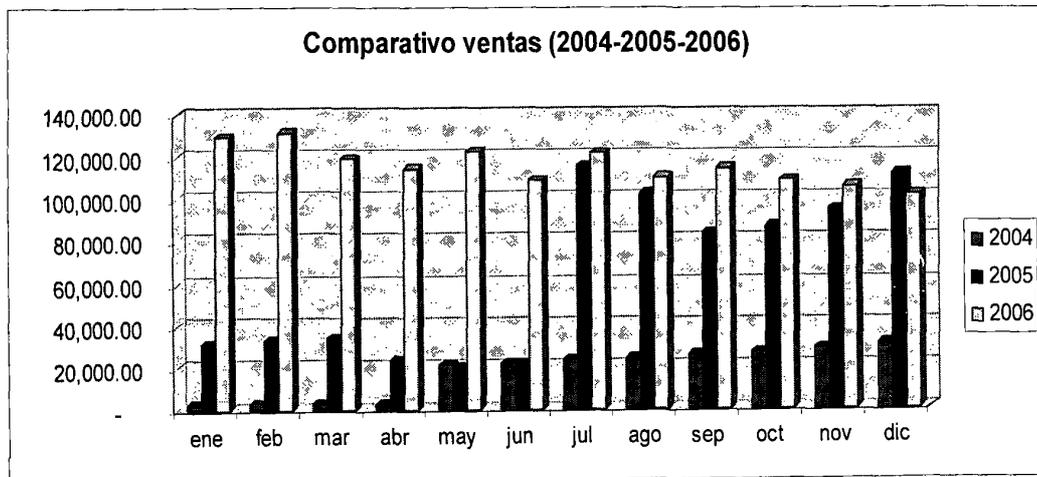
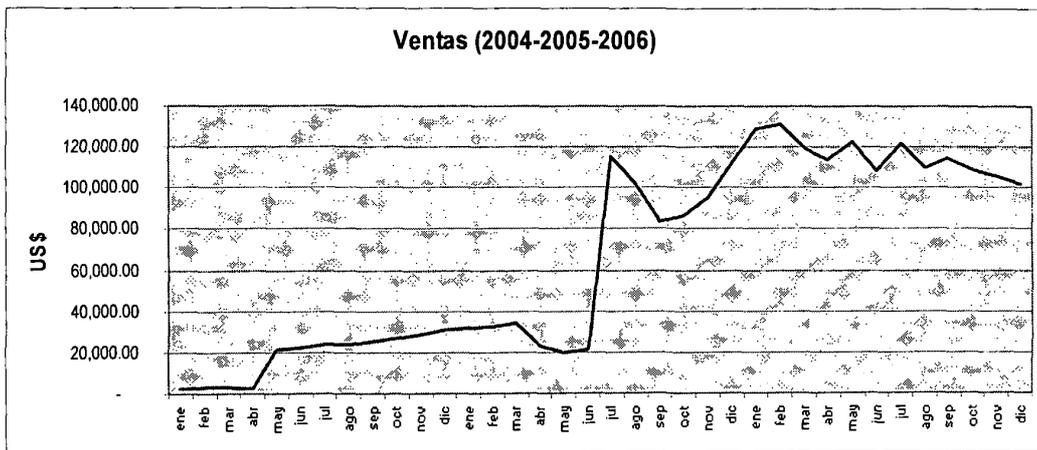
Con este nuevo sistema cerramos los siguientes negocios entre Noviembre y Diciembre:

- Banco Bolivariano – Cuentas de Ahorro (80,000 clientes)
- Bankard – Tarjeta de crédito (29,000 clientes)
- Produbanco - Pymes (10,000 clientes)

En la primera fase de comercialización para Banco Bolivariano y Bankard, se ha tercerizado los servicios de telemarketing de American Call Center, a costo de Ecuasistencia, y en el primer trimestre del 2007 se abrirá una nueva área del call center, la cual manejará estos programas de comercialización.

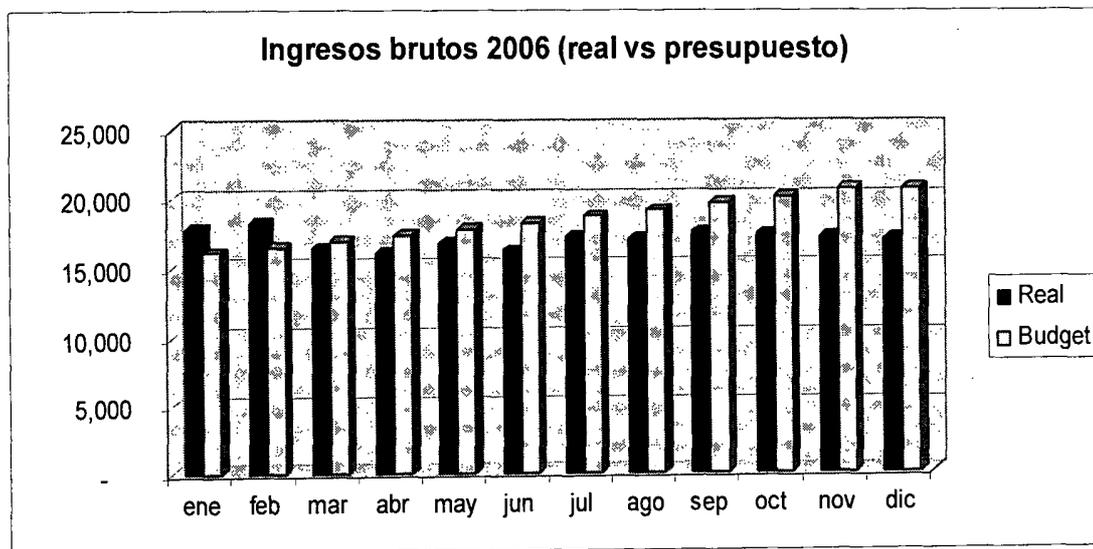
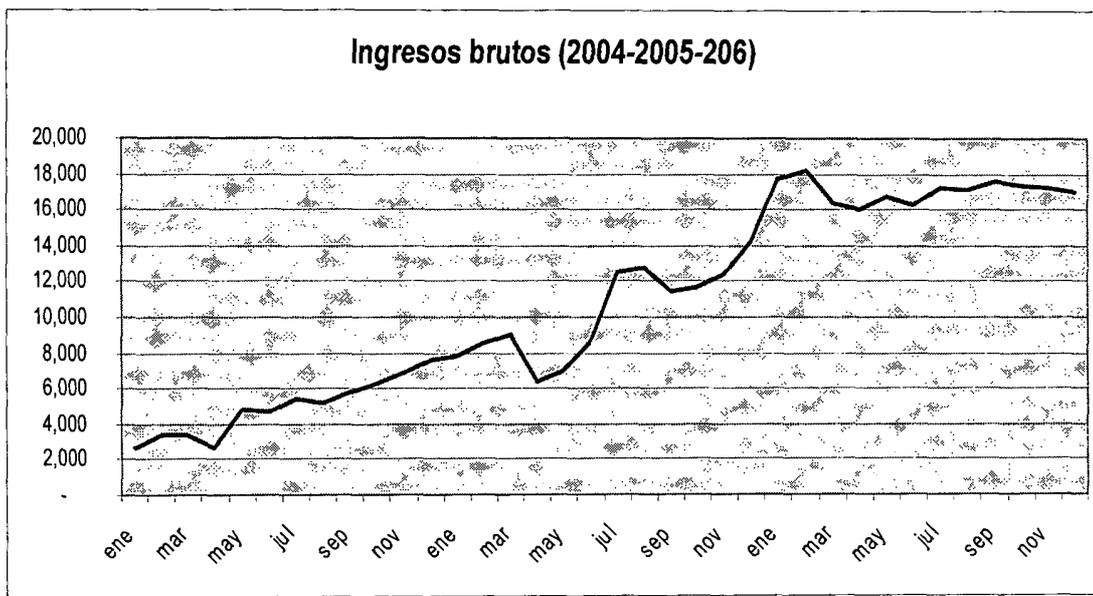
Ventas

El 5% de nuestras ventas es facturado directamente por ServiceOne, y el 95% restante es facturado o cobrado a través de cesiones de reaseguro por parte de Ecuasistencia, de lo cual recibimos comisiones. El promedio de ventas mensuales en el 2006 fue de \$115,269, para un total de \$1,383,232 por el año, lo cual representa un crecimiento del 82% comparado al 2005.



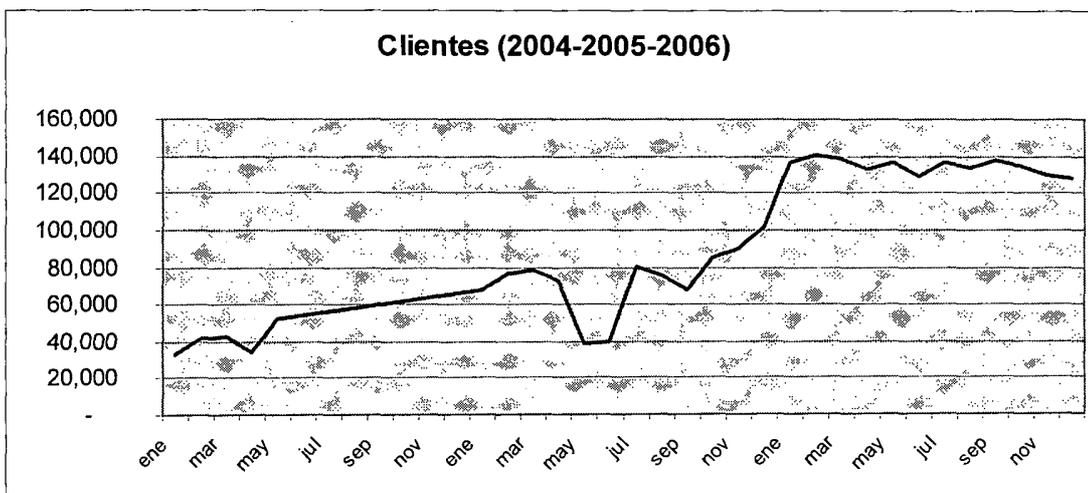
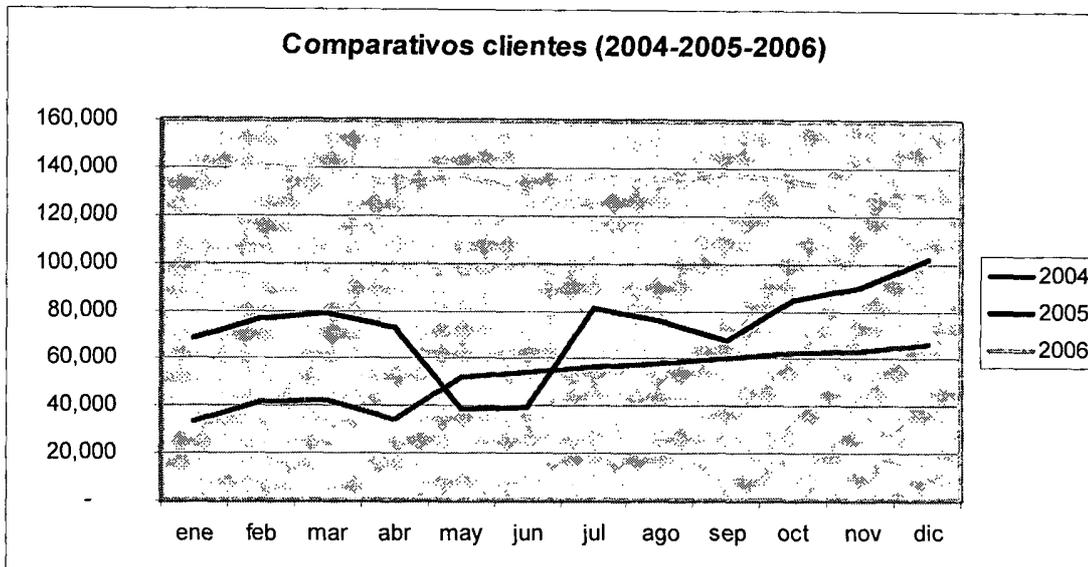
Ingresos y cumplimiento del presupuesto

Para el 2006 se presupuestó un incremento de ingresos del 81% a los ingresos obtenidos en el año 2005. Si bien esta fue una meta agresiva, se cumplió el 92.44% de la misma, y para poder cumplir con el objetivo de rentabilidad planteado para el ejercicio (30% de retorno en la inversión), no se realizaron los incrementos en sueldos y honorarios presupuestados, y de esta forma se alcanzó el 96% de la utilidad esperada.



Cientes

Durante los primeros tres trimestres del año se mantuvo el numero de clientes, teniendo el último trimestre una leve caída por el cierre de operaciones del Banco de Los Andes (8,000 clientes)



Proyectos en carpeta

Lifeline (programa de asistencia para la tercera edad).- La primera operación latinoamericana de esta empresa con el Grupo Fidik en ciudad de México, sigue sin arrojar resultados prometedores. La inversión de capital de este grupo supera el millón de dólares, y no hay certeza del tiempo que tomará el retorno de esta inversión. Inicialmente Lifeline estaba cerrada a la opción de empezar operaciones en Ecuador en sociedad con ServiceOne, actualmente esa premisa ha cambiado. Recomiendo mantener este proyecto en carpeta, en caso que se presenten oportunidades de implementar este servicio en el futuro.

MAPFRE Seguros.- La filosofía de trabajo de esta división del Sistema MAPFRE, es hacer sus negocios casa adentro, nos han ofrecido trabajar sin ningún tipo de exclusividad o beneficio adicional, si nos convertimos en un broker, y por esto no vemos un potencial atractivo en este negocio.

Cementerios – Servicios funerarios.- se ha concluido un estudio de mercado elaborado por ServiceOne, de los cementerios en la ciudad de Quito y sus alrededores. Adicionalmente nos hemos contactado con Santiago Roca Arteta en Guayaquil, para conocer mas de las actividades de su empresa en esta área, ellos tienen tres cementerios en Guayaquil (Vía Samborondon, Pascuales y Duran), uno en Machala, y construyeron pero no administran otro en Manta. En las conversaciones iniciales con esta empresa, han expresado su deseo de realizar proyectos en Quito, siempre y cuando lo puedan hacer con un socio local. Hemos enviado información de nuestra empresa, y estamos a la espera de recibir más información sobre ellos.

Situación Financiera de ServiceOne S. A.

Se obtuvo los siguientes resultados en comparación al año 2005:

- Incremento en activo corriente 89.35% (\$ 136,666.25)
- Incremento en activos 62.99% (\$ 151,318.25)
- Incremento en pasivos 33.41% (\$ 77,839.91)
(84% de los pasivos es la cuenta por pagar accionistas)
- Incremento en el patrimonio 114.17% (\$79,773.73)
- Incremento en la utilidad 283.03% (\$51,036.26)

Cumplimiento de las disposiciones de la Junta General y objetivos corporativos para el 2007

El plan de trabajo que se llevó a cabo durante el 2006, ha conducido a obtener los resultados esperados, y es importante implementar agresivamente la nueva estrategia de comercialización en las instituciones financieras, con la nueva área de telemarketing del call center.

El análisis de nuevos proyectos continuará en el 2007, y esperamos en el segundo semestre tener un proyecto concreto para diversificar nuestras actividades. Los objetivos del 2007 están en el presupuesto adjunto.

Atentamente,



Augusto Martínez V.
Gerente General

