

**INFORME DE GERENCIA AÑO 2007
GERENCIA GENERAL
HUNTSAT S.A.**

INFORME DE GESTIÓN AÑO 2007 – PRESENTADO POR EL GERENTE GENERAL

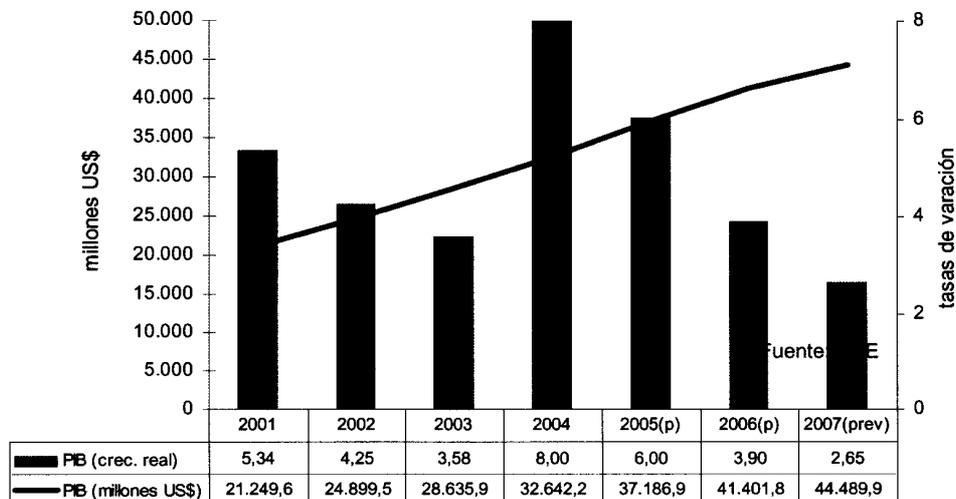
SEÑORES ACCIONISTAS

En cumplimiento con los estatutos de la empresa y de conformidad con las normas legales vigentes, presento a la Asamblea General de Accionistas, este informe, en donde se consignan las actividades más relevantes ejecutadas durante el 2007.

EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA ECUATORIANA DURANTE EL 2007

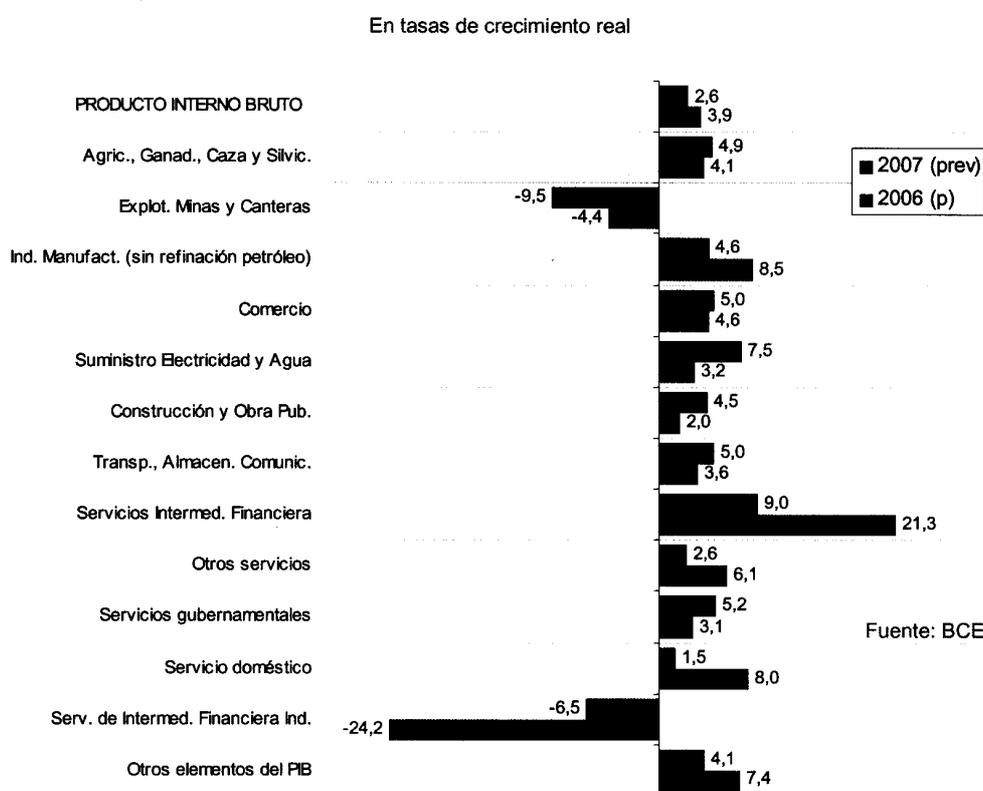
La actividad económica, medida a través de la evolución del Producto Interno Bruto (PIB), registró una de las tasas más bajas de crecimiento en el 2007, en comparación con el último quinquenio, alcanzando un variación de 2,6%. La desaceleración del crecimiento estuvo dada fundamentalmente por un mal desempeño del sector petrolero, tanto por los problemas operativos del sector como por las múltiples paralizaciones en la región amazónica.

Gráfico 1: EVOLUCION DEL PIB
En US\$ millones y tasas de crecimiento real



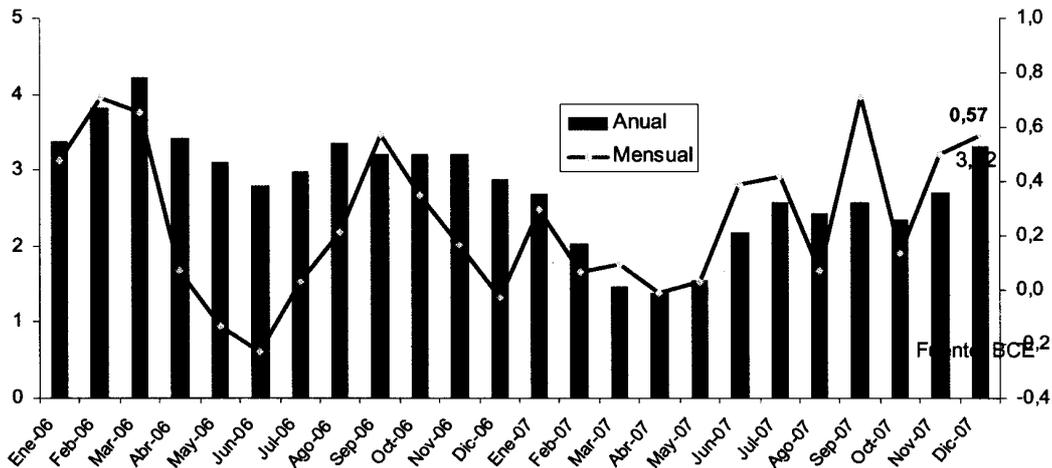
Los sectores que sustentaron el crecimiento registrado en 2007 fueron los no petroleros, como Comercio, Construcción, Industria Manufacturera, Agricultura y las actividades relacionadas con servicios, como se observa en la Gráfica 2. Este incremento fue estimulado principalmente por el consumo de los hogares, el cual presentó una tasa de crecimiento real del 6% en el mismo año.

Gráfico 2: EVOLUCION DEL PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD



En cuanto a la evolución de los precios al consumidor, expresado por la tasa de inflación, en términos anuales se ubicó en 3,32%, el mayor porcentaje alcanzado durante el 2007. El alza en los dos últimos meses del año se debió al crecimiento de precios en los grupos de *Alimentos y Bebidas no Alcohólicas*, por el incremento a nivel internacional de los precios de algunos productos, como leche, arroz, trigo, entre otros.

Gráfico 3: INFLACION ANUAL Y MENSUAL
En tasas de variación

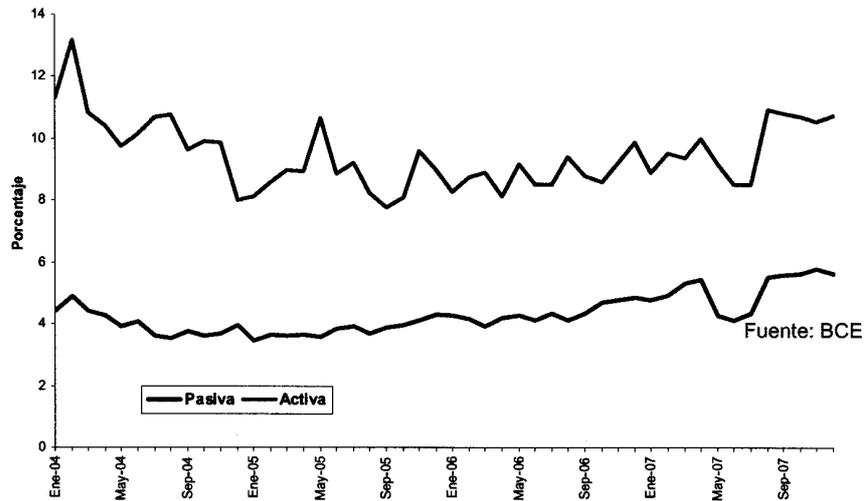


Por otra parte, la tasa de desempleo presentó una disminución en los últimos meses del año, llegando al 7,5% en octubre de 2007 última medición, una de las más bajas desde diciembre de 2002. Sin embargo este aumento en el empleo se ha concentrado en el sector informal principalmente. Es importante señalar que han existido cambios metodológicos en la medición de este indicador, lo cual también podría haber tenido un efecto en las cifras presentadas.

En julio de 2007 el Congreso Nacional aprobó la *Ley de Regulación del Costo Máximo Efectivo del Crédito*, donde se establece principalmente que la tasa de interés máxima que podrá cobrar cada segmento financiero será la correspondiente al promedio del sistema, más dos desviaciones estándares. Adicionalmente la ley prohíbe los cobros de tarifas que no impliquen la prestación de un servicio, así como los cargos por servicios no aceptados por los clientes; además que los acreedores no podrán cobrar comisiones por operaciones crediticias, ni aplicar comisión o cargo alguno a los pagos anticipados que efectúen sus deudores en los casos en que la tasa de interés pactada sea reajutable.

Sin embargo al analizar tanto la evolución de la tasa de interés como de los resultados de los Bancos, se observa que hasta finales de 2007 no se cumplió el objetivo del actual gobierno de disminuir el costo del crédito en el sistema financiero, más bien se observa el traslado de costos por comisiones bancarias hacia la tasa de interés, inclusive con una tasa implícita mayor en comparación con el 2006.

Gráfico 4: TASAS DE INTERES REFERENCIALES NOMINALES



Cuadro 1: RESULTADO SISTEMA BANCOS
En US\$ miles

	Dic-06	Dic-07
TASA IMPLICITA	11,3%	12,2%

Fuente: Superintendencia de Bancos

Respecto al sector externo, durante el 2007 se mantuvo una balanza comercial positiva de US\$ 1.268 millones, sustentada en las exportaciones petroleras. En efecto las exportaciones totales alcanzaron US\$ 13.852 millones, de las cuales aproximadamente el 60%, fueron petroleras. Sin embargo es importante mencionar que se debe exclusivamente a la evolución positiva de los precios del barril del petróleo, y no por mejoras en la producción, ya que el volumen producido cayó en 5% frente al 2006. Las exportaciones no petroleras experimentaron un moderado crecimiento, gracias al fuerte impulso del cacao y el café que crecieron a tasas de 34% y 22% respectivamente frente al año anterior.

Las remesas recibidas por los emigrantes ecuatorianos crecieron respecto a 2006 alcanzando aproximadamente los \$US 3.000 millones, situándose en la segunda fuente de ingresos para el país después de las exportaciones petroleras. En cuanto a la inversión extranjera directa se estima que en el 2007 alcanzó cerca de los US\$ 600 millones, muy por encima de lo registrado en los dos últimos años.

Finalmente, aunque la economía ecuatoriana presenta una evolución positiva en sus principales agregados, estos resultados son muy modestos, ya que no se supo aprovechar la coyuntura internacional de precios del petróleo, a pesar de la gran dependencia que mantiene la economía en este sector. Adicionalmente hay que considerar que mientras no existan las definiciones finales en las reformas políticas que se están desarrollando en manos del gobierno, este va a ser un factor predominante para los resultados que se den en el 2008, como ya sucedió en el 2007.

Ubicación del Ecuador en la Economía Global

En un mundo cada vez más globalizado e integrado, determinados índices permiten medir la ubicación global de los países en cuanto a sus avances, retrocesos y situaciones económicas, políticas y sociales. Estos índices conducen a sanas comparaciones que motivan acciones para mejorar el bienestar de las colectividades nacionales.

Baja Competitividad

En 2007-2008 en este índice el Ecuador ocupa el puesto 103 entre 131 países, en 2006 su posición fue la 94 entre 121 países. Este nivel de competitividad es similar a Bosnia, Bolivia, Tanzania, Gambia. Países como Namibia, Pakistán, Kenia, Perú, Colombia, son más competitivos que Ecuador. El país más competitivo es EE.UU.

El índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial ubica a los países en función de su competitividad determinada por la capacidad de sus instituciones, infraestructura, ambiente macroeconómico, educación y salud, etc.

Los países más competitivos tienen mayores niveles de ingreso y bienestar. Países como China, Chile y otros, han logrado notables avances en reducir la pobreza al comprender que la dirección correcta es avanzar aceleradamente en sus capacidades para competir.

Mientras otras naciones se esfuerzan por ganar espacios en la escala de competitividad global, Ecuador camina en sentido contrario y se siente cómodo con rezagadas posiciones en el concierto de naciones del mundo.

A la vanguardia de la corrupción

Ecuador se ubica en el lugar 150 entre 180 países, igual que Sierra Leona, Bielorrusia, Zimbabwe, Costa de Marfil, Liberia, República del Congo, Kenia, Azerbaijón, Gambia. En América Latina solo se percibe mayor corrupción en Venezuela y Haití.

El Índice de Percepción de la Corrupción de Transparencia Internacional, recoge la apreciación que sobre el tema tienen empresarios y analistas de cada país. Existe menos corrupción en Nueva Zelanda que ocupa el puesto uno.

La corrupción es un factor importante en la falta de competitividad de los países y presenta una fuerte correlación con los niveles de pobreza. Si bien, en gran medida, la corrupción esta asociada a la apropiación indebida de recursos públicos mediante diversas formas, en Ecuador es intrínseca a determinadas conductas sociales y de las instituciones del Estado, y se ha llegado aceptarla casi como comportamiento natural de los individuos, relegando a la honradez al plano de valor exótico del buen vivir. Luchar contra la corrupción exige un

sistema judicial independiente que no permita la impunidad, la rendición de cuentas y transparencia en el uso de los fondos públicos y sobre todo, una acción generalizada de la sociedad civil que señale y rechace los actos corruptos como oprobiosos a la sana convivencia social.

Clima hostil para hacer negocios

Entre 178 países Ecuador ha retrocedido desde la posición 123 a la posición 128. Ubicación parecida les corresponde a Argelia, Egipto, Malawi, Marruecos, Tanzania, Gambia. Es más fácil hacer negocios en Singapur que ocupa el puesto uno. En América Latina solo es más difícil hacer negocios que en Ecuador, en Bolivia, Haití, y Venezuela.

El índice en Clasificación en Facilidad para hacer Negocios del Banco Mundial, ubica a los países en función de las facilidades que brindan para hacer empresa, en cuanto a protección de inversiones, pago de impuestos, cumplimiento de contratos, apertura y cierre de una empresa, empleo de trabajadores, registro de propiedades obtención de crédito, y otros aspectos.

Sin un buen ambiente para hacer negocios y crear empresas, no es posible atraer inversiones imperativas para crecer a tasas elevadas, generar empleos y reducir la pobreza. La comparación entre los países del mundo sobre las facilidades para hacer negocios, los induce a efectuar reformas, a fin de situarse en mejores condiciones para atraer capitales. Sin embargo, la clasificación en facilidad de hacer negocios, no considera otros elementos determinantes para un buen clima de inversión, como: seguridad jurídica, garantías a la propiedad, estabilidad macroeconómica y política, solidez institucional, etc.

Pobre producción

En 2006, entre 180 países, en cuanto al PIB anual por habitante en términos corrientes, con 3.050 dólares Ecuador ocupó el puesto 92. Magnitud similar a países como Namibia, Macedonia, Irán, Túnez, Albania. El PIB per cápita anual de Luxemburgo, que ocupa el primer lugar, fue 88.000 dólares, 29 veces el de Ecuador.

Los países que progresan son los que crean más riqueza, y sin desalentar este proceso la distribuyen hacia los pobres. Esto no es posible sin ser más competitivos que el resto, lo cual entre otras cosas exige vender más productos con valor agregado, reducir la referida corrupción, facilitar la inversión y actividad empresarial privada.

Nuestra posición global similar a países atrasados es una lamentable coincidencia que nos invita a optar por la senda de los que han progresado.

Libertad Económica Limitada

Entre 157 países el Ecuador ocupa el puesto 108, posición similar a Azerbaijón, Bolivia, Malawi, y otros de pobre desarrollo. Los países con mayor libertad económica son Hong Kong y Singapur.

El Índice de Libertad Económica 2007 evalúa los países en relación a 10 factores específicos en cuanto a sus grados de libertad en el ámbito comercial, en comercio internacional, en su sistema tributario, frente al gasto gubernamental en política monetaria,

en cuanto a las inversiones, en el campo financiero, en el ejercicio de la propiedad, frente a la corrupción y regímenes laborales.

Principales Indicadores Económicos

SECTOR REAL	
PRODUCTO INTERNO BRUTO	2007 (prov)
Tasa de variación anual (USD 2000)	2,65%
PIB (millones USD 2000)	22.127
PIB per capita (USD 2000)	1.626
PRECIOS Y SALARIOS	
Inflación	Dic-07
Anual	3,32%
Indices de precios al consumidor	109,97
Salarios (USD)	
Salario mínimo vital nominal promedio	198,3
Salario unificado nominal	339,2
Salario real	180,3
MERCADO LABORAL	
	Sep-07
Tasa de desocupación Total	7,00%
Tasa de subocupación Total	46,64%
SECTOR MONETARIO Y FINANCIERO	
INDICADORES MONETARIOS	
Tasas de Interés	
	Ene-08
Activa efectiva referencial Com.Corporativo	10,74%
Activa efectiva referencial Comercial PYMES	13,82%
Activa efectiva referencial Consumo	18,43%
Activa efectiva referencial Consumo Minorista	22,37%
Activa efectiva referencial Vivienda	12,32%
Activa efectiva referencial Micro.Ac. Ampliada	22,38%
Activa efectiva referencial Micro.Ac. Simple	31,19%
Activa efectiva referencial Micro.Subsistencia	39,98%
Sistema Financiero (millones USD)	
	Dic-07
Captaciones OSDs	10.968
cartera vencida y por vencer OSDs	10.713
RILD (millones USD)	3.521
SECTOR EXTERNO	
COMERCIO EXTERIOR	
	Dic-07
Exportaciones (millones USD FOB)	
Total exportaciones acumuladas	13852,3
Exportaciones petroleras	8279,4
Exportaciones no petroleras	5572,9
Importaciones (millones USD FOB)	
Total importaciones acumuladas	12591,4
Balanza comercial acumulada	1268,4
Cotización del Dólar	
	Dic-07
Colombia (Peso)	2016,13
Perú (Nuevo Sol)	2,99
Euro	0,68
Indice de Tipo de Cambio Real	105,37

Sector Automotriz

Presentamos un comparativo de las ventas de los 3 últimos años -2005, 2006 y 2007- ordenadas por marcas:

MARCA	Unidades			Participación			Incremento / Decremento			
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2006-2005	2007-2006	% (06-05)	% (07-06)
CHEVROLET	37.594	39.855	36.174	47%	47%	40%	2.261	-3.681	6%	-9%
HYUNDAI	9.436	9.514	9.951	12%	11%	11%	78	437	1%	5%
MAZDA	5.343	7.503	8.918	7%	9%	10%	2.160	1.415	40%	19%
TOYOTA	5.713	6.328	7.848	7%	7%	9%	615	1.520	11%	24%
HINO (MAVESA)	1.217	528	3.573	2%	1%	4%	-689	3.045	-57%	577%
FORD	2.650	3.494	3.554	3%	4%	4%	844	60	32%	2%
NISSAN	3.004	3.008	3.276	4%	4%	4%	4	268	0%	9%
MITSUBISHI	1.234	1.374	2.925	2%	2%	3%	140	1.551	11%	113%
KIA	3.449	3.029	2.867	4%	4%	3%	-420	-162	-12%	-5%
RENAULT	1.504	2.030	2.155	2%	2%	2%	526	125	35%	6%
VOLKSWAGEN	3.371	1.840	1.315	4%	2%	1%	-1.531	-525	-45%	-29%
PEUGEOT	1.631	1.440	1.111	2%	2%	1%	-191	-329	-12%	-23%
OTRAS	4.264	4.562	7.876	5%	5%	9%	298	3.314	7%	73%
TOTAL	80.410	84.505	91.543	100%	100%	100%	4.095	7.038	5%	8%

El mercado automotor en el país tuvo como principales actores en 2007 a cuatro marcas, de las cuales tres son provenientes de Asia: Hyundai, Mazda, Toyota y Chevrolet. Entre las cuatro marcas se repartieron el 70% del total del mercado.

Por otro lado, la novedad surge por la presencia de varias firmas chinas que entraron al mercado ecuatoriano y que van ganando terreno (representan alrededor del 3% del total de las ventas).

A nivel general las 12 principales marcas representaron para los 3 años entre el 91% y el 95% del mercado con un incremento en ventas de 4.095 unidades (crecimiento del 5%) para los años 2005 y 2006; y, 7.038 unidades (crecimiento del 8%) para los años 2006 y 2007. La marca líder en el país sigue siendo Chevrolet con una participación idéntica para el 2005 y 2006 (47%) bajando al 40% en el 2007, es decir, un decrecimiento para este año del 9%.

Las marcas que ganaron participación en el 2007, fueron: Mazda (crecimiento del 1% y en unidades 19%), Toyota (crecimiento del 2% y en unidades el 24%), Hino (crecimiento del 3% y en unidades el 577%) y Mitsubishi (crecimiento del 1% y en unidades el 113%). Los que mantuvieron su nivel de participación son: Ford y Nissan (4% de participación: Ford 2% en unidades y Nissan 9% en unidades) y Renault (2% de participación y 6% en unidades).

Finalmente, dentro de las principales 12 marcas las siguientes tuvieron una disminución en nivel de ventas y participación: KIA vende 162 unidades menos y pierde 1 punto de participación quedando en el 3%, Volkswagen vendió 525 unidades menos y ahora sólo representa el 1% de la industria; finalmente Peugeot cae un punto en participación con 329 unidades menos vendidas en el 2007 y representa igualmente el 1%.

Respecto a las proyecciones para el 2008 y por la incidencia de la nueva Ley de Equidad Tributaria, el sector automotriz asegura que la venta total de autos se reducirá este año en relación al 2007 a 75.000 unidades (Industria Automotriz Cuadro No. 11), lo cual significará un



reducción de un 23%; se prevé que habrá menos importaciones de carros de lujo (caída de alrededor del 50%) y, por el contrario, se incentivará la compra de vehículos de menor valor a USD\$20.000.00.

HuntSAT S.A. – SHERLOC Technology Solutions

Para la empresa el 2007 ha sido el año de la auto-sustentabilidad, saneamiento y aprovechamiento de los diseños de gestión inherentes al giro del negocio; con una estructuración de personal crítica. Ha sido un reto administrar en estas circunstancias las 8 sucursales solucionando problemas producidos por alta rotación de personal, clima laboral; y, seguir brindando en cada una de ellas los mismos servicios que prestamos en ciudad de Quito, a nuestra creciente base de datos de clientes activos. (Compañía Estructura Cuadro No. 6)

En este año uno de los mayores impactos se dio en la pérdida de personal capacitado y con experiencia, conforme a las necesidades del negocio. A partir del plan de reducción de personal del año anterior buscamos la forma de mantener una relación "free lance" con el personal técnico, situación que fue aceptada por muy pocos de ellos, quienes prefirieron optar por posiciones dependientes estables. Con aquellos que aceptaron la propuesta pudimos trabajar pocos meses hasta que se convirtieron en competidores al ofrecer indiscriminadamente instalar cualquier tipo de dispositivo utilizando el conocimiento adquirido en nuestra empresa y que hoy se ha entregado a la competencia; por esta razón adicionalmente hemos tenido, fuga de información clasificada como confidencial y base de procesos y manuales.

En la producción en el 2007 tuvimos un decrecimiento del 7% (Ventas Satelitales Cuadro No. 1), sin embargo se han especializado las áreas de soporte con las cuales la gerencia lidera la empresa. Las necesidades de control interno, calidad de información contable, procesos de estandarización y normalización, control de gestión financiera y gastos; continuaron desarrollándose como una consecuencia de las actividades implementadas en forma previa en el 2006. Constantemente junto con la Subgerencia Financiera y Administración se han controlado y documentado los procesos manteniendo una Carpeta Máster de estándares y normas en cada una de las áreas críticas de la empresa: Operaciones, Inteligencia, Ventas, Renovaciones, Logística, y Tecnología.

Entre los aspectos más relevantes sobre el período 2007 mencionaré los siguientes:

- Ventas de 5.471 dispositivos SHERLOC Satelital, 401 unidades menos (7% de decrecimiento) con relación a las ventas realizadas en el año 2006 que fueron de 5.872. (Ventas Satelitales Cuadro No. 1)
- Facturación total de USD3'982.000.00 dólares lo que significó un incremento del 15% con relación al 2006 en el cual se alcanzó USD3'448.00.00. (Facturación Cuadro No. 3)
- A diciembre 31 hemos acumulando 16.497 dispositivos instalados desde junio del 2004 y desinstalados un total de 3.012 dispositivos en los últimos 18 meses; dejando una base neta para administrar en el 2008 de 13.485 clientes activos. (Instalaciones Cuadro No. 4)
- Entre las causas del decrecimiento intervinieron variables tales como: el incremento de ventas de vehículos en el mercado nacional de cuya relación donde obtenemos el

indicador, la reducción de operaciones de CFC, la reestructuración de personal versus capacidad instalada y el retraso de importaciones.

- Nuestra participación en el mercado considerando ventas totales de la industria fue del 6% en comparación al 7% del 2006. Las ventas totales de la industria en el 2007 fueron 91.543 unidades (fuente AEADE Anuario 2007) y nuestras ventas de 5.471 unidades. (Industria Automotriz Cuadro No. 11)
Nuestra participación en el mercado de financiamiento total (70% de las ventas 2007) fue del 9% mientras que en el 2006 representó el 10% (Industria Automotriz Cuadro No. 11)
La participación en nuestro segmento (precio mayor a USD\$18.000.00) considerando el 70% de las ventas financiadas fue del 20% en comparación del 24% del 2006 (la industria vendió en el 2006, 84.505 unidades y nuestras ventas fueron 5.872 dispositivos).
El crecimiento de la industria fue del 8% mientras que el decrecimiento de nuestras ventas en unidades fue del 7%; si comparamos con la producción del 2006 nuestra participación hubiera sido similar. (Industria Automotriz Cuadro No. 11)
- En el año 2007 el porcentaje de negocios relacionados con el Banco del Austro (BAU) con una participación del 45%, con CFC Ecuador fue del 34%, y las Ventas Directas fueron del 21%. Es importante señalar que de mantenerse la producción de CFC similar a la del año anterior, los resultados hubieran sido notablemente mayores en producción; en este periodo se modificó la composición por generador bajando CFC 25 puntos y en su lugar hemos incrementado 22 puntos la participación con el BAU y las ventas directas se incrementaron en 3 puntos. (Producción Generadores Cuadro No. 5)
- Renovaciones: 5.138 renovaciones efectivas y 2.132 equipos desinstalados que equivalen a 7.270 gestiones efectivas con clientes; con un monto de facturación por USD\$ 1.504.000,00; en el 2006 la gestión de renovaciones alcanzó 3.340 efectivas. La producción del 2007 representa 3.930 renovaciones más que en el 2006 y representan un crecimiento del 118%. (Renovaciones Cuadro No. 2)
Nota: Si todos los equipos retirados fueran reinstalados como nuevos (segunda venta), su potencial de afectación a la facturación sumaría USD\$ 947.000,00
- Inteligencia: En el 2007 tuvimos el reporte de 102 vehículos robados; 29 vehículos más que en el 2006 (73), lo que representa un crecimiento de gestión en Inteligencia y Seguridad del 139%. Nuestro porcentaje de efectividad en recuperaciones de vehículos robados es del 93% (2 puntos menos que en 2006 calculado desde junio del 2004 a diciembre del 2007).
Los 219 vehículos recuperados representa una disminución de siniestralidad para las aseguradoras de aproximadamente USD\$5'200.000.00 en estos tres y medio años de gestión.
A diciembre 31 tenemos 13.485 vehículos que ruedan en el país con nuestro dispositivo; (10.146 a diciembre del 2006). Es importante destacar que el crecimiento de robos se debe a la exposición actual causada por la modalidad de Asalto y Robo con retención de conductores o propietario de los vehículos y el Plagio; estos "modus operandi" empleados por la delincuencia a nivel nacional son la mayor causa del 7% de pérdidas. Durante este tiempo los delincuentes proceden a manipular o desinstalar los dispositivos para evitar que sean localizados y hasta que sean reportados generalmente transcurren entre 12 a 24 horas, posteriores al siniestro.

- El Grupo de Reacción fue rediseñado al finalizar el 2006 para ofrecer una mayor cobertura en el 2007, esta reestructuración permitía contar con 8 frentes de acción a nivel nacional con una reducción del equivalente al 42% comparada con ese año y en jornadas de trabajo con modalidad "Stand By" para horarios nocturnos, fines de semana y feriados (en los cuales se producen normalmente los siniestros de robo de vehículos). La estructura no pudo ser completada durante el 2007 debido a las bajas remuneraciones y adicionalmente por la eliminación del incentivo por operativo de recuperaciones; debilitando la estructura e incrementando nuestro tiempo de respuesta a los eventos de robo y reacción en los operativos; aspectos que se profundizan en el informe de Inteligencia que se adjunta.
- Procesos Tecnológicos: desde el 2006 veníamos realizamos Procesos OEM (Estándares de Manufactura del Fabricante) mismos que en segundo semestre del 2007 se vieron seriamente afectados debido a la reestructuración de personal. En consecuencia hemos sido menos eficientes en el reproceso de equipos desinstalados, mantenimiento o renovaciones; inclusive ciertas actividades se han dejado de realizar en nuestros talleres a nivel nacional, con la finalidad de dar preferencia a los procesos de instalación y desinstalación
- Proveedor de telecomunicaciones: hemos tenido frecuentes problemas en la administración de los más 13.485 clientes (por los movimientos) que mantenemos activos. Los problemas de PORTA con el gobierno y aquellos atribuibles a la tecnología GSM, han incrementado las actividades del Centro de Monitoreo tales como: control conectividad, auditoría tecnológicas y las operaciones de mantenimiento en talleres. La repercusión más crítica se produce en el lado de Inteligencia debido a que a se han presentado un creciente número de operativos sin posicionamiento, mismos que deben realizarse estrechamente con la Policía Nacional para lograr su recuperación. Particularidades del área de Soporte Tecnológico se encuentran ampliadas en el informe que se adjunta.
- En lo concerniente a importaciones obtuvimos un descuento del 8% con relación al Valor FOB (USD\$240.00 para 2006 y USD\$220.00 en el 2007). En este año se importaron 1890 dispositivos por un valor de USD\$415.800.00; 64% menos que en el 2006 en el que se importaron 5.250 dispositivos por un valor USD\$1'260.000.00. La razón de la reducción de las importaciones fue por una parte consecuencias de la campaña de desinstalaciones de equipos en vehículos cuyos clientes no renovaron el servicio satelital (lo que nos ayudo a abastecer a nivel nacional la producción) y debido a la falta de definición en la modalidad de realizar las importaciones y el emisor de Cartas de Crédito.
- En el campo de Automotriz hemos realizado adicionalmente a las homologaciones de instalaciones en Record Motors Honda y Volskwagen a las realizadas en el 2006 No hemos podido avanzar con otras marcas y completar la homologación con la marca FORD, por la salida de Franklin Vera durante la reestructuración quien era responsable de ingeniería y luego proveedor "free lance" de instalaciones.

Como se ha explicado, las homologaciones se consideran como boletines técnicos para la red y son distribuidos por las Marcas desde sus respectivos departamentos de Servicio - Postventa a talleres de su red de concesionarios y se constituyen en



procedimientos que mantienen la garantía eléctrica de los vehículos en los cuales se instalan nuestros productos.

- En el área comercial fue muy importante la generación de negocios de Banco del Austro (BAU), entidad que en este año alcanzó las proporciones de participación que tradicionalmente CFC ocupaba. En el 2007 la participación en la generación de negocios del Banco del Austro fue del 45% (incremento del 96%), versus el 34% de CFC (reducción del 73%). No fue posible incrementar las operaciones con las otras financieras y entidades bancarias debido a las frecuentes, promociones realizadas por nuestros competidores tanto en precio, eventos y regalos entregados a los canales de distribución. Estos aspectos son ampliados en el respectivo informe de ventas que se adjunta. (Producción Generadores Cuadro No. 5)

Requisitos necesarios para Operación, Infraestructura y Personal calificado.

Infraestructura tecnológica:

La empresa inició sus actividades al público en junio del 2004 y desde el inicio de ese año se adquirieron los activos necesarios para la operación, la plataforma tecnológica de comunicaciones, enlaces y Centro de Monitoreo, por esta razón es importante señalar que debemos renovar muchos de estos equipos tales como computadoras, impresoras y fundamentalmente actualizar o adquirir nuevos, por los niveles de obsolescencia y costos actuales de mantenimiento o sus actualizaciones.

La plataforma tecnológica

El Centro de Monitoreo tiene la plataforma tecnológica instalada desde hace 4 años, y a la fecha se encuentra en niveles medios de obsolescencia debido a las horas de trabajo continuo que ha sostenido desde inicios de la operación; mismas que alcanzan las 35.000 horas en línea y sin parar (modalidad 24x7). Hemos verificado que a nivel de servidores ya no se pueden realizar "upgrades" o actualizaciones, debido a la nueva generación comercializados actualmente; por esta razón en su renovación estos equipos tendrán usos como respaldos o "back up" de procesos nuevos introducidos como es la tecnología GPRS, tecnología a la que tendremos que migrar durante el 2008 por sus desarrollos, voz, datos y video.

A nivel de equipos de estaciones de trabajo

Tenemos daños en varios equipos que han sido múltiples veces reparados y cuyas especificaciones son muy bajas comparadas con las mercado y que en la relación costo beneficio no justifica mantenerlas para actividades en la cuales se necesitan mejores especificaciones para los aplicativos de nuestro software; contables o de gestión. Sus niveles de obsolescencia son mayores del 70% en algunos casos y dependiendo de la sucursal.

En el campo infraestructura Física

Es importante señalar que dado el crecimiento de la empresa, es necesario disponer de instalaciones apropiadas en la ciudad de Guayaquil, ciudad en la cual las actividades



representaron en el 2007 el 18% debiendo representar en el 2008 el 24% de los ingresos y la sucursal necesita mayor exposición pública-comercial. En el 2007 esta sucursal no ha podido cumplir con los objetivos definidos debido a alta rotación del personal, falta de incrementos salariales (sucursal más antigua), injerencia directa de la competencia y pago de comisiones en efectivo. En Guayaquil tiene la matriz el líder de la categoría (Hunter) con magníficas instalaciones e alta imagen comercial nacional, opacando la gestión de nuestra sucursal. Por lo expuesto es necesario contar con una instalación proporcionalmente similar a la de Quito con el objeto de exponernos como una marca y alternativa visible al mercado objetivo. Actualmente mostramos una imagen de taller de instalaciones y los clientes asimilan de esa forma a nuestra empresa e igualmente nuestros canales de distribución.

Inversión publicitaria y promocional orientada a canales de distribución

En el 2007 la inversión fue mínima y más bien orientada a los procesos y/o canales que a clientes y/o al público. La mayor participación fue la del auspicio al club de la Policía ESPOLI cuya participación representó el 50% del total de la inversión con USD\$33.600.00. Este auspicio es estratégico y nos ayuda a alinearnos con las autoridades principales de la entidad y a través de ellos obtener su apoyo frecuente e incondicional durante los eventos a nivel nacional. Las publicaciones de recuperaciones que realizamos cada mes ocupan el segundo lugar de la inversión con el 35% y un monto de USD\$18.000.00; y el 15% restante de la inversión está relacionada con participación en ferias con empresas de la Corporación, material POP y productos promocionales en mínima cantidad.

Es importante señalar que comparativamente con la competencia nuestras actividades son mínimas ya que ésta despliega campañas publicitarias en todos los medios: TV, Prensa, Revistas especializadas, Eventos políticos, Vallas de carretera y ciudades, canales de distribución, etc.

En este campo será indispensable obtener de la Junta una posición sobre el manejo de este importante componente del marketing en función del horizonte de la empresa.

Planes de Expansión de la Empresa.

Es importante obtener de parte de los accionistas definiciones claras y precisas sobre los planes a largo plazo de la empresa y de cara al futuro. En la actualidad mantenemos 13.485 clientes activos a diciembre del 2007 e incorporaremos otros 5.500 durante el 2008 lo que nos permitirá terminar el 2008 con una base activa de unos 17.000 clientes dados los movimientos. Las proyecciones nos indican que el 2009 será muy importante en la consolidación, maduración y generación de utilidades de la empresa; al finalizar el 2009 podríamos contar con alrededor de 23.000 clientes activos; por tanto es indispensable tener definidas las expectativas de los Accionistas con la misión y visión de la inversión en HuntSAT S.A.; y con éstas establecer los modelos de gestión para llevarla a lograr el posicionamiento y objetivos definidos de cara al futuro.

Competencia

La competencia en el segmento Dispositivos de seguridad para vehículos, siempre es muy agresiva, constante y en forma tradicional ha desplegado extraordinarias promociones que afectaron la normal generación de negocios de nuestra empresa. Regularmente publican entre la fuerza de ventas de los concesionarios, 3 a 4 promociones anuales las mismas.



Para documentas al final del 2007 concluyeron con el sorteo de 2 vehículos en el caso de Hunter e incluyeron desde invitaciones por grupos a invitaciones familiares con los niños, regalos entradas al cine, celulares, tarjetas de celulares y electrodomésticos; todo por fuera de las comisiones normalmente pagadas en efectivo.

El pago en efectivo y sin requerir facturas a los ejecutivos de ventas de los concesionarios, nos pone en desventaja con la competencia, aspecto que se complicó al centralizar el pago comisiones a través de facturas de concesionarios del grupo; provocando la producción.

Como referencia de las actividades de la competencia, a la fecha de emitir este informe en mercado se tiene una nueva promoción de pagar (adicionalmente a la comisión normal que paga HUNTER) un bono de USD\$50.00 por cada 3 dispositivos referidos y si acumulan 30 ganan un bono de USD\$500.00 (sin requerir del ejecutivo de ventas, facturas).

Como es de conocimiento general los vendedores de concesionarios ganan aparte de sus sueldos como empleados dependientes, comisiones por la "venta" o direccionamiento de productos como; créditos, seguros, dispositivos, películas para vidrios, radios, tapicería de cuero, aros y neumáticos; utilizando sus propias facturas en ventas con sobre precio; actividades que realizan en las salas de exhibición.

Detalles sobre el área comercial se encuentra en el informe que adjunto.

Política de pago de comisiones

Para el desarrollo de las actividades comerciales es crucial establecer una política acorde con el mercado en lo relacionado al pago de las comisiones externas (pagadas a terceros sin dependencia); debido a las nuevas estipulaciones de la Ley de Equidad Tributaria; que podrían ser interpretadas inadecuadamente por las autoridades en el estricto sentido de presunción de incentivo de defraudación tributaria.

Auditoría de gestión y procesos para perfeccionar procesos y gestión

HuntSAT S.A. a partir del 2008 es una empresa auto sustentable dentro de planes previstos de crecimiento y penetración al mercado (con base a los 2 años anteriores) y quedará saneada en sus pasivos al finalizar el período. El tamaño de la operación es importante y por esta razón la Gerencia solicita se incorporen por los menos 3 exámenes de Auditoría Integral a lo largo del período, con informes a gerencia y que sirvan de soporte en forma oportuna en el perfeccionamiento de procesos y las transacciones. El aporte debe permitirnos normalizar los procesos, rediseñar y mejorar manuales y al mismo tiempo estar armonizados con la razonabilidad de los datos y resultados.

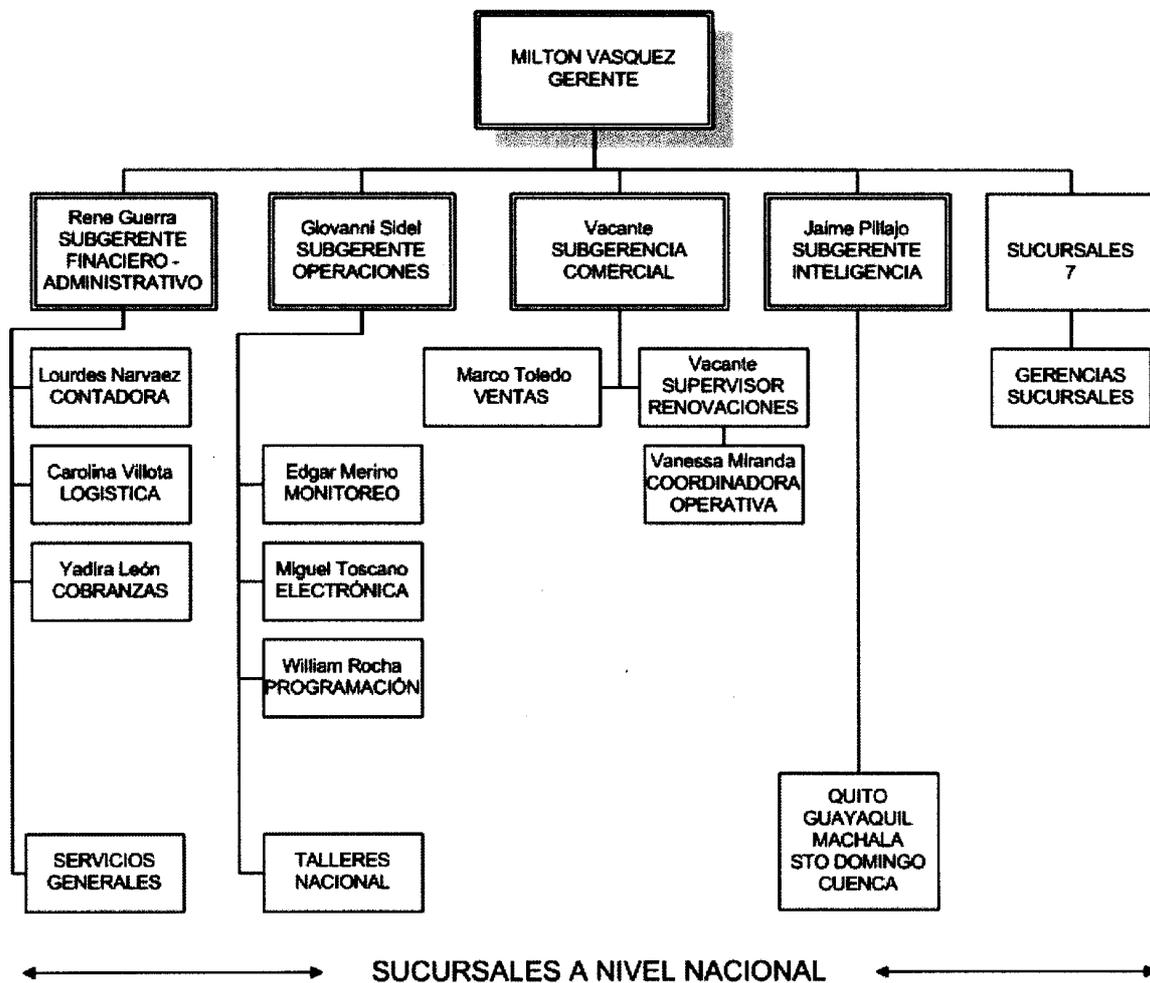
Para mayor control y operatividad es importante implementar Procesos Automatizados de facturación, cobranzas, comisiones, inventarios y cuentas por cobrar; mismos que actualmente son administrados por software aplicativo o de gestión (DSC); debiendo ser un software contable el que los empaquete aprovechando la información generada del software de gestión.

Cuenta Dispositivos

Es de suma importancia tener una definición del tratamiento de la Cuenta Dispositivos en forma definitiva; para aplicarlos definitivamente a los registros transaccionales y correspondientes afectaciones a los Estados Financieros. (En anexo comentarios al respecto)

ADMINISTRACION

La estructura de la Empresa se presenta en el organigrama siguiente:



SITUACION FINANCIERA AL CIERRE DEL EJERCICIO 2007

Como se expresa en los Informes Comparativos adjuntos, el Estado de Situación y el Estado de Resultado entre el año 2007 y 2006, presenta las variaciones siguientes:



El Balance General presenta una disminución en los Activos del 22% (Balance General Cuadro No. 7), originado en la reducción de la Inversión en dispositivos satelitales, producto principal de la Empresa, este Activo se expresa en la cuenta de Activo Fijo bajo el concepto de Equipos Satelitales (neto de depreciación) y representa el 56% del total de Activos a Diciembre del 2007. Parte de estos activos se adquirieron mediante convenios de créditos con compañías locales y con LAIPAC (importaciones mínimas sin cartas de crédito), lo que se expresa en una disminución del Pasivo en un 18% en comparación año 2006; teniendo la cuenta de préstamos una participación del 62% del total del Pasivo. (Balance General Cuadro No. 7)

Otro rubro importante en las cuentas del Activo lo constituye la cuenta por cobrar a clientes, con una participación del 28% sobre los Activos, la variación en comparación al año 2006 es mayor en 62%; debido al crecimiento del negocio, generadas por renovaciones y seguidas de ventas. (Balance General Cuadro No. 7)

El Patrimonio presenta una disminución del 42% originado por la disminución del 99% de las Reservas (eliminación plusvalía) y las Utilidades acumuladas, que aumentaron 303% en comparación al año 2006. (Balance General Cuadro No. 7)

En resumen las principales variaciones del Balance General se explican de la siguiente manera: Activos Fijos (-USD\$503.649.00) debido a la disminución del nivel de importaciones del año. Inventario de mercaderías (-USD\$132.601) por compras mínimas necesaria). Cuentas por cobrar Clientes (USD\$306.901.00) debido al crecimiento de negocio, especialmente por renovaciones). Otros Activos (USD\$-441.803.00) al igual que la Cuenta de Reservas (-USD\$365.247.00) como resultado de la eliminación de la Cuenta de Marcas. Obligaciones con Instituciones Financieras (-USD\$848.268.00) debido al que la compañía ha realizado importantes abonos de Capital e Intereses a las distintas entidades financieras producto de la generación del flujo propios del negocio. (Variaciones Balance Cuadro No. 8)

El índice de liquidez pasó del 1,60 en el 2006 a 2,52 en el 2007, el nivel de endeudamiento decreció en un 46%.

La rentabilidad de la Empresa sobre patrimonio pasó del 7,71% en el 2006 al 30,89% en el 2007.

Los ingresos tuvieron un aumento del 16% mientras los gastos se incrementaron en el 12% (por depreciaciones).

Del total de Ingresos, el 100% corresponde a ingresos del negocio, de estos el 61% se origina en ventas directas y el 39% por la renovación anual del servicio. En el año 2006 representaron el 78% y 22% respectivamente (composición ventas vs renovaciones) (Resultados Cuadro No. 9).

En cuanto a los gastos el mayor incremento lo presenta la cuenta de Depreciaciones la que registra la reducción del valor del Activo dispositivos satelitales, la cual se realiza a 3 años. Este rubro representa el 30% del total de los gastos de la Empresa. (Resultados Cuadro No. 9)

De la cuenta de Gastos, la cuenta gasto de personal tiene una disminución del 7% originado por el recorte de personal en el mes de julio de 2007, de este total, la disminución de personal de 118 personas en el 2006 a 77 personas en el 2007, correspondiendo la mayor afectación a la operación (Talleres, Grupo de Reacción y Centro de Monitoreo). La



reducción es notoria debido a que no se ha completado la estructura (a los niveles de la reestructuración); debido a las condiciones ya enunciadas en este informe. (Resultados Cuadro No. 9)

Otro rubro importante con una disminución en Gastos es la cuenta de Servicios de ventas con una disminución del 26% entre el año 2007 vs. 2006 (en el cual se incluyó un valor del 2005), la cuenta representa el 6% sobre los ingresos y registra las comisiones pagadas a los vendedores de los distintos puntos de ventas. De manera constante la competencia ofrece incentivos a los vendedores para poder captar la instalación de los dispositivos, esto hace que los vendedores manejen la venta a su libre criterio, misma que se concreta con la empresa que más comisiones ofrece. En este aspecto Huntsat S.A. ha sido muy conservador con el manejo de las políticas de comisiones, la tasa promedio del mercado es por arriba del 15%, la Compañía mantiene el 10%, esta posición en ocasiones nos obliga a competir en términos bastantes desiguales en el mercado. (Negocio Cuadro No. 10)

En la cuenta de Gastos otra partida importante es el Gasto Financiero que presenta un incremento del 37% en comparación al año anterior, situación que se origina por el aumento en la tasas de interés de los préstamos obtenidos para financiar la compra de los dispositivos en años anteriores, esta cuenta representa el 11% del total de los ingresos. (Resultados Cuadro No. 9)

La cuenta de Gastos por concepto de Asesoría técnica ha tenido una disminución del 14%, representa el 4% sobre el total de los ingresos y registra el costo de los servicios de administración y finanzas asignadas a entidad externa.

OBJETIVOS PARA AÑO 2.008

1. Mantener el volumen de Ventas equilibrado de tal forma que podamos cumplir con objetivos de saneamiento operacional y eliminar significativamente la dependencia de flujos externos. (Producción Satelitales Cuadro No. 12)
2. Al finalizar el período deberá estar saneado el pasivo y sin deudas de capital, mantenida la auto sustentabilidad e incrementada la generación de flujo; a través de objetivos de producción en renovaciones e instalaciones.
3. Estructurar el departamento de Renovaciones conforme a las necesidades de cumplimiento de presupuestos, para lograr el 80% de renovaciones de la base de clientes activos hasta el 2007 y realizar el mayor porcentaje de retiros de equipos (desinstalaciones) en clientes rezagados y morosos. (Análisis Renovaciones Cuadro No. 13 y Proyección Renovaciones Cuadro No. 14)
4. Optimizar el volumen de importaciones en 2008, las que serán realizadas con flujos generados por el negocio y en relación con las desinstalaciones logradas.
5. Estructurar cada una de las regionales / sucursales para que respondan al volumen real de negocio esperado y aspecto que constituye el principal factor clave de éxito para el cumplimiento de las metas: Renovaciones, Servicio a Clientes, Taller (personal para instalaciones y desinstalaciones)
6. Completar el personal de la Fuerza de Reacción para hacer frente efectivo al creciente número de eventos de robos a nivel nacional. Cada día estamos más expuestos dado el incremento de nuestra base de datos de clientes y el auge de la delincuencia, incremento del parque automotor ecuatoriano.
7. Continuar con la homologación de instalaciones del dispositivo en marcas de vehículos Mazda, Toyota y Nissan; cuya producción ha sido importante los dos

últimos años y representa el 23% en el 2007; mismos que serán considerados clientes objetivo.

8. Rescatar la participación de SHERLOC en la industria automotriz; dependiendo de la penetración y producción.
9. Mantener una campaña permanente para incrementar las ventas directas, en este sentido será necesario mantenernos activos con mayor acercamiento a los canales y nuevos modelos de negociación.
10. A partir de abril desarrollaremos la venta de productos opcionales como la línea de alarmas brindando valor agregado a nuestro producto principal.
11. En el lado del control como en años anteriores, mantendremos una Campaña permanente de control de los gastos.
12. Actualización de hardware de la plataforma tecnológica y desarrollo de software AVL así como perfeccionamiento del Data SYS Control; para lograr mayor eficiencia y control de gestión.
13. Capacitar al personal aprovechando los beneficios a del CNCF Consejo Nacional de Capacitación y Formación, que otorga subsidios por cada USD\$200,00 de aportación hasta USD\$12.000.00 como parte del 70% que asignan. Como dato informativo durante el 2007 hicimos aportaciones USD\$5.800.00 al Iece-Secap, lo que nos hubiera permitido acceder a más de USD\$100.000.00 de subsidio del CNF; subsidio que se aplica por periodos, es decir lo que no se usa se pierde.

PRESUPUESTOS DE RESULTADOS PARA EL AÑO 2008:

(Proyección P y G Año 2008 Cuadro No. 15 y Proyección Negocio Año 2008 Cuadro No. 16)

ESTADO DE RESULTADOS						
	2007	%	2008	%	VARIACIÓN US\$	%
INGRESOS						
Ventas y Renovaciones	4.088.488	100%	5.174.787	100%	1.086.299	27%
(-) Costo	1.586.276	39%	2.183.038	42%	596.763	38%
Margen Operativo Neto	2.502.212	61%	2.991.748	58%	489.536	20%
Otros	2.746	0%	2.836	0%	90	3%
GASTOS						
Gastos Personal	858.730	37%	1.001.285	43%	142.555	17%
Gastos Operación	1.024.111	44%	1.125.705	49%	101.594	10%
Gastos Financieros	447.190	19%	186.002	8%	-261.188	-58%

Nota: El costo de ventas agrupa el valor de materiales, comisiones externas y depreciación satelitales

Es importante resaltar que de acuerdo a las proyecciones se espera un incremento en los ingresos del orden del 20% y por otro lado una disminución del 1% en los gastos esta



reducción se originará básicamente por la disminución en los gastos financieros ya que la compañía prevé cancelar el 100% de sus préstamos en el 2008.

PROPUESTA PARA DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES DEL 2007

La Utilidad neta a disposición de los Accionistas se detalla a continuación:

La utilidad del año es de USD\$174.927.92 y desde el 2004 a la fecha ha originado un total de USD\$231.262.00 (Resultados Acumulados 2004 - 2007 Cuadro No. 17)

UTILIDAD BRUTA	174.927,92
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	26.239,19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	148.688,73
(-) IMPUESTO A LA RENTA	44.452,82
UTILIDAD NETA	104.235,91
(-) 10% RESERVA LEGAL	10.423,59
UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACCIONISTAS	93.812,32

Es importante aclarar que la Utilidad para propósitos fiscales se incrementó por la existencia de gastos no deducibles por concepto de intereses pagados al exterior (diferencial de tasa) por los préstamos, esto tuvo un efecto directo en la disminución de la Utilidad neta.

En estos poco más de tres años de Gestión, creemos que la Empresa ha alcanzado su consolidación conforme se estimó en el proyecto original, lo cual se refleja en su posición patrimonial, el Patrimonio representa el 12% del total de los Activos y la Compañía se proyecta a largo plazo con alta expectativa, frente a una época de cambios muy importantes para el País, en el futuro próximo la Compañía debe estar preparada para hacer frente a estos retos para lo cual debe contar con un solvente patrimonio, por lo que me permito recomendar que los resultados netos a favor de los Accionistas sean reinvertidos en la Empresa de acuerdo a las normas pertinentes.

Esta recomendación ahorraría a la empresa USD\$9.381.23 al reducirse la tasa impositiva del 25% (donde deberíamos pagar de Impuesto a la Renta USD\$53.834.05) al 15%.

Del software

Conforme al Art. 1 de la resolución N. 04.QIJ 001, la Gerencia General certifica:

- Que nuestro software cumple con todos los requisitos con relación a la propiedad intelectual.

Anexos

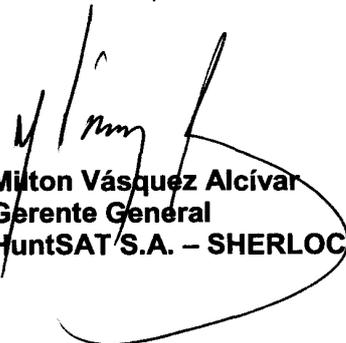


Se adjuntan los informes de gestión nacional de los departamentos de Finanzas, Administración, Ventas, Operaciones, Inteligencia, Tecnología y programación.

Es importante destacar que he podido desarrollar las actividades inherentes al negocio para lograr el posicionamiento actual en el mercado de Dispositivos de Seguridad Vehicular, en estos tres últimos años consecutivos en los cuales me he desempeñado como Gerente General de la Empresa de HuntSAT S.A; gracias al concurso de los ejecutivos del STAFF a quienes deseo expresar mi especial reconocimiento y agradecimiento, extendiéndolo a sus colaboradores; sin los cuales, no hubiera sido posible consolidar un modelo de gestión ajustado a las necesidades de la Empresa y alcanzar las cifras presentadas en este informe y sus respaldos.

Finalmente, deseo agradecer a los Accionistas por la confianza depositada en mi gestión ejecutiva durante estos 3 años y al mismo tiempo, pongo a consideración de la Junta de Accionistas este Informe de Gerencia y de ser necesario estoy listo para ampliar cualquier aspecto que consideren pertinente a través de sus preguntas y luego proceder con la aprobación este documento; correspondiente al ejercicio económico 2007.

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Milton", is written over the typed name and title. The signature is fluid and cursive, with a large loop at the end.

Milton Vásquez Alcívar
Gerente General
HuntSAT S.A. – SHERLOC Technology Solutions