

INFORME DEL GERENTE GENERAL DE ASIACAR S. A. AL DIRECTORIO SOBRE EL EJERCICIO ECONOMICO DEL AÑO 2007

De acuerdo a lo establecido en el Literal h) del Artículo Trigésimo Cuarto de los Estatutos de la Compañía, presento a consideración del Directorio, el informe anual que se relaciona con los negocios sociales, incluyendo el balance general y estados de pérdidas y ganancias y otros documentos pertinentes, correspondientes al ejercicio económico del año 2007.

I ENTORNO

En el 2007, el ámbito político y económico del país se desarrolló alrededor de las primeras acciones del recientemente posesionado presidente Rafael Correa, firme defensor del llamado “socialismo del siglo 21”, tendencia claramente opuesta al neoliberalismo que había dominado al país durante los últimos gobiernos.

En el 2007 la economía del país creció en 2,67%, muy por debajo del estimado en el presupuesto general del estado que fue del 4%. Los sectores que presentaron mayor crecimiento fueron: pesca (5,5%), intermediación financiera (4,88%), hotelería y restaurantes (4,6%), comercio (4,43%) y enseñanza (4,24%). El crecimiento económico del país fue uno de los mas bajos de Latinoamérica, al igual que la inversión extranjera. La inestabilidad política y jurídica hicieron del Ecuador un país no confiable para la inversión extranjera, durante el año 2007.

La inflación acumulada a Dic'07 fue de 3,32%, muy superior a la que el Banco Central estimó para el 2007 (2,0%). La canasta básica se ubicó a fin de año en \$472,74 mientras que el salario real se ubicó en \$ 109,60, según boletín del Banco Central del Ecuador.

El Producto Interno Bruto (PIB) sobrepasó los 48,000 millones de dólares. El precio internacional del petróleo llegó a niveles nunca alcanzados de \$96 por barril y los ingresos por este rubro ayudaron significativamente a mantener la estabilidad económica, conjuntamente con el gran volumen de remesas de inmigrantes que se mantuvo alta en el año 2007.

El Servicio de Rentas Internas reportó una recaudación tributaria de US\$ 5,224 millones, el mayor porcentaje de lo recaudado fue por el Impuesto al valor agregado (IVA) el mismo que sigue siendo el que mas aporta a los ingresos del Estado.

La tasa de interés pasiva referencial fue de 5,61%, mientras que la tasa activa referencial fue del 10,82% a Diciembre 2007. El Gobierno promulgó la Ley de Control de Entidades Financieras, para intentar regular las tasas de interés, los costos y cargos por manejo de los bancos e instituciones financieras. Hacia fines de año, la tasa activa promedio real se ubicó en 14%.

El gobierno del presidente Correa anunció su desacuerdo con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos. Sin embargo, se obtuvo una prórroga del ATPDEA previo a una definición final.

En el sector social, el desempleo según el INEC llegó al 6.10% y el subempleo al 50.20% a Diciembre 2007.

II METAS Y OBJETIVOS

La industria automotriz total TIV (Total Industry Vehicle) para el 2007 se estimó a inicios de año, en 85,000 unidades. Hyundai planificó alcanzar ventas por 13,000 unidades (15% de participación de mercado SOM). Los resultados definitivos reportados por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) fueron de 91,543 unidades vendidas. Hyundai colocó 9,951 vehículos, con el 10,87% de participación de mercado.

Asiacar planificó vender a nivel nacional, 706 unidades, con el 7,4% de margen bruto (según Forecast 4+8). Por ser al primer año de operaciones, con fuertes inversiones y gastos para poner en funcionamiento a cuatro agencias a nivel nacional, se estimó una pérdida neta de \$456K, en el 2007.

III GESTIONES ADMINISTRATIVAS

Durante el año 2007, una de las tareas principales consistió en la construcción y puesta a punto de las agencias de Asiacar a nivel nacional, ubicadas dos en Quito y dos en Guayaquil. De las 4 agencias, dos fueron construidas prácticamente en su totalidad (Quito El Recreo y Guayaquil Ave. Francisco de Orellana), y dos agencias requirieron adecuaciones de menor grado, nueva pintura y rotulación (Quito La Y y Guayaquil Ave. Carlos Julio Arrosemena). La inversión total fue de aprox. \$1,400K (infraestructura, equipos y mobiliario). Puesto que todos los locales de Asiacar son arrendados, las inversiones correspondientes se amortizan en un plazo de 10 años, igual al periodo de duración de los contratos de arrendamiento (El Recreo y Orellana).

El cronograma inicial de obras no se cumplió, debido a la falta de recursos en el tiempo oportuno. Sin embargo, los recursos fueron finalmente facilitados a través del aumento de capital social autorizado por la Junta de Accionistas en marzo 2007, y a través de créditos concedidos por la banca o por otras instituciones / personas, con el apoyo de la Presidencia de Asiacar y de su principal accionista, Recordmotor. Las Agencias fueron abiertas al público, al menos en el área de venta de vehículos, en los meses de Febrero (La Y), Abril (El Recreo), Agosto (Carlos Julio) y Octubre (Orellana).

Dando fiel cumplimiento a lo resuelto por la Junta Universal de Accionistas celebrada el 30 de Marzo de 2007, se realizaron los trámites legales para el aumento del capital social de la Compañía, habiéndose finalizado con la emisión de los títulos accionarios correspondientes, mismos que se encuentran entregados a los señores Accionistas.

La relación con el representante de la marca, Negocios Automotrices Neohyundai SA, se ha llevado en los mejores términos, cumpliendo sus disposiciones y regulaciones sobre el manejo de imagen, manejo comercial y publicitario, equipamiento y entrenamiento en todas las áreas. En el año 2007 se firmaron tres convenios de concesión para los territorios de venta ubicados en La Y, El Recreo, y Carlos Julio, de acuerdo a la política de Neohyundai. El cuarto convenio se ha firmado a inicios del año 2008, con lo cual la relación contractual se ha formalizado adecuadamente. El cumplimiento de las regulaciones establecidas por Neohyundai por parte de Asiacar, le ha permitido a la Compañía obtener varios reconocimientos; entre ellos, el nombramiento a Asiacar La Y como "Concesionario Hyundai Elite" en relación al DEP (Dealer Enhancement Program), el primer lugar a nivel nacional en el HGSI (Hyundai Global Satisfaction Index) a Asiacar El Recreo, y el segundo lugar a nivel nacional en ventas de Repuestos en relación a toda la red de concesionarios.

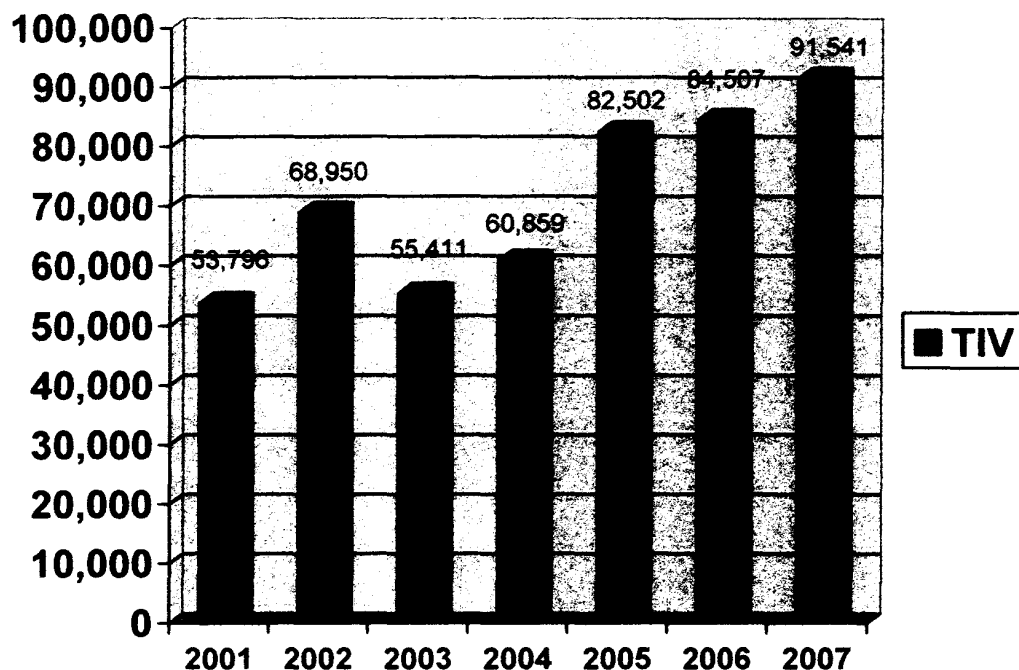
El año 2007 se caracterizó en el aspecto administrativo interno, por la necesidad de consolidar las operaciones de gestión y control en las áreas de sistemas informáticos y contables, respectivamente. Sin embargo, todavía no se han conseguido resolver algunos problemas en las dos áreas, y principalmente en el sistema informático. Todo esto ha llevado a la Gerencia a proponer una solución alternativa con carácter urgente, a través de la adquisición de un nuevo software informático que sea probado en el mercado y en el mismo sector de negocios, y que brinde las garantías necesarias de solvencia técnica y confiabilidad. El actual sistema informático es errático y requiere continuos ajustes y correcciones.

La Compañía cuenta con 61 personas: 39 laboran en Quito y 22 en Guayaquil, a Diciembre 2007.

Los activos Fijos de la Empresa se encuentran debidamente protegidos y asegurados (el plan completo de seguros de la Compañía se contrató con Seguros Unidos SA.) y las instalaciones se mantienen en óptimas condiciones para ofrecer la mejor atención y comodidad a los clientes.

IV ACTIVIDADES COMERCIALES

El año 2007 para el sector automotriz fue positivo, el mercado presentó un crecimiento en la oferta de 8.3% con respecto al año 2006.



El volumen de ventas al detal, por segmento de mercado, entre los años 2006 y 2007 fueron:

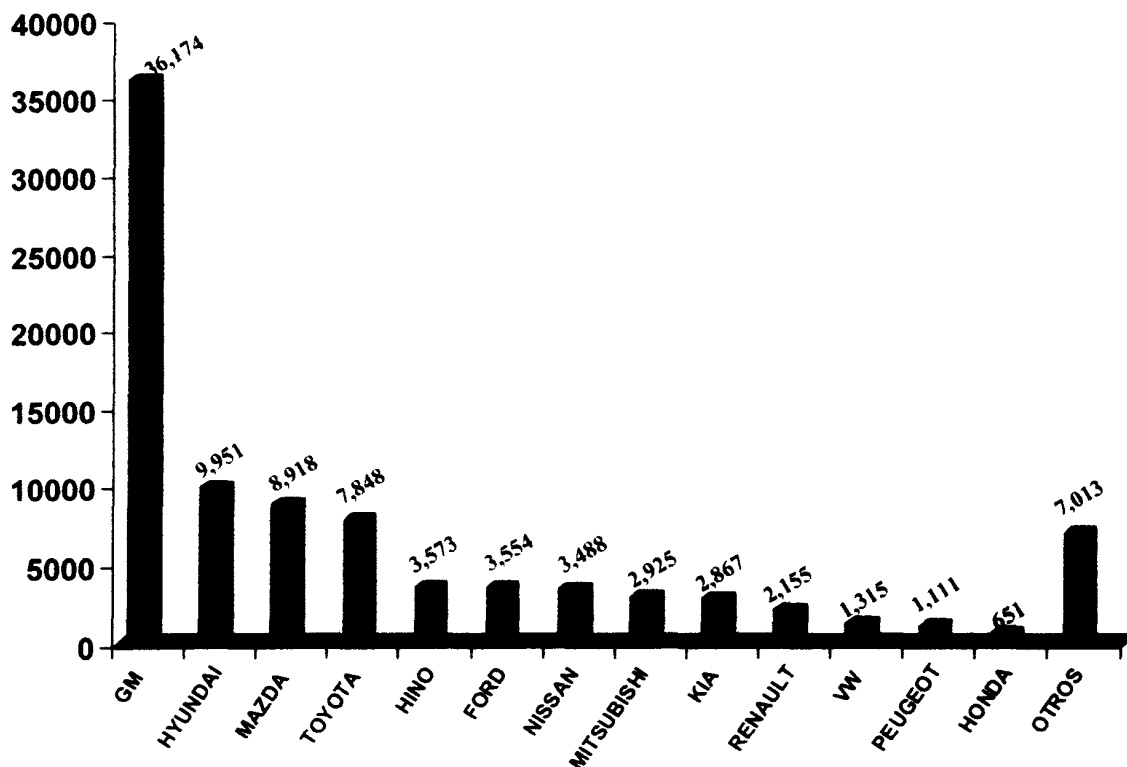
Segmento	Ventas 2006	%	Ventas 2007	%
Automóviles	42.710	50.6%	40.228	43.9%
Camionetas	18.940	22.4%	21.309	23.3%
Sport Utility Vehicles SUV	15.376	18.2%	20.206	22.1%
Vans	1.555	1.8%	1.956	2.1%
Camiones y Buses	5.926	7.0%	7.844	8.6%
Total	84.507	100.0%	91.543	100.0%

Se observa la reducción en volumen y participación del segmento de automóviles entre los dos años, mientras todos los otros segmentos crecen. Cabe señalar que los SUV's son los vehículos de mayor crecimiento en ventas en la industria en el 2007. Sin embargo, para el año 2008 se estima que este segmento puede afectarse por los incrementos de precios de venta

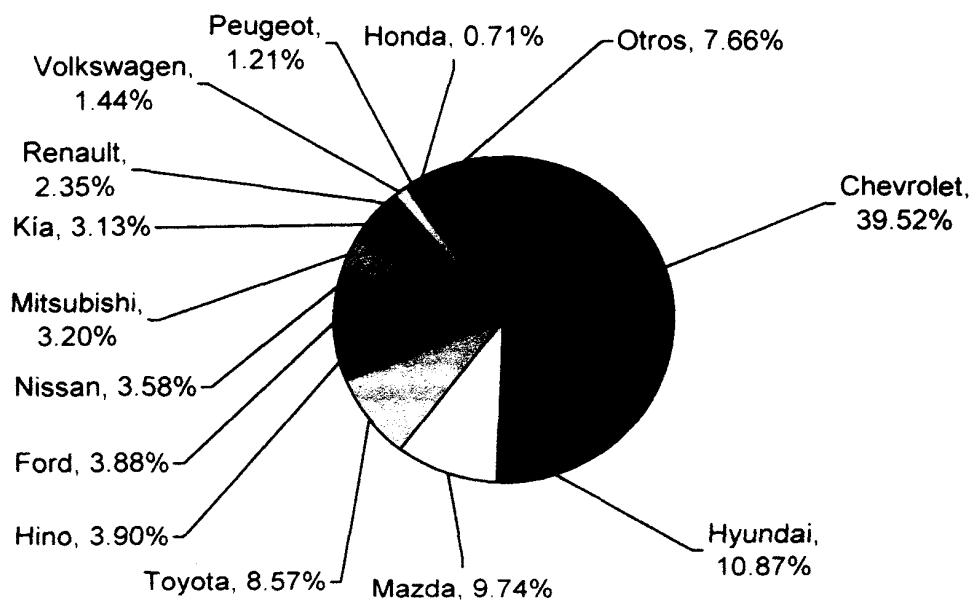
al público, debido al incremento en el impuesto a los consumos especiales, que impacta mayoritariamente a los SUV's de gama alta.

VENTAS TOTALES DE LA INDUSTRIA 2007

Las cinco marcas con mayor penetración durante el 2007 fueron en el siguiente orden: Chevrolet.

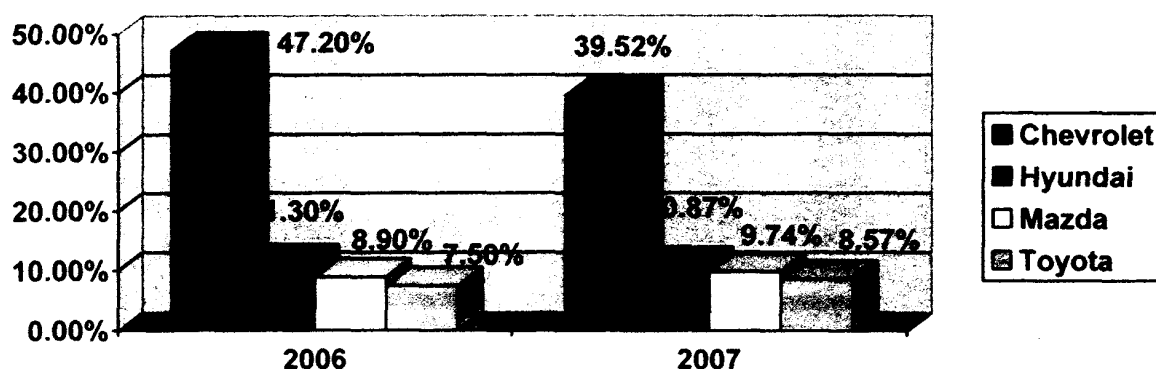


Hyundai, Mazda, Toyota e Hino.. Es importante mencionar que en el 2007, la marca Ford cedió el quinto lugar a Hino. La participación de mercado (SOM) de las marcas fue:



El gráfico siguiente indica la evolución de las principales marcas en relación a la participación de mercado:

Participación de mercado 2006-2007



V VENTAS DE ASIACAR S.A.

VEHÍCULOS.-

En el año 2007 la Compañía facturó 554 vehículos Hyundai, (incluido intercambios con otros concesionarios).

En el ejercicio se presentó el siguiente movimiento:

MODELO	STOCK INICIAL 2007	COMPRAS	VENTAS	STOCK FINAL 2007
ATOS	0	44	42	2
GETZ	0	91	67	24
MATRIX	0	47	47	0
ACCENT	0	77	65	12
ELANTRA	0	11	6	5
TUCSON	0	249	210	39
SANTA FE	0	95	76	19
TERRACAN	0	7	7	0
VERACRUZ	0	11	7	4
STAREX	0	35	23	12
PORTER	0	3	3	0
HD78	0	1	1	0
TOTAL	0	671	554	117

El TUCSON es el modelo con más participación en el total de ventas, con 210 unidades (37.9% del total). A continuación se ubica el SANTA FE con 76 unidades (13.7%), en tercer lugar el GETZ con 67 unidades (12.1%) y en cuarto lugar el ACCENT con 65 unidades (11.7%). Cabe anotar que entre dos modelos (Tucson y Santa Fé), se tiene el 51.6% de las ventas de Asiacar, en el 2007.

En el 2007, en el mes de mayo, la marca discontinuó el modelo Matrix, que proveía de una base interesante de volumen al concesionario, en el segmento de automóviles de tamaño familiar tipo

minivan. En el segmento de automóviles medianos, el lanzamiento del Elantra no fue exitoso. Este modelo tuvo un error estratégico en el posicionamiento frente a otras marcas e incluso frente a otros modelos de la misma marca Hyundai. En el 2008, Neohyundai ha debido realizar un reposicionamiento del modelo, con una fuerte disminución en el PVP, para que el vehículo pueda venderse.

Cuando se consideran las ventas de Asiacar por segmento de vehículo, se observa que el 41% corresponden a automóviles, el 54.2% corresponden a SUV, el 4.2% corresponde a Vans, y finalmente el 0.6% corresponde a vehículos comerciales (livianos y pesados). Asiacar sólo mantiene la concesión de Neohyundai para vehículos de pasajeros (automóviles, SUV, y Vans), y para comerciales livianos (Camiones Porter). La venta de un vehículo comercial pesado HD78 fue una venta excepcional.

La venta por ciudades fue la siguiente:

Agencia	Unidades vendidas	% participación
Quito La Y	358	64.6%
Quito El Recreo	124	22.4%
Guayaquil Carlos Julio	42	7.6%
Guayaquil Orellana	30	5.4%
Total	554	100%

Cabe recalcar que las Agencias iniciaron atención al público de la siguiente manera: Quito La Y en Febrero, Quito El Recreo en Abril, Guayaquil Carlos Julio en Agosto y Guayaquil Orellana en Octubre 2007.

Vehículos Hyundai.

El mercado total de Hyundai evolucionó de la siguiente manera entre los años 2006 y 2007:

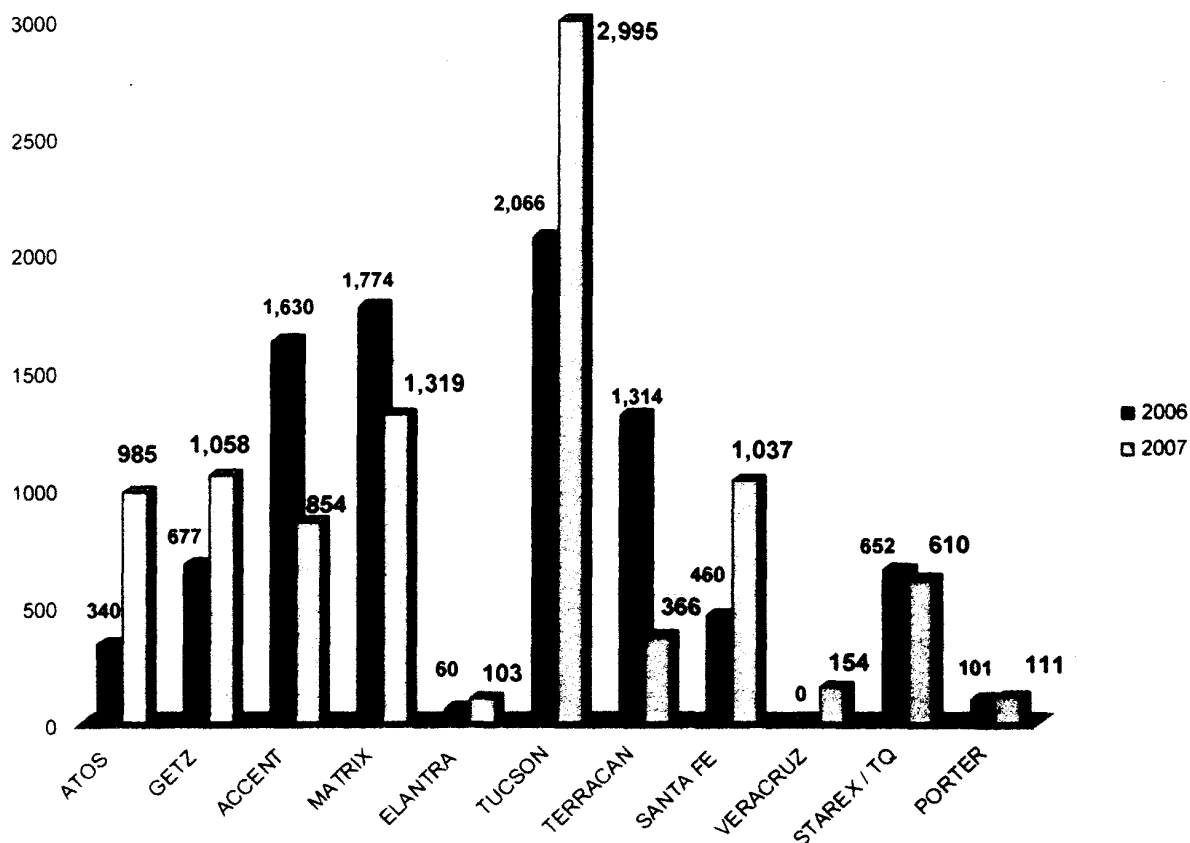
Mercado	Ventas 2006	SOM (%)	Ventas 2007	SOM (%)
Hyundai	9.514	11.26%	9.951	10.87%
TIV	84,507	100.00%	91.543	100.00%

Se observa que en el 2007 las ventas de Hyundai en volumen se incrementan en 437 unidades (+4.59%), sin embargo la participación de mercado (SOM) se reduce en 3.46%, con respecto al año 2006. La industria automotriz total (TIV) creció en 8.33% entre los dos años. Cabe indicar que el objetivo de ventas de Hyundai para el año 2007 fue de 13.000 unidades/año. Por consiguiente, el cumplimiento del objetivo de la Marca fue del 76.6%. En el resultado incidieron los siguientes factores:

- Precios no competitivos
- Eliminación de modelos con alto volumen (Matrix)
- Reducida competitividad de ciertos modelos ya existentes (Accent, Elantra)
- Agresiva actividad de mercadeo y publicidad de otras marcas

Las ventas por modelos de la marca fueron las siguientes:

VENTAS HYUNDAI POR MODELOS PRINCIPALES



El volumen de ventas de Tucson sigue siendo el de mayor aporte a la marca, con el 21.7% en el 2006, y 30.1% en el 2007. En segundo lugar se ubicó el modelo Matrix, con 18.65% en el 2006, y 13.25% en el 2007.

Las ventas de Terracan sufrieron una fuerte caída, y pasaron de 1,314 unidades en el 2006 (13.81%) a apenas 366 unidades en el 2007 (3.68%). Terracán será reemplazado por un diseño totalmente nuevo en fábrica, en el año 2010.

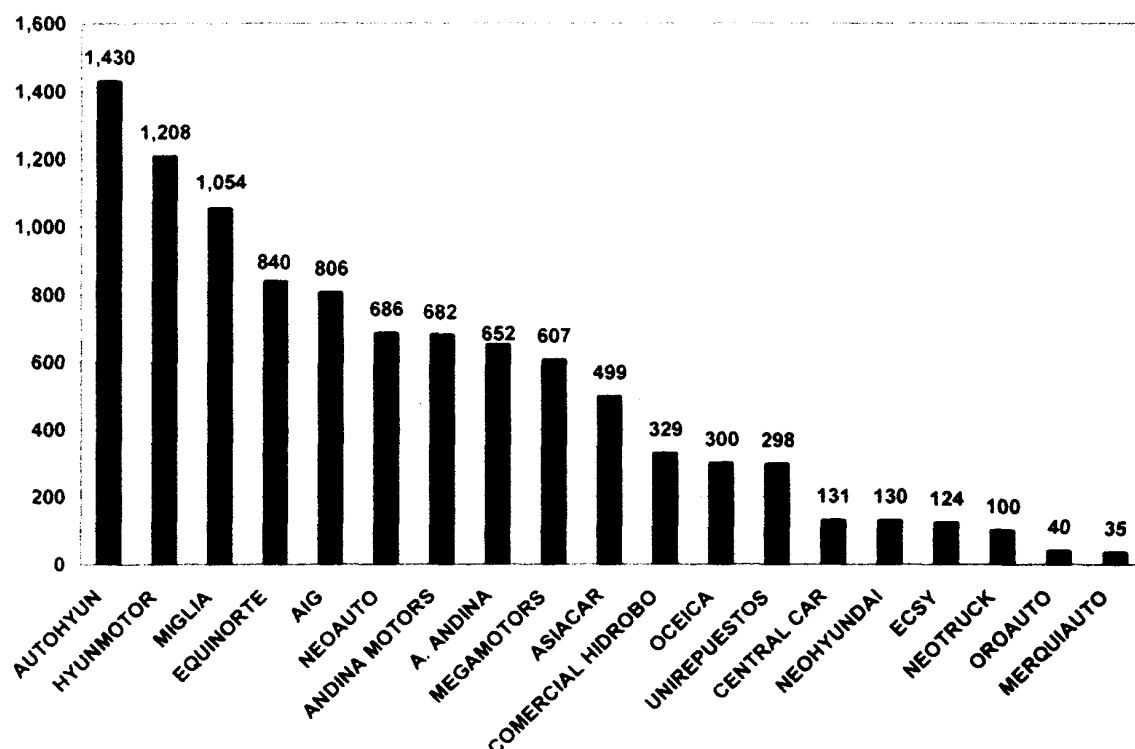
Los vehículos de gama baja, Atos y Getz, tuvieron crecimientos en ventas importantes en el 2007, mientras que el Accent redujo su participación del 17.13% en el 2006, al 8.58% en el 2007. Este resultado se debió al incremento del PVP (de US\$ 13,900 a US\$ 16,900) que afectó el volumen de ventas.

Los vehículos SUV de gama alta, Santa Fé y Veracruz (lanzado en el mes de Octubre 2007) tuvieron un desempeño importante en ventas para la marca.

Finalmente, los vehículos comerciales Starex (y la nueva versión Starex TQ lanzada en Diciembre '07) y Porter, mantuvieron similares volúmenes de ventas entre los años 2006 y 2007.

Cabe señalar que los incrementos en los PVP de los vehículos de gama alta, afectados por el incremento en el impuesto a los consumos especiales contemplados en la nueva Ley de Equidad Tributaria vigente desde el 01/01/2008, pueden producir la salida del mercado de

varios modelos, entre ellos el Santa Fé full equipo y Veracruz. Neohyundai importará sólo las variantes menos costosas de Tucson y Santa Fé, para evitar la escalada de precios. El volumen de ventas Hyundai en el 2007, por concesionarios, a nivel nacional, incluyendo vehículos de pasajeros, SUV, Vans, Camiones y Buses, se indica en el siguiente gráfico:



ASIACAR, en su primer año de operaciones, se ubicó en décimo lugar en volumen de ventas, a nivel nacional, de los concesionarios Hyundai en el 2007. (No se incluyen ventas de 55 unidades a Concesionarios).

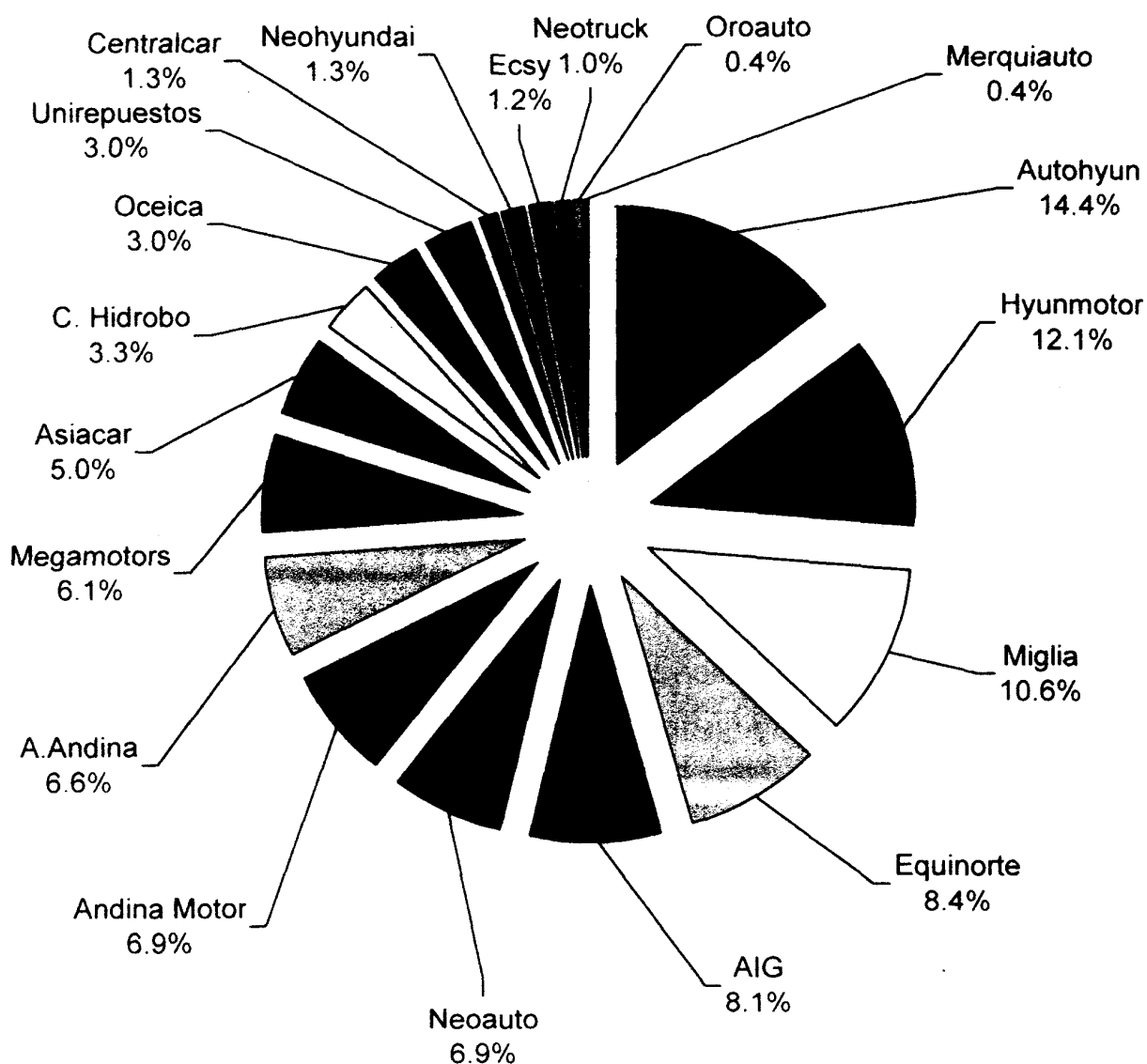
Existen en total 19 Concesionarios Hyundai en el país, con 41 puntos de venta ó agencias. En el 2008, Neohyundai ha programado establecer dos nuevas agencias en Quito, para llegar a 43 en total.

En términos cualitativos, Asiacar obtuvo algunos reconocimientos de parte de Neohyundai, durante el año 2007, según se explica a continuación:

- Asiacar La Y, nombrado Concesionario Elite (junto a otras tres agencias), por alcanzar el puntaje requerido dentro del programa DEP (Dealer Enhancement Program) relacionado a cumplimiento de políticas y procedimientos en ventas, talleres y repuestos, e imagen corporativa (showroom, instalaciones físicas, equipamiento, entrenamiento, etc..)

- Asiacar El Recreo, reconocido como primer concesionario a nivel nacional, dentro del programa de medición de satisfacción de clientes, según el Hyundai Global Satisfaction Index (HGSÍ).
- Asiacar La Y, ubicado en cuarto puesto en ventas entre los concesionarios/agencias de la ciudad de Quito, en el año 2007, por delante de otros concesionarios / agencias que tienen varios años en el mercado.

PARTICIPACION POR CONCESIONARIO 2007



VENTA DE SERVICIOS

En el año 2007 se presentaron las siguientes transacciones en ASIACAR.

Ordenes de trabajo procesadas por servicios:

HYUNDAI	O/T abiertas	O/T facturadas	Prom. Unidades/día facturadas
Quito La Y	1.116	750	3
Quito El Recreo	615	387	2
Guayaquil Carlos Julio	70	56	1
Guayaquil Orellana	30	24	1
Asiacar Total	1.913	1.217	

Se observa que el 36% de las O/T abiertas corresponden a chequeos de garantía o a trabajos de promoción de ventas, que no se facturan.

Los Talleres de Servicio en cada Agencia fueron abiertos al público de la siguiente manera: La Y en Feb'07, El Recreo en Abr'07, Carlos Julio en Oct'07, y Orellana en Dic'07.

VENTA DE REPUESTOS

La facturación de repuestos fue de US\$ 547.371, con una utilidad bruta sobre ventas de US\$ 149.486 (27.31% de margen bruto). Del monto total de facturación, el 78% se realizó a través del mostrador (venta directa a clientes, aseguradoras, almacenes, otros concesionarios, etc..) y el 22% se realizó a través de los Talleres de Servicio.

La rotación anual (relación entre el costo de venta acumulado año, y el promedio de inventario mensual), fue de 3.48.

Los resultados durante el año 2007, en la gestión comercial de repuestos, ubicaron a Asiacar en el segundo lugar a nivel nacional, entre todos los concesionarios de la red Hyundai.

VI ANALISIS DE LA SITUACION FINANCIERA

Las cifras del Balance General del año 2007, versus año 2006, son las siguientes:

	2007	2006
ACTIVO		
Corriente	6.282.990	594.047
Fijo	1.479.751	374.771
Otros Activos L/P	16.562	0
TOTAL ACTIVO:	7.779.304	968.818
PASIVO		
Corriente	6.263.573	17.174
Largo Plazo	60	0
Total Pasivo	6.263.633	17.174
PATRIMONIO		
Capital	2.000.000	1.000.000
Pérdidas acumuladas al 2006	-48.356	-48.356
Pérdida del ejercicio 2007	-435.973	
TOTAL PATRIMONIO	1.515.671	951.644
TOT. PASIVO Y PATRI.	7.779.304	968.818
Cuentas de Orden Acreedoras	1.500.000	0

No se realizan mayores análisis comparativos entre los años 2007 y 2006 en virtud de que la Compañía inició operaciones en el año 2007.

ANALISIS DEL BALANCE GENERAL:

ACTIVO

La situación financiera de la Compañía en el ejercicio fiscal 2007, reflejada en el Balance General con corte al 31 de Diciembre, se resume de la siguiente manera:

Activo corriente:

La cuenta de Efectivo compuesta por Caja y Bancos es de US\$ 665.157, fondos requeridos para atender semanalmente los pagos a Neohyundai (principalmente) por facturas de vehículos y repuestos.

La cartera corriente de vehículos y de taller se ubica en US\$ 2.058.141

La cartera de vehículos al 31/12/2007, US\$ 1.920.779, tiene la siguiente composición: US\$ 621.809 (32.4%) se encuentra vencida y US\$ 1.298.971 (67.6%) se encuentra por vencer. La cartera por vencer, tiene la siguiente composición:

Días Plazo	2007	% sobre Cartera por Vencer
01 - 90 días	1.159.707	89.28%
91 - 180 días	40.876	3.15%
181 - +	98.388	7.57%
Total Cartera por Vencer	1.298.971	100.00%

La cartera vencida de clientes de vehículos (US\$ 621.809) muestra la siguiente composición:

	2007	% sobre la cartera total
01 - 30 días	462.341	74.4%
31 - 60 días	86.617	13.9%
61 - 360 días	72.851	11.7%

En el 2007, Asiacar no estableció una provisión para cuentas incobrables ya que el riesgo de incobrabilidad es prácticamente nulo a esa fecha.

La cuenta de inventario en stock de vehículos y repuestos fue de US\$ 2.584.789. En este ejercicio no se procedió a dar de baja inventarios de repuestos obsoletos por no existir obsolescencia a esa fecha.

La composición del inventario en mano se muestra a continuación:

	US\$
VEHICULOS HYUNDAI	2.266.044
REPUESTOS HYUNDAI	318.745
TOTAL	2.584.789

Los Activos Fijos netos son de US\$ 1.479.751 por la amortización aplicada a los locales arrendados y depreciación aplicada a equipos. Las 4 agencias de Asiacar operan sobre facilidades arrendadas.

El siguiente cuadro muestra la composición del activo fijo de la Compañía:

	31/12/2007
EDIFICIOS Y TERRENOS	0
MEJORA LOCALES ARRENDADOS	1.197.440
MAQUINARIA Y EQUIPO	130.016
MUEBLES Y ENSERES Y EQUIPOS DE OFICINA	71.301
EQUIPOS COMPUT.	37.861
VEHÍCULOS	146.477
TOTAL COSTO	1.583.095
MENOS: DEPREC. ACUMULADA	103.344
ACTIVO FIJO NETO	1.479.751

PASIVO

Pasivo Corriente:

La cuenta de préstamos y otras obligaciones está conformada básicamente por US\$ 1.000.000 de crédito otorgado a Asiacar por Financiera Unión del Sur; US\$ 300.000 prestados por el Dr. Henry Eljuri a título personal (a nombre de EMPRONORTE para instrumentar el aumento de capital, razón por la que de igual forma, se ha registrado en el activo una cuenta por cobrar a Empronorte); US\$ 100.000 prestados por la Sra. Silvia Guerrero Muriel, y US\$ 896.830 prestados por la Sra. Olga Antón de Eljuri, al 31/12/2007.

En cuentas por pagar, US\$ 3.966.743, el 93.4% constituyen cuentas por pagar a proveedores nacionales (Neohyundai) por la compra de inventarios de vehículos y repuestos. Estas cuentas se vienen pagando cumplidamente.

Pasivo de Largo Plazo:

En el pasivo de largo plazo sólo se indican US\$ 60 de intereses percibidos y no ganados. No se ha realizado en el ejercicio 2007, ninguna reserva para jubilación patronal por ser ese el primer año de operaciones de la Compañía, y para no incrementar el monto de pérdidas del ejercicio. Para el ejercicio fiscal del 2008, el Directorio deberá discutir si se realiza la provisión respectiva, de acuerdo a la Ley.

Cuentas de Orden Acreedoras:

Se han contabilizado al 31/12/2007, US\$ 1.500.000 correspondientes a avales otorgados por banco Produbanco a favor de Neohyundai, para garantizar el pago de facturas de vehículos. Este contingente fue respaldado por una contra-garantía real (hipotecaria) otorgada por Recordmotor al banco. Los pagarés respectivos fueron suscritos por Asiacar y Recordmotor, como deudor y co-deudor respectivamente. Sin embargo, el monto de los avales (tres) por un total de US\$ 1.500.000 es insuficiente para garantizar los pedidos de vehículos y el pago de facturas correspondiente, debido a que el "floor plan" de Neohyundai es de 60 días plazo para pago, sin intereses. Consecuentemente, se requiere de un monto en avales de US\$ 3.000.000 al menos, monto que Asiacar debe alcanzar lo antes posible. A la presente fecha, Asiacar recibe algunos vehículos de sus pedidos de Neohyundai, sin cobertura de avales, gracias a la confianza de Neohyundai en el cumplimiento de obligaciones por parte de Asiacar. Sin embargo, esta situación no es sostenible en el corto plazo.

PATRIMONIO

El patrimonio al 31 de Diciembre del año 2007 tiene un saldo de US\$ 1.515.671 con una reducción neta de US\$ 435.973 (-22.3%) con relación al año 2006. Es decir, la pérdida neta en el ejercicio 2007 fue de US\$ 435,973, contra un estimado de inicio de año de US\$ - 456.015.

El capital social se mantiene en US\$ 2.000.000. Por Reserva Legal y de Capital no se registran valores.

ESTADO DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos en el ejercicio del año 2007 son:

VENTAS	US\$	% / VENTAS
Ventas Netas	10.886.412	100.00%
Costo de Ventas	10.115.368	92.92%
Utilidad Bruta	771.044	7.08%
Gastos Generales	1.125.239	10.34%
Utilidad Operacional	-354.195	-3.25%
Otros Ingresos/Egresos	53.426	0.49%
Gastos Financieros	-135.204	-1.24%
Utilidad / Pérdida antes de Participación e Impuestos	-435.973	-4.00%
Participación Empleados	0	0
Impuesto a la Renta	0	0
Utilidad / Pérdida Neta	-435.973	-4.00%

VENTAS POR AREA	US\$	% / VENTAS
Vehículos Hyundai	10.256.774	94.22%
Repuestos	547.371	5.03%
Servicios	33.678	0.31%
Mano de Obra	48.589	0.45%
TOTAL VENTAS	10.886.412	100.00%

Cabe mencionar que el margen de utilidad bruta sobre ventas en vehículos fue de 6.6% (versus 7.4% estimado en el Forecast de inicios de año). El margen se deterioró por las continuas campañas promocionales establecidas por la marca a las cuales debe adherirse obligatoriamente el concesionario, y a la permanente actividad competitiva interna (otros concesionarios de la misma marca) que utilizan el descuento directo o indirecto, como principal herramienta de ventas.

En repuestos, el margen de utilidad bruta sobre ventas fue de 27.31%. Se debe considerar que Asiacar adquiere los repuestos localmente de Neohyundai (80% de las compras) y de otros proveedores (20% de las compras). Neohyundai entrega los repuestos/accesorios a los Concesionarios para que éstos obtengan un margen sobre ventas promedio del 35%. Asiacar no importa repuestos o accesorios.

En servicios de terceros el margen de utilidad bruta sobre ventas fue de -4.49% y en mano de obra, el margen fue de -111.32%. El resultado negativo se debe a que el costo de ventas de esta operación incluye el costo laboral de la mano de obra correspondiente y a que todavía no se han alcanzado los

pasos por taller suficientes en todas las agencias, que permitan llegar a punto de equilibrio o generar rentabilidad propia. Se estima que esta circunstancia se revertirá hacia mediados del año 2008.

Gastos Operacionales:

Los Gastos operacionales que incluyen gastos generales y de personal en el área administrativa, de ventas, taller de servicio y repuestos, ascienden a US\$ 1.125.239. De este monto, el gasto en Publicidad y Marketing fue de US\$ 154.840 que equivale al 1.42% sobre las ventas totales. Igualmente, el gasto en Promoción de ventas fue de US\$ 52.040 equivalente al 0.48% sobre las ventas totales.

Otros Ingresos:

En Otros ingresos no operacionales se registran los intereses ganados por ventas a crédito, los rebates recibidos de Neohyundai por planes promocionales ofrecidos por la marca y reembolsos de garantías. Estos ingresos ascienden a US\$ 53.426.

Egresos Financieros:

Los egresos financieros fueron de US\$ 135.204 debidos a intereses pagados por préstamos / contingentes contratados.

Utilidad / Pérdida Antes de Participación a Empleados e Impuestos Fiscales:

La pérdida antes de la participación a trabajadores y pago de impuesto a la renta fue de US\$ 435.973 cuyo valor representa el 4.00% % de las ventas totales. La pérdida por acción fue de US\$ 2.18 (valor nominal de la acción es de US\$ 10.00; se han emitido 200.000 acciones nominativas).

Las pérdidas por agencia fueron: La Y Quito, US\$ 186.626 (42.81%), El Recreo Quito, US\$ 91.732 (21.04%), Carlos Julio Arosemena Guayaquil, US\$ 70.628 (16.20%), y Orellana Guayaquil, US\$ 86.987 (19.95%). La carga financiera la absorbe enteramente la agencia La Y.

En virtud de la pérdida en el ejercicio anual 2007, la Compañía no registra participación del 15% de los trabajadores, ni impuesto a la Renta.

La diferencia en IVA entre compras y ventas en Asiacar por el año 2007, asciende al monto de US\$ 491.860.46, y el valor de las retenciones efectuadas por nuestros clientes asciende a US\$ 44.358.31. En el 2008 se realizarán los trámites para recuperar estos valores con el auspicio de expertos tributarios externos.

INDICES

2007

Endeudamiento (total pasivo/total activo)

0.81

Estructural (patrimonio/activo total)

0.19

Liquidez (activo corriente/pasivo corriente) 1.00

Retorno sobre activos (resultado del ejercicio/activo total) -0.06

CONCLUSIONES

Los problemas políticos no afectaron al crecimiento del mercado automotriz. La venta de vehículos marcó un nuevo record con 91.541 unidades.

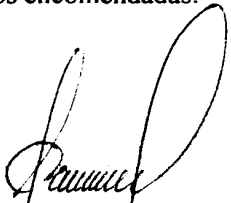
La marca Hyundai mantuvo el segundo lugar en el mercado automotriz, aunque con una reducción de su participación y sin alcanzar su objetivo inicial de ventas retail de 13.000 unidades/año. El cumplimiento de su objetivo fue del 76.6%.

En el primer año de operaciones, la Empresa vendió 554 vehículos (incluidas 55 facturas a otros concesionarios) y facturó aprox. 11 millones de dólares, sin IVA.

La pérdida del ejercicio 2007 fue de aprox. 435 mil dólares, resultado que se mantuvo dentro del presupuesto estimado para ser el primer año de operaciones, con fuertes inversiones y gastos en la construcción y adecuación de las 4 agencias de Asiacar a nivel nacional, y en circunstancias muy duras de la marca dentro del marco competitivo de la industria.

La Compañía recibió el apoyo y la confianza de los Señores Accionistas y de los Señores Directores para quienes se expresan los debidos agradecimientos.

Finalmente se reconoce y agradece a todos los ejecutivos y empleados de la Compañía por su esfuerzo y fiel cumplimiento de las funciones a ellos encomendadas.


Ing. Patricio Vásquez C.
GERENTE GENERAL
ASIACAR S.A.

