

**INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL
ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE AEKIA S.A. POR EL
PERÍODO DEL AÑO 2006**

Señores accionistas:

Cumpliendo con los estatutos y las regulaciones legales, pongo a consideración de la Junta el informe de actividades correspondiente al ejercicio económico que termina el 31 de Diciembre del 2006.

LA EMPRESA:

AEKIA S.A. es una sociedad anónima constituida como tal en Octubre del año 2000 con el objeto de, entre otros, dedicarse a la importación y distribución de toda clase de vehículos de transporte y sus repuestos. Acorde a la vigencia del ultimo Acuerdo de Distribución, AEKIA es el distribuidor exclusivo de la marca de origen Coreano Kia, fabricante de vehículos y repuestos de la misma marca, hasta el día 1ro de Septiembre del año 2007 para el territorio del Ecuador.

Acorde a la resolución de la Junta de fecha 27 de Marzo del 2006, se procedió a la capitalización de las utilidades y reservas disponibles elevándose el capital de USD 1'775,070 a USD 4'127,370. De igual manera y de acuerdo a la nueva ley de compañías que exige un mínimo de 2 accionistas en una compañía, se procedió con fecha Julio 24 del 2006, a ceder la cantidad de 2 acciones a Constructora San Jorge S.A., con lo cual a estructura de capital de la empresa es la siguiente:

ACCIONISTA	CAPITAL	NUMERO DE ACCIONES	PORCENTAJE
Empronorte Overseas Inc.	\$ 4.127.420,00	412.742	99,9995%
Inmobiliaria San Jorge	\$ 20,00	2	0,0005%
TOTAL	\$ 4.127.440,00	412.744	100%

ENTORNO.-

MACROECONOMICO:

El crecimiento económico del Ecuador en el año 2006 fue de 4,3%, siendo que el tamaño de la economía cerrara con un PIB de cerca de USD 41.000 millones. Este crecimiento económico, al igual que en el año 2005, fue halado por la disponibilidad de crédito, especialmente aquel de consumo. Entre los sectores de mejor desempeño dentro del crecimiento de la economía están el de la construcción y aquel de la industria manufacturera, especialmente debido al repunte del ensamblaje automotriz.

La previsión oficial par el año 2007 es un crecimiento de la economía de 3.5%, una inflación de 2,7% y unas tasas de interés activas inferiores al 10%, según fuentes oficiales.

SECTOR AUTOMOTOR

Durante el año 2006, el sector automotriz continuó con una tendencia de crecimiento alcanzando las ventas totales de la industria las 87,304 unidades frente a 80,954 en el 2005, lo cual corresponde a un crecimiento del 7.8% . Este crecimiento está soportado por una dolarización sostenible que ha garantizado el ingreso al consumidor, al igual que una disponibilidad de crédito del sistema financiero para la compra de automotores.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
AUTOMOBILES	17.777	23.908	23.834	26.479	35.797	39.162
BUSES	1.091	946	814	995	1.366	1.315
CAMIONES	3.973	4.670	3.439	3.080	5.879	7.042
PICK UPS	12.998	16.101	13.509	14.195	17.680	18.986
SPORT UTILITIES	12.569	12.714	8.576	9.985	12.676	15.549
TAXIS	1.622	3.308	1.021	466	2.874	1.158
VANS	1.087	2.282	2.392	2.029	1.657	757
MPV	1.005	2.223	1.863	2.005	3.025	3.335

La industria ha seguido dominada por General Motors teniendo como sus más cercanos perseguidores a Hyundai, Toyota y Mazda, de acuerdo a las participaciones que se muestran en el siguiente gráfico:

CHEVROLET	39.855	47,16%
HYUNDAI	9.514	11,26%
MAZDA	7.503	8,88%
TOYOTA	6.328	7,49%
FORD	3.494	4,13%
KIA	3.029	3,58%
NISSAN	3.008	3,56%
RENAULT	2.029	2,40%
VOLKSWAGEN	1.840	2,18%

La participación de Kia se ubico en 3,58% del mercado retrocediendo posiciones con relación a Ford y teniendo muy de cerca de Nissan.

EL NEGOCIO:

Vehículos:

Las ventas al detal de Kia fueron de 3,029 unidades, representando una participación del mercado de 3.58% frente a uno de 4.29% durante el 2005. Este descenso en market share tiene básicamente dos causantes principales:

1. El bajo abastecimiento de producto durante el primer semestre del año.
2. El cambio de estrategia de KMC para el segundo semestre al pretender posicionar a los productos de la marca como Premium, con un importante incremento en precios al igual que la obligación de elevar el nivel de equipamiento de las diferentes versiones en todos los modelos, encareciendo por consiguiente el precio de venta de los mismos.
3. La falta de provisión de producto de volumen en las versiones adecuadas como es el caso de Sportage y Rio.

Las ventas wholesale al canal de distribución para el año fueron de 3,252 unidades, representando un ingreso neto aproximado de USD 54.11 millones de dólares a un precio de venta promedio al canal de USD 16,647 por unidad.

El cuadro presentado a continuación muestra los volúmenes de ventas por modelo y su comparativo con el año 2005.

MODELO	VENTAS 2005		VENTAS 2006	
	QTY	%	QTY	%
PICANTO	461	13,37%	602	19,87%
RIO	934	27,08%	730	24,10%
SPECTRA	1	0,03%		0,00%
CERATO 1.6	179	5,19%	144	4,75%
CERATO 5	125	3,62%	63	2,08%
CERATO 2.0	22	0,64%	2	0,07%
MAGENTIS			20	0,66%
OPTIMA			1	0,03%
OPIRUS	14	0,41%	11	0,36%
CARENS	327	9,48%	388	12,81%
CARNIVAL	18	0,52%	147	4,85%
PREGIO	102	2,96%		0,00%
PREGIO GRAND	631	18,30%		0,00%
K2700	154	4,47%	157	5,18%
K3000	1	0,03%		0,00%
SPORTAGE 2.0	165	4,78%	339	11,19%
SPORTAGE 2.7	127	3,68%	103	3,40%
SORENTO	188	5,45%	322	10,63%
TOTAL	3.449	100%	3.029	100%

Es interesante notar aquí el incremento dentro del mix de producto, porcentualmente hablando, de modelos de la alta gama como Carnival, Sportage y Sorento. Esto pese a que al nivel de despachos frente a los pedidos

fue sumamente pobre, lo cual no nos permitió generar mayores ventas. Caso contrario ocurre con vehículos de gama baja, especialmente Rio, lo que se da principalmente por el bajo nivel de despachos frente a pedidos.

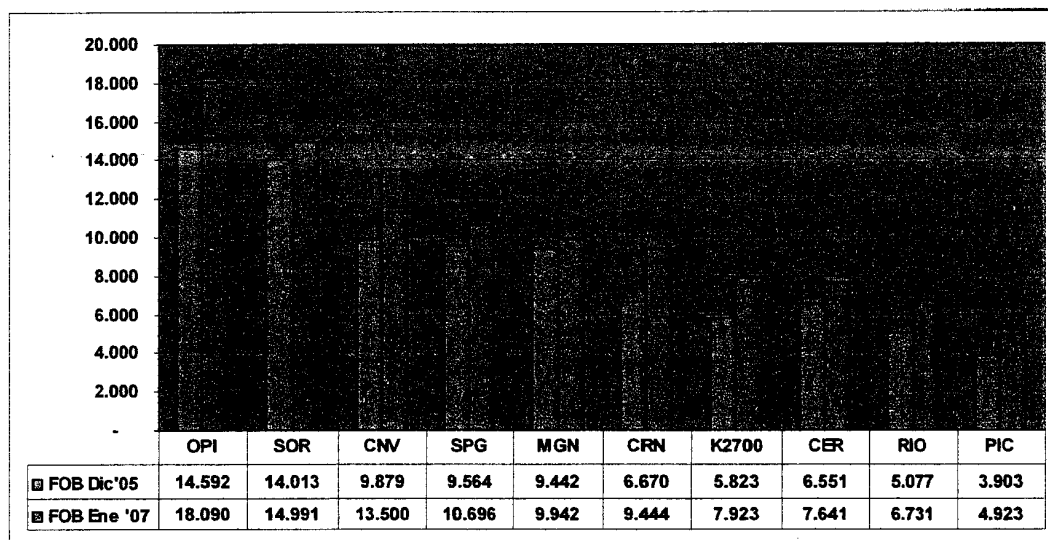
Precios:

Uno de los factores más influyentes en la baja de ventas de la marca durante el año 2006 fue el aumento de precios que se experimentó, justificado por parte de KMC por las pérdidas que venía generando la operación internacional y el cambio de posicionamiento que se le quiere dar a la marca hacia un segmento **"premium"**, cambiando drásticamente de aquel posicionamiento anterior de **"valor por su dinero"**.

Adicional al aumento de precios y en línea con esta estrategia, KMC exigió el cambio en especificaciones de las diferentes versiones de sus productos, prohibiendo los pedidos de versiones básicas tipo LX y forzando a pedir aquellas de tipo EX, es decir más equipadas y adicionalmente con especificaciones de mayor lujo. Esto para la gama de Picanto y Rio ha resultado en que se aumente el precio de venta y por lo tanto salir de competitividad en un segmento de mercado en el cual el cliente potencial pide precio.

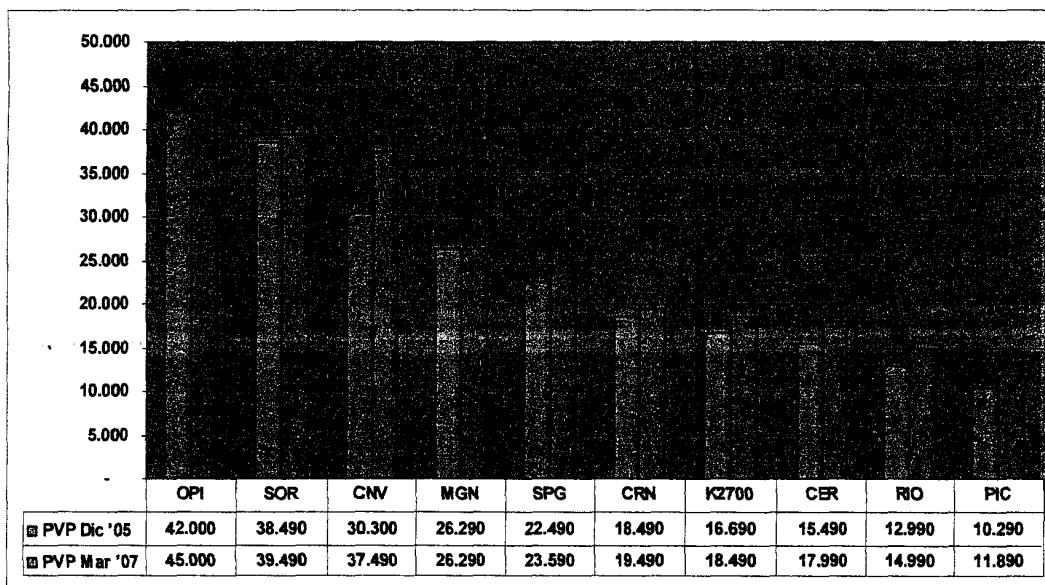
En los siguientes cuadros podemos apreciar la evolución de los precios FOB de KMC a Aekia, así como también la evolución de los precios de venta al público.

El primero muestra el incremento del precio FOB por modelo comparando los precios a principios del año 2006 con aquellos a Enero de 2007.



MODELO	FOB Dic'05	FOB Ene '07	VARIACION
OPIRUS	14.592	18.090	24,0%
SORENTO	14.013	14.991	7,0%
CARNIVAL	9.879	13.500	36,7%
SPORTAGE	9.564	10.696	11,8%
MAGENTIS	9.442	9.942	5,3%
CARENS	6.670	9.444	41,6%
K2700	5.823	7.923	36,1%
CERATO	6.551	7.641	16,6%
RIO	5.077	6.731	32,6%
PICANTO	3.903	4.923	26,1%

El segundo grupo de cuadros nos muestra la variación en el PVP por modelo, que muestra que los mismos no han podido estar acorde con la variación de los precios FOB. La situación del mercado es que ya con estos precios los productos Kia están fuera de competencia, el incrementarlos aún más los sacaría totalmente de mercado y se afectaría aún más los volúmenes de venta.



MODELO	PVP Dic '05	PVP Mar '07	VARIACION
Opirus	42.000	45.000	7,1%
Sorento	38.490	39.490	2,6%
Carnival	30.300	37.490	23,7%
Magentis	26.290	26.290	0,0%
Sportage	22.490	23.590	4,9%
Carens	18.490	19.490	5,4%
K2700	16.690	18.490	10,8%
Cerato	15.490	17.990	16,1%
Rio JB	12.990	14.990	15,4%
Picanto	10.290	11.890	15,5%

Pedidos:

El volumen total de pedidos durante el año 2006 fue de 5,764 unidades, lo cual representa un promedio de 480 unidades. El volumen de despachos fue de 3,569 unidades o un promedio de 298 unidades por mes, incluyendo esto los despachos de Noviembre y Diciembre, mismos que por su fecha de llegada no están disponibles para la venta lo que suma 549 unidades. La cifra de número de unidades de back order eliminadas en el transcurso del año fue de 2,053 unidades, quedando para final de año un volumen adicional de 142 unidades. Este volumen de unidades no producidas ni embarcadas durante el año influye considerablemente en el mix de producto disponible para la venta, mismo que afecta de igual manera el performance de ventas posible. El nivel de pedidos frente a lo despachado finalmente representa un 61,9%, cifra cercana al 57,38% del año 2005.

El cuadro a continuación presenta un detalle de la información de pedidos, despachos y back-order durante el año 2006 por modelo:

MODELO	PEDIDOS	EMBARQUES	%	ELIMINACIONES	BACK ORDER FINAL
PICANTO	852	691	81%	155	6
NEW CARENS	76	76	100%	0	
RIO	1.557	750	48%	756	51
CERATO	276	214	78%	62	
MAGENTIS	70	66	94%	4	
OPIRUS	7	7	100%	0	
CARENS	350	346	99%	4	
SPORTAGE	1.580	633	40%	947	
SORENTO	581	456	78%	125	
CARNIVAL	204	204	100%	0	
K2700	211	126	60%	0	85

Producto:

La gama de producto Kia para el año 2006 se dividió en cuatro segmentos:

- Pasajeros: Picanto, Rio, Cerato, Magentis y Opirus
- SUV's: Sportage, Sorento.
- Familiares (Vans): Carens, Carnival
- Comerciales: K2700

Por lo tanto Kia compitió en todos los segmentos del mercado automotriz a excepción de **pick-up's** para el cual no existe producto alguno de la marca.

Las ventas por segmento han sido de acuerdo al siguiente cuadro:

	Unidades	% de Ventas Kia	% Ventas del Segmento	% de Ventas del Mercado
Automóviles	1.961	64,74%	4,59%	2,32%
SUV's	764	25,22%	4,97%	0,90%
Vans	147	4,85%	9,45%	0,17%
Comerciales	157	5,18%	3,20%	0,19%
Total	3.029			3,58%

Canal de Distribución:

La Red de Distribución de KIA en el Ecuador se maneja a través de 7 concesionarios con un total de 15 puntos de venta. A continuación se muestra el detalle respectivo de la red con el volumen de ventas y el porcentaje que estas representan sobre el total de ventas de la marca.

1	ASIAUTO	6	1460	42%	1427	47%
2	EICA	4	601	17%	578	19%
3	KMOTOR	1	506	15%	328	11%
4	AUTOSCOREA	1	263	8%	182	6%
5	AUTHESA	1	223	6%	180	6%
6	MOTRICENTRO	1	190	6%	183	6%
7	EMPROMOTOR	1	173	5%	135	4%
8	AEKIA (directos)		33	1%	16	1%
TOTAL		15	3449	100%	3029	100%

Se puede apreciar que la dependencia de las ventas en las concesiones de Asiauto y K-Motor representa un 58% en el 2006. Creo esto deberá ser minimizado en el futuro por necesidades de diversificar riesgo y dependencia y apuntalar aún mas el crecimiento de la marca.

El nivel de presentación de la mayoría de las concesiones está de acuerdo a los estándares de Identificación Corporativa anteriores, debiéndose cambiar a la nueva identificación exigida por la marca hasta mediados del presente año.

La presencia de la marca es en 8 ciudades: Ibarra, Quito, Ambato, Cuenca, Machala, Santo Domingo, Guayaquil y Manta.

Como punto importante a destacar es que a partir del mes de Septiembre, la operación de Manta fue asumida directamente por la compañía Asiauto, mostrando unos niveles de venta muy buenos a través de una excelente gestión del responsable de la operación.

Repuestos:

La venta de repuestos a nivel wholesale en el año fue de USD 2,79 millones de dólares lo cual representa un aumento de 5,2% frente al 2005. Sin embargo, a nivel retail, las ventas de Kia a través de los canales autorizados fue de 4.64 millones de dólares lo que representa un incremento de 11,7 % frente a las de 2005. Este enfoque a ayudado a reducir el nivel de inventarios en la red en línea con los objetivos de la compañía.

Las ventas por dealer han sido de acuerdo al cuadro adjunto, que de igual manera refleja las ventas al detal de cada uno y su participación en el mix:

VENTAS WHOLESALE			VENTAS RETAIL		
CONCESIONARIO	Ventas US\$	% Ventas	Ventas US\$	Costo Ventas US\$	% Ventas
ASIAUTO	930.834	33%	1.814.435	1.285.963	39%
AUTHESA	95.920	3%	186.605	139.075	4%
AUTOSCOREA	127.217	5%	235.931	192.162	5%
EICA	643.845	23%	1.012.326	625.805	22%
EMPROMOTOR	102.907	4%	230.702	157.816	5%
KMOTOR	714.025	26%	1.055.657	800.780	23%
MOTRICENTRO	91.230	3%	107.496	80.795	2%
OTROS	83.264	3%	-	-	0%
TOTAL	2.789.241	100%	4.643.153	3.282.396	100%

Cabe destacar la importante inversión que realizó AEKIA durante el año 2006 para la adecuación de su Centro de Distribución KDCS por sus siglas en inglés,

mismo que permitirá optimizar aún más el manejo y distribución de partes y repuestos a los diferentes canales de Distribución de una manera mucho más eficiente y mejores controles. El Centro cuenta con un área de almacenamiento de repuestos de 3,200 m2, área de despachos de 400 m2, oficinas de 230 m2, área de maniobras de 1,000 m2. Además presta opción para la exhibición de vehículos en su parte frontal, como también un área aproximada de 1,000 m2 para el almacenamiento de vehículos ensamblados localmente. El Centro de Distribución está dotado con un gran sistema de información que permite una operación en línea y de mucha eficiencia, donde se manejan 8,000 items / referencias y aproximadamente 80,000 piezas. Este sistema permite incluso la consulta en línea por parte de la red de distribución de la disponibilidad de repuestos específicos.

Adicionalmente, es de mucho orgullo para la operación de AEKIA que su departamento de Post-Venta, haya sido reconocido con diferentes menciones por parte de Kia Motor Company, mostrándolo no solo como una de las mejores operaciones a nivel regional, sino también a nivel mundial.

Durante el año 2006 el Area de Postventa de Aekia recibió las siguientes menciones:

- **Quality Improvement Award 2006** por su aporte en la detección y planteamiento de soluciones a los problemas de calidad de los vehículos que comercializamos. Conferencia Anual de Distribuidores de Latinoamérica y el Caribe.

- **Reconocimiento por el excelente resultado en la operación de repuestos en el año 2006** por los magníficos índices de Gestión logrados durante el año otorgado durante la Conferencia de Repuestos Regional 2006 organizada por Hyundai Mobis con la participación de 36 países de Latinoamérica y el Caribe y con representantes tanto de Hyundai como de Kia.

- **2006 Kia Best Service Award in Cost Management** otorgado durante el Board of Excellence Meeting realizado en Malasia, al cual únicamente los representantes de las mejores operaciones a nivel mundial son invitados, encontrándose AEKIA entre una de ellas.

- **Grado A** otorgado por el Departamento de Garantías de KMC mismo que representa excelencia en el manejo de garantías y el otorgamiento de un monto específico para manejo de *Good Will Warranties*, es decir garantías a juicio del Distribuidor.

RESULTADOS 2006:

ACTIVOS

La estructura del activo de la compañía se ha incrementado en 9.4 millones de USD, representado en incrementos de Inventarios por 4.0 millones de los cuales 3.5 mill. son unidades en tránsito no listas para venderse sino a

principios del siguiente año; por incrementos en Cuentas por cobrar 6,8 millones básicamente por vehículos financiados a compañías relacionadas dentro de la red de distribución mismo que representa 45 días de financiamiento.

PASIVOS:

El pasivo corriente de igual manera se ha incrementado en un valor de 8.2 millones de USD básicamente para el financiamiento del activo corriente, es decir en el aumento de inventarios y en préstamos a corto plazo resultado del aumento en los días de financiamiento a nuestros clientes, principalmente concesionarios pertenecientes al grupo corporativo. Se incluye adicionalmente una cuenta por cobrar de 430 mil USD a Aymesa, fruto de fondos necesarios para la reactivación de la planta dentro de su etapa de estructuración.

La compañía mantiene obligaciones financieras con Hyundai Corporation por 6.3 millones por financiamiento de sus operaciones corrientes y 1.4 millones con entidades financieras por similares conceptos. El pasivo a largo plazo con Fininvest Overseas Inc. se ha reducido ya a 1.35 millones fruto de la deuda asumida para capitalización de Asiauto. Estas obligaciones se han venido pagando con regularidad y sin problema alguno.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

Los ingresos totales por ventas durante el año 2006 han sido de 56,18 millones de USD un incremento de 7,2 % (52.4 millones en el 2005), lo cual generó una utilidad bruta de 8.15 millones de USD (9,7 millones en el 2005) representando un Margen Bruto de 14.51 % de las ventas (18.52 % en el 2005). Esta sensible baja en el margen bruto es fruto del incremento del costo de ventas que en el año 2005 fue de 81,5% frente a 85,50 % del año 2006, justificado por los incrementos de precios por parte de KMC y la imposibilidad de transferir en su totalidad estos al cliente final por la baja de competitividad.

Tratando de compensar esta baja de rentabilidad bruta, se ha trabajado con el concurso y colaboración de la matriz en Cuenca los gastos tanto fijos como variables reduciendo los primeros (fijos) en un 13,8% que representa un 3.6% por unidad vendida y los segundos (variables) en 32,2% representando 2.7% por unidad. Los gastos de administrativos fijos sumaron 2.04 millones de USD (2.36 MM en 2005) y aquellos variables 1.55 millones (2,29 MM en 2005). En total los gastos de operación que en el año 2005 representaron el 8.9% de los ingresos por ventas, en el año 2006 representaron el 6.3%.

La utilidad operacional, pese a los incrementos en los Costos de Venta arriba explicados, asciende a 4,56 millones de USD o el 8,12 % sobre las ventas (5.04 millones o el 9.64% en 2005).

El total neto de Ingresos y gastos financieros alcanzó la suma de 2.127 millones de USD representando el 3.79 % de los ingresos por ventas (1.253

millones en el 2005 o el 2.39% sobre ventas), y frente al total del pasivo con costo el 14.30%.

La utilidad antes de impuestos alcanzó la suma de 2,36 millones de USD, siendo la utilidad neta luego de impuestos y participación de trabajadores de 1,60 millones de USD.

CUMPLIMIENTO DE NORMAS:

La compañía cumple con todas las normas sobre propiedad intelectual y derechos de autor y tiene legalmente contratadas todas las licencias de uso de software para los diferentes sistemas que administra.

PROPUESTA SOBRE EL DESTINO DE LAS UTILIDADES:

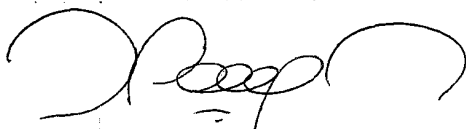
Las utilidades del ejercicio 2005 podrían tener el siguiente destino:

UTILIDAD DEL EJERCICIO	2.358.826
15 % participación a trabajadores	372.503
15% Impuesto a la renta	216.389
25% Impuesto a la Renta	167.064
Utilidad neta	1.602.870

Pongo en consideración de los señores accionistas el presente informe no sin antes agradecer por la confianza depositada en mi persona para ser quien dirija los destinos de la compañía y el constante apoyo y guía especialmente del Sr. Juan Eljuri, al igual que de todo el equipo de ejecutivos y colaboradores de la empresa.

Quito, 9 de Abril de 2007

Atentamente,



Diego Perez D.
Gerente General