INFORME DE LA GERENCIA GENERAL A LA JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS DE ASIAUTO S.A. POR EL PERÍODO FISCAL 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

De conformidad a lo resuelto en Junta General Universal Ordinaria de Accionistas de Asiauto con fecha 28 de Marzo del 2006 se procedió a realizar la capitalización de la reserva legal y las utilidades, incrementándose el capital a USD 2'442,014.00.

Asiauto desarrolló normalmente sus actividades operacionales acorde a su objetivo social de realizar la comercialización y venta de vehículos, servicio de mantenimiento y repuestos de la marca Kia. Lo hizo a través e su red de puntos de venta resumidos en el siguiente cuadro:

NOMBRE	UBICACION	CIUDAD
Mariana de Jesús	Sector Noroccidental	Quito
Orellana	Sector Centro Norte	Quito
Shryris	Sector Nororiental	Quito
Cumbaya	Valle de Cumbayá y Tumbaco	Quito
San Bartolo	Sector Sur	Quito
Manta	Av. 11 de Noviembre	Manta

OPERACIONES.-

VENTAS VEHICULOS

Las ventas totales de vehículos durante el año 2006 fueron de 1416 unidades que representaron un ingreso de 24.76 millones de USD frente a 1461 unidades y 23.84 millones de USD en 2005. Un descenso en volumen de 3.1% pero incremento en ingresos de 3.9%.

El siguiente cuadro resume las ventas comparativas en unidades por concesión entre el año 2005 y el 2006:

CONCESION	2005	2006	Var.
MDJ	490	486	-0,82%
ORELLANA	522	445	-14,75%
CUMBAYA	174	185	6,32%
SHYRIS	148	153	3,38%
SUR	127	132	3,94%
MANTA	0	26	N.A.

Se puede notar una baja en volumen de ventas especialmente en las dos grandes Concesiones de Mariana de Jesús y más apreciable en Orellana. Esto es causa de la importancia de Pregio dentro del mix de ventas que durante el primer semestre del 2005 estuvo disponible y que constituía un producto importante para estos puntos de venta.

A continuación se aprecia la evolución de ventas mes a mes para cada una de las concesiones:

Concesión	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Total
Mariana de Jesus	31	41	38	41	48	36	40	36	53	44	46	32	**486**
Orellana	38	42	36	39	40	26	37	37	41	38	34	37	**445**
Cumbaya	13	15	10	22	14	19	20	12	15	13	17	15	**185**
Shyris	8	7	16	10	15	16	10	15	14	15	16	11	**153**
San Bartolo	7	11	11	7	19	9	11	12	12	11	13	9	**132**
Manta									5	2	9	10	**26**
Total	**97**	**116**	**111**	**119**	**136**	**106**	**118**	**112**	**140**	**123**	**135**	**114**	**1,467**

La relación entre el precio de venta público, el costo y el resultante margen bruto mes a mes es el siguiente:

MES	QTY	PRECIO PROMEDIO	COSTO PROMEDIO	MARGEN BRUTO POR UNIDAD	MARGEN PROMEDIO %	Dcto. Promedio
ENE	94	14.410	13.219	1.191	8,26%	0,79%
FEB	99	17.365	15.975	1.389	8,00%	1,31%
MAR	128	18.187	16.690	1.497	8,23%	1,05%
ABR	121	17.633	16.215	1.419	8,05%	1,14%
MAY	124	15.444	14.280	1.164	7,54%	0,93%
JUN	100	16.694	15.703	992	5,94%	3,01%
JUL	126	17.694	16.590	1.104	6,24%	1,67%
AGO	115	18.272	16.993	1.279	7,00%	2,79%
SEP	136	18.531	17.294	1.237	6,68%	0,30%
OCT	123	18.617	17.313	1.304	7,00%	1,56%
NOV	134	18.167	17.012	1.155	6,36%	1,12%
DIC	116	17.764	16.663	1.101	6,20%	1,29%
	1.416	**17.398**	**16.162**	**1.236**	**7,12%**	**1,41%**

Como se puede observar en el cuadro anterior, el margen bruto para el concesionario fue de 7,12% (7,51% en el 2005) y el nivel de descuentos de 1,41% (1,44% en el 2005), fruto de la necesidad de competir en un mercado dinámico y de oferta, en la cual la competencia se dedicó a ofrecer importantes promociones para cerrar objetivos de ventas.

El movimiento de inventarios ha sido de acuerdo al siguiente cuadro:

DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ACUM
Inventario Inicial	71	67	95	117	96	148	143	149	183	195	209	201	71
Compras	98	133	162	109	186	107	143	158	160	145	137	84	1622
DISPONIBLE	**169**	**200**	**257**	**226**	**282**	**255**	**286**	**307**	**343**	**340**	**346**	**285**	**1693**
VENTAS A CLIENTES	94	99	128	121	124	100	126	115	136	123	134	116	1416
TRANSFERENCIAS	8	6	12	9	10	12	11	9	12	8	11	11	
NETO VENTAS	**102**	**105**	**140**	**130**	**134**	**112**	**137**	**124**	**148**	**131**	**145**	**127**	**1535**
Inventario Final	**67**	**95**	**117**	**96**	**148**	**143**	**149**	**183**	**195**	**209**	**201**	**158**	**158**

Meses de Ventas en Inventario	**0,66**	**0,90**	**0,84**	**0,74**	**1,10**	**1,28**	**1,09**	**1,48**	**1,32**	**1,60**	**1,39**	**1,24**

Lo cual muestra que no ha existido un sobre stock de producto de acuerdo a las políticas de mantener un mínimo de 1,5 meses de ventas en stock.

POSTVENTA.-

La facturación de repuestos por mostrador en el 2006 fue de USD 453.442 (USD 339.206 en el 2005), representando un incremento de 33.6%. Las ventas de servicio fue en cambio de USD 2.28 millones (USD 2.19 mill. en 2005) equivalente a un incremento de 4.1%. El siguiente cuadro muestra un resumen mensual de las ventas tanto de repuestos por mostrador como servicio de mantenimiento de forma mensual.

MES	VENTAS DE REPUESTOS MOSTRADOR	VENTAS DE TALLERES	TOTAL
ENE	39.300	229.317	268.618
FEB	27.811	174.233	202.044
MAR	43.434	186.289	229.724
ABR	31.289	185.618	216.906
MAY	38.492	191.751	230.243
JUN	35.474	228.867	264.341
JUL	34.092	204.669	238.761
AGO	38.891	182.715	221.606
SEP	39.366	173.183	212.549
OCT	42.815	169.218	212.034
NOV	33.925	165.434	199.360
DIC	48.552	188.157	236.709
	453.442	**2.279.452**	**2.732.894**

El número de vehículos atendidos en talleres fue de 12,587 unidades, equivalente a 1,049 vehículos por mes, comparados a un promedio de 1,001 unidades / mes en el año 2005, un aumento no significativo lo que indica que hay que trabajar muy agresivamente en promover las ventas de servicio, lealtad de marca y fidelidad de servicios. De igual manera, el costo promedio de facturación no varió de un año a otro siendo este de USD 183 vs USD 181, el costo promedio USD 129 vs USD 127, y el margen bruto por servicio de USD 53 vs USD 54, siempre 2005 contra 2006. Se deberá revisar el costo hora-hombre durante el 2007 para generar mejores resultados.

Vale recalcar que de las seis operaciones de Asiauto, cuatro tienen operaciones integrales tres en uno, es decir ventas de vehículos, repuestos y servicio de mantenimiento, mientras que dos, Cumbayá y Shyris, tienen únicamente vitrinas de venta de vehículos.

RESULTADOS FINANCIEROS 2006.-

ACTIVOS:

El activo corriente de Asiauto se ha visto incrementado en USD 2.8 millones frente al 2005, representado en USD 1.95 millones en inventarios al pasar de 0.66 a 1.24 meses de ventas en stock, y en Cuentas por Cobrar de USD 1.43 millones básicamente con instituciones financieras con quienes se realizan operaciones de financiamiento.

PASIVOS:

Los pasivos corrientes de la empresa muestran de igual manera un aumento en USD 2.99 millones básicamente representados en Cuentas por Pagar al principal proveedor de vehículos y repuestos, Aekia. En cuanto al Pasivo a largo plazo, se ha reducido aquel con Fininvest en USD 191 mil, mismo que se ha venido pagando con total normalidad.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS:

Los ingresos totales por ventas durante el año 2006 han sido de 29.55 millones de USD un incremento de 6,6 % (27.73 millones en el 2005), lo cual generó una utilidad bruta de 3.35 millones de USD (4,55 millones en el 2005) representando un Margen Bruto de 11.33 % de las ventas (16.16 % en el 2005). Esta sensible baja en el margen bruto es fruto del incremento del costo de ventas justificado por los incrementos de precios por parte del proveedor Aekia y la imposibilidad de transferir en su totalidad estos al cliente final por la baja de competitividad.

Se ha trabajado adicionalmente y con la colaboración de la matriz en Cuenca los gastos tanto fijos como variables reduciendo los fijos en un 4 % y los variables en 14,7 %, o se de 2 % a 1.6 % por unidad. Los gastos de administrativos fijos sumaron 1.66 millones de USD (1.73 MM en 2005) y aquellos variables 465 miles (545 miles en 2005). En total los gastos de operación que en el año 2005 representaron el 8,2% de los ingresos por ventas, en el año 2006 representaron el 7,2%.

La utilidad operacional, asciende a 1.22 millones de USD o el 4,10 % sobre las ventas (USD 2.21 millones o el 7.95 % en 2005).

El total neto de Otros Ingresos y gastos extraordinarios alcanzó la suma de 234 miles de USD representando el 0.80 % de los ingresos por ventas (USD 488 miles en el 2005 o el 1,8 % sobre ventas).

PATRIMONIO:

El Patrimonio de Asiauto queda definido de acuerdo al siguiente detalle:

CAPITAL SOCIAL	2.442.014,00
RESERVA LEGAL	83.722,00
APORTE FUTURA CAPITALIZACIÓN	3.000.000,00
UTILIDAD RETENIDAS	-3.460.339,00
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	737.910,00
TOTAL PATRIMONIO	2.803.307,00

CUMPLIMIENTO DE NORMAS:

La compañia 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:

La recomendación de la Administración con relación a las utilidades del ejercicio 2006 son las siguientes:

UTILIDAD DEL EJERCICIO	**985.700**
15 % participación a trabajadores	120.077
15% Impuesto a la renta	127.713
Utilidad neta	**737.910**
10% Reserva legal	73.791
Utilidades retenidas	664.119

PREVISIONES 2007.-

La Compañía se deberá enfocar en optimizar sus operaciones mediante el aumento de ventas de vehículos minimizando el nivel de descuentos y optimizando el mix de producto. Las proyecciones son de incrementar cobertura mediante la aperura de varios puntos de venta adicionales en las zonas nor oriental de Quito, en el Centro Comercial El Condado Shopping, y en el Valle de Los Chillos sector del Centro Comercial El Jardín. Adicionalmente, buscará posicionarse también en las ciudades de Latacunga, Riobamba y El Puyo. En cuanto a la Post Venta, se deberá realizar gestiones para aumentar las ventas mediante el incremento de la fidelidad de los clientes a través de un servicio de excelencia.

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.

Atentamente,

Diego Perez D.
Gerente General