

**INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE  
LA EMPRESA CUBIERTAS DEL ECUADOR KU-BIEC S.A.**

**PERIODO 2009**

**Impacto en la Empresa**

El precio de nuestra materia prima se mantuvo con subidas constantes durante el segundo semestre del 2009.

Los impactos de la inflación (4.31 %) encarecieron los gastos operacionales, que si pudieron ser controlados.

La tendencia del mercado es hacia productos de menor uso de mano de obra local y, en nuestro ramo significó mayor uso de productos de acero como panel industrial que ahorran mano de obra en relación a soluciones tradicionales.

**Desempeño del Negocio**

La empresa obtuvo resultados muy bajos en relación con la rentabilidad del 2008, lo anterior porque el costo de materia prima era alta y debido a la crisis mundial los precios bajaron, lo que provocó que las ventas por varios meses se las cierre sin margen positivo.

**Cumplimiento de Objetivos y Resultados Financieros**

Ventas en toneladas fueron 6% superiores a las del año 2008.  
Ventas en dólares fueron 18% inferiores al 2008.  
El margen bruto fue del 15%.

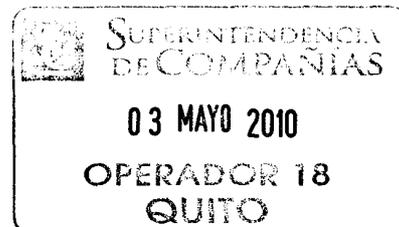
**La utilidad neta después de Impuestos fue de US\$ 549.950**

Los pasivos a largo plazo suman un monto de us\$ 627.160

**Otros resultados**

Se redujo la rotación de personal.

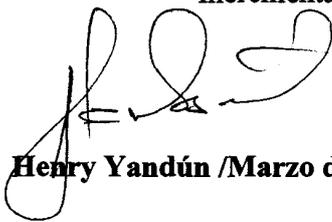
Se está ganando mayor participación en la costa.



**Objetivos para el año 2009.**

Además de lograr los objetivos económicos que se indican en el presupuesto y como medio para lograr dichos resultados se tienen los siguientes objetivos específicos:

1. MANTENER LA CERTIFICACIÓN ISO 9001 2000 y mejorar su efectividad.
2. Utilizar el total de la capacidad instalada de la planta de Guayaquil.
3. Introducir nuevas líneas de productos.
4. Nuevas sucursales a nivel nacional.
5. Comprar maquinaria
6. Mejoramiento del servicio en general del negocio, por medio de:
  - Optimización de procesos en Planta Guayaquil
  - Consolidación de funcionamiento de Planta industrial La Esthela
  - Aplicación de plan de capacitación anual del personal
  - Incrementar ventas de productos alternativos.



**Henry Yandún /Marzo del 2010**

