

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

**PERIODO 2007**

**Impacto en la Empresa**

El precio de nuestra materia prima se mantuvo con bajadas y subidas en rangos aceptables.

Los impactos de la inflación (3.32 %) encarecieron los gastos operacionales, que si pudieron ser controlados.

En este año las exportaciones a Colombia fueron menos del 1% del total de las ventas.

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 no mejoró sus resultados de rentabilidad en relación al 2006, lo anterior porque el precio de nuestros productos no subieron en la misma proporción que el costo del acero.

**Cumplimiento de Objetivos y Resultados Financieros**

Ventas en toneladas fueron 11% superiores a las del año 2006.  
Ventas en dólares fueron 17% superiores al 2006.  
El margen bruto fue del 17%.

**La utilidad neta después de Impuestos fue de US\$ 423,605.00**

Los pasivos a largo plazo suman un monto de us\$ 222,404.00

**Otros resultados**

Se redujo la rotación de personal.

El Galpón industrial de Kubiec en Guayaquil sigue funcionando exitosamente

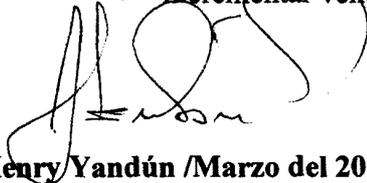


Se está ganando mayor participación en la costa.

**Objetivos para el año 2008.**

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. 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 2008**