

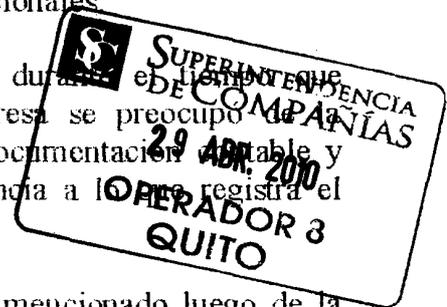
Quito D.M., marzo 15 de 2010

Señores
SOCIOS DE PACKED FOODS
PACKEDFOODSA S.A.
Presente

De mi consideración:

Para el año 2009, los indicadores y demás datos reflejados en los balances adjuntos, registran una pequeña pérdida, ya que en este año los accionistas de la empresa siguieron incrementando varios productos afines. Se lanzaron 3 nuevos sabores de Sopas Tradicionales listas para consumir, que implicaron mayores inversiones en lanzamientos de producto, degustaciones e introducción al mercado. Esto ha logrado que la marca Costa Maderos se siga posicionando como una empresa innovadora, pionera en el lanzamiento de productos listos, enfocados a los ecuatorianos y rescatando sabores tradicionales.

Dentro de la gestión administrativa en general, y durante el tiempo que estuvieron laborando; la administración de la empresa se preocupó por la conservación y mantenimiento de los activos fijos, documentación contable y empresarial, estimulación a su personal en concordancia a lo que registra el mercado laboral en nuestro segmento.



Las conclusiones que se pueden derivar de lo arriba mencionado luego de la revisión general de gestión, se puede puntualizar en las siguientes:

- a.- La empresa continúa activamente desarrollando nuevos productos para ampliar su portafolio y diversificar su oferta en la industria de alimentos listos para consumir.
- b.- La empresa se ha preocupado por mantener a sus clientes principales, con una entrega puntual, productos de calidad y abastecimiento constante del mercado,.
- c.- Los consumidores finales satisfechos son el motor que mantiene a esta empresa y se espera que este mercado crezca para el próximo año, con la introducción y desarrollo de nuevos productos.

d.-La rentabilidad se ha visto afectada por las inversiones de este año, así como por las fluctuaciones de precios en las materias primas y los incrementos en general, debido a la situación económica del país. Sin embargo, para el próximo año se vislumbra el incremento de precios, a un nivel justo para consumidores y para la empresa, así como la optimización de los procesos productivos y administrativos que permitan un incremento de la rentabilidad.

PERSPECTIVAS PARA EL AÑO 2010

En base a los resultados obtenidos en el año 2009 cuyos principales aspectos han sido analizados anteriormente, la administración de la empresa ha decidido incrementar las ventas de los nuevos productos dentro del mercado local, introducir dos líneas nuevas de productos y desarrollar todo el potencial del mercado local, ampliando la base de clientes.

Atentamente,



Erik Hervas A.
GERENTE

