Portoviejo, 25 de enero del 2008

Señores
JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
HARVEST CIA. LTDA.
Ciudad.-

El presente informe corresponde a las actividades de la compañía del ejercicio económico del año 2007:

A principios del año 2007 la compañía enfocó todos sus esfuerzos en la porcicultura, siento la principal actividad económica de la empresa. Sin embargo a mediados de año se optó por integrar las actividades de la familia siendo necesaria la elaboración de un plan de inversión y solicitar fondos para su consecución a la Corporación Financiera Nacional. Lo que queremos lograr es una interacción más profunda con toda la cadena productiva; iniciando la interdependencia entre los procesos productivos familiares: ganado vacuno, productos lácteos, acuacultura, y porcicultura; siguiendo con el auto abastecimiento de materia prima de calidad, continuando con una oferta directa al consumidor final, y terminar ofreciendo opciones de compra de alta calidad, con variedad de productos a nuestros clientes.

Los recursos financieros otorgados permitieron reactivar las actividades de la empresa, incrementando significativamente los activos, sobretodo inyectando la liquidez necesaria para poner en marcha la producción camaronera y el supermercado de carnes.

Siendo nuestro principal objetivo el de administrar eficientemente el patrimonio familiar, es necesario generar una imagen homogénea de todos nuestros productos transformando nuestro nombre en una imagen de marca, reconocida por ofrecer calidad y buen servicio. Es así que hemos fijado los siguientes objetivos estratégicos para el año 2008:

- Continuo mejoramiento de los procesos para poder ofrecer productos de calidad, reducir costos e incrementar el nivel de producción.
- Conseguir y mantener una rentabilidad que satisfaga los niveles establecidos por los directivos.
- Conocer el grado de satisfacción de los clientes para conservarlos e incrementar la fidelidad y preferencia por la marca.
- Aprovechar al máximo los recursos con los que cuenta la empresa.
- Ofrecer crecimiento y desarrollo al recurso humano.

Superintendencia de Compañías República del Ecuador
Intendencia Jurídica
- Manabí -
30 JUN 2008

Nuestro principal desafío será poder apalancar con solidez el nexo productor consumidor, por medio de agregar valor a los productos, altos niveles de calidad, y de servicio, además de proveer al consumidor con una gran variedad de opciones en los productos, que solo se logra con la especialización de los procesos. Nuestro enfoque general siempre va a estar dirigido hacia el cliente, el fundamento de nuestra retroalimentación; así como a nuestro mayor activo, el recurso humano y su constante capacitación tanto en procesos productivos como en servicio.

Al ser una empresa familiar de gran trayectoria en el medio, podemos establecer las siguientes fortalezas:

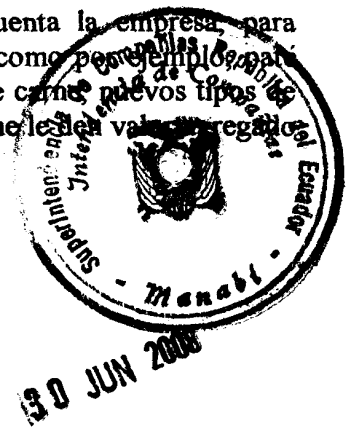
- La imagen de marca del apellido CAROFILIS.
- Productos con más de 50 años de tradición.
- Compromiso, buena comunicación y relaciones de afecto entre los miembros de la familia que formamos la empresa.
- Recurso humano capacitado en las áreas gerenciales.
- Conocimiento del proceso productivo.
- Interacción con los clientes.

Entre nuestras debilidades tenemos:

- Falta de un plan de mercadeo agresivo para atraer nuevos clientes.
- Variedad de productos limitados.
- Falta de poder de negociación con los proveedores del área de porcicultura.

En base al análisis anterior podemos establecer las siguientes oportunidades para desarrollar en el próximo año:

- ☑ Establecer alianzas estratégicas con empresas reconocidas en el medio por su calidad que nos provean productos complementarios que permitan ofrecer mayor variedad a nuestros clientes.
- ☑ Desarrollar un plan de marketing, que permita acceder a una nueva cartera de clientes.
- ☑ Utilizar de mejor manera los recursos con los que cuenta la empresa, para desarrollar nuevos productos atractivos para la clientela como por ejemplo, pate de camarón, camarones en salmuera, cortes exclusivos de carne, nuevos tipos de embutidos, yogurt, galletas de queso. Buscar productos que le den valor agregado a nuestra imagen de marca.



- ☑ Realizar una integración vertical hacia atrás, aprovechando al máximo los recursos con los que cuenta la empresa, realizando una planificación para sembrar maíz, materia prima principal para el área porcina.
- ☑ Apalancar nuestros productos a base de cerdo mediante los productos de más tradición bajo nuestra marca, como lo son el queso y el camarón.

Lo que comunico a ustedes para fines consiguientes.

Atentamente,

Ing. Teodoro Carofilis Macías
Representante Legal