

INFORME DE GERENCIA
A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DE LA EMPRESA IEKU GREENS S.A.

Cumpliendo con lo que determina la Ley de Compañías y los Estatutos Sociales de la Empresa, me permito poner a consideración de los señores Accionistas, el informe anual de gestión correspondiente al ejercicio económico de 2.012:

GENERAL

En vista de la imposibilidad de concretar ventas sin que los productos tengan registro sanitario, fue prioridad para la Gerencia obtener dichos documentos con las autoridades de salud en Guayaquil. Los Registros Sanitarios tanto para el Ieku Greens como del Greenalf se obtuvieron a mediados de abril de 2.012, teniendo una vigencia de 5 años.

De acuerdo a las autoridades de salud, nuestros productos están dentro de la categoría B o venta libre, significa que pueden ser difundidos a través de la utilización de cualquier medio publicitario tales como: hojas volantes, anuncios en revistas, radios, página web etc. sin embargo el Ministerio de Salud frenó la utilización de los medios publicitarios sin que antes obtengamos su autorización, quienes debían aprobar la literatura, fotos, frases publicitarias etc. que debíamos utilizar de acuerdo a su criterio. Este trámite fue aprobado en noviembre del 2.012 con un tiempo de duración de 6 meses.

Luego de un extenso estudio de mercado, pudimos determinar que nuestros clientes potenciales son los consumidores finales, sean estos niños, mujeres y hombres de edad media y adultos mayores. Nuestros esfuerzos por tanto estuvieron direccionados a captar su atención y en ello estuvo direccionada nuestra campaña una vez que el ministerio de salud permitió la utilización del material publicitario. Durante el periodo de 2012 visitamos las grandes cadenas de farmacias con la finalidad de conseguir puntos de ventas importantes en el país y en septiembre se logró concretar al grupo FARCOMED (Fybeca). Adicional a ello se negoció el producto con el Sr. Manuel Torres distribuidor a nivel nacional de productos naturales. Participamos en ferias y eventos de salud para difundir la marca. Se inició conversaciones a nivel internacional con la finalidad de captar posibles clientes en el exterior.

El 2.012 reporta una pérdida \$ - 77,080.12, las ventas locales no logran sostener los costos mínimos que genera la planta.

ASPECTOS ECONOMICOS, ADMINISTRATIVOS, LABORALES Y LEGALES

El 2012 se vio empañado por la tardanza en la obtención de los permisos de salud para la aplicación de publicidad que faciliten la venta de los productos. Pero también nuestra baja capacidad económica para poder salir de manera agresiva con campañas publicitarias masivas.

Nuestras inversiones estuvieron direccionadas a la contratación de cuñas radiales e impulsadoras, distribución de hojas volantes y que promuevan la marca a través de una campaña de información al cliente, estrategias éstas que según nuestro criterio permitían una rotación de los extractos dentro de los locales Fybeca. El 2012 también tuvo inversiones en investigación científica, rubro importante para demostrar la calidad del producto y que funciones terapéuticas tienen. Se demostró a través de voluntarios sanos que no es tóxico y puede ser consumido sin límites de edad ni tampoco tiene efectos colaterales.

Siendo los recursos disponibles insuficientes para lanzar diversas estrategias publicitarias, no se pudo realizar un trabajo continuo. Nuestros productos requieren ser informados constantemente y crear la necesidad de consumo, la mentalidad del cliente está hecha para producto curativos más no para medicina preventiva, de ahí la necesidad de llegar a ellos utilizando campañas informativas.

METAS Y OBJETIVOS

leku Greens tiene como objetivo principal el llegar a posicionar los productos en un mercado externo, lograr una alianza estratégica con empresas internacionales, que tomen bajo su responsabilidad la comercialización y mercadeo de los extractos, sin que esto represente costo alguno para la compañía. A finales del 2.012 se captó a la compañía ALUDA que solicita ser distribuidor exclusivo del leku Plus y el Greenalf para el mercado de los Estados Unidos, se espera cerrar la negociación para inicios del 2.013 e iniciar el envío de documentos para legalizar los productos ante la FDA. Participar en rueda de negocios y conseguir otros mercados dentro de Sudamérica.

DESTINO DE LOS RESULTADOS

La Empresa continúa reportando ventas muy bajas y pérdida en el ejercicio económico 2012, de ahí la importancia de conseguir clientes que requieran la distribución de los productos y asuman las inversiones de mercadeo que por el momento leku Greens, no está en condiciones.

DISPOSICIONES DE LOS ACCIONISTAS

Los accionistas han dispuesto como prioritario el conseguir clientes a nivel internacional, como importantísima medida y que logrará impulsar definitivamente a la Compañía leku Greens S.A. De esto concretarse, invertir en mejoras dentro de la planta y que permitan el cumplimiento de las demandas externas.

Durán, Marzo 18 de 2013



Ing. Susana María Almeida

GERENTE GENERAL