

Quito, 27 de junio de 2016

Señores:

**JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA  
MARKETING WORLWIDE ECUADOR S.A.**

Ciudad.

De mi consideración:

Por medio de la presente y en ejercicio de mis funciones como GERENTE GENERAL de esta Compañía denominada MARKETING WORLWIDE ECUADOR S.A. de conformidad con el Art. 20 Y 23 de la Ley de Compañías y en cumplimiento de la resolución N° SC.SG.DRS.G.11.02 de la Superintendencia de Compañías, entrego a Ustedes el informe anual de actividades económicas y sociales, por el período comprendido entre el 1 de Enero al 31 de diciembre de 2015 con el siguiente contenido.

La compañía ha realizado sus operaciones de comercialización de manera normal y efectiva, dedicándose a tele mercadeo y tele ventas de productos a nivel nacional.

En este año los medios más utilizados para llegar a nuestros clientes fueron la televisión y radio, mismos que nos han permitido receptor llamadas al **CALL CENTER**, que es nuestra principal fuente de ventas. El crecimiento comparado con el año 2014 es de 31%.

La publicidad contratada en este año fue: Central de Radio y TV (Radios Alfa, Metro, Joya, Fabu, Tropicalida, Galaxia, RQP Quito, RQP Guayas, y Arpegio), TV Canela, Oromartv, La Tele, Intimas, Canal Uno, TC Television, Teleamazonas, RTU, GamaTv, siendo nuestra mayor inversión en televisión. Los buenos resultados obtenidos son también gracias a los talentos de pantalla contratados para las promociones de nuestros productos, como son:

Ma. Teresa Guerrero, Marian Sabaté, Gustavo Navarro, Carolina Jaume, Ronald Farina, Cinthya Coppiano, Ana Buljobashic.

Los productos de mayor venta en Call Center, Retail, Tiendas y catálogo son: Duramax, Prostatmale, Vipex, Adelgazantes, Perfumes y los productos estrella, son HOT SHAPPERS y la línea Homissi. Productos como Livariz, Sopa 7D, Renuee, se han mantenido en el mercado con ventas considerables.

**RETAIL** han tenido un crecimiento comparado con el año 2014 del 23% en ventas, FARCAMED que es una de las cadenas más importantes de farmacias a nivel nacional, se ha convertido en distribuidor estratégico de nuestros productos, así como también FARMAENLACE Y DIFARE.



Permitiéndonos tener un crecimiento importante en este canal de distribución.

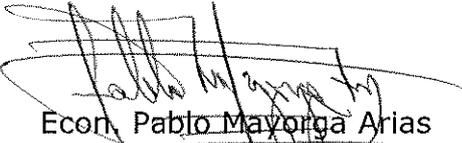
**CATÁLAGO** es un canal de distribución propio de la empresa, en este año representa un 12% de las ventas totales, con un alto potencial de crecimiento.

En el año 2015 se abrieron los siguientes **PUNTOS DE VENTA** en Quito en los centros comerciales: Quicentro Norte, Quicentro Sur, Scala, CCI y en las ciudades de Riobamba, Esmeraldas y Loja. El incremento de ventas se ubicó en un 52%.

Las estrategias implantadas en este año han permitido tener buenos resultados que detallo a continuación. Ingresos por \$ 18,125,922 , Costos y Gastos \$ 17,023,222 llegando a una Utilidad antes de Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta de \$ 1,102,700

Agradezco la oportunidad y sobre todo la confianza entregada por los accionistas y mi compromiso de seguir trabajando con esmero y dedicación por nuestra Compañía.

Atentamente,



Econ. Pablo Mayorga Arias  
GERENTE GENERAL