

Informe del Representante Legal a la Junta General Universal Ordinaria de Accionistas de McCann Erickson (Ecuador) Publicidad S.A.

Quito, 27 de Abril del 2015

Señores Accionistas:

A continuación, pongo en su conocimiento para su respectiva aprobación el informe de administración correspondiente al ejercicio económico 2014:

El revenue de McCann para el 2014 se estructuró de la siguiente manera: Fees 38%, Comisiones 42%, AVB 9%, Artes Finales 4%, y Otros 7%.

Este año la composición de revenue por zona fue del 44% en clientes de la Sierra, el 39% en clientes de la Costa y 17% en clientes de gobierno.

McCann actualmente posee un portafolio diversificado por sectores tales como telecomunicaciones, automotriz, consumo masivo, bebidas de moderación y alimentos. Adicionalmente no podemos dejar de mencionar la importancia de los proyectos de gobierno que con quienes hemos trabajado desde hace unos tres años aproximadamente.

La negociación transparente y experiencia en la publicidad ha favorecido a McCann para atraer a nuevos clientes pequeños y medianos.

Nuestro cliente local más importante en telecomunicaciones ratificó su confianza en el 2014, con quien desarrollamos campañas de medios, creatividad y BTL.

Si bien en el sector automotriz el cliente General Motors decidió manejar su marca Chevrolet a través de Commonwealth, la Ley de Comunicación la pudimos transformar en una ventaja ya que en el 2014 se definió un equipo para realizar trabajo regional y no sólo para Ecuador, lo que representó un mejor fee por el servicio. Con este sector tenemos una relación de aproximadamente 20 años.

En el 2014 nuestros clientes experimentaron crecimientos orgánicos dados básicamente por nuevos negocios y nuevas asignaciones, tales como el caso de La Fabril o De Prati quienes incluso lanzaron nuevas marcas, consolidando así nuestro portafolio.

Dentro del proceso de diversificación de servicios es importante mencionar que en el 2014 se consolidó el Area Digital y se ha diseñado un equipo directamente para ofrecer este servicio básicamente a clientes de consumo masivo.

Debido a la crisis económica por la caída del precio del petróleo, el gobierno adoptó medidas restrictivas para limitar importaciones, y especialmente las multinacionales decidieron actuar con cautela y prefirieron trabajar en periodos cortos de tiempo y en

base a la retroalimentación obtenida generaban su futura participación en base a los resultados de corto plazo.

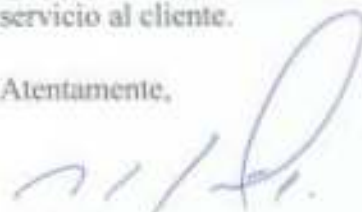
Muchas empresas importadoras debieron ajustar sus precios y también tuvieron impacto en el desabastecimiento de inventarios.

A pesar del entorno económico, la Compañía al ser una compañía multinacional y por su trayectoria en el mercado ecuatoriano, tiene importantes clientes en su portafolio, lo que le garantiza la continuidad de los contratos con los clientes existentes así como la apertura de nuevos negocios y nuevos clientes.

Respecto al personal, al cierre del 2014 el número de empleados fue de 98 empleados en relación a 79 en el 2013.

Se recomienda a la Junta General consolidar la relación con los clientes actuales y en especial promover las actividades de BTL y digital, sin descuidar el control de costos y gastos para asegurar la rentabilidad de la Compañía, procurando siempre la calidad del servicio al cliente.

Atentamente,



Mario Benavente Cannon
Presidente