

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

Quito, 15 de Marzo del 2016

Señores Accionistas:

A continuación, pongo en su conocimiento para su respectiva aprobación el informe de administración correspondiente al ejercicio económico 2015:

El revenue de McCann para el 2015 se estructuró de la siguiente manera: Fees 35%, Comisiones 52%, AVB 5%, Artes Finales 2%, y Otros 6%. En relación al año anterior el revenue proveniente de comisiones se incrementó en un 23% básicamente por el proyecto de Ministerio de Turismo.

Este año la composición de revenue por zona fue del 69% en clientes de la Sierra, el 31% en clientes de la Costa y 31% en clientes de gobierno. Este último tuvo la mayor variación ya que el año anterior estuvo en el 17%, lo que se debió al Ministerio de Turismo.

Es clara la incidencia de proyectos de gobierno en este año y especialmente la Campaña del Ministerio de Turismo, que se convirtió en el proyecto más importante del gobierno donde había una necesidad internacional de pauta en medios principalmente y McCann fue seleccionada como la Agencia líder.

Cabe mencionar que las campañas de gobierno no son contratos a largo plazo, sino proyectos puntuales. Sin embargo, desde hace 3 años los proyectos con diferentes entidades gubernamentales ha sido creciente: en el 2013, representaban el 9% del revenue, en el 2014, el 17% y en 2015 el 31% básicamente dado por el Ministerio de Turismo.

McCann adicionalmente posee un portafolio diversificado por sectores tales como telecomunicaciones, automotriz, consumo masivo, bebidas de moderación y alimentos.

Nuestro cliente local más importante en telecomunicaciones ratificó su confianza en el 2015, y creció en un 7.8% vs. el año anterior. Es un cliente integral para quien desarrollamos campañas de medios, creatividad y BTL..

En el sector automotriz el cliente General Motors estuvo impactado por la Ley de Comunicación desde mediados del 2014 que entró en vigencia. Sin embargo supimos aprovecharla ya que el cliente, a través de Commonwealth, debió incrementar su equipo local para realizar trabajo no sólo para Ecuador, sino también para la región. Esto significó un mayor fee. Con este cliente tenemos una relación de aproximadamente 20 años.

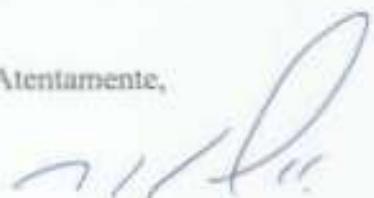
Nestlé también nos asignó nuevas marcas, lo que incrementó su inversión en el 2015.

Respecto al personal, al cierre del 2015 el número de empleados fue de 101 empleados en relación a 98 en el 2014.

En resumen, el 2015 fue el mejor año de la Agencia de los últimos 10 años, a pesar de que el entorno económico no fue favorable: caída del precio del petróleo, devaluación de las monedas de los países de la región y en general medidas restrictivas enfocadas a limitar las importaciones.

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.

Atentamente,



Mario Benavente Cannon  
Presidente