

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

Quito, 24 de Abril del 2017

Señores Accionistas:

A continuación, pongo en su conocimiento para su respectiva aprobación el informe de administración correspondiente al ejercicio económico 2016:

El Revenue de McCann para el 2016 se estructuró de la siguiente manera: Fees 45%, Comisiones 37%, AVB 4%, Artes Finales 2%, y Otros 12%.

Este año la composición de revenue por zona fue del 67% en clientes de Quito y el 33% en clientes de Guayaquil. Cabe indicar que los clientes de gobierno constituyen el 31% del revenue, ello incluye la inversión de CNT.

A inicios del 2016 se perdió la licitación con Sab Miller, el segundo cliente más importante para McCann, lo que se tradujo en una importante reducción de revenue a partir del segundo semestre del 2016. McCann debió tomar acciones para reducir este impacto y ajustar el tamaño de compañía bajo las nuevas condiciones de mercado especialmente en Guayaquil, lo que implicó una reducción del personal del 31%, de 102 personas en Dic 2015 a 70 en Dic 2016. Y con un costo de 284.9 mil usd.

El revenue proveniente de proyectos de gobierno ha sido creciente con una tendencia a estabilizarse en los últimos tres años: en el 2013, representaba el 9% del revenue, en el 2014, el 17%, en 2015 el 31% y en el 2016, 33%. No son contratos a largo plazo, sino proyectos puntuales a excepción de CNT que si es de inversión continua.

Adicionalmente, McCann continuó con un portafolio diversificado por sectores tales como telecomunicaciones, líneas aéreas, automotriz, consumo masivo, alimentos y retail.

Nuestro cliente local más importante es CNT ratificó su confianza en el 2016 luego de un proceso de licitación. Es un cliente integral para quien desarrollamos campañas de medios, creatividad y BTL.

En el sector automotriz el cliente General Motors creció no solo para realizar trabajos para Ecuador, sino también para la región como resultado de la Ley de Comunicación, lo que significó un incremento del revenue del 30% en el 2016 vs. el 2015. Además nos entregó el negocio local de Camiones, que representó un incremento del 16% adicional. Con este cliente tenemos una relación de aproximadamente 20 años.

Nestlé mantuvo su inversión estable, sin embargo, tuvo un crecimiento del 4% del revenue en relación al año anterior.

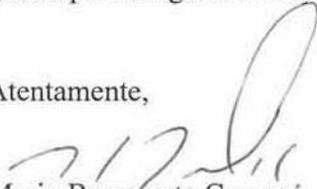
En el 2016 ingresó como cliente una importante línea aérea cuyo origen fue una negociación regional, asimismo hubo crecimiento en un cliente local de retail. Los efectos del terremoto, contracción económica y sobre costos a las importaciones afectaron la demanda de nuestros clientes y por consiguiente redujeron sus inversiones publicitarias afectando nuestro presupuesto.

Con respecto al entorno macroeconómico, éste no fue favorable. Se caracterizó por la caída del precio del petróleo, altas sobretasas a las importaciones de bienes y servicios, impuestos solidarios para la reconstrucción de las zonas afectadas, devaluación de las monedas de los países de la región que. En líneas generales se produjo una contracción en el crecimiento del país sumado a un entorno político electoral muy confrontativo.

Lamentablemente fue un año de resultados negativos para McCaïn, aunque cabe resaltar que a pesar de la crisis se realizó un buen manejo del control de costos y gastos. Adicionalmente, la correcta aplicación de políticas y procesos alineados a Casa Matriz, permitieron la calificación más alta, "Satisfactory" por nuestros Auditores de IPG.

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 Cannoni
Presidente