

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

Quito, 12 de Junio del 2020

Señores Accionistas:

A continuación, pongo en su conocimiento para su respectiva aprobación el informe de administración correspondiente al ejercicio económico 2019:

El año 2019 la economía ecuatoriana cerró con un crecimiento leve del 0,1% debido al aumento de 1,5% en el gasto de consumo final de los hogares y al incremento de las exportaciones en 5,2%. Adicionalmente, las pérdidas por USD 800 millones aproximadamente que dejó el paro nacional en octubre, impactaron negativamente en el PIB.

La forma de administración del gobierno generó incertidumbre, hasta que en Octubre cuando anunció el paquete de medidas económicas y laborales estalló una crisis social que duró 10 días y que terminó con la derogatoria del Decreto 883.

A nivel de la Agencia, el año 2019 fue mejor que el 2018 considerando la caída del PIB.

Pese a que en el 2018 McCann perdió a CNT fue capaz de compensar esta pérdida y crecer más en el 2019 principalmente por La Fabril. La concentración del ingreso cambió, mientras anteriormente estaba en Quito, en el 2019 estuvo en Guayaquil con el 63%.

Durante el 2019 el ingreso se compuso básicamente de clientes privados, eliminando totalmente la dependencia de clientes de gobierno que si bien son rentables traen consigo un riesgo alto. En el 2017 era el 34%, 2018 el 11% y en 2019 apenas un 0.8%

La Agencia en Guayaquil realizó esfuerzos grandes por consolidar el negocio digital en clientes existentes como La Fabril, Garzozi y De Prati. El crecimiento de La Fabril fue tan importante que representó el 39% del total del revenue, convirtiéndolo en el principal cliente de la Agencia, superando incluso a clientes multinacionales.

Nestlé durante el 2019 experimentó fuertes problemas de mercado, lo que provocó una reducción de inversión vs. 2018 del 31%.

Otros clientes regionales como el caso de General Motors y LATAM se mantuvieron estables, mientras que Mastercard se redujo por decisiones de su Casa Matriz.

Nuevos clientes locales como Laboratorios Bagó, Grupo Vilaseca, permitieron ampliar el portafolio diversificado por sectores tales como alimentos, retail, automotriz, que ya tenía McCann en años anteriores.

El producto creativo y estratégico de McCann nos ha otorgado varios reconocimientos locales, regionales e internacionales. Localmente, nuestro cliente La Fabril fue la marca más premiada en el los Effie Awards Ecuador, y McCann Ecuador es la tercer agencia más efectiva del país.

Regionalmente, McCann Ecuador y La Fabril son número 1 en Effies en la categoría Households and Domesticos y por primera vez, una empresa ecuatoriana ingresó al top 10 global en Effie en la categoría Household and Domesticos y esto gracias al trabajo con La Fabril.

Se recomienda a la Junta General consolidar la relación con los clientes actuales y especialmente fomentar y consolidar el negocio digital luego de la experiencia del 2019, adicionalmente mejorar los esfuerzos en el control de costos y gastos para asegurar la rentabilidad de la Compañía.

Atentamente,



Mario Benavente
Presidente