

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

Notas a los Estados Financieros

Al 31 de diciembre de 2011 y 2012

(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)

**(1) Constitución y objeto**

Markpromotion Publicidad S.A. fue constituida mediante escritura pública ante la Notaría Tercera del cantón Quito el 19 de enero de 2011 e inscrita en el Registro Mercantil el 01 de abril del mismo año, bajo el número 1097, Tomo 142.

El capital suscrito de la Compañía al 31 de diciembre del 2012 comprende 800 acciones ordinarias de valor nominal de un dólar de los Estados Unidos de América (US\$1) cada una.

El objeto de la Compañía es la creación, diseño, organización, coordinación, ventas y promoción de locales comerciales; A la supervisión y realización de eventos, espectáculos, acciones promocionales, acontecimientos deportivos, cursos, congresos, convenciones, desfiles, conciertos; A la creación, diseño, organización, coordinación, y supervisión de materiales y elementos, y piezas promocionales y publicitarias.

**(2) Principales políticas contables**

**Declaración de cumplimiento.-**

Los estados financieros han sido preparados de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Los estados financieros de acuerdo a NIIF, al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2011, así como el estado de situación financiera de apertura al 19 de enero de 2011, han sido preparados exclusivamente para ser utilizados por la Administración de la Compañía.

Los estados financieros de la Compañía, al 31 de diciembre de 2011, fueron preparados de acuerdo con Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA) en el Ecuador, los cuales fueron considerados como los PCGA previos (anteriores), tal como se define en la NIIF No. 1 "Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera", para la preparación de los estados financieros de situación financiera de acuerdo a NIIF al 1 de enero y al 31 de diciembre de 2011. Los PCGA anteriores, difieren en ciertos aspectos de las NIIF.

## **MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

**Notas a los Estados Financieros**

**Al 31 de diciembre de 2011 y 2012**

**(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)**

La preparación de los presentes estados financieros en conformidad con las NIIF, requieren que la Administración, realice ciertas estimaciones y establezca algunos supuestos inherentes a la actividad económica de la entidad, con el propósito de determinar la valuación y presentación de algunas partidas que forman parte de los estados financieros. En opinión de la Administración, tales estimaciones y supuestos estuvieron basados en la mejor utilización de la información disponible al momento, los cuales podrían llegar a diferir de sus efectos finales.

A continuación se describen las principales políticas contables adoptadas en la preparación y presentación de estos estados financieros. Tal como lo requiere la NIIF No. 1, estas políticas han sido definidas en función de las NIIF vigentes al 31 de diciembre de 2012, aplicadas de manera uniforme a todos los periodos que se presentan.

### **Base de Presentación.-**

Los estados financieros de la Compañía comprenden los estados de situación financiera al 19 de enero de 2011 (fecha de constitución), 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2012; así como los estados de resultados integrales por los años terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2012, los estados de cambios en el patrimonio, y los estados de flujos de efectivo por los años terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2012.

Los estados financieros adjuntos han sido preparados de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), y se presentan en dólares de los Estados Unidos de América, que es la moneda funcional de la Compañía y de curso legal en la República del Ecuador.

### **Efectivo y equivalentes de efectivo.-**

La Compañía para propósitos de presentación del estado de flujos de efectivo ha definido como efectivo, el saldo del disponible en caja y bancos.

### **Impuesto a la renta.-**

El gasto por impuesto a la renta representa la suma del impuesto a la renta por pagar corriente y el impuesto diferido.

## **MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

### **Notas a los Estados Financieros**

**Al 31 de diciembre de 2011 y 2012**

**(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)**

Los impuestos corrientes y diferidos, deberán reconocerse como ingreso o gasto, y ser incluidos en el resultado, excepto en la medida en que hayan surgido de una transacción o suceso que se reconoce fuera del resultado, ya sea en otro resultado integral o directamente en el patrimonio, en cuyo caso el impuesto también se reconoce fuera del resultado; o cuando surgen del registro inicial de una combinación de negocios.

**Impuesto corriente.-** El impuesto por pagar corriente se basa en la utilidad gravable (tributaria) registrada durante el año. La utilidad gravable difiere de la utilidad contable, debido a las partidas de ingresos o gastos imponibles o deducibles y partidas que nunca son gravables o deducibles. El pasivo de la Compañía por concepto del impuesto corriente se calcula utilizando las tasas fiscales aprobadas al final de cada período.

Las disposiciones tributarias vigentes establecen que la tasa corporativa de impuesto a la renta será del 23% sobre las utilidades gravables para el año 2012 (24% para el año 2011).

### **Costos y gastos.-**

Por los ejercicios económicos 2011 y 2013 la compañía no registra costos ni gastos. Los mismos que de haberlos se registrarían al costo histórico. Los costos y gastos se reconocen a medida que son incurridos, independientemente de la fecha en que se haya realizado el pago, y se registran en el período más cercano en el que se conocen.

### **Compensación de saldos y transacciones.-**

Como norma general en los estados financieros no se compensan los activos y pasivos, tampoco los ingresos y gastos, salvo aquellos casos en los que la compensación sea requerida o permitida por alguna norma y esta presentación sea el reflejo de la esencia de la transacción.

### **Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)**

La Superintendencia de Compañías estableció mediante Resolución No. 06.Q.ICI.004 del 21 de agosto del 2006, la adopción de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y su aplicación obligatoria por parte de las compañías y entidades sujetas a su control y

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

**Notas a los Estados Financieros**

**Al 31 de diciembre de 2011 y 2012**

**(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)**

vigilancia, a partir del 1 de enero de 2009, la cual fue ratificada con la Resolución No. ADM 08199 del 3 de julio del 2008. Adicionalmente, se estableció el cumplimiento de un cronograma de aplicación según lo dispuesto en la Resolución No. 08.G.DSC.010 del 20 de noviembre del 2008. La Compañía está obligada a presentar sus estados financieros de acuerdo con NIIF a partir del 1 de enero de 2012.

Conforme a esta Resolución, hasta el 31 de diciembre del 2011, la Compañía preparó sus estados financieros de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en el Ecuador. Desde el 1 de enero de 2012, los estados financieros de la Compañía son preparados de acuerdo a NIIF.

De acuerdo a lo antes indicado, la Compañía definió como su periodo de transición a las NIIF el año 2011, estableciendo como fecha para la medición de los efectos de primera aplicación el 1 de enero de 2011.

La aplicación de las NIIF supone, con respecto a los principios de contabilidad generalmente aceptados en el Ecuador que se encontraban vigentes al momento de prepararse los estados financieros correspondientes al año 2011:

- Cambios en las políticas contables, criterios de medición y forma de presentación de los estados financieros.
- La incorporación de un nuevo estado financiero, el estado de resultado integral.
- Un incremento significativo de la información incluida en las notas a los estados financieros.

**Conciliación del patrimonio neto al 1 de enero y al 31 de diciembre de 2011.-**

Producto de la adopción de NIIF, el patrimonio de la Compañía no ha sufrido variación alguna.

**(3) Efectivo y equivalentes de efectivo**

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, la cuenta se halla conformada por:

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

Notas a los Estados Financieros

Al 31 de diciembre de 2011 y 2012

(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)

	<u>2012</u>	<u>2011</u>
Caja y Bancos	US\$ <u>200</u>	<u>200</u>
	US\$ <u>200</u>	<u>200</u>

**(4) Cuentas por cobrar**

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011, las cuentas por cobrar se conforman según el siguiente detalle:

	<u>2012</u>	<u>2011</u>
Deudores Varios	US\$ <u>600</u>	<u>600</u>
	US\$ <u>600</u>	<u>600</u>

**(5) Patrimonio de los accionistas**

**Capital**

Markpromotion Publicidad S.A. fue constituida mediante escritura pública ante la Notaria Tercera del cantón Quito el 19 de Enero de 2011. El capital suscrito de la Compañía al 31 de diciembre del 2012 comprende 800 acciones ordinarias de valor nominal de un dólar de los Estados Unidos de América (US\$1) cada una.

**(6) Eventos subsecuentes**

Entre el 31 de diciembre de 2012 y hasta la fecha de emisión del presente informe, no se produjeron eventos, que en opinión de la administración de la Compañía, pudieran tener un efecto significativo sobre los estados financieros que se adjuntan.

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**

**Notas a los Estados Financieros**

**Al 31 de diciembre de 2011 y 2012**

**(Expresados en dólares de los Estados Unidos de América – US\$)**

**(7) Aprobación de los estados financieros**

Los estados financieros de la Compañía, al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2012, han sido aprobados por la gerencia en fecha 10 marzo de 2014, y serán presentados a los Accionistas para su aprobación. En opinión de la Gerencia de la Compañía, los estados financieros serán aprobados por la Junta de Accionistas sin modificaciones.



*CPA. Ldo. Luis Vargas Monar*  
**CONTADOR**