

## **1. INFORMACION GENERAL**

Markpromotion Publicidad S.A. fue constituida mediante escritura pública ante la Notaria Tercera del cantón Quito de fecha 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 2015 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. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES**

A continuación se describen las principales políticas contables adoptadas en la preparación de estos estados financieros de la Compañía. Estas políticas han sido diseñadas en función a las NIIF vigentes al 31 de diciembre de 2015 y aplicadas de manera uniforme a todos los años que se presentan estos estados financieros.

### **2.1 Bases de preparación de estados financieros**

Los presentes estados financieros de la Compañía han sido preparados de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera – NIIF.

### **2.2 Conversión de moneda extranjera**

#### *(a) Moneda funcional y moneda de presentación*

Las partidas en los estados financieros de la Compañía se expresan en la moneda del ambiente económico primario donde opera la entidad (moneda funcional). Los estados financieros de la Compañía se expresan en dólares estadounidenses, que es la moneda funcional y la moneda de presentación.

*(b) Transacciones y saldos*

Las transacciones en moneda extranjera, si existieran, se traducen a la moneda funcional usando los tipos de cambio vigentes a las fechas de las transacciones. Las ganancias y pérdidas por diferencias en cambio que resulten del pago de tales transacciones, se reconocen en el estado de resultados, excepto cuando son diferidos en el patrimonio en transacciones que califican como cobertura de flujos de efectivo.

## **2.3 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.

## **2.4 Activos y pasivos financieros**

### **2.4.1 Clasificación**

Al 31 de diciembre de 2015, la Compañía mantuvo activos financieros en la categoría de "cuentas por cobrar".

**Cuentas por cobrar:** representados en el estado de situación financiera por otras cuentas por cobrar.

**Otros pasivos financieros:** la compañía no mantiene pasivos financieros.

### **2.4.2 Reconocimiento y medición inicial y posterior**

#### **Reconocimiento**

La Compañía reconoce un activo o pasivo financiero en el estado de situación financiera a la fecha de la negociación y cuando se compromete a comprar o vender el activo o pagar el pasivo.

### **Medición inicial**

Los activos y pasivos financieros son medidos inicialmente a su valor razonable más cualquier costo atribuible a la transacción, que de ser significativo, es reconocido como parte del activo o pasivo; siempre que el activo o pasivo financiero no es designado como de valor razonable a través de ganancias y pérdidas y éste es significativo. Con posterioridad al reconocimiento inicial la Compañía valoriza los mismos como se describe a continuación:

### **Medición posterior**

**Préstamos y cuentas por cobrar:** Posterior a su reconocimiento inicial se miden al costo amortizado aplicando el método de interés efectivo. En específico, la Compañía presenta las siguientes cuentas dentro de esta categoría:

- (i) Cientes y otras cuentas por cobrar: Incluye principalmente montos adeudados por clientes. Si se esperan cobrar en un año o menos se clasifican como activos corrientes, de lo contrario se presentan como activos no corrientes.
- (ii) Cuentas por cobrar a entidades relacionadas: Corresponden a los montos adeudados por entidades relacionadas y accionistas por servicios prestados en el curso normal de los negocios y préstamos entregados a dichas entidades. Si se esperan cobrar en un año o menos se clasifican como activos corrientes, de lo contrario se presentan como activos no corrientes.

**Otros pasivos financieros:** Posterior a su reconocimiento inicial se miden al costo amortizado aplicando el método de interés efectivo. En específico, la Compañía presenta las siguientes cuentas dentro de esta categoría:

- (i) Proveedores y otras cuentas por pagar: Son obligaciones de pago por bienes o servicios adquiridos de proveedores en el curso normal de los negocios. Se reconocen a su valor nominal que es equivalente a su costo amortizado pues no generan intereses y son pagaderas hasta en 30 días. En caso de que sus plazos pactados de pago sean mayores a 12 meses, se presentan como pasivos no corrientes y generan intereses, que se

reconocen en el estado de resultados integrales bajo el rubro de gastos por intereses.

## **2.5 Impuesto a la renta corriente**

El gasto por Impuesto a la renta del año comprende el Impuesto a la renta corriente. El impuesto se reconoce en el estado de resultados integrales, excepto cuando se trata de partidas que se reconocen directamente en el patrimonio. En este caso el impuesto también se reconoce en otros resultados integrales o directamente en el patrimonio.

El cargo por Impuesto a la renta corriente se calcula mediante la tasa de impuesto aplicable a las utilidades gravables y se carga a los resultados del año en que se devenga con base en el impuesto por pagar exigible.

Además, es importante señalar que de acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se reduce progresivamente la tasa de Impuesto a la renta, iniciando en el 2011 con el 24% hasta llegar al 22% en el 2013 y 2014.

Para el año 2015 la tarifa general del impuesto a la renta para sociedades es del 22%, no obstante la tarifa impositiva será del 25% sobre la proporción de la base imponible que corresponda a la participación directa o indirecta de socios, accionistas, beneficiarios o similares, que sean residentes de paraísos fiscales o regímenes de menor imposición. Si dicha participación excede del 50%, la tarifa aplicable para la sociedad será del 25%.

## **3. ESTIMACIONES Y CRITERIOS CONTABLES SIGNIFICATIVOS**

La preparación de estados financieros requiere que la Administración realice estimaciones y utilice supuestos que afectan los montos incluidos en estos estados financieros y sus notas explicativas. Las estimaciones realizadas y supuestos utilizados por la Compañía se encuentran basadas en la experiencia histórica, cambios en la industria e información suministrada por fuentes externas calificadas. Sin embargo, los resultados finales podrían diferir de las estimaciones bajo ciertas condiciones.

Las estimaciones y políticas contables significativas son definidas como aquellas que son importantes para reflejar correctamente la situación financiera y los

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**  
**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS**  
**POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**  
(Expresado en dólares estadounidenses)

---

resultados de la Compañía y/o las que requieren un alto grado de juicio por parte de la Administración.

**4. EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO**

AL 31 de diciembre de 2015, presenta los siguientes saldos:

|                      | <b><u>2015</u></b> | <b><u>2014</u></b> |
|----------------------|--------------------|--------------------|
| <u>Caja y Bancos</u> | 200.00             | 200.00             |

**5. OTRAS CUENTAS POR COBRAR**

Al 31 de diciembre de 2015, esta cuenta presenta el siguiente detalle:

|                        | <b><u>2015</u></b> | <b><u>2014</u></b> |
|------------------------|--------------------|--------------------|
| <u>Deudores Varios</u> | 600,00             | 600,00             |

**6. PASIVO CORRIENTE**

Al 31 de diciembre de 2015, esta cuenta presenta el siguiente detalle:

|                          | <b><u>2015</u></b> | <b><u>2014</u></b> |
|--------------------------|--------------------|--------------------|
| <u>Acreedores Varios</u> | 250,00             | 250,00             |

**7. PATRIMONIO**

El capital suscrito de la Compañía al 31 de diciembre del 2015 comprende 800 acciones ordinarias de valor nominal de un dólar de los Estados Unidos de América (US\$1) cada una.

**MARKPROMOTION PUBLICIDAD S.A.**  
**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS**  
**POR EL AÑO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**  
(Expresado en dólares estadounidenses)

---

|                        | <u><b>2015</b></u>   | <u><b>2014</b></u>   |
|------------------------|----------------------|----------------------|
| Capital                | 800.00               | 800.00               |
| Pérdidas Acumuladas    | (250.00)             | 0.00                 |
| Utilidad del Ejercicio | 0.00                 | 0.00                 |
| Perdida del Ejercicio  | 0.00                 | (250.00)             |
|                        | <u><b>550.00</b></u> | <u><b>550.00</b></u> |

**8. INGRESOS, COSTOS Y GASTOS**

La compañía al 31 de diciembre de 2015, no obtuvo ingresos y tampoco registro costos y gastos, durante este año fiscal.

**9. EVENTOS SUBSECUENTES**

Entre el 31 de diciembre de 2015 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.

**10. APROBACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**

Los estados financieros de la Compañía, al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2015, han sido aprobados por la gerencia.



CPA. Lcdo. Luis Vargas Monar  
**CONTADOR**