

**Informe de la Administración a la Junta
General Ordinaria de Accionistas por el año 2014**

El 2014 fue un año bastante especial para la empresa por temas externos relacionado con los socios e internos por cambios en los paquetes societarios y administración de la empresa. El socio Edimpres quien además era proveedor de la impresión de los diarios desde el inicio de las operaciones, entro en liquidación en agosto, lo que llevo a la Administración a buscar otras opciones de imprentas.

Se negoció con El Comercio para imprimir la edición de Quito, El Mercurio para imprimir la edición de Guayaquil y Cuenca. Desde el mes de agosto se procedió al cambio de las oficinas de la empresa en las tres ciudades. Considerando que la Superintendencia de Comunicación determinó que el diario Metro es nacional, en el mes de septiembre se unificaron la tres marcas locales: Metrohoy, Metroquil y Metrocuenca, en una sola: Metro Ecuador. En diciembre MISA (Metro Internacional) compró la mayoría del paquete accionario de la empresa, de esta manera la empresa se consolidó como una franquicia internacional manteniendo los contenidos apolíticos.

Algunas cifras macroeconómicas del Ecuador en el 2014 (la fuente entre paréntesis):

- Inflación 3.67%, 36% superior que la del 2013 (INEC).
- Reserva Internacional de Libre Disponibilidad: bajó en 2.93%, llegando a 3.949M de dólares frente a 4.068M del 2013 (BCE).
- Riesgo país (EMBI) subió en un 65%, ubicándose en 875 puntos, 530 en 2013. (BCE)
- Desempleo 3.80 en 2014 → 8.4% menor al del 2013: 4.15% (INEC)
- Tasa activa de interés 8.12% promedio, menor que el 2013 → 8.17%. (BCE).
- Tasa pasiva 4.90% promedio, mayor que el 2013 → 4.53% (BCE).
- Exportaciones 25.732M de dólares 3.46% mayor al 2013. (BCE)
- Importaciones 26.459M de dólares, 2.21% mayor al 2013. (BCE)
- Balanza Comercial: \$ -727M, frente a -1.041M del 2013. (BCE)

METRO ECUADOR (QUITO, CUENCA Y GUAYAQUIL) EN EL 2014

A continuación me permito hacer un pequeño resumen por área de lo más destacado en el año.

CIRCULACIÓN

En la edición de Cuenca se realizaron cambios en los puntos de distribución los mismos que fueron solicitados por la parte comercial.

De enero a julio, la edición de Guayaquil, impresa en Edimpres mantuvo varios problemas en cuanto a la calidad de la impresión y retrasos debido a problemas logísticos por la impresión en Quito y traslado a Guayaquil, esto por la temporada invernal accidentes en la vía o problemas de tránsito.

A partir de Agosto con el cierre repentino de Edimpres debimos aplicar un plan de contingencia para la impresión de las dos ediciones que imprimíamos con dicho proveedor realizando impresión de las ediciones de Quito en las instalaciones de Diario El Comercio y la edición de Guayaquil en Diario el Mercurio Cuenca, en este último caso acortando el tiempo de tránsito de la carga de 8 a 3 horas, minimizando al máximo retrasos en la distribución y problemas de calidad de impresión.

De esta forma se reducen a cero los costos de horas extras que manteníamos con el proveedor de personal para distribución en Guayaquil, así como se disminuyen costos de transporte para dicha ciudad.

A pesar de lo complicado de la situación y el cambio abrupto, se lograron aplicar soluciones inmediatas y conseguimos realizar movimientos logísticos para tener materia prima lista en los nuevos proveedores para imprimir el diario sin dejar de circular ni un solo día, gracias a negociaciones previas con los diferentes proveedores para tener listo un back up de impresión.

Tanto el tema de cambio de impresores para las ediciones de Quito y Guayaquil como la contratación directa de los promotores de Cuenca y Guayaquil generaron un incremento en los costos que no estaban presupuestados y la necesidad de mayor flujo de caja para afrontar créditos de 45 días en Quito y 30 en Cuenca que logramos alargarlo informalmente en 90 días.

REDACCIÓN:

En el departamento editorial se trabajó en una nueva propuesta para mejorar el contenido en las distintas notas del diario, en la base de optimizar la comunicación con el lector. En este sentido se apostó a la inversión más directa del departamento de diseño en equipos de trabajo con los periodistas para que las investigaciones sean mejor elaboradas y lleven la parte gráfica de una forma más atractiva y con datos que sean de mayor información. Así, de una manera más didáctica, los lectores fueron captados para el análisis de las notas.

Además, el personal comenzó a ser capacitado para enfrentar el nuevo reto de lo que significaría, en el futuro, inmiscuirse más en el periodismo web, con la inclusión de la nueva página web para el 2015, como proyecto ya establecido anteriormente. De esta manera se inició con la aplicación del trabajo en coberturas web, ayudados con smartphones para la información. Esto como un refuerzo para el diario impreso que sin duda mejoró mucho más en contenido.

La adaptación de estos nuevos sistemas, tanto en la parte de diseño, como en la parte web, demandó de los comunicadores de este diario, la sincronización de trabajo con los equipos establecidos, que además ayudó para un mejor acercamiento con la parte comercial, con el que se trabajó estrechamente en la elaboración de especiales y las sugerencias de ideas para productos publicitarios.

Se potencializó la información para las distintas ciudades, dándoles al diario contenido propio de cada localidad, sin embargo, también se apostó a reforzar la imagen de que somos un periódico de circulación nacional e internacional.

Finalmente, todo el personal editorial a recibido las nuevas normativas que demanda la Ley de Comunicación, para evitar complicaciones que involucren a la empresa y a su trabajo profesional. Así se han acoplado los reglamentos a las labores diarias para respetar la ley en esos sentidos.

MERCADEO

En el 2014 se realizaron varias acciones para ahorrar costos sobre el presupuesto aprobado. La mayoría de actividades y pautas se consiguieron en canje. Las actividades realizadas fueron:

- Ediciones especiales / Edición Kwichuá, activación calle con el ballet folklórico Jacchigua para sorprender a los lectores en calle.
- Campaña publicitaria: "Las mejores cosas de la vida no cuestan nada, como tú Metro". Lanzamiento en medios y actividades en agencias de Publicidad.
- Estudio de Mercado "Metropolitan Report": Este documento fue realizado con la agencia Maruri Research, con una muestra de 900 personas en Quito, Guayaquil y Cuenca.
Se realizaron además de focus groups en cada ciudad, 6 en Guayaquil, 6 en Quito y 3 en Cuenca. El resultado fue un documento para presentar a nuestros clientes que avala la realidad de Metro en Ecuador en cuanto a lectoría y nos permite contrastar las bajas mediciones de Kantar/Ibope.
- Realización de los eventos "Metropolitan Breakfast" para entregar el "Metropolitan Breakfast" a clientes y agencias. Tuvimos llenos totales en ambas ciudades.

- Actividades de fidelización en agencias de publicidad con el "Metro Pizza".
- Realización constante de promociones en redes sociales, Meet and Greet con artistas famosos. El más destacado del 2014 fue el concierto de Metálica, logrando a través del mismo un incremento de 14.000 fans nuevos en una semana y media.
- Realización de eventos "Años Viejos", generando un ingreso a la empresa de \$55K con una utilidad de \$18K.
- Realización del concurso: "Historias de Tren" con el Ministerio de Turismo.
- El "Metro Photo Challenge" se realizó con Casa Matriz por cuarto año consecutivo. Conseguimos que el mismo sea un éxito económico por la venta de auspicios y tuvimos una exposición de marca en caros medios a través de la campaña para captar concursantes.

PAGINA WEB Y REDES SOCIALES

Durante el 2014, el trabajo se centró en afianzar la presencia de nuestra marca en el entorno web. La página recibió 914.918 sesiones contabilizando un total de 1.371.526 páginas vistas.

En Facebook, el incremento fue significativo al inicial el año con 40.052 seguidores alcanzando los 71.421 para fin de año, un alcance de 31.369 usuarios más. Las campañas de los conciertos de Metálica, Demi Lovato y David Guetta dieron los resultados esperados en relación al potencial desarrollado para ellas.

En Twitter, el 2014 inició con 6162 seguidores la suma alcanzó para diciembre los 9021, un incremento de 2859 usuarios.

La página web durante este tiempo fue depurada, consiguiendo delinear procesos claros de producción de contenidos, creando información propia basada en video. El proceso de capacitación al personal fue importante, por ejemplo se logró la certificación Google Adwords de dos editoras.

TECNOLOGIAS (IT)

En el Departamento Técnico se realizaron las siguientes actividades, estando la mayoría relacionadas al cambio de oficinas de las tres ciudades:

- Cableado estructurado certificado, diseño y configuración.
- Distribución y enlace tanto de Red de Datos como de Voz punto a punto.
- Cableado para energía regulada UPS y energía normal EEQ.

- Integración de Mail Server propio.
- Propagación a nivel nacional del dominio @metroecuador.com.ec cuentas de correo de clientes internos.
- Renovación de Equipos portátiles área de ventas.
- Implementación de control de Temperatura en el cuarto de comunicaciones para mantenimiento de Hardware.
- Implementación de sistema de control visual (Cámaras Internas) Oficinas Quito.
- Implementación e instalación de televisores en área de Redacción (2) y 1 TV en Sala de reuniones con sistema inteligente Apple TV.
- Implementación de estación tipo araña para conferencias en salas de reuniones en ambas ciudades.
- Implementación de equipos y señalética de seguridad (Requerimiento CBQ)
- Implementación de 3 routers para áreas Wifi, malla inalámbrica en las oficinas Quito y Guayaquil.
- Cambios de Hardware en servidores HP PROLIANT G4 Y G5 (Adpoint).
- Integración de Proxy (Firewall) a la red de internet.
- Mantenimientos preventivos correctivos tanto de servidores como de equipos de clientes a nivel en MetroEcuador.

VENTAS:

El año 2014 fue un año que el mercado publicitario se redujo frente al 2013 y particularmente el mercado de prensa decayó notablemente como se verá mas adelante.

Se siguieron sintiendo los efectos de la nueva ley de comunicación que prohíbe el uso de piezas publicitarias hechas en el extranjero. La prórroga que tenían los clientes para los anuncios que ya habían sido contratados previos a la publicación de la ley acabó en junio 2014 y a partir de esa fecha está prohibido el uso de dichas piezas.

GRÁFICO

MERCADO PUBLICITARIO ECUATORIANO EN EL 2014

- De acuerdo a Infomedia Ibope el mercado de prensa del 2014 tuvo un decrecimiento en relación al 2013, del -12.2%.
- El principal inversor en la categoría de Prensa son las Instituciones Públicas con el 11,8% del total.
- El mercado Publicitario en general decreció un -2.7%, con respecto al 2013. Radio creció un 4,4%, la Televisión decreció -1.2%, los Suplementos decrecieron -16% y las revistas decrecieron 18.8%
- El Market share 2014 de publicidad fue de la siguiente manera: TV 60% (-4% VS 2013), Prensa 17% (-3%), Radio 12% (-7%), Suplementos 3% (-), Revistas 3% (-1) y Vía Pública 5% (-2%).

- De acuerdo a Infomedia Ibope, e inversión en dólares, en el 2014, Metro Ecuador mantiene el cuarto lugar con el 7,6% del Market Share. El Universo terminó en el primer lugar con el 28.46%, El Comercio segundo con el 28.3%, Extra tercero con 9.7%, Telegrafo 5.7%, Ultimas Noticias 1.1% y la Hora 0.9%. En la medición constan 17 diarios.

RESULTADOS DE VENTAS METRO EN QUITO, GUAYAQUIL Y CUENCA EN EL 2014:

- Las ventas de Metro en Quito del 2014 llegaron a \$2.069M frente a \$2.054M de presupuesto, 101% de cumplimiento.
- Las ventas de Metro en Guayaquil del 2014 llegaron a \$1.211M frente a \$1.252M de presupuesto. El 97% de cumplimiento.
- Las ventas de Metro en Cuenca del 2014 llegaron a 334K de ventas frente a 200K de presupuesto. El 167% de cumplimiento.
- Metro en Quito en relación al 2013 (ventas por 1.786) creció un 16% y en relación al 2012 (ventas por 1.937M) creció un 7%.
- Metro en Guayaquil por su parte en relación al 2013 (ventas por 1.131) creció un 7% y en relación al 2012 (ventas por 1.252M) decreció un -3%.
- No se presenta la comparación con Metro Cuenca puesto que la operación arrancó a mitad del 2013.
- Total Metro Ecuador 2014: 3.616M frente un presupuesto de 3.697M, un 98% de cumplimiento. En comparación a la venta de 3.118M del 2013, el crecimiento es del 16% y frente al 2012 (3.194M) el crecimiento es del 13%.
- En los datos anteriores no están considerados los canjes. La mayoría de estos canjes son "aire" es decir espacios en TV, radio, vallas y revistas.

A continuación un resumen de los estados financieros a diciembre del 2014.

ANALISIS DE ACTIVOS

1. ACTIVOS CORRIENTES

EFFECTIVO

El saldo de efectivo al cierre del ejercicio es mejor que el cierre del año anterior, al 31 de diciembre de 2014 es de USD 47.007.

En relación al flujo de caja durante el 2014 se obtuvieron propagos aproximados por USD 300.000, la cobranza normal de los clientes fue inferior al año 2013 dado al aumento de los días de rotación de cartera, en Quito se mantuvo en 22 días y en el caso de Guayaquil sube de 35 a 47 días principalmente por la cartera pendiente de pago del Municipio de Guayaquil. La compañía ha logrado cancelar deudas normales del año corriente y del año 2013, logrando reducir su deuda a comparación del año anterior, manteniendo actualmente solo una deuda corriente y en el caso de los principales proveedores (Edimpras, Prodedit, MISA y Papeles Bio Bio) una

deuda negociada y pagadera de acuerdo a vencimientos acordados por dichos proveedores.

La principal tarea de la administración es fortalecer la posición de caja, mantener durante el año 2015, lograr poner al día la deuda con sus principales proveedores, cerrando el año con una deuda corriente, normal sin atrasos y en medida de lo posible sin deuda bancaria, para lo cual se podría tomar algunas acciones en relación a la reducción del crédito otorgado a clientes para lo cual el área comercial ofrecerá algunos beneficios (descuento pronto pago, bonificación de espacios, entre otras), adicionalmente se espera conseguir durante el año un monto superior de prepagos con clientes.

ACTIVOS FINANCIEROS

La principal composición de este rubro está dado por las cuentas por cobrar corrientes a clientes del negocio en Quito, Guayaquil y Cuenca, netos de las provisiones de incobrables establecidas según la política de la compañía. La rotación de cuentas por cobrar en promedio es de 35 días y la provisión de incobrables generada en el año 2014 es de USD 5.000. La administración está tomando las acciones necesarias para mejorar la rotación de cuentas por cobrar, así como también eventualmente contratar los servicios de una empresa de cobranza judicial reduciendo así el impacto de incobrabilidad para el año 2015.

OTRAS CUENTAS POR COBRAR

El saldo representa cuentas por cobrar menores a empleados de la compañía, por préstamos, anticipos normales de sueldo y anticipos de bonos, los cuales serán liquidados y descontados en el 2015.

INVENTARIOS

Dentro de este rubro se clasifica el stock de papel periódico a la fecha del cierre, al 31 de diciembre de 2014 corresponde al inventario físico mantenido en la almacenera donde se guarda el papel y algunas bobinas de papel colocadas en las instalaciones del proveedor de la impresión (en Quito y Cuenca) por USD 45.382, adicionalmente se contabiliza en este rubro un total de USD 306,88 correspondiente a costos de importación de papel embarcada la última semana de diciembre que está en tránsito hacia el país.

Se espera en el transcurso del año mejorar el stock mantenido en bodega hasta llegar a 2 meses mínimos, esto dependerá del resultado de las negociaciones de crédito con el proveedor.

SERVICIOS Y OTROS PAGOS ANTICIPADOS

Se han registrado bajo este rubro gastos pagados por anticipados que tienen uso en el año 2015, además del registro de anticipos a proveedoras por gastos consumados y registrados en el año 2015.

ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

Se mantienen dentro de este rubro los saldos de crédito tributario por retenciones efectuadas por nuestros clientes (retención en la fuente del 1%, 2% y retención de IVA 30%; 70%) porque Gulasa no es "Contribuyente Especial". Además se registran los créditos por IVA de compras habituales, servicios y materia prima papel.

En este periodo la administración solicitó al SRI la devolución del Crédito Tributario del IVA, obteniendo un resultado positivo, ingreso a la cuenta de la empresa por este motivo un valor de \$114.173, en el 2015 también se gestionará esta devolución.

2. ACTIVOS NO CORRIENTES

PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO (NETOS)

La principal composición de este rubro dice relación con las instalaciones de las oficinas en Quito y Guayaquil, lo componen el mobiliario (cabe destacar que se hizo un canje con la compañía ATU por \$105.000 dólares en muebles para las dos oficinas en las ciudades mencionadas), los equipos de computación y servidores de la compañía, además de 3 vehículos para uso de la gerencia general y comercial.

INTANGIBLES

Dentro de este rubro se clasifica el valor aportado por el accionista Metro Internacional, que corresponde al software y know how usado por Metro Ecuador, a valor neto de la amortización normal del año. La licencia por el uso de este activo es de 10 años que tiene relación directa con el periodo de duración de contrato firmado con el socio extranjero. La vida útil restante de este intangible es de 4 años y 6 meses.

ACTIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS

La empresa debe reconocer el impacto de los impuestos diferidos al cierre de cada ejercicio comercial, tanto a nivel de balance como su impacto en el resultado financiero de las compañías. Dichos impuestos corresponden a la diferencia que existe entre la base tributaria según la ley de la renta y el valor financiero según las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante NIIF). Registrar activos por impuestos diferidos implica reconocer impuesto a la renta por recuperar en ejercicios posteriores.

Para el análisis del Holding Diunesa, los impuestos diferidos reconocidos corresponden principalmente a la diferencia por haber reconocido intereses en las operaciones entre empresas relacionadas y el reconocimiento de los beneficios a empleados (jubilación patronal y dasahucio).

ACTIVOS FINANCIEROS NO CORRIENTES

Corresponde a un valor aún por descontar de una deuda por cobrar con la compañía Prodata, quien provee los servicios de internet a través del proveedor de este servicio Miltec esta deuda terminó a mediados de año.

ANÁLISIS DE PASIVOS

1. PASIVOS CORRIENTES

CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR

Este rubro se compone de los proveedores habituales, compra de materia prima papel y los servicios de impresión. Las principales deudas al cierre del año 2014 corresponden a:

- ✓ Franquicia y servicios de Metro Internacional.
- ✓ Edimpras y Prodedim (proveedores de impresión)
- ✓ Papeles Bio Bio (papel)
- ✓ Otros proveedores (gastos de oficina, honorarios, servicios básicos, canjes entre otros)

OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS

Este rubro se compone de saldo por pagar al Banco Pichincha por un sobregiro contable al cierre del ejercicio 2014.

PROVISIONES

En esta clasificación se registran aquellas obligaciones contraídas por la compañía que al cierre del ejercicio no han sido documentadas, no se ha recibido la factura por los servicios contratados y/o por acuerdo con el proveedor serán cancelados y facturados en el año 2015. Las principales provisiones al cierre del año 2014 son:

- ✓ Provisión por servicios de auditoría 2014 facturados y pagados al 2015.
- ✓ Provisión de bonos de cumplimiento de las distintas gerencias.
- ✓ Provisión de canjes de años anteriores.

OTRAS OBLIGACIONES CORRIENTES

Dentro de este rubro se clasifican las obligaciones con trabajadores por décimo tercer y décimo cuarto sueldo. Adicionalmente se registran los impuestos y retenciones corrientes del mes de diciembre por pagar en enero del 2014, los aportes por pagar del empleador, los aportes de los empleados y sus créditos al IESS, se incluye también el saldo de remuneraciones por pagar del mes, principalmente las comisiones y bonos devengados del mes de noviembre y diciembre pagaderos durante el 2014.

ANTICIPO DE CLIENTES

Por este rubro se reconocen anticipos de clientes recibidos y que aún no se han liquidado, principalmente por algunos prepagos y otros clientes menores.

OTROS PASIVOS CORRIENTES

Se reconoce principalmente algunas provisiones de costos y gastos por documentarse el año siguiente, las provisiones de canjes por usos que aun no son documentados por el proveedor y algunas deudas documentadas como el uso de la tarjeta de crédito de la compañía.

2. PASIVOS NO CORRIENTES

OBLIGACIONES CON INSTITUCIONES FINANCIERAS

No mantiene ninguna obligación con instituciones Financieras.

PROVISIONES POR BENEFICIOS A EMPLEADOS

A partir del año 2011 y por disposición de la Superintendencia de Compañías del Ecuador, todas las empresas supervisadas por esta institución deberán presentar información anual bajo NIIF. De acuerdo con la NIC 19 los costos por beneficios a empleados deben reconocerse cuando se devengan, independientemente del momento del pago. La compañía debió contratar los servicios de la empresa Servicios Actuariales y de Consultoría Actuarial Cía. Ltda., en función que la norma exige que los cálculos actuariales sean preparados por una empresa externa, independientemente y experta en el tema.

Los montos mantenidos en este rubro corresponden a las provisiones por jubilación Patronal de acuerdo a la Ley y las Bonificaciones por desahucio de acuerdo a lo establecido en el Código de Trabajo.

PASIVOS DIFERIDOS

Se reconoce de acuerdo a las NIIF, aquellas partidas que por diferencia temporal entre la base tributaria y contable, generan en un futuro un mayor impuesto a pagar o en su defecto menores devoluciones o créditos a favor de la compañía, en la medida que se recuperen los activos o se liquiden los pasivos que generan estas diferencias. Adicionalmente en este rubro se registran las provisiones de ingresos facturados y no publicados y que por acuerdos con clientes fueron facturados al cierre del ejercicio.

ANALISIS DE PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS

Este rubro corresponde al capital suscrito y pagado por las acciones, y al autorizado y registrado en la Superintendencia de Compañías del Ecuador.

RESULTADOS ACUMULADOS

Dentro del patrimonio se mantienen aún pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores, obtenidas principalmente en la operación de Guayaquil, hasta el año 2011 y los resultados propios de la operación de la empresa Holding.

Diunesa tiene un resultado acumulado en pérdida por USD -262.448 para salir de la causal de disolución se van a tomar las medidas necesarias con los accionistas para salir de la misma.

Guisa tiene un resultado acumulado en pérdida por USD -157945, MISA decide compensar cuentas con GUIASA por USD 133769.92 con idea de capitalizarlo.

Publicaciones Quil tiene un resultado acumulado en pérdida de USD -919.855, esto por deudas con Edimpres (que se termina de pagar en octubre de 2015). MISA por las franquicias, Diunesa y Guisa. La empresa se encuentra en liquidación, hecho aceptado por los socios. Fui nombrado, en mi calidad de Gerente General, como liquidador de la mencionada empresa por la Superintendencia de Compañías

ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS

INGRESO DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

Dentro de esta categoría se reconocen los ingresos provenientes de las ventas de los servicios de publicidad, productos especiales, a su valor razonable sean estos cobrados o por cobrar, netos de las rebajas por descuentos comerciales y de las notas de crédito del periodo. Se reconocen además los ingresos facturados por los contratos de canje de acuerdo a las pautas publicadas de la contraparte.

COSTOS DE VENTAS Y PRODUCCION

El costo de venta y producción incluye aquellos rubros relacionados con la producción de nuestros servicios de publicidad:

- ✓ Costos de consumo, almacenaje y transporte de papel.
- ✓ Servicios de impresión de periódico.
- ✓ Costos adicionales por actividades especiales (venta no Green)
- ✓ Costos y remuneraciones del personal de Diseño y Editorial.
- ✓ Costos y remuneraciones del personal de Distribución.

Se hace notar el incremento en relación al año anterior, básicamente por el aumento a contar del segundo semestre en la cantidad de ejemplares, así como también la apertura de la ciudad de Cuenca.

GASTOS DE VENTAS

Los gastos de ventas corresponden principalmente a los relacionados con la comercialización de nuestros servicios publicitarios, costos y gastos de la promoción de nuestra marca y productos y las comisiones y/o bonificaciones acordadas con las agencias de publicidad, se compone de:

- ✓ Remuneraciones del personal comercial, ejecutivos de venta y directores.
- ✓ Comisión y bonos de cumplimiento.
- ✓ Gastos de promociones, campañas, estrategias comerciales, posicionamiento de marca, actividades externas.
- ✓ Comisiones y bonificaciones con agencias de publicidad.
- ✓ Se castigó la cartera por \$100.000

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración y ventas se reconocen en el período de acuerdo a lo devengado, es decir cuando se conocen en función de los acuerdos con proveedores. Corresponden principalmente a:

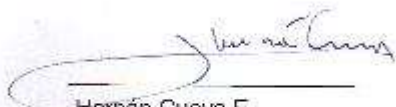
- ✓ Remuneraciones del personal administrativo financiero y gerencia general.
- ✓ Costos de servicios básicos.
- ✓ Impuestos tasas y contribuciones.
- ✓ Depreciaciones de los activos de las compañías.
- ✓ Gastos legales, asesorías y abogados.
- ✓ Intereses, multas y otros pagos a entidades fiscales y del Estado.
- ✓ Provisión de cuentas incobrables.
- ✓ Costos de jubilación patronal y desahucio.
- ✓ Amortización de intangibles.
- ✓ Franquicia Metro Internacional.
- ✓ Uso de canjes.

GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros corresponden principalmente a aquellos desembolsos efectuados en función de la obtención de recursos frescos en el mercado financiero, así como también los pagos a proveedores por el aplazamiento en pago de deuda corriente, a saber:

- ✓ Intereses devengados por créditos en Banco Pichincha (en Guayaquil y que se terminó de pagar en diciembre 2014).

- ✓ Pago de intereses por mayor plazo de pagos, proveedor de papel e impresión.
- ✓ Gastos ordinarios por mantención y uso de cuentas corrientes.



Hernán Cueva E.
Gerente General
Grupo Empresarial Diunesa Diarios Unidos del Ecuador S.A.