

65635

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

ESTADOS FINANCIEROS

31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010



MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

ESTADOS FINANCIEROS

**POR LOS AÑOS TERMINADOS AL
31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010**

INDICE

Informe de los auditores independientes

Estados de situación financiera

Estados de resultados integrales

Estados de cambios en el patrimonio

Estados de flujos de efectivo

Notas a los estados financieros

Abreviaturas usadas:

US\$	-	Dólar estadounidense
NEC	-	Normas Ecuatorianas de Contabilidad
NIIF	-	Normas Internacionales de Información Financiera
NIIF 1	-	Norma Internacional de Información Financiera No. 1 "Adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera"



Q Av. Amazonas 477 y Robles, Of. 720

T +593 (2) 2506 866

F +593 (2) 2554 656

G Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcivar,
Centro Empresarial Las Cámaras, Of. 401 y 503

T +593 (4) 2683 789

F +593 (4) 2683 873

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Accionistas de

www.moorestephens-ec.com

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

Guayaquil, 25 de septiembre del 2012

Informe sobre los estados financieros

1. Hemos auditado los estados financieros que se acompañan de MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD, que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre del 2011, y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, así como un resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la Administración de la Compañía por los estados financieros

2. La Administración de MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD es responsable de la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), y del control interno necesario para permitir la preparación de estados financieros que estén libres de distorsiones significativas, debido a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

3. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre estos estados financieros basados en nuestra auditoría. Nuestra auditoría fue efectuada de acuerdo con Normas Internacionales de Auditoría. Dichas normas requieren que cumplamos con requisitos éticos y planifiquemos y realicemos la auditoría para obtener certeza razonable de que los estados financieros no están afectados por distorsiones significativas. Una auditoría comprende la aplicación de procedimientos destinados a la obtención de la evidencia de auditoría sobre las cantidades y revelaciones presentadas en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor e incluyen la evaluación del riesgo de distorsiones significativas en los estados financieros por fraude o error. Al efectuar esta evaluación de riesgo, el auditor toma en consideración los controles internos de la Compañía, relevantes para la preparación y presentación razonable de sus estados financieros, a fin de diseñar procedimientos de auditoría adecuados a las circunstancias, pero no con el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. Una auditoría también comprende la evaluación de que las

A los Accionistas de
MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD
Guayaquil, 25 de septiembre del 2012

políticas contables utilizadas son apropiadas y de que las estimaciones contables hechas por la Administración son razonables, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionar una base para expresar nuestra opinión de auditoría.

Opinión

4. En nuestra opinión, los estados financieros arriba mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD al 31 de diciembre del 2011, y el desempeño de sus operaciones y sus flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de conformidad con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Énfasis

5. Por los motivos descritos en la Nota 21 adjunta, se establece la relación entre la legalización de activos por aproximadamente US\$2,250,000 y la transferencia de acciones de la Compañía Blue Moon Trading S.A. a MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD.

MOORE STEPHENS & ASOCIADOS CIA. LTDA.

Número de Registro en la
Superintendencia de
Compañías: SC-RNAE-2-760

Vladimir Niama

Vladimir Niama A.
Socio
No. de Registro: 44619

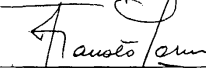


MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010
(Expresados en dólares estadounidenses)

Activo	Referencia a Notas	31 de diciembre 2011	31 de diciembre 2010	Pasivo y patrimonio	Referencia a Notas	31 de diciembre 2011	31 de diciembre 2010
ACTIVO CORRIENTE				PASIVO CORRIENTE			
Caja y bancos	5	41.402	34.803	Obligaciones bancarias	10	22.315	200.000
Documentos y cuentas por cobrar:				Obligaciones con terceros	11	193.288	229.387
Clientes	6	3.348.930	2.737.042	Emisión de obligaciones corto plazo	12	525.001	525.000
Funcionarios y empleados		35.502	27.147	Documentos y cuentas por pagar:	13		
Anticipos a terceros		47.339	187.370	Proveedores		3.298.560	3.743.357
Accionistas	17	95.592	4.736	Accionistas	17	1.464	10.026
Deudores varios		471.653	456.975	Empleados		64.578	13.238
Cuentas por liquidar		328.788	180.911	Otras		156.440	680.663
Impuestos		311.387	493.500			3.521.042	4.447.284
Compañías relacionadas	17	364.143	234.164	Pasivos acumulados:			
Otros		809.883	758.261	Impuestos por pagar	14	999.996	571.547
		5.813.217	5.080.106	Intereses por pagar	14	44.426	9.493
Menos - Provisión para cuentas incobrables	6	(134.348)	(420.919)	Provisiones	14	871.126	591.071
		5.678.869	4.659.187	Beneficios sociales	14	224.762	149.448
						2.140.310	1.321.559
Gastos pagados por anticipado		19.729	6.527	Total del pasivo corriente		6.401.956	6.723.230
				PASIVO A LARGO PLAZO	15		
Total del activo corriente		5.740.000	4.700.517	Deuda a largo plazo		75.147	155.997
PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO, menos				Obligaciones bancarias largo plazo	10	39.431	-
depreciación acumulada	7	2.841.925	2.857.118	Emisión de obligaciones largo plazo	12	572.499	1.097.499
				Jubilación patronal		125.544	132.403
Inversiones en Asociadas	8	26.805	264	Desahucio		38.323	35.532
				Impuesto a la renta diferido	16	11.137	32.436
						862.081	1.453.867
OTROS ACTIVOS	9	785.667	2.688.041	PATRIMONIO (según estado adjunto)		2.130.360	2.068.843
Total del activo		9.394.397	10.245.940	Total del pasivo y patrimonio		9.394.397	10.245.940

Las notas explicativas anexas 1 a 21 son parte integrante de los estados financieros.


Econ. Fausto Maruri
Gerente General

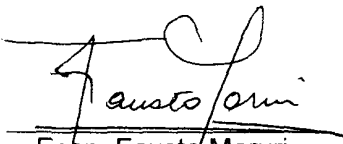

C.P.A. Blanca Triana
Contadora

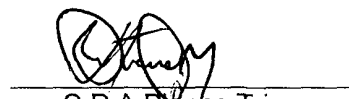
MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 y 2010**
(Expresados en dólares estadounidenses)

		<u>2011</u>	<u>2010</u>
Ventas netas		11.896.370	12.982.767
Costo de productos vendidos		<u>(9.636.972)</u>	<u>(10.552.188)</u>
Utilidad bruta		2.259.398	2.430.579
Gastos operativos:			
Administración	20	<u>(4.132.325)</u>	<u>(2.774.421)</u>
Utilidad operacional		<u>(1.872.927)</u>	<u>(343.842)</u>
Gastos financieros		<u>(226.524)</u>	<u>(317.200)</u>
Otros (egresos) ingresos, neto		<u>2.328.173</u>	<u>703.946</u>
Utilidad antes de la participación de los trabajadores en las utilidades y del impuesto a la renta		228.722	42.904
Participación de los trabajadores en las utilidades	16	<u>(34.308)</u>	<u>(8.163)</u>
Impuesto a la renta	16	<u>(132.897)</u>	<u>(29.659)</u>
Utilidad neta del año		<u>61.517</u>	<u>5.082</u>

Las notas explicativas anexas 1 a 21 son parte integrante de los estados financieros.


Econ. Fausto Maruri
Gerente General

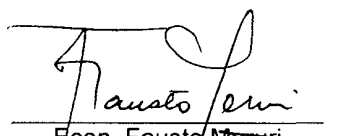

C.P.A Blanca Triana
Contador

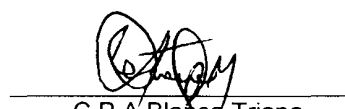
MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010
(Expresados en dólares estadounidenses)**

	Referencia a Notas	2011	2010
Flujo de efectivo de las actividades de operación:			
Utilidad neta del año		61.517	5.082
Más cargos a resultados que no representan movimiento de efectivo:			
Depreciación	7	222.819	154.129
Provisión para cuentas incobrables	6	209.643	14.646
Provisión para jubilación patronal, neta de pagos	15	(6.859)	15.164
Provisión para desahucio, neta de pagos	15	2.791	4.164
Valuación de inversiones en asociadas	8	(16.804)	-
Provisión bonificación salario digno		1.361	-
Otros ingresos o egresos no monetarios		(24.774)	-
Impuestos diferidos	16	(21.299)	(23.060)
		<u>428.395</u>	<u>170.125</u>
Cambios en activos y pasivos:			
Documentos y cuentas por cobrar	6	(1.229.325)	2.264.205
Gastos pagados por anticipado		(13.202)	27.889
Otros activos		1.902.374	(3.521.151)
Documentos y cuentas por pagar	13	(926.242)	127.726
Pasivos acumulados	14	842.428	(502.651)
Efectivo neto provisto por (utilizado en) las actividades de operación		<u>576.033</u>	<u>(1.603.982)</u>
Flujo de efectivo de las actividades de inversión:			
Adiciones netas de propiedades y equipos	7	(207.626)	(69.112)
Efectivo neto (utilizado en) provisto por las actividades de inversión		<u>(207.626)</u>	<u>(69.112)</u>
Flujo de efectivo de las actividades de financiamiento:			
Aumento de obligaciones bancarias	10	(138.254)	200.000
Pago de préstamos a terceros	11	(116.949)	(878)
Cobros y pagos por la emisión de obligaciones	12	(525.000)	1.275.625
Compra de acciones en asociadas	8	(10.000)	-
Efectivo neto (utilizado en) provisto por las actividades de financiamiento		<u>(790.203)</u>	<u>1.474.747</u>
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo		6.599	(28.222)
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año		34.803	63.025
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año	6	<u>41.402</u>	<u>34.803</u>

Las notas explicativas anexas 1 a 21 son parte integrante de los estados financieros.


Econ. Fausto Maruri
Gerente General


C.P.A Blanca Triana
Contador

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010

NOTA 1 - OPERACIONES

La Compañía fue constituida en la ciudad de Guayaquil el 23 de julio de 1991, e inscrita en el registro mercantil con fecha 24 de mayo de 2007 bajo la razón social "DE MARURI PUBLICIDAD DMP S.A."

El 29 de diciembre de 2006 se funciona con la compañía relacionada UNOXUNO MARKETING DIRECTO S.A., y cambia su razón social por Marurisa S.A., adicionalmente decide aumentar su capital social por US\$1.367.596. Mediante Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el 29 de julio del 2011, resolvieron cambiar la denominación de la compañía a MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD, que fue aprobada por la Superintendencia de Compañías mediante resolución SC-IJ-DJC-11-0006752 el 29 de noviembre del 2011.

Su objeto social es dedicarse a la publicidad, mercadeo y mercadotecnia en todas sus formas; pudiendo al efecto ejecutar los actos, celebrar los contratos, adquirir los derechos y contraer obligaciones que estén directa o indirectamente relacionadas con el objeto social.

Emisión de obligaciones

Con fecha 4 de diciembre de 2008 mediante Junta General Extraordinaria de Accionistas se aprueba la emisión de obligaciones por el monto de US\$2.100.000 a un plazo de 1.440 días considerando una base comercial de 360 días por año, pagando capital e interés de y forma trimestral. La emisión de los valores de titularización crediticia se efectuó en dos series: Clase E a una tasa de interés del 7% fija y Clase M a una tasa de interés variable calculada a base de la base pasiva referencial publicada por el Banco Central del Ecuador, más un margen del 2% en la semana que entren en circulación los títulos; estos intereses serán reajustados cada 90 días. Los recursos captados servirán para financiera parte del capital de la empresa, la Compañía se sometió a una calificación por parte de una empresa calificadora de riesgos; para el caso de la Compañía, la calificación del mes de septiembre del 2011 otorgada por Humphreys S.A. es "A". Como garantía específica de esta emisión se entregaron los terrenos y la edificación es de propiedad de Blue Moon Trading S.A.

NOTA 2 - RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES

A continuación se describen las principales políticas contables adoptadas en la preparación de estos estados financieros:

(Ver pagina siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 (Expresado en dólares estadounidenses)

2.1 Bases de preparación

Los presentes estados financieros de la Compañía al 31 de diciembre del 2011 están preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), emitidas por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB), las que han sido adoptadas en Ecuador, y representan la adopción integral, explícita y sin reservas de las referidas normas internacionales aplicadas de manera uniforme en los ejercicios que se presentan. Los estados financieros de la Compañía han sido preparados de acuerdo con el principio del costo histórico.

La preparación de los estados financieros de acuerdo con NIIF requiere el uso de ciertos estimados contables críticos. También requiere que la Administración ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables de la Compañía. Las áreas que involucren un mayor grado de juicio o complejidad o áreas en las que los supuestos y estimados son significativos para los estados financieros se describen en la Nota 4.

A la fecha de emisión de estos estados financieros, se han publicado enmiendas, mejoras e interpretaciones a las normas existentes que no han entrado en vigencia y que la Compañía no ha adoptado con anticipación. Estas son de aplicación obligatoria a partir de las fechas indicadas a continuación:

<u>Norma</u>	<u>Tipo de cambio</u>	<u>Aplicación obligatoria para ejercicios iniciados a partir de:</u>
NIC 27	Enmienda. Alcance incluye solamente a estados financieros separados	1 de enero del 2013
NIIF 9	Mejora. Reconocimiento y medición de instrumentos financieros	1 de enero del 2013
NIIF 10	Mejora. Reemplaza a NIC 27 vigente. Principios para la preparación y presentación de los estados financieros consolidados	1 de enero del 2013
NIIF 11	Mejora. Acuerdos Conjuntos	1 de enero del 2013
NIIF 12	Mejora. Revelaciones de participaciones en otras entidades	1 de enero del 2013
NIIF 13	Mejora. Medición del valor razonable	1 de enero del 2013
IFRIC 20	Mejora. Costos de decapado en la fase de producción en una mina a cielo abierto	1 de enero del 2013
NIC 12	Enmienda. Presunción de que las propiedades de inversión valorizadas a valor razonable, se realiza a través de la venta, por lo que se requiere aplicar tasa de impuestos para operaciones de venta	1 de enero del 2012
NIIF 7	Enfasis en la interacción entre revelaciones cualitativas y cuantitativas respecto de la naturaleza y extensión de los riesgos de instrumentos financieros	1 de enero del 2011
NIC 1	Clarifica el análisis de la conciliación de otros resultados integrales	1 de julio del 2012

La Compañía está en proceso de evaluar los impactos de la adopción de estos pronunciamientos; sin embargo, estima que, considerando la naturaleza de sus actividades, no se generará un impacto significativo en los estados financieros en el ejercicio de su aplicación inicial.

Con el objeto de uniformar políticas contables y corregir transacciones de años anteriores, los estados financieros del año anterior fueron reestructurados, por lo cual los saldos del 2010 presentados en este informe, son diferentes a los emitidos el 19 de agosto del 2011 por un valor de US\$131.775.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 (Expresado en dólares estadounidenses)

2.2 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 se expresan en dólares estadounidenses, que es la moneda funcional y la moneda de presentación de la Compañía.

2.3 Efectivo y equivalentes de efectivo

El efectivo y equivalentes de efectivo comprenden el efectivo disponible, depósitos a la vista en bancos locales.

2.4 Activos financieros

La Compañía clasifica sus activos financieros en 4 categorías: "activos financieros a valor razonable a través de ganancias y pérdidas", "préstamos y cuentas por cobrar", "activos financieros mantenidos hasta su vencimiento" y "activos financieros disponibles para la venta". Al 31 de diciembre del 2011 y del 2010, la Compañía poseía activos financieros en la categoría de "Inversiones a Valor Razonable a través de Pérdidas y Ganancias" y "préstamos y cuentas por cobrar". La clasificación depende del propósito para el cual se adquirieron los activos financieros, la Administración determina la clasificación de sus activos financieros a la fecha de su reconocimiento inicial. Las compras y ventas normales de activos financieros se reconocen a la fecha de compra o liquidación, es decir, la fecha en la que el activo es adquirido o entregado por la Compañía.

Activos financieros a valor razonable a través de ganancias y pérdidas

Esta categoría tiene dos sub-categorías: activos financieros negociables y aquellos designados a valor razonable a través de ganancias y pérdidas en el momento de su adquisición. Un activo financiero se clasifica en esta categoría si es adquirido principalmente para efectos de ser vendido en el corto plazo o si es designado así por la Gerencia. Los instrumentos financieros derivados también se clasifican como negociables a menos que se les designe como de cobertura. Los activos en esta categoría se clasifican como activos corrientes si son, o mantenidos como negociables, o se espera que se realicen dentro de los 12 meses contados a partir de la fecha del balance general.

2.5 Cuentas y documentos por cobrar Clientes

Corresponde principalmente cuentas por cobrar a clientes producto del servicio de publicidad prestada por la Compañía, anticipos entregados a medios de prensa, cuentas por liquidar a medios de comunicación generados de la bonificación por volumen de pauta a favor de Maruri Publicidad S.A., y por el crédito tributario proveniente de sus operaciones.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

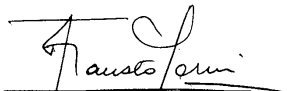
ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

AÑOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DEL 2011 Y 2010

(Expresados en dólares estadounidenses)

	<u>Capital</u>	<u>Reserva Legal</u>	<u>Reserva Facultativa</u>	<u>Resultados Acumulados</u>	<u>Total</u>
Saldos al 1 de enero de 2010	1.367.596	55.080	453.712	238.340	2.114.728
Registro diferencia anticipo impuesto renta	-	-	(50.967)	-	(50.967)
Resultado del ejercicio	-	-	-	5.082	5.082
Saldos al 31 de diciembre de 2010	1.367.596	55.080	402.745	243.422	2.068.843
Resultado del ejercicio	-	-	-	61.517	61.517
Saldos al 31 de diciembre de 2011	<u>1.367.596</u>	<u>55.080</u>	<u>402.745</u>	<u>304.939</u>	<u>2.130.360</u>

Las notas explicativas anexas 1 a 21 son parte integrante de los estados financieros.


Econ. Fausto Maruri
Gerente General


C.P.A Blanca Triana
Contador

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

2.6 Deterioro de activos

Deterioro de activos no corrientes

La Compañía evalúa anualmente la existencia de indicadores de deterioro sobre activos no corrientes. Si existen indicadores, la Compañía estima el monto recuperable del activo deteriorado. Las pérdidas por deterioro corresponden al monto en el que el valor en libros del activo excede a su valor recuperable. El valor recuperable de los activos corresponde al mayor entre el monto neto que se obtendría de su venta o su valor en uso. La Administración ha realizado los análisis pertinentes y considera que no se han producido eventos que indiquen que sus activos no corrientes significativos no podrían recuperarse a su valor en libros.

Deterioro de activos financieros

Activos valuados a costo amortizado

La Compañía evalúa al final de cada período si hay evidencia objetiva de deterioro de un activo financiero o grupo de activos financieros. Si existe deterioro de un activo financiero o grupo de activos financieros la pérdida por deterioro se reconoce solo si hay evidencia objetiva de deterioro como resultado de uno o más eventos que ocurrieron después del reconocimiento inicial del activo (un "evento de pérdida") y que el evento de pérdida (o eventos) tiene un impacto sobre los flujos de efectivo estimados del activo financiero o grupo de activos financieros que puede ser estimado confiablemente.

El monto de la pérdida se mide como la diferencia entre el valor en libros de los activos y el valor presente de los futuros flujos de efectivo estimados descontados a la tasa de interés efectiva original del activo financiero. El valor en libros del activo se reduce y el monto de la pérdida se reconoce en el estado de resultados integrales. Si, en un período posterior, el monto de la pérdida por deterioro disminuye y dicha disminución se relaciona objetivamente a un evento que haya ocurrido después de que se reconoció dicho deterioro, se reconoce en el estado de resultados integrales la reversión de la pérdida por deterioro previamente reconocida.

La Administración ha realizado los análisis pertinentes y considera que no se han producido eventos que indiquen que sus activos financieros significativos no podrían recuperarse a su valor en libros.

2.7 Propiedades, planta y equipo

Las Propiedades, planta y equipos de la compañía se componen de terrenos, edificios, adecuaciones, instalaciones, vehículos, equipos de oficina, muebles y enseres y equipos de computación. Las principales Propiedades, planta y equipos son el edificio que comprende principalmente las oficinas donde se desarrollan las actividades de la Compañía.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

Las Propiedades, planta y equipos se contabilizan por su coste histórico menos su correspondiente depreciación (el costo histórico incluye el valor razonable o valor justo considerado como costo atribuible de acuerdo a las exenciones opcionales de acuerdo a IFRS 1). El coste histórico incluye los gastos directamente atribuibles a la adquisición y construcción de los elementos.

Los costes posteriores se incluyen en el importe en libros del activo o se reconocen como un activo separado, según corresponda, sólo cuando es probable que los beneficios económicos futuros asociados con los elementos vayan a fluir a Maruri Publicidad S.A. y el coste del elemento pueda determinarse de forma fiable. El importe en libros de la parte sustituida se da de baja contablemente. El resto de gasto por reparaciones y mantenimiento se carga a la cuenta de resultados durante el ejercicio financiero en que se incurre en el mismo.

Los terrenos no se amortizan. La amortización se calcula usando el método lineal de acuerdo a NIC 16 para asignar la diferencia entre el coste de los activos y sus valores residuales durante las vidas útiles estimadas, que se indican a continuación:

• Edificios	20 años
• Adecuaciones e Instalaciones	15 años
• Vehículos	5 años
• Mobiliario, enseres y equipos	15 años
• Equipos de computación	5 años

El valor residual y la vida útil de los activos se revisan, y ajustan si es necesario, en la fecha de cada balance. La compañía ha determinado un valor residual cero para sus Propiedades, planta y equipos.

Cuando el importe en libros de un activo es superior a su importe recuperable estimado, su importe en libros se reduce de forma inmediata hasta su importe recuperable (Nota 2.6).

Las pérdidas y ganancias por la venta de Propiedad, planta y equipo se calculan comparando los ingresos obtenidos con el importe en libros y se reconocen en la cuenta de resultados dentro de "Otras (pérdidas)/ganancias – netas".

2.8 Inversiones en Asociadas

Asociadas son todas las entidades sobre las que la Compañía ejerce influencia significativa pero no tiene control, lo cual generalmente viene acompañado por una participación de entre un 20% y un 50% de los derechos de voto, de acuerdo a lo señalado en la NIC 28 "Inversión en Asociadas". Las inversiones en asociadas se contabilizan por el método de participación e inicialmente se reconocen por su costo. Bajo el método de la participación, la inversión en la asociada es registrada en el estado de

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

situación financiera a su costo más la participación de la Compañía en los incrementos o disminuciones del patrimonio de la asociada. El estado de resultados refleja la participación de la Compañía en los resultados de la asociada. Cuando ha habido un cambio reconocido directamente en el patrimonio de la asociada, la Compañía reconoce su participación en dicho cambio y lo revela en el estado de cambios en el patrimonio. Las utilidades y pérdidas que resulten de transacciones entre la Compañía y la asociada son eliminadas en la medida del interés en la asociada. Las políticas contables de las asociadas concuerdan con las usadas por la Compañía para transacciones equivalentes y circunstancias similares.

Véase además numeral 2.15.

2.9 Cuentas por pagar

Corresponde a cuentas por pagar a medios de comunicación, representa facturas por pagar a canales de televisión, prensa, revistas, radio, vía pública, productoras, imprentas y otros por la transmisión. Los canales de televisión por la transmisión hasta un plazo de 30 días, los demás hasta 90 días plazo. Las cuentas por pagar se clasifican como pasivos corrientes tienen vencimientos menores a 12 meses contados desde la fecha del estado de situación financiera, de lo contrario se presentan como pasivos no corrientes.

2.10 Impuesto a la renta

El impuesto a la renta está conformado por las obligaciones legales por impuesto a la renta (impuesto a la renta corriente) y los impuestos diferidos. El impuesto a la renta es reconocido en el estado de resultados integrales, excepto cuando éste se relaciona con partidas registradas directamente en el patrimonio, en cuyo caso el efecto de impuesto se reconoce también en patrimonio.

(a) Impuesto a la renta corriente

El impuesto a la renta corriente se calcula sobre la renta gravable del año utilizando tasas impositivas promulgadas a la fecha del estado de situación financiera.

(b) Impuesto a la renta diferido

El impuesto a la renta diferido es aquel que la Compañía espera pagar o recuperar en el futuro por las diferencias temporarias entre el valor en libros de los activos y pasivos y sus correspondientes bases tributarias. Los activos y pasivos por impuestos diferidos son generalmente reconocidos por todas las diferencias temporarias y son calculados a las tasas que estarán vigentes a la fecha en que los pasivos sean pagados y los activos sean realizados.

El impuesto a la renta diferido se provisiona en su totalidad, por el método del pasivo, sobre las diferencias temporales que surgen entre las bases tributarias de

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

activos y pasivos y sus respectivos valores mostrados en los estados financieros. El impuesto a la renta diferido se determina usando tasas tributarias que han sido promulgadas a la fecha del estado de situación financiera y que se espera serán aplicables cuando el impuesto a la renta diferido activo se realice o el impuesto a la renta pasivo se pague.

2.11 Beneficios a empleados

(a) Participación de los trabajadores en las utilidades

El 15% de la utilidad anual que se debe reconocer por concepto de participación laboral en las utilidades es registrado con cargo a los resultados del ejercicio en que se devenga, con base en las sumas por pagar exigibles.

(b) Beneficios definidos: jubilación patronal y bonificación por desahucio

El costo de los beneficios definidos (jubilación patronal y bonificación por desahucio) es determinado utilizando por el Método de la Unidad de Crédito Proyectada, con valoraciones actuariales realizadas al final de cada período. Las ganancias y pérdidas actuariales se reconocen utilizando el enfoque de la banda de fluctuación (10% del valor presente de la obligación al inicio del período dividido entre el número promedio de años de trabajo que le resten a los empleados. No se considera el 10% del valor razonable de los activos del plan, en razón de que esta obligación no está fondeada). Los costos de los servicios pasados se reconocen inmediatamente en la medida en que los beneficios ya han sido otorgados; de lo contrario, son amortizados utilizando el método de línea recta en el período promedio hasta que dichos beneficios son otorgados.

2.12 Provisiones

Las provisiones se reconocen cuando (i) la Compañía tiene una obligación presente, ya sea legal o implícita, como resultado de eventos pasados, (ii) es probable vaya a ser necesaria una salida de recursos para liquidar la obligación y (iii) el monto se ha estimado de forma fiable. Los montos reconocidos como provisión son la mejor estimación de la Administración, a la fecha de cierre de los estados financieros, de los desembolsos necesarios para liquidar la obligación.

Los conceptos por los cuales se constituyen provisiones con cargo a resultados corresponde principalmente a proveedores locales, impuesto a la renta causado y participación a los trabajadores en el año. Ver Nota 16.

2.13 Reconocimiento de ingresos

Los ingresos comprenden el valor de la venta de productos publicitarios, neto de impuestos a las ventas, rebajas y descuentos. Se reconocen cuando la Compañía ha pautado la publicidad al cliente.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

2.14 Costos y Gastos

Los costos y gastos se registran al costo, estos se reconocen a medida en que se incurren, independientemente de la fecha en que se realiza el pago.

2.15 Consolidación de estados financieros

Como se explica en la Nota 8 la Compañía mantiene el 50% de participación en su asociada Maruri Digital Cía. Ltda. Sin embargo, no prepara estados financieros consolidados como lo requiere la NIC No. 27, debido a que los efectos que tendrían la inclusión de los activos, pasivos, patrimonio y resultados de estas compañías en los estados financieros consolidados no serían significativos.

NOTA 3 - ADMINISTRACION DE RIESGOS FINANCIEROS

4.1 Factores de riesgo financiero

Las actividades de la Compañía la exponen a una variedad de riesgos financieros: riesgos de mercado (que comprende a los riesgos de precio y tasa de interés), riesgo de crédito y riesgo de liquidez. El programa general de administración de riesgos de la Compañía se concentra principalmente en lo impredecible de los mercados financieros y trata de minimizar potenciales efectos adversos en el desempeño financiero de la Compañía.

(a) Riesgos de mercado

Riesgo de tasa de interés sobre el valor razonable y los flujos de efectivo

Debido a que la Compañía no registra pasivos que generen intereses a tasas variables no está expuesta al riesgo de tasa de interés sobre sus flujos de efectivo.

(b) Riesgo de crédito

Los activos financieros de la Compañía potencialmente expuestos a concentraciones de riesgo de crédito consisten principalmente en depósitos en bancos y comisiones por cobrar. Respecto de las comisiones por cobrar, no existen concentraciones significativas.

(c) Riesgo de liquidez

La principal fuente de liquidez son los flujos de efectivo provenientes de sus actividades operacionales. La administración prudente del riesgo de liquidez implica mantener suficiente efectivo y equivalentes de efectivo, la disponibilidad de financiamiento a través de un número adecuado de fuentes de financiamiento

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

comprometidas y la capacidad de cerrar posiciones de mercado. En este sentido, la Compañía no está expuesta a riesgos significativos de liquidez ya que históricamente los flujos de efectivo de sus operaciones le han permitido mantener suficiente efectivo para atender sus obligaciones.

4.2 Administración del riesgo de capital

Los objetivos de la Compañía al administrar el capital son el salvaguardar su capacidad de continuar como empresa en marcha con el propósito de generar retornos a sus accionistas, beneficios a otros grupos de interés y mantener una estructura de capital óptima para reducir el costo del capital.

4.3 Estimación de valor razonable

Para fines de determinar el valor razonable de un activo o pasivo financiero puede aplicarse alguna de las siguientes jerarquías de medición:

- Precios de cotización (no ajustados) en mercados activos para activos o pasivos idénticos (nivel 1).
- Información distinta a precios de cotización incluidos en el nivel 1 que se pueda confirmar para el activo o pasivo, ya sea directamente (precios), o indirectamente (que se deriven de precios) (nivel 2).
- Información sobre el activo o pasivo que no se basa en data que se pueda confirmar en el mercado (información no observable) (nivel 3).

NOTA 4 - ESTIMACIONES Y APLICACION DE CRITERIO PERSONAL

La Compañía efectúa estimaciones y supuestos respecto del futuro. Las estimaciones contables resultantes por definición muy pocas veces serán iguales a los resultados reales.

Estas estimaciones se realizan en función de la mejor información disponible sobre los hechos analizados. En cualquier caso, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas en los próximos ejercicios, lo que se realizaría, en su caso de forma prospectiva. Las principales estimaciones y sus supuestos se presentan a continuación:

(a) Impuestos

La determinación de las obligaciones y gastos por impuestos requiere de interpretaciones a la legislación tributaria aplicable. La Compañía cuenta con asesoría profesional en materia tributaria al momento de tomar alguna decisión sobre asuntos tributarios. A pesar

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

que la Administración considera que sus estimaciones en materia tributaria son prudentes y conservadoras, podrían existir discrepancias con la administración tributaria en la interpretación de normas que requieran de ajustes por impuestos en el futuro.

(b) Obligaciones por beneficios por retiros del personal

El valor presente de las obligaciones por planes de pensión depende de un número de factores que se determinan sobre bases actuariales usando un número de supuestos. Los supuestos usados al determinar el costo neto por pensiones incluyen una tasa de descuento. Cualquier cambio en estos supuestos tendrá impacto en el valor en libros de la obligación por planes de pensión.

La Compañía determina la tasa de descuento apropiada al final de cada año para determinar el valor presente de las futuras salidas de flujos de efectivo estimadas que se prevé se requerirá para cancelar las obligaciones por planes de pensión. Al determinar esta tasa de descuento, la Administración considera las tasas de interés de bonos corporativos de alta calidad que se denominan en la moneda en la que los beneficios se pagarán y que tienen plazos de vencimiento similares o que se aproximan a los plazos de las respectivas obligaciones por planes de pensión.

Otros supuestos claves para establecer las obligaciones por planes de pensión se basan en parte en las condiciones actuales del mercado. Ver Nota 15 que presenta información adicional sobre estas provisiones.

NOTA 5 - EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO

Composición:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Caja	<u>1.700</u>	<u>1.700</u>
Bancos locales:		
Pacifico S.A.	37.601	4.325
Bolivariano C.A.	2.101	23.361
Solidario S.A.	-	44
Produbanco S.A.	-	4.545
Pichincha C.A.	-	828
Total bancos locales	<u>39.702</u>	<u>33.103</u>
Total de efectivo y equivalentes	<u>41.402</u>	<u>34.803</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011**
(Expresado en dólares estadounidenses)

NOTA 6 - DOCUMENTOS Y CUENTAS POR COBRAR

Los saldos de documentos y cuentas por cobrar al 31 de diciembre del 2011 y 2010 se detallan a continuación:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Clientes (1)	3.348.930	2.737.042
Funcionarios y empleados	35.502	27.147
Anticipos a terceros	47.339	187.370
Accionistas	95.592	4.736
Deudores varios (2)	471.653	456.975
Cuentas por liquidar	328.788	180.911
Impuestos (3)	311.387	493.500
Compañías relacionadas	364.143	234.164
Otros (4)	809.883	758.261
	<u>5.813.217</u>	<u>5.080.106</u>
Provisión para cuentas incobrables (5)	<u>(134.348)</u>	<u>(420.919)</u>
Total Documentos y cuentas por cobrar	<u>5.678.869</u>	<u>4.659.187</u>

- (1) Incluye principalmente US\$558.175 (2010: US\$504.426), US\$487.424 (2010: US\$319.133), US\$298.720 y US\$257.167 (2010: US\$387.194) por cobrar a La Fabril S.A., Compañía de Televisión del Pacífico Teledos S.A., Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador y DK Management Services S.A.; respectivamente, correspondiente a servicios publicitarios.
- (2) Corresponde principalmente al reconocimiento de cuentas por cobrar con los medios publicitarios, de bonificación por volumen alcanzados durante el año 2011, el valor por cobrar asciende a US\$452.816. Adicionalmente, corresponden el saldo a cartera que ha entrado a un proceso de cobro legal, debido a que pasa los 90 días de mora establecidos en la política de la compañía.
- (3) Corresponde al crédito tributario a favor de la empresa por US\$129.820 y US\$181.567 de Impuesto a la renta e IVA, respectivamente.
- (4) Incluye principalmente US\$650.000 correspondiente al valor por cobrar a Expoguayaquil S.A., el derecho de cobro de este monto fue cedido por la compañía Ricran S.A. a favor de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad el 14 de mayo de 2010.
- (5) Movimientos de las provisiones para cuentas incobrables:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011**

(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Saldo al 1 de enero	420.919	416.492
Gastos de provisión del año	209.643	14.646
Recuperación de cartera vencida	(496.215)	-10.219
Saldo al 31 de diciembre	<u>134.347</u>	<u>420.919</u>

NOTA 7 - PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

Composición:

	<u>31 de diciembre 2011</u>	<u>31 de diciembre 2010</u>	<u>Tasa anual de depreciación %</u>
Edificio	1.311.200	1.311.200	5
Adecuaciones	332.022	327.724	6,67
Instalaciones	86.791	86.791	6,67
Vehículos	281.194	234.953	20
Equipo de oficina	26.327	26.327	6,67
Muebles y enseres	266.478	248.782	6,67
Equipos de computación y software	292.814	200.711	20
Revalorización	115.676	115.676	6,67
Devaluación	183.371	183.371	6,67
	<u>2.895.873</u>	<u>2.735.535</u>	
Depreciación acumulada	<u>(808.306)</u>	<u>(632.775)</u>	
	<u>2.087.567</u>	<u>2.102.760</u>	
Terrenos	754.358	754.358	
Total al 31 de diciembre	<u>2.841.925</u>	<u>2.857.118</u>	

Movimiento:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Saldos al 1 de enero	2.857.118	2.942.135
Adiciones, netas (1)	207.626	69.112
Depreciación del año	<u>(222.819)</u>	<u>(154.129)</u>
Saldos al 31 de diciembre	<u>2.841.925</u>	<u>2.857.118</u>

- (1) Las principales adiciones se efectuaron en el rubro vehículos por US\$46.241 (2010: US\$44.957), equipos de computación y software por US\$92.103 (2010: US\$22.917) y muebles y enseres por US\$17.696 (2010: US\$1.237), neto de ventas por aproximadamente US\$61.598 (2010: US\$51.754); cuya depreciación fue por US\$48.295 (2010: US\$45.858).

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011 (Expresado en dólares estadounidenses)

NOTA 8 - INVERSIONES EN ASOCIADAS

Composición:

<u>Razon Social</u>	<u>Porcentaje de participación en el capital</u>	<u>Valor en libros</u>		<u>valor patrimonial proporcional</u>	
		<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Maruridigital Cía. Ltda. (1)	50%	26.804	-	26.804	-
Hospital del Río	-	1	1	-	-
Invltro Publicidad S.A.	-	-	263	-	-
Total Inversiones en Asociadas		<u>26.805</u>	<u>264</u>	<u>26.804</u>	<u>-</u>

- (1) Durante el año 2011 se compraron 10.000 acciones con un valor nominal de US\$1 cada una. La compañía mantiene como actividad principal planificar estrategias digitales de publicidad.

NOTA 9 - OTROS ACTIVOS

Composición:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Intereses emisión de obligaciones	318.781	236.982
Suite 3D Vista Colón (1)	55.000	-
Publicidad prepagada (2)	<u>411.886</u>	<u>2.451.059</u>
	<u>785.667</u>	<u>2.688.041</u>

- (1) Dación de pago a favor de la Compañía.
- (2) Corresponde a la publicidad prepagada en medios de televisión, la que se va devengando en el transcurso del siguiente año, a medida que se va pautando la publicidad a los clientes de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad por US\$411.887 del año 2010, (US\$895.559 y US\$1.555.500, de los años 2010 y 2011, respectivamente).

NOTA 10 - OBLIGACIONES BANCARIAS

Ver composición a continuación:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

2011

<u>Institución bancaria o financiera</u>	<u>Porción corriente</u>	<u>Deuda a largo plazo</u>	<u>Valor total</u>
Banco Bolivariano (1)	<u>22.315</u>	<u>39.431</u>	<u>61.746</u>

2010

<u>Institución bancaria o financiera</u>	<u>Porción corriente</u>	<u>Deuda a largo plazo</u>	<u>Valor total</u>
Banco Bolivariano	<u>200.000</u>	<u>-</u>	<u>200.000</u>

- (1) Corresponde a préstamos otorgado por el Banco Bolivariano S.A. para adquisición de vehículos a una tasa de interés del 11% anual y fija, a 3 años plazo.

NOTA 11 - OBLIGACIONES CON TERCEROS

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Banco Bolivariano S.A.	-	237
Inmobiliaria Pleamar (1)	88.000	88.000
Carmen Rojas de Maruri (2)	77.193	56.488
Antonio Plaza (3)	-	71.930
Toyocosta S.A. (4)	12.732	12.732
Photoprint S.A. (5)	15.363	-
	<u>193.288</u>	<u>229.387</u>

- (1) Corresponde a préstamo otorgado inicialmente por US\$140.000, este no tiene fecha de vencimiento y no genera interés.
- (2) Comprende préstamo otorgado inicialmente por US\$100.000., a un plazo de 24 meses, cuyo vencimiento es el 4 de julio de 2012, a una tasa del 12% anual.
- (3) Correspondía a préstamo otorgado inicialmente por US\$200.000 a un plazo de 36 meses, a una tasa del 5% anual, el cual fue cancelado en el 2011.
- (4) Comprende deuda por compra de camioneta Toyota Hilux, la última letra se cancelará el 11 de enero de 2013.
- (5) Comprende deuda por compra de impresora industrial a 2 años plazo.

NOTA 12 - EMISION DE OBLIGACIONES

Con fecha 4 de diciembre de 2008 mediante Junta General Extraordinaria de Accionistas se aprueba la emisión de obligaciones por el monto de US\$2.100.000 a un plazo de 1.440

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011**

(Expresado en dólares estadounidenses)

días considerando una base comercial de 360 días por año, pagando capital e interés de y forma trimestral. La emisión de los valores de titularización crediticia se efectuó en dos series: Clase E a una tasa de interés del 7% fija y Clase M a una tasa de interés variable calculada a base de la base pasiva referencial publicada por el Banco Central del Ecuador, más un margen del 2% en la semana que entren en circulación los títulos; estos intereses serán reajustados cada 90 días. A Continuación detalle:

Correspondiente al año 2011:

Inversionista	Monto Colocado	Pagos efectuados	2011
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social			
- IESS	280.000	175.000	105.000
Corporación Financiera Nacional	250.000	140.625	109.375
Luis Villacres	1.570.000	686.875	883.125
Total de títulos emitidos	2.100.000	1.002.500	1.097.500
Porción corriente			(525.001)
Saldo a largo plazo			<u>572.499</u>

Correspondiente al año 2010:

Inversionista	Monto Colocado	Pagos efectuados	2010
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social			
- IESS	280.000	105.000	175.000
Corporación Financiera Nacional	250.000	78.125	171.875
Luis Villacres	1.570.000	294.376	1.275.624
Total de títulos emitidos	2.100.000	477.501	1.622.499
Porción corriente			(525.000)
Saldo a largo plazo			<u>1.097.499</u>

NOTA 13 - DOCUMENTOS Y CUENTAS POR PAGAR

Composición:

	2011	2010
Proveedores (1)	3.298.560	3.743.357
Accionistas	1.464	10.026
Empleados	64.578	13.238
Otros (2)	156.440	680.663
	<u>3.521.042</u>	<u>4.447.284</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

(1) Corresponde a:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Canales de Televisión (3)	2.663.469	2.973.075
Prensa	776	5.687
Revistas	92.544	208.047
Radio	197.038	209.959
Vía pública	71.272	9.371
Productoras	150.898	119.875
Imprentas	(166)	16.047
Otros	72.671	149.500
Total Proveedores locales	3.248.502	3.691.561
Proveedores del exterior	50.058	51.796
	<u>3.298.560</u>	<u>3.743.357</u>

(2) Incluye US\$15.485 a Aerolineas Galápagos (2010: US\$380.000 por pagar a la Inmobiliaria Carfacorp S.A., correspondiente a una sustitución de deuda con Gamavisión y TC Televisión. Adicionalmente US\$125.000 a Enterteimnt S.A. por servicio de publicidad.)

(3) Comprenden las facturas por transmisión, publicación y producción de publicidad de los clientes, con plazos de hasta 90 días, estas no generan interés.

NOTA 14 - PASIVOS ACUMULADOS

Composición:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Impuestos por pagar (1)	999.996	571.547
Intereses por pagar	44.426	9.493
Provisiones (2)	871.126	591.071
Beneficios sociales (3)	224.762	149.448
	<u>2.140.310</u>	<u>1.321.559</u>

(1) Incluye principalmente US\$176.310 y US\$323.756 de retenciones en la fuente de impuesto a la renta e IVA, respectivamente. Además, IVA cobrado no liquidado por US\$499.930.

(2) Incluye principalmente US\$592.651 de provisiones a medios de publicidad y US\$78.901.799 de bonificaciones a ejecutivos que facturan sus honorarios a la Compañía, esta provisión corresponde a la Décima Tercera Remuneración. Además, US\$167.811 de costos provisionados por recibir la factura del proveedor.

(3) Incluye principalmente US\$138.408 y US\$47.199. de provisión de vacaciones y aportes personales y patronales pendientes de pago, respectivamente.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011**
(Expresado en dólares estadounidenses)

NOTA 15 - PASIVO A LARGO PLAZO

Un resumen del pasivo a largo plazo es como sigue:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Deuda a largo plazo (1)	75.147	155.997
Obligaciones bancarias (Ver Nota 10)	39.431	-
Emisión de obligaciones (Ver Nota 12)	572.499	1.097.499
Jubilación patronal	125.544	132.403
Bonificación por desahucio	38.323	35.532
Impuesto diferido (Ver Nota 16b)	11.137	32.436
	<u>862.081</u>	<u>1.453.867</u>

(1) A continuación detalle:

Toyocosta S.A.	831
Antonio Plaza	65.936
Photoprint S.A.	8.380
	<u>75.147</u>

15.1 Jubilación patronal

De acuerdo con disposiciones del Código de trabajo, los trabajadores que por veinte años o más hubieren prestados sus servicios en forma continua o interrumpida, tendrán derecho a ser jubilados por sus empleadores sin perjuicio de la jubilación que les corresponde en su condición de afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Durante el 2010 la Compañía no efectuó el estudio actuarial para efectos de incrementar la provisión.

15.2 Bonificación por desahucio

De acuerdo con disposiciones del Código de Trabajo, en los casos de terminación de la relación laboral por desahucio solicitado por el empleador, la Compañía entregará el 25% de la última remuneración mensual por cada uno de los años de servicio.

Los cálculos actuariales del valor actual de la obligación devengada por concepto del pasivo a largo plazo fueron realizados el 31 de diciembre de 2011 y 2010 por un actuario independiente. El valor actual de las obligaciones por concepto de pasivo a largo plazo y los costos del servicio actual y el costo del servicio anterior fueron calculados utilizando el método de la unidad de crédito proyectada. Bajo este método los beneficios de pensiones deben ser atribuidos al período de servicio del empleado y basadas en la fórmula del

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

(Expresado en dólares estadounidenses)

plan, de tal suerte que se atribuye la misma cantidad e beneficio a cada año de servicio, considerando el uso de hipótesis actuariales para calcular el valor presente de dichos beneficios. Estas hipótesis reflejan el valor del dinero a través del tiempo, el incremento salarial y las responsabilidades de pago de la pensión.

Las ganancias y pérdidas actuariales que surjan de los ajustes por la experiencia y cambios en los supuestos actuariales se cargan o abonan a resultados durante el remanente de vida laboral promedio esperado de los empleados correspondientes, con base en el enfoque de la banda de fluctuación.

Las presunciones principales usadas para propósitos de los cálculos son las siguientes:

	31 de diciembre del	
	<u>2011</u>	<u>2010</u>
	%	%
Tasa(s) de descuento	7,00	6,50
Tasa(s) esperada del incremento salarial	3,00	2,40
Tasa(s) esperada del incremento de pensiones	2,50	2,20
Tasa(s) de rotación promedio	8,90	8,90

Los importes reconocidos en los resultados respecto a dichos planes del pasivo a largo plazo son los siguientes:

	31 de diciembre del	
	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Costo actual del servicio	<u>163.867</u>	<u>167.935</u>

El gasto del año se incluye en el gasto de los beneficios a los empleados en el estado de resultados integrales. Para el 2011 fue ingreso por US\$4.068 (2010: gasto por US\$19.328) el cual fue incluido en el estado de resultados como ingreso de administración.

NOTA 16 - SITUACION FISCAL

a) Impuesto a la renta

A la fecha de preparación de estos estados financieros, los años 2009 a 2011 se encuentran abiertos a revisión por parte de las autoridades fiscales.

La provisión para impuesto a la renta corriente se calcula mediante la tasa de impuesto aplicable a las utilidades gravables. Las normas tributarias vigentes establecen una tasa de impuesto a la renta del 24% aplicable a las utilidades distribuidas; dicha tasa se

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

**NOTAS EXPLICATIVAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2011**

(Expresado en dólares estadounidenses)

reduce al 14% si las utilidades son reinvertidas por el contribuyente en activos productivos.

Base de cálculo de Anticipo Mínimo de Impuesto a la Renta

A partir del ejercicio fiscal 2010 entró en vigor la norma que exige el pago de un "anticipo mínimo de impuesto a la renta", cuyo valor es calculado en función de las cifras del año anterior y en base del 0.2% del patrimonio, 0.2% de los costos y gastos deducibles, 0.4% de los activos y 0.4% de los ingresos gravables.

La referida norma estableció que en caso de que el impuesto a la renta causado sea menor que el monto del anticipo mínimo, este último se convertirá en impuesto a la renta definitivo, a menos que el contribuyente solicite al Servicio de Rentas Internas su devolución, lo cual podría ser aplicable, en limitadas circunstancias descritas en la norma que rige este anticipo.

Conciliación del resultado contable-tributario

El impuesto a la renta de los años 2011 y 2010 se determinó como sigue:

	<u>2011</u>	<u>2010</u>
Utilidad antes de participación laboral e impuestos	228.722	54.423 (1)
Base de cálculo para Participación a los trabajadores	228.722	54.423
Menos: Participación laboral	(34.308)	(8.163)
Utilidad antes de impuestos	194.414	46.260
Más: Gastos no deducibles	498.674	82.218
Más: Participación a trabajadores atribuibles	7.240	-
(Menos):		
Otras rentas exentas	(48.263)	-
Deducción por pago a trabajadores con discapacidad	(9.581)	(9.839)
Base imponible total	642.484	118.639
Tasa de impuesto a la renta	24%	25%
Impuesto a la renta corriente por pagar	154.196	29.659

- (1) Este saldo no concuerda con el valor presentado en el estado de pérdidas y ganancias debido a que los estados financieros del 2010 fueron reestructurados. Ver Nota 2.1.