

## **INFORME DEL GERENTE GENERAL A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS DE LA COMPAÑÍA MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD POR EL EJERCICIO ECONÓMICO DEL AÑO 2015.-**

Señores Accionistas:

En cumplimiento con las disposiciones legales, reglamentarias y estatutarias que tratan sobre la periodicidad, contenido y formalidad de los informes anuales de la administración, presento ante ustedes, para que sea conocido y discutido en la respectiva Junta Universal de Accionistas de la compañía **MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**, el siguiente informe:

### **Entorno Económico**

El año 2015 fue uno de los más difíciles que como negocio hemos afrontado. Ello debido a la deterioro de la situación económica del país afectada por la caída internacional del precio del petróleo el cual tuvo un efecto en el nivel de gasto de Gobierno y en el nivel de consumo en general. Nuestra industria, al igual que los medios publicitarios, es una de las primeras en verse afectada por la crisis ya que las compañías normalmente optan por recortar sus presupuestos de publicidad para equilibrar sus resultados ante una caída en ventas.

### **Negocios y Clientes**

Por otra parte, al mantener nuestra estrategia de no buscar activamente negocios en el sector de Gobierno, el nivel de facturación neta de costos asociada a este tipo de clientes se redujo de \$1.5 MM a menos de \$0.3MM.

En cuanto al negocio de medios, aun no se ha podido recuperar el volumen de inversión que manejábamos hasta el 2014 con los clientes Toni y Fabril, lo cual ha tenido un efecto negativo en la bonificación de canales.

No obstante, gran parte de estos efectos negativos fueron compensados por la entrada de clientes nuevos como VERIS, NUTRESA, CHIVERIA, GRIFINE, OTECEL, y RESGASA, así como por mayores comisiones de EMELEC y mayor inversión publicitaria de AGROVANIC. A nivel de gastos logramos mantener un adecuado control de los mismos e incluso reducirlos en rubros importantes como el gasto de promoción de agencia y bonificaciones a ejecutivos. Adicionalmente, durante este año se materializaron los ahorros por reducción de personal implementados a finales de 2014 junto con una nueva reducción en Julio 2015.

Así mismo, es importante destacar los logros alcanzados a nivel creativo siendo los más importantes los 12 leones obtenidos en el Festival de Cannes 2015 y los 13 premios obtenidos en el Cóndor de Oro.

### **Ajustes y ventas de activos improductivos**

Durante este año también aprovechamos para realizar importantes ajustes contables relacionados con activos improductivos tales como edificios, terreno, cancha, acciones en Expoguaquil y vehículos. Todo ello para presentar un estado de situación más ajustado a la realidad y libre de observaciones o inconsistencias legales y contables. Ello tuvo como consecuencia cargos por casi de \$2,6MM en el resultado del año, originados en baja de activos y pérdida en venta de inmuebles y vehículos. La gran mayoría de estos ajustes, sin embargo, no tuvieron efecto fiscal por tratarse de partidas no deducibles al ser partes relacionadas.

Por este motivo, al cierre del ejercicio 2015, conforme aparece en los estados financieros la compañía obtuvo los siguientes resultados:

#### **Estado de Situación Financiera**

Activo	4,036.283,40
Pasivo	3,935.853,82
Patrimonio	100,429,58

#### **Estado de Resultado Integral**

Ingresos	9,535.929.95
Costos y Gastos	11,536.066.24
Pérdida del Ejercicio	2,000.136.29
Participación trabajadores (15%)	0
Impuesto a la renta	-123.242.65
Pérdida neta y resultado integral del año	2.123.378,94

#### **Aspectos fiscales**

La carga fiscal del año 2015 se redujo con respecto a la del año anterior debido a la significativa reducción en gastos no deducibles lograda mediante una mejora en la gestión de controles.

#### **Informe sobre cumplimiento a Leyes Laborales**

En cumplimiento a lo dispuesto en el Mandato Constituyente No.8, la compañía durante el ejercicio 2015 no mantuvo trabajadores contratados bajo el sistema de tercerización laboral o contratación por hora.

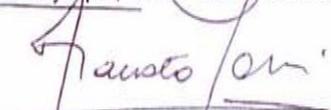
#### **Cumplimiento de normas**

En relación a los órganos de administración, durante el presente ejercicio económico, se ha velado por el cumplimiento de las disposiciones de la Junta General de Accionistas.

Espero que el año 2016 presente una mejora en el resultado de la compañía asociada con la asignación de la cuenta de medios de Directv que se concretó en Febrero 2016. Estamos participando además, en varias licitaciones de clientes importantes tales como Cervecería Nacional CN S.A. y Holcim Ecuador S.A. Ello junto con un control de gastos y una gestión adecuada de proveedores creo que jugarán un importante papel en el resultado del año 2016.

Agradezco nuevamente la oportunidad que me brindan al depositar su confianza en mí.

Guayaquil, 10 de Marzo de 2016.



Fausto Maruri Miranda  
Gerente General

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD