

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Mediante escritura pública del 12 de agosto del 2015 se procedieron a liquidar el Fideicomiso Mercantil de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa y el Fideicomiso de Garantía Emisión de Obligaciones Marurisa – Blue Moon Trading, que respaldaban las emisiones de obligaciones realizadas, debido al cumplimiento de su objeto.

1.3 Baja de propiedades y equipos

Como antecedente, la Compañía en el año 2010, de acuerdo al acta de Junta General de Accionistas del 29 de Abril del 2010, aprobó el pago a la Compañía de deudas que mantenían los accionistas, con ciertas propiedades, equipos y títulos, las cuales fueron reconocidas en los estados financieros de ese año, y adicionalmente se determinó que en lo posterior se efectuaría la transferencia legal de dichos bienes. Los riesgos y beneficios del uso de estos activos se encontraban en la Compañía, por lo cual el registro contable de los mismos se encontraba de acuerdo a lo que indican las NIIF.

Durante el año 2015, de acuerdo al acta de Junta General de Accionistas del 2 de Octubre del 2015, debido a que no se materializó la transferencia legal de los bienes y títulos aportados en años anteriores como pago de deudas de accionistas, se decidió que el valor en libros de las propiedades y títulos entregados a la Compañía sea dado de baja, por lo cual la Administración de la Compañía reconoció una pérdida neta por estos conceptos de US\$1,926,931 registrada en el rubro Otros ingresos (egresos), neto.

Véase adicionalmente Nota 12 y 27.

1.4 Aprobación de los estados financieros

Los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre del 2015, han sido emitidos con la autorización de fecha 18 de marzo del 2016 de la Gerencia General y posteriormente serán puestos a consideración de la Junta General de Accionistas para su aprobación definitiva.

2. RESUMEN DE LAS PRINCIPALES POLITICAS CONTABLES

A continuación se describen las principales políticas contables adoptadas en la preparación de estos estados financieros (no consolidados). Tal como lo requiere la Norma Internacional de Información Financiera, estas políticas han sido diseñadas en función a la NIIF vigente al 31 de diciembre de 2015 y aplicadas de manera uniforme en todos los ejercicios presentados en estos estados financieros.

2.1 Bases de preparación

De acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera, los estados financieros de una entidad que posee una subsidiaria (entidad a la que controla) se preparan sobre una base consolidada. Sin embargo, es permitido que, sea porque la legislación del país de la entidad lo requiere o si de forma voluntaria la entidad lo

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

considera, se preparen estados financieros individuales de la empresa controlante, los que se denominan estados financieros separados.

Los presentes estados financieros de la Compañía al 31 de diciembre del 2015 y 2014 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 separados de la Compañía han sido preparados de acuerdo con el principio del costo histórico. Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad también prepara estados financieros consolidados con su subsidiaria por poseer más del 50% de participación accionaria en la misma y mantener el poder de gobernar sus políticas operativas y financieras. Los estados financieros separados de la subsidiaria son requeridos por las autoridades ecuatorianas respectivas, por lo tanto los estados financieros separados reflejan la actividad individual de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad, sin incluir los efectos de la consolidación de éstos con su subsidiaria.

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. En la Nota 4 se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad, o las áreas donde los supuestos y estimaciones son significativos para los estados financieros.

Debido a la subjetividad inherente en este proceso contable, los resultados reales pueden diferir de los montos estimados por la Administración.

2.2 Nuevas normas, enmiendas e interpretaciones emitidas internacionalmente

A la fecha de emisión de estos estados financieros, no se han publicado enmiendas, mejoras e interpretaciones a la norma existente que no han entrado en vigencia y que la Administradora ha adoptado con anticipación. El IASB considera como necesarios y urgentes, los siguientes proyectos aprobados, de aplicación obligatoria a partir de las fechas indicadas a continuación:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

<u>Norma</u>	<u>Tema</u>	<u>Aplicación obligatoria para ejercicios iniciados a partir de</u>
NIIF 10 y NIC 28	Enmienda. Sobre la venta o aportes de activos entre un inversionista y sus asociadas y negocios conjuntos.	1 de enero del 2016
NIIF 11	Enmienda. Sobre la contabilización de adquisiciones de participaciones en operaciones conjuntas.	1 de enero del 2016
NIIF 14	Mejora. Describe los saldos de las cuentas de diferimientos de actividades reguladas como los montos de gastos o ingreso que no se reconocerían como activos o pasivos de acuerdo a otras Normas, pero que cumplen los requisitos para ser diferidos.	1 de enero del 2016
NIC 16 y NIC 38	Enmienda. Aclaración sobre los métodos aceptables de depreciación y amortización.	1 de enero del 2016
NIC 16 y NIC 41	Enmienda. Plantas de producción, las cuales deben contabilizarse como propiedad, planta y equipo, ya que su funcionamiento es similar al de fabricación.	1 de enero del 2016
NIC 27	Enmienda. Permite que las entidades utilicen el método del valor patrimonial para las contabilizaciones de las inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas en sus estados financieros separados, de acuerdo a NIC 28.	1 de enero del 2016
NIIF 5	Mejora. Clarificación de ciertos temas relacionados a la clasificación entre activos mantenidos para la venta o para su distribución.	1 de julio del 2016
NIIF 7	Mejora. Modificación de la revelación de los contratos de prestación de servicios y relevaciones requeridas para los estados financieros internos.	1 de julio del 2016
NIC 1	Enmienda. Relevaciones relacionadas con materialidad, disgregación y subtotales, notas y otros resultados integrales.	1 de julio del 2016
NIC 19	Mejora. Clarificación de modo de determinar la tasa de descuento para las obligaciones por beneficios post-empleo.	1 de julio del 2016
NIC 34	Mejora. Clarificación de lo relacionado con información revelada en el reporte interino y las referencias del mismo.	1 de julio del 2016
NIIF 10, NIIF 12 y NIC 28	Enmiendas. Clarificación de ciertos aspectos sobre la preparación y elaboración de estados financieros consolidados y acerca de la opción del método de valor patrimonial proporcional en entidades que no son entidades de inversión.	1 de julio del 2016
NIIF 9	Mejora. Reconocimiento y medición de activos financieros.	1 de enero del 2018
NIIF 9	Enmienda. Se ha revisado de forma sustancial la contabilidad de coberturas para permitir reflejar mejor las actividades de gestión de riesgos de los estados financieros; además, permite los cambios de los llamados "créditos propios".	1 de enero del 2018
NIIF 15	Mejora. Requerimientos para reconocimiento de ingresos que aplican a todos los contratos con clientes (excepto por contratos de leasing, contratos de seguros e instrumentos financieros).	1 de enero del 2018

La Administración de la Compañía ha revisado las normas vigentes desde el 1 de enero del 2015, que de acuerdo a su naturaleza, no han generado un impacto significativo en los presentes estados financieros. Adicionalmente, se encuentra en proceso de evaluación, los impactos de la adopción por los pronunciamientos vigentes desde el 1 de enero del 2016; 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.

2.2 Moneda funcional y moneda de presentación

Las partidas en los estados financieros (no consolidados) de la Compañía se expresan en la moneda del ambiente económico primario donde opera la entidad (moneda funcional).

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Los estados financieros (no consolidados) 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, y sobregiros bancarios.

2.4 Activos y pasivos financieros

2.4.1 Clasificación

La Compañía clasifica sus activos financieros en las siguientes 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". Los pasivos financieros se clasifican en las siguientes categorías: "pasivos financieros a valor razonable a través de ganancias y pérdidas" y "otros pasivos financieros". La clasificación depende del propósito para el cual se adquirieron los activos o contrataron los pasivos financieros. La Administración determina la clasificación de sus activos y pasivos financieros a la fecha de su reconocimiento inicial.

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la Compañía mantuvo activos financieros en las categorías de "préstamos y cuentas por cobrar". De igual forma, la Compañía mantuvo únicamente pasivos financieros en la categoría de "otros pasivos financieros". Las características de los referidos instrumentos financieros se explican a continuación:

(a) Préstamos y cuentas por cobrar

Representados en el estado de situación financiera por cuentas por cobrar comerciales y relacionadas. Son activos financieros no derivados que dan derecho a pagos fijos o determinables y que no cotizan en un mercado activo. Se incluyen en el activo corriente, excepto por los de vencimiento mayor a 12 meses cortados desde la fecha del estado de situación financiera.

(b) Otros pasivos financieros

Representados en el estado de situación financiera por cuentas por pagar a proveedores, relacionadas y otras cuentas por pagar. Adicionalmente al 31 de diciembre del 2014, incluye cuentas por pagar por obligaciones financieras y emisión de obligaciones.

Se incluyen en el pasivo corriente, excepto por los de vencimiento mayor a 12 meses cortados a partir de la fecha del estado de situación financiera.

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 se reconocen cuando se comprometen 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 sea designado como de "valor razonable a través de pérdidas y ganancias" y este es significativo. Con posterioridad al reconocimiento inicial la Compañía valoriza los mismos como se describe a continuación:

Medición posterior

(a) 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) Cuentas por cobrar comerciales: Estas cuentas corresponden a los montos adeudados por sus clientes por la venta de servicios en el curso normal del negocio. Si se esperan cobrar en un año o menos se clasifican como activos corrientes, de lo contrario se presentan como activos no corrientes. Se reconocen a su valor nominal que es equivalente a su costo amortizado o pues no generan intereses y son exigibles hasta en 90 días, menos la provisión por deterioro correspondiente.
- (ii) Cuentas por cobrar compañías relacionadas: Estas cuentas corresponden a los montos adeudados por compañías relacionadas por servicios prestados y préstamos realizados. Se reconocen a su valor nominal que es equivalente a su costo amortizado pues no generan intereses, porque no tiene definido un plazo de cancelación, por lo antes expuesto, estas cuentas son presentadas como activos corrientes.

(b) Otros pasivos financieros:

Posterior a su reconocimiento inicial se miden al costo amortizado aplicando el método de interés efectivo. La Compañía mantiene las siguientes cuentas dentro de esta categoría:

- (i) Obligaciones bancarias: Se registraban inicialmente a su valor nominal que no difieren de su valor razonable, pues estaban contratados a las tasas vigentes

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

en el mercado. No existían costos de transacciones significativas incurridos al momento de su contratación. Los intereses devengados en estas obligaciones se presentaban en el estado de resultados integrales bajo el rubro de "Gastos financieros", los intereses pendientes de pago se presentaban en el estado de situación financiera, bajo el rubro "Intereses por pagar".

- (ii) Obligaciones emitidas: Comprendían los títulos valores emitidos por la Compañía denominados clase 1. Fueron colocados mediante oferta pública en el mercado bursátil a través de las bolsas de valores legalmente establecidas en el país. Las obligaciones por pagar se reconocían inicialmente a su costo, neto de los costos que se hayan incurrido en la transacción, posteriormente se miden a su costo amortizado. Los intereses devengados correspondientes a los títulos valores se presentaban con débito a los gastos financieros y los intereses pendientes de pago se presentaban en el estado de situación financiera junto con el principal.
- (iii) Proveedores: Son obligaciones de pago por bienes o servicios adquiridos de proveedores en el curso normal del negocio. Se reconocen a su valor nominal que es equivalente a su costo amortizado ya que no generan intereses y son pagaderas en plazos menores a 90 días.
- (iv) Cuentas por pagar a compañías relacionadas: Corresponde a obligaciones de pago principalmente por la prestación de servicio y préstamos realizados. Se reconocen a su valor nominal que es equivalente a su costo amortizado, debido a que no tienen definido un plazo de cancelación, por lo ante expuesto son presentados como pasivos corrientes.

2.4.3 Deterioro de activos financieros

La Compañía establece una estimación para pérdidas por deterioro de cuentas por cobrar comerciales cuando existe evidencia objetiva de que La Compañía no será capaz de cobrar todos los importes que se le adeudan de acuerdo con los términos originales de las mismas. La existencia de dificultades financieras significativas por parte del deudor, la probabilidad de que el deudor entre en quiebra o reorganización financiera y la falta o mora en los pagos se consideran indicadores de que la cuenta a cobrar se ha deteriorado. El deterioro para cubrir pérdidas se establece por el importe de la pérdida que se valora como la diferencia entre el importe en libros del activo y el valor actual de los flujos de efectivo futuros estimados descontado a la tasa de interés efectiva original del activo financiero.

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la Compañía ha registrado estimaciones por deterioro de sus cuentas por cobrar por US\$207.115 y US\$248.435 respectivamente, que representa la provisión sobre los activos no recuperables de acuerdo al estudio individualizado de cada cliente, el cual se presentan deduciendo el rubro de cuentas por cobrar comerciales.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Si, en un periodo 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 previamente reconocida.

2.4.4 Baja de activos y pasivos financieros

Un activo financiero se elimina cuando expiran los derechos a recibir los flujos de efectivo del activo o si la Compañía transfiere el activo a un tercero sin retener sustancialmente los riesgos y beneficios del activo. Un pasivo es eliminado cuando las obligaciones de la Compañía especificadas en el contrato se han liquidado.

2.5 Derechos fiduciarios

Al 31 de diciembre del 2014 Correspondía a los derechos sobre los activos netos del Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa, los cuales se componen principalmente del efectivo neto que deben ser restituidos a La Compañía, de acuerdo a las instrucciones establecidas en el contrato de constitución.

Al 31 de diciembre del 2015, el Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa, fue liquidado debido al cumplimiento de su objetivo.

2.6 Impuestos y retenciones

Corresponden principalmente a crédito tributario del impuesto al valor agregado y retenciones del impuesto a la renta que serán recuperadas en un periodo menor a 12 meses efectuados por terceros. Cuando la Administración estima que dichos saldos no podrán ser recuperados se cargan a los resultados del año.

2.7 Propiedades y equipo

Las propiedades y equipo son registrados al costo histórico, menos depreciaciones acumuladas y pérdidas por deterioro, en caso de producirse, de acuerdo a las directrices de la NIC No. 16 de "Propiedades, Planta y Equipos". El costo incluye los desembolsos directamente atribuibles a la adquisición o construcción del activo. Los desembolsos posteriores a la compra o adquisición sólo son capitalizados cuando es probable que beneficios económicos futuros asociados a la inversión fluyan hacia la Compañía y los costos pueden ser medidos razonablemente. Los otros desembolsos posteriores corresponden a reparaciones o mantenimiento y son registrados en los resultados integrales cuando son incurridos.

Los terrenos no se deprecian. La depreciación de las propiedades y equipos, es calculada linealmente basada en la vida útil estimada de los bienes, o de sus componentes significativos identificables que posean vidas útiles diferenciadas, y no considera valores residuales, debido a que la Administración de la Compañía estima que

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

el valor de realización de sus propiedades y equipos al término de su vida útil no es relevante.

Las estimaciones de vidas útiles y valores residuales de las propiedades y equipos son revisadas, y ajustadas si es necesario, a cada fecha de cierre de los estados financieros.

Las vidas útiles estimadas de propiedades y equipos son las siguientes:

<u>Tipo de bienes</u>	<u>Número de años</u>
Edificio	20
Adecuación	20
Instalaciones	10
Vehículos	5
Mobiliarios, enseres y equipos	10
Equipo de computación	3

Las pérdidas y ganancias por la venta de propiedades y equipos, se calculan comparando los ingresos obtenidos con el valor en libros y se incluyen en el estado de resultados integrales.

Cuando el valor en libros de un activo de propiedades y equipos excede a su monto recuperable, este es reducido inmediatamente hasta su valor recuperable.

Los intereses y otros costos de endeudamiento se capitalizan siempre y cuando estén relacionados con la construcción de activos calificables. Un activo calificable es aquel que requiere de un tiempo prolongado para que esté listo para su uso, período que la Administración ha definido como mayor a un año. Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la Compañía no ha tenido ningún proyecto, por lo que no se han activado costos de endeudamiento.

2.8 Deterioro de activos no financieros (Propiedades y equipos)

Los activos sujetos a depreciación o amortización se someten a pruebas de deterioro cuando se producen eventos o circunstancias que indican que podría no recuperarse su valor en libros. 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 obtendrá de su venta o su valor en uso.

Para efectos de la evaluación por deterioro, los activos se agrupan a los niveles más pequeños en los que generen flujos de efectivo identificables (unidades generadoras de efectivo). En el caso que el monto del valor libros del activo exceda a su monto recuperable, la Compañía registra una pérdida por deterioro en los resultados del ejercicio. Los saldos en libros de activos no financieros que han sido objeto de castigos

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

por deterioro se revisan a cada fecha de cierre de los estados financieros para verificar posibles reversiones del deterioro.

La Compañía evalúa anualmente la existencia de indicadores de deterioro sobre sus activos no financieros. Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, no se han reconocido pérdidas por deterioro de activos no financieros, debido a que la Administración ha determinado que no existen indicadores de deterioro.

2.9 Inversiones en subsidiarias y asociadas

Subsidiaria

Subsidiarias son todas las entidades sobre las que la Compañía ejerce control sobre la misma, teniendo la capacidad de influir en los rendimientos a través de su poder sobre ésta, por ello un inversor controla una participada si y solo si este reúne todos los elementos siguientes: a) Poder sobre la participada; b) exposición, o derecho, a rendimientos variables procedentes de su implicación en la participada; y c) la capacidad de utilizar su poder sobre la participada para influir en el importe de los rendimientos del inversor.

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la compañía consolida sus estados financieros con Maruri Digital Cia. Ltda. Adicionalmente al 31 de diciembre del 2014, consolidó con la compañía Blue Moon Trading S.A., al cumplir con los requisitos señalados en la NIIF 10.

Asociada

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 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.

2.10 Impuesto a la renta corriente y diferido

El gasto por impuesto a la renta del año comprende el impuesto a la renta corriente y el diferido. 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.

- (a) Impuesto a la renta corriente: La provisión para impuesto a la renta 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.
- (b) Impuesto a la renta diferido: El impuesto a la renta diferido se provisiona en su totalidad, por el método del pasivo, sobre las diferencias temporarias que surgen entre las bases tributarias de activos y pasivos y sus respectivos valores mostrados en los estados financieros preparados bajo NIIF. 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.

Los activos por impuestos diferidos comprenden las cantidades de impuestos sobre las ganancias a recuperar en periodos futuros, relacionadas con:

- (i) las diferencias temporarias deducibles;
- (ii) la compensación de pérdidas obtenidas en periodos anteriores que todavía no hayan sido objeto de deducción fiscal;
- (iii) la compensación de créditos tributarios no utilizados procedentes de periodos anteriores, siempre y cuando no se solicite su devolución ante el Servicio de Rentas Internas y sea probable la disponibilidad de ganancias fiscales futuras, para su utilización.

Los impuestos a la renta diferidos activos sólo se reconocen en la medida que sea probable que se produzcan beneficios tributarios futuros contra los que se puedan usar las diferencias temporales.

Los saldos de impuestos a la renta diferidos activos y pasivos se compensan cuando exista el derecho legal exigible a compensar impuestos activos corrientes con impuestos pasivos corrientes y cuando los impuestos a la renta diferidos activos y pasivos se relacionen con la misma autoridad tributaria.

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la compañía no determinó diferencias temporarias.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

2.11 Beneficios a los empleados

(a) Beneficios de corto plazo

Se registran en el rubro de provisiones del estado de situación financiera y corresponden principalmente a:

- (i) Participación de los trabajadores en las utilidades: Calculada en función del 15% de la utilidad contable anual antes del impuesto a la renta, según lo establecido por la legislación ecuatoriana vigente. Se registra con cargo a resultados y se presenta como parte del costo de ventas y de los gastos administrativos en función de la labor del empleado que recibe este beneficio.
- (ii) Vacaciones: Se registra al gasto cuando son tomadas por el personal de la compañía, debido a que la administración considera que su provisión no afecta significativamente las cifras de los estados financieros.
- (iii) Décimos tercer y cuarto sueldos y beneficios de la seguridad social: Se provisionan y pagan de acuerdo a la legislación vigente en el Ecuador.
- (iv) Bonos de cumplimiento y retención: Corresponde a los montos que la Compañía estima necesarios para cubrir beneficios variables de ciertos ejecutivos para cumplimiento de objetivos y retención de personal.

(b) Beneficios de largo plazo

Provisiones de jubilación patronal y desahucio: La Compañía tiene un plan de beneficio definido para jubilación patronal y desahucio, normado por las leyes laborales ecuatorianas. Adicionalmente de acuerdo a las leyes vigentes, en los casos determinación de la relación laboral por desahucio solicitado por el empleador o por el trabajador, el empleador bonificará al trabajador con el veinticinco por ciento del equivalente a la última remuneración mensual por cada uno de los años de servicios prestados a la misma compañía o empleador, este beneficio se denomina desahucio.

La Compañía determina anualmente la provisión para jubilación patronal y desahucio con base en estudios actuariales practicados por un profesional independiente y se reconoce con cargo a los costos y gastos (resultados integrales) del año aplicando el método de Costeo de Crédito Unitario Proyectado y representa el valor presente de las obligaciones a la fecha del estado de situación financiera, el cual se determina descontando los flujos de salida de efectivo estimados usando la tasa anual de conmutación actuarial del 4% equivalente a la tasa promedio de los bonos de gobierno, publicada por el Banco Central del Ecuador que están denominados en la misma moneda en la que los beneficios serán pagados y que tienen términos que se aproximan a los términos de las obligaciones por pensiones hasta su vencimiento.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Las hipótesis actuariales incluyen variables como son, en adición a la tasa de conmutación actuarial, tasa de mortalidad, edad, sexo, años de servicios, remuneraciones, incremento futuro de remuneraciones, tasa de rotación, entre otras.

Las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los ajustes basados en la experiencia y cambios en los supuestos actuariales se cargan al otro resultado integral en los periodos que surgen.

Los costos de los servicios se reconocen inmediatamente en resultados del año. Al cierre del año las provisiones cubren a todos los trabajadores que se encontraban trabajando para la Compañía.

2.12 Provisiones Corrientes

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.

2.13 Distribución de dividendos

La distribución de dividendos a los accionistas de la Compañía se deduce del patrimonio en el periodo en el que los dividendos han sido aprobados por los accionistas de la Compañía. Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, no se han distribuidos dividendos.

2.14 Reconocimientos de ingresos

Los ingresos comprenden el valor razonable de lo cobrado o por cobrar por los servicios prestados en el curso normal de las operaciones de la Compañía. Los ingresos se muestran netos de impuestos y descuentos otorgados.

Los ingresos son reconocidos en la medida en que es probable que los beneficios económicos fluyan hacia la Compañía, puedan ser medidos con fiabilidad y cuando la Compañía preste sus servicios al comprador, considerando el grado de terminación de la prestación final del periodo sobre el que se informa.

2.15 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, de acuerdo a los lineamientos de la base contable de acumulación (devengo) en la NIC 1 "Presentación de Estados Financieros".

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

2.16 Cambios en políticas contables

Provisión de bonificaciones para desahucio a empleados

Al 31 de diciembre del 2014, la Administración de la Compañía decidió mediante acta de Junta General de Accionistas firmada el 19 de diciembre del 2013, suspender el plan de beneficio definido correspondiente a las bonificaciones por desahucio, basados en las estadísticas de la Compañía, las cuales presentan un bajo nivel de pagos en relación al beneficio antes mencionado. Véase el cambio de la política contable en la Nota 21, cuyo resultado no afecta sustancialmente los estados financieros tomados en su conjunto.

Al 31 de diciembre del 2015, la Administración de la Compañía decidió provisionar los beneficios definidos correspondiente a las bonificaciones por desahucio establecidas por el perito evaluador. Debido a la publicación de la Ley Orgánica para la Justicia Laboral y reconocimiento del trabajo en el Hogar, la cual establece que el desahucio se cancele en cualquier instancia de terminación laboral.

Aplicación del método de participación para inversiones en asociadas

Al 31 de diciembre del 2014 la Administración de la Compañía decidió cambiar el método de participación de medición de sus inversiones en asociadas, por la política de medición al costo, basados en las estadísticas de la Compañía, las cuales presentan un bajo nivel de fluctuación de los beneficios recibidos. Véase el cambio de la política contable en la Nota 13, cuyo resultado no afecta sustancialmente los estados financieros tomados en su conjunto.

3. ADMINISTRACIÓN DE RIESGO FINANCIEROS.

3.1 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 precio

La compañía está expuesta al riesgo de mercado el cual es sensible a los indicadores del sector publicitario. Su principal riesgo en este sentido está influido por variables, como el índice de precios al consumidor (IPCo) correlacionado con la inflación, que

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

afectaría al determinar los precios de los servicios publicitarios en relación a la competencia.

La administración reduce su exposición al riesgo de mercado al incluir en cada contrato una cláusula de reajuste de precios, misma que se utiliza exclusivamente para determinar las variaciones en los componentes de los precios unitarios justificados en las planillas de avance de los servicios prestados por la Compañía, en función de los índices de precios al consumidor (IPCo).

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

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

(b) Riesgos de Crédito

Las políticas de administración de riesgo crediticio son aplicadas principalmente por el área de crédito y finanzas. El riesgo de crédito se encuentra presente en el efectivo, en las cuentas por cobrar comerciales, compañías relacionadas y otras por cobrar.

Respecto a los bancos e instituciones financieras donde se mantiene el efectivo, tienen calificaciones de riesgo independiente que denoten niveles de solvencia y respaldo adecuados; dichas calificaciones en general superan la calificación "A".

La Compañía mantiene su efectivo y equivalente de efectivo en instituciones financieras con las siguientes calificaciones:

<u>Entidad financiera</u>	<u>Calificación</u>	
	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Banco Bolivariano C.A. (1)	AAA-	AAA-
Banco del Pacifico S.A. (2)	AAA-	AAA-

El riesgo de crédito por su naturaleza, es un riesgo inherente, que si se controla nunca desaparece, esto por la falta de pago de facturas o pago fuera de tiempo de las mismas. Sin embargo de acuerdo al modelo de negocio de la Compañía para reducirlo se cuenta con diferentes controles, que incluyen:

- Revisión de clientes de acuerdo a las políticas de crédito (evaluación crediticia: capacidad de pago, garantías, carácter, entre otras) y cobranzas (técnicas de cobranzas) más efectivas, acordes a las ofrecidas por el mercado, y para cada tipo de cliente canal.
- Análisis mensual de indicadores de cartera que permitan aplicar un seguimiento evolutivo para la toma de decisiones adecuadas y soportadas.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

- Mejoramiento continuo de los procesos inmersos en las políticas de crédito y de cobranzas (soporte tecnológico y herramientas disponibles).

(c) Riesgos 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 comprometidas y la capacidad de cerrar posiciones de mercado.

Continuando con el modelo de negocio y factibilidad interno que maneja la empresa se administra la liquidez tomando en consideración los siguientes puntos:

- Elaboración y aplicación de políticas, procedimientos, manuales de cobranzas claras que permitan un mejor seguimiento del crédito otorgado, a través de una estructura administrativa descentralizada que la soporte.
- Elaboración y análisis mensual de indicadores que permitan evaluar la gestión en determinados procesos
- La cobranza es realizada por el equipo de ventas (eficiencia).
- Otorgamiento de descuentos financieros que incentiven la venta de contado en clientes con volúmenes altos de compra lo cual contribuye a su vez a la liquidez y disminución del riesgo crediticio.

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.

3.2 Administración de riesgo de capital

Los objetivos de la Compañía al administrar el capital son el salvaguardar la capacidad de la misma 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.

Continuando con el modelo de negocio y factibilidad interno que maneja la Compañía se administra el riesgo de capital tomando en consideración, la rentabilidad que genera los servicios de publicidad, lo cual permite cubrir los costos asociados y generar resultados para los accionistas.

Adicionalmente, la compañía monitorea su capital sobre la base de ratio de apalancamiento. Este ratio se calcula como la deuda neta dividida entre el capital total. La deuda neta se calcula como el total de los recursos ajenos (incluyendo cuentas por pagar

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

comerciales y compañías relacionadas) menos el efectivo y equivalente de efectivo. El capital total se calcula como el "patrimonio neto" más la deuda neta.

El ratio de apalancamiento al 31 de diciembre de 2015 y 2014, fueron los siguientes:

	2015	2014
Documentos y cuentas por pagar - Proveedores	1.452.582	2.388.364
Documentos y cuentas por pagar - Relacionadas	247.172	321.168
Sobregiros bancarios	31.790	31.851
Obligaciones con terceros	63.978	64.005
Obligaciones Bancarias	-	403.353
	<u>1.795.522</u>	<u>3.208.741</u>
Menos : Efectivo y equivalente de efectivo	<u>(8.282)</u>	<u>(73.755)</u>
Deuda neta	<u>1.787.240</u>	<u>3.134.986</u>
Total Patrimonio neto	100.429	2.251.748
Capital total	1.887.669	5.386.734
Ratio de apalancamiento	95%	58%

La principal fuente de apalancamiento es con los proveedores (2014: con los accionistas y proveedores).

4. ESTIMACIONES Y CRITERIOS CONTABLES SIGNIFICATIVOS.

La preparación de estados financieros requiere que La Compañía realice estimaciones y utilice supuestos que afectan los montos incluidos en estos estados financieros y sus notas relacionadas. 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 resultados de la Compañía y/o las que requieren un alto grado de juicio por parte de la Administración.

(a) Deterioro de cuentas por cobrar

La estimación para cuentas dudosas es determinada por la Gerencia de la Compañía, con base en la evaluación individualizada de la antigüedad de los saldos por cobrar y la posibilidad de recuperación de los mismos, teniendo como principal indicativo de duda de su cobrabilidad, la existencia de saldos vencidos por más de 90 días. La provisión para cuentas dudosas se carga a los resultados integrales del año y las recuperaciones de cuentas provisionadas se acreditan a otros ingresos.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

(b) Vida útil de los propiedades y equipos

Los cambios en circunstancias, tales como avances tecnológicos, cambios en el uso planificado, podrían hacer que la vida útil fuera diferente de las estimaciones realizadas. Las estimaciones se basan principalmente en las proyecciones de uso futuro de los activos. La determinación de las vidas útiles se evalúa al cierre de cada año. Ver Nota 2.7.

(c) Deterioro de activos no financieros

El deterioro de los activos no financieros se evalúa con base en las políticas y lineamientos descritos en la Nota 2.9.

(d) Provisiones por beneficios a empleados a largo plazo

Las hipótesis empleadas en el cálculo actuarial de Jubilación patronal y Desahucio, para lo cual utiliza estudios actuariales practicados por profesionales independientes. Ver Nota 2.11.

5. INSTRUMENTO FINANCIERO POR CATEGORIAS.

5.1 Categorías de instrumentos financieros

A continuación se presentan los valores en libros de cada categoría de instrumentos financieros al cierre de cada ejercicio:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Activo financiero medido al costo		
Efectivo y equivalentes de efectivo	8.282	73.755
Activos financieros medidos al costo amortizado		
Cuentas por cobrar comerciales	3.239.247	3.769.426
Cuentas por cobrar relacionadas	93.825	202.065
Total activos financieros	<u>3.341.354</u>	<u>4.045.246</u>
Pasivos financieros medidos al costo amortizado		
Sobregiros bancarios	31.790	31.851
Obligaciones bancarias	-	403.353
Obligaciones con terceros	63.978	64.005
Proveedores y otras cuentas por pagar	1.452.582	2.386.365
Cuentas por pagar relacionadas	247.172	321.168
Total pasivos financieros	<u>1.795.522</u>	<u>3.208.742</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

5.2 Valor razonable de instrumentos financieros

Para fines de determinar el valor razonable de un activo o pasivo financiero puede aplicarse algunas 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 que 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).

El valor en libros de cuentas por cobrar comerciales, cuentas por cobrar a entidades relacionadas, cuentas por pagar comerciales, cuentas por pagar a entidades relacionadas, otras cuentas por pagar y efectivo y equivalente de efectivo se aproxima al valor razonable debido a la naturaleza de estos instrumentos. En relación a los préstamos con terceros y obligaciones bancarias, su valor razonable es similar a su costo amortizado debido a que éstos devengan intereses a tasas de mercado.

6. EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Caja	1.750	1.750
Banco del Pacífico S.A.	<u>6.532</u>	<u>72.005</u>
	8.282	73.755
Sobregiros bancarios (1)	<u>(31.790)</u>	<u>(31.851)</u>
	<u>(23.508)</u>	<u>41.904</u>

- (1) Sobregiro originado por cheques girados por la Compañía correspondiente al Banco Bolivariano C.A. y no cobrados por sus beneficiarios hasta el 31 de diciembre del 2015 y 2014, y cobrados en su mayoría durante los primeros meses del año 2016 y 2015 respectivamente.

7. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

Composición:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Cientes (1)	3.239.247	3.769.426
Deterioro para cuentas incobrables (2)	(207.115)	(248.435)
	<u>3.032.132</u>	<u>3.520.991</u>

(1) Al 31 de diciembre del 2015 y 2014 incluye principalmente lo siguiente:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Club Sport Emelec	791.440	274.682
Cordialsa	116.083	-
Superdeporte S.A.	109.602	50.628
Otecel S.A.	81.224	-
Universidad Internacional Del Ecuador	74.413	18.538
Icesa S.A.	72.148	41.781
Ministerio Del Ambiente	71.680	225.205
Expoguayaquil S.A.	66.793	71.414
Agrovanic S.A.	58.690	25.530
Compañía Televisión Del Pacífico Teledos S.A.	56.385	90.792
Bonanova S.A.	56.102	-
Radio Sound Max / Radio Y Tv Rtu - Radio Hit S.A.	55.172	24.300
La Fabril S.A.	47.726	182.329
Sambito S.A.	41.833	17.683
Industrias Lacteas Toni S.A.	-	235.872
Cadena Ecuatoriana de televisión C.A.	32.451	194.733
Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social	-	287.452
Telecuatro Guayaquil C.A.	1.802	255.682
Otros menores	1.505.703	1.772.785
	<u>3.239.247</u>	<u>3.769.426</u>

Ver antigüedad de cartera al 31 de diciembre a continuación:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<u>Por vencer</u>	1.721.374	1.597.339
<u>Vencidas</u>		
De 31 a 60 días	144.865	1.514.565
De 61 a 90 días	161.401	209.068
De 91 a 180 días	294.343	70.727
De 181 a 360 días	625.361	98.106
Más de 361 días	291.903	279.621
	<u>3.239.247</u>	<u>3.769.426</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

- (2) Los movimientos de la provisión por deterioro para cuentas por cobrar es como sigue:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Saldo inicial	(248.435)	(240.554)
Incrementos	(21.146)	(38.925)
Reversos /utilizaciones	62.466	31.044
Saldo final	<u>(207.115)</u>	<u>(248.435)</u>

8. DERECHO FIDUCIARIO

Al 31 de diciembre del 2014 correspondía a los derechos fiduciarios, que mantenía la Compañía en el Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa, el cual fue constituido con la finalidad de cancelar los títulos valores a los inversionistas. La Compañía, tomando en consideración los saldos y transacciones del Fideicomiso, no consolida sus estados financieros, debido a que los efectos no son importantes tomando los estados financieros en conjunto. Al 31 de diciembre del 2015, este Fideicomiso fue liquidado debido al cumplimiento de su objeto para el cual había sido constituido.

9. CUENTAS POR COBRAR - POR LIQUIDAR

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Cuentas por facturar cliente	119.250	119.250
Otras	841	-
	<u>120.091</u>	<u>119.250</u>

- (1) Al 31 de diciembre del 2015 y 2014 incluye valores facturados por proveedores de forma anticipada, los mismos que serán devengados con futuros servicios a prestarse al Banco Central del Ecuador.

10. CUENTAS POR COBRAR - DEUDORES VARIOS

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Bonificación por volumen TV (1)	<u>160.809</u>	<u>221.657</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

- (1) Corresponde a las provisiones que realiza Maruri Publicidad S.A. como un reconocimiento de ingresos producto de una bonificación pactada con los medios por el volumen de servicios contratados, los cuales incluyen principalmente a: i) Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 CETV por US\$64.431 (2014: US\$31.903), ii) Compañía de Televisión del Pacífico por US\$51.331, iii) DirectTv Ecuador C. Ltda. 21.000 (2014: US\$93.502). Adicionalmente al 31 de diciembre del 2014 incluye US\$35.962 correspondiente a Relad S.a. (Canal 1).

11. IMPUESTO POR RECUPERAR

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Credito Tributario por retenciones en la fuente de IR	86.657	86.657
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	70.162	113.968
Retenciones en la fuente de IVA	21.774	-
Retenciones en la fuente de IR del ejercicio	10.337	-
	<u>188.930</u>	<u>200.625</u>

12. PROPIEDADES Y EQUIPOS

El movimiento y los saldos de las propiedades y equipo se presentan a continuación:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)
AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Descripción	Tarreno	Edificios	Adecuaciones	Instalaciones	Vehículos	Equipos de Oficina	Máquinas y Estructuras	Equipos de Computación y Software	Otros Activos Fijos Tangibles	Construcciones en Curso	Total
Al 1 de enero del 2014											
Costo	754.358	1.311.300	631.819	31.877	228.468	51.053	257.450	254.110	358.044	-	3.890.154
Depreciación acumulada	-	(703.325)	(411.740)	(536)	(110.951)	(18.925)	(84.207)	(59.103)	(115.452)	-	(1.637.121)
Valor en libros	754.358	1.107.875	220.119	30.509	117.507	32.128	163.243	194.907	242.592	-	2.453.033
Movimiento 2014											
Adiciones, netas (1)	-	-	-	-	-	2.143	15.789	48.728	-	-	66.669
Bajas en el Costo Histórico	-	-	-	-	(714)	-	-	-	-	-	(714)
Depreciación	-	(71.520)	(34.300)	(3.281)	(85.871)	(5.381)	(29.530)	(59.403)	(20.486)	-	(329.392)
Valor en libros al 31 de diciembre del 2014	754.358	1.036.355	185.729	27.228	34.116	26.695	163.035	122.322	222.498	-	2.590.490
Al 31 de diciembre del 2014											
Costo	754.358	1.311.300	631.819	31.877	227.754	51.053	257.450	254.110	358.044	-	3.890.154
Depreciación acumulada	-	(703.325)	(411.740)	(536)	(110.951)	(18.925)	(84.207)	(59.103)	(115.452)	-	(1.637.121)
Valor en libros	754.358	1.036.355	185.729	27.228	34.116	26.695	163.035	122.322	222.498	-	2.590.490
Movimiento 2015											
Adiciones, netas (1)	-	-	-	-	-	3.745	3.306	3.432	733	11.453	22.669
Bajas en el Costo Histórico (2)	(754.358)	(1.311.300)	(631.819)	(31.877)	(127.281)	-	-	-	(208.845)	-	(3.065.373)
Bajas en la Depreciación Acumulada (2)	-	316.352	488.095	6.565	102.065	(34.566)	(114.207)	(181.594)	57.278	-	956.036
Depreciación	-	(43.707)	(37.506)	(2.065)	(2.400)	(5.374)	(28.153)	(41.254)	(70.881)	-	(216.628)
Valor en libros al 31 de diciembre del 2015	-	-	-	-	9.412	27.065	144.189	84.510	736	11.453	277.370
Al 31 de Diciembre del 2015											
Costo	-	-	-	-	102.432	94.946	386.550	367.270	150.735	11.453	913.479
Depreciación acumulada	-	-	-	-	(91.061)	(25.880)	(142.360)	(222.760)	(140.928)	-	(630.058)
Saldo al 31 de Diciembre del 2015	-	-	-	-	9.412	27.065	144.189	84.510	736	11.453	277.370

(1) Al 31 de diciembre del 2015, incluye principalmente a adecuaciones realizadas en las instalaciones de la compañías las cuales se encuentran en construcción, al 31 de diciembre del 2014 incluía principalmente compras de equipos de computación y software para uso de la compañía.

(2) Corresponde principalmente a la baja de activos fijos de la Compañía, según acta de Junta General de Accionista del 2 de octubre del 2015 y a la venta de activos fijos realizada a favor de Blue Moon Trading S.A. Véase adicionalmente Nota 1.3 y 2.7.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

13. INVERSIONES EN SUBSIDIARIA Y ASOCIADAS

Composición:

<u>Razon Social</u>	<u>Porcentaje de participación en el capital</u>	<u>Valor en Libros</u>	
		<u>2015</u>	<u>2014</u>
Maruridigital Cia. Ltda. (1)	99,99% (2014: 50%)	125.178	125.178
Blue Moon Trading S.A. (2)	99,88%	-	6.353
Expo Guayaquil S.A. (3)	25%	-	370.000
Holding Tonicorp S.A. (4)	-	-	1.980
		<u>125.178</u>	<u>503.511</u>

- (1) Corresponde al paquete accionario mantenido en Maruridigital Cia. Ltda. Mediante escritura pública de cesión de participaciones del 20 de Julio del 2015 y mediante resolución tomada por la Junta Universal de Socios de Maruri Digital Cia. Ltda. Maruridigital celebrada el 18 de julio del 2015, el Señor Andrés Maruri Rojas cede y transfiere, a favor de la Compañía 9.999 participaciones, con lo cual al 31 de diciembre del 2015 la Compañía mantiene un total de 19.999 acciones perteneciente a la compañía a un valor nominal de US\$1 cada una.
- (2) Al 31 de diciembre del 2015, Mediante Acta de Junta General Extraordinaria de Accionistas del 16 de julio del 2015, se resolvió vender el paquete accionario mantenido en esta Compañía, transacción efectuada a su costo de adquisición.
- (3) Al 31 de diciembre del 2015, mediante Acta de Junta General Extraordinaria de Accionistas del 2 de Octubre del 2015, se resolvió dar de bajas las acciones que la compañía mantenía en Expo Guayaquil, ajustando contra los resultados del ejercicio.
- (4) Al 31 de diciembre del 2015, mediante cesión de derechos del 28 de julio del 2015, la Compañía procedió a transferir 508 acciones al Señor Eduardo Aquiles Maruri Miranda.

Movimiento:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Saldo al 1 de enero	503.511	503.511
Venta de acciones (Blue Moon y Holding Tonicorp)	(8.333)	-
Baja de acciones (Expo Guayaquil)	(370.000)	-
Saldo al 31 de diciembre	<u>125.178</u>	<u>503.511</u>

Los estados financieros de Maruri Publicidad S.A. MARPUBLICIDAD por el año terminado el 31 de diciembre del 2015 y 2014, también se presentan consolidados con su compañía

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

subsidiaria en la cual posee una participación accionaria mayor al 50% o ejerce el control, tal como lo establece las Normas Internacionales de Información Financiera, sin embargo, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de Compañías se presentan estados financieros separados.

14. OTROS ACTIVOS

Composición:

	2015	2014
Depositos en garantía por arriendo de inmuebles	<u>13.119</u>	<u>11.665</u>

15. OBLIGACIONES BANCARIAS

Composición al 31 de diciembre del 2014:

	Interés anual (%)	2014
Banco Bolivariano Panamá Bank (1)	7,79%	400.000
Banco Bolivariano C.A. (2)	10,20%	<u>3.353</u>
		<u>403.353</u>

(1) Correspondía a préstamo otorgado para capital de trabajo a una tasa de interés entre el 7,79% anual y fija, convencimiento en 4 meses plazo. La deuda se garantizó con activos personales de los accionistas. Esta obligación fue cancelada durante el 2015.

(2) Correspondía a préstamos otorgado para adquisición de vehículos a una tasa de interés entre el 9% al 11% anual y fija, convencimiento hasta en 2 años plazo. La deuda se garantizó con activos personales de los accionistas. Esta obligación fue cancelada durante el 2015.

16. OBLIGACIONES CON TERCEROS

Composición:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

	2015	2014
Carmen Rojas de Maruri (1)	5.236	5.263
Inmobiliaria Pleamar S.A. (2)	58.742	58.742
	<u>63.978</u>	<u>64.005</u>

(1) Comprende a saldo del préstamo otorgado inicialmente por US\$100.000, a un plazo de 24 meses, cuyo vencimiento era el 4 de julio de 2012, a una tasa del 12% anual, posterior al vencimiento, no se estuvo generando intereses.

(2) Corresponde a saldo del préstamo otorgado inicialmente por US\$140.000, este no tiene fecha de vencimiento y no generan intereses.

17. PROVEEDORES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

Composición:

	2015	2014
Proveedores (1)	1.194.714	2.022.596
Otras cuentas por pagar (2)	257.868	365.768
	<u>1.452.582</u>	<u>2.388.364</u>

(1) Al 31 de diciembre del 2015 y 2014 corresponde a facturas por transmisión, publicación y producción de publicidad para los clientes, con plazos de hasta 90 días, estas no generan interés, un detalle es el siguiente:

	2015	2014
Productoras (a)	670.588	846.698
Radio (b)	385.079	490.667
Cables de Televisión (c)	93.579	548.279
Vía pública	22.363	60.473
Prensa	18.428	38.639
Revistas	4.677	21.738
Otros	-	16.102
	<u>1.194.714</u>	<u>2.022.596</u>

(a) Incluye principalmente a valores por pagar a:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Comunicaciones Visual	53.595	110.393
Sancho BBDO	47.333	-
Fernando Devalos Cia. Ltda.	42.832	-
Granda Encalada Franklin Andres	39.888	-
Etra Comunicaciones	21.702	8.928
Cineassist S.A.	21.589	39.330
Metrovisión S.A.	21.460	10.773
Pitosi Sinche David Fernando	21.155	-
Lovato Zarate Margarita del Rocio	20.218	-
Luna Chauca Silvia Lorena	18.937	43.641
Andrade Espinoza Carlos Luis	18.720	-
Grupdistri S.A.	18.197	-
Clarisa Victoria Cuesta Plaza	17.571	10.958
Dialcomunica Cia.Ltda.	16.696	-
Escopusa	13.421	16.967
Moncayo Moreno Francisco Xavier	10.668	12.507
Ludwig Dimitrov Alvarez Endara	10.038	13.364
Multivisión Cia. Ltda	9.452	18.904
Garcia Ruiz Juan Gabriel	6.908	9.697
Chung Yepez David	6.731	9.688
Cuesta Plaza Jose Xavier	4.877	15.961
Salguero Guevara Juan Carlos	3.530	24.623
Benavides Suarez Mauricio Eugenio	2.000	24.121
Torrescal S.A.	-	28.101
Umacreativa S.A.	-	23.030
Megaudio S.A.	-	16.832
Stoes S.A.	-	15.249
Satre Comunicacion Integral Cia. Ltda.	-	11.990
Kuomodo Cia. Ltda.	-	11.319
Vera Flores Maritza Andrea	-	10.536
Correa Guerra Carlos Alberto	-	10.346
Otros menores	223.072	351.441
	<u>670.588</u>	<u>846.698</u>

(b) Incluye principalmente a valores por pagar a:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

	2015	2014
Radio Canela	49.856	15.866
Radio La Otra Guayas - Rock & Pop	26.067	3.792
Radio La Otra Pichincha - Ecuavoice	15.634	689
Corape	15.129	24.772
Radio Forever	11.611	7.429
Radio Ondas Cañar	10.835	12.832
Vicariato Apostolico De Esmeraldas	8.160	-
Radio La Voz De Ingapirca- Cañar	7.905	7.698
Radio Caribe Esmeraldas	7.847	4.443
Radio Fuego Quito	6.602	13.512
Radio La Voz De Galapagos	6.445	6.445
Radio Tricolor De Riobamba	6.018	6.543
Grupo Teleinsular	5.804	8.230
Radio Cumanda	5.600	6.221
Radio Bandida 89.7 Fm	5.524	5.524
Radio Union (Chone) - Manabi	5.475	5.671
Radio Complice	5.452	7.382
Radio Tropicalida / La Tele	5.387	2.208
Radio Union -Esmeraldas	5.294	-
Fundación De Asistencia Social Enlace La Alborada I	5.180	-
Teleonda Musical FM Cía Ltda	4.984	13.088
Radio La Voz del Tomebamba	4.778	15.863
Telefuturo S.A.	4.711	6.717
Radio Super Sol	4.651	8.647
Radio Zaracay	4.614	9.177
Radio La Voz de su amigo	4.125	9.834
Radio Scandalo / Barrerasa S.A.	1.492	6.413
Radio Estrella	1.026	6.740
Antena 3 - Guayas	284	5.921
Radio Costanar - Manta	-	6.518
Radio Musical del Coca	-	6.311
Radios Sucesos	-	5.885
Otros menores	138.589	248.296
	<u>385.079</u>	<u>490.667</u>

(c) Incluye principalmente a valores por pagar a:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

	2015	2014
Manglar TV 35	24.160	-
Compañía Televisión del Pacífico Teledos S.A.	19.443	70.718
Las Palma TV Canal 41	13.594	-
Ecuador TV y Radio	11.030	21.366
TV Canal 27	8.182	26.336
Cadena Ecuatorina de Televisión C.A.	-	117.457
Telecuatro Guayaquil C.A.	-	86.062
Compañía Anónima Telenacional S.A.	-	53.572
Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A.	-	53.572
Canal Uno - Relad	-	24.040
RTV Ecuador	-	19.808
Otros menores	17.170	72.348
	<u>93.579</u>	<u>546.279</u>

- (2) Comprenden a valores por pagar a proveedores cuyo servicios corresponde a la gestión y administración de la Compañía, entre los principales incluye lo siguiente:

	2015	2014
Ibope Time del Ecuador S.A.	22.013	41.284
Banco Bolivariano C.A.	40.837	33.631
Club Deportivo Especializado	27.972	20.320
Conecel	18.836	-
Moore Stephens & Asociados Cia. Ltda.	17.700	-
Datapro S.A.	13.299	13.596
Compañía De Seguros Mapfre Atlas S.A.	13.050	10.044
Jorge Rafael Cabrera Buleje	12.751	-
Otelcel S.A.	-	17.703
Teleradio 1350 AM S.A.	-	14.776
Pacificard Tarjeta Corporativa	-	10.974
Level 3 Ecuador Lvt S.A.	-	10.912
Information De Medios S.A.	-	10.384
Otros	91.410	182.145
	<u>257.868</u>	<u>365.768</u>

18. SALDOS Y TRANSACCIONES CON COMPAÑÍAS Y PARTES RELACIONADAS

El siguiente es un resumen de las principales transacciones realizadas durante los años 2015 y 2014, con compañías y partes relacionadas. Se incluye bajo la denominación de compañías y partes relacionadas a: i) las personas naturales o jurídicas (compañías) que directamente o indirectamente controlan o son controladas por la Compañía, tienen control

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

conjunto o influencia significativa (asociadas) y ii) personal clave de la gerencia o administración.

i) Saldos al 31 de diciembre

	<u>Relación</u>	<u>Transacción</u>	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<u>Documentos y cuentas por cobrar a compañías relacionadas:</u>				
Invitro Publicidad S.A.	Entidad del Grupo	Comercial	-	191.494
Blue Moon Trading S.A.	Entidad del Grupo	Comercial	84.836	4.836
			<u>84.836</u>	<u>196.330</u>
<u>Cuentas por cobrar Accionistas:</u>				
Eduardo Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	5.860	-
Fausto Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	601	1.787
Diego Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	572	-
Verónica Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	785	3.948
Santiago Maruri Rojas	Accionistas	Prestamos	600	-
Andrés Maruri Rojas	Accionistas	Prestamos	571	-
			<u>8.989</u>	<u>5.735</u>
Total cuentas por cobrar			<u>93.825</u>	<u>202.065</u>
<u>Documentos y cuentas por pagar a compañías relacionadas:</u>				
Maruri Digital Cia. Ltda. Mardigital	Entidad del Grupo	Comercial	247.172	321.168
Total cuentas por pagar			<u>247.172</u>	<u>321.168</u>

ii) Transacciones mantenidas durante los años

	<u>País</u>	<u>Relación</u>	<u>2015</u>	<u>2014</u>
<u>Compras de servicios:</u>				
Maruri Digital	Ecuador	Entidad del Grupo	415.528	858.845
<u>Préstamos:</u>				
Eduardo Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	5.860	-
Verónica Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	785	3.948
Santiago Maruri Rojas	Ecuador	Accionistas	600	-
Fausto Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	-	1.787
Blue Moon Trading	Ecuador	Entidad del Grupo	-	4.836
Maruri Digital	Ecuador	Entidad del Grupo	278.135	531.538
Invitro Publicidad S.A.	Ecuador	Entidad del Grupo	191.494	-
			<u>476.874</u>	<u>542.100</u>
<u>Honorarios Profesionales:</u>				
Eduardo Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	351.000	-
<u>Otros:</u>				
Maruri Digital	Ecuador	Entidad del Grupo	211.388	-
Blue Moon Trading	Ecuador	Entidad del Grupo	80.000	-
			<u>291.388</u>	<u>-</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

iii) Remuneración al personal clave de la gerencia:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Sueldos y beneficios sociales - Directores	693.013	915.827
Sueldos y beneficios sociales - Gerencia	211.957	525.488
	<u>904.970</u>	<u>1.441.315</u>

19. PASIVOS ACUMULADOS

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Impuestos por pagar (1)	1.437.756	1.245.284
Provisiones (2)	285.015	290.568
Beneficios sociales (3)	73.111	241.790
	<u>1.795.882</u>	<u>1.777.642</u>

(1) Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Impuesto al Valor Agregado (IVA) (a)	842.432	817.419
Retenciones en la fuente del IVA (b)	278.862	245.203
Intereses por pagar (c)	169.893	-
Retenciones en la fuente de impuesto a la renta (d)	146.127	125.509
Impuesto a la renta por pagar (e)	-	53.812
Otros por pagar	342	341
	<u>1.437.756</u>	<u>1.245.284</u>

(a) Al 31 de diciembre del 2015 incluye principalmente US\$685.764 correspondiente a valores vencidos por concepto de IVA en ventas.

(b) Al 31 de diciembre del 2015 incluye principalmente US\$231.740 correspondiente a valores vencidos por retenciones en la fuente del IVA efectuadas.

(c) Corresponde a la provisión de intereses por pagar al Servicios de Rentas Internas (SRI) por valores vencidos.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

- (d) Al 31 de diciembre del 2015 incluye principalmente US\$116.159 correspondiente a valores vencidos por retenciones en la fuente del impuesto a la renta efectuadas.
- (e) Al 31 de diciembre del 2014, corresponde US\$48.283 por la última cuota del convenio realizado para el pago del impuesto a la renta del año 2013 y US\$5.529 por impuesto a la renta del año 2014.
- (2) Corresponde a provisiones de gastos devengados por servicios recibidos de los medios de publicidad, los mismos que van hacer cruzados con la respectiva recepción de la factura. Véase detalle a continuación:

	2015	2014
Maktub S.A.	124.052	10.000
Club Sport Emelec	58.237	39.242
Radio Sound Max / Radio y TV RTU	18.291	-
Varios	84.435	241.328
	<u>285.015</u>	<u>290.568</u>

- (3) Composición y movimiento:

	Saldos al inicio	Incrementos	Pagos y/o utilizaciones	Saldos al final
<u>Año 2015</u>				
Beneficios sociales (i)	241.790	2.709.002	(2.877.681)	73.111
<u>Año 2014</u>				
Beneficios sociales (i)	352.314	3.545.560	(3.656.084)	241.790

- (i) Incluye principalmente, US\$ 31.091 (2014: US\$36.267); US\$15.205 (2014: US\$15.450) y US\$10.595 (2014: US\$12.842), correspondiente a aportes personales y patronales, Décimo cuarto y Décimo tercero por pagar, respectivamente. Adicionalmente al 31 de diciembre del 2014 incluye US\$161.706 de participación de trabajadores.

20. IMPUESTO A LA RENTA CORRIENTE Y DIFERIDO**(a) Situación fiscal**

A la fecha de emisión de los estados financieros, la Compañía no ha sido fiscalizada por las autoridades tributarias. De acuerdo con la normativa tributaria vigente, los años 2013 al 2015 se encuentran abiertos a revisión por parte de las autoridades fiscales.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

(b) Conciliación del resultado contable - tributario

El impuesto a la renta de los años 2015 y 2014 se determinó como sigue:

	2015	2014
(Pérdida) utilidad antes de participación laboral e impuestos	(2.000.136)	1.078.043
Menos: Participación laboral	-	(161.706)
Utilidad antes de impuestos	(2.000.136)	916.337
Menos: Dividendos exentos	(211.388)	-
Más: Gastos no deducibles (1)	2.771.718	88.774
Base imponible total	560.194	1.005.111
Tasa de impuesto a la renta	22%	22%
Impuesto a la renta causado	123.243	221.124
Anticipo Impuesto a la renta	102.341	131.847
Impuesto por pagar	123.243	221.124

- (1) Al 31 de diciembre del 2015, incluye principalmente US\$2,118,835 correspondiente a bajas y ventas de activos fijos y títulos de la compañía.

Al 31 de diciembre de 2015 y 2014, la determinación del impuesto a la renta por pagar fue como sigue:

	2015	2014
Impuesto a la renta causado	123.243	221.124
Menos:		
Retenciones en la fuente efectuadas	(133.580)	(215.695)
Saldos (a favor) por pagar	(10.337)	5.629

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 22% aplicable a las utilidades distribuidas; dicha tasa se reduce al 12% si las utilidades son reinvertidas por el contribuyente en activos productivos.

La normativa vigente establece el pago de un "anticipo mínimo de impuesto a la renta", el cual en caso de que sea mayor que el impuesto a la renta causado, 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.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Durante el año 2015 y 2014, la Compañía determinó que el anticipo mínimo de ascendía a US\$102.341 (2013: US\$131.847), monto que no supera el impuesto a la renta causado, por lo cual se incluye en el estado de resultados como impuesto a la renta el monto de US\$123.243 (2014: US\$221.124).

(c) Impuesto a la renta diferido

Dada la naturaleza de las operaciones de la Compañía, no se han determinado diferencias temporales que impliquen cálculo de impuesto a la renta diferido.

(d) Precio de Transferencia

Las normas tributarias vigentes incorporan el principio de plena competencia para las operaciones realizadas con partes relacionadas. Por su parte el Servicio de Rentas Internas, Mediante Resolución No. NAC-DGERCGC15-00000455 publicada en el segundo suplemento del R.O. 511 del viernes 29 de mayo del 2015 solicitó se prepare y remita por parte de la empresa un Informe Integral de Precios de Transferencia y un Anexo de Operaciones con Partes Relacionadas, entre otros, para aquellas compañías que hayan tenido operaciones con partes relacionadas domiciliadas en el exterior en el mismo período fiscal y cuyo monto acumulado sea superior a US\$15.000.000 (Anexo e Informe) o US\$3.000.000 (Anexo). En la referida Resolución se establece además las operaciones que no deben contemplarse para el análisis del Anexo e Informe Integral de Precios de Transferencia y se menciona que no sumarán los montos de operaciones con partes que sean relacionadas únicamente por proporción de transacciones.

La Compañía no ha efectuado durante los años 2015 y 2014 operaciones que superen dicho monto.

(e) Otros asuntos

Ley Orgánica de Incentivos y Prevención del Fraude Fiscal: Mediante decreto No 539, publicado en el Registro Oficial No. 407 el 29 de diciembre del 2014, se expide el "Reglamento a la Ley Orgánica de Incentivos a la Producción y Prevención del Fraude Fiscal", mediante el cual, se establecen entre otras las siguientes reformas al Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno:

- Ampliación del concepto de residencia fiscal para personas naturales.
- Imposición sobre dividendos y anticipo de dividendo.
- Condiciones bajo las cuales serán deducibles las remuneraciones y beneficios sociales.
- Condiciones para la deducibilidad de deterioro de los activos financieros correspondientes a créditos incobrables.
- Se establecen los plazos de amortización y los casos y condiciones para su deducibilidad.
- Porcentaje máximo para la deducción de los costos y gastos incurridos en promoción y publicidad de bienes y servicios, y casos en los cuales no será aplicable este límite.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

- Límites y condiciones para la deducibilidad del pago de regalías, servicios técnicos, administrativos y de consultoría, así como la deducibilidad de los gastos de establecimiento o puesta en marcha de operaciones.
- Casos y condiciones para el reconocimiento de activos y pasivos por impuestos diferidos.
- Modificación de las reglas establecidas para la deducción de los pagos al exterior.
- Modificación de la forma en la que se aplicará la tarifa de impuesto a la renta de sociedades cuando la composición societaria correspondiente a paraísos fiscales o regímenes de menor imposición sea inferior al 50%.
- Tarifa y forma de determinar el impuesto a la renta sobre la utilidad en la enajenación de derechos representativos de capital u otros derechos.
- Se modifica el artículo relativo a las retenciones en la fuente de impuesto a la renta por pagos al exterior.
- Se dispone la aplicación de la retención en la fuente de IVA sobre los pagos y adquisiciones efectuadas por contribuyentes especiales a otros contribuyentes especiales.

21. JUBILACIÓN PATRONAL Y BONIFICACIÓN POR DESAHUCIO

Un resumen del pasivo a largo plazo es como sigue:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Jubilación patronal	239.455	208.282
Bonificación por desahucio	81.264	-
	<u>320.719</u>	<u>208.282</u>

El saldo de la provisión para jubilación patronal y desahucio al 31 de diciembre del 2015 (2014: Excepto desahucio), corresponde al 100% del valor actual de la reserva matemática calculada actuarialmente por un profesional independiente para todos los trabajadores, que a dichas fechas se encontraban prestando servicios para la Compañía.

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

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Tasa de descuento	6,31%	6,54%
Tasa de incremento salarial	3,00%	3,00%
Tasa de incremento de pensiones	2,00%	2,50%
Tasa de mortalidad e invalidez (a)	TM IESS 2002	TM IESS 2002
Tasa de rotación	11,80%	11,80%
Vida laboral promedio remanente	8	8,2

- a) Corresponden a las Tablas de mortalidad publicadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social en el año 2002.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

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

	2014	2014
Costo actual del servicio	81.960	-

Los cambios en la provisión acumulada de beneficios definidos por jubilación patronal de acuerdo al informe del actuario son los siguientes:

	Jubilación		Desahucio		Totales	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Al 1 de enero	208.282	203.458	51.930	61.340	260.212	264.798
Costo laboral por servicio actuales	47.751	50.084	12.446	11.850	60.197	61.934
Costos financieros	13.622	14.242	3.328	4.215	16.950	18.457
Ganancias actuariales (i)	(18.477)	4.823	(2.976)	(25.275)	(21.453)	(20.451)
Beneficio pagado	-	-	-	-	-	-
Efecto de reducción y liquidaciones anticipadas	(11.703)	(84.328)	-	-	(11.703)	(84.327)
Costos servicios pasados	-	-	18.536	-	18.536	-
	239.458	208.282	61.284	51.930	320.742	260.212
			(i)			(i)

- (i) Existen diferencias entre la provisión de bonificación por desahucio sugerida por el actuario versus los registros contables al final del 2014 por cuanto la Compañía no efectuaba provisión por este concepto. Durante el año 2015, la Administración de la Compañía procedió al reconocimiento de dicha provisión, registrando estos valores contra los resultados del ejercicio. El efecto de este ajuste (US\$51,930) no es significativo si consideramos los estados financieros en su conjunto.
- (ii) De acuerdo a la NIC 19 "Beneficios a los empleados", las pérdidas o ganancias actuariales deben ser reconocidas en el Otro Resultado Integral en el Estado de Cambios en el Patrimonio. En el año 2015, la Compañía ajustó un total de (US\$30,478) de los cuales corresponde un valor de (US\$18,477) por concepto de jubilación patronal y un valor de US\$48,954 por bonificación por desahucio, éste último incluye los efectos de años anteriores que no se habían registrado por este concepto, resultando un efecto neto de US\$30,478, el cual fue reconocido en el Otro Resultado Integral.

22. CAPITAL SOCIAL

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, el capital autorizado, suscrito y pagado de la Compañía comprende 1,367,596 acciones ordinarias de valor nominal US\$1.00 cada una.

El 16 noviembre del 2011, Eduardo Maruri transfirió sus acciones a la Compañía "Advertising Services Worldwide PTC Limited" domiciliado en Nueva Zelanda.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

El 28 de julio del 2015, Diego Alfonso Maruri Miranda y Verónica Maruri Miranda transfirieron sus acciones que mantenían en la Compañía, hacia Fausto Andrés Maruri Miranda y Advertising Services Worlwide PTC. Limited respectivamente.

El 14 de diciembre del 2015, los accionistas Fausto Maruri Miranda, Santiago Maruri Rojas y Andrés Maruri Rojas transfirieron las acciones que mantenían en la Compañía a nombre de Advertising Services Worlwide PTC. Limited y RICRAN S.A.

Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la participación accionaria se muestra a continuación:

Nombre	Nacionalidad	2015		2014	
		US\$ Acciones	%	US\$ Acciones	%
Advertising Services Worlwide Ptc Limit.	Nueva Zelanda	1.367.595	100%	738.502	54%
Ricran S.A.	Ecuatoriana	-	-	-	0%
Fausto Maruri Miranda	Ecuatoriana	-	-	123.084	9%
Verónica Maruri Miranda	Ecuatoriana	-	-	136.758	10%
Santiago Maruri Rojas	Ecuatoriana	-	-	123.084	9%
Andrés Maruri Rojas	Ecuatoriana	-	-	123.084	9%
Diego Maruri Miranda	Ecuatoriana	-	-	123.084	9%
		<u>1.367.595</u>	<u>100%</u>	<u>1.367.595</u>	<u>100%</u>

23. RESERVAS Y RESULTADOS ACUMULADOSReserva legal

De acuerdo con la legislación vigente, la Compañía debe apropiar por lo menos el 10% de la utilidad neta del año a una reserva legal hasta que el saldo de dicha reserva alcance el 50% del capital suscrito. La reserva legal no está disponible para distribución de dividendos, pero puede ser capitalizada o utilizada para absorber pérdidas. Al 31 de diciembre del 2015 y 2014, la reserva constituida alcanza el 30% y 25% del capital suscrito respectivamente.

Resultados acumulados de aplicación inicial "NIIF"

Los ajustes provenientes de la adopción por primera vez de las Normas Internacionales de Información Financiera "NIIF" que se registraron en el patrimonio en la cuenta Resultados acumulados, subcuenta "Resultados Acumulados provenientes de la adopción por primera vez de las NIIF", que generaron un saldo deudor solo podrán ser absorbido por los Resultados Acumulados y los del último ejercicio económico concluido, si los hubiere.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)

AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014

(Expresado en dólares estadounidenses)

Resultados acumulados

Los resultados (utilidades o pérdidas) de cada ejercicio son incluidos en este rubro, manteniendo registros que permiten identificar su ejercicio de origen. Con la aprobación de la Junta General de Accionistas y cumpliendo las disposiciones normativas aplicables, las utilidades son distribuidas o destinadas a reservas, mientras que las pérdidas se mantienen en Resultados acumulados o se compensan con la Reserva legal, Reserva de capital u otras reservas y cuentas patrimoniales de libre disposición de los accionistas.

24. VENTAS

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Servicios y comisiones de Publicidad (1)	7.969.830	12.250.214
Over (2)	141.523	685.481
Facturación Fee (3)	1.209.140	1.268.088
	<u>9.320.493</u>	<u>14.203.783</u>

(1) Corresponde a los servicios publicitarios prestados por la compañía de los cuales un 7% (2014: 26%) corresponden a clientes del sector público y 93% (2014: 74%) al sector privado. Estos servicios corresponden principalmente a la venta de pautas publicitarias, producciones audiovisuales, comisiones por auspicios, comisiones por inversiones en medios, servicios digitales, pauta en redes sociales, producción de eventos de activación de marca, servicios de relaciones públicas.

(2) Corresponde a bonificaciones que otorgan los medios de comunicación por el volumen invertido, de acuerdo a los contratos firmados.

(3) Corresponde a un honorario fijo o facturación fija, de acuerdo al monto establecido en los contratos.

25. COSTOS DE VENTA

Composición:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Proveedores de productora	2.435.184	3.139.470
Prensa	304.129	494.794
Radio	297.254	620.520
Televisión	192.730	1.810.847
Via Pública	50.430	92.531
Revista	2.262	18.264
Otros	1.593	143.587
	<u>3.283.562</u>	<u>6.320.013</u>

26. GASTOS OPERATIVOS

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Gastos Del Personal	2.709.002	3.545.560
Honorarios y bonificaciones a Ejecutivos	1.005.752	1.139.184
Publicidad y propaganda	301.586	473.876
Depreciación	216.628	338.336
Mantenimientos y reparaciones	113.666	131.157
Arriendos	101.272	109.024
Honorarios profesionales	226.190	60.850
Servicios Básicos	136.970	143.691
Provisión Jubilación Patronal y Desahucio	81.960	-
Viajes	88.467	101.208
Mercadeo	53.935	77.474
Gestión	50.284	100.689
Indemnizaciones y despidos	43.126	106.804
Movilización para el personal	41.594	49.587
Impuestos Tasas y Contribuciones	38.097	62.444
Seguridad	34.862	35.192
Legal	30.563	21.186
Provisión de cuentas incobrables	21.147	38.924
Otros	72.793	137.117
	<u>5.367.874</u>	<u>6.672.303</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS (NO CONSOLIDADOS)****AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015 Y 2014**

(Expresado en dólares estadounidenses)

27. OTROS INGRESOS (EGRESOS), NETOS

Composición:

	<u>2015</u>	<u>2014</u>
Bajas y pérdida en venta de activos improductivos (1)	(2.591.290)	-
Dividendos ganados Maruri Digital S.A.	211.833	-
Intereses ganados	2.469	-
Otros	<u>1.580</u>	<u>4.103</u>
	<u>(2.375.408)</u>	<u>4.103</u>

- (1) Al 31 de diciembre del 2015 incluye principalmente US\$1,556,931 por baja de propiedades; US\$370,000 por baja de acciones de Expo Guayaquil S.A.; US\$450,204 por pérdida en venta de propiedades a Blue Moon Trading S.A.; y US\$191,494 por baja de cuentas a cobrar a Inv1tro Publicidad S.A. Véase Nota 1.3 y 27.

28. EVENTOS SUBSECUENTES

Entre el 31 de diciembre del 2015 y la fecha de preparación de estos estados financieros, no se produjeron eventos que, en la opinión de la Administración de la Compañía, pudieran tener un efecto significativo sobre dichos estados financieros, que no se hayan revelado en los mismos y que ameriten una mayor exposición.