

Ruiano

**Superintendencia de Compañías
Guayaquil**

Visitenos en: www.superclas.gob.ec

Fecha:

22/JUL/2015 15:02:20

Usu: alejancrog



Remitente:

No. Trámite:

28626

0

JORGE CHILUIZA

Expediente:

65635

RUC:

0991176713001

Razón social:

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD

SubTipo tramite:

CERTIFICACIONES HISTORIA
SOCIETARIA

Asunto:

REMITE INFORME DE AUDITORIA

Revise el estado de su trámite por INTERNET
Digitando No. de trámite, año y verificador =

51

Rev. S. T. no

MOORE STEPHENS

Q Av. Amazonas N21-147 y Robles, Of. 720

T +593 (2) 2506 866

F +593 (2) 2554 656

G Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar,
Centro Empresarial Las Cámaras , Of. 401 y 502

T +593 (4) 2683 789

F +593 (4) 2683 873

www.moorestephens-ec.com

Guayaquil, 22 de Julio del 2015

Señores:
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS
Ciudad.-

Expediente # 65635

De mis consideraciones:

Adjunto a la presente sírvanse encontrar las copias de los siguientes Informes al 31 de Diciembre del 2014 pertenecientes a **MARURI PUBLICIDAD S.A MARPUBLICIDAD**.

- Estados Financieros Consolidados.

Agradeciendo la atención a la presente

Atentamente,

Ing. Jorge Chiluiza C.
Gerente de Auditoría

 SUPERINTENDENCIA
DE COMPAÑIAS
RECIBIDO

22 JUL 2015

Sr. Carlos Arce D.
C.A.U. - GYE

DOCUMENTACIÓN Y ARCHIVO
INTENDENCIA DE COMPAÑIAS DE GUAYAQUIL
RECIBIDO

28 JUL 2015 HORA: 16:02

Receptor: Michelle Calderon Palacios

Firma: _____
Michelle

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD
ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013

INDICE

Informe de los auditores independientes
Estados de situación financiera consolidados
Estados de resultado integrales consolidados
Estados de cambios en el patrimonio consolidados
Estados de flujos de efectivo consolidados
Notas a los estados financieros consolidados

Abreviaturas usadas:

US\$ - Dólar estadounidense
NIIF - Normas Internacionales de Información Financiera
PYMES - Pequeñas y Medianas Empresas
Compañía - Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y Subsidiarias

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013 (Expresado en dólares estadounidenses)

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Constitución y objeto social

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.

Maruri Publicidad, es accionista del 100% del Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa; del 100% del Fideicomiso de Garantía Marurisa; del 99,87% de Blue Moon Trading S.A. dedicada a la compra, venta, alquiler y explotación de bienes inmuebles; del 50% de Maruri Digital Cia. Ltda. Mardigital dedicada a prestar servicios de publicidad.

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.

1.2 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 financiar 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 octubre del 2012 otorgada por la Sociedad Calificadora de Riesgo Latinoamericana SCRL 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. Esta obligación venció en el mes de marzo del 2014.

1.3 Aprobación de los estados financieros

Los estados financieros por el año terminado el 31 de diciembre del 2014, han sido emitidos con la autorización de fecha 15 de julio del 2015 de la Gerencia General y

Q Av. Amazonas N21-147 y Robles, Of. 720 y 803

T +593 (2) 2506 866

F +593 (2) 2554 656

G Av. Francisco de Orellana y Miguel H. Alcívar,
Centro Empresarial Las Cámaras, Of. 401 y 502

T +593 (4) 2683 789

F +593 (4) 2683 873

www.moorestephens-ec.com

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

A los Accionistas de

Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y Subsidiarias

Guayaquil, 16 de julio del 2015

1. Hemos auditado los estados financieros consolidados que se acompañan de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y sus subsidiarias, que comprenden el estado de situación financiera al 31 de diciembre del 2014, 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 consolidados 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 administración 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 compañía. Una auditoría también comprende la evaluación de que las 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.

A los Accionistas de
Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y subsidiarias
Guayaquil, 16 de julio del 2015

Opinión

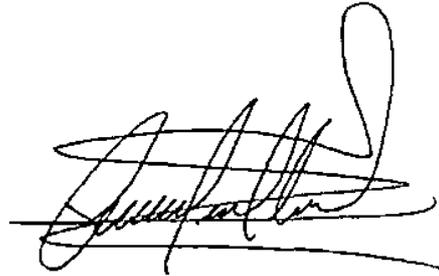
4. En nuestra opinión, los estados financieros consolidados mencionados en el primer párrafo presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la situación financiera de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y subsidiarias al 31 de diciembre del 2014, así como el desempeño de sus operaciones y sus flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de conformidad con Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Base contable y restricción a la distribución y utilización

5. Llamamos la atención a la Nota 2 a los estados financieros, en la que se describe la base de contabilidad aplicada. Los estados financieros han sido preparados para uso de la Administración de la Compañía y para su presentación ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; en consecuencia no debe ser distribuido ni utilizado para otros propósitos.

MOORE STEPHENS

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



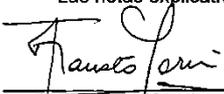
Fernando Castellanos R.
Representante Legal
No. de Licencia: 36169

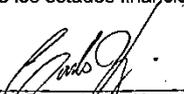
MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CONSOLIDADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresados en dólares estadounidenses)

Activo	Referencia a Notas	2014	Reestructurado (Ver Nota 27) 2013	PASIVO CORRIENTE	Referencia a Notas	2014	Reestructurado (Ver Nota 27) 2013
ACTIVO CORRIENTE				Sobregiros bancarios	6	46,022	-
Efectivo y Equivalente de Efectivo	6	78,194	1,472,462	Obligaciones bancarias	14	403,353	324,918
Documentos y cuentas por cobrar:				Obligaciones con terceros	15	84,005	112,291
Cientes	7	3,876,338	1,990,193	Emisión de obligaciones corto plazo	16	-	133,750
Cuentas por liquidar	8	123,224	192,038	Documentos y cuentas por pagar:			
Deudores varios	9	221,667	613,979	Proveedores	17	2,063,546	2,352,912
Accionistas	18	5,735	2,485	Empleados	17	91,016	54,796
Partes relacionadas	18	198,330	282,527	Otras	17	414,676	476,673
Impuestos por recuperar	10	303,643	309,875			2,558,238	2,884,581
Funcionarios y empleados		2,176	3,710	Pasivos acumulados:			
Otros		87,395	83,047	Impuestos por pagar	19	1,333,975	1,887,858
		4,816,508	3,487,854	Intereses por pagar	19	2,770	83,089
Menos - Deterioro por cuentas incobrables	7	(283,045)	(281,977)	Provisiones	19	299,628	325,604
		4,533,463	3,205,877	Beneficios sociales	19	256,547	388,486
						1,892,920	2,645,237
Total del activo corriente		4,611,657	4,678,349	Total del pasivo corriente		4,965,538	6,100,767
PROPIEDADES Y EQUIPO, menos depreciación acumulada	11	2,605,936	2,884,508	PASIVO A LARGO PLAZO			
Inversiones en Asociadas	12	371,980	371,980	Obligaciones bancarias largo plazo	14	-	3,353
				Jubilación patronal	21	208,282	203,469
OTROS ACTIVOS	13	11,665	13,510			208,282	208,612
				Porcentaje mínimo de participación		85,775	105,985
				PATRIMONIO (según estado adjunto)		2,341,643	1,534,783
Total del activo		7,801,238	7,948,347	Total del pasivo y patrimonio		7,801,238	7,948,347

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

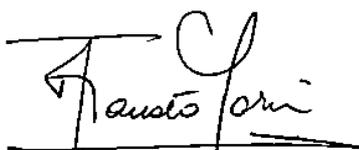

Econ. Fausto Maruri
Gerente General


Econ. Carlos Haz
Director Financiero
Administrativo

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD**ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 y 2013
(Expresados en dólares estadounidenses)**

	Referencia a Notas	2014	Reestructurado (Ver Nota 27) 2013
Ingresos de las actividades ordinarias	24	14,148,571	18,339,463
Costo de servicios prestados		<u>(5,836,981)</u>	<u>(9,164,760)</u>
Utilidad bruta		8,311,590	9,174,703
Gastos operativos:			
Administración	25	<u>(6,971,623)</u>	<u>(7,345,668)</u>
Utilidad operacional		1,339,967	1,829,035
Gastos financieros		(144,694)	(407,803)
Otros ingresos, neto	26	<u>4,103</u>	<u>45,233</u>
Utilidad antes de la participación de los trabajadores en las utilidades y del impuesto a la renta		1,199,376	1,466,465
Participación de los trabajadores en las utilidades	20	(176,531)	(289,572)
Impuesto a la ganancia	20	<u>(231,372)</u>	<u>(478,542)</u>
Utilidad neta del año		<u>791,473</u>	<u>698,351</u>
Otro resultado integral			
Pérdidas actuariales en jubilación patronal		(4,824)	(24,070)
Resultado integral del año		<u>786,649</u>	<u>674,281</u>

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


Econ. Fausto Maruri
Gerente General

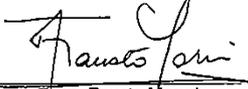

Econ. Carlos Haz
Director Financiero
Administrativo

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresados en dólares estadounidenses)**

	<u>Capital</u>	<u>Reserva Legal</u>	<u>Reserva Facultativa</u>	<u>Resultados Acumulados</u>	<u>Otro Resultado Integral</u>	<u>Participación Minoritaria</u>	<u>Total</u>
Saldos al 1 de enero de 2013	1.367.596	61.231	458.111	(913.961)	(6.490)	(125.278)	841.209
Según resolución de la Junta General de Accionistas del 24 de julio del 2013:							
Apropiación de reserva legal	-	182.743	-	(182.743)	-	-	-
Según resolución de la Junta General de Accionistas del 19 de diciembre del 2013:							
Expropiación de la reserva facultativa	-	-	(458.111)	458.111	-	-	-
Participación Minoritaria	-	-	-	-	-	19.293	19.293
Resultado del ejercicio Integral	-	-	-	698.351	(24.070)	-	674.281
Saldos al 31 de diciembre de 2013	1.367.596	243.974	-	59.758	(30.560)	(105.985)	1.534.783
Según resolución de la Junta General de Accionistas del 25 de agosto del 2014:							
Apropiación de reserva legal	-	98.686	-	(98.686)	-	-	-
Participación Minoritaria	-	-	-	-	-	20.210	20.210
Resultado del ejercicio Integral	-	-	-	791.473	(4.823)	-	786.650
Saldos al 31 de diciembre de 2014	<u>1.367.596</u>	<u>342.660</u>	<u>-</u>	<u>752.545</u>	<u>(35.383)</u>	<u>(85.775)</u>	<u>2.341.643</u>

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


Econ. Fausto Maruri
Gerente General


Econ. Carlos Haz
Director Financiero
Administrativo

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

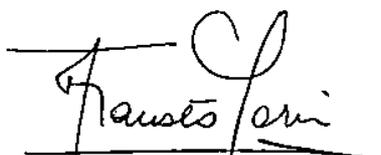
ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013

(Expresados en dólares estadounidenses)

	Referencia a Notas	2014	2013
Flujo de efectivo de las actividades de operación:			
Utilidad (Pérdida) neta del año		791,473	698,351
Más cargos a resultados que no representan movimiento de efectivo:			
Depreciación	11	351,859	317,965
Provisión para cuentas incobrables	7	38,925	127,851
Provisión para jubilación patronal, neta de pagos	21	-	36,456
Provisión para desahucio, neta de pagos	21	-	(42,878)
		<u>1,182,257</u>	<u>1,137,745</u>
Cambios en activos y pasivos:			
Documentos y cuentas por cobrar		(1,366,501)	3,072,600
Derecho fiduciario		-	-
Gastos pagados por anticipado		-	28,447
Otros activos		1,845	338,863
Documentos y cuentas por pagar		(360,967)	(1,158,342)
Pasivos acumulados		(752,317)	(1,864,662)
Flujo de efectivo neto provisto por las actividades de operación		<u>(1,295,683)</u>	<u>1,554,651</u>
Flujo de efectivo de las actividades de inversión:			
Adiciones netas de propiedades y equipos	11	(73,287)	(98,432)
Flujo de efectivo neto provisto por (utilizado en) las actividades de inversión		<u>(73,287)</u>	<u>(98,432)</u>
Flujo de efectivo de las actividades de financiamiento:			
Aumento de obligaciones bancarias		75,082	67,513
Pago de préstamos a terceros		(48,277)	(10,725)
Cobros y pagos por la emisión de obligaciones		(98,125)	(438,750)
Flujo de efectivo neto utilizado en las actividades de financiamiento		<u>(71,320)</u>	<u>(381,962)</u>
Incremento neto de efectivo y equivalentes de efectivo		(1,440,290)	1,074,267
Efectivo y equivalentes de efectivo al inicio del año		1,472,462	398,205
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del año	6	<u>32,172</u>	<u>1,472,462</u>

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


 Econ. Fausto Maruri
 Gerente General


 Econ. Carlos Haz
 Director Financiero
 Administrativo

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 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 2014 y aplicadas de manera uniforme en todos los ejercicios presentados en estos estados financieros.

2.1 Bases de preparación

Los presentes estados financieros consolidados de la Compañía al 31 de diciembre del 2014 y 2013 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 consolidados de la Compañía han sido preparados de acuerdo con el principio del costo histórico. La preparación de los estados financieros consolidados 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 estimados son significativos para los estados financieros consolidados. Debido a la subjetividad inherente en este proceso contable, los resultados reales pueden diferir de los montos estimados por la Administración.

2.2 Bases de preparación

Los presentes estados financieros consolidados comprenden los estados financieros individuales de Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad y sus subsidiarias. Las compañías consolidadas tienen una sola administración centralizada y actividades sustancialmente relacionadas a excepción de los fideicomisos, los mismos que son administrados por una fiduciaria. Todos los saldos, transacciones significativas, ingresos y gastos intergrupales entre las compañías han sido eliminados.

La eliminación de las inversiones en acciones que mantiene Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad en Maruri Digital Cia. Ltda. Mardigital, Blue Moon Trading S.A., Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa y Fideicomiso de Garantía Marurisa, se realiza contra las cuentas Capital social, Reservas, Resultados acumulados y Resultados del ejercicio hasta cubrir el total de la inversión que Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad registra al costo.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013 (Expresado en dólares estadounidenses)

(a) Subsidiarias

Son las compañías sobre las que Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad tiene el poder para gobernar las políticas financieras y operativas a fin de percibir beneficios de sus actividades, y donde es propietaria directa de la mitad o más de la mitad del poder de voto y ejerce control sobre la misma:

Maruri Digital Cía. Ltda. Mardigital- La Compañía fue constituida mediante escritura pública celebrada el 15 de junio de 2011 y existe bajo las leyes ecuatorianas; el plazo de duración de la Compañía es de cincuenta años. Esta domiciliada en la ciudad de Guayaquil. La Compañía tiene como objeto social la planificación de estrategias digitales de publicidad.

Blue Moon Trading S.A.- La Compañía fue constituida mediante escritura pública celebrada el 22 de julio del 2003 y existe bajo las leyes ecuatorianas; el plazo de duración de la Compañía es de cincuenta años. Esta domiciliada en la ciudad de Guayaquil. La Compañía tiene como objeto social la compra, venta, administración, arriendo, anticresis, agenciamiento, adquisición, permuta y corretaje de bienes inmuebles urbanos y rurales.

Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa.- El fideicomiso fue constituido mediante escritura pública celebrada el 09 de enero del 2009 y existe bajo las leyes ecuatorianas. La Compañía tiene como actividad gestionar el proceso de Emisión de Obligaciones realizado por Maruri Publicidad.

Fideicomiso de Garantía Marurisa.- El fideicomiso fue constituido mediante escritura pública celebrada el 09 de enero del 2009 y existe bajo las leyes ecuatorianas. Esta domiciliada en la ciudad de Guayaquil. El fideicomiso tiene como actividad garantizar los pagos a los inversionistas por el proceso de emisión de obligaciones realizados por Maruri Publicidad.

(b) Bases de preparación de los estados financieros de las subsidiarias

Los estados financieros de Maruri Digital Cia. Ltda. Mardigital, Blue Moon Trading S.A., Fideicomiso de Flujos Emisión de Obligaciones Marurisa y Fideicomiso de Garantía Marurisa al 31 de diciembre del 2014 y 2013 se prepararon de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Empresas (NIIF para PYMES), 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.

(c) Participaciones no controladoras

Se identifican de manera separada respecto a la participación de la Compañía. Las participaciones no controladoras podrían ser inicialmente medidas a su valor razonable o como la parte proporcional de las participaciones no controladoras de los activos netos identificables de la adquirida. Posteriormente a la adquisición, el

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013 (Expresado en dólares estadounidenses)

valor en libros de las participaciones controladoras será el importe de dichas participaciones al reconocimiento inicial más la porción de las participaciones no controladoras del estado de cambios en el patrimonio neto posterior. El resultado integral total se atribuye a las participaciones no controladoras aún si esto da lugar a un saldo deficitario de estas últimas.

2.3 Nuevas normas, enmiendas e interpretaciones emitidas internacionalmente

A la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados, se han publicado enmiendas, mejoras e interpretaciones a las normas existentes. El IASB considera como necesarios y urgentes, los siguientes proyectos aprobados, 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 32	Clarifica los requerimientos de neteo y de los criterios "derecho exigible legalmente a compensar los valores reconocidos" y "intención de liquidar por el importe neto, o de realizar el activo y liquidar el pasivo simultáneamente".	1 de enero del 2014
NIC 36	Enmienda. Requiere revelar sobre el valor recuperable de los activos deteriorados, si esa cantidad se basa en el valor razonable menos los costos de disposición.	1 de enero del 2014
NIC 39	Enmienda. Permite continuar con la contabilidad de cobertura en caso de novación de un contrato de derivados siempre que se cumplan ciertos criterios.	1 de enero del 2014
NIIF 10	Enmienda. Incluye la definición de una entidad de inversión e introduce una excepción para consolidar ciertas subsidiarias pertenecientes a entidades de inversión. Además, requiere que esas subsidiarias deban ser medidas a valor razonable con cambios en resultados, de acuerdo a NIIF 9.	1 de enero del 2014
IFRIC 21	Nueva interpretación denominada "Gravámenes". Es una interpretación de la NIC 37, la cual considera cómo contabilizar los gravámenes establecidos por los gobiernos, que no son impuestos a la renta.	1 de enero del 2014
NIC 19	Enmienda. Referente a la aplicación de las contribuciones a los empleados, por prestaciones definidas, que son independientes del número de años de servicio.	1 de julio del 2014
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 10 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 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 NIC 38	Enmienda. Aclaración sobre los métodos aceptables de depreciación y amortización.	1 de julio del 2016
NIIF 11	Enmienda. Sobre la contabilización de adquisiciones de participaciones en operaciones conjuntas.	1 de julio del 2016
NIC 16 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 julio del 2016
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 2017
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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**

(Expresado en dólares estadounidenses)

La Administración de la Compañía ha revisado las normas vigentes desde el 1 de enero del 2014, 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.

Las enmiendas que el IASB considera como necesarias pero no urgentes, son las que se detallan a continuación:

- Mejoras anuales a las NIIF ciclo 2009-2011: Los cambios son obligatorios para el periodo iniciado del 1 de enero del 2013. Las mejoras incluyen enmiendas a la: i) "NIC 1 - Presentación de los estados financieros", donde clarifica los requerimientos de proporcionar información comparativa; ii) "NIC 16 - Propiedades, planta y equipos", donde se mejora el reconocimiento de elementos tales como piezas de repuestos; iii) "NIC 32 - Instrumentos financieros: Presentación", donde se mejora el reconocimiento de impuesto a las ganancias de acuerdo a la NIC 12 relativo a distribuciones a los tenedores de instrumentos de patrimonio y a costos de transacciones de patrimonio; y, iv) "NIC 34 - Información financiera intermedia", donde se mejora las Revelaciones de activos y pasivos totales para un segmento en particular.
- Mejoras anuales a las NIIF ciclo 2010-2012: Los cambios son obligatorios para el periodo iniciado del 1 de julio del 2014. Las mejoras incluyen enmiendas a la: i) "NIIF 2 - Pago basados en acciones", donde se modifican definiciones; ii) "NIIF 3 - Combinaciones de negocios", donde se modifica la medición de la contraprestación contingente en una combinación de negocios; iii) "NIIF 8 - Segmentos operativos", donde se modifican las agregaciones de segmentos y la reconciliación del total de activos de los segmentos con los activos totales de la entidad; iv) "NIIF 13 - Valor razonable", donde clarifica el tratamiento de las cuentas por cobrar y pagar a corto plazo sin ningún tipo de interés establecido; v) "NIC 16 - Propiedades, planta y equipos" y NIC 38 - Activos intangibles, aclara sobre el método de revaluación, en relación al ajuste proporcional de la depreciación acumulada; vi) "NIC 24 - Información a revelar sobre partes relacionadas", donde clarifica que una compañía que preste servicios de gestión o dirección, es una parte relacionada.
- Mejoras anuales a las NIIF ciclo 2011-2013: Los cambios son obligatorios para el periodo iniciado del 1 de julio del 2014. Las mejoras incluyen enmiendas a la: i) "NIIF 1 - Adopción por primera vez de las NIIF", donde se clarifica la adopción anticipada de las NIIF; ii) "NIIF 3 - Combinaciones de negocios", donde se aclara el alcance de la norma en referencia a los negocios conjuntos; iii) "NIIF 13 - Valor razonable", donde se modifica el alcance de la excepción de valoración de portafolios; y, iv) "NIC 40 - Propiedades de inversión", donde aclara que la NIC 40 y la NIIF 13 no son excluyentes.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

La Administración de la Compañía ha revisado las enmiendas que están vigentes desde el 1 de julio del 2014 y las que estarán a partir del 1 de enero del 2016, las cuales de acuerdo a su naturaleza, no han generado ni generarán un impacto significativo en los presentes estados financieros

2.2 Moneda funcional y moneda de presentación

Las partidas en los estados financieros consolidados de la Compañía se expresan en la moneda del ambiente económico primario donde opera la entidad (moneda funcional). Los estados financieros 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 los 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 2014 y 2013, la Compañía mantuvo activos financieros en las categorías de "préstamos y cuentas por cobrar"; y, mantuvo únicamente pasivos financieros en la categoría de "otros pasivos financieros". Las características de los referidos instrumentos financieros se explican a continuación:

(a) Activos financieros mantenidos hasta su vencimiento

Son activos financieros no derivados con pagos fijos o determinables y vencimiento fijo que la Administración tiene la intención y capacidad de mantener hasta su vencimiento. Las inversiones mantenidas hasta su vencimiento se incluyen como parte de los activos corrientes, debido a que cuenta con un vencimiento inferior a 12 meses a partir de la fecha del estado de situación financiera.

(b) Préstamos y cuentas por cobrar

Representados en el estado de situación financiera por cuentas por cobrar comerciales y a compañías relacionadas. Son activos financieros no derivados que

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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.

(c) Otros pasivos financieros

Representados en el estado de situación financiera por las obligaciones financieras, proveedores, cuentas por pagar a compañías relacionadas y otras cuentas por pagar. 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) Activos financieros mantenidos hasta su vencimiento:

Los activos financieros mantenidos hasta su vencimiento son valorizados al costo amortizado de acuerdo con el método de interés efectivo, menos una provisión por deterioro. Las inversiones se dejan de reconocer cuando los derechos a recibir flujos de efectivo de las inversiones expiran o se transfieren y el Fideicomiso ha transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios derivados de su propiedad.

(b) 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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 180 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. 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.

(c) Otros pasivos financieros:

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

- (i) Obligaciones bancarias: Se registran inicialmente a su valor nominal que no difieren de su valor razonable, pues están contratados a las tasas vigentes en el mercado. No existen costos de transacciones significativas incurridos al momento de su contratación. Los intereses devengados en estas obligaciones se presentan en el estado de resultados integrales bajo el rubro de "Gastos financieros", los intereses pendientes de pago se presentan en el estado de situación financiera, bajo el rubro "Intereses por pagar".
- (ii) Obligaciones emitidas: Comprende a las obligaciones emitidas por La Compañía, producto de la titularización de cobros futuros (ver Nota 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 reconocen inicialmente a su costo, neto de los costos que se hayan incurrido en la transacción, posteriormente se miden a su costo amortizado y cualquier diferencia entre los fondos obtenidos (neto de los costos necesarios para su obtención) son trasladados al constituyente para su reembolso. Los intereses devengados correspondientes a las Obligaciones emitidas se presentan con débito a las otras cuentas por cobrar al Originador y los intereses pendientes de pago se presentan 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 180 días.
- (iv) Cuentas por pagar a compañías relacionadas: Corresponde a obligaciones de pago principalmente por la prestación de servicio. Se reconocen a su valor

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 provisión 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 2014 y 2013, La Compañía ha registrado provisiones por deterioro de sus cuentas por cobrar por US\$283.045 y US\$281.977 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.

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 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 período 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.

2.6 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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 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 aquél 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 2014 y 2013, la Compañía no ha tenido ningún proyectos por lo que no se han activado costos de endeudamiento.

2.7 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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013 (Expresado en dólares estadounidenses)

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.

2.8 Deterioro de activos no financieros (Propiedades y equipos, e inversiones en asociadas)

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 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 2014 y 2013, 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 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.

- (i) 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.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

- (ii) Impuesto a la renta diferido: 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 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 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 2014 y 2013, la Compañía no ha determinado la existencia de diferencias temporales entre sus bases tributarias de activos y pasivos y sus respectivos valores mostrados en los estados financieros preparados bajo NIIF.

2.10 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 el costo correspondiente a las vacaciones del personal sobre base devengada.
- (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.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

(b) Beneficios de largo plazo

Provisiones de jubilación patronal y desahucio: La Compañía tiene un plan de beneficio definido para jubilación patronal, normado por las leyes laborales ecuatorianas.

Al 31 de diciembre del 2014 la Compañía no tiene ninguna provisión por Desahucio, el efecto de este asunto no es significativo considerando los estados financieros en su conjunto. Al 31 de diciembre del 2013, de acuerdo a las leyes vigente, la Compañía mantenía una provisión por Desahucio, para que en los casos de terminación de la relación laboral 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. Ver el cambio de política contable en Nota 2.16.

La Compañía determina anualmente la provisión para jubilación patronal 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 6.54% 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.

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 a resultados integrales en el periodo en el que surgen. Los costos de los servicios pasados se reconocen inmediatamente en resultados del año. Al cierre del año las provisiones cubren a todos los empleados que se encontraban trabajando para la Compañía.

2.11 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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**
(Expresado en dólares estadounidenses)

administración, a la fecha de cierre de los estados financieros, de los desembolsos necesarios para liquidar la obligación.

2.12 Distribución de dividendos

La distribución de dividendos a los accionistas de la Compañía se deduce del patrimonio en el período en el que los dividendos han sido aprobados por los accionistas de la Compañía. Al 31 de diciembre del 2014 y 2013, no se han distribuidos dividendos.

2.13 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.

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

2.15 Cambios en políticas contables

Provisión de bonificaciones para desahucio a empleados

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.

Aplicación del método de participación para inversiones en asociadas

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 12, cuyo resultado no afecta sustancialmente los estados financieros tomados en su conjunto.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 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:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

<u>Entidad financiera</u>	<u>Calificación</u>	
	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Banco Bolivariano C.A. (1)	AAA-	AAA-
Banco del Pacifico S.A. (2)	AAA-	AAA-
Banco Internacional (3)	AAA-	AAA-
Banco Territorial S.A. (4)	N/A	N/A

- (1) Calificación de riesgo dada por Bank Watch Ratings / Pcr Pacific S.A.
- (2) Calificación de riesgo dada por Soc. Cal. Riesgo Latinoamericana SCR LA. / Bank Watch Ratings.
- (3) Calificación de riesgo dada por Pcr Pacific S.A.
- (4) La institución financiera a la fecha se encuentra en proceso de liquidación.

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.
- 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.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

- 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 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 2014 y 2013, fueron los siguientes:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Proveedores	2.053.546	2.352.912
Obligaciones Bancarias	403.353	324.918
Obligaciones con terceros	64.005	112.281
Emisiones de Obligaciones	-	133.750
	<u>2.520.904</u>	<u>2.923.861</u>
Menos : Efectivo y equivalente de efectivo	<u>(78.194)</u>	<u>(1.472.462)</u>
Deuda neta	2.442.710	1.451.399
Total Patrimonio neto	2.354.541	1.534.783
Capital total	4.797.251	2.986.182
Ratio de apalancamiento	51%	49%

La principal fuente de apalancamiento es con los accionistas y proveedores.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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 180 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.

(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 -

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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

	2014		2013	
	<u>Corriente</u>	<u>No corriente</u>	<u>Corriente</u>	<u>No corriente</u>
Activos financieros medidos al Efectivo y Equivalente de Efectivo	<u>78.194</u>	<u>-</u>	<u>1.472.462</u>	<u>-</u>
Activos financieros medidos al costo amortizado				
Cuentas por cobrar comerciales	2.348.845	-	1.990.193	-
Cuentas por cobrar a compañías relacionadas	<u>202.065</u>	<u>-</u>	<u>292.828</u>	<u>-</u>
Total activos financieros	<u>2.629.104</u>	<u>-</u>	<u>3.755.483</u>	<u>-</u>
Pasivos financieros medidos al costo amortizado				
Sobregiros bancarios	46.022	-	-	-
Obligaciones bancarias	403.353	-	324.918	3.353
Obligaciones con Terceros	64.005	-	112.281	-
Emisión de Obligaciones	-	-	133.750	-
Proveedores y otras cuentas por pagar	<u>2.455.324</u>	<u>-</u>	<u>2.829.785</u>	<u>-</u>
Total pasivos financieros	<u>2.968.704</u>	<u>-</u>	<u>3.400.734</u>	<u>3.353</u>

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, emisión de obligaciones y obligaciones bancaria, su valor razonable es similar a su costo amortizado debido a que éstos devengan intereses a tasas de mercado.

La tasa en el mercado para los préstamos varía entre el 7,00% y el 9,76%; y para emisión de obligaciones y titularización de flujos entre el 6,00% y el 8,50%.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
 (Expresado en dólares estadounidenses)

6. EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO

Composición

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Caja	1.950	1.950
<u>Bancos locales:</u>		
Pacífico S.A.	73.023	648.205
Bolivariano C.A.	1.960	717.131
Internacional S.A.	1.261	4.951
Total bancos locales	<u>76.244</u>	<u>1.370.287</u>
Inversiones mantenidas hasta su vencimiento (1)	-	100.225
Sobregiros bancarios	(46.022)	-
Total de efectivo y equivalentes	<u>32.172</u>	<u>1.472.462</u>

(1) Correspondía a una póliza de acumulación en el Banco Bolivariano, cuyo vencimiento fue el 14 de marzo del 2014, a una tasa de interés del 4.5% anual.

7. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

Los saldos de documentos y cuentas por cobrar al 31 de diciembre del 2014 y 2013 se detallan a continuación:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Clientes (1)	3.876.338	1.990.193
Deterioro para cuentas incobrables (2)	(283.045)	(281.977)
	<u>3.593.293</u>	<u>1.708.216</u>

(1) Ver antigüedad de cartera al 31 de diciembre a continuación:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
<u>Por vencer</u>	1.642.644	1.152.369
<u>Vencidas</u>		
De 31 a 60 días	1.557.523	201.272
De 61 a 90 días	214.998	56.330
De 91 a 180 días	72.733	121.859
De 181 a 360 días	100.889	181.426
Más de 361 días	287.554	276.937
	<u>3.876.341</u>	<u>1.990.193</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

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

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Saldo inicial	(281.977)	(223.292)
Incrementos	(38.925)	(127.851)
Reversos /utilizaciones	37.857	69.166
Saldo final	<u>(283.045)</u>	<u>(281.977)</u>

8. CUENTAS POR COBRAR - POR LIQUIDAR

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Cuentas por facturar cliente (1)	<u>123.224</u>	<u>192.038</u>

Principalmente son valores facturados por proveedores de forma anticipada, los mismos que serán devengados con futuros servicios a prestarse a los clientes, entre los cuales tenemos: Banco Central del Ecuador por US\$81.084 (2013: US\$180.482); Ministerio de Educación por US\$31,991 (2013: US\$53.829).

9. CUENTAS POR COBRAR – DEUDORES VARIOS

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Bonificación por volumen TV	<u>221.667</u>	<u>613.979</u>

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, lo que corresponde principalmente a: i) DirectTV Ecuador C. Ltda. US\$93.502, ii) Canal 1 US\$35.962; iii) Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A. Canal 10 CETV por US\$31.903 (2013: US\$166.976), Telecuatro Guayaquil C.A. (2013: US\$249.476); y, iii) Televisión por Cable TV Cable por (2013: US\$51.674).

10. IMPUESTO POR RECUPERAR

Composición:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**

(Expresado en dólares estadounidenses)

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Impuesto al Valor Agregado (IVA) (1)	208.092	214.344
Retención en Fuente Impuesto a la Renta	8.894	8.874
Credito Tributario años anteriores (2)	86.657	86.657
	<u>303.643</u>	<u>309.875</u>

- (1) Corresponde al IVA generado en las compras de bienes y servicios.
- (2) Corresponde al crédito tributario que mantiene la compañía el mismo que se originó en años anteriores del cual se está solicitando la devolución.

11. 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 Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
 (Expresado en dólares estadounidenses)

Descripción	Terrenos	Edificio (4)	Adecuaciones	Instalaciones	Vehículos	Mobiliarios, Enseres y Equipos	Equipos de Computación	Otros	Total
Al 1 de enero del 2013									
Costo	754,358	1,311,200	635,784	95,968	228,468	398,330	397,191	358,739	4,180,038
Depreciación acumulada	-	(137,766)	(380,684)	(61,207)	(98,309)	(124,511)	(241,983)	(31,537)	(1,075,997)
Valor en libros	<u>754,358</u>	<u>1,173,434</u>	<u>255,100</u>	<u>34,761</u>	<u>130,159</u>	<u>273,819</u>	<u>155,208</u>	<u>327,202</u>	<u>3,104,041</u>
Movimiento 2013									
Adiciones (1)	-	-	-	-	-	32,823	65,609	-	98,432
Activación (3)	-	-	-	-	-	-	-	208,842	208,842
Bajas, neto (2)	-	-	-	(84,091)	-	(98,563)	(17,923)	-	(180,577)
Reclasificaciones por activaciones (3)	-	-	-	-	-	-	-	(208,842)	(208,842)
Reclasificaciones Dep. Acumulada	-	-	-	64,091	-	98,563	17,922	-	180,576
Depreciación	-	(85,560)	(31,990)	(3,821)	(45,694)	(32,298)	(87,717)	(50,884)	(317,965)
Valor en libros al 31 de diciembre del 2013	<u>754,358</u>	<u>1,107,874</u>	<u>223,109</u>	<u>30,940</u>	<u>84,465</u>	<u>274,344</u>	<u>133,099</u>	<u>276,318</u>	<u>2,884,508</u>
Al 31 de diciembre del 2013									
Costo	754,358	1,311,200	635,784	31,877	228,468	332,590	444,877	358,739	4,097,863
Depreciación acumulada	-	(203,326)	(412,676)	(937)	(144,003)	(58,246)	(311,778)	(82,421)	(1,213,386)
Valor en libros	<u>754,358</u>	<u>1,107,874</u>	<u>223,109</u>	<u>30,940</u>	<u>84,465</u>	<u>274,344</u>	<u>133,099</u>	<u>276,318</u>	<u>2,884,508</u>
Movimiento 2014									
Adiciones (1)	-	-	-	-	-	17,928	56,072	-	74,000
Bajas, neto (2)	-	-	-	-	(713)	-	-	-	(713)
Reclasificaciones Dep. Acumulada (2)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	-	(71,520)	(34,790)	(3,381)	(82,678)	(38,524)	(102,084)	(20,884)	(351,859)
Valor en libros al 31 de diciembre del 2014	<u>754,358</u>	<u>1,036,354</u>	<u>188,319</u>	<u>27,559</u>	<u>1,076</u>	<u>255,748</u>	<u>87,087</u>	<u>255,434</u>	<u>2,605,936</u>
Al 31 de diciembre del 2014									
Costo	754,358	1,311,200	635,784	31,877	227,755	350,518	500,949	358,739	4,171,180
Depreciación acumulada	-	(274,846)	(447,465)	(4,318)	(228,679)	(94,770)	(413,862)	(103,305)	(1,565,245)
Valor en libros	<u>754,358</u>	<u>1,036,354</u>	<u>188,319</u>	<u>27,559</u>	<u>1,076</u>	<u>255,748</u>	<u>87,087</u>	<u>255,434</u>	<u>2,605,936</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

- (1) Corresponde principalmente a: i) adquisiciones de vehículos para uso general, ii) compra de mobiliarios para las oficinas tanto de Quito como de Guayaquil
- (2) Corresponde a bajas de propiedades que ya se encontraban totalmente depreciados.
- (3) Corresponde a la construcción y posterior activación de una cancha de fútbol.
- (4) Al 31 de diciembre del 2014 y 2013, la Compañía mantiene la propiedad, en garantía por la emisión de obligaciones (Véase Nota 28).

12. INVERSIONES EN ASOCIADAS

Composición:

<u>Razon Social</u>	<u>Porcentaje de participación en el capital</u>	<u>Valor patrimonial proporcional</u>		<u>Valor en libros</u>	
		<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>2014</u>	<u>2012</u>
Expoguayaquil S.A. (3)	25%	522,328	522,328	370,000	370,000
Holding Tonicorp S.A.	-	-	-	1,980	1,980
Total Inversiones en Asociadas		<u>522,328</u>	<u>522,328</u>	<u>371,980</u>	<u>371,980</u>

- (1) Durante el año 2013, se adquirió el 25% de las acciones de Expoguayaquil, las mismas que fueron transferidas por Ricran S.A. como dación de pago para cubrir parte de la deuda que el Econ. Eduardo Maruri mantenía con Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad. La Compañía ha decidido registrarlas al costo, en función de la probabilidad de que estas acciones sean restituidas al Eco. Eduardo Maruri.

Movimiento:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
<u>Saldo al 1 de enero</u>	371.980	1.980
Adquisición de acciones	-	370.000 (a)
Otros movimientos menores	-	-
Saldo al 31 de diciembre	<u>371.980</u>	<u>371.980</u>

- a) Corresponde a la adquisición de acciones en Expoguayaquil, las cuales se han adquirido por una compensación de la deuda que mantenía Eduardo Maruri con Maruri Publicidad S.A. Marpublicidad, las cuales no han representado salida de efectivo.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

13. OTROS ACTIVOS

Ver composición a continuación:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Depositos en garantía (1)	11.665	13.010
Banco Territorial S.A. (2)	-	500
	<u>11.665</u>	<u>13.510</u>

- (1) Corresponden a garantías entregadas por parte de La Compañía, por arriendos de inmuebles.
- (2) Al 31 de diciembre del 2013, correspondía al saldo que mantiene la compañía en el Banco Territorial S.A., la misma que se encuentra en periodo de liquidación.

14. OBLIGACIONES BANCARIAS

Ver composición a continuación:

2014

<u>Institución bancaria o financiera</u>	<u>Porción corriente</u>	<u>Deuda a largo plazo</u>	<u>Valor total</u>
Banco Bolivariano Panamá Bank (1)	400.000	-	400.000
Banco Bolivariano C.A. (2)	3.353	-	3.353
	<u>403.353</u>	<u>-</u>	<u>403.353</u>

2013

<u>Institución bancaria o financiera</u>	<u>Porción corriente</u>	<u>Deuda a largo plazo</u>	<u>Valor total</u>
Banco Bolivariano C.A. (2)	324.918	3.353	328.271

- (1) Corresponde 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.
- (2) Corresponde 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.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)

15. OBLIGACIONES CON TERCEROS

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Carmen Rojas de Maruri (1)	5.263	53.497
Inmobiliaria Pleamar (2)	58.742	58.742
Banco Bolivariano S.A.	-	42
	<u>64.005</u>	<u>112.281</u>

- (1) Comprende el saldo del 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, 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 genera interés.

16. 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 días considerando una base comercial de 360 días por año, pagando capital e interés de 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 2014:

<u>Inversionista</u>	<u>Monto Colocado</u>	<u>Pagos efectuados</u>	<u>Saldo al 31/12/2014</u>
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social			
- IESS	280.000	280.000	-
Corporación Financiera Nacional	250.000	250.000	-
Luis Villacres	1.570.000	1.570.000	-
Total de títulos emitidos	<u>2.100.000</u>	<u>2.100.000</u>	<u>-</u>

Correspondiente al año 2013:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
 POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
 (Expresado en dólares estadounidenses)

Inversionista	Monto Colocado	Pagos efectuados	Saldo al 31/12/2013
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social - IESS	280,000	280,000	-
Corporación Financiera Nacional	250,000	250,000	-
Luis Villacres	1,570,000	1,436,250	133,750
Total de títulos emitidos	<u>2,100,000</u>	<u>1,966,250</u>	<u>133,750</u> (1)

- (1) Corresponde a los últimos títulos por cancelar, los cuales tuvieron fecha de vencimiento marzo del 2014. Con fecha 20 de mayo del 2014, la Superintendencia de Compañías mediante Resolución No. SC-INMV-DNAR-14-0003338, procedió con la cancelación en el Registro de Mercado de Valores sobre los valores emitidos (Emisión de obligaciones) por La Compañía, una vez cancelada todas sus obligaciones.

17. PROVEEDORES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Proveedores (1)	2.053.546	2.352.912
Empleados	91.016	54.796
Otros cuentas por pagar (2)	414.676	476.873
	<u>2.559.238</u>	<u>2.884.581</u>

- (1) 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:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Productoras (a)	877.648	1.292.363
Canales de Televisión (b)	548.279	372.235
Radio (c)	490.667	584.545
Vía pública	60.473	31.301
Prensa	38.639	2.356
Revistas	21.738	34.097
Otros	16.102	36.015
	<u>2.053.546</u>	<u>2.352.912</u>

- (a) Incluye principalmente: US\$110.393 (2013: US\$131.175), US\$43.641, US\$39.330 (2013: US\$12), US\$26.101 (2013: US\$5.972), US\$24.623 (2013: US\$32.944), US\$24.121, US\$23.030 (2013: US\$92.584), y US\$18.904 (2013: US\$508) por pagar a Comunicación Visual, Luna Chauca Silvia Lorena,

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**

(Expresado en dólares estadounidenses)

Cineassist S.A., Torrescal S.A. Soluciones Gráficas, Salguero Guevara Juan Carlos, Benavides Suarez Mauricio Eugenio, y Umacreativa S.A., respectivamente.

(b) Incluye principalmente: US\$117.457 (2013: US\$74.687), US\$89.062 (2013: US\$55.872), US\$70.718 (2013: US\$24.179), US\$53.572 (2013: US\$1.415), US\$26.336 (2013: US\$24.973), US\$24.040 (2013: US\$21.188), US\$21.366 (2013: US\$5.473), US\$19.808 (2013: US\$10.062) y por pagar a Cadena Ecuatoriana de Televisión C.A., Telecuatro Guayaquil C.A., Compañía Televisión del Pacífico Teledos S.A., Televisora Nacional Compañía Anónima Telenacional S.A., Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A., TV Canal 27, Canal Uno – Relad, Televisión y RAdio de Ecuador S.A. RtvEcuador, y Telemar, respectivamente.

(c) Incluye principalmente: US\$24.772 (2013: US\$31.656), US\$15.863 (2013: US\$12.895), US\$13.512 (2013: US\$4.269), US\$13.088 (2013: US\$6.519), y US\$12.832 (2013: US\$17.850) por pagar a Corape, Radio La Voz del Tomebamba, Radio Fuego Quito, Teleonda Musical FM Cía. Ltda., y Radio Ondas Cañarís, respectivamente.

(2) Comprenden a valores por pagar a proveedores cuyo servicios corresponde a la gestión y administración de la compañía, entre los principales incluye: US\$41.284 (2013: US\$47.162), US\$33.631, US\$20.320, US\$17.703 (2013: US\$9.176), US\$14.776 (2013: US\$14.776) y US\$13.596 (2013: US\$15.367) por pagar a lbope Time del Ecuador S.A., Banco Bolivariano C.A., Club Deportivo Especializado FCUIDE, Otecel S.A., Teleradio 1350 AM S.A. Tele 1350, Datapro S.A., respectivamente.

18. SALDOS Y TRANSACCIONES CON COMPAÑÍAS Y PARTES RELACIONADAS

El siguiente es un resumen de las principales transacciones realizadas durante los años 2014 y 2013, 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 conjunto o influencia significativa (asociadas) y ii) personal clave de la gerencia o administración.

Saldos de cuentas por cobrar:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

	<u>Relación</u>	<u>Transacción</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>
<u>Documentos y cuentas por cobrar a compañías relacionadas:</u>				
Dmtres Deportes & Mercadeo S.A.	Entidad del Grupo	Comercial	-	99.953
Invitro Publicidad S.A.	Entidad del Grupo	Comercial	191.494	191.193
Otras menores	Entidad del Grupo	Comercial	4.836	1.381
			<u>196.330</u>	<u>292.527</u>
<u>Cuentas por cobrar Accionistas:</u>				
Fausto Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	1.787	1.114
Verónica Maruri Miranda	Accionistas	Prestamos	3.948	676
Santiago Maruri Rojas	Accionistas	Prestamos	-	705
			<u>5.735</u>	<u>2.495</u>
Total cuentas por cobrar			<u>202.065</u>	<u>295.022</u>

Transacciones:

	<u>País</u>	<u>Relación</u>	<u>Transacción</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>
<u>Compras de servicios</u>					
Dmtres Deportes & Mercadeo S.A.	Ecuador	Entidad del Grupo	Comercial	658.845	1.186.658
				<u>658.845</u>	<u>1.186.658</u>
<u>Préstamos</u>					
Verónica Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	Préstamos	3.948	5.317
Santiago Maruri Rojas	Ecuador	Accionistas	Préstamos	-	45.986
Fausto Maruri Miranda	Ecuador	Accionistas	Préstamos	1.787	-
Invitro Publicidad S.A.	Ecuador	Entidad del Grupo	Préstamos	-	5
				<u>5.735</u>	<u>51.308</u>
				<u>664.580</u>	<u>1.237.966</u>

Remuneración al personal clave de la gerencia:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Sueldos y beneficios sociales - Directores	915.827	417.913
Sueldos y beneficios sociales - Gerencia	525.488	1.784.386
	<u>1.441.315</u>	<u>2.202.299</u>

19. PASIVOS ACUMULADOS

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Impuestos por pagar (1)	1.333.975	1.867.858
Intereses por pagar	2.770	83.089
Provisiones (2)	299.628	325.804
Beneficios sociales (3)	256.547	368.486
	<u>1.892.920</u>	<u>2.645.237</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**
(Expresado en dólares estadounidenses)

- (1) Incluye principalmente US\$254.181 (2013: US\$246.329), US\$165.723 (2013: US\$78.311) y US\$275.675 (2013: US\$88.539) del impuesto a la renta por pagar, retenciones en la fuente de impuesto a la renta y retenciones de IVA, respectivamente. Además, IVA cobrado no liquidado por US\$817.419 (2013: US\$1.388.593).
- (2) Incluye principalmente provisiones a medios de publicidad que van ser cruzados con las posteriores facturas que van a emitir los proveedores a la compañía.
- (3) Incluye principalmente US\$161.706 (2013: US\$247.993); (2013: US\$9.711) y US\$42.110 (2013: US\$61.214) de la participación de los trabajadores, provisión de vacaciones y Aportes personal y patronal IESS, respectivamente.

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 2012 al 2014 se encuentran abiertos a revisión por parte de las autoridades fiscales.

(b) Conciliación del resultado contable-tributario -

El impuesto a la renta de los años 2014 y 2013 se determinó como sigue:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Utilidad antes de participación laboral e impuestos	1.199.376	1.929.687 (2)
Base de cálculo para Participación a los trabajadores	<u>1.199.376</u>	<u>1.930.481</u>
Menos: Participación laboral	(179.906)	(289.572)
Utilidad antes de impuestos	<u>1.019.470</u>	<u>1.640.115</u>
Más: Gastos no deducibles (1)	99.499	534.282
Base imponible total	<u>1.118.969</u>	<u>2.174.397</u>
Tasa de impuesto a la renta	22%	22%
Impuesto a la renta corriente por pagar	<u>231.372</u>	<u>478.542</u>
Anticipo mínimo determinado y total IR del año	<u>112.934</u>	<u>142.567</u>

- (1) Corresponde principalmente a gastos no respaldados en contratos o comprobantes de ventas autorizados.
- (2) Este saldo no concuerda con el valor presentado en el estado de resultado integral debido a que los estados financieros consolidados del 2013 fueron reestructurados y por efectos de la consolidación. Ver Nota 27.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013**
(Expresado en dólares estadounidenses)

Al 31 de diciembre de 2014 y 2013, la determinación del impuesto a la renta por pagar fue como sigue:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Impuesto a la renta causado	478.615	478.542
Menos		
Retenciones en la fuente efectuadas	<u>(224.434)</u>	<u>(232.213)</u>
Saldos por pagar (Véase Nota 20)	<u>254.181</u>	<u>246.329</u>

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.

Durante el año 2014 y 2013, la Compañía determinó que el anticipo mínimo de ascendía a US\$112.934 (2013: US\$135.053), 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\$231.392 (2013: 418.441).

(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 solicita se prepare y remita por parte de la Compañía un estudio de precios de transferencia y un anexo de operaciones, entre otros, para aquellas compañías que hayan tenido operaciones con partes relacionadas locales y/o exterior en el mismo período fiscal y cuyo monto acumulado sea superior a US\$6,000,000, o únicamente presentar el anexo de operaciones con partes relacionadas locales y/o del exterior si en el mismo período fiscal el monto acumulado es superior a US\$3,000,000. La Compañía no ha efectuado durante los años 2014 y 2013 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

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

"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.
- 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.

La Compañía se encuentra analizando los efectos de los cambios anotados en la legislación tributaria para determinar las implicancias e impactos en sus estados financieros.

21. BENEFICIOS A EMPLEADOS – JUBILACIÓN PATRONAL

Un resumen del pasivo a largo plazo es como sigue:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Jubilación patronal	<u>208.282</u>	<u>203.459</u>

- (1) El saldo de la provisión para jubilación patronal al 31 de diciembre del 2014 y 2013, corresponde al 100% del valor actual de la reserva matemática calculada

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

actuarialmente por un profesional independiente para todos los trabajadores, que a dichas fechas se encontraban prestando servicios para la Compañía.

Los principales supuestos actuariales usados fueron los siguientes:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Tasa de descuento	6,54%	7,00%
Tasa de incremento salarial	3,00%	3,00%
Tasa de incremento de pensiones	2,50%	2,50%
Tasa de mortalidad e invalidez (a)	TM IESS 2002	TM IESS 2002
Tasa de rotación	11,80%	8,90%
Vida laboral promedio remanente	8,2	7,8

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

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

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Costo actual del servicio	<u>-</u>	<u>36.456</u>

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

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Provisión al inicio del año	203.459	142.933
Costo laboral por servicios actuales	-	35.433
Costo financiero	-	10.005
Pérdida actuarial reconocida por ajustes y experiencia - ORI	4.823	24.070
Efecto de reducciones y liquidaciones anticipadas	-	(8.982)
Provisión al final del año	<u>208.282</u>	<u>203.459</u>

22. CAPITAL SOCIAL

El capital autorizado, suscrito y pagado de la Compañía al 31 de diciembre del 2014 y 2013 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 Y SUBSIDIARIAS

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)

23. RESERVAS Y RESULTADOS ACUMULADOS

Reserva 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 2014 y 2013, la reserva constituida alcanza el 25% y 18% 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.

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

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Servicios de Publicidad (1)	12.228.335	14.661.381
Over (2)	685.481	1.901.072
Facturación Fee (3)	1.268.088	1.689.709
Descuentos por pronto pagos	9	41.023
Otros ingresos de actividades ordinarias	(33.342)	46.278
	<u>14.148.571</u>	<u>18.339.463</u>

- (1) Corresponde a los servicios publicitarios prestados por la compañía de los cuales son prestados en un 26% (2013: 33%) al sector público y 74% (2013: 67%) al sector privado, en relación al total de los ingresos y corresponde a comisiones ganadas por servicios publicitarios realizados a los clientes, cuyo porcentaje varían entre un 5% y 7%, de los contratos firmados.

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

- (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. GASTOS OPERATIVOS

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Sueldos y salarios	3.488.232	3.578.134
Honorarios y bonificaciones a los directivos	1.293.782	1.048.133
Promoción y negocios	685.387	705.410
Depreciación (Véase Nota 12)	351.861	317.965
Capacitaciones, almuerzos, entre otros al personal	180.942	548.718
Servicios básicos	145.150	179.053
Mantenimientos y reparaciones	131.984	127.268
Honorarios profesionales	121.912	150.844
Indemnizaciones y despidos	118.417	22.735
Arriendos de oficinas	82.349	74.558
Movilización para el personal	91.917	90.678
Pasajes	84.879	65.380
Seguros	49.029	24.846
Impuestos y contribuciones	53.800	117.656
Deterioro para cuentas incobrables (Véase Nota 7)	32.112	127.851
Suministros	25.855	28.089
Jubilación Patronal (Véase Nota 22)	-	36.456
Otros	34.015	101.894
	<u>6.971.623</u>	<u>7.345.668</u>

26. OTROS INGRESOS (EGRESOS), NETOS

Composición:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Reverso de las bonificaciones por desahucio	-	42.669
Otros	4.103	2.564
	<u>4.103</u>	<u>45.233</u>

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

27. REESTRUCTURACION DE LOS ESTADOS FINANCIEROS PRESENTADOS AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

A continuación ver las diferencias resultantes entre la comparación de los presentes estados financieros y los previamente presentados al 31 de diciembre del 2013:

<u>Activo</u>	<u>Reestructurado</u>	<u>Diferencia</u>	<u>Previamente Reportado</u>
ACTIVO CORRIENTE			
Caja y bancos	1,472,462	-	1,472,462
Documentos y cuentas por cobrar (1)	3,205,887	(379,421)	3,585,308
Total del activo corriente	4,678,349	(379,421)	5,057,770
PROPIEDADES Y EQUIPO, menos depreciación acumulada	2,884,508	-	2,884,508
Inversiones en Asociadas	371,980	-	371,980
OTROS ACTIVOS	13,510	-	13,510
Total del activo	7,948,347	(379,421)	8,327,768
<u>Pasivo y patrimonio</u>			
PASIVO CORRIENTE			
Obligaciones bancarias	324,918	-	324,918
Obligaciones con terceros	112,281	(4,190)	116,471
Emisión de obligaciones corto plazo	133,750	-	133,750
Documentos y cuentas por pagar (2)	2,884,581	72,188	2,812,393
Pasivos acumulados (2)	2,645,237	(32,655)	2,677,892
Total del pasivo corriente	6,100,767	35,343	6,065,424
PASIVO A LARGO PLAZO			
Obligaciones bancarias largo plazo	3,353	-	3,353
Jubilación patronal	203,459	-	203,459
	206,812	-	206,812
Porcentaje mínimo de participación	105,985	(25,800)	131,785
PATRIMONIO (según estado adjunto)	1,534,783	(388,964)	1,923,747
Total del pasivo y patrimonio	7,948,347	(379,421)	8,327,768

Estado de Resultado Integral:

(Véase página siguiente)

MARURI PUBLICIDAD S.A. MARPUBLICIDAD Y SUBSIDIARIAS

**NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS
POR LOS AÑOS TERMINADO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014 Y 2013
(Expresado en dólares estadounidenses)**

	<u>Reestructurado</u>	<u>Diferencia</u>	<u>Previamente Reportado</u>
Ingresos de las actividades ordinarias (1)	18.339.463	(365.747)	18.705.210
Costo de servicios prestados	<u>(9.164.760)</u>	<u>1.172</u>	<u>(9.165.932)</u>
Utilidad bruta	9.174.703	(364.575)	9.539.278
Gastos operativos:			
Administración (2)	<u>(7.345.668)</u>	<u>(56.924)</u>	<u>(7.288.744)</u>
Utilidad operacional	1.829.035	(421.499)	2.250.534
Gastos financieros	(407.803)	-	(407.803)
Otros ingresos, neto	<u>45.233</u>	<u>-</u>	<u>45.233</u>
Utilidad antes de la participación de los trabajadores en las utilidades y del impuesto a la renta	1.466.465	(421.499)	1.887.964
Participación de los trabajadores en las utilidades	(289.572)	-	(289.572)
Impuesto a la ganancia	<u>(478.542)</u>	<u>-</u>	<u>(478.542)</u>
Utilidad neta del año	<u>698.351</u>	<u>(421.499)</u>	<u>1.119.850</u>
Otro resultado integral			
Pérdidas actuariales en jubilación patronal	(24.070)	-	(24.070)
Resultado integral del año	<u>674.281</u>	<u>(421.499)</u>	<u>1.095.780</u>

(1) Incluye principalmente ajustes por derecho de cobro a la Secretaría Nacional de Comunicación por US\$254.879 y a la Empresa Publica de Parques Urbanos y Espacios Públicos por US\$49,425.

(2) Corresponde a provisiones reconocidas inadecuadamente en los estados financieros.

28. EVENTOS SUBSECUENTES

Entre el 31 de diciembre del 2014 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.