

FEDERICO PATERNINA, S.A.

Avda. Santo Domingo, nº 11
26200 HARO (LA RIOJA)

El Informe de Auditoría sobre las cuentas anuales de 2002 contiene en su punto 3 una salvedad que minorra los resultados de la compañía en 1.400 miles de euros.

Las causas por las que el Consejo de Administración de Paternina decidió mantener el registro contable y asumir una salvedad en la opinión de Auditoría se derivan del mismo concepto del gasto y del tiempo de su ejecución contable y sus efectos sobre la sociedad.

Se trata de una campaña de presentación de nueva imagen, logotipo y etiquetas de los vinos de Paternina dentro de un Plan de Marketing diseñado para el periodo 2003/2007 cuya puesta en marcha coincide con el ejercicio 2003. Con un coste de 1.519.000 euros, sus efectos van a extenderse en el tiempo más allá del momento de su ejecución.

La presentación publicitaria de estas actividades para conocimiento del mercado se decidió hacerla en Noviembre y Diciembre 2002, incluyendo televisión y prensa, por ser época comercialmente más interesante aunque, obviamente, la publicidad masiva, no recurrente, de presentación, no iba a tener efectos apreciables en el mercado hasta periodos sucesivos.

El Consejo consideró injusto cargar al ejercicio 2002 con este importe y -no obstante- decidió amortizarlo en un periodo breve -treinta y seis meses- imputando a 2002 solamente la parte proporcional a dos (Noviembre y Diciembre), y entiende que esta operativa contable no altera la imagen fiel que las cuentas deben representar.

Fdo.: Rogelio Jiménez