DOSSIER FIDELITAS

Fidelitas

GUT AGENCY S.R.L.

Informe realizado a pedido de PAN AMERICAN ENERGY S.L, SUC. ARGENTINA

ARGENTINA

Julio 2022

Esta información es confidencial y de uso exclusivo de quien la solicita. Su finalidad es meramente orientativa en decisiones crediticias. No implica juicio de valor ni de solvencia de los informados. Su evaluación y las decisiones que el cliente tome son ajenas a Fidelitas.

1- Resumen Ejecutivo

1.1 CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN

			No Aplica	No cumple / No posee / No cedio información (0)	Con irregularidades / sin planes de regularización / cedió información parcial (1)	No aplica por que contrata monotributistas. (2)	Están inscriptos en moratorias, planes de pagos, etc. y paga (3)	Se detectan caso de atraso puntuales (4)	No se detectan desvíos (5)
1. Cumplimiento de Obligaciones Previsionales e Impositivas									
1.1	**Como es su situación salarial y social respecto de:**								
1.1.1	Pago de sueldos y remuneraciones.								x
1.1.2	Presentación y pago de aportes y contribuciones F-931								x
1.1.3	Presentación y pago de ART.								x
1.1.4	Presentación y pago de otras cargas sociales								x
1.2	**Como es su situación fiscal respecto de:**								
1.2.1	Presentación y pago del impuesto a las ganancias (DDJJ y anticipos)								x
1.2.2	Presentación y pago del impuesto al valor agregado (I.V.A. F-731)								x
1.2.3	Presentación y pago del impuesto a los ingresos brutos								x
1.3	**Como es su situación bancaria**								x
Total Cumplimiento Previsional e Impositivo		**100%**	**40**						

Tipo de Empresa	**Servicios**		**No Aplica**	**"No cedió información / Valor por debajo del mínimo (0)"**	**Malo** 1	**Regular** 2		**Bueno** 3		**Muy Bueno** 4		**Excelente** 5
2. Situación Económico-Financiera												
2.1.1	**Solvencia**				0,490	0,490	0,727	0,727	0,963	0,963	1,200	1,200
												x
2.1.2	**Endeudamiento Corriente**				2,000	2,000	1,500	1,500	1,000	1,000	0,500	0,500
												x
2.2.1	**Índice de liquidez**				0,900	0,900	1,200	1,200	1,500	1,500	1,800	1,800
												x
2.3.1	**Rentabilidad Bruta:**				0,200	0,200	0,267	0,267	0,333	0,333	0,400	0,400
					x							
2.3.2	**Rentabilidad Operativa**				0,020	0,020	0,073	0,073	0,127	0,127	0,180	0,180
					x							
2.3.3	**Rentabilidad Neta**				0,030	0,030	0,087	0,087	0,143	0,143	0,200	0,200
					x							
Total Situación Económico-Financiero		**60%**	**18**									

Calificación y Ponderación de la Reevaluación / Ampliación de Alcance

CONDICIÓN		**CALIFICACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA**				
		Puntaje Obtenido		% respecto al total	Ponderación (%)	Resultado
1	**Cumplimiento Previsional y Fiscal**	40	**40**	**100%**	**10,0%**	**1,0**
2	**Situación Económico-Financiera**	18	**30**	**60%**	**90,0%**	**5,4**
Resultado Final		**6,4**				

Según políticas de calificación de PAN AMERICAN ENERGY SL SUC. ARGENTINA

1.2. CONCLUSIÓN:

GUT AGENCY S.R.L. es una empresa de publicidad independiente inscripta en el año 2018 en la ciudad de Buenos Aires. Cuenta con oficinas en los Estados Unidos, Canadá, Brasil, Argentina y México. Sus socios son: GUT AGENCY LTD (Reino Unido, 95%) y BIGIO EDUARDO GASTON (5%). No declaran trabajar bajo normas de calidad. De acuerdo el Form.913 05/22 cuentan con 85 empleados registrados. Cumple con sus obligaciones laborales sin presentar deuda exigible de Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social ni sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL. Tiene afiliación vigente con EXPERTA ART. Opera con normalidad con el sistema bancario sin registrar cheques rechazados por Sin Fondos. El informe de deuda de la Agencia de Recaudación de la Pcia. de Bs. As indica que es un contribuyente Sin Deuda. No se observan embargos, juicios en su contra ni Notas de Prensa Negativa, pero se encontraron eventos de Integridad para ser evaluadas por el Área de Proveedores.

El ejercicio cerrado en Diciembre 2021 mostraba una buena performance en general, con un incremento interanual del 29% en sus Ventas y leve caída de Costos y Gastos en relación con las Ventas, determinando finalmente una Ganancia Marginal de 1.2% s/ventas vs el también marginal 1.5% s/ventas en el periodo pasado, afectado este último periodo por el efecto negativo de los Resultados Financieros y por Tenencia. La situación Financiera y Patrimonial acompaño la buena performance general, presentando indicadores en niveles muy adecuados a saber: Excelente Liquidez Corriente en 3.08 (1.62 en el ejercicio anterior), muy adecuado Capital de Trabajo representando el 60% del Activo, Solvencia en marcado acenso (pasó de 0.72 a 2.44) y Endeudamiento en caída (cayó de 1.38 a 0.41). Como contrapartida podemos mencionar la débil conformación del PN. Las ventas post balance (5 meses) proyectarían un aumento interanual de 35%.

Por lo expuesto, la empresa no presenta mayores inconvenientes como para operar con normalidad.

LÍMITE DE COMPRA (30% sobre ventas)	VENTAS BALANCE	VENTAS POST-BALANCE
Ventas	**$ 389 883 168**	**$ 219 593 504**
Límite de compra	**$ 116 964 950**	**$ 65 878 051**

Contenidos

1- RESUMEN 2

1.1 CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN 2
1.2. CONCLUSIÓN: 3

2- DATOS ORGANIZACIONALES 6

2.1 CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS/ ESTATUTO 6
2.2 RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES 8
2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES 8
2.4 INFORMACIÓN ADICIONAL / DATOS DE INTERÉS 8
2.4.1 Certificado Fiscal para Contrataciones de la Administración Nacional 8
2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias 9
2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS 12
2.6 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA 12
2.7 ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES 12
2.7.1 Socios / Accionistas 12
2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas 12
2.7.3 Directivos 12
2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos 13
2.8 ACTIVOS 15
2.8.1 Inmuebles 15
2.8.2 Rodados 15
2.9 PUBLICACIONES OFICIALES 15
OTRAS PUBLICACIONES 16
2.10 CERTIFICACIONES 22
2.10.1 Certificaciones de Calidad 22
2.10.2 Distinciones Obtenidas 22
2.10.3 Programas de Responsabilidad Social Empresaria 22
2.11 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO 23
2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO 24

3- SITUACIÓN COMERCIAL 25

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÚEDAD EN EL MERCADO 25
3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS 25
3.3 VENTAS A PAN AMERICAN ENERGY S.L. SUC. ARGENTINA 27
3.4 PROVEEDORES 27
3.5 CLIENTES 27
3.6 SEGUROS 27
3.6.1 Registro de contratos con las ART 27
3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago 27
3.6.3 Otros Seguros contratados 28

4- COMERCIO EXTERIOR 29

4.1 IMPORTACIONES 29
4.2 EXPORTACIONES 29

5- SITUACIÓN BANCARIA 30

5.1 CHEQUES RECHAZADOS 30
5.2 CENTRAL DE DEUDORES 30
5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO 31

6- SITUACIÓN JUDICIAL COMERCIAL 32

6.1 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDADO (*) 32
6.2 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDANTE (*) 32
6.3 FISCALES Y PREVISIONALES 32
6.3.1 Detalle de Inscripciones Fiscales 32
6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia 32
6.3.3 Embargos 33
6.3.4 Otra información Fiscal o Previsional de Interés 33
6.3.5 Deuda exigible en Aportes y Contribuciones de Seguridad Social 33

7- INTEGRIDAD 34

7.1 INTEGRIDAD 34
7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA 35

8- ESTADOS CONTABLES 36

8.1 DATOS CONTABLES 36
8.2 ANÁLISIS VERTICAL 42
8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL 43
8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD 44
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO 45
8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS 46
8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN 47
8.8 SCORE DE BALANCE 48

2- Datos Organizacionales



2.1 CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS/ ESTATUTO

Razón Social	GUT AGENCY S.R.L.
CUIT	30-71591520-7.
Domicilio	DRAGONES 1955, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Actividad	731009 - SERVICIOS DE PUBLICIDAD N.C.P.
Forma Jurídica	S.R.L.
Fecha de Contrato Social	09/01/2018
Patrimonio neto al 2021	$ 114 920 965
Cantidad Empleados	85 (Form.931)
Domicilio Legal	DRAGONES 1955, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Otros posibles domicilios, vinculados, o eventuales.	ORTIZ DE OCAMPO 3302 Piso:1 Dpto:9 S:3, (1425), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA DRAGONES 1955, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

GUT AGENCY ARGENTINA S.R.L.

En la Ciudad de Buenos Aires, a los 9 días del mes de enero de 2018, los señores Diego Javier Zaffore, nacido el 3/4/1972, argentino, casado con Jane H. Scott, de profesión abogado con domicilio en French 2325, Piso 3, de la ciudad de Buenos Aires, DNI 22.598.721 y CUIT 20-22598721-2 y, Andres Laniado, nacido el 8/5/1976, casado con Vanesa Paula Rauchberger, argentino, de profesión empresario con domicilio en 3 de Febrero 1901, Piso 14 A, de la ciudad de Buenos Aires, DNI 25.188.123 y CUIT 20-25188123-6 resuelven constituir una SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA en un todo de acuerdo con la Ley de Sociedades Comerciales, quedando redactado el contrato social como sigue:

ARTICULO PRIMERO: Denominación: Con la denominación de "GUT AGENCY ARGENTINA S.R.L.", queda constituida la Sociedad, con domicilio legal en jurisdicción de la Ciudad de Buenos Aires.

ARTICULO SEGUNDO: Plazo: El plazo de duración de la Sociedad se fija en noventa y nueve años a contar desde la fecha de su inscripción en el Registro Público de Comercio, término éste que podrá prorrogarse por decisión de los socios, quienes también podrán disponer de su disolución anticipada.

ARTICULO TERCERO: Objeto Social: La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros, en el país o en el extranjero, las siguientes actividades: prestar toda clase de servicios vinculados a la publicidad, marketing, e imagen; brindar asesoramiento y efectuar desarrollos de material publicitario en cualquier tipo de formato o soporte; diseñar y realizar campañas publicitarias y de difusión.

ARTICULO CUARTO: Capital Social: El capital social es de CINCUENTA MIL PESOS ($ 50.000.-), representado por CINCUENTA MIL cuotas de valor nominal un peso cada una y un voto por cuota. El capital social se encuentra totalmente suscripto por cada uno de los socios, de acuerdo al siguiente detalle: el señor Diego Javier Zaffore: 25.000 cuotas y el señor Andrés Laniado: 25.000 cuotas. Las cuotas se integran en un veinticinco por ciento en dinero efectivo. Los socios se obligan a integrar el saldo restante dentro del plazo de dos años computados a partir de la fecha de inscripción de la sociedad. La reunión de socios dispondrá el momento en que se completará la integración.

ARTICULO QUINTO: Administración y Representación: la administración, representación legal y uso de la firma social estarán a cargo de uno o más socios gerentes, en forma individual e indistinta, por tiempo indeterminado,

Se adjunta documentación (Pág. 1 de 13)
Fuente: Empresa.

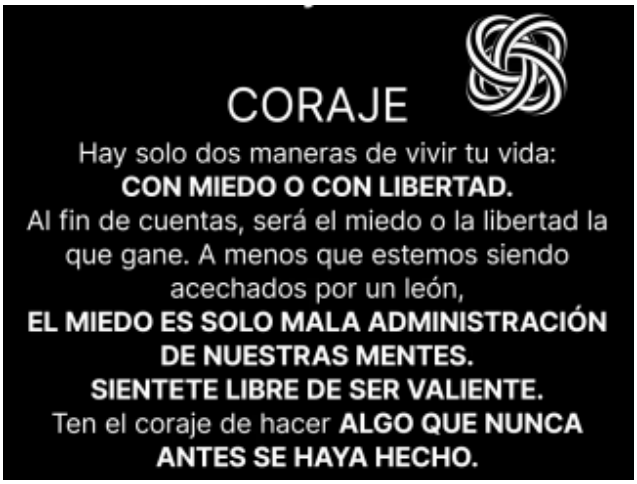
2.2 RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES

GUT AGENCY S.R.L. es una empresa de publicidad independiente que ofrece un servicio integral y cuenta con oficinas en los Estados Unidos, Canadá, Brasil, Argentina y México.

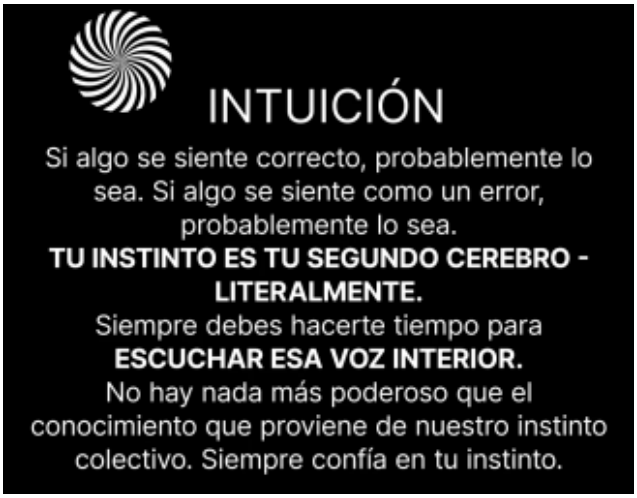
Creen en el coraje, transparencia y especialmente en la intuición.

2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

VALORES







2.4 INFORMACIÓN ADICIONAL / DATOS DE INTERÉS

2.4.1 Certificado Fiscal para Contrataciones de la Administración Nacional

Información no proporcionada por la empresa.

2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias

28/6/22, 11:27 Formulario de Impresión de Constancia de Inscripción

ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS

CONSTANCIA DE INSCRIPCION

GUT AGENCY S.R.L. CUIT: ***30-71591520-7***

Forma Jurídica: ***S.R.L.***

Fecha Contrato Social: ***09-01-2018***

IMPUESTOS/REGIMENES NACIONALES REGISTRADOS Y FECHA DE ALTA

REG. INF. - PARTICIPACIONES SOCIETARIAS	02-2018
REG. INF. - PRESENTACION DE ESTADOS CONTABLES EN FORMATO PDF	02-2018
REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR	03-2018
SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS - 31	03-2018
SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS - 94	03-2018
RET ART 79 LEY GCIAS INC A,ByC - 160	03-2018
IVA	02-2018
GANANCIAS SOCIEDADES	02-2018
BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	02-2018

****

Contribuyente no amparado en los beneficios promocionales INDUSTRIALES establecidos por Ley 22021 y sus modificatorias 22702 y 22973, a la fecha de emision de la presente constancia.

Esta constancia no da cuenta de la inscripción en:
- Impuesto Bienes Personales y Exteriorización - Ley 26476: de corresponder, deberán solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.
- Impuesto a las Ganancias: la condición de exenta, para las entidades enunciadas en los incisos b), d), e), f), g), m) y r) del Art. 20 de la ley, se acredita mediante el "Certificado de exención en el Impuesto a las Ganancias" - Resolución General 2681.
- Aporte Solidario: de corresponder, deberá solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.
- Responsable Deuda Ajena Aporte Solidario: de corresponder, deberá solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.

ACTIVIDADES NACIONALES REGISTRADAS Y FECHA DE ALTA

Actividad principal: *731009 (F-883) SERVICIOS DE PUBLICIDAD N.C.P.* Mes de inicio: *02/2018*
Secundaria(s):

Mes de cierre ejercicio comercial: ***12***

DOMICILIO FISCAL - AFIP

MAURE 4109 Piso:1 Dpto:D
1427-CIUDAD AUTONOMA BUENOS AIRES

Vigencia de la presente constancia: ***28-06-2022*** a ***28-07-2022*** Hora **11:27:41** Verificador **103744161000**

Los datos contenidos en la presente constancia deberán ser validados por el receptor de la misma en la página institucional de AFIP **http://www.afip.gob.ar**.

https://seti.afip.gob.ar/padron-puc-constancia-internet/ConsultaConstanciaAction.do 1/1

Si.Fe.Re. Sistema Federal de Recaudación	Impuesto sobre los Ingresos Brutos Convenio Multilateral	N° de Formulario 5866
CM03	Presentación y Pago	N° Verificador 394243

CUIT: 30-71591520-7	Contribuyente: GUT AGENCY S.R.L.	Sede: 901
Anticipo: 202205	Secuencia: Original	Tipo: Resto

Datos Presentación AFIP:

Jurisdicciones incluídas en la presente Declaración Jurada

Jurisdicción	Anticipo Impuesto Determinado	Valores Restan	Valores Suman	A favor Contribuyente	A favor Fisco	A Pagar
901 CAPITAL FEDERAL	$1.065.260,27	$1.289.209,29	$0,00	$223.949,02	$0,00	$0,00
902 BUENOS AIRES	$654.784,72	$1.385.116,98	$0,00	$730.332,26	$0,00	$0,00
Totales	$1.720.044,99	$2.674.326,27	$0,00	$954.281,28	$0,00	$0,00

Presentación de DJ por Internet

Acuse de recibo de DJ

Organismo Recaudador: SIFERE CONVENIO MULTILATERAL
Formulario: **5866 v500 - CM PRESENTACION Y PAGO**
CUIT: **30-71591520-7**
Impuesto: **5825 - CM GCBA**
Concepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Subconcepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Período: **2022-05**
Nro. verificador: 394243
Cantidad de registros: 49

Fecha de Presentación: 2022-06-15 Hora: 18:35:31
Nro. de Transacción: 860513849
Código de Control: MzpDyS
Usuario autenticado por: AFIP (ClaveFiscal)
Presentada por el Usuario: 30658892718

[F5866.30715915207.txt]

Verificador de integridad (algoritmo MD5)
[3e6dad513fd5841273578d44b4ccf2c6]

Conserve este Acuse de Recibo como comprobante de presentación

Datos sujetos a verificación

IMPUESTO A LAS GANANCIAS

F. 713

Declaración Jurada

Firma	Mes de Cierre	Período	C.U.I.T.
	12	2021	30-71591520-7
	0 Original 1-9 Rect.	Cod. Activ.	Nro verificador
Carácter	Original	743000	455125
	Ejercicio Fiscal	Regular	

Apellido y Nombre o Razón Social		Versión	Establecimiento
GUT AGENCY SRL		2000001	0
Cantidad proyectos promovidos 0	C.U.I.T./C.U.I.L. contador 20-23570551-7	Entidad Exenta NO	

R1 - Quebrantos Trasladables

a Quebrantos trasladables por venta de acciones (F.A.)	0,00	e Quebrantos trasladables por venta de acciones (F.E.)	0,00
b Quebrantos trasladables por inst. financieros derivados	0,00	f Quebrantos trasladables resto (F.E.)	0,00
c Quebrantos trasladables resto (F.A.)	0,00	g Quebrantos trasladables Juegos de Azar (F.E.)	0,00
d Quebrantos trasladables Juegos de Azar (F.A.)	0,00		

R2 - Determinación del Resultado Neto

	F. Argentina	F. Extranjera		F. Argentina	F. Extranjera
a Result. del Ejercicio (contable)	4.519.149,89	0,00	g Quebrantos computables	0,00	0,00
b Ajustes	11.791.104,48	0,00	h Régimen de promoción	0,00	
c Donaciones	0,00		i Resultado Neto	16.310.254,37	0,00
d Resultado impositivo	16.310.254,37	0,00	j Resultado atrib. a los socios	0,00	0,00
e Queb. por Vta. de Acc. (Ejerc.)	0,00	0,00	k Queb. de Fuente Argentina		0,00
f Queb. por Contr. Deriv. (Ejerc.)	0,00		l Resultado Neto Final	16.310.254,37	0,00

R3 - Det. Resultado (Juegos de Azar)

	F. Argentina	F. Extranjera		F. Argentina	F. Extranjera
a Result. del Ejercicio (contable)	0,00	0,00	c Quebrantos computables	0,00	0,00
b Ajustes	0,00	0,00	d Resultado Impositivo	0,00	0,00

R4 - Determinación del Impuesto

a Alícuota %	30,00	e Alícuota para Juegos de Azar	41,50 %
b Imp.Determinado (Excepto juegos de azar)	4.643.076,31	f Impuesto determinado para Juegos de Azar	0,00
c Total Imp.Liberado (F.A y F.E.)	0,00	i Total Imp. Determinado	4.643.076,31
d Total Imp.no Liberado (F.A y F.E.)	0,00		

R5 - Determinación del Saldo del Impuesto

	A favor Contrib	A favor AFIP		A favor Contrib	A favor AFIP
a Imp. determinado F. Extranjera		0,00	v Anticipos Cancelados Credeb	0,00	
b Imp. Análogos Pagados en el Ext.	0,00		w Sdo.x Ant.cancelados Credeb	0,00	
c Subtotal Fuente Extranjera		0,00	x Saldo a Cancelar		4.643.076,31
d Imp. determinado F. Argentina		4.643.076,31	y Cómputo Credeb para canc. DJ	1.367.566,55	
e Pago a cuenta realizado en el exterior			aa Saldo a Ingresar		3.275.509,76
Art. 11.3.b) Acuerdo con Uruguay	0,00		Ant.canc.c/Cómp.de Bonos y Cr.Fisc.	0,00	
f Saldo a Favor per. ant. en Bonos	0,00		ai Cómputo de Bonos y Créditos		
g Anticipos canc. mediante F.515	0,00		Fiscales para cancelación de DDJJ	0,00	
h Total Bonos F.515	0,00		ab Sdo.a Fav.Contrib.x Ant.canc.		
i Saldo a favor del resp. en Bonos	0,00		c/Bonos o Cert.Fisc.	0,00	
j Sdo.Favor per.ant.Bonos CF Dto 135/06	0,00		ac Retenciones y/o Percepciones	6.717.074,15	
k Anticipos canc. BCF DTO. 135/06	0,00		ad Total antic.ingresados en efectivo		
l Total Bonos CF Dto. 135/06	0,00		o mediante débitos bancarios -excepto		
m Sdo.favor resp.ant.bonos CF Dto.135/06	0,00		F. 515 y bonos CF Dto. 135/06-	550.333,17	
n Subtotal Fuente Argentina		4.643.076,31	ag Percepciones aduaneras RG 3577	0,00	
ñ Diferimiento F.518	0,00		amP. a cuenta "Rég Art. 4 RG 3818"	0,00	
o Subtotal General			Total anticipos RG 4278	0,00	
p P. a Cuenta que no generan saldo a favor	0,00		aj Saldo a Favor Periodo Anterior	0,00	
u Saldo previo al Cómputo Credeb		4.643.076,31	ah Saldo a favor por fusión o absorción	0,00	
			af Saldo a favor	3.991.897,56	0,00

R6 - Forma de Ingreso

a Saldo a Ingresar	0,00	b Imp. ing. en DD.JJ. orig. o ult.	0,00	c Suma ing. en forma no bancari	0,00
d **Total a pagar**	**0,00**				

07133071591520712202145512 5

fb5553de4520084cc90bc1f98db5239a

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que he confeccionado la presente Declaración Jurada utilizando el programa aplicativo (software) aprobado por la AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad.

Fuente: Empresa

2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS

No se detectó información.

2.6 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA

Información no proporcionada por la empresa.

2.7 ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES

2.7.1 Socios / Accionistas

Razón Social	Nacionalidad/Pais	Tax ID	%
GUT AGENCY LTD	Reino Unido	N/I	95.00
BIGIO EDUARDO GASTON	Argentina	20-25359668-7	5.00

Fuente: Empresa.

2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas

No declaró información.

2.7.3 Directivos

Nombre y Apellido	Nacionalidad/Pais	Tax ID	Cargo
BIGIO EDUARDO GASTON	Argentina	20-25359668-7	Socio Gerente
FERIOLI IGNACIO	Argentina	20-27387175-7	Gerente
CUBRIA JOAQUIN	Argentina	20-24529235-0	Gerente
RODRIGUEZ GAMALLO RAMIRO EDUARDO	Argentina	20-29119403-7	Gerente
RODRIGUEZ COHEN RAMIRO JOSE	Argentina	20-24367329-2	Gerente

Fuente: Empresa.

2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos

BIGIO EDUARDO GASTON - 20253596687

SCORE

78.6

BIGIO EDUARDO GASTON

FECHA NACIMIENTO: 08/06/1976

SEXO: M

FINANCIERO



TOTAL	6 487 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	04/2015

CHEQUES RECHAZADOS

PENDIENTES DE PAGO	0
ABONADOS	0
POR DEFECTOS FORMALES	1



DOMICILIOS

DOMICILIO:

JUAN JOSE OLLEROS 2222, CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

OLLEROS AV. 2220 PISO:4 DPTO:B, (1426), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:

TRES SARGENTOS 463 PISO 7

OLLEROS 2202, (1426), CAPITAL FEDERAL, CAPITAL Y GBA NORTE

FISCALES

EMPLEADO DE	GUT AGENCY S.R.L. (01/2022)
CLAE	SERVICIOS DE PUBLICIDAD N.C.P.
INICIO ACTIVIDAD	01/03/2008
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

RODRIGUEZ GAMALLO RAMIRO EDUARDO - 20291194037

SCORE

80.1

RODRIGUEZ GAMALLO RAMIRO EDUARDO

FECHA NACIMIENTO: 19/10/1981

SEXO: M

FINANCIERO



TOTAL	218 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	05/2012

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

C.DORREGO 2114, OLIVOS, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

CORONEL DORREGO 2114, (1636), OLIVOS, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	GUT AGENCY S.R.L. (01/2022)
CLAE	SERVICIOS PERSONALES N.C.P.
INICIO ACTIVIDAD	01/01/2021
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

RODRIGUEZ COHEN RAMIRO JOSE - 20243673292

SCORE

78.1

RODRIGUEZ COHEN RAMIRO JOSE

FECHA NACIMIENTO:	14/01/1975
ESTADO CIVIL:	NO INFORMADO
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	237 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	07/2012

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

FITZ ROY 2479 1 D, (1425), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

GARCIA DEL RIO AV. 3882, (1430), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	GUT AGENCY S.R.L. (01/2022)
CLAE	TRABAJADOR RELAC. DEPENDENCIA
INICIO ACTIVIDAD	01/01/2018
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

FERIOLI IGNACIO - 20273871757

SCORE

79.7

FERIOLI IGNACIO

FECHA NACIMIENTO:	19/05/1979
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	380 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	03/2010

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

25 DE MAYO 256 DPTO:6, (1642), SAN ISIDRO, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

JUAN CLARK 1121 PISO:1 DPTO:D, (1642), SAN ISIDRO, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	GUT AGENCY S.R.L. (01/2022)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE CUERPOS DE DIRECCIÓN EN SOCIEDADES EXCEPTO LAS ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/05/2015

JUICIOS



no se detectó actividad judicial



2.8 ACTIVOS

2.8.1 Inmuebles

No se detectó información.

2.8.2 Rodados

No se detectó información.

2.9 PUBLICACIONES OFICIALES

Provincia: Fecha: 22/06/2022
GUT AGENCY SRL 30715915207 Por reunion de socios del 18/03/2021 se decidio aumentar el capital de $ 50000 a $ 50010 mediante la emision de 10 cuotas de un $ 1 cada una y una prima de emision de $ 4253999 por cuota La totalidad del aumento fue suscripto por GUT AGENCY LTD atento a la renuncia al derecho de acrecer preferentemente del socio restante quedando en poder de GUT AGENCY LTD 47510 cuotas de $ 1 cada una y en cabeza de Eduardo G Bigio 2500 cuotas de $ 1 cada una Como consecuencia del aumento se decidio modificar el art 4 del contrato social Autorizado segun instrumento privado Acta de Reunion de Socios de fecha 18/03/2021 Jose Maria Allonca T : 36 F : 336 CPACF e 22/06/2022 N 45876/22 v 22/06/2022

Provincia: Fecha: 13/08/2021
GUT AGENCY SRL 30715915207 Por Reunion de Socios del 16/12/2020 se designaron como gerentes titulares de la Sociedad a Eduardo Bigio Joaquin Cubria Ignacio Ferioli Ramiro Rodriguez Cohen Ramiro Rodriguez Gamallo Matias Lafalla y Agustina Garavilla quienes por la misma aceptaron el cargo conferido y constituyeron domicilio en Echeverria 1880 Piso 10 Oficina A CABA Autorizado segun instrumento privado Reunion de Socios de fecha 16/12/2020 Jose Maria Allonca T : 36 F : 336 CPACF e 29/06/2021 N 44727/21 v 29/06/2021

Provincia:Fecha: 19/05/2021
GUT AGENCY S.R.L. 30-71591520-7. Por reunion de gerencia del 02/12/2020 se decidio trasladar la sede social a calle Echeverria N° 1880, Piso 10°, Oficina A, de la Ciudad Autonoma de Buenos Aires. Autorizado segun instrumento privado Acta de Gerencia de fecha 02/12/2020 Jose Maria Allonca - T°: 36 F°: 336 C.P.A.C.F. e. 19/05/2021 N° 33641/21 v. 19/05/2021

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 18/07/2019

GUT AGENCY S.R.L. Por Acta de Asamblea del 21/06/2019 se ratifico en el cargo de Gerente al Sr. Eduardo Gaston Bigio y como Gerentes se designo a los Sres. Joaquin Cubria y el Sr. Ignacio Ferioli. Todos aceptan los cargos y constituyen domicilio en Dragones 1955, CABA. Autorizado segun instrumento privado Acta de Asamblea de fecha 21/06/2019. Jose Maria Allonca - T°: 36 F°: 336 C.P.A.C.F. Autorizado segun instrumento privado Acta de Reunion de Socios de fecha 21/06/2019 Jose Maria Allonca - T°: 36 F°: 336 C.P.A.C.F. e. 18/07/2019 N° 51713/19 v. 18/07/2019 Fecha de publicacion 18/07/2019

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 06/08/2018

GUT AGENCY S.R.L. Hace saber que por Reunion de Socios del 31 de mayo de 2018 se resolvio: aprobar la cesion de 25.000 cuotas sociales de titularidad de Diego Javier Zaffore en favor de Eduardo Gaston Bigio, reformandose en consecuencia el articulo cuarto del estatuto social. Autorizado segun instrumento privado Acta de Reunion de Socios de fecha 31/05/2018 Diana Carolina Arroyo - T°: 93 F°: 570 C.P.A.C.F. e. 06/08/2018 N° 56031/18 v. 06/08/2018

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 08/03/2018

GUT AGENCY S.R.L. Comunica que por reunion de socios del 28/2/18 resolvio: i) aceptar la renuncia del Sr. Diego J. Zaffore a su cargo como gerente titular y ii) designar al Sr. Eduardo Gaston Bigio como nuevo gerente titular, quien fija domicilio especial en Dragones 1955, CABA. Autorizado segun instrumento privado acta de fecha 28/02/2018 Celina Abbondati - T°: 69 F°: 776 C.P.A.C.F. e. 08/03/2018 N° 13874/18 v. 08/03/2018

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 30/01/2018

GUT AGENCY S.R.L. Rectifica aviso del 10/1/18 T.I. 1268/18. Se rectifica la denominacion social eliminando la palabra ?Argentina?. Denominacion anterior: GUT AGENCY ARGENTINA S.R.L. Nueva Denominacion: GUT AGENCY SRL. Tramite IGJ N° 7.833.272. Autorizado segun instrumento privado contrato de fecha 09/01/2018 Celina Abbondati - T°: 69 F°: 776 C.P.A.C.F. e. 30/01/2018 N° 4802/18 v. 30/01/2018

OTRAS PUBLICACIONES

MATÍAS LAFALLA Y RAMIRO RODRIGUEZ GAMALLO AHORA SON SOCIOS EN LA AGENCIA GUT BUENOS AIRES
Fuente: www.sitemarca.com Fecha: 03/02/2022

Matías Lafalla y Ramiro Rodriguez Gamallo lideran la agencia desde su apertura.
Desde la apertura de **GUT Buenos Aires**, Matías Lafalla y Ramiro Rodriguez Gamallo (Directores Generales Creativos) lideran la agencia fundada por **Gastón Bigio** y Anselmo Ramos. En sólo 3 años de historia, la agencia logró un trabajo creativo y estratégico que la posicionó como una de las más disruptivas, creativas y efectivas de la región al mismo tiempo. Entre los logros más importantes, se encuentran: Agencia del año en Diente 2021 (Círculo de la Creatividad Argentina), Agencia Independiente del año en EFFIE Latin America por 2 años consecutivos (2020 y 2021), Gran Effie Argentina también durante 2 años (2020 y 2021), y Agencia de Mejor Performance en Lápiz de Platino 2020.
Desde su oficina en Buenos Aires, GUT maneja las cuentas de 2 unicornios argentinos como Mercado Libre y Globant, lidera proyectos globales y regionales para Sprite y Coca Cola, está detrás de la comunicación de Stella Artois, Axion Energy y PedidosYa, y trabaja para marcas que ya son parte de la cultura popular del país como NOBLEX.
Pero según ellos, éste crecimiento vertiginoso sólo fue posible gracias a la filosofía “People First” de sus fundadores Gastón y Anselmo. GUT es una red 100% independiente enfocada en el cuidado de las personas que trabajan en ella. En la oficina de Buenos Aires, desde el comienzo de la pandemia de Covid-19 en marzo de 2020, la agencia pasó de estar integrada por 19 personas, a más de 70 en 2022. Durante este período, se tomaron medidas siempre poniendo a su gente como prioridad, pensando en hacerlas sentir contenidas, y cuidadas: desde estar entre las primeras agencias en mudarse a trabajar remoto, reducir la jornada laboral los viernes para que la gente pudiera ocuparse de sus hogares, hasta cubrir los costos de internet de todos y todas los que lo necesitaran.
Con 5 oficinas en Toronto, Miami, San Pablo, México y Buenos Aires, la misión de GUT es convertirse en una de las agencias más creativas y diversas del mundo. Para eso, trabaja simultáneamente en cada país con distintos partners en programas de inclusión e igualdad. Por ejemplo, hoy en día el 64% del liderazgo de GUT está compuesto por mujeres, y la brecha salarial entre hombres y mujeres es de 0%.
“Todas las decisiones que se toman en esta agencia se basan en 3 principios: Coraje, Transparencia e Intuición. Y cada día confirmamos que estar acá fue una decisión guiada por los mismos principios. Para nosotros, esto es poner en un papel lo que sentimos desde el día uno en que abrió GUT.
Tan simple y tan grande como eso. Estamos muy agradecidos con la humildad y generosidad de Gastón, Anselmo y el resto de los partners por dejarnos ser parte de esto.”, comentaron Matías Lafalla y Ramiro Rodriguez Gamallo.
Matías y Ramiro trabajan juntos desde hace más de 12 años. Con Gastón, no solo los une GUT, si no también su pasado juntos en DAVID, Ogilvy y Del Campo. Juntos ganaron grandes premios en festivales nacionales (incluyendo GPs en Diente, Lápiz de Platino, y Effies) y en los festivales internacionales más importantes (Cannes, One Show, y Clio). Hoy comparten el liderazgo de la oficina con Joaquín Cubría (CCO y partner), y el foco está puesto en buscar siempre la excelencia en el trabajo creativo que se ve de la agencia.

Las agencias locales de publicidad salen al mundo
Fuente: www.despachantesargentinos.com Fecha: 31/12/2021

Gracias al ingenio autóctono y al impulso de la pandemia, distintas firmas abrieron oficinas en el exterior o tomaron más

trabajos internacionales, aunque tienen trabas para exportar y retener al talento por la diferencia que existe entre el dólar oficial y los paralelos

Un tipo de cambio favorable, pero condiciones que no permiten pensar a largo plazo. Una retención del 4% que a partir de 2022 queda sin efecto, algo que se contrarresta con la pesificación de los ingresos. En estos vaivenes se mueven las exportaciones de la industria publicitaria, que no dejan de crecer, pero por momentos dejan sabor a poco.

Lo cierto es que aun con incertidumbre y con una gran competencia por retener a los talentos locales, 2021 fue un gran año para la exportación de servicios vinculados a la publicidad, tanto que algunas agencias sumaron sedes en el exterior.

Este es el caso de Don, que vivió un año de explosión regional al abrir su oficina en México, que se suma a la de Colombia, que ya tiene 4 años. “Desde Buenos Aires damos soporte a todas las operaciones en América Latina. El contexto de pandemia hizo que se borraran las fronteras entre los equipos y eso dio un resultado positivo en lo creativo”, asegura Papon Ricciarelli, CEO de la agencia.

En los últimos tres años, Don viene creciendo en volumen de trabajo en un 10, 20 y un 30%, respectivamente, y exporta el 40% de lo que produce. “Lo venimos haciendo, pero no es tan simple exportar. Además, hay que ver que Argentina es un hub de talento, y eso nos favorece, pero también muchos se van a trabajar afuera”, indica Papon, que este año trabajó para empresas como Tik Tok o Fiserv.

Al analizar cómo impacta el cambio en las operaciones publicitarias, no son pocos los que coinciden en que al pesificar los ingresos, esto hace que después se genere una brecha al tener que contratar personal para los trabajos afuera, o incluso pagarles a los locales que participan en proyectos que se venden en el exterior.

“Hoy tenemos un dólar que recibimos a unos $100, pero cuando gastamos nos sale $170 de mínima, y eso hace que sea difícil competir. Incluso, se pierden oportunidades. Sería ideal que se busquen alternativas para que los gastos asociados a la operatoria tengan equilibrio”, reflexiona Fernando Sarni, CEO de Mercado McCann.

Actualmente Mercado McCann exporta el 65% de su producción, y este año logró llegar a nuevos mercados, como el sur de Asia, el norte de Africa y el sudeste de Europa.

Sortear obstáculos

Un anuncio que trajo esperanzas fue el que aseguró que en 2022 deja de retenerse el 4% a las exportaciones de servicios, una medida impuesta por la gestión de Mauricio Macri. “Esto tiene un impacto positivo, ya que permite un ahorro importante. Eso nos ayuda a crecer con clientes actuales y poder ganar nuevos clientes, lo cual trae como consecuencia más dólares de exportación para el país”, analiza Juan

Esta agencia pudo, además, aprovechar su amplitud de portfolio. “Ganamos clientes en América Latina, no solo con servicios tradicionales de comunicación, sino también de transformación de negocio y desarrollo de producto. Además, una buena parte del trabajo que hacemos desde la oficina de Buenos Aires es para la red de R/ GA Global, para Estados Unidos y Europa (Londres y Berlín) en mayor medida, pero también para Australia y Asia”, añade Soprano.

Santiago Puiggari, CEO & Partner de Together w/, también apunta a las bondades de tener un negocio con una mirada local y otra internacional. “Al abrirnos al mundo, que es donde están las mayores oportunidades, uno no depende de la coyuntura de la economía local. En este sentido, seguimos los movimientos que hacen las industrias del conocimiento. Together w/ nació con la idea de exportar talento argentino, sobre todo a Estados Unidos. Armamos la estrategia mirando a players que generan modelos disruptivos, como Globant o Mercado Libre. La pandemia demostró que, si miramos hacia afuera, como industria podemos desarrollarnos más”.

Otra de las agencias que aprovechó el envíon fue la de Leo Burnett Buenos Aires. “Fuesindudasnuestro mejor año. Hacemos cada vez más trabajos para toda la región”, asegura Fernando Sosa, presidente Creativo de Leo Burnett Buenos Aires.

“En 2021 exportamos nuestro servicio a más de 20 países de la región y el Caribe. Además, para nuestro cliente Finca Las Moras, exportamos nuestra creatividad para mercados como México, Irlanda y Colombia, entre otros”, describe Ramiro González Venzano, gerente general de La Comunidad Buenos Aires.

Sin embargo, este especialista no desconoce las complicaciones que atraviesa el mercado. “El hecho de cerrar fees en moneda extranjera y que la misma se actualice en su cotización oficial a un ritmo muy inferior a la inflación impacta generando una pérdida en la rentabilidad mes a mes”, se lamenta González Venzano.

Creatividad for export

Lo que sucede cuando el país es internacionalmente barato es que las grandes marcas mundiales vienen a filmar y a buscar talento. “Cada vez que se presenta esta coyuntura, aumentan las producciones. Para los creativos, lo que se está dando es que muchos están trabajando en forma freelance para otros países. Eso genera que haya escasez de talento para las agencias a nivel local”, opina Santiago Olivera, CEO VMLY&R Argentina.

“A los ojos de la producción cinematográfica, Argentina es un lugar espectacular para filmar. Lo que no tenemos son sindicatos que acompañen esta explosión. Es una pena porque Uruguay se está llevando muchísima de la producción global que baja a Sudamérica y encima tienen un plan para profundizarlo”, sostiene **Joaquín Cubría**, Chief Creative Officer &Partner de **GUT**.

Por su parte, Alejandro Domínguez, socio y director de estrategia de La América, es claro al describir la actualidad: “Argentina pierde competitividad cada día, ya que cada vez el tipo de cambio oficial está más retrasado respecto de la inflación. Asimismo, el impacto que la inflación tiene en los sueldos de nuestros recursos, que son el principal costo de la agencia, es cada vez más distorsivo. Eso hace que los costos suban mucho más que el dólar oficial al que liquidamos los ingresos por exportaciones”.

“A esto hay que agregarle que los recursos empezaron a encontrar oportunidades de dolarizar sus ingresos trabajando para agencias del exterior, ya sea de modo freelance o incluso contratados. Esas agencias no tributan en la Argentina ni ingresan divisas y, por lo tanto, terminan pagándoles en cuentas del exterior que la gente liquida en una cueva o a través de criptomonedas para evitar el cambio oficial. Entonces una agencia local que exporta y liquida al cambio oficial, como nosotros, termina siendo para ellos menos atractiva como empleador”, afirma Domínguez.

Por último, al prever 2022, Leticia Simón, directora de Operaciones de Hogarth Argentina, se adelanta a pensar que será el año que permita continuar con el crecimiento de los últimos dos, apalancándose principalmente en la prestación de servicios al exterior.

Día de la Publicidad en la Argentina: cinco creaciones locales que fueron premiadas y quedaron en la memoria
Fuente: www.lanacion.com.ar Fecha: 04/12/2021

Cada 4 de diciembre se celebra el Día de la Publicidad en la Argentina. La fecha remonta al año 1936 cuando se realizó el Congreso de Publicidad en Buenos Aires. Esta jornada tuvo como objetivo promover la inclusión de esta disciplina en el sistema de educación argentino.
En esta reunión también se fundó la Asociación de Jefes de la Propaganda, con la asistencia de publicistas argentinos quienes se reunieron para unificar criterios y poder dar a conocer las necesidades con las que este rubro se encontraba en ese entonces.
Este día fue significativo para quienes trabajaban en el área ya que permitió crear una unión entre ellos y un espíritu cooperativo, luchando por mejoras laborales y reconocimientos que lograrían mejorar sus condiciones de trabajo.
A continuación, cinco publicidades argentinas que han sido reconocidas y premiadas.
"La Llama que Llama", Telecom
Esta campaña producida por la agencia Agulla & Baccetti en 1999 ganó gran popularidad y sigue siendo reconocida aún dos décadas más tarde. Telecom presentó 28 capítulos a lo largo de 3 años, con el fin de promocionar las llamadas internacionales e interurbanas que sus servicios ofrecían.
La llama que llama ganó premios FIAP y consistía en sketches humorísticos con referencias de la cultura popular Argentina que generaron gran empatía y fanatismo en el público.
"Confusión", Hellmans
Esta publicidad fue transmitida en 1990, ganando el reconocimiento del Premio Lápiz de Platino con su agencia productora Young & Rubicam. En este spot una niña jugaba a un teléfono descompuesto con sus padres, creando un malentendido que sería posteriormente solucionado con la mayonesa de la marca.
"Canciones", Quilmes
En el 2003 se emitió en televisión una de las publicidades más icónicas de la época. Esta contaba la historia de un joven en búsqueda de una cerveza, cruzando en su camino a diversos personajes quienes con canciones populares del rock nacional argentino, creaban la narrativa.
Young & Rubicam fue la responsable de crear esta publicidad, la cual ha sido premiada nacional e internacionalmente.
"TESTimonios", Fundación Huésped
Esta campaña lanzada en el año 2016, consiguió ganar el prestigioso Premio Cannes Lions, en reconocimiento del Consejo Publicitario Argentino a las campañas de Bien Público. La agencia Wunderman fue la encargada de crear esta pieza junto a la Fundación Huésped.
El spot tiene como fin concientizar sobre la importancia de realizar regularmente el test de VIH y derribar la discriminación que se genera en torno de esta temática. Asimismo, esta publicidad ganó otros premios como el del Festival El Sol, Festival Wave y Isaac Awards.
"Pymes", Mercado Libre
Este aviso creado por **Gut Agency** Buenos Aires en 2021 visibiliza historias de emprendedores y la reactivación económica luego de tiempos difíciles como los de una pandemia.
Mercado Libre comunica su apoyo a los distintos comercios, emprendimientos, pequeños fabricantes para salir adelante a través de sus servicios y plataformas. Esta campaña ganó el Premio Effie de Oro en la categoría de Imagen Corporativa.

Joaquín Cubría: "Ayudar a nutrir y poner en valor el archivo del Círculo es nuestro legado"
Fuente: www.adlatina.com Fecha: 15/11/2021

Para festejar su 40° aniversario, el Círculo de Creatividad Argentina creó un Universo Genealógico de la Creatividad Argentina, a partir de la data dura de su archivo digital: las fichas técnicas. A través de esta plataforma es posible ver cómo se relacionan las personas y los espacios de trabajo en un momento determinado de la historia del CCA y, por ende, de la publicidad argentina. El universo incluye a agencias, productoras y escuelas. **Joaquín Cubría**, presidente del CCA, habló con Adlatina y contó cómo surgió el proyecto y cuál es el objetivo.
—¿Cómo fue y cómo surgió el desarrollo del Universo Genealógico? ¿Cuánto tiempo llevó desarrollarlo? ¿Con qué descubrimientos se fueron encontrando en el camino?
—Hace un tiempo que con Papón Ricciarellli veníamos con la idea de un árbol genealógico en la cabeza, de entender quién había formado a quién y cómo habían nacido las agencias emblemáticas de la publicidad argentina. Después nos preguntamos por qué unos sí y otros no, y dejamos la parte más periodística para un eventual libro (del que ya habrá noticias) y empezamos a pensar en algo que realmente incluya a todos los que pasaron no solo por el Círculo, sino también por una agencia. Se puso ambiciosa la cosa y llevó más o menos cinco meses de trabajo encontrarle la vuelta. Una parte de la comisión se dedicó específicamente a esto —gracias, Mariano Jeger y Sebastián Patán Tarazaga—, y José Rosso y Marta González Muguruza tuvieron la idea de empezar a desarrollarlo a partir de la data dura del archivo del Círculo, que son las fichas técnicas. Ahí entró nuestro partner en este proyecto, que es Genosha, y empezamos a probar visualizaciones de este Universo que nos imaginábamos. Siguieron dos meses de prueba y error, para ir mejorándolo. Siempre pensando que esto era una fase uno, que tiene que seguir creciendo a partir de la data que sume la gente. Sobre el final entró Papa Music a desarrollar el sonido de la experiencia. Una semana de pruebas con el site terminado y lo lanzamos muy contentos con el resultado.
—Cuando habló con Adlatina usó la palabra "legado". ¿Por qué es importante poder, de alguna manera, representar ese legado de la creatividad argentina en algo concreto? ¿Qué significado, dimensión y aporte siente que genera esto en futuras generaciones de creativos (y en las actuales también)?
—El archivo del Círculo es enorme y para mí es lo que nos trasciende a todos los que nos ponemos el Círculo al hombro por un tiempo. Ayudar a nutrir y poner en valor ese archivo, que es consultado mensualmente por muchísima gente de todo el mundo, es en cierta forma nuestro legado. Hasta ahora no habíamos caído en la cuenta de que en las fichas técnicas teníamos una data valiosísima que también cuenta la historia de nuestra publicidad. El universo genealógico agrega una nueva dimensión a esas búsquedas. Ya no sólo se trata de ver qué pasaba en determinado momento de nuestra historia, sino también cuál fue el recorrido personal de esxs creativxs, por qué agencias pasaron, qué otros creativos lxs formaron e influenciaron.
—¿Cómo sigue el desarrollo de este árbol de aquí en adelante? ¿Qué objetivo tienen?

—El universo genealógico nace deliberadamente incompleto. Usa la data de las fichas para mostrar una parte de la historia, porque aparecen únicamente quienes ganaron un premio. Eso nos sirvió para encontrarle una forma: ahora invitamos a todxs a hacerlo crecer. A sumar información que esté incompleta o ausente. Soñamos que todxs lxs creativxs sumen su granito de arena.
—¿Cuál es el presente del Círculo? ¿Qué balance hacen de los últimos años, pandemia mediante, y qué expectativa tienen de cara a 2022?
—El presente es excelente. La pandemia no nos ganó y las actividades pasaron a formato virtual, pero se hicieron igual. El foco en la formación y la incorporación de talentos a la industria sigue vigente y profundizándose. Vamos bien. La pandemia nos privó de algunos festejos planeados por el 40° aniversario, pero pensamos desquitarnos en 2022.

Los grandes triunfadores de #EffieArgentina son Gut y Mercado Libre
Fuente: www.prnoticias.com Fecha: 15/10/2021

Este jueves 14 de octubre se realizaron los #EffieArgentina 2021. En esta edición se alzaron con el Gran Effie Mercadolibre y **Gut** quienes repitieron el premio de 2020, ahora gracias al caso "Pymes". PHD fue la agencia de medios del año y Cervecería y Maltería Quilmes/AB InBev, el anunciante.
Los ganadores de la estatuilla dorada de los #EffieArgentina fueron: Gut, BBDO, Dhélet VMLY&R, We Believers y La América. También Publicis/Digitas, Don, Draftline, Mercado McCann, R/GA y Grey.
El propósito de estos premios #EffieArgentina es incentivar, evaluar y premiar las estrategias de marketing y publicidad lanzadas en el país. Siempre y cuando las mismas demuestren que se desempeñan en la Argentina la mayor efectividad. Ello en el cumplimiento de sus objetivos declarados al concursar.
Este año, los #EffieArgentina contaron con nuevas categorías a fin de ajustarse al contexto de la industria del marketing y la publicidad. Se trata de "Impacto positivo, diversidad e inclusión" (auspiciada por Facebook), "Cultura y arte", "Gobierno y servicios públicos", "Performance marketing" y "Solucione s de innovación en marketing".
En este encuentro, Papón Ricciarelli CEO de Don sostuvo que "ganar en Effie significa que se le dio vida a una estrategia, con una idea que logró el mejor resultado posible". Por otro lado Denise Picot marketing director de The Coca-Cola Company para la Argentina y Uruguay se refirió al momento que atravesó el mundo a raíz de la pandemia. Además a la manera en que marcas y empresas respondieron a esta crisis, destacando las palabras empatía y resiliencia. Como aquellas que permitieron conectar y abrazar la nueva realidad que toca vivir.
Martín Ticinese presidente del jurado y de Cervecería y Maltería Quilmes señaló en el encuentro: "Los Effie son la premiación y el reconocimiento a ideas reales y que funcionan bien. Fue un orgullo participar como presidente".
Principales ganadores de los #EffieArgentina
PREMIOS ESPECIALES
Gran Effie: Pymes, de **Gut Agency** para Mercado Libre
Agencia del año: VML/Y&R independiente del año: **Gut Agency**
Firma de medios del año: PHD
Anunciante del año: Cervecería y Maltería Quilmes/AB InBev.
PREMIOS POR CATEGORÍA
Bajo presupuesto
PLATA: Orlando, de Dhélet VMLY&R para Turismocity.
Bebidas no alcohólicas
ORO: Laburantes, de We Believers para Rockstar. Agencias contribuyentes: Mutato Muzika / Maxus / Ketchum Argentina
PLATA: Vuelven ellos, de Isla República para Pepsi. Agencia contribuyente: Primo
Branded content
ORO: In concert, de **Gut Agency** para Mercado Libre.
Éxito sostenido
PLATA: Lanzamiento, de New London para Andes Origen
PLATA: Un éxito cantado, de VMLY&R Argentina para Chocolinas
BRONCE: Noblex, de **Gut** Agency para Noblex
Golosinas, snacks y postres
PLATA: Cuando esto termine, que esto no termine, de Digitas Buenos Aires y Publicis Buenos Aires para Oreo, Mondelēz. Agencias contribuyentes: Landia /Spark Foundry Argentina
Gran idea de medios
PLATA: In concert, de **Gut Agency** para Mercado Libre
BRONCE: Una promo de tiempos mejores, de BBDO Argentina para Rappi. Agencia contribuyente: Logan Mobile Marketing Network
Imagen corporativa
ORO: Pymes, de **Gut Agency** para Mercado Libre
BRONCE: Juli, de Grito/TBWA para McDonald's. Agencia contribuyente: Alurralde, Jasper & Asociados
BRONCE: Lanzamiento Modo, de Don para Modo. Agencia contribuyente: PHD Argentina
Impacto positivo – Bien social – Diversidad e inclusión
BRONCE: No me ayudes, de Ogilvy Argentina para Mr. Musculo.
Impacto positivo – Bien social – Entidades sin fines de lucro
BRONCE: Dame esos 5, de Di Paola Latina para Haciendo Lío
Más categorías de los #EffieArgentina
Impacto positivo – Bien social – Marcas
PLATA: Semáforo concientizador, de Almacén y Human Connection Media para Honda
BRONCE: Viajes con conexión, de Draftline Bue para Corona
Influence
ORO: Necesitamos voces frescas, de Digitas Buenos Aires y Publicis Buenos Aires para Beldent, Mondelēz. Agencias

contribuyentes: Pendex Music / Spark Foundry Argentina /Landia
PLATA: #HoySeBrindaConGatorei, de Isla República para Gatorade. Agencia contribuyente: Rebolución
BRONCE: Semáforo concientizador, de Almacén para Honda
Interactiva
ORO: Precios de tiempos mejores, experiencia como nunca, de BBDO Argentina para Rappi. Agencia contribuyente: Logan Mobile Marketing Network
PLATA: Andes – Relanzamiento de marca, de Draftline Bue para Andes
Lanzamientos de nuevas marcas, productos o servicios
ORO: Lanzamiento Modo, de Don para Modo. Agencia contribuyente: PHD Argentina
BRONCE: Blasfemia lanzamiento, de Draftline Bue para Blasfemia, AB InBev.
Marketing de actualidad
ORO: Orlando, de Dhélet VMLY&R para Turismocity
PLATA: Tiro libre, de Draftline Bue para Quilmes
PLATA: Un último adiós, de Mercado McCann para TyC Sports
Marketing estacional
ORO: Aniversario 130 años, de La América Buenos Aires para Quilmes. Agencias contribuyentes: Ballero & Luc. Asociados/Rebolución
PLATA: Tiro libre, de Draftline Bue para Quilmes
BRONCE: Orlando, de Dhélet VMLY&R para Turismocity
Marketing promocional
ORO: Precios de tiempos mejores y una promo con resultados como nunca, de BBDO Argentina para Rappi. Agencia contribuyente: Logan Mobile Marketing Network
Omnichannel shopper solution
PLATA: Vuelven ellos, de Isla República para Pepsi. Agencia contribuyente: Primo
Performance Marketing
ORO: Tiro libre, de draftline Bue para Quilmes
PLATA: Rockstar performance, de We Believers para Rockstar. Agencias contribuyentes: Mutato Buenos Aires / Maxus Argentina / Ketchum Argentina.

"Esenciales", nueva campaña de GUT para Mercado Libre
Fuente: www.infocaa.anunciantes.org.ar Fecha: 26/05/2021

"Esenciales" es el nuevo spot creado por **GUT** y forma parte de la campaña "Codo a Codo" que vienen desarrollando en conjunto con Mercado Libre desde el inicio de la pandemia, cuando se reemplazó el logo original de la compañía por el ya consagrado saludo de codos.
La campaña podrá verse en TV y medios digitales de Brasil, Argentina, México, Chile, Uruguay, Colombia y Perú.
Anunciante: Mercado Libre
Agencia: **GUT**
CCOs: **Ignacio Ferioli y Joaquín Cubría**
DGC: Bruno Brux.
DCs: Linus Oura y Tiago Abreu.
Creativos: Julia Mota, Lucas Adam, Javier Biondo, Andres Wassermann.
Directora General de Cuentas: Agustina Garavilla
Directora Regional de Cuentas: Natalia Noya
Directora de Cuentas BA: María Zícari
Directora de Cuentas SP:Raphaela Guillen
Account Executive SP: Mateus Carvalho
Chief Intelligence Officer: Christian Pierre
Head of Planning BA: Axel Malamud
Strategy SP: Diana Lopes
Head of Media & Data SP: Guilherme Cavalcante
Media SP: Douglas Silveira, Laura Cardeal
Head of Production: Florencia Albizzati
Productora: LANDIA
Director: AGUSTIN CARBONERE
Productor Ejecutivo: ADRIAN D'AMARIO -DIEGO DUTIL
Productor :ALE PANZITTA -LEO MURIEL
Director de Fotografía: GUILLE MUSE
Director de Arte: XIMENA GIANELLI SORANO
Vestuario : MER KICELIAN
Color: ALEJANDRA LESCANO
Post Producción: LABAQUE VFX
Editor: JERÓNIMO PÉREZ RIOJA
Coordinación Post CAMILA GARRIDO
Música: Nada es para Siempre (Fito Paez)
Version Cover: Happy Together Musica
Responsable por Anunciante: Sean Summers, Andres Patteta, Louise Mckerrow, Thais Correa Da Costa De Souza Nicolau, Valeria Bazzi, Nathalia Cavalcante, Celina Defferrari, Marcela Gimenez, Florencia Dos Reis.

Los mejores trabajos de Gut Buenos Aires en 2020, por Ramiro Rodríguez Gamallo, Matías Lafalla y Ramiro Rodríguez Cohen
Fuente: www.adlatina.com Fecha: 16/03/2021

Codo a Codo, para Mercado Libre
"El cambio de logo de Mercado Libre fue la primera idea que hicimos en plena pandemia. Un logro tremendo de todo el equipo de la agencia (y del WhatsApp). Cambiar el logo de la plataforma de ecommerce más grande de Latam de un día para el otro para ayudar a la gente a entender las reglas del distanciamiento social es enorme. Y eso terminó siendo el punto de partida de una plataforma gigante con la que la marca se comprometió a ayudar en toda la región".
Codo a Codo Recitales, para Mercado Libre
"La primera idea 100% de contenido de Mercado Libre, cocreada con Juan Cabral. Un homenaje a las personas que estaban en la primera fila luchando contra la pandemia. Diez shows íntimos, en seis países, filmados con cámaras robóticas y transmitidos en prime time. Una idea que parecía imposible en pleno lock down en toda la región".
Noire, para Stella Artois
"Un trabajo integral de la agencia en el que pudimos crear desde una nueva lata hasta toda la campaña de lanzamiento. Cuando las decisiones se toman poniendo la idea adelante de todo, sale una campaña consistente por todos lados".
El mejor trato de la historia, para Noblex y Netflix
"Es una campaña en la que convertimos el partnership en la idea. Realmente se convirtió en el mejor trato de la historia para Noblex, que pudo tener un comercial juntando a las estrellas que ni las grandes marcas de tecnología del mundo podrían pagar".
Palco encendido, para Club Boca Juniors
"Una idea pensada con amor, en un día muy triste. Todo lo que dijéramos iba a sobrar. Sólo queríamos despedir al Diego con un homenaje que estuviera a la altura de lo que fue para nosotros".

GUT incorpora a Ignacio Ferioli y Joaquín Cubría como Directores Generales Creativos y socios
Fuente: **www.dossiernet.com.ar** Fecha: 10/07/2019

"Trabajar con Anselmo y Gastón es una experiencia increíble y unirse a ellos como socios es un gran honor y un desafío. Para nosotros, **GUT** encarna estar en el lugar correcto en el momento correcto. Creemos en todo lo que representa la agencia: valentía, buen trabajo, transparencia y la construcción de un equipo conformado de los mejores talentos de la industria. Manteniéndonos fieles a esos principios, los clientes valientes nos seguirán ", dijeron **Ferioli y Cubría.**
Ferioli y Cubría llevan más de 20 años aportando ideas creativas desde Buenos Aires al resto del mundo. Entre los dos ganaron más de 60 Cannes Lions, incluyendo un Grand Prix for Good y el primer Impact Pencil del D&AD para América Latina, así como varios Yellow Pencils. Antes de unirse a GUT, eran co-CCO en DAVID, colaborando en campañas globales para Coca-Cola, el spot de Budweiser en el Super Bowl de 2019 y el lanzamiento de Volkswagen que resultó en que WPP ganara el negocio para EE. UU., Canadá y México. El dúo se unió a DAVID Buenos Aires en 2012 como ECD, y bajo su liderazgo, la oficina impulsó el crecimiento de la red DAVID. Para 2016, entró en el Top 5 del Ranking de Agencias de Cannes gracias a "ManBoobs", la idea más premiada en el festival ese año. La campaña llevó a un debate generalizado sobre la censura de las redes sociales y se tradujo a más de 20 idiomas. En sus siete años en DAVID, ayudaron a impulsar el trabajo local y global para clientes como Burger King, Coca-Cola, Unilever, AB InBev y Noblex, para la cual crearon el exitoso "All-In Promo" que les valió León de oro en 2018 y un León de Oro en Efectividad en junio pasado. Adweek incluyó a Ferioli y Cubria en su lista anual de Creative 100 en 2018.
Anselmo Ramos, fundador y director creativo de GUT, dijo: "Ignacio y Joaquín han sido parte de familia desde que empezamos a trabajar juntos hace años. No podría estar más emocionado de darles la bienvenida a GUT y construir esta agencia con ellos".
GUT tiene un equipo de 50 personas en sus tres oficinas, con una cartera de clientes que incluye a Tim Hortons, Domino´s Pizza, Mercado Libre, Netflix y Nestlé. GUT también anunciará nuevas marcas globales pronto

En Londres, Joaquín Cubría y Armando Bo explicaron el storytelling argentino
Fuente: www.marketersbyadlatina.com Fecha: 04/05/2017

Como uno de los platos fuertes del último día del D&AD Festival, el creativo **Joaquín Cubría** (David Buenos Aires) y el guionista y director de cine Armando Bo (Rebolución) se presentaron en el escenario más importante del evento para ofrecer su propia explicación sobre por qué los publicitarios argentinos llevan tanto tiempo teniendo éxito en todo el mundo gracias a una habilidad que, cuando nació, no tenía aún el nombre con que se la conoce hoy en todas las latitudes: storytelling. "Hace unos dos meses recibimos la invitación para hablar de esto y dijimos que sí... antes de saber si podíamos ofrecer una respuesta", arrancó diciendo Bo, y Cubría completó la propuesta diciendo que, tras preguntarse si ese storytelling argentino realmente existe, decidieron dejar la publicidad de lado y analizar a sus compatriota "desde una perspectiva honesta".
Así, tras recorrer tópicos como el de la ambición argentina en general y la porteña en particular, Cubría y Bo mencionaron que se trata de un modo de vida que suele estar acompañado por frustraciones. "De algo estamos seguros —remató el creativo—: el drama es bueno para generar relatos".
Llegados a ese punto se vieron obligados a advertir: "El material que ustedes están a punto de ver no pretende en modo alguno ser ofensivo. Lo incluimos sólo con propósitos ilustrativos. Es el resumen perfecto del ADN argentino, que explicaremos luego. Pero siéntanse de todos modos libres para chiflar". Y allí apareció, claro está, el video con los dos goles de Diego Maradona ante Inglaterra en la Copa del Mundo de 1986, uno con "la mano de Dios" y otro, considerado el mejor de la historia de ese deporte, convertidos con una diferencia de apenas cuatro minutos.
Sobre el primero, recordaron que el poeta uruguayo Mario Benedetti dijo una vez que "el gol que Maradona les hizo a los ingleses con la ayuda de la mano de Dios es, hasta ahora, la única evidencia confiable que tenemos de la existencia de Dios".
Sobre el segundo, los mismos Cubría y Bo explicaron que "expone la bravura argentina apasionada en bajar la cabeza, sortear todos los obstáculos y terminar batiendo al enemigo: Maradona, como argentino que es, entrega todo lo que tiene, y muy a menudo su propia dignidad".
De allí ambos concluyeron que un aspecto central del ser argentino es perseguir la felicidad a cualquier costo.
Llegado el momento del contraste entre aquel "genio del fútbol mundial" (como lo definió un famoso relator) y el actual genio, los conferencistas fueron contundentes: "Si les decimos cuál de los dos goles de Maradona a los ingleses es el preferido en

nuestro país, se sorprenderían: es triste. Y también es triste que hoy tengamos al jugador más grande del planeta, que no se droga y no engaña a nadie, y que en nuestro país no es amado, probablemente porque creció en España".
Y así llegaron a un segundo gran punto de su pequeña tesis: "Estamos llenos de contradicciones... y las contradicciones también son buenas para generar relatos".
Planteado todo esto, Cubría y Bo proyectaron este video de casi tres minutos, preparado por ellos mismos para esta charla, que pretende funcionar como un "pequeño esbozo de contexto social argentino en 2017", en base a algunos hechos de los últimos años en el país.
"¿Será por todo esto que somos tan inseguros y que necesitamos estar constantemente confirmando la aprobación de los de afuera? —se preguntó retóricamente Cubría—. Porque en todo lo que hacemos trabajamos más duro para ser vistos y aplaudidos. Y quizás esto nos ayude a explicar por qué durante años creímos ser parte de Europa a pesar de estar en América Latina"
LA SÍNTESIS
Luego de hablar de inmigrantes y de un 60% de extranjeros en 1920, Cubría y Bo concluyeron que el drama de la gente cuyas pertenencias cabían todas juntas en una valija, la ambición de vivir para trabajar y la contradicción de vivir en una tierra cuyo lenguaje desconocían los llevó a ejercitar la narración como una forma de supervivencia: "Necesitaban ser creativos, y el mejor ejemplo es el tango —sintetizó Cubría—. Y por otra parte, toda esta mezcla de culturas provoca caos... y el caos también es bueno para generar relatos".
De allí surge que ellos, los hijos y nietos de aquellos inmigrantes, tengan en su sangre una mezcla tan fuerte de todas esas características juntas, con el eterno temor de las crisis económicas y políticas que siempre azotaron al país. "Y, para nosotros, la solución contra las crisis es la improvisación... y ya sabemos que la improvisación también es buena para generar relatos —concluyeron, y aclararon—: Aunque, claro, no suele ser buena para el éxito como comunidad o como país; pero siempre nos ayuda a tener éxito como individuos".
Antes de concluir su presentación con un reel de algunos grandes comerciales argentinos de los últimos veinte años y luego de repreguntar aquello de si la Argentina es realmente buena en storytelling, Cubría y Bo remataron su presentación explicando: "En las últimas décadas nuestros relatos están ganando muchos premios. Pero no estamos tratando de contagiar al mundo con la idiosincracia argentina, sino devolviéndole al mundo lo que recibimos de aquellos barcos cien años atrás".

Joaquín Cubría e Ignacio Ferioli asumen como VP's de David Buenos Aires
Fuente: www.produ.com Fecha: 03/06/2015

David Argentina, agencia fundada por **Gastón Bigio**, Fernando Musa y **Anselmo Ramos** anunció que **Joaquín Cubría e Ignacio Ferioli** asumirán el rol de VP's, manteniendo también el de DGC's.
"Para nosotros tiene que ver con fortalecer nuestro compromiso, que era algo que con Joaquín veníamos buscando. Ser parte del directorio es ser parte de las decisiones que se toman como compañía, no sólo en lo creativo" explicó Ferioli.
"David es una agencia de la que me siento parte desde el primer día y la VP es una manera de confirmar que el sentimiento es mutuo" agregó Cubría.

2.10 CERTIFICACIONES

2.10.1 Certificaciones de Calidad

No se declaró información.

2.10.2 Distinciones Obtenidas

No se detectó información.

2.10.3 Programas de Responsabilidad Social Empresaria

No se detectaron programas de responsabilidad social.

2.11 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total
2020	30	11	4	45
2021	49	14	5	68
2022	59	16	10	**85**

931

Declaración Jurada en Pesos con centavos S.U.S.S.

Declaro que los datos consignados en este formulario son correctos y completos y que no se ha omitido ni falseado información que deba contener esta declaración, siendo fiel expresión de la verdad.

C.U.I.T.	30-71591520-7
Mes - Año	Orig. (0) - Rect. (1/9): 0
05/2022	Servicios Eventuales: No
Empleados en nómina:	89
Suma de Rem. 1:	20.904.004,81
Suma de Rem. 2:	27.037.995,42
Suma de Rem. 3:	27.037.995,42
Suma de Rem. 4:	20.940.724,81
Suma de Rem. 5:	20.904.004,81
Suma de Rem. 6:	0,00
Suma de Rem. 7:	0,00
Suma de Rem. 8:	27.074.715,42
Suma de Rem. 9:	27.037.995,42
Suma de Rem. 10:	19.132.709,67

Apellido y Nombre o Razón Social: GUT AGENCY S.R.L.

Nro. Verificador: 183629

Domicilio Fiscal: MAURE 4109 1 D CAPITAL FEDERAL

V 44

I - REGIMEN NACIONAL DE SEGURIDAD SOCIAL

a1 - Total de aportes	2.661.102,74
a2 - Aportes a favor	0,00
a3 - Aportes S.S. a pagar	**2.661.102,74**
b - Asignaciones familiares pagadas	0,00
b1 - Total de contribuciones	3.625.603,58
b2 - Asignaciones compensadas	0,00
b3 - Detracción art. 23 Ley 27.541	0,00
Subtotal contribuciones S.S.	3.625.603,58
Retenciones	0,00
Contribuciones S.S. a pagar	**3.625.603,58**

II - REGIMEN NACIONAL DE OBRAS SOCIALES

a1 - Total de aportes	468.651,07
a2 - Aportes a favor	0,00
a3 - Aportes O.S. a pagar	**468.651,07**
b1 - Total de contribuciones	1.002.697,93
b2 - Excedentes de contribuciones a favor	0,00
Subtotal contribuciones O.S.	1.002.697,93
Retenciones	0,00
Contribuciones O.S. a pagar	**1.002.697,93**

III - RETENCIONES

Saldo retenciones período anterior	0,00
Retenciones del período	0,00
Total retenciones	0,00
Retenciones aplicadas a Seguridad Social	0,00
Retenciones aplicadas a Obra Social	0,00
Saldo de retenciones a período futuro	0,00

IV - VALES ALIMENTARIOS / CAJAS DE ALIMENTOS

Monto base de cálculo	0,00
Contribuciones, Vales Alimentarios y/o Cajas de Alimentos a pagar	0,00
Percepciones de Vales Aliment.	0,00

V - RENATRE

Total Contribuciones RENATRE	**0,00**
Total Seg. Sepelio UATRE	**0,00**

VI - LEY DE RIESGOS DE TRABAJO

Cantidad de CUILES con ART	89	9.945,75
Remun. con ART	27.037.995,42	324.455,95
L.R.T. total a pagar		**334.401,70**

VII - SEGURO DE VIDA

Cuiles c/S.C.V.O. - Prima	89 - 3.311,69
Costo Emisión:	0,00
S.C.V.O. a Pagar:	**3.311,69**

Ley 25.922 Encuadre: No Corresponde

Porcentaje: 0,00

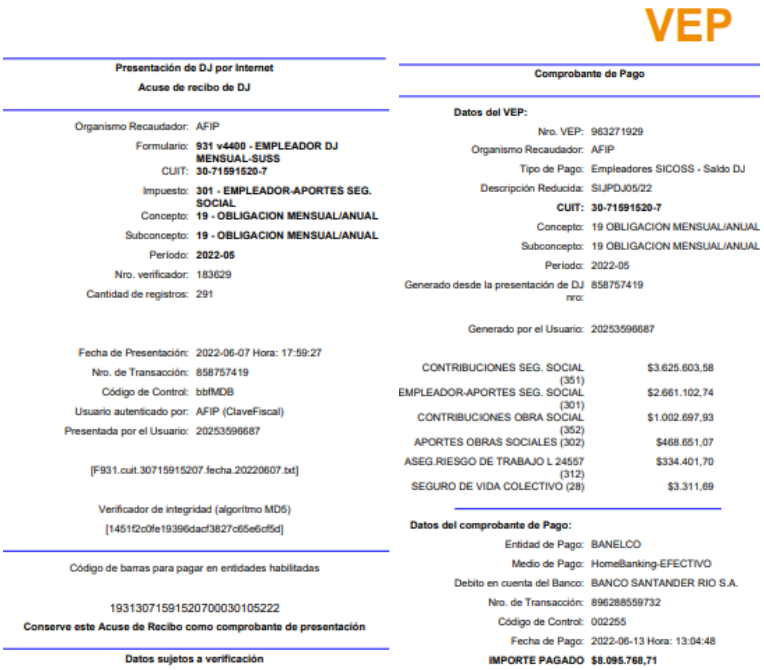
Resultado: 0,00

Ley 27.430 - Monto Total Detraido: 570.799,92

VIII - MONTOS QUE SE INGRESAN

351 - Contribuciones de Seguridad Social	**3.625.603,58**	302 - Aportes de Obra Social	**468.651,07**
301 - Aportes de Seguridad Social	**2.661.102,74**	270 - Vales Alimentarios/Cajas de alimentos	**0,00**
360 - Contribuciones RENATRE	**0,00**	312 - L.R.T.	**334.401,70**
352 - Contribuciones de Obra Social	**1.002.697,93**	028 - Seguro Colectivo de Vida Obligatorio	**3.311,69**
935 - Seg. Sepelio UATRE	**0,00**		

Forma de Pago: **Cheque 48 hs.**



VEP

Presentación de DJ por Internet

Acuse de recibo de DJ

Organismo Recaudador: AFIP
Formulario: **931 v4400 - EMPLEADOR DJ MENSUAL-SUSS**
CUIT: **30-71591520-7**
Impuesto: **301 - EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL**
Concepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Subconcepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Período: **2022-05**
Nro. verificador: 183629
Cantidad de registros: 291

Fecha de Presentación: 2022-06-07 Hora: 17:59:27
Nro. de Transacción: 858757419
Código de Control: bbfMDB
Usuario autenticado por: AFIP (ClaveFiscal)
Presentada por el Usuario: 20253596687

[F931.cuit.30715915207.fecha.20220607.txt]

Verificador de integridad (algoritmo MD5)
[1451f2c0fe19396dacf3827c65e6cf5d]

Código de barras para pagar en entidades habilitadas

19313071591520700030105222

Conserve este Acuse de Recibo como comprobante de presentación

Datos sujetos a verificación

Comprobante de Pago

Datos del VEP:

Nro. VEP: 963271929
Organismo Recaudador: AFIP
Tipo de Pago: Empleadores SICOSS - Saldo DJ
Descripción Reducida: SIJPDJ05/22
CUIT: 30-71591520-7
Concepto: 19 OBLIGACION MENSUAL/ANUAL
Subconcepto: 19 OBLIGACION MENSUAL/ANUAL
Período: 2022-05
Generado desde la presentación de DJ nro: 858757419

Generado por el Usuario: 20253596687

CONTRIBUCIONES SEG. SOCIAL (351)	$3.625.603,58
EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL (301)	$2.661.102,74
CONTRIBUCIONES OBRA SOCIAL (352)	$1.002.697,93
APORTES OBRAS SOCIALES (302)	$468.651,07
ASEG.RIESGO DE TRABAJO L 24557 (312)	$334.401,70
SEGURO DE VIDA COLECTIVO (28)	$3.311,69

Datos del comprobante de Pago:

Entidad de Pago: BANELCO
Medio de Pago: HomeBanking-EFECTIVO
Debito en cuenta del Banco: BANCO SANTANDER RIO S.A.
Nro. de Transacción: 896288559732
Código de Control: 002255
Fecha de Pago: 2022-06-13 Hora: 13:04:48
IMPORTE PAGADO $8.095.768,71

Fuente: Empresa.

2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total
2019	0	0	0	0
2020	0	0	0	0
2021	0	0	0	0

Fuente: Empresa.

3- Situación Comercial

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO



3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS

Mes	Ventas (montos sin impuestos)	Compras (montos sin impuestos)	Moneda
Enero 2022	$ 40 146 534	$ 6 446 806	ARS
Febrero 2022	$ 33 306 863	$ 4 510 754	ARS
Marzo 2022	$ 54 959 270	$ 9 372 865	ARS
Abril 2022	$ 33 425 804	$ 7 965 878	ARS
Mayo 2022	$ 57 755 033	$ 10 530 879	ARS
Total	**$ 219 593 504**	**$ 38 827 182**	**ARS**

AFIP		CUIT Nº: 30715915207	Establecimiento: 0
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Apellido y Nombre o Razón Social: GUT AGENCY S.R.L.	
		Fecha de Presentación: 21/06/2022	Hora: 16:27
F. 2002	Versión 230	Nro. de Transacción: 861589637	MD5: fb1cb36209401ba6619a23861677cdc0
		Período: 202205	Secuencia: ORIGINAL

Determinación de la base imponible del período	
Concepto	**Importe**
Total del Débito Fiscal	$ 12128557.06
Total del Crédito Fiscal	$ 1280198.59
Ajuste Anual del crédito fiscal por operaciones exentas AFIP	$ 0.00
A favor del Responsable	$ 0.00
Reducción del Saldo Técnico - BENEFICIO A PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES CUMPLIDORES-Art.12	$ 0.00
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período anterior	$ 0.00
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período	$ 0.00
Subtotal Saldo Técnico a Favor de la AFIP del Período	$ 10848358.47
Diferimiento F. 518	$ 0.00
Bonos Fiscales - Decreto 1145/09 y/o Decreto 852/14	$ 0.00
Determinación de la Declaración Jurada mensual	
Saldo técnico a favor AFIP	$ 10848358.47
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período	$ 0.00
Saldo a favor de libre disponibilidad del período anterior	$ 1936711.65
Total del monto utilizado del período	$ 0.00
Total de retenciones, percepciones y pagos a cuenta computables en el período neto de restituciones	$ 7896463.25
Saldo de Libre Disponibilidad a favor del contribuyente del período	$ 0.00
Saldo del Impuesto a Favor de AFIP	$ 1015183.57

Declaro que los datos a transmitir son correctos y completos y que he confeccionado el formulario digital en carácter de Declaración Jurada, utilizando el servicio denominado "Mis Aplicaciones Web" aprobado por la Administración Federal de Ingresos Públicos, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener, siendo fiel expresión de la verdad conforme lo dispuesto por el artículo 28 del Decreto 1397/79 texto sustituido por el artículo 1 de su similar 658/02

Presentación de DJ por Internet

Acuse de recibo de DJ

Organismo Recaudador: AFIP
Formulario: **2002 v230 - IVA POR ACTIVIDAD**
CUIT: **30-71591520-7**
Impuesto: **30 - IVA**
Concepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Subconcepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Período: **2022-05**
Nro. verificador: 740399
Cantidad de registros: 69

Fecha de Presentación: 2022-06-21 Hora: 16:27:38
Nro. de Transacción: 861589637
Código de Control: t1iq9T
Usuario autenticado por: AFIP (ClaveFiscal)
Presentada por el Usuario: 20253596687

[740399F2002.fb1cb36209401ba6619a23861677cdc0.b64]

Verificador de integridad (algoritmo MD5)
[fb1cb36209401ba6619a23861677cdc0]

Conserve este Acuse de Recibo como comprobante de presentación

Datos sujetos a verificación

Fuente: Empresa.

3.3 VENTAS A PAN AMERICAN ENERGY S.L. SUC. ARGENTINA

Mes / Año	Ventas (montos sin impuestos)	Moneda
Diciembre 2020	$ 76 213 599	ARS
Diciembre 2021	$ 20 055 661	ARS

Fuente: Empresa.

3.4 PROVEEDORES

N°	Nombre y Apellido - Razón Social	Nacionalidad o País de Origen	Tax ID	Monto Anual de Compras	Moneda
1	BROADCAST S.A.S.	Argentina	30-71597530-7	$ 8 265 000	ARS
2	300DPI S.R.L.	Argentina	30-71261610-1	$ 4 896 570	ARS
3	B&SIT S.R.L.	Argentina	30-71503430-8	$ 4 356 068	ARS

Fuente: Empresa.

3.5 CLIENTES

N°	Nombre y Apellido - Razón Social	Nacionalidad o País de Destino	Tax ID	Monto Anual de Ventas	Moneda
1	MERCADOLIBRE S.R.L.	Argentina	30703088534	$ 174 427 390	ARS
2	PAN AMERICAN ENERGY, S.L., SUCURSAL ARGENTINA	Argentina	30695542476	$ 108 750 057	ARS
3	SISTEMAS GLOBALES S.A.	Argentina	30708406917	$ 62 687 544	ARS
4	TELECOM ARGENTINA SOCIEDAD ANONIMA	Argentina	30639453738	$ 28 215 000	ARS
5	CERVECERIA Y MALTERIA QUILMES SAICA Y G.	Argentina	33508358259	$ 23 746 070	ARS
6	PEDIDOSYA S.A.	Argentina	30711985766	$ 20 225 945	ARS
7	NESTLE ARGENTINA S.A.	Argentina	30546764040	$ 10 003 433	ARS
8	PILISAR SOCIEDAD ANONIMA	Argentina	33709180849	$ 7 216 198	ARS
9	MICRO SISTEMAS S.A.U.	Argentina	30572975831	$ 3 135 000	ARS

Fuente: Empresa.

3.6 SEGUROS

3.6.1 Registro de contratos con las ART

Aseguradora:	EXPERTA ART
N° de contrato:	572770
Desde:	04/03/2018 - Alta de afiliación
Hasta:	Afiliación vigente

3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago

No se registran contratos extinguidos por falta de pago.

3.6.3 Otros Seguros contratados

N°	Tipo de Seguro	Compañía Aseguradora	Nº Póliza	Suma Asegurada	Moneda
1	SCVO	MAPFRE	100019349101	$ 0	ARS
2	INTEGRAL DE COMERCIO	ZURICH	ICQ1-00-275811	$ 476 986 155	ARS

Fuente: Empresa.

4- Comercio Exterior

4.1 IMPORTACIONES

No se registraron operaciones de importación vinculadas a la empresa analizada.

4.2 EXPORTACIONES

No se registraron operaciones de exportación vinculadas a la empresa analizada.

5- Situación Bancaria

5.1 CHEQUES RECHAZADOS

No se registran Cheques Rechazados

5.2 CENTRAL DE DEUDORES

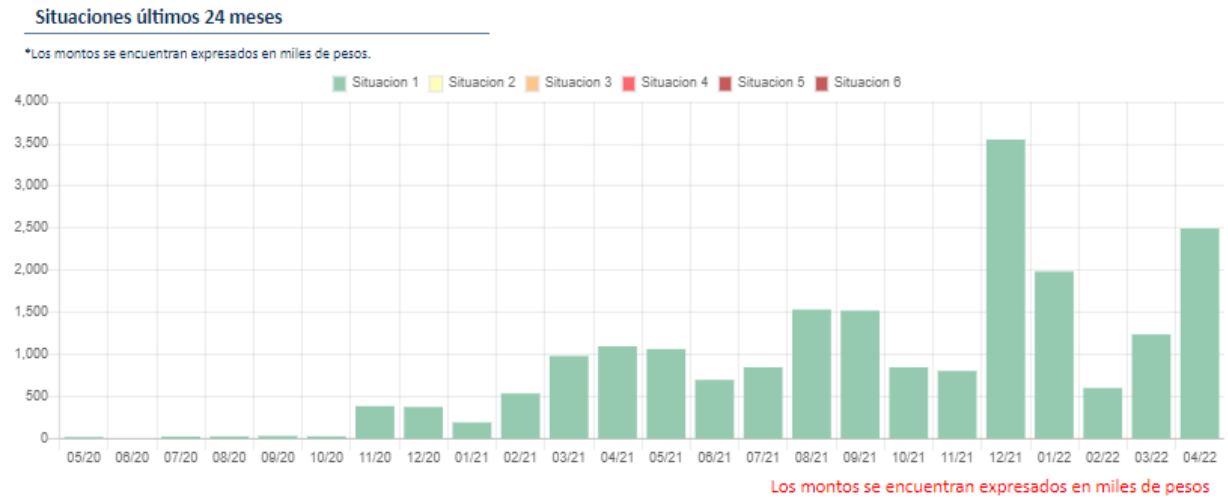
Banco	05/2020	06/2020	07/2020	08/2020	09/2020	10/2020	11/2020	12/2020
HIPOTECARIO								
SANTANDER RIO S.A.	17		23	24	30	25	384	374
TOTAL PERIODO	17		23	24	30	25	384	374

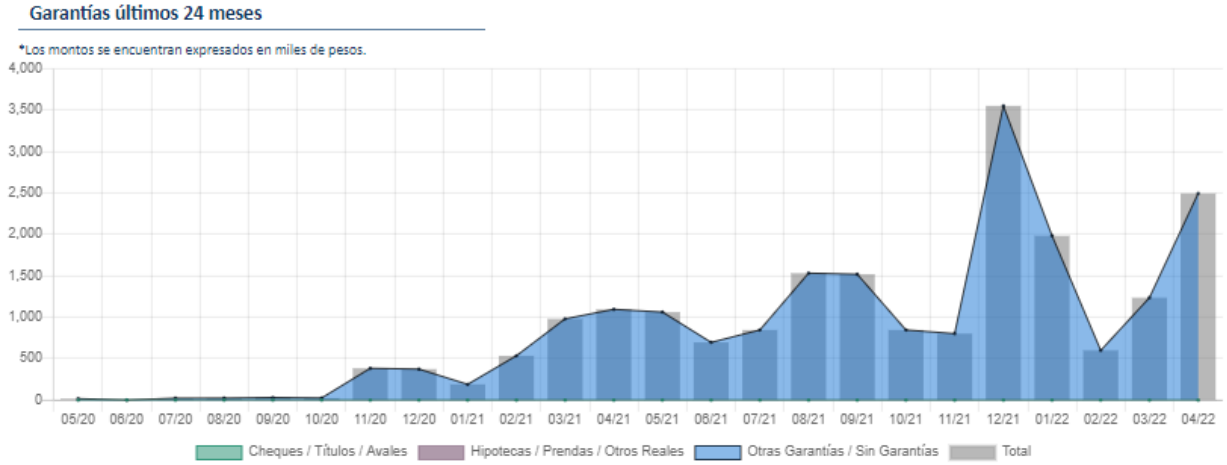
Banco	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021	05/2021	06/2021	07/2021	08/2021
HIPOTECARIO					2	2	2	2
SANTANDER RIO S.A.	190	535	981	1 096	1 061	695	845	1 531
TOTAL PERIODO	190	535	981	1 096	1 063	697	847	1 533

Banco	09/2021	10/2021	11/2021	12/2021	01/2022	02/2022	03/2022	04/2022
HIPOTECARIO	2	2	2					
SANTANDER RIO S.A.	1 518	845	801	3 554	1 985	600	1 237	2 496
TOTAL PERIODO	1 520	847	803	3 554	1 985	600	1 237	2 496

Importes expresados en Miles de Pesos

1 Situación Normal (atraso hasta 30 días)
2 Con Riesgo Potencial (atraso de 31 a 90 días)
3 Con Problemas (atraso de 91 a 180 días)
4 Con Alto Riesgo de Insolvencia (atraso de 181 a 365 días)
5 Irrecuperable (atraso de más de 365 días)
6 Irrecuperable por Disposición Técnica (Morosos de ex-entidades financieras, con atraso de más de 180 días)
B.C.R.A. no informa





5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO

N°	Entidad	Deuda	Moneda
1	SANTANDER RIO	$ 0	ARS

Fuente Empresa.

6- Situación Judicial Comercial

6.1 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDADO (*)

No se detectó información.

6.2 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDANTE (*)

No se detectó información.

6.3 FISCALES Y PREVISIONALES

6.3.1 Detalle de Inscripciones Fiscales

Código	Nombre	Estado	Fecha Inscripción
10	GANANCIAS SOCIEDADES	ACTIVO	2018-02
30	IVA	ACTIVO	2018-02
103	REGIMENES DE INFORMACIÓN	ACTIVO	2018-02
211	BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	ACTIVO	2018-02
217	SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS	ACTIVO	2018-03
301	EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL	ACTIVO	2018-03
787	RET ART 79 LEY GCIAS INC A,BYC	ACTIVO	2018-03

Contribuyente no amparado en los beneficios promocionales INDUSTRIALES establecidos por Ley 22021 y sus modificatorias 22702 y 22973, a la fecha de emisión de la presente constancia.
Esta constancia no da cuenta de la inscripción en el Impuesto sobre los Bienes Personales ni del Impuesto Exteriorización - Ley 26476, la cual de corresponder deberá solicitarse en la Dependencia donde se encuentra inscripta la referida.

6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia

Informe Estado de Deuda Agencia de Recaudación de la Pcia. de Bs. As.

Contribuyente	
Identificación:	Contribuyente sin Deuda
Situación actual:	**Categoría 0**

Referencias de categorías	
Categoría 0	**Contribuyente sin deuda.**
Categoría 1	Desde $501 hasta $4.500
Categoría 2	Desde $4.501 hasta $10.000
Categoría 3	Mayor a $10.000
Categoría 4	CONTRIBUYENTE EN INSTANCIA JUDICIAL

La información expuesta es la registrada al **16/03/2017**en las bases de datos de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires, siendo la resultante de la sumatoria de las deudas asociadas al Impuesto Inmobiliario, a los Automotores, a las Embarcaciones Deportivas y a los Ingresos Brutos, respecto de la CUIT consultada.
Para el cálculo de la deuda expuesta, se considera aquella con antigüedad mayor a los sesenta días. No se consideran aquellos sujetos que posean un único Inmueble Urbano Edificado con Valuación Fiscal menor a $50.000, quienes posean una deuda global menor a $500 o quienes posean un automotor de modelo inferior al año 2000. Para el caso del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, sólo se consideran aquellos casos con Títulos Ejecutivos iniciados y aquellos con planes de pago caducos. En la categoría 4 se encuentran los contribuyentes con deudas en proceso de ejecución judicial como así también los planes de regularización de deuda judicial siempre que el mismo se encuentre caduco.

Agente de Recaudación	
Identificación:	CUIT INEXISTENTE COMO AGENTE DE RECAUDACION.
Situación actual:	

6.3.3 Embargos

No se detectó información.

6.3.4 Otra información Fiscal o Previsional de Interés

Período	Pres. DDJJ	Aporte Seg. Soc.	Aporte Obra Soc.	Contr. Patronal
06-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
07-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
08-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
09-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
10-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
11-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
12-2021	SI	PAGO	PAGO	PAGO
01-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
02-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
03-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
04-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
05-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO

GUT AGENCY S.R.L., CUIT 30715915207, no presenta sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL vigente al 08/07/2022.



REPSAL

Registro público de empleadores con sanciones laborales
Ley 26.940

Se deja constancia que a la fecha de emisión, GUT AGENCY S.R.L. CUIT 30715915207 no registra sanciones en el REPSAL, conforme al Art. 2 de la Ley 26.940

Fecha de emisión: 08/07/2022 (válido únicamente por el día de emisión)

Sello Electrónico: 1474c8c2-8e86-4e14-9ba9-5028368b2c4c

Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social Argentina · AFIP Administración Federal · CFT Consejo Federal del Trabajo · RENATRE · SRT Superintendencia de Riesgos del Trabajo

6.3.5 Deuda exigible en Aportes y Contribuciones de Seguridad Social

GUT AGENCY S.R.L., CUIT 30715915207, no presenta Deuda exigible en Aportes y Contribuciones de Seguridad Social vigente al 01/12/2021.

7- INTEGRIDAD

7.1 INTEGRIDAD

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: GUT AGENCY S.R.L. - 30715915207
Fecha: 08-07-2022

Negative

Sources checked: List of worldwide politicians and government controlled entities (also known as PEPs, for politically exposed persons); profiles of persons who hold political office, their immediate family members, close associates, and companies under their control; Crime - Global Enforcement List, Profiles of entities listed worldwide; Reputation - Global Foreign Officials List, SDN and Financial Intelligence Units, following the FATF (Financial Action Task Force) recommendations.

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: RODRIGUEZ GAMALLO RAMIRO EDUARDO - 20291194037
Fecha: 08-07-2022

Negative

Sources checked: List of worldwide politicians and government controlled entities (also known as PEPs, for politically exposed persons); profiles of persons who hold political office, their immediate family members, close associates, and companies under their control; Crime - Global Enforcement List, Profiles of entities listed worldwide; Reputation - Global Foreign Officials List, SDN and Financial Intelligence Units, following the FATF (Financial Action Task Force) recommendations.

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: RODRIGUEZ COHEN RAMIRO JOSE - 20243673292
Fecha: 08-07-2022

Negative

Sources checked: List of worldwide politicians and government controlled entities (also known as PEPs, for politically exposed persons); profiles of persons who hold political office, their immediate family members, close associates, and companies under their control; Crime - Global Enforcement List, Profiles of entities listed worldwide; Reputation - Global Foreign Officials List, SDN and Financial Intelligence Units, following the FATF (Financial Action Task Force) recommendations.

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: FERIOLI IGNACIO - 20273871757
Fecha: 08-07-2022

Negative

Sources checked: List of worldwide politicians and government controlled entities (also known as PEPs, for politically exposed persons); profiles of persons who hold political office, their immediate family members, close associates, and companies under their control; Crime - Global Enforcement List, Profiles of entities listed worldwide; Reputation - Global Foreign Officials List, SDN and Financial Intelligence Units, following the FATF (Financial Action Task Force) recommendations.

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: CUBRIA JOAQUIN - 20245292350
Fecha: 08-07-2022

Negative

Sources checked: List of worldwide politicians and government controlled entities (also known as PEPs, for politically exposed persons); profiles of persons who hold political office, their immediate family members, close associates, and companies under their control; Crime - Global Enforcement List, Profiles of entities listed worldwide; Reputation - Global Foreign Officials List, SDN and Financial Intelligence Units, following the FATF (Financial Action Task Force) recommendations.

Consultar con Área Gestión de Proveedores.

7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA

No se detectó información de prensa negativa.

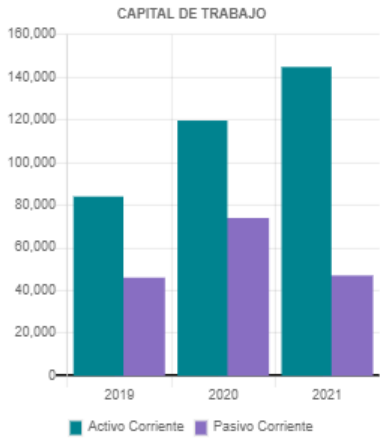
8- Estados Contables

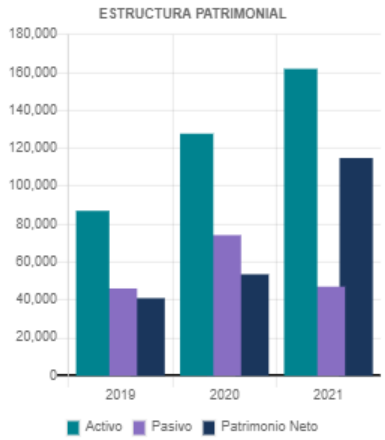
8.1 DATOS CONTABLES

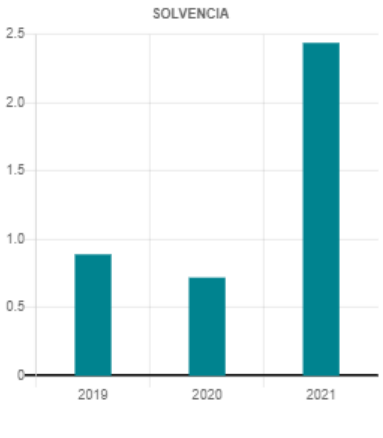
Activo

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Caja y Bancos	40 004	42 855	19 192
Inversión corriente	0	0	0
Ant Créditos por ventas	15 539	61 123	116 160
Otros Créditos	6 037	15 740	9 497
Bienes Cambio	0	0	0
Bienes Intangibles	0	0	0
Otros Activos Corrientes	22 504	0	0
Total De Activo Corriente	84 084	119 718	144 848
Créditos Por Ventas	0	0	0
Otros Créditos No Corrientes	0	0	29
Otras Inversiones No Corrientes	0	0	0
Bienes De Uso Valor De Origen	942	3 727	19 609
Depreciación Acumulada	86	339	5 073
Bienes De Uso	856	3 388	14 535
Activos Intangibles	0	0	0
Otros Activos No Corrientes	2 106	4 670	2 561
Total Activo No Corriente	2 962	8 058	17 125
Total Activo	87 046	127 776	161 973

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos



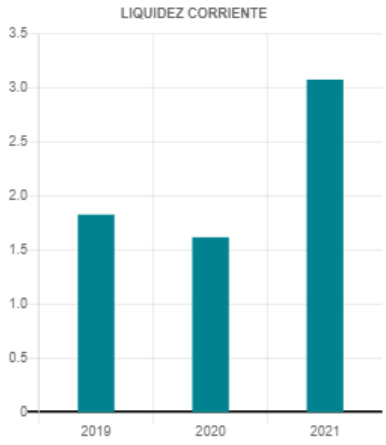


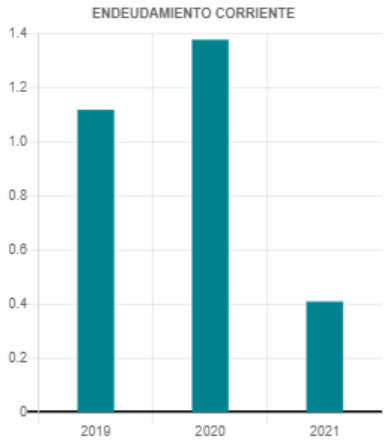


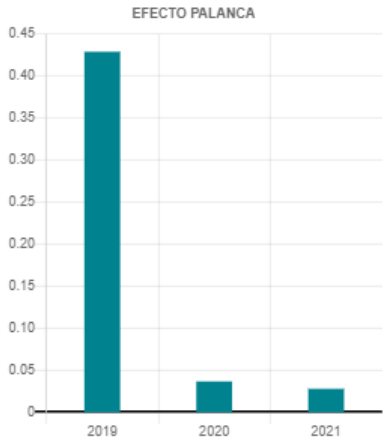
Pasivo / Patrimonio Neto

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Cuentas Por Pagar (Deudas Comerciales)	372	6 430	4 209
Préstamos (Deudas Bancarias)	0	0	0
Remuneraciones Y Cargas Sociales	26 186	53 738	26 593
Cargas Fiscales	16 152	13 363	15 097
Anticipos De Clientes	0	0	0
Otros Pasivos	3 340	497	1 154
Total Pasivo Corriente	46 049	74 028	47 052
Cuentas Por Pagar	0	0	0
Préstamos	0	0	0
Deudas Fiscales	0	0	0
Otros Pasivos (No Corrientes)	35	188	0
Previsiones	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	35	188	0
Total Pasivo	46 084	74 215	47 052
Capital Social	162	229	229
Resultados No Asignados	40 800	53 332	114 692
Patrimonio Neto	40 962	53 561	114 921

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos



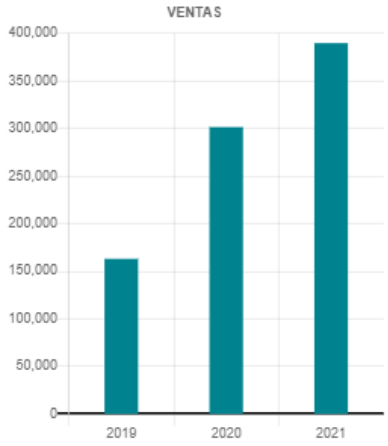


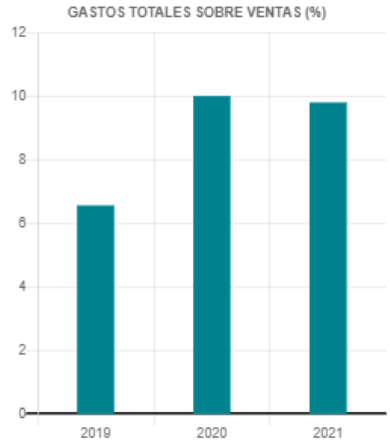


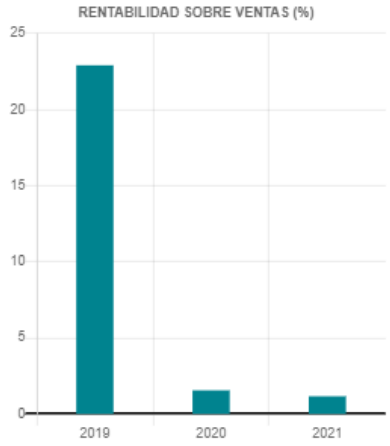
Estado de Resultados

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Ventas	163 110	301 604	389 883
Compras Del Ejercicio	10 713	15 119	18 065
Costos de las mercaderías, productos, servicios vendidos	96 543	271 999	340 224
Resultado Bruto	66 568	29 605	49 659
Amortizaciones	297	1 147	3 451
Gastos de Comercialización	0	130	3 010
Gastos de Administración	10 579	30 035	35 169
Gastos Financieros	148	77	126
Otros Ingresos	2 078	2 201	0
Otros Egresos	0	0	345
Resultados financieros y por tenencia (incluyendo result.por exposición a inflación)	-22 635	8 553	-1 847
Impuesto a las Ganancias	-2 078	5 436	4 643
Resultado	37 361	4 679	4 519

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos







Indices de Gestión

Análisis Patrimonial

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Solvencia Patrimonial Patrimonio Neto / Pasivo Total	0,89	0,72	2,44
Endeudamiento Total Pasivo Total / Patrimonio Neto	1,12	1,38	0,41
Endeudamiento Corriente Pasivo Corriente / Patrimonio Neto	1,12	1,38	0,41
Capital de Trabajo Activo Corriente - Pasivo Corriente	38 034,63	45 690,93	97 795,72

Análisis Financiero

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Liquidez Corriente Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,83	1,62	3,08
Liquidez Seca (Prueba Acida) (Activo Corriente – Bienes de Cambio) / Pasivo Corriente	1,83	1,62	3,08
Rotación de Créditos Ventas / Créditos por Ventas	10,50	4,93	3,36
Rotación de Pasivo Corriente (Pasivo Corriente * 365) / ((Compras + Gastos) * 1.21)	647,89	492,29	251,79
Rotación De Inventarios Costo Mercaderías / Bs. de Cambio	0,00	0,00	0,00
Rotación de Activos Ventas / Activo Total	1,87	2,36	2,41
Rotación de Activo Fijo Ventas / Bs. de Uso	190,49	89,02	26,82
Préstamos sobre Patrimonio Neto Préstamos / Patrimonio Neto	0,00	0,00	0,00
Meses de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 12) / Ventas	0,00	0,00	0,00
Días de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 365) / Ventas	0,00	0,00	0,00

Análisis de Rentabilidad

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Margen Bruto (Resultado Bruto / Ventas) * 100	40,81	9,82	12,74
Margen Neto (Resultado Neto / Ventas) * 100	22,91	1,55	1,16
Margen Operativo (Resultado Neto + Otros Egresos – Otros Ingresos) / Ventas * 100	21,63	0,82	1,25
Margen s/ Patrimonio (Resultado Neto / Patrimonio Neto) * 100	0,91	0,09	0,04
Margen s/ Activo (Resultado Neto / Activo Total) * 100	42,92	3,66	2,79
EBITDA Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias	35 728 262,00	11 340 272,00	12 738 759,00
EBITDA / Pasivo (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Pasivo Total	0,78	0,15	0,27
EBITDA / Ventas (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Ventas	0,22	0,04	0,03
EBITDA / Intereses (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Gastos Financieros	241,66	147,24	101,46

Análisis de Eficiencia

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Gastos Financieros / Ventas Gastos Financieros / Ventas	0,00	0,00	0,00
Gastos Comerciales / Ventas Gastos Comerciales / Ventas	0,00	0,00	0,01
Gastos de Administración / Ventas Gastos de Administración / Ventas	0,06	0,10	0,09
Gastos Totales / Ventas (Gastos de Administración + Gastos Financieros + Gastos Comerciales) / Ventas	0,07	0,10	0,10
Inversiones en Bienes De Uso (Patrimonio Neto / Bs. de Uso) * 100	47,84	15,81	7,91
Vida Restante de los Bienes de Uso Bienes de Uso / Amortizaciones	2,89	2,95	4,21

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos

SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA Y PATRIMONIAL

Para el análisis de la situación económica financiera y patrimonial de la Empresa se utilizaron los Estados Contables correspondientes a los ejercicios 2019, 2020 y 2021 (fecha de cierre 31/12). Información auditada sin salvedades.

Principales indicadores.

Económicos:

- Las Ventas del ejercicio cerrado en 12/2021 fueron de $389.8 Millones vs $301.6 Millones en el ejercicio anterior, evidenciándose un incremento interanual del 29.27%.
- Los Costos Directos redujeron su incidencia sobre las Ventas del 90.1% al 87.2% al igual que los Gastos de Estructura, que pasaron del 10.21 al 9.7% en su participación.
- En la parte no operativa del cuadro de resultados imputaron Otros Egresos por $2.2 Millones (0.6% s/ventas) correspondientes a Resultados Financieros y por Tenencia Netos incluido RECPAM.
- De acuerdo con lo expuesto en los párrafos precedentes, se registró una Ganancia Final de $4.5 Millones, cifra que representó el 1.2% de las Ventas vs $4.7 Millones (1.55% s/ventas) en el ejercicio anterior.

En resumen, la compañía presentó a 12/2021 crecimiento de ventas, reducción de la incidencia de los de Costos directos y Gastos de Estructura con exigua Ganancia Final.

Financieros

- El indicador de Liquidez Corriente aumentó, pasando de 1.62 a 3.08, logrando valores excelentes.
- El Capital de Trabajo fue $97.8 Millones, equivalente al 60.3% del Activo, considerándose excelente la relación.

En resumen, la situación financiera resultó satisfactoria, con elevados niveles de liquidez y Capital de Trabajo.

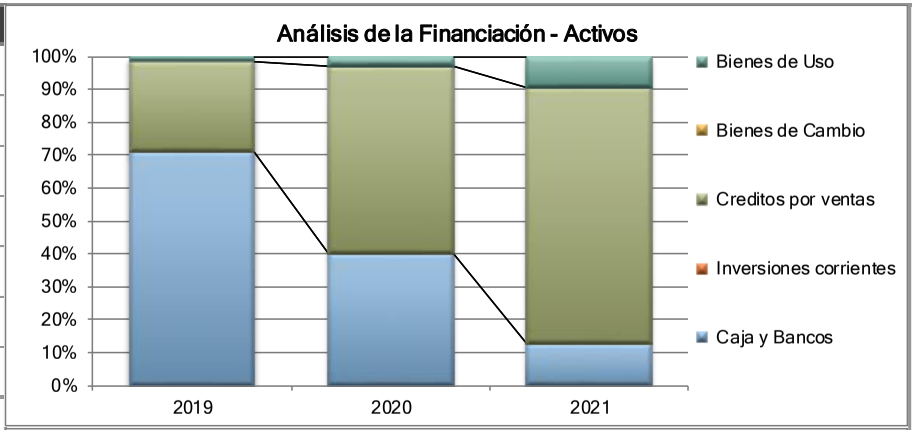
Patrimoniales:

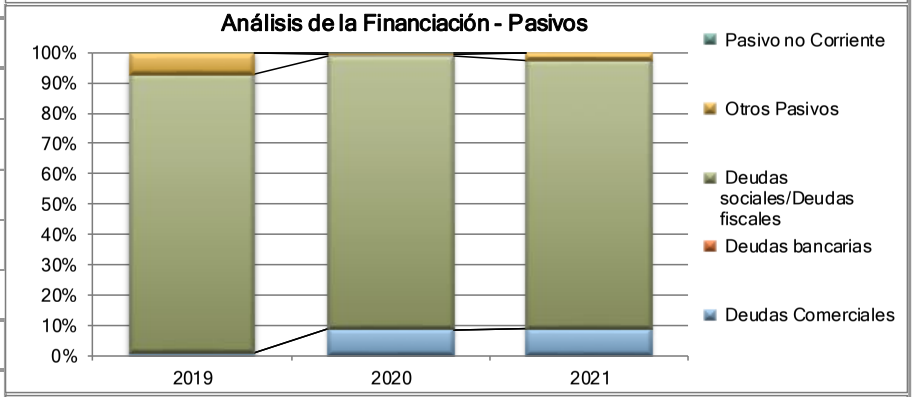
- El Patrimonio Neto a 12/2021 fue de $114.9 Millones vs $53.6 Millones en el ejercicio anterior. Del total del PN sólo $229.0 Mil corresponden a Capital y Ajuste de Capital siendo casi nula la participación.
- La estructura de financiamiento mostraba que el Pasivo representaba el 29.0% del Activo, siendo las obligaciones Sociales exigibles a corto plazo, la principal fuente de apalancamiento.
- La Solvencia Patrimonial aumentó mejorando notablemente y ubicándose en niveles excelentes, pasando de 0.72 a 2.44, mientras que el Endeudamiento Corriente descendió de 1.38 a 0.41, ubicándose en parámetros óptimos.

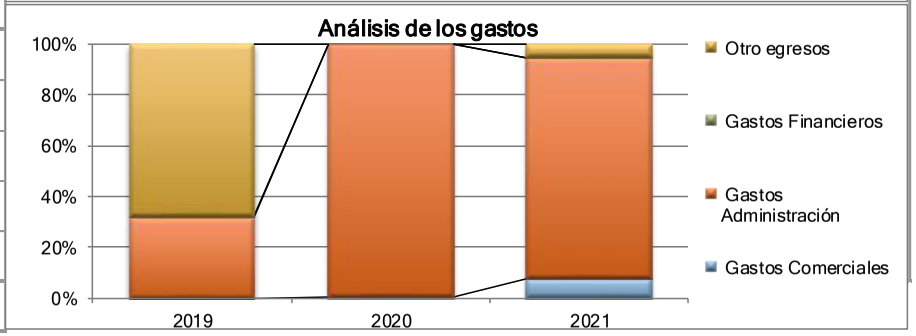
En resumen, la situación Patrimonial mostró disparidad, con buenos niveles de Solvencia y Endeudamiento, pero con escasa Capitalización.

Períodos Analizados			2019/2020/2021

Concept	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	40.003.955	42.854.972	19.191.683
Inversiones corrientes	-	-	-
Creditos por ventas	15.538.720	61.123.277	116.159.744
Otros Créditos	6.037.307	15.740.214	9.525.865
Bienes de Cambio	-	-	-
Bienes de Uso	856.279	3.388.186	14.535.355
Otros activos corrientes	24.609.986	4.669.805	2.560.727
Activo Corriente	**87.046.247**	**127.776.454**	**161.973.374**
Deudas Comerciales	371.749	6.430.429	4.209.198
Deudas bancarias	-	-	-
Deudas sociales/Deudas fiscales	42.337.528	67.100.537	41.689.437
Otros Pasivos	3.340.110	496.569	1.153.774
Pasivo no Corriente	34.614	187.617	-
Pasivo	**46.084.001**	**74.215.152**	**47.052.409**
Gastos Comerciales	-	129.988	3.009.530
Gastos Administración	10.579.108	30.035.311	35.169.209
Gastos Financieros	147.847	77.017	125.553
Otro egresos	22.634.795	-	2.192.316
Impuesto a las ganancias	- 2.077.694	5.436.431	4.643.076
Total	**31.284.056**	**35.678.747**	**45.139.684**

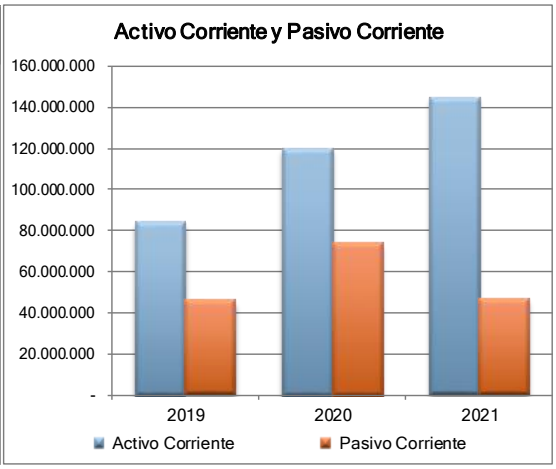




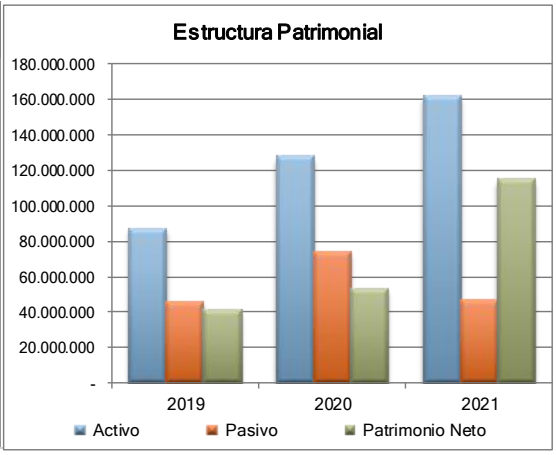


8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL

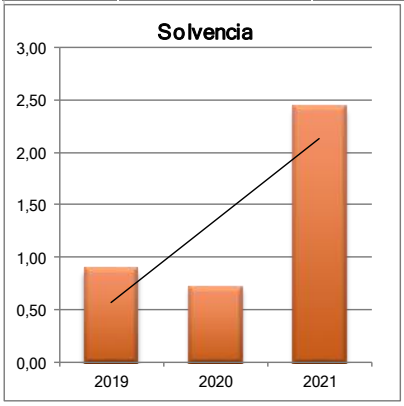
Períodos Analizados	2019/2020/2021		
Analisis Patrimonial	dic-19	dic-20	dic-21
Solvencia	0,89	0,72	2,44
Patrimonio Neto sobre Activo	47%	42%	71%
Endeudamiento corriente	1,12	1,38	0,41
Capital corriente	0,44	0,36	0,60
Activo no Cte sobre Activo	3%	6%	11%
Financiación del activo no cte.	13,84	6,67	6,71
Deuda bancaria sobre Pasivo	0%	0%	0%
Deudas Comerciales sobre Pasivo	1%	9%	9%

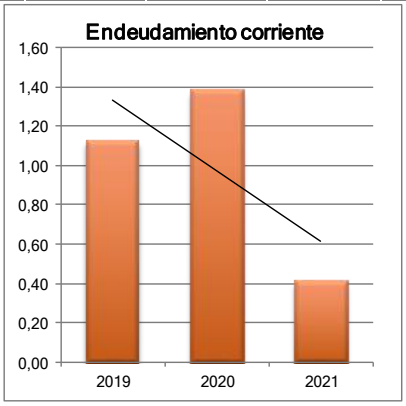


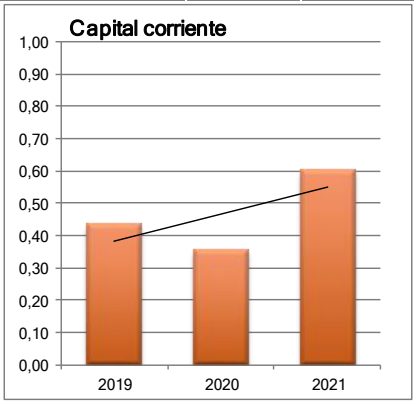
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Activo Corriente	$ 84.084.021	$ 119.718.463	$ 144.848.133
Activo no Corriente	$ 2.962.226	$ 8.057.991	$ 17.125.241
Activo	$ 87.046.247	$ 127.776.454	$ 161.973.374
Pasivo Corriente	$ 46.049.387	$ 74.027.535	$ 47.052.409
Pasivo no Corriente	$ 34.614	$ 187.617	$ -
Pasivo	$ 46.084.001	$ 74.215.152	$ 47.052.409
Patrimonio Neto	$ 40.962.246	$ 53.561.302	$ 114.920.965



Trends





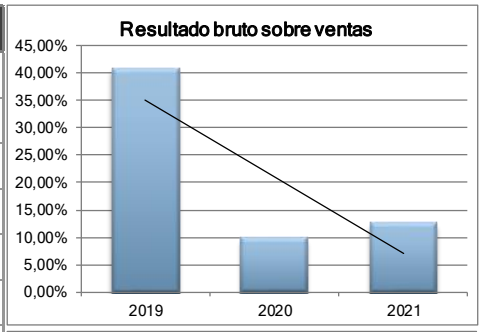


Importes Expresados en Miles de Pesos

8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Períodos Analizados			2019/2020/2021

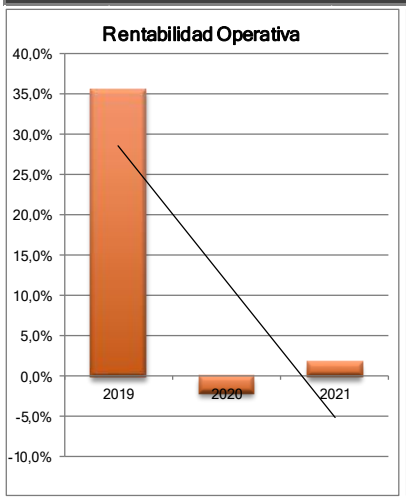
Análisis de rentabilidad	dic-19	dic-20	dic-21
Rentabilidad de la inversión total	91,2%	8,7%	3,9%
Rentabilidad ordinaria de la inversión	86,5%	19,0%	8,1%
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	40,7%	8,0%	5,7%
Resultado bruto sobre ventas	40,8%	9,8%	12,7%
Rentabilidad sobre Ventas	22,9%	1,6%	1,2%
Costo del financiamiento	0,3%	0,1%	0,3%
Rentabilidad Operativa	35,5%	-2,0%	1,7%

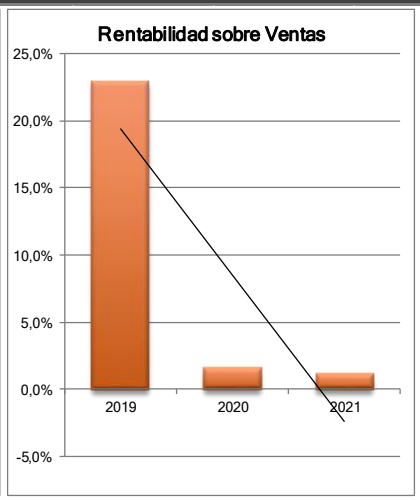


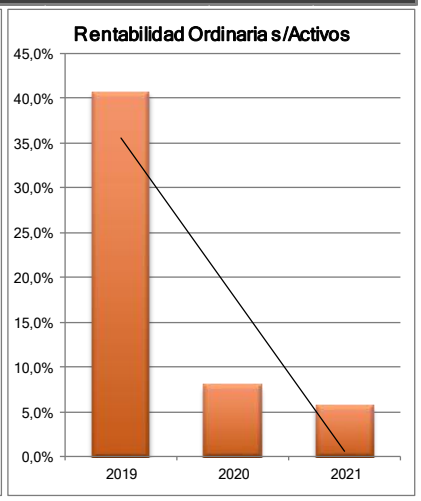
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Ventas	$ 163.110.341	$ 301.604.163	$ 389.883.168
Costo de Ventas	$ 96.542.591	$ 271.999.365	$ 340.224.334
Resultado del ejercicio	$ 37.361.388	$ 4.679.495	$ 4.519.150
EBITDA/Ventas	0,22	0,04	0,03
EBITDA/Intereses	241,66	147,24	101,46



Trends



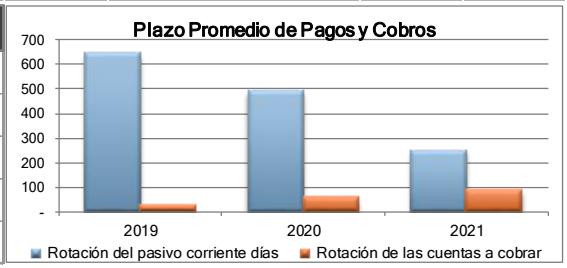




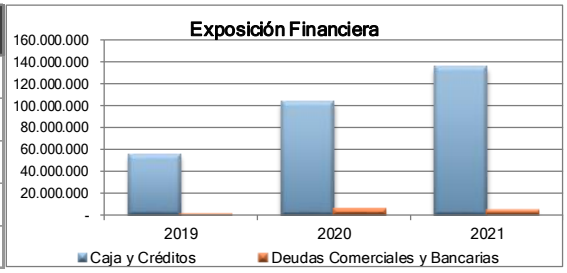
Importes Expresados en Miles de Pesos

8.5 ANÁLISIS FINANCIERO

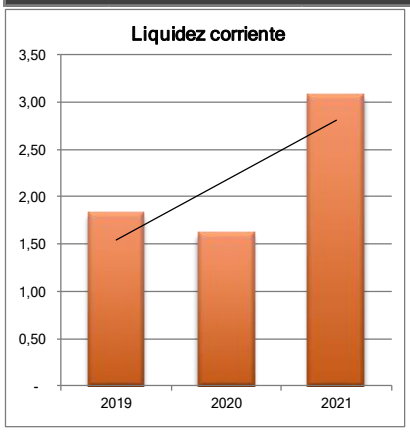
Períodos Analizados			
Analisis Financiero	dic-19	dic-20	dic-21
Liquidez corriente	1,83	1,62	3,08
Liquidez acida	1,83	1,62	3,08
Rotación del pasivo corriente días	648	492	252
Rotación de las cuentas a cobrar	29	61	90
Efecto Palanca	0,43	0,04	0,03

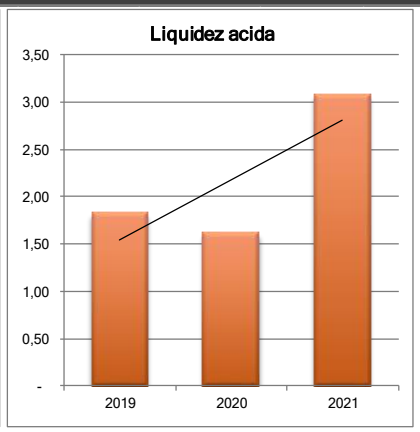


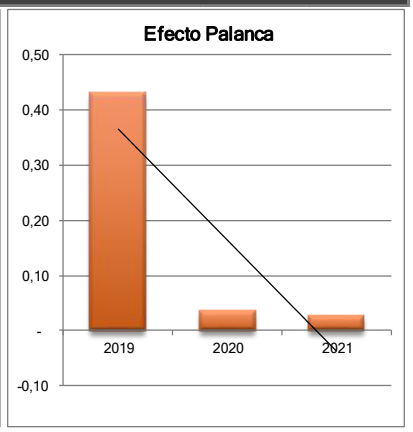
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	40.003.955	42.854.972	19.191.683
Creditos por ventas	15.538.720	61.123.277	116.159.744
Deudas Comerciales	371.749	6.430.429	4.209.198
Deudas bancarias	-	-	-
Deuda Financiera s/ P.Neto	-	-	-

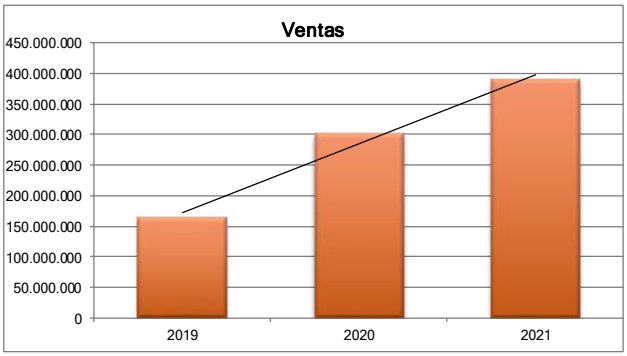


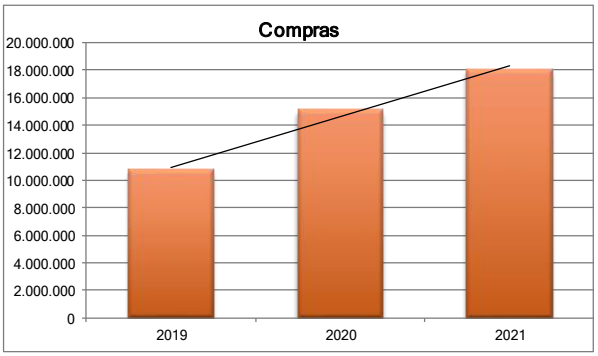
Trends







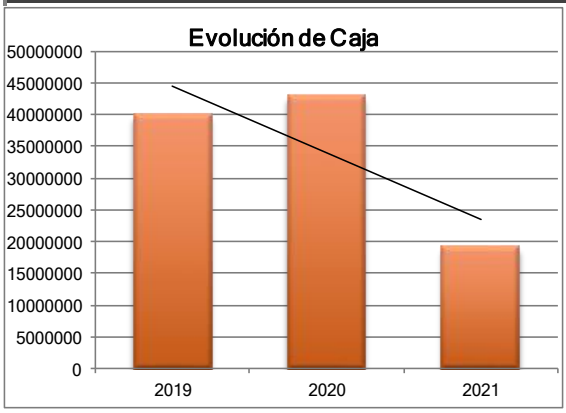


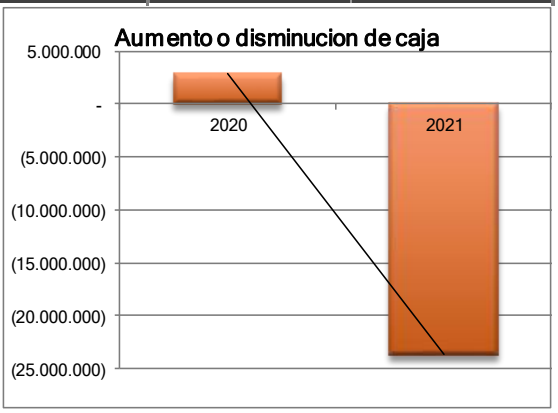


Importes Expresados en Miles de Pesos

8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS

Períodos Analizados	2019/2020/2021	
Análisis del Flujo de fondos	dic-20	dic-21
Resultado del ejercicio	$ 4.679.495,00	$ 4.519.150,00
Amortizaciones de Bienes de Uso	$ 1.147.329,00	$ 3.450.980,00
Depreciacion de Intangibles	$ -	$ -
Generación interna de fondos	$ 5.826.824,00	$ 7.970.130,00
Variación de créditos por ventas	$ -45.584.557,00	$ -55.036.467,00
Variación de otros créditos	$ -9.702.907,00	$ 6.214.349,00
Variación de Bienes de Cambio	$ -	$ -
Variación de otros activos corrientes	$ 19.940.181,00	$ 2.109.078,00
Variación de cuentas a pagar	$ 6.058.680,00	$ -2.221.231,00
Variación de deudas sociales	$ 27.552.058,00	$ -27.145.279,00
Variación de deudas fiscales	$ -2.789.049,00	$ 1.734.179,00
Variación de otras deudas	$ -2.690.538,00	$ 469.588,00
Variación de previsiones para contingencias	$ -	$ -
Ajuste		
Flujo de fondos operativos netos	$ -1.389.308,00	$ -65.905.653,00
AREA/Dividendos pagados / Honorarios	$ 7.852.163,00	$ 56.840.513,00
Aporte de capital / Ajustes AREA	$ 67.398,00	$ -
Adquisicion de Bienes de Uso	$ -3.679.236,00	$ -14.598.149,00
Flujo de fondos antes de la financiación	$ 2.851.017,00	$ -23.663.289,00
Variacion de deudas financieras corrientes	$ -	$ -
Variacion de deudas financieras no corrientes	$ -	$ -
Aumento o disminucion de caja	$ 2.851.017,00	$ -23.663.289,00





Importes Expresados en Miles de Pesos

8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN

Datos Estadísticos			Niveles de Crédito teóricos s/Balance		
Ventas Mensuales	32.490.264	$	S/Patrimonio Neto	4.345.449	$
Compras Mensuales	1.505.418	$	S/Capital de Trabajo	2.995.300	$
Modo de Cobro s/Balance	78	días	S/Activos Líquidos	3.633.763	$
Modo de Pago s/Balance	340	días	S/Variables Combinadas	3.604.447	$

Plazo		15	30	45	60	90	120
Dependencia Máxima Aceptada	90%	13.975.850	27.951.699	41.927.549	55.903.398	83.855.097	111.806.796
	80%	12.422.977	24.845.955	37.268.932	49.691.909	74.537.864	99.383.819
	65%	10.093.669	20.187.338	30.281.007	40.374.676	60.562.015	80.749.353
	50%	7.764.361	15.528.722	23.293.083	31.057.443	46.586.165	62.114.887
	40%	6.211.489	12.422.977	18.634.466	24.845.955	37.268.932	49.691.909
	30%	4.658.617	9.317.233	13.975.850	18.634.466	27.951.699	37.268.932
	20%	3.105.744	6.211.489	9.317.233	12.422.977	18.634.466	24.845.955
	10%	1.552.872	3.105.744	4.658.617	6.211.489	9.317.233	12.422.977
	2%	310.574	621.149	931.723	1.242.298	1.863.447	2.484.595

Importes Expresados en Miles de Pesos + Tax 21%

8.8 SCORE DE BALANCE

Períodos Analizados				2019/2020/2021			
Concepto	Expresado por	Valor	Grade	Concepto	Expresado por	Valor	Grade
Analisis Patrimonial				**Analisis Financiero**			
Solvencia	ratio	1,94	10	Liquidez corriente	ratio	2,66	10
Endeudamiento corriente	ratio	0,68	10	Liquidez acida	ratio	2,66	10
Capital corriente	%	53,8%	10	Rotación del pasivo corriente días	días	340	1
Activo no Cte sobre Activo	%	9,0%	10	Rotación de las cuentas a cobrar	días	78	9
Financiación del activo no cte.	ratio	7,42	10	Efecto Palanca	ratio	0,07	8
Deuda bancaria sobre Pasivo	%	0,0%	10	**Analisis de Eficiencia**			
Deudas Comerciales sobre Pasivo	%	8,1%	10	Gastos Financieros sobre Ventas	%	0,0%	10
Análisis de rentabilidad				Gastos Comerciales sobre Ventas	%	0,5%	10
Rentabilidad de la inversión total	%	13,6%	7	Gastos Administración sobre Ventas	%	9,0%	10
Rentabilidad ordinaria de la inversión	%	18,1%	6	Gastos Totales sobre Ventas	%	9,5%	10
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	%	9,7%	3	Vida restante de Bienes de Uso	años	4	3
Resultado bruto sobre ventas	%	15,0%	1	Rotación de bienes de cambio	días	-	10
Rentabilidad sobre Ventas	%	3,4%	5	Rotación del activo	veces	2,32	3
Costo del financiamiento	%	0,2%	10	Total			
Rentabilidad Operativa	%	4,4%	4	77,10			
EBITDA/Ventas	%	5,2%	3				
EBITDA/Intereses	%	124,64	10				

