DOSSIER FIDELITAS

Fidelitas

PUNTO S.A.

Informe realizado a pedido de DIRECTV ARGENTINA S.A.

Uruguay

Mayo 2021

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.

Resumen Ejecutivo

Según políticas de calificación de Empresa Solicitante SA

Historial de clasificaciones y límites

PUNTO S.A. es una empresa uruguaya inscripta en 1981, que desarrolla servicios de estrategia de negocios, construcción de marcas, tácticas de retail, E-commerce, RRSS, Influencers Marketing, generación de contenidos y experiencias, programas de gestión cultural, inteligencia artificial aplicada, cross media content, planificación y compra de medios.

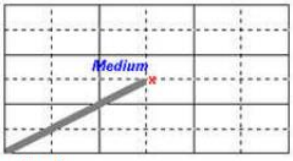
Sus accionistas son PABLO MARQUES, BRUNO PETCHO, ELBIO ACUÑA y RODRIGO PETCHO. Informan vinculación con OGILVY & MATHER WORLDWIDE y GRUPO PUNTO.

Declara contar con 24 empleados contratados y 3 subcontratados. No registra deuda bancaria en mora ni tampoco cheques rechazados. No se registran juicios en su contra ni tampoco reclamos. No se detectó información de Prensa Negativa o cuestiones de Ética Corporativa.

El análisis de los Estados Contables indica una aceptable situación financiera y económica. El ejercicio cerrado a 09/2020 mostró una Facturación total de $208.8 Millones de pesos uruguayos (aprox U$S4.7 Millones), cifra que al compararla con las Ventas del ejercicio anterior evidencia un crecimiento interanual del 7.7%. Mostró niveles elevados de Costos, situación que se reflejó en el Quebranto Operativo de -$789 Mil, y debido a Otros Ingresos correspondientes Venta de Bienes de Uso y a Resultados Financieros, el Resultado Final fue positivo en $639 Mil (0.3% s/ventas) vs $3.9 Millones (2.1% s/ventas) en el ejercicio anterior. El Capital de Trabajo ascendió a $20.5 Millones (23% del Activo) y la Liquidez Corriente fue de 1.30, ambos ubicándose en parámetros razonables. La situación Patrimonial era inadecuada, con una reducida Capitalización del PN y niveles insatisfactorios de Solvencia (0.32) y de Endeudamiento Corriente (3.08).

Por lo expuesto, no se identificaron eventos que revistan gravedad que impidan una relación comercial con la empresa analizada.

Scoring Crediticio : Medium



Análisis de Riesgo : Good



Puntaje : 63

Fuente: Externa.

Contenidos

RESUMEN EJECUTIVO 2

DATOS PRINCIPALES 5

CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS 5

RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES 6

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES 6

ACTIVOS 6

INMUEBLES / RODADOS 6

PUBLICACIONES OFICIALES 7

OTRAS PUBLICACIONES 9

INFORMACIÓN ADICIONAL 13

PRODUCTOS / SERVICIOS / ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO 16

CERTIFICACIONES 17

CERTIFICACIONES DE CALIDAD 17

DISTINCIONES OBTENIDAS 17

ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA 17

EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO 17

PERSONAL SUBCONTRATADO 17

ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES 18

SOCIOS / ACCIONISTAS 18

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS 18

DIRECTIVOS 18

SITUACIÓN COMERCIAL 19

SEGUROS 19

MARCAS / PATENTES / LICENCIAS 19

PROVEEDORES 19

CLIENTES 19

COMPRAS ANUALES 19

VENTAS A DIRECTV 20

SITUACIÓN BANCARIA 21

SITUACIÓN BANCARIA 21
CHEQUES RECHAZADOS 21
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO 21

SITUACIÓN JUDICIAL 22
CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDADO/DEMANDANTE (*) 22

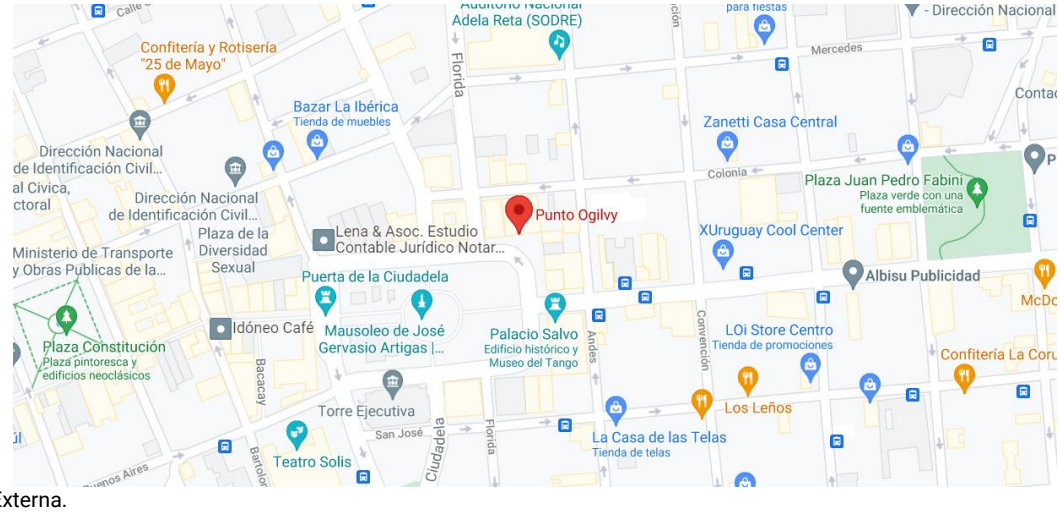
COMPLIANCE 23
ANÁLISIS DE COMPLIANCE 23
INFORMACIÓN DE PRENSA 23

ESTADOS CONTABLES 24
EJERCICIOS 2018/2019/2020 24
ACTIVO 24
PASIVO / PATRIMONIO NETO 25
ESTADO DE RESULTADOS 26
ÍNDICES DE GESTIÓN 27
COMENTARIOS SOBRE LOS ESTADOS CONTABLES 28

DATOS PRINCIPALES

CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS

Razón Social	PUNTO S.A.
Nombre de Fantasía	OGILVY
Número de Identificación	Rut 211142690013
Actividad Principal	Servicios profesionales
Fecha de Inscripción	11/05/1981
Domicilio Legal	Edificio Plaza Mayor Plaza Independencia 831 Penthouse Apto 1301
Localidad	MONTEVIDEO
País	Uruguay
Código Postal	11100
Teléfono	[+598] 2-9006070 / 2-9030690 / 2-9084916 / 2-9014184 / 2-9000148
Web	www.ogilvy.com.uy / www.grupopunto.uy
Contacto	BRUNO PETCHO
Email	bruno.petcho@punto.com.uy
Empleados	24 (Fuente: Empresa)
Patrimonio neto al 2020	$ 22 010 433 (Pesos Uruguayos)
Autoridad Registral	DIRECCION GENERAL IMPOSITIVA (DGI)



Fuente: Externa.

RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES

PUNTO S.A, agencia Fundada en abril de 1964 por Elbio Acuña y representante de Ogilvy desde 1982.
Desarrolla soluciones creativas que ayudan a enfrentar diferentes desafíos. Reúne el talento para ayudar a las organizaciones a crecer, mediante acciones que potencien sus marcas y aumenten su demanda.
Trabaja de forma integral en estrategia de negocios, construcción de marcas, tácticas de retail, E-commerce, RRSS, Influencers Marketing, generación de contenidos y experiencias, programas de gestión cultural, inteligencia artificial aplicada, cross media content, planificación y compra de medios.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión

"Hacer tintinear la caja registradora de nuestros clientes."

Visión

"Desarrollar comunicación memorable que genere marcas líderes."

Posicionamiento

"Ser la más nacional de las internacionales y la más internacional de las nacionales."

ACTIVOS

Inmuebles / Rodados

- ✓ 1 AUDI A4 2.0 TFSI S-TRONIC QUATTRO AÑO 2012

Fuente: Empresa

PUBLICACIONES OFICIALES

PAPEL NOTARIAL DE ACTUACIÓN

Ft Nº 346191

161.-

ESC. DIEGO SEBASTIAN LEON REISSIG - 14708/7

No. 45. DECLARATORIA. Por PUNTO SOCIEDAD ANÓNIMA. En Montevideo, el veinticuatro de octubre de dos mil diecinueve, ante mí, Diego León Reissig, Escribano, **comparecen**: **(i) Pablo Emilio MARQUES SANTIAGO**, mayor de edad, titular de la cédula de identidad número 1.525.002-4 y **(ii) Bruno Santiago PETCHO JACUBOVSKI**, mayor de edad, titular de la cédula de identidad número 4.412.010-1; ambos domiciliados a los efectos de la presente en la calle Plaza Independencia 831, Pent House de esta ciudad, en su calidad de Directores y en nombre y representación de **PUNTO SOCIEDAD ANÓNIMA**, persona jurídica inscripta en el Registro Único Tributario de la Dirección General Impositiva con el número 21.114269.0013, con domicilio en esta ciudad y sede actual en la calle Plaza Independencia 831, Pent House. **Y para que lo consigne en este Protocolo, dice que**: **Primero**. A los efectos de dar cumplimiento a lo establecido en los artículos 13 y siguientes de la Ley 17.904, **declaran que: (i)** Por Asamblea General Extraordinaria de Accionistas celebrada en Montevideo el 24 de octubre de 2019 se designó el siguiente Directorio: Directores: Pablo Emilio MARQUES SANTIAGO y Bruno PETCHO JACUBOVSKI, únicos Directores designados, no luciendo copiadas al libro respectivo actas posteriores que modifiquen dicha designación; **(ii)** el domicilio de la sociedad es en la ciudad de Montevideo y la sede en la calle Plaza Independencia 831, Pent House. **Segundo**. Los comparecientes declaran que con posterioridad a las constancias expedidas por la Superintendencia de Servicios Financieros del Banco Central del Uruguay el 25 de abril de 2013, el 20 de septiembre de 2017 y el 24 de septiembre de 2018, números de ordinal 755516, 1758606

y 2549706 - respectivamente, no ha habido cambios en los accionistas y beneficiarios finales de la sociedad por lo que no ha sido necesario la presentación de nuevas declaraciones juradas. **Hago constar que: A)** Conozco a los comparecientes. **B) PUNTO SOCIEDAD ANÓNIMA** es persona jurídica constituida por acta de fecha 29 de agosto de 1980 cuyas firmas certificó, en esta ciudad, la Escribana Ana María Labanca. Su Estatuto fue: **(i)** aprobado por auto número 4.982 de fecha 11 de mayo de 1981, dictado por el Juzgado Letrado de Primera Instancia en lo Civil de Sexto Turno (previa conformidad de la Inspección General de Hacienda y del Ministerio Público); **(ii)** inscripto en el Registro Público y General de Comercio el 17 de junio de 1981 con el número 217, al folio 974, del libro 2 de Estatutos y **(iii)** publicado en el Diario Oficial y El Heraldo Capitalino. De su Estatuto surge que: **(1)** el plazo de la sociedad es de 100 años a contar de su constitución *(artículo 1)* estando vigente a la fecha; **(2)** el capital de la sociedad está representado por acciones al portador; **(3)** el Directorio tendrá ilimitadas facultades para la administración de la sociedad y la disposición de sus bienes y **(4)** el Presidente o el Vicepresidente indistintamente representarán a la sociedad. Por Asamblea General Extraordinaria de Accionistas celebrada en esta ciudad, el 24 de octubre de 2019, surge que se designó el siguiente directorio: Directores: Pablo Emilio MARQUÉS SANTIAGO y Bruno Santiago PETCHO JACUBOVSKI /JACUNOBSKI; únicos Directores designados, no luciendo copiados al libro respectivo actas posteriores que modifiquen dicha designación. La sociedad dio cumplimiento a lo establecido en las Leyes 18.930 y 19.484 según constancias expedidas por la Superintendencia de Servicios

PAPEL NOTARIAL DE ACTUACIÓN

Ft Nº 346192

162.-

ESC. DIEGO SEBASTIAN LEON REISSIG - 14708/7

En Montevideo el 24 de octubre de 2019 expedí primera copia de la escritura Nº 45 de Declaratoria de Sociedad de los Papeles Notariales de Actuación siguientes:
Serie FU Nº 895666
Serie FU Nº 895667
Serie ..... Nº .....
Serie ..... Nº .....
Serie ..... Nº .....
Serie ..... Nº .....

Financieros del Banco Central del Uruguay el 25 de abril de 2013, el 20 de septiembre de 2017 y el 24 de septiembre de 2018, números de ordinal 755516, 1758606 y 2549706 – respectivamente. **C)** Esta escritura es leída por mí y el compareciente así la otorga y suscribe, expresando hacerlo con su firma habitual. **D)** Sigue inmediatamente a la número 44 de Declaratoria, extendida el 24 de octubre del folio 159 al folio 160.- Testado: JACU--- VOBSKI; no vale. Interlineado: JACUBOVSKI; vale.-

ARANCEL OFICIAL
Artículo 20.
Numerario $ 14004
Mod. Notarial $ 2171
Ley Orgánica $ 292

Montevideo, 24 de octubre de 2019
Se inutiliza el Papel Notarial de Actuación desde este lugar hasta el final de la Foja.-

OTRAS PUBLICACIONES

¿Qué recomienda leer Bruno Petcho, director de Grupo Punto?
Fuente: el país Fecha: 27/11/2020



Measure What Matters explica la metodología OKR que permite alinear a los colaboradores de una organización y llevarla "hacia algo más grande", resume el publicista
En los años 80, Andrew Grove, por entonces CEO de Intel, desarrolló una visión del management tan simple y efectiva que devino en un sistema de gestión replicado a lo largo del tiempo en distintas empresas como Google, Amazon, AB Inbev, Spotify, Salesforce y muchas más.
La metodología OKR (siglas en inglés de Objetivos y Resultados Claves) apunta a metas de crecimientos comunes, consensuados y medibles. De ello se hace eco el libro Measure What Matters, de John Doerr.

A través de casos reales de empresas que implementaron esta efectiva herramienta, el libro «permite conocer más de cerca el interior de una de las empresas más innovadoras de la época, Intel, así como entender cómo aplicar esta metodología a nuestras organizaciones», comentó **Bruno Petcho**, director de Grupo Punto.
El ejecutivo destaca el libro como una ventana que permite conocer los entresijos de empresas y startups exitosas que al aplicar este método, entre otras variables, «lograron despegarse de su categoría». «Los que se sienten atraídos por los libros de management, este texto les permitirá conocer más a fondo cómo implementar un sistema capaz de alinear a todos sus colaboradores y de lograr llevar su organización hacia algo más grande», valoró Petcho.
"Las malas compañías son destruidas por las crisis. Las buenas las sobreviven. Pero las grandes mejoran por ellas"
El trabajo de Doerr llegó a su biblioteca luego de un viaje de trabajo a San Francisco (EE.UU.) junto a su colega Nicolás Ovalle. «Este libro fue a parar a la biblioteca de él. Y hace algunos meses pasó a estar en la mía», recordó.
Su pasaje favorito dice que «las malas compañías son destruidas por las crisis. Las buenas las sobreviven. Pero las grandes mejoran por ellas».
Petcho asegura que la metodología OKR es aplicable en las organizaciones, sin importar su tamaño, así como en la actividad profesional y la vida personal. «Todo debe adaptarse al contexto y momento de cada compañía», matizó.
Aunque tiene varias lecturas pendientes, Petcho tiene como libro de consulta por estos días The Eternal Pursuit of Unhappiness, de David Ogilvy. «Es una especie de guía que me permite nunca perder la esencia de lo que hacemos quienes trabajamos en comunicación», concluyó.

Cambios en la cúpula de Punto, que amplía su grupo de empresas
Fuente: el país Fecha: 13/04/2018



La agencia sumó a Federico Lamaison como nuevo CEO; Gerardo Grieco, quien ocupaba ese rol, liderará Red. Nos convertimos para seguir convirtiendo», anuncia **Pablo Marqués**, el presidente de la agencia de publicidad Punto Ogilvy. «El objetivo —explica— es transformar las acciones de comunicación en resultados concretos tanto en la construcción de marcas como al hacer tintinear la caja registradora». La definición resume el cambio estratégico de la agencia fundada en 1962 por Elbio Acuña: Punto se ha repensado como un «grupo de empresas» especializadas en el asesoramiento a marcas en creatividad, innovación y tecnología, alineándose en el camino a las tendencias del mercado.
El conglomerado se despliega en Punto, Spotlike («el primer marketplace de microinfluencers automatizado de América Latina»), liderado por Nicolás Ovalle; Alan (dedicada a optimizar procesos de atención de clientes y ventas mediante inteligencia artificial), con Sebastián Galli al frente; Geometry, (una agencia de «activación omnicanal») a cargo de Bruno Petcho; y Neo (la agencia digital integrada del grupo), dirigida por Rodrigo Capdeville. Punto se despliega en otros proyectos como Spotlike (dedicada a microinfluencers), Alan (soluciones de inteligencia artificial para atención de clientes y ventas), Geometry (agencia de activaciones omnicanal), y Neo (agencia digital integrada). Al grupo se acaba de sumar Red (comunicación corporativa y gestión cultural). La estructura sumó hace un par de semanas un nuevo proyecto con Red, marca global de Ogilvy centrada en brindar soluciones en estrategias de comunicación corporativa y que tendrá además en Uruguay una «bajada fuerte en gestión cultural». Será liderada por Gerardo Grieco, quien hace poco ejercía como CEO de Punto. «Es un gran referente en gestión cultural y tiene mucho conocimiento de lo que son los asuntos públicos y temas relacionados con las comunicaciones internas y externas», destacó Marqués. El cambio directriz propicia la llegada de Federico Lamaison como nuevo CEO de Punto. El publicista viene de trabajar como CEO de Havas Argentina y tiene una vasta trayectoria en agencias del exterior. Red atenderá a empresas privadas, organismos estatales y ONG. En tanto, cada unidad del grupo manejará sus propios clientes, aclaró Marqués, que estimó que el 80% del trabajo de la agencia es local.
Integrados.
El nuevo esquema de Punto surge luego de un año de trabajo y parte del concepto de «cowork», donde funcionen varios emprendimientos en un mismo espacio físico. «El mundo en algún momento fue de los especialistas y hoy es de los especialistas, pero con una visión mucho más integradora», analizó Marqués. «Esto nos permite tener profesionales muy especializados en cada área y a su vez poder integrarlos en un brand team, donde el cliente tiene expertos de cada sector en la mesa», remarcó.
«En un mundo donde tenés más opciones que nunca, lo más inteligente es usar todas las vías posibles de forma inteligente y eficiente» En cierto modo, la idea marca una vuelta a las fuentes ?—aunque aggiornada—, dijo Marqués. Es que, en otras etapas, Punto se ha nutrido de la creatividad y estrategia de referentes de las letras, la música y el carnaval.
La integración, además, impulsa la estrategia en el uso de los medios. «En un mundo donde tenés más opciones que nunca, lo más inteligente es usar todas las vías posibles de forma inteligente y eficiente», aseguró Marqués. De todos modos, el factor humano, reflejado en el talento de los publicistas así como en la conexión con los clientes y consumidores, sigue siendo la esencia del negocio publicitario. «Estamos en un mundo high tech, pero no hay que olvidarse del high touch», sintetizó.
Desde que el grupo comenzó su andadura, la empresa sumó tres cuentas importantes: Mercado Libre, las campañas de Samsung para Mundial de Rusia y la de Antitabaquismo para el MSP.
«Esta es una propuesta diferente e innovadora. Y Punto siempre fue de proponer. Creo que los líderes de mercado son aquellos que proponen», concluyó Marqués.

EL CÍRCULO URUGUAYO DE LA PUBLICIDAD NOMBRÓ TRES SOCIOS DE HONOR
Fuente: total medios Fecha: 01/08/2017

Antonio Mercader, primer Presidente del Círculo Uruguayo de la Publicidad; Elbio Acuña, vicepresidente, y Carlos Ricagni, primer Presidente del Desachate, fueron reconocidos como Socios de Honor de la institución publicitaria que se creó hace 28 años.
Mercader es Doctor en Derecho, fue profesor de Ciencias de la Comunicación y co-fundador de la carrera en la Udelar. También fue secretario de redacción y director de los diarios La Mañana y El Diario. Trabajó durante más de 10 años en Grey Publicidad. Fue dos veces Ministro de Educación y Cultura; entre 1992 y 1995 durante el gobierno de Lacalle y entre 2000 y 2002 con Jorge Batlle a la cabeza del país.
Por su parte, Ricagni se inició en la actividad publicitaria en 1970; en el 73 fundó Ferrero y Ricagni Publicitaria donde además fue codirector creativo. Diez años después ambos socios fusionan la agencia y se forma Impetu Organización Publicitaria, donde se desempeña hasta 1989. En 1990 fue nombrado presidente y gerente general de Mc Cann Erickson Uruguay y permanece en el cargo hasta 2003. De 2004 a 2006 fue vicepresidente regional latinoamericano de Mc Cann Worlgroup. A mediados de ese año retorna a Mc Cann Uruguay como presidente del directorio y consultor de la agencia.
Elbio Acuña fue fundador de Punto en 1964, agencia que en 1982 pasó a estar representada por Ogilvy Worldwide. Acuña fue autor de El libro de los clasificados, más conocido como el Gallito Luis, publicación con más de 50 años de historia.
Hoy, alejado de los temas operativos de la agencia, el publicista se dedica a la gestión de nuevos negocios, desarrollo de proyectos en el exterior y asesoramiento a clientes nacionales e internacionales.

Neo, la nueva apuesta digital de Punto
Fuente: el país Fecha: 18/12/2015

Con clientes propios y compartidos, la agencia hace foco en la innovación y estrategia online.
Más allá de lo que sugiere su apellido y su «parentezco» con la mítica Punto, Neo@Ogilvy busca ganar su lugar en el mercado publicitario, con una fórmula que combina pensamiento estratégico, innovación y medición de la performance de las campañas digitales. La flamante agencia tiene un vínculo directo con Punto: su oficina está en el mismo piso que la empresa liderada por Elbio Acuña (fundador y presidente) y Pablo Marqués (CEO), quienes son socios del novel emprendimiento. Pese a ello, apuesta a trabajar no solo con Punto sino con el resto del mercado —incluidas otras agencias— y para el exterior. «Neo está dentro del grupo Ogilvy Uruguay. Somos compañías hermanas, trabajamos juntas, pero también es una empresa independiente», definió Acuña. Marqués acotó que ambas agencias funcionan en el mismo plano, no solo desde el punto de vista edilicio sino también en su enfoque de la publicidad. «Estamos en el mismo lugar que es conectar a las marcas con los clientes desde distintas plataformas, entonces aprovechamos la estrategia, las historias de las marcas y todo lo que sabemos para profundizar en lo digital, y darle mucho más valor», destacó. La agencia digital tiene entre sus clientes a anunciantes que trabajan con Punto, como Casmu, Club Med y Santander, pero también a cuentas que no integran ese portafolio, como empresas financieras en Centroamérica.
Desmitificar miedos
Al frente del proyecto y del equipo de siete personas están Rodrigo Capdevielle y Sebastián Galli, quienes cuentan con experiencia en el mundo de la publicidad digital y el desarrollo de software. «En un momento en que el mercado está bajando un poco la velocidad y reestructurando equipos, nosotros estamos haciendo una apuesta armando una empresa nueva», valoró Capdevielle.
La dupla destacó que la agencia se apoya en los estándares de Neo@Ogilvy, una de las redes más importantes de publicidad digital a nivel global, que proclaman la innovación y el pensamiento estratégico. La visión integral de la comunicación online y offline es otra prioridad, marcada desde el inicio del trabajo con las marcas. «Neo está desde el principio de las reuniones con el cliente, estamos desde el día uno», remarcó Galli. En cuanto a los servicios, la agencia se especializa en soluciones de estrategia, creatividad, producción y seguimiento de las campañas online. Para los publicistas, el segmento digital ofrece un margen amplio para crecer. Basta ver que la inversión publicitaria digital va en crecimiento, llegando este año recién al 9% de la torta. Sin embargo, muchos anunciantes aún no asimilan las posibilidades que ofrece la publicidad online y por eso limitan los presupuestos o directamente no invierten, coincidieron. «Todavía el cliente tiene un poco de miedo de hacer grandes inversiones porque lo considera una apuesta (...) Falta capacitarlo más para que pueda animarse a invertir más y mejor», explicó Capdevielle.
Marqués observa que a nivel de las marcas todavía impera una visión donde la publicidad digital es presentada «como si fuera un showroom». Por el contrario, «ya pasó la etapa de decir 'estoy en digital' para que las marcas encuentren un retorno», opinó. En esa búsqueda, el reto de las agencias es poner a los clientes «en el camino del contenido y conectarlas con los consumidores», agregó. Lograr esa conexión demanda algunos pasos previos en el diseño de las campañas. Un aspecto clave es generar avisos que encajen con el perfil concreto de consumidores al que quiere hablarle la marca. Otro elemento es que el mensaje sea dinámico. «La campaña ya no la haces vos, la hace la gente. En realidad, tiras un estímulo, vas midiendo eso y ves cómo ir trabajando ese estímulo. Y ahí es donde Necesitás especialistas, gente que sepa qué puede pasar», comentó Marqués.
El medio digital ofrece múltiples herramientas para crear campañas y ajustarlas en base a lo que va funcionando, a bajo costo, explicaron Capdevielle y Galli. Es que ser dinámico es parte del secreto para hacer rendir la inversión online, remataron.

PUNTO OGILVY: 45 AÑOS DE PASIÓN CREATIVA
Fuente: latinspots Fecha: 27/03/2009

El próximo 30 de abril, **Punto Ogilvy** cumple 45 años. El balance de una de las agencias más grandes, creativas y exitosas de Uruguay es más que positivo. Solamente el año pasado sumaron clientes y reconocimientos, coronando el 2008 como Mejor Agencia de Uruguay en El Ojo de Iberoamérica. En esta nota, publicada completa en LatinSpots 86, **Pablo Marqués** hace un recorrido por los últimos años de Punto Ogilvy y, como presidente de AUDAP (Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad), analiza la situación en la cual se encuentra el mercado y anticipa que la crisis, por ahora es incertidumbre.
"Fue un año muy bueno, pero todo lo que ganamos no se compara con todo lo que perdimos", explica Pablo Marqués, socio y presidente de Punto Ogilvy refiriéndose a la prematura muerte de Juan Andrés Morandi, director de Planificación Estratégica de la agencia en octubre pasado. Si bien la tristeza sigue, el equipo sabe que la mejor manera de recordar a Juan es hacer lo que él hacía: buen trabajo, buena publicidad.

Hace 45 años nació una agencia en Uruguay llamada Punto, fundada por Elbio Acuña. Con esfuerzo, creatividad y frescura logró posicionarse como una de las agencias más innovadoras y sólidas del país. En 1982 se fusionó con Ogilvy & Mather y logró convertirse en la más local de las agencias internacionales y la más internacional de las agencias locales.
A continuación, parte de la entrevista con Pablo Marqués, presidente de Punto Ogilvy Uruguay:
-¿Cuál es el balance del año pasado para Punto Ogilvy?
-El 2008 fue muy raro para nosotros. Fue un año muy bueno y muy malo. Fuimos la agencia creativa del año, los clientes tuvieron una performance espectacular y nosotros somos una agencia orientada a resultados, entonces poder hacer esa combinación es una ecuación óptima. Somos una agencia integral, una agencia que tiene medios, tiene planners, tiene atención al cliente, con un taller gráfico dentro, con un área digital, otra de activación y un sector de Relaciones Públicas. Esto es importante para un mercado como el uruguayo, porque siendo una agencia integral podemos hacer diferentes ejecuciones con la misma estrategia de acuerdo a lo que cada proyecto necesite. Fue un año muy bueno, de crecimiento general. Además, fuimos por tercer año consecutivo la mejor agencia elegida por 300 clientes de Uruguay y ganamos muchos premios locales e internacionales. El Ojo fuimos reconocidos como la mejor agencia de Uruguay. Fue un año muy bueno. Pero todo lo que ganamos no se compara con todo lo que perdimos. Porque perdimos a Juan Andrés (Morandi, Jefe de Planning y Estrategia de la agencia). Pero estábamos fuertes y tuvimos la fortaleza anímica de salir adelante. Juan era muy importante por su capacidad y por sobre todo, por ser una persona excelente, era un tipo único. Fue un año difícil. Una agencia es un banco de emociones y eso es lo que hace que nuestro negocio sea tan emocionante. Hemos convivido con esos golpes. Pero sabemos que la mejor manera de recordar a Juan es hacer lo que él hacía: buen trabajo, buena publicidad.
-¿Cómo empezaron este nuevo año?
-El 2009 nos toma con un gran proyecto, ya que al comprar el Santander el ABN estamos inmersos en un proyecto gigante, son como dos cuentas en una. El año pasado hicimos una campaña grande y ahora vamos por más. Son planes muy grandes. Es un año donde no queremos pasar desapercibidos. Cumplimos 45 años y a pesar de la incertidumbre que genera la crisis, no queremos pasar desapercibidos, queremos mostrar todo lo que logramos en este tiempo.
-¿Cómo es una agencia que cumple nada menos que 45 años?
-Somos una agencia importante, estamos arriba. Punto está asociada Ogilvy desde 1982. Elbio (Acuña) es el socio accionista mayoritario, yo soy el otro socio. La clave es adaptarse y Elbio tuvo visión y tuvo la capacidad de adaptarse adelantándose siempre. Eso trae riesgos, me acuerdo que en los 80' cuando se hablaba del desarrollo de unidades dentro de las agencias, desarrollamos un área de Marketing Directo, otra de RR.PP, otra de Promociones. Hicimos eso en aquel momento, como se estaba haciendo en los mercados más grandes. Además, la agencia siempre se posicionó muy fuerte creativamente, siempre fuimos de las más premiadas, tuvimos mucha frescura, solidez para los clientes. La asociación con Ogilvy nos abrió las puertas a mercados internacionales. Nosotros somos una agencia con el 80% de clientes locales y el 20% restante, de Ogilvy. Es muy interesante, porque somos la mejor agencia internacional con mercado local y la mejor agencia local para mirar hacia fuera. O dicho con otras palabras, somos la más local de las agencias internacionales y la más internacional de las agencias locales.
-¿En qué momento se encuentra hoy la industria?
-La publicidad uruguaya tuvo grandes épocas: La primera etapa fue la de los fundadores, que era gente que salía de los medios, de las distintas artes, del teatro, del carnaval y entendían que la publicidad les permitía a los medios mantenerse. La segunda etapa fue la que desarrollaron el negocio, con un peso específico en las inversiones. Ahora llegamos a la etapa de la profesionalización pura. Otro cambio importante fue la compra de empresas uruguayas por parte de multinacionales, con todo lo bueno y lo malo que implica. Eso trajo otra dinámica. Además, la ética del riesgo en un país muy chico es compleja porque la capacidad de reacción no es muy grande y entonces, el mercado se vuelve táctico, la creatividad va por el lado de la gratificación inmediata, de las promociones. La apuesta al largo plazo, al branding, cuesta un poco más, pero con la profesionalización se fue consolidando. En el pasado, las cosas sucedían más por impulso, los dueños de las agencias y los anunciantes hablaban entre ellos y punto. El riesgo no estaba en los mandos medios. Hoy todo eso cambió.

INFORMACIÓN ADICIONAL

CONSTANCIA

CONSULTA DATOS REGISTRALES

Empresas y otras entidades unipersonales y pluripersonales

6906 VERSIÓN 00

DGI DIRECCIÓN GENERAL IMPOSITIVA

Tipo de Documento	RUC	Nro.	211142690013

Denominación	Nº de RUT
PUNTO S A	211142690013

Tipo de Entidad	Residente	País de Residencia
SOCIEDAD ANONIMA CON ACCIONES AL PORTADOR	Si	URUGUAY

Fecha de inscripción en DGI	Fecha Inicio/Reinicio Actividades
11/05/1981	11/05/1981

Nº Inscripción RNC	Fecha Inscripción RNC
0	/ /

Domicilio Constituído

Departamento	Localidad
MONTEVIDEO	MONTEVIDEO

Domicilio: PLAZA INDEPENDENCIA 831 0

TEXTO LIBRE PENT HOUSE OF 1301

Contactos

TELEFONO FIJO 29006070 CORREO ELECTRONI NELSON.VEGA@PUNTO.COM.UY

TELEFONO MOVIL 095532777

Domicilio Fiscal

Número de Local	Tipo de Local	Fecha de Inicio
1	PRINCIPAL	11/05/1981

Departamento	Localidad
MONTEVIDEO	MONTEVIDEO

Domicilio: PLAZA INDEPENDENCIA 831 0

TEXTO LIBRE P HOUSE OF 1301

Contactos

TELEFONO FIJO 29006070 CORREO ELECTRONI INFO@ESTUDIOGG.COM.UY

Actividad	Es Principal	Fecha Inicio
73100 PUBLICIDAD	Si	11/05/1981

CONSTANCIA

CONSULTA
DATOS REGISTRALES
Empresas y otras entidades unipersonales y pluripersonales

6906
VERSIÓN 00

DGI
DIRECCIÓN GENERAL
IMPOSITIVA

Tipo de Documento RUC **Nro.** 211142690013

UAG
62 MONTEVIDEO

Grupo	Fecha Inicio
CEDE	01/05/1988

Actividad	Es Principal
73100 PUBLICIDAD	Si

Obligación	Caracterísitica	Fecha Inicio
PATRIMONIO ENTIDAD	CONTRIBUYENTE	11/05/1981
IVA GENERAL	CONTRIBUYENTE	11/05/1981
IMP.RENTA ACT.ECONOMICAS	CONTRIBUYENTE	01/10/2007
IMP.CONSTITUCION SA	CONTRIBUYENTE	01/06/2002

Balance		Fecha Inicio
OTRAS ACTIVIDADES	30/ 9	11/05/1981

Condición	Fecha Inicio
RUPE PROVEEDOR DEL ESTADO	29/04/2013
EMISOR ELECTRONICO	01/05/2015

Vinculaciones

Tipo de Vínculo	RUT	Denominación	Fecha Inicio
TITULAR DIRECTOR	211932040010	MARQUES SANTIAGO PABLO EMILIO	23/11/1999
DIRECTOR REPRESENT. CONJUNTA	211932040010	MARQUES SANTIAGO PABLO EMILIO	24/10/2019
TITULAR DIRECTOR	215004610017	PETCHO JACUBOVSKI BRUNO SANTIAGO	24/10/2019
DIRECTOR REPRESENT. CONJUNTA	215004610017	PETCHO JACUBOVSKI BRUNO SANTIAGO	24/10/2019
ESCRIBANO	215566180015	LEON REISSIG DIEGO SEBASTIAN	24/10/2019

CONSTANCIA

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO ÚNICO TRIBUTARIO
Empresas y otras entidades unipersonales o pluripersonales

6951 VERSIÓN 00

DIRECCIÓN GENERAL IMPOSITIVA

Fecha de emisión de la constancia: 10/05/2021 14:52

Denominación	Nº de RUT
PUNTO S A	211142690013

Nº de local	Tipo de local	Fecha de Inicio
1	PRINCIPAL	11/05/1981

Residente	Establecimiento permanente	Unidad Administrativa de Gestión	Grupo
Si		MONTEVIDEO	CEDE

Domicilio FISCAL

Departamento	Localidad
MONTEVIDEO	MONTEVIDEO

Calle	Nro.Puerta	Bis	Nro. Ap.	Código Postal
PLAZA INDEPENDENCIA	831		0	0

Complemento	
TEXTO LIBRE	P HOUSE OF 1301

Domicilio CONSTITUIDO

Departamento	Localidad
MONTEVIDEO	MONTEVIDEO

Calle	Nro.Puerta	Bis	Nro. Ap.	Código Postal
PLAZA INDEPENDENCIA	831		0	0

Complemento	
TEXTO LIBRE	PENT HOUSE OF 1301

Actos y Fechas de Vigencia

Acto	Fecha de vigencia	Procedencia	Fecha de Presentación
INSCRIPCION	11/05/1981	MIGRACION	11/05/1981
MODIFICACION	24/10/2019	PRESENCIAL	14/02/2020

Períodos de Actividad

Fecha de inicio/reinicio de actividades	Fecha de cancelación de actividades
11/05/1981	/ /

Fuente: Empresa

DGI Dirección General Impositiva

DECLARACIÓN DE IMPUESTOS

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO (IVA) - RESPONSABLES

ANTICIPOS DE IRAE, IMPUESTO AL PATRIMONIO e ICOSA

Exclusivamente para Grandes Contribuyentes y CEDE

2176

VERSIÓN 05

R U B R O 1 - IDENTIFICACIÓN

Nombre 1	PUNTO S A			Nº RUT 2	211142690013
Original 3	[X]	Reliquidación 4	[ ]	Período 7	2021-03
Tipo Envío	Medio Magnético 8 [ ]	WEB 9 [ ]	Nº/CRC 10	1562/ 4908028	Nº Documento 11 8601680

Pág. 1

R U B R O 2 - IVA (Cód. Impuesto 545)

R U B R O 2.1 - IVA REGÍMENES ESPECIALES (FFH Y OTROS)

No Gravadas (Exentas y No Comp)	(208)	0				
De Exportación y Asimiladas	(209)	0				
Con IVA en Suspenso	(210)	0				
Gravadas Tasa Mínima	(211)	0		IVA V.T.Min.	(215)	0
Gravadas Tasa Básica	(212)	0		IVA V.T.Bas.	(216)	0
	(213)	0			(217)	0
Total (Cód. 208 a 213)	(214)	0		Total	(218)	0
Créd.Prod.Agro (Art.20,Dec.219/02)			(250)	0		
IVA Comp.Deducible por Oper Grav			(219)	0		
Créd. Excedente del mes ant.DJ Nro	(220)	0	(221)	0		
IVA Comp. por Dif. Tasas					(251)	0
IVA Comp.Dif.Tasas al Reg.Gral.					(252)	0
Crédito Exc. que pasa al próx. mes	(222)	0		Impuesto	(223)	0
IVA Comp.Ded. por Op. Exp.y Asim.			(227)	0		
Créd. que pasa al Cód.51 Rubro 2.2	(244)	0		Saldo a Cod.50	(243)	0

CÁLCULO DE IVA COMPRAS DEDUCIBLE DE REGÍMENES ESPECIALES (FFH Y OTROS)

Ventas e ingresos netos acumulados desde el inicio del ejercicio hasta el mes que se declara.		%
No Gravadas	0	0,00
De Exportación y Asimiladas	0	0,00
Con IVA en Suspenso	0	0,00
Gravadas	0	0,00
TOTALES	0	0,00

IVA COMPRAS DE REGÍMENES ESPECIALES (FFH Y OTROS)

Por Operaciones	Acum.Hasta Mes Actual	Acum .Hasta Mes Anterior	Del Mes	Directo del Mes	Total del Mes
No Gravadas	0	0	0	0	0
De Exp.y Asim.	0	0	0	0	0
C/IVA en Susp.	0	0	0	0	0
Gravadas	0	0	0	0	0
					(61)
TOTALES	0	0	0	0	0

Se adjunta documentación.

Fuente: Empresa

PRODUCTOS / SERVICIOS / ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO

Servicios:

- Planificación estratégica
- Soluciones creativas
- Marketing Digital
- E-commerce
- Social Commerce
- Data & BI
- Influencers Marketing
- Planificación y compra de medios

CERTIFICACIONES

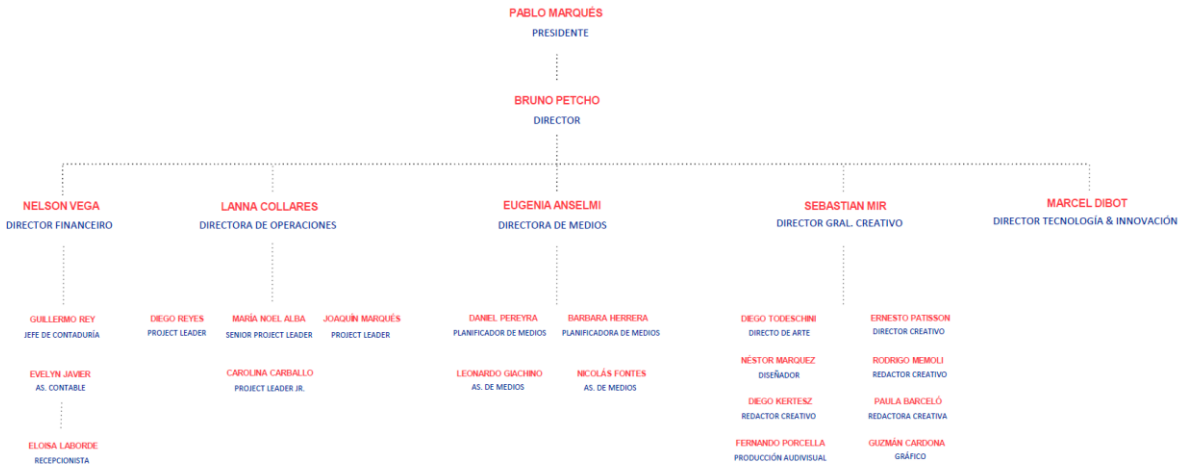
Certificaciones de Calidad

No declara.

Distinciones Obtenidas

No se detectó información.

ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA



Fuente: Empresa

EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total del Personal
2019	11	8	6	**25**
2020	9	7	6	**22**
2021	10	8	6	**24**

Se adjunta documentación.

Fuente: Empresa

PERSONAL SUBCONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total del Personal
2019	2	0	1	**3**
2020	2	0	1	**3**
2021	2	0	1	**3**

Fuente: Empresa

Estructura Societaria y Vinculaciones

Socios / Accionistas

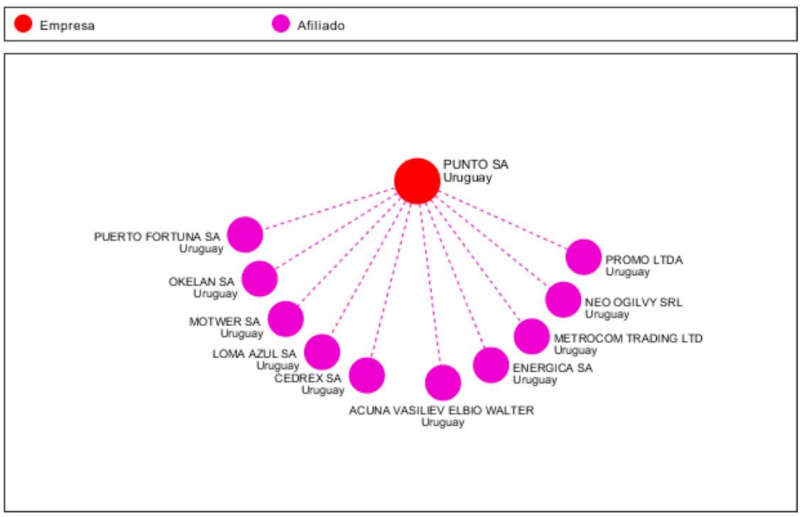
Nombre y Apellido	Nacionalidad	Tax ID	%
PABLO MARQUES	Uruguay	1.525.002-4	55
BRUNO PETCHO	Uruguay	4.412.919-1	20
ELBIO ACUÑA	Uruguay	885.430-6	15
RODRIGO PETCHO	Uruguay	4.121.121-4	10

Fuente: Empresa

Vinculaciones / Empresas Relacionadas

N°	Razón Social	Nacionalidad	Tax ID	Tipo de Relación
1	**OGILVY & MATHER WORLDWIDE**	Reino Unido	N/A	N/A
2	**GRUPO PUNTO**	Uruguay	N/A	N/A

Fuente: Empresa



Fuente: Externa

Directivos

Nombre y Apellido	Nacionalidad	Tax ID	Cargo
PABLO MARQUES	Uruguay	1.525.002-4	Director
BRUNO PETCHO	Uruguay	4.412.919-1	Director

Fuente: Empresa

Situación Comercial

SEGUROS

Tipo de Seguro	Compañía aseguradora	Nro. de Póliza	Suma Asegurada	Moneda
INCENDIO DE PROP. HORIZONTAL	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	41829891/3	$ 1 500 000	Dólar
INCENDIO DE CONTENIDO	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	41826791/2	$ 350 000	Dólar
AUTOM. DAÑOS,HURTO, INCEN Y RC	PORTO SEGURO	108667	$ 23 000	Dólar
TODO RIESGO EQUIPOS Y OBJETOS	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	1161001/1	$ 3 990	Dólar
ACCIDENTES DE TRABAJO-OBLIGAT	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	5128715	1	Pesos Uruguayos

Fuente: Empresa

MARCAS / PATENTES / LICENCIAS

No se detectó información.

PROVEEDORES

No declara.

CLIENTES

CLIENTES

Fuente: Web

COMPRAS ANUALES

Mes / Año	Compras	Moneda
09-2020	$ 9 419 568	Pesos Uruguayos

Fuente: Empresa

VENTAS A DIRECTV

Información no proporcionada.

Situación Bancaria

SITUACIÓN BANCARIA

No registra deuda bancaria en mora.

Fuente: Externa

CHEQUES RECHAZADOS

No registra cheques rechazados.

Fuente: Externa

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO

No tiene Deuda.

Fuente: Externa

ENTIDADES BANCARIAS

Banco	**: BANCO SANTANDER**
Identificador global	: P0757047
SWIFT	: BSCHUYMM

Fuente: Externa

Situación Judicial

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDADO/DEMANDANTE (*)

No se registran juicios en su contra ni tampoco reclamos.

Fuente: Externa

Compliance

ANÁLISIS DE COMPLIANCE

SEARCH CRITERIA

Datos consultados: PUNTO S.A. - 211142690013
Fecha: 12/05/2021

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: PETCHO BRUNO - 44129191
Fecha: 12/05/2021

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: MARQUES PABLO - 15250024
Fecha: 12/05/2021

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: ACUÑA ELBIO - 8854306
Fecha: 12/05/2021

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: PETCHO RODRIGO - 41211214
Fecha: 12/05/2021

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.

INFORMACIÓN DE PRENSA

No se detectó información de prensa negativa.

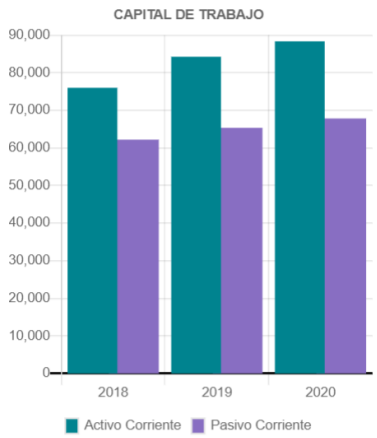
Estados Contables

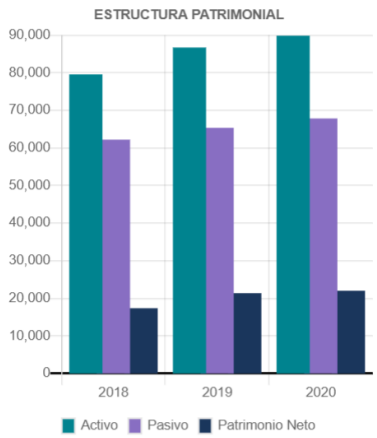
EJERCICIOS 2018/2019/2020

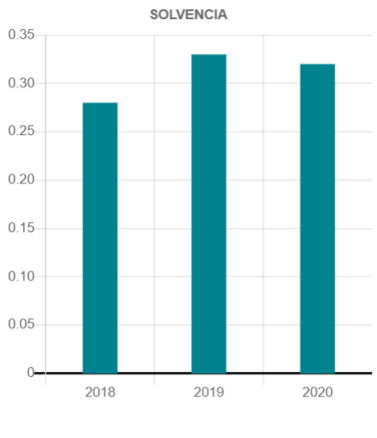
Activo

Fecha Balance	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2020
Caja y Banco	6 339	6 352	4 959
Inversion Corriente	0	0	0
Anc Creditos Por Ventas	69 643	77 885	83 378
Otros Créditos	0	0	0
Bienes Cambio	0	0	0
Bienes Intangibles	0	0	0
Otros Activos Corrientes	0	0	0
Total Activo Corriente	75 982	84 237	88 338
Credito Por Venta	0	0	0
Otros Créditos No Corrientes	0	0	0
Otras Inversiones No Corrientes	0	0	0
Bienes De Uso Valor De Origen	3 909	2 688	1 639
Depreciación Acumulada	355	244	149
Bienes De Uso	3 553	2 444	1 490
Activos Intangibles	11	8	4
Otros Activos No Corrientes	0	0	0
Total Activo No Corriente	3 564	2 451	1 494
Total Activo	79 546	86 688	89 832

Montos expresados en miles de Pesos Uruguayos



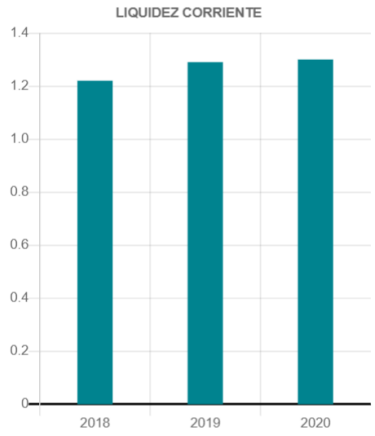


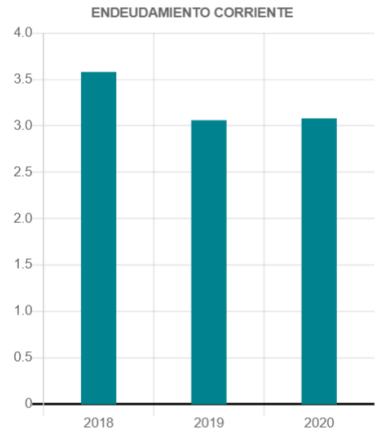


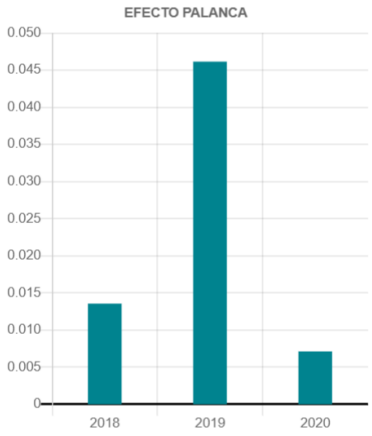
Pasivo / Patrimonio Neto

Fecha Balance	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2020
Cuentas Por Pagar (Deudas Comerciales)	62 189	64 758	67 634
Prestamos (Deudas Bancarias)	2	575	187
Remuneraciones Y Cargas Sociales	0	0	0
Cargas Fiscales	0	0	0
Anticipos Clientes	0	0	0
Otros Pasivos	0	0	0
Total Pasivo Corriente	62 191	65 333	67 822
Cuentas Por Pagar	0	0	0
Prestamos	0	0	0
Deudas Fiscales	0	0	0
Otros Pasivos (No Corrientes)	0	0	0
Previsiones	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	0	0	0
Total Pasivo	62 191	65 333	67 822
Capital Social	1 200	1 200	1 200
Resultados No Asignados	16 156	20 155	20 810
Patrimonio Neto	17 356	21 355	22 010

Montos expresados en miles de Pesos Uruguayos



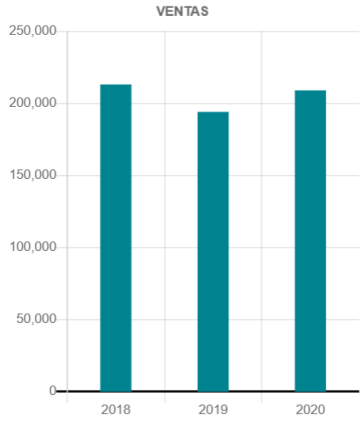


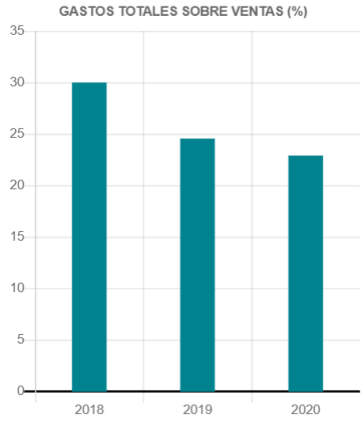


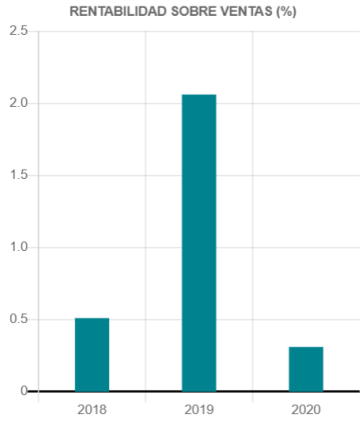
Estado de Resultados

Fecha Balance	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2020
Ventas	212 997	193 973	208 878
Compras Del Ejercicio	10 449	9 762	9 420
Costos de las mercaderías, productos, servicios vendidos	147 740	142 470	160 684
Resultado Bruto	65 257	51 503	48 194
Amortizaciones	1 025	693	432
Gastos de Comercialización	63 919	47 459	47 508
Gastos de Administración	0	0	0
Gastos Financieros	0	191	365
Otros Ingresos	0	601	1 010
Otros Egresos	0	0	0
Resultados financieros y por tenencia (incluyendo result.por exposición a inflación)	1 203	806	418
Impuesto A Las Ganancias	1 463	1 260	1 111
Resultado	1 078	4 000	639

Montos expresados en miles de Pesos Uruguayos







Índices de Gestión

Fecha Balance	30/09/2018	30/09/2019	30/09/2020
Liquidez Corriente Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,22	1,29	1,30
LIQUIDEZ SECA (Acida) (Act.Corriente - Bs.Cambio) / Pas.Corriente	1,22	1,29	1,30
Endeudamiento Corriente Pasivo Corriente / Patrimonio Neto	3,58	3,06	3,08
Endeudamiento Activo Fijo Pasivo No Corriente / Bs. de Uso	0,00	0,00	0,00
Solvencia Patrimonial Patrimonio Neto / Pasivo Total	0,28	0,33	0,32
Capital De Trabajo Activo Corriente - Pasivo Corriente	13 791,36	18 904,11	20 516,00
Inversiones De Bienes De Uso Patrimonio Neto / Bs. de Uso	4,88	8,74	14,77
Margen Bruto (Utilidad Bruta / Ventas) * 100	30,64	26,55	23,07
Margen Neto (Utilidad Neta / Ventas) * 100	0,51	2,06	0,31
Retorno Sobre Patrimonio Utilidad Neta / Patrimonio Neto	0,06	0,19	0,03
Rotacion De Activos Ventas / Activo Total	2,68	2,24	2,33
Rotacion Activo Fijo Ventas / Bs. de Uso	59,94	79,38	140,17
RENTABILIDAD S/ACTIVO (Utilidad Neta / Activo Total) * 100	1,36	4,61	0,71
EBITDA / PASIVO (Resultado del ejercicio + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Pasivo Total	0,06	0,09	0,04
Rotacion De Creditos Ventas / Creditos por Ventas	3,06	2,49	2,51
Rotacion De Inventarios Costo Mercaderías / Bs.de Cambio	0,00	0,00	0,00
PRESTAMOS / P.N. Prestamos / Patrimonio Neto	0,00	0,03	0,01
PRESTAMOS / (VENTAS/12) Prestamos / (Ventas / 12)	0,00	0,00	0,00

Montos expresados en miles de Pesos Uruguayos

Comentarios sobre los Estados Contables

Para el análisis de la situación Económica Financiera y Patrimonial del cliente se utilizaron los Estados Contables correspondientes a los ejercicios 2018, 2019 y 2020 (fecha de cierre 30/09). Aclaraciones previas: Información auditada sin salvedades.

Moneda: Pesos Uruguayos

Principales indicadores

Económicos:

- El ejercicio cerrado a 09/2020 mostró una Facturación total de $208.8 Millones (aprox U$S4.7 Millones), cifra que al compararla con las Ventas del ejercicio anterior evidencia un crecimiento interanual del 7.7%.
- El Costo Directo incrementó del 73.4% al 76.9% su incidencia sobre las Ventas, mientras que los Gastos de Estructura disminuyeron del 24.6% al 22.9% su participación, determinando un Quebrando Operativo Neto de -$789 Mil (-0.38% s/ventas) vs $2.6 Millones (1.34%s/ventas) en el ejercicio anterior.
- Se registraron Otros Ingresos por $1.4 Millones correspondientes a Venta de Bienes de Uso y a Resultados Financieros.
- De acuerdo con lo expuesto, la compañía mostró un Resultado Final de $639 Mil (0.3% s/ventas) vs $3.9 Millones (2.1% s/ventas) en el ejercicio anterior.

En resumen, la compañía mantuvo una ajustada situación económica, con Costos elevados y un reducido Resultado Final.

Financieros:

- El indicador de Liquidez Corriente pasó de 1.29 a 1.30, manteniéndose dentro de parámetros aceptables.
- El Capital de Trabajo mostró un saldo de $20.5 Millones, representando el 23% del Activo, considerándose razonable la relación.

En resumen, la situación Financiera a 09/2020 se considera aceptable, con niveles de Liquidez Corriente y de Capital de Trabajo razonables.

Patrimoniales:

- El Patrimonio Neto a 09/2020 fue de $22 Millones vs $21.3 Millones en el ejercicio anterior.
- Del total del PN $1.2 Millones corresponden a Capital y a Ajustes de Capital, considerándose reducida su conformación.
- La estructura de financiamiento mostraba que el Pasivo representaba el 75.5% del Activo, siendo las obligaciones comerciales la principal fuente de apalancamiento.
- La sociedad mantuvo en los tres ejercicios analizados un elevado nivel de Endeudamiento Corriente (3.08 en 2020) y una baja Solvencia (0.32).

En resumen, la situación Patrimonial a 09/2020 era inadecuada, con una reducida Capitalización del PN y niveles insatisfactorios de Solvencia y de Endeudamiento Corriente.

Períodos Analizados				2018/2019/2020			
Concepto	Expresado por	Valor	Grade	Concepto	Expresado por	Valor	Grade
Analisis Patrimonial				**Analisis Financiero**			
Solvencia	ratio	0,32	1	Liquidez corriente	ratio	1,29	7
Endeudamiento corriente	ratio	3,13	1	Liquidez acida	ratio	1,29	10
Capital corriente	%	22,1%	6	Rotación del pasivo corriente días	días	344	1
Activo no Cte sobre Activo	%	2,2%	10	Rotación de las cuentas a cobrar	días	118	6
Financiación del activo no cte.	ratio	12,54	10	Efecto Palanca	ratio	0,02	3
Deuda bancaria sobre Pasivo	%	0,4%	10	**Analisis de Eficiencia**			
Deudas Comerciales sobre Pasivo	%	99,6%	1	Gastos Financieros sobre Ventas	%	0,1%	10
Análisis de rentabilidad				Gastos Comerciales sobre Ventas	%	23,8%	4
Rentabilidad de la inversión total	%	6,4%	4	Gastos Administración sobre Ventas	%	0,0%	10
Rentabilidad ordinaria de la inversión	%	13,3%	5	Gastos Totales sobre Ventas	%	24,0%	9
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	%	3,2%	2	Vida restante de Bienes de Uso	años	3	3
Resultado bruto sobre ventas	%	24,5%	4	Rotación de bienes de cambio	días	-	10
Rentabilidad sobre Ventas	%	0,7%	2	Rotación del activo	veces	2,36	3
Costo del financiamiento	%	0,4%	10	Total			
Rentabilidad Operativa	%	0,0%	1	51,51			
EBITDA/Ventas	%	1,7%	2				
EBITDA/Intereses	%		10				

