DOSSIER FIDELITAS

Fidelitas

OGILVY Y MATHER ARGENTINA S.A.

Informe realizado a pedido de DIRECTV ARGENTINA S.A.

Argentina

Julio 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 DIRECTV ARGENTINA S.A.

Historial de clasificaciones y límites

OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A. es una agencia de publicidad integral perteneciente al Grupo multinacional británico WPP PLC, considerada como una de las compañías publicidad más grande del mundo. La empresa fue constituida el 14/08/1956 y está localizada en Ciudad Autónoma De Buenos Aires. No informa accionistas ni número de empleados, pero según fuentes externas, cuenta con aproximadamente 110. Sus principales directivos no registran antecedentes comerciales negativos a título personal. Tiene afiliación vigente con SWISS MEDICAL ART. No registra deuda bancaria en mora ni tampoco cheques rechazados por Sin Fondos. No se registran juicios en su contra ni tampoco reclamos. No se detectó información de Prensa Negativa o cuestiones de Ética Corporativa.

Ante la negativa de la empresa de enviar los Estados Contables de la sociedad analizada, recibimos los Estados Contables consolidados de WPP PLC y sus subsidiarias (el Grupo), que no necesariamente reflejan la realidad de la entidad jurídica objeto del análisis. El Grupo presentó a 12/2020 una inadecuada performance económica, exhibiendo una Perdida Final de -£2.919 Millones, equivalente al -24.3% s/ventas vs la Ganancia Final de £717.9 Millones (5.4 s/ventas) en 2019, debido principalmente al aumento de los Gastos Administrativos. Además, el Grupo viene presentando caída en sus Ventas desde el ejercicio 2018 (£15.602 Millones en 2018, £13.234 Millones en 2019 y £12.002 Millones en 2020). Desde el punto de vista financiero, presentó una ligera mejora, sin embargo, su situación sigue siendo ajustada: el indicador de Liquidez Corriente pasó de 0.99 a 1.04, y el Capital de Trabajo mostró un saldo de £870 Millones vs - £179 Millones en el ejercicio anterior. La situación patrimonial resultaba debilitada en función del bajo nivel de Solvencia (se redujo de 0.27 a la actual 0.17) y del elevado Endeudamiento Corriente (pasó de 2.85 a 4.48).

En línea con lo expuesto, no se identificaron aspectos que impidan la relación comercial con la empresa analizada, sin embargo, recomendamos operar con cierta cautela debido a la falta de información por parte de la empresa.

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 6

OTRAS PUBLICACIONES 7

INFORMACIÓN ADICIONAL 9

PRODUCTOS / SERVICIOS / ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO 11

CERTIFICACIONES 11

CERTIFICACIONES DE CALIDAD 11

DISTINCIONES OBTENIDAS 11

ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA 15

EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO 15

ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES 16

SOCIOS / ACCIONISTAS 16

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS 16

DIRECTIVOS 16

ANTECEDENTES DE PRINCIPALES DIRECTIVOS 16

SITUACIÓN COMERCIAL 18

SEGUROS 18

MARCAS / PATENTES / LICENCIAS 18

PROVEEDORES 18

CLIENTES 19

COMPRAS ANUALES 19

VENTAS A DIRECTV 19

SITUACIÓN BANCARIA 20

SITUACIÓN BANCARIA 20
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

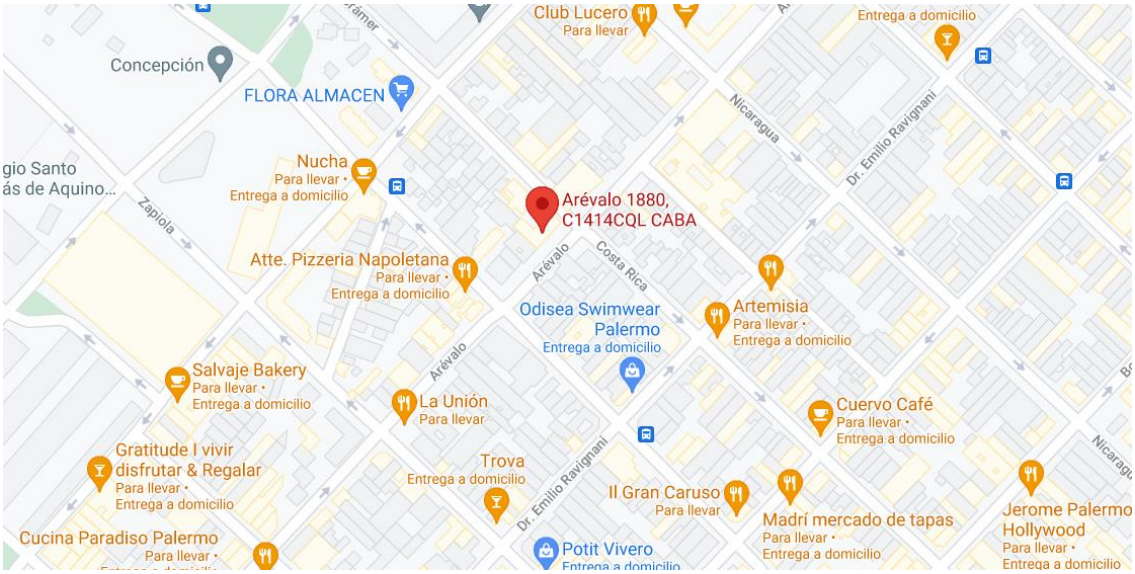
ESTADOS CONTABLES 24
EJERCICIOS 2018/2019/2020 24
ACTIVO 24
PASIVO / PATRIMONIO NETO 25
ESTADO DE RESULTADOS 26
ÍNDICES DE GESTIÓN 27
COMENTARIOS SOBRE LOS ESTADOS CONTABLES 28

DATOS PRINCIPALES

CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS

Razón Social	OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A.
CUIT	30-54068148-8.
Domicilio	AREVALO 1880, (1414), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Posibles teléfonos	(011) 4779-4300 - 1143226637 - 1143254847 - 1143254848 - 1143254851 - 1143944023 - 43237000
Actividad	731009 - SERVICIOS DE PUBLICIDAD N.C.P. 731001 - SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN DE TIEMPO Y ESPACIO PUBLICITARIO
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA
Fecha de Contrato Social	14/08/1956
Capital	$ 4 802 592
Patrimonio neto al 2020	$ 5 166 400 000
Cantidad Empleados	110 Aprox.
Domicilio Legal	AREVALO 1880, (1414), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Otros posibles domicilios, vinculados, o eventuales.	ARÉVALO 1880 CERRITO 1130 Piso 5 Depto B SARMIENTO 00700, (1041), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

Fuente: Externa.



Fuente: Externa.

RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES

Ogilvy, es una compañía que fue fundada por David Ogilvy en 1948. Hoy en día, se encuentra en 83 países y cuenta con 132 oficinas.

Es una empresa que abre la puerta de entrada a una red creativa, renovada para hacer que las marcas importen en un mundo complejo, ruidoso e hiperconectado.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

No se detectó información.

ACTIVOS

Inmuebles / Rodados

No declara.

PUBLICACIONES OFICIALES

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 18/09/2019

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Cuit: 30-54068148-8 - Comunica que por Acta de Asamblea General Ordinaria de fecha 22/05/2019 se designó el siguiente directorio: Presidente: Leandro Nicolas Berrone, Vicepresidente: Ignacio Barba y Director Suplente: Maximiliano Martin Maddalena, todos con domicilio especial en Arévalo 1880 CABA. Cesa Martin Muller como Director Suplente. Autorizado segun instrumento privado ACTA DE ASAMBLEA de fecha 22/05/2019 Magdalena Pologna - T°: 69 F°: 685 C.P.A.C.F. e. 18/09/2019 N° 69982/19 v. 18/09/2019 Fecha de publicacion 18/09/2019

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 13/06/2018

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Comunica que: por Acta de Asamblea ordinaria del 06/12/2017 se designaron los siguientes cargos: presidente: Leandro Nicolas Berrone, vicepresidente: Ignacio Barba, y director suplente: Martin Muller, quienes constituyeron domicilio especial en la calle Arévalo 1880, Ciudad Autonoma de Buenos Aires. Autorizado segun instrumento privado Acta de Asamblea de fecha 06/12/2017 Magdalena Pologna - T°: 69 F°: 685 C.P.A.C.F. e. 13/06/2018 N° 41905/18 v. 13/06/2018

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 16/06/2017

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Comunica que por Reunion de Directorio y Reunion de Asamblea del 31/03/2017, se resolvio aceptar la renuncia del Sr. German Yunes a su cargo de Presidente y Director Titular de la Sociedad y designar al Sr. Leandro Nicolas Berrone en su reemplazo quien constituye domicilio en Arévalo 1880, CABA. Autorizado segun instrumento privado Reunion de Directorio y Asamblea de fecha 31/03/2017. Magdalena Pologna - T°: 69 F°: 685 C.P.A.C.F. e. 16/06/2017 N° 41808/17 v. 16/06/2017

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 27/01/2017

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Por Asamblea del 19/08/2016 se resolvio designar a German Eduardo Yunes como Presidente, Ignacio Barba como Vicepresidente y Martin Muller como Director Suplente. Todos ellos constituyen domicilio en Arévalo 1880, CABA. Autorizado segun instrumento privado Asamblea de fecha 19/08/2016 Magdalena Pologna - T°: 69 F°: 685 C.P.A.C.F. e. 27/01/2017 N° 4303/17 v. 27/01/2017

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 25/08/2015

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Por Asamblea General Ordinaria del 30/07/2015 reeligió a German Eduardo Yunes como Presidente, a Ignacio Barba como Vicepresidente, y a Martin Muller como Director Suplente, todos con domicilio especial en Arévalo 1880, C.A.B.A. Se deja constancia de que no hay directores cesantes. Autorizado segun instrumento privado Acta de Asamblea de fecha 30/07/2015 VALERIA ELIZABETH KUHN - T°: 110 F°: 11 C.P.A.C.F. e. 25/08/2015 N° 138404/15 v. 25/08/2015

Provincia: CIUDAD DE BUENOS AIRES Fecha: 30/09/2014

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A. Comunica que por Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 13.06.2014 reeligió a German Eduardo Yunes como Presidente, a Ignacio Barba como Vicepresidente, y a Martin Muller como Director Suplente, todos con domicilio especial en Arévalo 1880, C.A.B.A. Autorizado segun instrumento privado Asamblea de fecha 13/06/2014. Lisandro Cavagna Tº: 98 Fº: 984 C.P.A.C.F. e. 30/09/2014 Nº 73069/14 v. 30/09/2014

Provincia: CIUDAD DE BUENOS AIRES Fecha: 11/07/2013

OGILVY & MATHER ARGENTINA S.A - 141 BONTA S.A. A los fines dispuestos por el artículo 83 inciso 3º Ley 19.550 se hace saber por tres días la fusión celebrada entre Ogilvy & Mather Argentina S.A. y 141 Bonta S.A. Sociedad Absorbente: Ogilvy & Mather Argentina S.A., Sede Social: Arévalo 1880, ciudad de Buenos Aires, inscripta en el Registro Público de Comercio con fecha 14.8.1956, Nº 1553, Fº 224, Lº 50, Tº A de Estatutos Nacionales. Sociedad Absorbida: 141 Bonta S.A., Sede Social: Maipú 1210, piso 5º, ciudad de Buenos Aires, inscripta en el Registro Público de Comercio el 5.8.2004, Nº 9585, Lº 25, Tº - de Sociedades por Acciones. Fusión: Ogilvy & Mather Argentina S.A. absorbe a 141 Bonta S.A., la que se disuelve sin liquidarse, de acuerdo al Compromiso Previo de Fusión suscripto entre los representantes de ambas sociedades el 13.3.2013 y aprobado por Asambleas de Accionistas de ambas sociedades el 12.4.2013. La fusión se efectúa en base a los balances especiales al 31.12.2012, fecha en la cual las valuaciones de las sociedades eran: Ogilvy & Mather Argentina S.A: Activo Total: $ 98.261.331 y Pasivo Total: $ 59.831.377 y 141 Bonta S.A.: Activo Total: $ 2.738.714 y Pasivo Total: $ 4.071.797. La Sociedad Absorbente por Asamblea Extraordinaria del 12.4.2013: (a) modifica el artículo primero de su estatuto social referido a su denominación social, dejando constancia de que Ogilvy & Mather Argentina S.A. es continuadora por fusión por absorción de 141 Bonta S.A. y que tiene su domicilio legal en la ciudad de Buenos Aires, (b) aumenta el capital social en $ 345.166 es decir de $ 4.457.426 a $ 4.802.592, y modifica en consecuencia el artículo cuarto de su estatuto social, y (c) designa el siguiente Directorio: Presidente: German Eduardo Yunes, Vicepresidente: Ignacio Barba, Director Titular: Olav von Allwoerden y Director Suplente: Martin Muller, todos con domicilio especial en Arévalo 1880, ciudad de Buenos Aires. Reclamos de Ley: Maipú 1210, Piso 5º, ciudad de Buenos Aires. Atención: Dres. Jorge Raul Postiglione / Magdalena Pologna. Autorizado segun instrumento privado Actas de Asamblea de ambas sociedades de fecha 12/04/2013. Magdalena Pologna Tº: 69 Fº: 685 C.P.A.C.F. e. 11/07/2013 Nº 52043/13 v. 15/07/2013

OTRAS PUBLICACIONES

"Hoy la clave es administrar el silencio"
Fuente: forbesargentina Fecha: 26/10/2018

El CEO de Ogilvy Latina Sur hace un balance de los 70 años de la agencia y habla acerca de los cambios que trajo la tecnología en la comunicación. Las dudas sobre el Big Data.

Falta un día para el aniversario oficial de los 70 años de **Ogilvy & Mather** y en la sede local de la agencia, en pleno corazón de Palermo, se ve el típico revuelo previo a una fiesta. En el medio de los preparativos, **Leandro Berrone** CEO desde hace un año y medió se sienta a charlar con FORBES sobre la visión del fundador, considerado "el padre de la publicidad", y las promociones en la construcción de marca, entre otros temas.

¿Qué tipo de balance hace de los 70 años de la agencia?

A medida que la conozco más, veo que Ogilvy tiene un montón de cosas mágicas que hacen que haya vivido 70 años. Esta es una industria con barreras de entrada bajas, pero después de varios cambios de manos, accionistas, después en WPP, etcétera, sobrevive y sigue siendo muy competitiva. ¿Qué hace que una organización tenga esa habilidad, ese valor intrínseco de que, muerto su fundador, siga siendo muy relevante Hoy la agencia continúa siendo muy grande a nivel global, siempre en el top 3 de las grandes publicitarias. La respuesta es que tiene que ver con esta visión de David Ogilvy y la naturaleza de integrar diferentes disciplinas a la hora de pensar la comunicación.

¿Esa visión de Ogilvy se mantiene aún hoy?

Sí, claro. El tipo fundó esta empresa a sus 30 años y encima en los Estados Unidos, ni siquiera en su país. Era un vendedor de estufas y cocinas, productos muy caros en aquel entonces. Él creía mucho en la forma de influenciar, de escribir, de testear cada vez que vendía y ver qué cosa funcionaba mejor. Y de crear contenido alrededor del producto. Fue casi el primer publicista que puso tanto foco en el marketing directo, el uno a uno. Era un gran creyente en el poder del mensaje, en la calidad de crear personalidades de marca que sean sustentables en el tiempo, de hacer piezas publicitarias que no tengan que ser reemplazadas al toque. Él decía: "Uno no le habla a un ejército fijo, le habla a una marea de gente. Todo el tiempo esa marea cambia, y una misma pieza publicitaria puede vivir muchísimos años".

¿Y cómo está la agencia en el país?

Este es un buen año para nosotros, muy positivo. Vamos a crecer como hace tiempo no crecemos, y tenemos una mayor cantidad de clientes locales, es decir, que no vienen por un acuerdo internacional. Y varios de ellos son de exportación, porque vendemos en diversos mercados. Esto se traslada a números de facturación y en la expansión del margen que nos da salud financiera. Y después medimos la satisfacción del cliente y la calidad de los trabajos creados.

¿Cómo lo mideñ

Estamos empezando a encontrar el ciclo virtuoso. Y después de una etapa de mucho fraccionamiento de agencia, en la que muchos clientes tenían muchas agencias, se está volviendo a valorar a equipos más reducidos con objetivos más complejos. De agencias que tienen la habilidad de construir integralidad. Me refiero a dos vectores importantes. Uno es el de las disciplinas múltiples de marketing moderno, donde tenemos la escala como para estar en diferentes espacios: customer engagement, commerce, pauta, PR, digital, business intelligence... Y el otro vector es la línea de tiempo. Es decir, cómo ayudar a los clientes a construir relevancia en corto, mediano y largo plazo bajo una línea editorial que sea relevante y se alimente constantemente de la creatividad de las ideas que sostienen la relevancia.

En las épocas de recesión como estas, aparece la comunicación de promociones.

Tiene que ver con el ADN de cada marca, lo que la construye en el largo plazo. Y la realidad es que ninguna gran marca vive de promos. Yo fui cliente, trabajé con marcas muy cuidadas, como Dove y Heineken, con mucho prestigio, que cuidaban

extremadamente no vender gran parte de su volumen en promoción. Cuantas más promociones de marca, más barata la hacés. Si todo el tiempo digo que regalo lo mío, lo mío pierde valor.
¿Cómo cambió su negocio con la irrupción digital?
Hay ventanas de exhibición nuevas para tu mensaje, y después el formato que vas a usar para ese mensaje: qué decir, cuándo y cómo decirlo. Cambió mucho el dónde decirlo, algo el cómo, y creo que se dejó de pensar en el qué decir. Siempre hablo de las grandes plataformas que nacieron digitales, pero también hoy vas por Panamericana y tenés 3 o 4 vías públicas de series de Netflix. ¿Por qué no viven convirtiendo banners y haciendo Programmatic? Las nuevas ventanas trajeron nuevos formatos de métricas, pero no es nuevo, porque la idea de medir es natural al hombre. Medir es control, y eso te da poder de predecir.
Después tomó mucho poder el mensaje en redes sociales, la comunicación “real time”.
Sí, hace cuatro años era lo más hacer real time marketing, donde todo el mundo tenía equipos leyendo el diario a las 4 de la mañana para ver si tiraban un tweet relevante. Ahora eso dejó de ser lo más, y la clave pasa por administrar el silencio. Porque tanto ruido no permite construir un mensaje de marca consistente. Si haces 1.200 piezas creativas al año, la podes pegar con tres, pero habrá 1.197 donde no la pegaste. Pero la realidad es que la gente escucha esas 1.197. Hay un re pensamiento de los modelos.
¿Eso también incluye el big data
Ya la data misma y el tipo de data que usas sugieren una hipótesis, que requiere un pensamiento estratégico profundo. Hace 30 o 40 años un montón de máquinas de producción en serie aceleraron sus capacidades técnicas, pasaron de hacer 200 botellas por minuto a hacer 2.000. Más rápido, con menos gente y más automatizado. Ahora tenemos un mayor volumen de data y una mayor capacidad de procesarla. Pero no toda la data es buena, así como no toda la materia prima es buena. Que tengas un auto mucho más rápido no quiere decir que tengas pilotos de mejor calidad. Al contrario, vas a necesitar pilotos de mayor calidad para definir qué algoritmo es el más efectivo. En el Mundial, la compañía número uno de big data trató de predecir los octavos de final, y les pegó a dos equipos de ocho. ¡Dos! Los seres humanos somos máquinas de acumulación y procesión de datos, y eso no significa que nuestros sistemas predictivos sean tan sofisticados. Seguramente esto requiera planteamientos filosóficos más profundos. Pero también hay gente que trata de hacer de esto un gran negocio y te vende el Santo Grial cada dos años. Mi posición es, como siempre, con balance. Porque ya hemos visto quebrar a Blockbuster, hemos visto que un gran modelo de negocio vino a cambiar todo: desaparecen el cine, la tele, la radio. Hay que ser más cautos.
¿Con qué marca le gustaría trabajar?
Hoy me encantaría tener Aerolíneas Argentinas. Es una marca que tiene que ver con la conectividad, con una categoría muy interesante que es Travel, que construye la marca país. Es muy completa.

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS

CONSTANCIA DE INSCRIPCION

CUIT: ***30-54068148-8***
OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A
Forma Jurídica: ***SOC. ANONIMA***
Fecha Contrato Social: ***14-08-1956***

IMPUESTOS/REGIMENES NACIONALES REGISTRADOS Y FECHA DE ALTA

SICORE - RETENCIONES Y PERCEPC - 493	01-2000
IVA	03-1989
GANANCIA MINIMA PRESUNTA	01-2000
RETENCIONES CONTRIB.SEG.SOCIAL - 742	01-2000
RETENCIONES CONTRIB.SEG.SOCIAL - 748	03-2015
RETENCIONES CONTRIB.SEG.SOCIAL - 754	03-2015
RETENCIONES CONTRIB.SEG.SOCIAL - 755	03-2015
REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR	03-1935
GANANCIAS SOCIEDADES	
IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT. - 164	12-2008
IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT. - 171	12-2008
IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT. - 173	12-2008
IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT. - 900	03-2015
SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS - 94	01-2000
SICORE-IMPTO.A LAS GANANCIAS - 116	01-2000
REG. INF. - PARTICIPACIONES SOCIETARIAS	01-2007
REG. INF. - CITI - COMPRAS	01-2005
REG. INF. - PRESENTACION DE ESTADOS CONTABLES EN FORMATO PDF	12-2009
REG. INF. - REGIMEN INFORMATIVO DE COMPRAS Y VENTAS	01-2015
BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	05-2003

****

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.

ACTIVIDADES NACIONALES REGISTRADAS Y FECHA DE ALTA

Actividad principal:	*731009 (F-883) SERVICIOS DE PUBLICIDAD N.C.P.*	Mes de inicio: *11/2013*
Secundaria(s):	*731001 (F-883) SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN DE TIEMPO Y ESPACIO PUBLICITARIO*	Mes de inicio: *11/2013*

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

DOMICILIO FISCAL - AFIP

AREVALO 1880
1414-CIUDAD AUTONOMA BUENOS AIRES

Vigencia de la presente constancia: ***22-06-2020*** a ***22-07-2020*** Hora **17:41:54** Verificador **102563448655**

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**.

Fuente: Empresa.

AGIP
Administración Gubernamental de Ingresos Públicos

Buenos Aires Ciudad

Impuesto sobre los Ingresos Brutos
Constancia de Inscripción

Pagina 1 1

Titular

Nro. de CUIT **30-54068148-8**

Apellido y Nombre / Razón Social

OGILVY Y MATHER ARGENTINA SA

Datos Básicos del Contribuyente

Tipo Contribuyente:	**JURIDICA DE DERECHO PRIVADO**		
Tipo de Sociedad:	**SOCIEDAD ANONIMA**		
Fecha Inicio Sociedad:	**14/08/1956**	Fecha Contrato Social:	**01/12/1955**
Duración Sociedad:	**0099**	Cierre de Ejercicio:	**31/12**
Nro. Inscripción IGJ:	**8004**	Fecha Inscripción IGJ:	**14/08/1956**
Nro. Inscripción RPC:	**0000008004**	Fecha Inscripción RPC:	**14/08/1956**
Categoría:	**GRANDE**		

Domicilio Fiscal

Calle:	**SARMIENTO**						
Puerta:	**700**	Piso:		Depto:		Of:	
Torre:		Mblock:		Nudo:		Tira:	Escalera:
C.P.:	**C1041AAN**	Localidad:	**CIUDAD AUTONOMA DE BS AS**				
Partido:	**CAPITAL FEDERAL**			Provincia:	**CAPITAL FEDERAL**		

Domicilio Constituido

Calle:							
Puerta:		Piso:		Depto:		Of:	
Torre:		Mblock:		Nudo:		Tira:	Escalera:
C.P.:		Localidad:					
Partido:				Provincia:			

Datos del impuesto Ingresos Brutos:

Vigente / Ultima Categoría Registrada:	**ISIB-RG**	Estado:	**ACTIVO**

Actividades del Contribuyente

Actividad Principal:	**731009 Servicios de publicidad n.c.p.**
Actividad Secundaria:	
Actividad Secundaria:	

Historial de Tramos Registrados en Ingresos Brutos

Régimen	F. Desde	F. Hasta	Inscripción
ISIB-RG	**01/12/1955**	**31/12/9999**	**155407 - 7**

Domicilio Comercial

Calle:	**AREVALO**						
Puerta:	**1880**	Piso:	**PB**	Depto:		Of:	
Torre:		Mblock:		Nudo:		Tira:	Escalera:
C.P.:	**C1414CQL**	Localidad:	**CIUDAD AUTONOMA DE BS AS**				
Partido:	**CAPITAL FEDERAL**			Provincia:	**CAPITAL FEDERAL**		

CONTRIBUYENTE DE LA CIUDAD: Los datos aquí consignados son los declarados por Ud. De verificar alguna diferencia en los mismos, le rogamos manifestarlo de inmediato para su modificación.

Fuente: Empresa.

PRODUCTOS / SERVICIOS / ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO

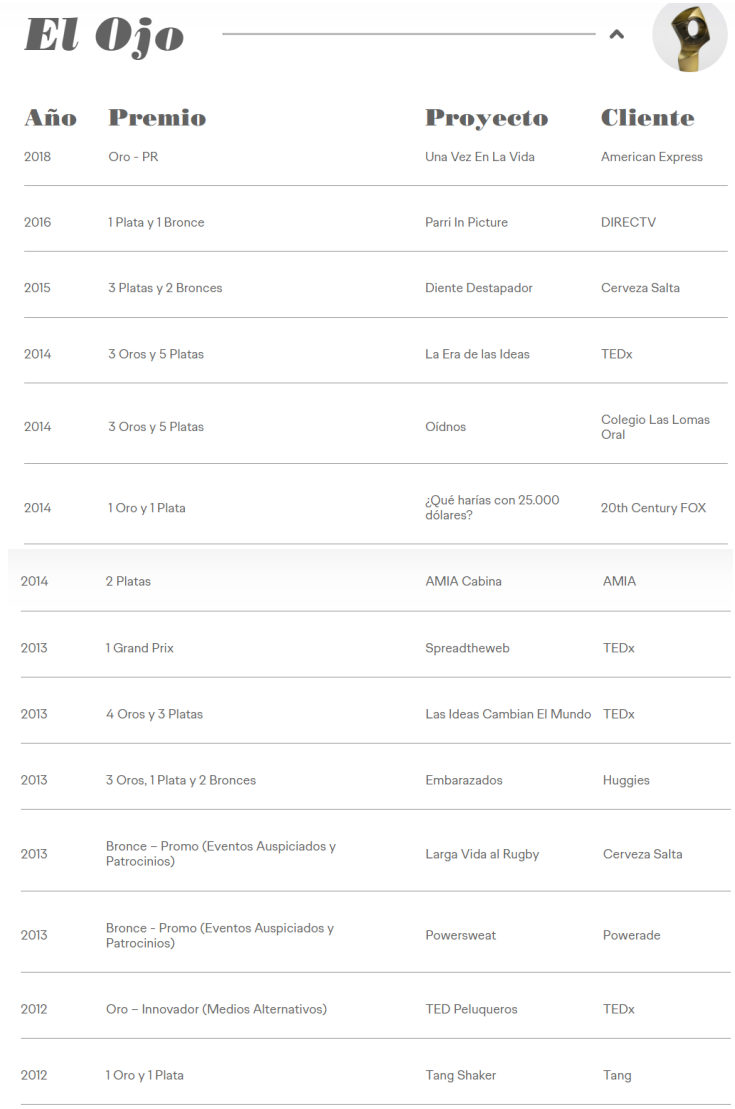
- Servicios de publicidad
- Servicios de comercialización de tiempo y espacio publicitario

CERTIFICACIONES

Certificaciones de Calidad

No declara.

Distinciones Obtenidas



El Ojo

Año	Premio	Proyecto	Cliente
2018	Oro - PR	Una Vez En La Vida	American Express
2016	1 Plata y 1 Bronce	Parri In Picture	DIRECTV
2015	3 Platas y 2 Bronces	Diente Destapador	Cerveza Salta
2014	3 Oros y 5 Platas	La Era de las Ideas	TEDx
2014	3 Oros y 5 Platas	Oídnos	Colegio Las Lomas Oral
2014	1 Oro y 1 Plata	¿Qué harías con 25.000 dólares?	20th Century FOX
2014	2 Platas	AMIA Cabina	AMIA
2013	1 Grand Prix	Spreadtheweb	TEDx
2013	4 Oros y 3 Platas	Las Ideas Cambian El Mundo	TEDx
2013	3 Oros, 1 Plata y 2 Bronces	Embarazados	Huggies
2013	Bronce – Promo (Eventos Auspiciados y Patrocinios)	Larga Vida al Rugby	Cerveza Salta
2013	Bronce - Promo (Eventos Auspiciados y Patrocinios)	Powersweat	Powerade
2012	Oro – Innovador (Medios Alternativos)	TED Peluqueros	TEDx
2012	1 Oro y 1 Plata	Tang Shaker	Tang

2012	1 Oro y 1 Plata	Tang Shaker	Tang
2012	1 Plata y 1 Bronce	Mi Primer Amigo	Huggies
2012	Plata – Promo (Lanzamiento de Producto)	Rugbeer	Cerveza Salta
2012	1 Plata y 3 Bronces	Pan de la Memoria	AMIA

One Show



Año	Premio	Proyecto	Cliente
2015	1 Grand Prix y 1 Pencil de Oro - Innovación en Radio	Oídnos	Colegio Las Lomas Oral
2014	Mérito - Public Service	AMIA Cabina	AMIA
2014	Mérito - Innovation in Outdoor	Señales de Vida	La Voz del Interior (Córdoba)
2013	Mérito - Out of Home	Rugbeer	Cerveza Salta
2011	2 Méritos (Out of Home y Expertiential Advertising)	The Friendship Machine	Coca-Cola

Clio



Año	Premio	Proyecto	Cliente
2015	Bronce – Social Media	Diente Destapador	Cerveza Salta
2014	1 Oro y 1 Bronce	Oídnos	Colegio Las Lomas Oral
2014	Plata – Innovative Media	Señales de Vida	La Voz del Interior (Córdoba)
2013	Plata – Out of Home	Spread the TEDx	TEDx
2013	4 Platas	Las Ideas Cambian El Mundo	TEDx
2013	2 Bronces	Pan de la Memoria	AMIA
2013	2 Bronces	Rugbeer	Cerveza Salta
2012	1 Plata y 1 Bronce	Spread the TEDx	TEDx
2011	1 Oro y Plata	The Friendship Machine	Coca-Cola

Cannes



Año	Premio	Proyecto	Cliente
2018	Entretenimiento (Deportes: Redes Sociales y Digital)	MINI VARSKY	DIRECTV Argentina
2015	1 Titanio y 1 Bronce	Diente Destapador	Cerveza Salta
2014	Oro – Brand Content & Entertainment	AMIA Cabina	AMIA
2013	Oro – Tránsito	Señales de Vida	La Voz del Interior (Córdoba)
2013	Promo y Activación	Larga Vida al Rugby	Cerveza Salta
2013	Bronce – Stunts & Live Advertising	Embarazados	Huggies
2013	Bronce – Publicaciones & Medios	La Era de las Ideas	TEDx
2011	3 Platas y 1 Bronce	Spread the TEDx	TEDx
2012	Plata – Outdoor	Tang Shaker	Tang
2012	Bronce – Media	TED Peluqueros	TEDx
2012	Bronce – Outdoor	Rugbeer	Cerveza Salta
2011	2 Oros y 1 Plata	The Friendship Machine	Coca-Cola
2011	Plata – Media	Siluetas por la Memoria	AMIA
2011	Bronce – Direct	Pool Ball	Budweiser

Effie

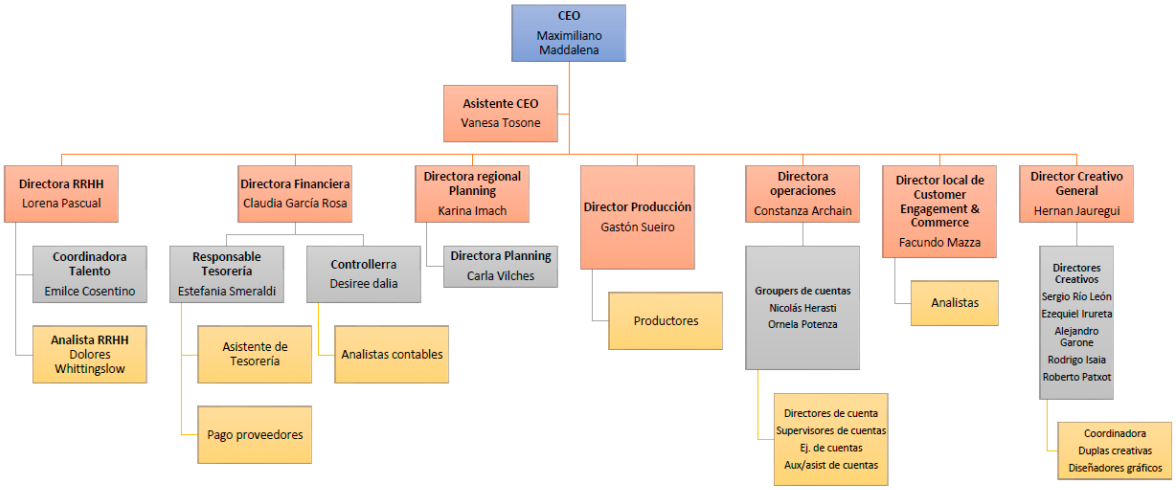


Año	Premio	Proyecto	Cliente
2019	Plata – Branded Content (Servicios)	Una Vez En La Vida	American Express
2019	2 Bronces Effie Latam (IT/Telecomunicaciones y Real Time-Marketing)	MINI VARSKY	DIRECTV
2018	Oro Effie Argentina – Servicios Financieros	Una Vez En La Vida	American Express
2017	2 Platas Effie Argentina	El Dolor De Estar Sin Estar	Pfizer
2017	Bronce Effie Argentina – Servicios No Financieros	Comer Sano No Cuesta Nada	Vea
2016	Bronce – Mantenimiento y Accesorios para el Hogar	Mochila	Lysoform

2016	Bronce Effie Latam – Otros Servicios	Nuevos Ricos	OLX
2016	Bronce Effie Latam – Shopper & e-Commerce Marketing	Shopping Trip to Buenos Aires	American Express
2016	2 Platas Effie Argentina	Querelos Como Son	Blem
2016	Plata Effie Argentina - Presupuesto Reducido	Parri In Picture	DIRECTV
2016	Plata Effie Argentina - Relanzamientos	El Dolor De Estar Sin Estar	Pfizer
2015	Oro Effie Argentina – Productos y/o Servicios	Nuevos Ricos	OLX
2015	Plata Effie Argentina - Mantenimiento y Accesorios para el Hogar	Mochila	Lysoform
2015	1 Plata y 1 Bronce Effie Argentina	Diente Destapador	Cerveza Salta
2015	3 Bronces Effie Argentina	Shopping Trip to Buenos Aires	American Express
2014	Oro Effie Argentina - Mantenimiento y Accesorios para el Hogar	Limpiadores Temerosos	Blem
2014	Oro Effie Argentina – Acciones Interactivas	AMIA Cabina	AMIA
2014	Oro Effie Argentina – Bien Público	Oídnos	Colegio Las Lomas Oral
2014	Oro Effie Argentina – Presupuesto Reducido	¿Qué harías con 25.000 dólares?	20th Century FOX
2013	Oro Effie Argentina – Medios de Comunicación	Embarazados	Huggies
2013	Oro Effie Argentina – Medios de Comunicación	Señales de Vida	La Voz del Interior (Córdoba)
2013	Plata Effie Argentina – Bien Público	18° Aniversario del Atentado a la AMIA	AMIA
2012	Plata Effie Argentina – Presupuesto Reducido	Rugbeer	Cerveza Salta
2011	Oro Effie Argentina - Innovación en Medios	TED Taxis	TEDx
2011	Plata Effie Argentina – Presupuesto Reducido	Atentado al Olvido	AMIA
2011	Plata Effie Argentina – Presupuesto Reducido	Pool Ball	Budweiser

Fuente: Externa.

ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA



Fuente: Empresa

EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO

No declara.

Estructura Societaria y Vinculaciones

Socios / Accionistas

No declara.

Vinculaciones / Empresas Relacionadas

N°	Razón Social	Nacionalidad	Tax ID	Tipo de Relación
1	**GROUPM ARGENTINA SAU**	Argentina	30594476960	segun balance de OGILVY Y MATHER AREGENTINA S.A., esta posee el 33,33% del capital social de ESPACIOS SA
2	**141 BONTA S.A.**	Argentina	33708881819	de acuerdo con lo aprobado en asamblea del 12/04/2013, OGILVY y MATHER ARGENTINA S.A. absorbió por fusión a 141 BONTA S.A., la que se disolvió sin liquidarse (b.o.r.a. 11/07/14)

Fuente: Externa.

Directivos

Apellido y Nombre	Nacionalidad	Tax ID	Cargo
BERRONE LEANDRO NICOLAS	Argentina	20234854055	Presidente
BARBA IGNACIO	Argentina	20934563035	Vicepresidente
MADDALENA MAXIMILIANO MARTIN	Argentina	20254772764	Director Suplente

Fuente: Externa.

Antecedentes de Principales Directivos

BERRONE LEANDRO NICOLAS - 20234854055



BARBA IGNACIO - 20934563035

SCORE

67.3

BARBA IGNACIO

FECHA NACIMIENTO:	31/07/1944
ESTADO CIVIL:	NO INFORMADO

FINANCIERO



TOTAL	**19 000**
BANCOS	**2**
ANTIGUEDAD SIT. 1	**10/2018**

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

AZARA 355 PISO:6 DPTO:B, (1267), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

AREVALO 1880, (1414), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:

SARMIENTO 700, (1041), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A (03/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/11/2002

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

MADDALENA MAXIMILIANO MARTIN - 20254772764

SCORE

87.7

MADDALENA MAXIMILIANO MARTIN

FECHA NACIMIENTO:	06/09/1976
ESTADO CIVIL:	NO INFORMADO
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	**187 000**
BANCOS	**1**
ANTIGUEDAD SIT. 1	**05/2013**

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

JURAMENTO 5325, (1638), VICENTE LOPEZ, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

JURAMENTO 5325, (1638), VICENTE LOPEZ, BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:

WAMES 641
AV. DE MAYO 1123 PISO 1
WARNES CNEL IGNACIO 647, (1602), FLORIDA, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A (03/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE CUERPOS DE DIRECCIÓN EN SOCIEDADES EXCEPTO LAS ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	29/08/2011
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

Situación Comercial

SEGUROS

Aseguradora:	GALENO
N° de contrato:	9023
Desde:	01/07/1996 - Alta de afiliación
Hasta:	31/03/1999 - Cambio de Asegurador

Aseguradora:	BERKLEY
N° de contrato:	22896
Desde:	01/04/1999 - Cambio de Aseguradora
Hasta:	31/12/2014 - Cambio de Aseguradora

Aseguradora:	SWISS MEDICAL
N° de contrato:	157463
Desde:	01/01/2015 - Cambio de Aseguradora
Hasta:	**Afiliación vigente**

Fuente: Externa.

MARCAS / PATENTES / LICENCIAS

141 YUNES

NOMBRE: 141 YUNES
TIPO: MIXTA
CLASE: 35
ACTA: 2855153
BOLETÍN: 2785
PUBLICACIÓN: -

BRAND PRINT

NOMBRE: BRAND PRINT
TIPO: Denominativa
CLASE: 35
ACTA: 3854134
BOLETÍN:
PUBLICACIÓN: -

PROVEEDORES

N°	Razón Social	Tax ID	Nacionalidad	Monto Anual Ventas	Moneda
1	T. V. D. S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A
2	ABADI ALEJANDRO ALBERTO	N/A	N/A	N/A	N/A
3	LEMONDROP BUENOS AIRES S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: Externa.

CLIENTES

N°	Razón Social	Tax ID	Nacionalidad	Monto Anual Ventas	Moneda
1	BANCO SANTANDER RIO S.A. (ANTES BANCO RIO DE LA PLATA S.A.)	N/A	N/A	N/A	N/A
2	PHILIPS ARGENTINA S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A
3	A. M. X. ARGENTINA S.A. (ANTES CTI CIA. DE TELEF. DEL INTERIOR S.A.)	N/A	N/A	N/A	N/A
4	KIMBERLY CLARK ARGENTINA S.A. (ANTES DESCARTABLES ARG. S.A.)	N/A	N/A	N/A	N/A
5	MOTOROLA SOLUTIONS ARGENTINA S.A. (ANTES MOTOROLA ARGENTINA S.A)	N/A	N/A	N/A	N/A
6	MATTEL ARGENTINA S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A
7	AMERICAN EXPRESS ARGENTINA S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A
8	UNILEVER DE ARGENTINA S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A
9	SHELL COMPA¥IA ARGENTINA DE PETROLEO S.A.	N/A	N/A	N/A	N/A

Fuente: Externa.

COMPRAS ANUALES

Información no proporcionada.

VENTAS A DIRECTV

Información no proporcionada.

Situación Bancaria

SITUACIÓN BANCARIA

Banco	05/2019	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	10/2019	11/2019	12/2019
CITIBANK N.A.					4,00			
SANTANDER RIO S.A.		9 262,00	23,00					
AMERICAN EXPRESS ARG SA	5 658,00	5 356,00	5 053,00	3 708,00	4 172,00	6 569,00	6 829,00	5 775,00
TOTAL PERIODO	**5 658,00**	**14 618,00**	**5 076,00**	**3 708,00**	**4 176,00**	**6 569,00**	**6 829,00**	**5 775,00**

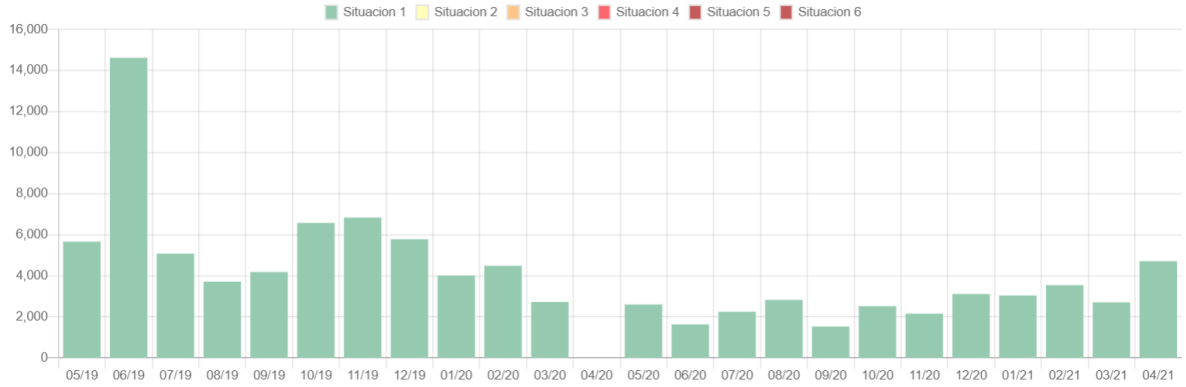
Banco	01/2020	02/2020	03/2020	04/2020	05/2020	06/2020	07/2020	08/2020
CITIBANK N.A.								629,00
SANTANDER RIO S.A.		2,00						
AMERICAN EXPRESS ARG SA	4 005,00	4 480,00	2 719,00		2 594,00	1 625,00	2 241,00	2 188,00
TOTAL PERIODO	**4 005,00**	**4 482,00**	**2 719,00**		**2 594,00**	**1 625,00**	**2 241,00**	**2 817,00**

Banco	09/2020	10/2020	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021
CITIBANK N.A.								
SANTANDER RIO S.A.					6,00	12,00		
AMERICAN EXPRESS ARG SA	1 522,00	2 513,00	2 147,00	3 106,00	3 028,00	3 523,00	2 697,00	4 706,00
TOTAL PERIODO	**1 522,00**	**2 513,00**	**2 147,00**	**3 106,00**	**3 034,00**	**3 535,00**	**2 697,00**	**4 706,00**

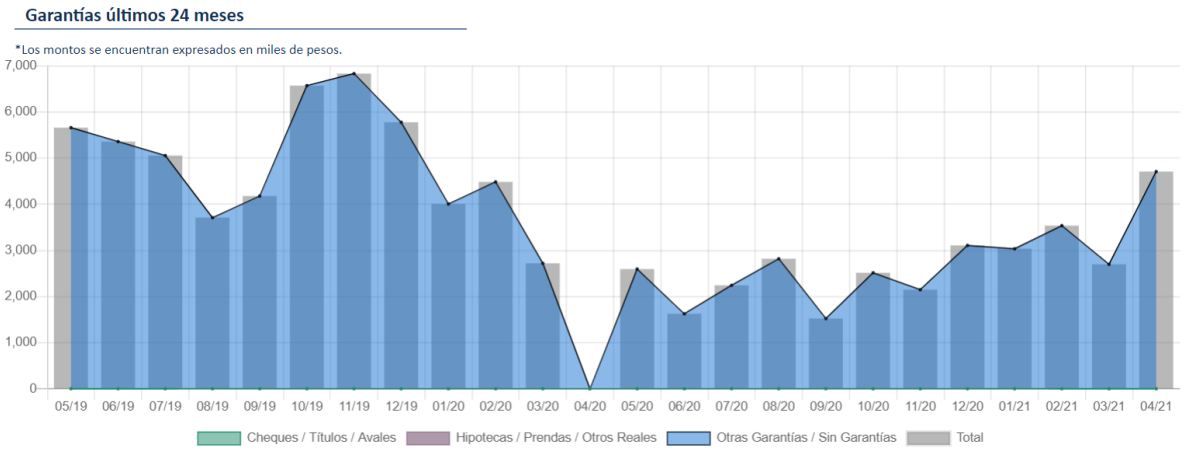
Situaciones			
1	Situación Normal	4	Con Alto Riesgo de Insolvencia (atraso de 181 a 365 días)
2	Con Riesgo Potencial (atraso de 31 a 90 días)	5	Irrecuperable (atraso de más de 365 días)
3	Con Problemas (atraso de 91 a 180 días)	6	Irrecuperable por Disposición Técnica (Morosos de ex-entidades financieras, con atraso de más de 180 días)

Situaciones últimos 24 meses

*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Los montos se encuentran expresados en miles de pesos



CHEQUES RECHAZADOS

No registra cheques rechazados.

Fuente: Externa.

NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO

Información no proporcionada.

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: OGILVY Y MATHER ARGENTINA S A - 30540681488
Fecha: 16/07/2021

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: BERRONE LEANDRO NICOLAS - 20234854055
Fecha: 16/07/2021

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: BARBA IGNACIO - 20934563035
Fecha: 16/07/2021

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: MADDALENA MAXIMILIANO MARTIN - 20254772764
Fecha: 16/07/2021

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: 141 BONTA S.A. - 33708881819
Fecha: 16/07/2021

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: GROUPM ARGENTINA SAU - 30594476960
Fecha: 16/07/2021

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.

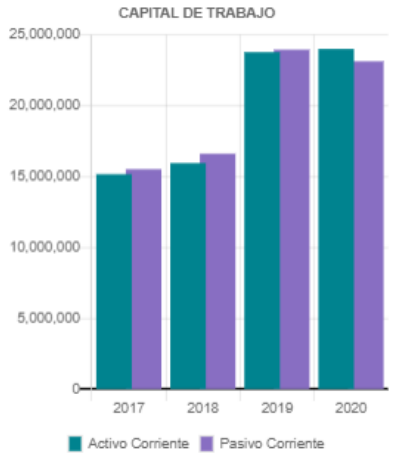
Estados Contables

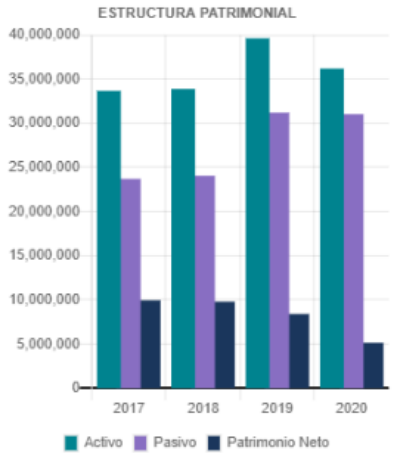
EJERCICIOS 2018/2019/2020

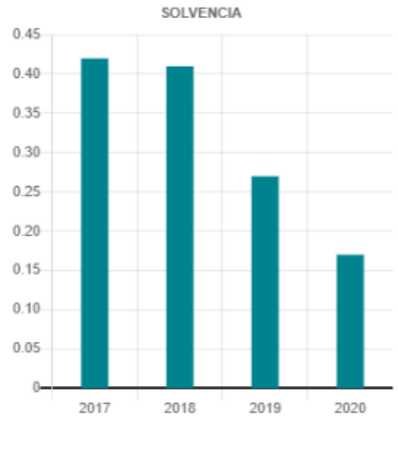
Activo

Fecha Balance	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Caja y Banco	2 391 400	2 643 200	11 305 700	12 899 100
Inversion Corriente	0	0	0	10 972 300
Anc Creditos Por Ventas	12 112 300	13 101 500	11 822 300	0
Otros Créditos	0	0	0	0
Bienes Cambio	0	0	0	0
Bienes Intangibles	0	0	0	0
Otros Activos Corrientes	659 000	198 700	650 700	133 100
Total Activo Corriente	15 162 700	15 943 400	23 778 700	24 004 500
Credito Por Venta	176 200	180 000	137 600	156 200
Otros Créditos No Corrientes	0	0	0	0
Otras Inversiones No Corrientes	2 218 700	1 463 500	1 311 300	718 000
Bienes De Uso Valor De Origen	1 077 450	1 191 300	963 600	869 990
Depreciación Acumulada	97 950	108 300	87 600	79 090
Bienes De Uso	979 500	1 083 000	876 000	790 900
Activos Intangibles	14 971 300	15 044 800	0	7 388 800
Otros Activos No Corrientes	160 300	153 000	13 501 800	3 131 500
Total Activo No Corriente	18 506 000	17 924 300	15 826 700	12 185 400
Total Activo	33 668 700	33 867 700	39 605 400	36 189 900

Montos expresados en miles de Libras Esterlinas



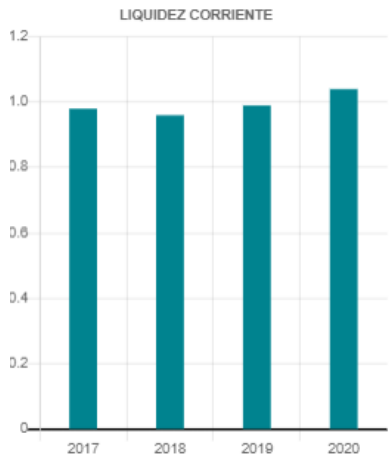


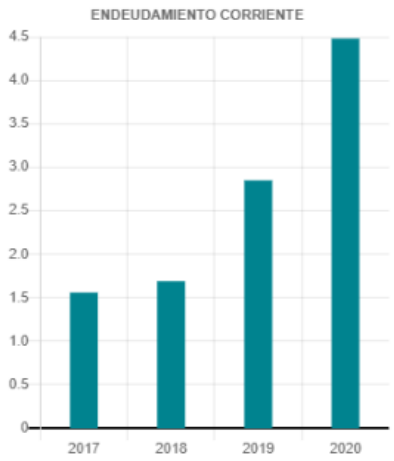


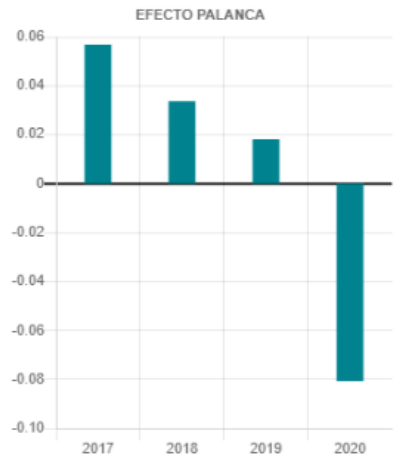
Pasivo / Patrimonio Neto

Fecha Balance	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Cuentas Por Pagar (Deudas Comerciales)	14 241 100	15 038 400	14 188 100	13 859 700
Prestamos (Deudas Bancarias)	624 100	1 025 100	8 798 000	8 619 200
Remuneraciones Y Cargas Sociales	0	0	0	0
Cargas Fiscales	649 300	545 900	499 900	330 900
Anticipos Clientes	0	0	0	0
Otros Pasivos	0	0	472 600	323 800
Total Pasivo Corriente	15 514 500	16 609 400	23 958 600	23 133 600
Cuentas Por Pagar	992 800	841 400	449 600	313 500
Prestamos	6 250 400	5 634 800	4 047 300	4 975 500
Deudas Fiscales	513 700	479 500	379 800	304 100
Otros Pasivos (No Corrientes)	435 300	496 000	2 354 300	2 296 800
Previsiones	0	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	8 192 200	7 451 700	7 231 000	7 889 900
Total Pasivo	23 706 700	24 061 100	31 189 600	31 023 500
Capital Social	133 300	133 300	132 800	129 600
Resultados No Asignados	9 828 700	9 673 300	8 283 000	5 036 800
Patrimonio Neto	9 962 000	9 806 600	8 415 800	5 166 400

Montos expresados en miles de Libras Esterlinas



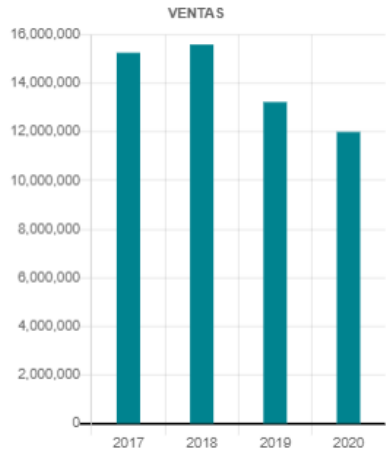


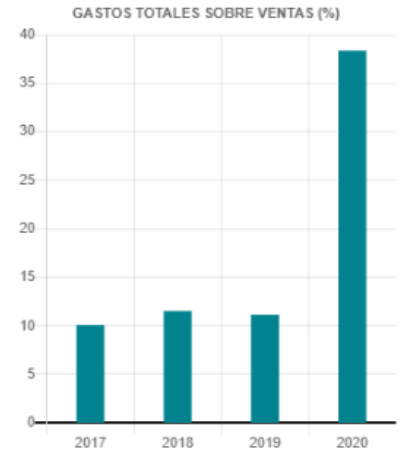


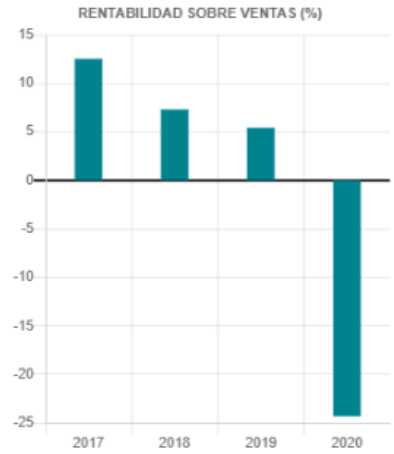
Estado de Resultados

Fecha Balance	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Ventas	15 265 400	15 602 400	13 234 100	12 002 800
Compras Del Ejercicio	0	0	0	0
Costos de las mercaderías, productos, servicios vendidos	12 090 200	12 663 500	10 825 100	9 987 900
Resultado Bruto	3 175 200	2 938 900	2 409 000	2 014 900
Amortizaciones	0	0	0	0
Gastos de Comercialización	0	0	0	0
Gastos de Administración	1 267 000	1 507 500	1 113 100	4 293 000
Gastos Financieros	269 800	289 300	359 100	312 000
Otros Ingresos	113 500	0	384 600	0
Otros Egresos	0	0	0	0
Resultados financieros y por tenencia (incluyendo result.por exposición a inflación)	357 400	321 200	-328 500	-200 500
Impuesto A Las Ganancias	197 000	323 900	275 000	129 300
Resultado	1 912 300	1 139 400	717 900	-2 919 900

Montos expresados en miles de Libras Esterlinas







Índices de Gestión

Fecha Balance	31/12/2017	31/12/2018	31/12/2019	31/12/2020
Liquidez Corriente Activo Corriente / Pasivo Corriente	0,98	0,96	0,99	1,04
LIQUIDEZ SECA (Acida) (Act.Corriente - Bs.Cambio) / Pas.Corriente	0,98	0,96	0,99	1,04
Endeudamiento Corriente Pasivo Corriente / Patrimonio Neto	1,56	1,69	2,85	4,48
Endeudamiento Activo Fijo Pasivo No Corriente / Bs. de Uso	8,36	6,88	8,25	9,98
Solvencia Patrimonial Patrimonio Neto / Pasivo Total	0,42	0,41	0,27	0,17
Capital De Trabajo Activo Corriente - Pasivo Corriente	-351 800,00	-666 000,00	-179 900,00	870 900,00
Inversiones De Bienes De Uso Patrimonio Neto / Bs. de Uso	10,17	9,06	9,61	6,53
Margen Bruto (Utilidad Bruta / Ventas) * 100	20,80	18,84	18,20	16,79
Margen Neto (Utilidad Neta / Ventas) * 100	12,53	7,30	5,42	-24,33
Retorno Sobre Patrimonio Utilidad Neta / Patrimonio Neto	0,19	0,12	0,09	-0,57
Rotacion De Activos Ventas / Activo Total	0,45	0,46	0,33	0,33
Rotacion Activo Fijo Ventas / Bs. de Uso	15,58	14,41	15,11	15,18
RENTABILIDAD S/ACTIVO (Utilidad Neta / Activo Total) * 100	5,68	3,36	1,81	-8,07
EBITDA / PASIVO (Resultado del ejercicio + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Pasivo Total	0,10	0,07	0,04	-0,08
Rotacion De Creditos Ventas / Creditos por Ventas	1,26	1,19	1,12	0,00
Rotacion De Inventarios Costo Mercaderias / Bs.de Cambio	0,00	0,00	0,00	0,00
PRESTAMOS / P.N. Prestamos / Patrimonio Neto	0,69	0,68	1,53	2,63
PRESTAMOS / (VENTAS/12) Prestamos / (Ventas / 12)	0,45	0,43	0,97	1,13

Montos expresados en miles de Libras Esterlinas

Comentarios sobre los Estados Contables

Para el análisis de la situación Económica Financiera y Patrimonial del cliente se utilizaron los Estados Contables consolidados de WPP PLC y sus subsidiarias (el Grupo) correspondientes a los ejercicios 2018, 2019 y 2020 (fecha de cierre 31/12). Los estados financieros del Grupo se han elaborado de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera emitidas por la Consejo de Normas de Contabilidad (IASB), y con las Normas Internacionales De Información Financiera (NIIF) de conformidad con el Reglamento (CE).
Moneda: Libras.
Principales indicadores
Económicos:

- El ejercicio cerrado a 12/2020 mostró una Facturación total de £12.002 Millones, cifra que al compararla con las Ventas del ejercicio anterior (£13.234 Millones en 2019 y £15.602 Millones en 2018) evidencia una reducción interanual del 9.3%.
- El Costo Directo pasó del 81.8% al 83.2% su incidencia sobre las Ventas, mientras que por su parte los Gastos de Estructura (principalmente Gastos de Administración, que aumentaron en un 286%) incrementaron del 11% a 38.4% su participación.
- El Resultado Operativo Neto fue una Perdida de -£2.719 Millones (-22.66% s/ventas) vs la Ganancia de £661.8 Millones (5 %s/ventas) en el ejercicio anterior.
- Se registraron Otros Egresos por £200.5 Millones.
- El Impuesto a las Ganancias correspondiente al ejercicio fue de £129.3 Millones.
- De acuerdo con lo expuesto, la compañía mostró una Perdida Final de -£2.919 Millones (-24.3% s/ventas) vs la Ganancia Final de £717.9 Millones (5.4 s/ventas) en 2019.

En resumen, la compañía exhibió a 12/2020 una inadecuada performance económica, presentado reducción de las Ventas, y un importante aumento de los Gastos, presentando Perdidas a nivel Operativo y Final.
Financieros

- El indicador de Liquidez Corriente pasó de 0.99 a 1.04, mejorando y manteniéndose dentro de parámetros ajustados.
- El Capital de Trabajo mostró un saldo de £870 Millones, cifra que representó el 9% del Activo.
- En lo tanto el Ebitda reflejó un valor negativo de -£2.478 Millones.

En función de los valores de los indicadores de Liquidez y Capital de Trabajo, la posición Financiera de la compañía se considera ajustada.
Patrimoniales:

- Luego de absorber el Quebranto del período, el Patrimonio Neto exhibió a 12/2020 un saldo de £5.166 Millones vs £8.415 Millones en el ejercicio anterior.
- La estructura de financiamiento mostraba que el Pasivo Total representaba 85.7% del Activo Total, siendo las obligaciones comerciales corrientes, seguido por las obligaciones comerciales y las bancarias exigibles en el corto plazo, las principales fuentes de apalancamiento.
- El indicador de Endeudamiento Corriente aumentó de 2.85 a 4.48, mientras que la Solvencia se redujo de 0.27 a 0.17, manteniéndose en parámetros muy ajustados.

En resumen, el cuadro patrimonial se considera muy debilitado en función de un elevado nivel de Endeudamiento y la baja Solvencia.

Períodos Analizados				2018/2019/2020			
Concepto	Expresado por	Valor	Grade	Concepto	Expresado por	Valor	Grade
Analisis Patrimonial				**Analisis Financiero**			
Solvencia	ratio	0,21	1	Liquidez corriente	ratio	1,02	3
Endeudamiento corriente	ratio	3,87	1	Liquidez acida	ratio	1,02	10
Capital corriente	%	1,4%	1	Rotación del pasivo corriente días	días	2.321	1
Activo no Cte sobre Activo	%	36,9%	10	Rotación de las cuentas a cobrar	días	79	9
Financiación del activo no cte.	ratio	1,04	9	Efecto Palanca	ratio	- 0,05	1
Deuda bancaria sobre Pasivo	%	41,7%	7	**Analisis de Eficiencia**			
Deudas Comerciales sobre Pasivo	%	48,0%	6	Gastos Financieros sobre Ventas	%	2,5%	10
Análisis de rentabilidad				Gastos Comerciales sobre Ventas	%	0,0%	10
Rentabilidad de la inversión total	%	-36,7%	1	Gastos Administración sobre Ventas	%	27,7%	2
Rentabilidad ordinaria de la inversión	%	-28,6%	1	Gastos Totales sobre Ventas	%	30,2%	8
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	%	-3,6%	1	Vida restante de Bienes de Uso	años	-	1
Resultado bruto sobre ventas	%	17,3%	1	Rotación de bienes de cambio	días		365
Rentabilidad sobre Ventas	%	-15,2%	1	Rotación del activo	veces	0,35	1
Costo del financiamiento	%	1,1%	10	Total			
Rentabilidad Operativa	%	-14,3%	1	40,28			
EBITDA/Ventas	%	-11,3%	1				
EBITDA/Intereses	%	-4,20	10				

