DOSSIER FIDELITAS

Fidelitas

BUEN CORTE S.A.

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

ARGENTINA

Septiembre 2022

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

1- Resumen Ejecutivo

1.1 CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN

			No Aplica	No cumple / No posee / No cedio información (0)	Con irregularidades / sin planes de regularización / cedió información parcial (1)	No aplica por que contrata monotributistas. (2)	Están inscriptos en moratorias, planes de pagos, etc. y paga (3)	Se detectan caso de atraso puntuales (4)	No se detectan desvíos (5)
1. Cumplimiento de Obligaciones Previsionales e Impositivas									
1.1	**Como es su situación salarial y social respecto de:**								
1.1.1	Pago de sueldos y remuneraciones.								x
1.1.2	Presentación y pago de aportes y contribuciones F-931								x
1.1.3	Presentación y pago de ART.								x
1.1.4	Presentación y pago de otras cargas sociales							x	
1.2	**Como es su situación fiscal respecto de:**								
1.2.1	Presentación y pago del impuesto a las ganancias (DDJJ y anticipos)								x
1.2.2	Presentación y pago del impuesto al valor agregado (I.V.A. F-731)								x
1.2.3	Presentación y pago del impuesto a los ingresos brutos								x
1.3	**Como es su situación bancaria**								x
Total Cumplimiento Previsional e Impositivo		**98%**	**39**						

Tipo de Empresa		**Industrial**	**No Aplica**	**"No cedió información / Valor por debajo del mínimo (0)"**	**Malo** 1	**Regular** 2		**Bueno** 3		**Muy Bueno** 4		**Excelente** 5
2. Situación Económico-Financiera												
2.1.1	**Solvencia**				0,490	0,490	0,693	0,693	0,897	0,897	1,100	1,100
										x		
2.1.2	**Endeudamiento Corriente**				2,200	2,200	1,633	1,633	1,067	1,067	0,500	0,500
										x		
2.2.1	**Índice de liquidez**				0,900	0,900	1,067	1,067	1,233	1,233	1,400	1,400
												x
2.3.1	**Rentabilidad Bruta:**				0,200	0,200	0,333	0,333	0,467	0,467	0,600	0,600
						x						
2.3.2	**Ebit**				0,020	0,020	0,040	0,040	0,060	0,060	0,080	0,080
								x				
2.3.3	**Rentabilidad Neta**				0,030	0,030	0,053	0,053	0,077	0,077	0,100	0,100
						x						
Total Situación Económico-Financiero		**67%**	**20**									

Calificación y Ponderación de la Reevaluación / Ampliación de Alcance

CONDICIÓN		**CALIFICACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA**				
		Puntaje Obtenido		% respecto al total	Ponderación (%)	Resultado
1	**Cumplimiento Previsional y Fiscal**	39	**40**	**98%**	**10,0%**	**1,0**
2	**Situación Económico-Financiera**	20	**30**	**67%**	**90,0%**	**6,0**
Resultado Final		**7,0**				

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

1.2. CONCLUSIÓN:

BUEN CORTE S.A. es una empresa textil familiar inscripta en el año 2013 en Villa María, Provincia de Córdoba, aunque sus orígenes datan de hace 67 años. No declaran trabajar bajo normas de calidad. Sus socios son: BERTOLINO LUCRECIA (50%) y BERTOLINO JUAN JOSE (50%). Según el Form.931 07/22, cuentan con 12 empleados registrados. Tienen afiliación vigente con ASOCIART ART. Tanto la empresa como sus directivos no presentan eventos de Integridad como así tampoco Notas de prensa negativa. Se registran periodos impagos y otros con pagos parciales en Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social. No se observan sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL. El Informe Estado de Deuda Agencia de Recaudación de la Provincia de Bs.As. indica que es un contribuyente con deuda en Instancia Judicial. Sus similares de las Provincias de Córdoba, Rio Negro, Corrientes y Salta informan deudas en distintas situaciones, estando en instancias judiciales en estas últimas 2 provincias. Opera con normalidad con el sistema bancario sin registrar cheques rechazados por Sin Fondos (estuvo en Situación 4 en 11/2021 con una entidad bancaria). No se observan embargos ni juicios en su contra.

El ejercicio cerrado en 12/2021 mostró una aceptable performance económica en general, con un muy fuerte aumento de Ventas (122% interanual), Costos en aumento y Gastos en caída, presentando una magra ganancia final de 3.6% s/ventas vs el casi nulo 0.2% s/ventas del ejercicio pasado. La situación Financiera se mostró adecuada, con una Liquidez Corriente en buenos parámetros (cayó de 1.82 a 1.58) y un aceptable Capital de Trabajo (28% del activo). Su estado Patrimonial se observó ajustado, con un aumento de su Solvencia que no llega a ubicarse en valores esperados (0.90 vs 0.85 en el periodo anterior), un Endeudamiento que se mantuvo en 1.02 y una débil conformación del PN. Las ventas post balance (7 meses) proyectan un aumento del orden del 40% interanual.

Ante lo dicho, la compañía muestra una situación económica general sin mayores dificultades, pero su situación Patrimonial y, especialmente, la Fiscal y Previsional presentan debilidades por lo que sugerimos operar con cautela atento a estas 2 consideraciones.

LÍMITE DE COMPRA (30% sobre ventas)	VENTAS BALANCE	VENTAS POST-BALANCE
Ventas	**ARS 321 575 005**	**ARS 261 607 979**
Límite de compra	**ARS 96 472 502**	**ARS 78 482 394**

Contenidos

1- RESUMEN 2

1.1 CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN 2
1.2. CONCLUSIÓN: 3

2- DATOS ORGANIZACIONALES 6

2.1 CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS/ ESTATUTO 6
2.2 RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES 8
2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES 8
2.4 INFORMACIÓN ADICIONAL / DATOS DE INTERÉS 9
2.4.1 Certificado Fiscal para Contrataciones de la Administración Nacional 9
2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias 11
2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS 15
2.6 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA 15
2.7 ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES 15
2.7.1 Socios / Accionistas 15
2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas 15
2.7.3 Directivos 15
2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos 15
2.8 ACTIVOS 16
2.8.1 Inmuebles 16
2.8.2 Rodados 16
2.9 PUBLICACIONES OFICIALES 16
OTRAS PUBLICACIONES 16
2.10 CERTIFICACIONES 25
2.10.1 Certificaciones de Calidad 25
2.10.2 Distinciones Obtenidas 25
2.10.3 Programas de Responsabilidad Social Empresaria 25
2.11 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO 25
2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO 27

3- SITUACIÓN COMERCIAL 28

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÚEDAD EN EL MERCADO 28
3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS 28
3.3 VENTAS A PAN AMERICAN ENERGY S.L. SUC. ARGENTINA 28
3.4 PROVEEDORES 28
3.5 CLIENTES 29
3.6 SEGUROS 29
3.6.1 Registro de contratos con las ART 29
3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago 29
3.6.3 Otros Seguros contratados 29

4- COMERCIO EXTERIOR 30

4.1 IMPORTACIONES 30
4.2 IMPORTACIONES POR PAÍS 30
4.3 IMPORTACIONES POR RUBRO 31

4.4 EXPORTACIONES POR PAÍS 31

5- SITUACIÓN BANCARIA 32

5.1 CHEQUES RECHAZADOS 32
5.2 CENTRAL DE DEUDORES 32
5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO 33

6- SITUACIÓN JUDICIAL COMERCIAL 34

6.1 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDADO 34
6.2 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDANTE 34
6.3 FISCALES Y PREVISIONALES 34
6.3.1 Detalle de Inscripciones Fiscales 34
6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia 34
6.3.3 Embargos 36
6.3.4 Otra información Fiscal o Previsional de Interés 36

7- INTEGRIDAD 37

7.1 INTEGRIDAD 37
7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA 37

8- ESTADOS CONTABLES 38

8.1 DATOS CONTABLES 38
8.2 ANÁLISIS VERTICAL 44
8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL 45
8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD 46
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO 47
8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS 48
8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN 49
8.8 SCORE DE BALANCE 50

2- Datos Organizacionales

2.1 CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS/ ESTATUTO

Razón Social	BUEN CORTE S.A.
CUIT	30-71305330-5.
Domicilio	JUJUY 287, (5900), VILLA MARIA, CORDOBA, ARGENTINA
Posibles teléfonos	4528740 - 4528740
Actividad	141199 - CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR N.C.P., EXCEPTO PRENDAS DE PIEL, CUERO Y DE PUNTO 141120 - CONFECCIÓN DE ROPA DE TRABAJO, UNIFORMES Y GUARDAPOLVOS 141202 - CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE CUERO 143020 - FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS SIMILARES DE PUNTO 464129 - VENTA AL POR MAYOR DE PRENDAS Y ACCESORIOS DE VESTIR N.C.P., EXCEPTO UNIFORMES Y ROPA DE TRABAJO 477190 - VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS Y ACCESORIOS DE VESTIR N.C.P. 681098 - SERVICIOS INMOBILIARIOS REALIZADOS POR CUENTA PROPIA, CON BIENES URBANOS PROPIOS O ARRENDADOS N.C.P.
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA
Fecha de Inscripción	04/01/2013
Fecha de Contrato Social	04/10/2012
Patrimonio neto al 2021	$ 43 717 160
Cantidad Empleados	16 (Fuente: Empresa)
Domicilio Legal	JUJUY 287, (5900), VILLA MARIA, CORDOBA, ARGENTINA
Otros posibles domicilios, vinculados, o eventuales.	LEANDRO N. ALEM 330, (5900), CORDOBA, ARGENTINA JUJUY 287, (5900), VILLA MARIA, CORDOBA, ARGENTINA

BUEN CORTE S.A.

ACTA CONSTITUTIVA Y ESTATUTOS

En la localidad de Villa María, Departamento General San Martín, Provincia de Córdoba, a cuatro días del mes de octubre de dos mil doce, los señores **Lucrecia BERTOLINO**, DNI 35.104.033, argentina, nacida el 26 de enero de 1990, soltera, domiciliada en Saenz Peña 481 de esta ciudad, de profesión comerciante y **Maximiliano ACOSTA,** DNI 31.300.055, argentino, nacido el 14 de diciembre de 1984, soltero, domiciliado en Jujuy 287 de esta ciudad, de profesión comerciante, ambos mayores de edad y hábiles para este acto e interviniendo por sus propios derechos, han resuelto:

1) CONSTITUIR una **sociedad anónima** cuyo capital es de **PESOS CIEN MIL ($ 100.000,00)**, representado por diez mil (10.000) acciones de pesos diez ($10,00) cada una, valor nominal, nominativas no endosables, ordinarias, de la Clase "A" con derecho a cinco (5) votos por acción, que se suscriben de acuerdo al siguiente detalle:

Lucrecia Bertolino, suscribe la cantidad de cinco mil (5000) acciones ordinarias, nominativas no endosables, de la Clase "A" con derecho a cinco (5) votos por acción, por un valor nominal de pesos cincuenta mil ($50.000).

Maximiliano Acosta, suscribe la cantidad de cinco mil (5000) acciones ordinarias, nominativas no endosables, de la Clase "A" con derecho a cinco (5) votos por acción, por un valor nominal de pesos cincuenta mil ($50.000).

El capital suscripto se integra en dinero en efectivo del siguiente modo: cada uno de los accionistas integra el veinticinco por ciento (25%) de su aporte en este acto y el saldo en un plazo de dos años a contar del día de la fecha.

Se adjunta documentación (Pág. 1 de 17)

Fuente: Empresa

2.2 RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES

PATO PAMPA es una empresa familiar con 67 años de historia, su creador Rogelio Bonifacio Bertolino de profesión sastre, transmitió su pasión a Juan Jose Bertolino, fundador de la Marca Pato Pampa, siendo la segunda generación, desde hace 20 años.

Hoy cuentan con 25 Franquicias y 183 clientes multimarca distribuidos en todas las provincias, siendo el 50 % de las Franquicias bajo la modalidad de líquido producto.

Son una Marca Nacional con una colección integral, desde sastrería, telas planas, tejidas, técnicas, accesorios, cueros, todo fabricado en talleres nacionales, en su mayoría sistema Fason, exceptuando las chombas confeccionadas con algodón Pima Peruano. Su materia prima e insumos son el 50 % importados.

Firmaron un convenio con el INTA, para el desarrollo de fibras de algodón, obteniendo muy buenos resultados en la calidad del mismo. Apostando a mejorar la calidad de la materia prima.

Su Marca, si bien no es deportiva estuvo junto al deporte, fueron indumentaria oficial del Dakar, Toyota, WRC, super TC 2000, TN, UAR (Pumas) juegos olímpicos, GP motos destacando sus diseños y calidad.

En la actualidad esta conducida por su tercera generación Juan Jose Bertolino Hijo, egresado Universidad Siglo 21, Lucrecia Bertolino egresada en la Universidad ORT diseño de indumentaria y Tomar Bertolino Marketing.

En 20 años de historia PATO PAMPA está consolidado en el mercado, manteniendo una excelente relación con sus proveedores y clientes.

Hace 10 años su empresa opera con capital propio, contando con materia prima para dos temporadas, reflejando así la solidez financiera y económica.

2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

No se detectó información.

2.4 INFORMACIÓN ADICIONAL / DATOS DE INTERÉS

2.4.1 Certificado Fiscal para Contrataciones de la Administración Nacional

MUNICIPALIDAD DE VILLA MARÍA
CÓRDOBA - ARGENTINA

OPCION C.U.I.T. 2014 - 1358.-

VISTO el expediente N°**56.061** en el que a fs.24 y 35, comparecen la Señora BERTOLINO Lucrecia (D.N.I. N°35.104.033) y el Señor ACOSTA Maximiliano (D.N.I. N°31.300.055), en carácter de Presidente y Socio de la entidad denominada BUEN CORTE S.A. EN FORMACION (C.U.I.T. N°30-71305330-5), solicitando la habilitación del local ubicado en Av. Larrabure N°1720 de esta ciudad, para instalar un negocio de los rubros "FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR – VENTA DE PRENDAS DE VESTIR N.C.P. POR MAYOR – VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRE ";

Y CONSIDERANDO

Que el informe de la titular de la Sub-Secretaria de Inspección General a fs.82 manifiesta: "Visto el expediente N°56.061 y atento a lo informado por el Inspector actuante, de acuerdo al Informe de Seguridad desarrollado bajo la responsabilidad técnica en Seguridad del Tco. Domingo Alberto Roldán S/R 21405412/357 y del Informe de Electricidad desarrollado bajo la responsabilidad técnica del Elec. José M. Ceballos Mat. N°3615/3; del plano surge que el local, sito en Av. Larrabure 1720, posee 165 metros cuadrados disponibles en el Local Comercial para determinar el factor ocupacional, que de acuerdo a las Ordenanzas, Leyes y Decretos queda establecido que para 165 metros cuadrados corresponde que el Local Comercial quede Habilitado para 55 personas como máximo; por lo que esta Dirección es de opinión que debe OTORGARSE la HABILITACIÓN solicitada bajo el rubro: **Venta de prendas de vestir NCP por mayor – Fabricación de prendas de vestir – Venta al por menor de prendas de vestir para hombre con una carga ocupacional de 55 personas como máximo, factor de ocupación de acuerdo a la Ordenanza Municipal en vigencia**";

Por ello, en ejercicio de sus atribuciones, el Señor Intendente Municipal:

RESUELVE

Art. 1°.-OTORGASE a la entidad **BUEN CORTE S.A. EN FORMACION (C.U.I.T. N°30-71305330-5)**, la habilitación para que desarrolle la actividad correspondiente a los rubros "**FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR –**

CISNERO

MUNICIPALIDAD DE VILLA MARÍA
CÓRDOBA - ARGENTINA

VENTA DE PRENDAS DE VESTIR N.C.P. POR MAYOR – VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR PARA HOMBRE", en el local ubicado en **Av. Larrabure N°1720** de esta ciudad. La capacidad máxima de ocupación del local que se habilita, se establece para **Cincuenta y Cinco** (55) personas.-

Art. 2°.-La presente resolución será refrendada por el Señor Secretario de Gobierno y Vinculación Comunitaria, y por la Señora Secretaria de Economia y Finanzas.-

Art. 3°.-Comuníquese, publíquese, dese intervención a la Sub-Secretaría de Ingresos Públicos, al Registro y Boletin Municipal y archívese.-

M.C.

VILLA MARIA, 28 NOV 2019

Es copia fiel de la Resolución original firmada por el Señor Secretario de Gobierno y Vinculación Comunitaria Prof. Rafael Oscar SACHETTO, la Señora Secretaria de Economía y Finanzas Cra. Daniela LUCARELLI y el Señor Intendente Municipal Abog. Martín Rodrigo GILL.-

SUSANA del V. CEPEDA
Leg. 044
SUB JEFA DE DESPACHO
MUNICIPALIDAD DE V. MARIA

ASESORÍA LETRADA

MICAELA B. CISNERO
Leg. 286
AUX. ADM. SUB JEFA DE DESPACHO
Municipalidad de Villa María

Fuente: Empresa.

2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias

CONSTANCIA DE INSCRIPCION

AFIP

Comarb
COMISIÓN ARBITRAL DEL CONVENIO MULTILATERAL

BUEN CORTE S.A. CUIT: ***30-71305330-5***

Forma Jurídica: ***SOC. ANONIMA***

Fecha Contrato Social: ***04-10-2012***

IMPUESTOS/REGIMENES NACIONALES REGISTRADOS Y FECHA DE ALTA

IVA	01-2013
GANANCIAS SOCIEDADES	01-2013
BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	01-2013
REG. INF. - PARTICIPACIONES SOCIETARIAS	01-2013
REG. INF. - PRESENTACION DE ESTADOS CONTABLES EN FORMATO PDF	01-2013
REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR	01-2014

****

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.

ACTIVIDADES NACIONALES REGISTRADAS Y FECHA DE ALTA

Actividad principal:	*141199 (F-883)*	*CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR N.C.P., EXCEPTO PRENDAS DE PIEL, CUERO Y DE PUNTO*	Mes de inicio: *11/2013*
Secundaria(s):	*477190 (F-883)*	*VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS Y ACCESORIOS DE VESTIR N.C.P.*	Mes de inicio: *02/2016*
	464129 (F-883)	*VENTA AL POR MAYOR DE PRENDAS Y ACCESORIOS DE VESTIR N.C.P., EXCEPTO UNIFORMES Y ROPA DE TRABAJO*	Mes de inicio: *03/2016*
	141120 (F-883)	*CONFECCIÓN DE ROPA DE TRABAJO, UNIFORMES Y GUARDAPOLVOS*	Mes de inicio: *04/2020*
	141202 (F-883)	*CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE CUERO*	Mes de inicio: *04/2020*
	143020 (F-883)	*FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS SIMILARES DE PUNTO*	Mes de inicio: *04/2020*
	681098 (F-883)	*SERVICIOS INMOBILIARIOS REALIZADOS POR CUENTA PROPIA, CON BIENES URBANOS PROPIOS O ARRENDADOS N.C.P.*	Mes de inicio: *09/2020*

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

DOMICILIO FISCAL - AFIP

AV LARRABURE 1720
VILLA MARIA
5900-CORDOBA

IMPUESTOS PROVINCIALES - FECHA DE ALTA

IIBB CONVENIO MULTILATERAL - ACTIVO	*08/2014*

JURISDICCIONES ADHERIDAS - FECHA DE ALTA

901 *CIUDAD AUTONOMA BUENOS AIRES*	*desde: 08/2014*
902 *BUENOS AIRES*	*desde: 08/2014*
903 *CATAMARCA*	*desde: 06/2017*
904 *CORDOBA*	*desde: 08/2014*
905 *CORRIENTES*	*desde: 08/2014*
908 *ENTRE RIOS*	*desde: 08/2014*
910 *JUJUY*	*desde: 08/2014*
913 *MENDOZA*	*desde: 08/2014*
912 *LA RIOJA*	*desde: 08/2014*
917 *SALTA*	*desde: 08/2014*
918 *SAN JUAN*	*desde: 09/2014*
919 *SAN LUIS*	*desde: 08/2014*
921 *SANTA FE*	*desde: 08/2014*
922 *SANTIAGO DEL ESTERO*	*desde: 08/2014*
924 *TUCUMAN*	*desde: 06/2022*
906 *CHACO*	*desde: 08/2014*
907 *CHUBUT*	*desde: 04/2018*
909 *FORMOSA*	*desde: 01/2021*
914 *MISIONES*	*desde: 08/2014*
915 *NEUQUEN*	*desde: 04/2018*
911 *LA PAMPA*	*desde: 08/2014*
916 *RIO NEGRO*	*desde: 08/2014*
920 *SANTA CRUZ*	*desde: 04/2016*
923 *TIERRA DEL FUEGO*	*desde: 06/2022*

ACTIVIDADES PROVINCIALES REGISTRADAS Y FECHA DE ALTA

Actividad principal:	*141199 NAES Confección de prendas de vestir n.c.p., excepto prendas de piel, cuero y de punto*	Art: 2 desde: *08/2014*
Secundaria(s):	*141120 NAES Confección de ropa de trabajo, uniformes y guardapolvos*	Art: 2 desde: *04/2020*
	141202 NAES Confección de prendas de vestir de cuero	Art: 2 desde: *04/2020*
	143020 NAES Fabricación de prendas de vestir y artículos similares de punto	Art: 2 desde: *04/2020*
	464129 NAES Venta al por mayor de prendas y accesorios de vestir n.c.p., excepto uniformes y ropa de trabajo	Art: 2 desde: *01/2018*
	477190 NAES Venta al por menor de prendas y accesorios de vestir n.c.p.	Art: 2 desde: *01/2018*
	681098 NAES Servicios inmobiliarios realizados por cuenta propia, con bienes urbanos propios o arrendados n.c.p.	Art: 2 desde: *09/2020*

DOMICILIO FISCAL - JURISDICCIONAL / SEDE

AV LARRABURE 1720
VILLA MARIA
5900-CORDOBA

Vigencia de la presente constancia: ***06-09-2022*** a ***06-10-2022*** Hora **09:01:47** Verificador **106733405388**

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**.

Si.Fe.Re.
Sistema Federal de Recaudación

CM03	Impuesto sobre los Ingresos Brutos Convenio Multilateral Presentación y Pago	N° de Formulario 5866 N° Verificador 640465

CUIT: 30-71305330-5	Contribuyente: BUEN CORTE S.A.	Sede: 904
Anticipo: 202207	Secuencia: Original	Tipo: Resto

Datos Presentación AFIP: **DDJJ presentada el 13/08/2022 - 11:31:01 ante AFIP, N° de Transacción 872725886**

Jurisdicciones incluídas en la presente Declaración Jurada

Jurisdicción		Anticipo Impuesto Determinado	Valores Restan	Valores Suman	A favor Contribuyente	A favor Fisco	A Pagar
901	CABA	$98.388,49	$1.033.572,39	$0,00	$935.183,90	$0,00	$0,00
902	BUENOS AIRES	$51.262,77	$400.557,99	$0,00	$349.295,22	$0,00	$0,00
903	CATAMARCA	$10.024,17	$133.016,35	$0,00	$122.992,18	$0,00	$0,00
904	CORDOBA	$391.294,25	$660.476,80	$0,00	$269.182,55	$0,00	$0,00
905	CORRIENTES	$42.259,32	$28.902,92	$0,00	$0,00	$13.356,40	$13.356,40
906	CHACO	$54.088,79	$75.161,83	$5.408,88	$15.664,16	$0,00	$0,00
907	CHUBUT	$1.918,00	$1.994,27	$0,00	$76,27	$0,00	$0,00
908	ENTRE RIOS	$14.055,50	$9.541,20	$0,00	$0,00	$4.514,30	$4.514,30
909	FORMOSA	$3.898,29	$6.016,34	$0,00	$2.118,05	$0,00	$0,00
910	JUJUY	$2.455,48	$1.405,41	$0,00	$0,00	$1.050,07	$1.050,07
911	LA PAMPA	$2.945,90	$28.467,59	$0,00	$26.021,69	$0,00	$0,00
912	LA RIOJA	$7.889,40	$9.897,70	$0,00	$2.008,30	$0,00	$0,00
913	MENDOZA	$29.674,69	$49.932,15	$0,00	$21.257,46	$0,00	$0,00
914	MISIONES	$30.989,83	$1.621.231,95	$0,00	$1.590.242,12	$0,00	$0,00
915	NEUQUEN	$5.371,51	$30.583,96	$0,00	$25.207,45	$0,00	$0,00
916	RIO NEGRO	$9.108,77	$2.798,77	$0,00	$0,00	$6.310,00	$6.310,00
917	SALTA	$4.184,72	$69.318,36	$0,00	$65.133,64	$0,00	$0,00
918	SAN JUAN	$26.731,13	$62.631,87	$5.346,23	$30.554,51	$0,00	$0,00
919	SAN LUIS	$27.427,26	$14.061,71	$0,00	$0,00	$13.365,55	$13.365,55
920	SANTA CRUZ	$1.388,56	$4.247,61	$0,00	$2.859,05	$0,00	$0,00
921	SANTA FE	$94.812,01	$148.404,10	$0,00	$53.592,09	$0,00	$0,00
922	SANTIAGO DEL ESTERO	$8.631,93	$3.476,99	$0,00	$0,00	$5.154,94	$5.154,94
923	TIERRA DEL FUEGO	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00	$0,00
924	TUCUMAN	$0,00	$11.343,06	$0,00	$11.343,06	$0,00	$0,00
	Totales	$917.302,77	$4.407.038,32	$10.755,11	$3.522.731,70	$43.751,26	$43.751,26

El que suscribe Lucrecia Bertolino, DNI Nro.: 35104033 en carácter de PRESIDENTE declara que los datos consignados en este formulario son correctos y completos, y que esta declaración se ha realizado utilizando el software/aplicativo aprobado por la Comisión Arbitral/AFIP, sin omitir ni falsear dato alguno que deba contener siendo fiel expresión de la verdad.

AFIP

IMPUESTO A LAS GANANCIAS

F. 713

Declaración Jurada

Firma	Mes de Cierre	Período	C.U.I.T.
	12	2021	30-71305330-5
	0 Original 1-9 Rect.	Cod. Activ.	Nro.verificador
Carácter	Original	181199	505778
	Ejercicio Fiscal	Regular	

Apellido y Nombre o Razón Social	Versión	Establecimiento
BUEN CORTE S.A.	2000001	0

Cantidad proyectos promovidos 0 C.U.I.T./C.U.I.L. contador 27-35104033-0 Entidad Exenta NO

R1 - Quebrantos Trasladables

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

R2 - Determinación del Resultado Neto

	F. Argentina	F. Extranjera		F. Argentina	F. Extranjera
a Result. del Ejercicio (contable)	11.654.760,91	0,00	g Quebrantos computables	0,00	0,00
b Ajustes	6.243.400,28	0,00	h Régimen de promoción	0,00	
c Donaciones	0,00		i Resultado Neto	17.898.161,19	0,00
d Resultado impositivo	17.898.161,19	0,00	j Resultado atrib. a los socios	0,00	0,00
e Queb. por Vta. de Acc. (Ejerc.)	0,00	0,00	k Queb. de Fuente Argentina		0,00
f Queb. por Contr. Deriv. (Ejerc.)	0,00		l Resultado Neto Final	17.898.161,19	0,00

R3 - Det. Resultado (Juegos de Azar)

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

R4 - Determinación del Impuesto

a Alicuota %	30,00	e Alicuota para Juegos de Azar	41,50 %
b Imp.Determinado (Excepto juegos de azar)	5.119.448,36	f Impuesto determinado para Juegos de Azar	0,00
c Total Imp.Liberado (F.A y F.E.)	0,00	i Total Imp. Determinado	5.119.448,36
d Total Imp.no Liberado (F.A y F.E.)	0,00		

R5 - Determinación del Saldo del Impuesto

	A favor Contrib	A favor AFIP		A favor Contrib	A favor AFIP
a Imp. determinado F. Extranjera		0,00	v Anticipos Cancelados Credeb	124.782,51	
b Imp. Análogos Pagados en el Ext.	0,00		w Sdo.x Ant.cancelados Credeb	0,00	
c Subtotal Fuente Extranjera		0,00	x Saldo a Cancelar		4.994.665,85
d Imp. determinado F. Argentina		5.119.448,36	y Cómputo Credeb para canc. DJ	2.711.426,49	
e Pago a cuenta realizado en el exterior Art. 11.3 b) Acuerdo con Uruguay	0,00		aa Saldo a Ingresar		2.283.239,36
f Saldo a Favor per. ant. en Bonos	0,00		Ant.canc.c/Cómp de Bonos y Cr.Fisc.	0,00	
g Anticipos canc. mediante F.515	0,00		ai Cómputo de Bonos y Créditos Fiscales para cancelación de DDJJ	0,00	
h Total Bonos F.515	0,00		ab Sdo.a Fav.Contrib.x Ant.canc. c/Bonos o Cert.Fisc.	0,00	
i Saldo a favor del resp. en Bonos	0,00		ac Retenciones y/o Percepciones	795.301,40	
j Sdo.Favor per.ant.Bonos CF Dto 135/06	0,00		ad Total antic.ingresados en efectivo o mediante débitos bancarios -excepto F. 515 y bonos CF Dto. 135/06-	1.372.976,37	
k Anticipos canc. BCF DTO. 135/06	0,00		ag Percepciones aduaneras RG 3577	114.961,59	
l Total Bonos CF Dto. 135/06	0,00		amP. a cuenta "Rég Art. 4 RG 3818"	0,00	
m Sdo.favor resp.ant.bonos CF Dto 135/06	0,00		Total anticipos RG 4278	0,00	
n Subtotal Fuente Argentina		5.119.448,36	aj Saldo a Favor Periodo Anterior	0,00	
ñ Diferimiento F.518	0,00		ah Saldo a favor por fusión o absorción	0,00	
o Subtotal General			af Saldo a favor	0,00	0,00
p P. a Cuenta que no generan saldo a favor	0,00				
u Saldo previo al Cómputo Credeb		5.119.448,36			

R6 - Forma de Ingreso

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

07133071305330512202150577 8

a0e793ff05fc5302e3a265e78b719674

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

AFIP		CUIT Nº: 30713053305	Establecimiento: 0
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO		Apellido y Nombre o Razón Social: BUEN CORTE S.A.	
		Fecha de Presentación: 16/08/2022	Hora: 17:15
F. 2002	Versión 230	Nro. de Transacción: 873185081	MD5: ea5b97a347d469cffb418080487fbc0a
		Período: 202207	Secuencia: ORIGINAL

Determinación de la base imponible del período	
Concepto	**Importe**
Total del Débito Fiscal	$ 9578464.06
Total del Crédito Fiscal	$ 7553814.63
Ajuste Anual del crédito fiscal por operaciones exentas AFIP	$ 0.00
A favor del Responsable	$ 0.00
Reducción del Saldo Técnico - BENEFICIO A PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES CUMPLIDORES-Art.12	$ 0.00
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período anterior	$ 538612.08
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período	$ 0.00
Subtotal Saldo Técnico a Favor de la AFIP del Período	$ 1486037.35
Diferimiento F. 518	$ 0.00
Bonos Fiscales - Decreto 1145/09 y/o Decreto 852/14	$ 0.00
Determinación de la Declaración Jurada mensual	
Saldo técnico a favor AFIP	$ 1486037.35
Saldo Técnico a Favor del Responsable del Período	$ 0.00
Saldo a favor de libre disponibilidad del período anterior	$ 902062.41
Total del monto utilizado del período	$ 622428.58
Total de retenciones, percepciones y pagos a cuenta computables en el período neto de restituciones	$ 884093.00
Saldo de Libre Disponibilidad a favor del contribuyente del período	$ 0.00
Saldo del Impuesto a Favor de AFIP	$ 322310.52

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

Presentación de DJ por Internet

Acuse de recibo de DJ

Organismo Recaudador: AFIP
Formulario: **2002 v230 - IVA POR ACTIVIDAD**
CUIT: **30-71305330-5**
Impuesto: **30 - IVA**
Concepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Subconcepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Período: **2022-07**
Nro. verificador: 418392
Cantidad de registros: 192

Fecha de Presentación: 2022-08-16 Hora: 17:15:29
Nro. de Transacción: 873185081
Código de Control: 7IJlid
Usuario autenticado por: AFIP (ClaveFiscal)
Presentada por el Usuario: 27351040330

[418392F2002.ea5b97a347d469cffb418080487fbc0a.b64]

Verificador de integridad (algoritmo MD5)
[ea5b97a347d469cffb418080487fbc0a]

Conserve este Acuse de Recibo como comprobante de presentación

Datos sujetos a verificación

Fuente: Empresa

2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS

No se detectó información.

2.6 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA

Información no proporcionada por la empresa.

2.7 ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES

2.7.1 Socios / Accionistas

Razón Social	Nacionalidad/Pais	Tax ID	%
BERTOLINO LUCRECIA	Argentina	27-35104033-0	50.00
BERTOLINO JUAN JOSE	Argentina	20-33695629-4	50.00

Fuente: Empresa.

2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas

No Declaró.

2.7.3 Directivos

Nombre y Apellido	Nacionalidad/Pais	Tax ID	Cargo
BERTOLINO LUCRECIA	Argentina	27-35104033-0	Presidente
BERTOLINO JUAN JOSE	Argentina	20-33695629-4	Director Suplente

Fuente: Empresa.

2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos





2.8 ACTIVOS

2.8.1 Inmuebles

No se detectó información.

2.8.2 Rodados

TOYOTA TODO TERRENO SW4 4X4 SRX 2.8 TDI DOMINIO AE965ZY

TOYOTA RURAL 5 PUERTAS COROLLA CROSS XEI HV 1.8 DOMINIO AE965ZZ

CAMIONETA RENAULT BOXER EXPERT MOD 2018 DOMINIO AC031CZ

2.9 PUBLICACIONES OFICIALES

Provincia: CÓRDOBA Fecha: 01/09/2014

BUEN CORTE S.A. Edicto Rectificatorio y Ampliatorio Sobre el edicto publicado el 02/05/2013: Se rectifica: Capital social. El capital social es de $100.000 representado por 10.000 acciones de $10 c/u valor nominal, nominativas no endosables, ordinarias, Clase “A". Se amplia: Suscripcion: Lucrecia Bertolino DNI 35104033 suscribe 5000 acciones. Maximiliano Acosta DNI 31300055 suscribe 5000 acciones. Fiscalizacion: A cargo de un sindico titular y uno suplente por tres ejercicios. Si la sociedad no estuviera comprendida en art 299 LS podra prescindir de la Sindicatura adquiriendo los accionistas las facultades art 55 LS. En acta constitutiva la sociedad opto por prescindir de la sindicatura. N° 21171 - $ 110,60

OTRAS PUBLICACIONES

Empresa local apoya la producción de un algodón de primera calidad
Fuente: **www.eldiariocba.com.ar** Fecha: 22/05/2022

Sembrar algodón en el Chaco, cosecharlo y enviarlo a granel para que vuelvan las remeras por la que hay que pagar el valor agregado que quedará fuera del país o, en el mejor de los casos, en Buenos Aires, no es algo que el empresario textil

villamariense **Juan José Bertolino** mire con agrado. Y como es un hombre de acción, el propietario de la reconocida marca Pato Pampa decidió ponerse a trabajar para que el valor agregado se pueda desarrollar en el lugar donde se produce la materia prima.
Esa iniciativa está dando frutos y a principios de mayo, los villamarienses encabezados por Bertolino firmaron un acuerdo con el INTA Sáenz Peña y la empresa Halgón SAS, para desarrollar un algodón de mayor calidad.
Cabe señalar que, tras la firma del acuerdo, el Instituto presentó la nueva variedad de algodón que esencialmente se caracteriza por tener fibras finas, resistentes y extralargas -de 32 milímetros-, algo inédito en Argentina.
Mientras hizo un alto en el camino -para tener una idea de la actividad del empresario, está trabajando en la producción de la línea de verano 22/23- Bertolino dialogó con El Diario sobre el tema.
-¿Cuál es el rol de Pato Pampa en ese desarrollo?
-La relación con Chaco comenzó hace como dos años atrás, cuando un grupo de productores de esa provincia, que estaban en una charla del INTA, vieron un video que publicamos en nuestras redes y donde decíamos lo que decimos siempre: que hay que valorar la producción del interior, el trabajo que se hace en cada lugar.
Nos buscaron y primero hablaron con Tomy -hijo de Juan José y también integrante de la empresa- y después conmigo.
Enseguida hubo una buena relación, muy fluida, porque es gente que le gusta hacer cosas como a nosotros.
Ahí estuvimos hablando y analizamos que el algodón tuvo su época de oro, hasta que doña soja lo mandó al tacho. Y ahora, es uno de los comodities que ha crecido un montón, incluso el precio, que se duplicó en el último año.
El planteo que hicimos nosotros es que en nuestra marca usamos algodón de muy buena calidad.
No se si saben, pero al hablar de calidad algodonera se habla del algodón egipcio, el escocés y el pima, que es un algodón desarrollado en Estados Unidos, pero que viene mejor en Perú y desde ese país se exporta a todo el mundo. ¿Por qué no lo podemos hacer nosotros?, le pregunté. Y como la gente del INTA es fantástica y hace un trabajo silencioso, que no todos conocen, nos dio una respuesta con este desarrollo.
Estoy convencido de que hay que laburar juntos, lo estatal, lo privado y ahí fue cuando nos sumamos. La idea es que Pato Pampa sea el difusor del algodón nacional.
Nosotros vamos a comprar la producción y la vamos a analizar. La llevaremos a la hilandería y produciremos las prendas. Ya pensamos en que tiene que tener un nombre y que nuestro algodón, el algodón argentino, tiene que alcanzar el reconocimiento como el que tiene el peruano, el escocés o el egipcio.
-Vimos imágenes del gobernador de Chaco junto a ustedes. ¿Le hizo alguna propuesta?
-Si, nos proponen trabajar allá. Yo estoy convencido de que la solución a los problemas del país no está en Capital Federal ni en el Gran Buenos Aires. Por eso, me parece que hay que hacer como en Mendoza: si ellos tienen las uvas, por qué no van a producir allí el vino. En el caso de Chaco, si ellos producen el algodón, por qué no van a hilarlo allí y producir las telas y la ropa. Estamos analizando y trabajando seriamente para abrir talleres allá.
No es de un día para otro, porque hay que empezar de menos diez, llevar gente de acá para ir formando a los de allá. Pero estamos muy entusiasmados y haciendo un trabajo serio y sostenido.
-¿Se iría de Villa María?
- No, de acá no me voy. Cuando me dicen en Córdoba o Buenos Aires que traslade todo hacia una capital o la otra, les digo que nunca. Nosotros, que hacemos moda y tenemos que responder con celeridad, los 600 kilómetros que nos separan de Buenos Aires son un tema, pero Villa María es la mejor ciudad para vivir. No es una ciudad media, es impresionante el desarrollo que ha tenido de la mano del campo, de las universidades. Yo soy un enamorado de Villa María.
Cuestión de hilos: el hecho de que la fibra sea más extensa ayuda a que el hilo sea más fino y resistente a la vez. Para entender el concepto, se puede aplicar la descripción que realizan sobre las sábanas cuando se refieren a la cantidad de hilos por centímetro: a más hilos, más calidad, porque son fibras finas y más confortables.
El trabajo clave del INTA
Mauricio Tcach es el investigador del INTA Sáenz Peña que está trabajando con el algodón de mayor calidad. Al momento de la presentación, destacó que es inédito en Argentina, dado que esas fibras de 32 milímetros de extensión se producen solo en Egipto y Perú. Dijo también que “resisten a las dos principales enfermedades que afectan al cultivo, lo que reduce la dependencia y uso de insumos químicos, lo que, a su vez, minimiza el impacto ambiental”.
En oportunidad de presentar el nuevo desarrollo, estuvo el ministro de Agricultura de la Nación, Julián Domínguez, quien señaló que "es un factor clave que permitirá sustituir importaciones, disminuir costos y producir prendas de calidad con potencial de exportación".
El INTA trabaja en el mejoramiento genético del algodón desde hace 70 años, contando con un banco de germoplasma con 800 variedades de todo el mundo y 300 líneas genéticas mejoradas por diversas técnicas: convencional, muta-génesis y biotecnología.
En una segunda etapa del proyecto, el objetivo es desarrollar la primera prenda con esta nueva variedad, mediante tecnología y con códigos QR, apuntando a “brindar toda la información desde la semilla hasta la prenda terminada”, concluyó Domínguez.

Ni de Egipto, ni de Perú. Será de Chaco que se obtendrá algodón con fibra extra larga
Fuente: www.diarionorte.com Fecha: 15/05/2022

Una empresa de servicios agronómicos sustentables del Chaco, Halgon SAS, liderada por Mariano González, pateó el tablero y logró convencer a los dueños de la firma de moda masculina Pato Pampa de hacer una alianza estratégica con el INTA, lográndose una variedad de semilla desarrollada por un equipo de investigación del organismo nacional de tecnología agropecuaria de Sáenz Peña, que se destaca por su fibra fina y resistente, cuyo largo supera los 32 milímetros.
La empresa Halgón, que forma parte del Grupo Agroperfiles ha impulsado este importante hito y en tal sentido, Pato Pampa, la firma de moda de alta costura, propiedad del empresario **Juan José Bertolino,** comienza a tener una mirada especial hacia el algodón, y se logra establecer una alianza estratégica en el norte argentino.
La visita de Mariano González a Villa María, Córdoba, donde la empresa de Bertolino tiene su base, fue la punta de lanza de este desafío de promover y afianzar al cultivo de algodón de calidad.
"Tiene que ser la semilla de un proyecto nacional y que interese a toda la cadena de producción, para unir todas las puntas, todas los eslabones", dijo González, y añadió que "hemos perdido el tiempo los argentinos, muchos años donde siempre el

productor primario es la variable de los mercados pero es fundamental darle valor en origen, y este es un proyecto que va generar muy buenas noticias para los chaqueños" , dijo.
Destacó el trabajo de los técnicos del INTA Sáenz Peña de la mano del genetista Mauricio Tcach; el apoyo de Diana Piedra, del Centro Regional Chaco-Formosa; y consideró "un honor que tanto el gobernador Jorge Capitanich como el ministro de Agricultura de la Nación, Julián Domínguez y el titular nacional del INTA que destacaron este logró".
UN HITO PARA EL CHACO Y SU CADENA DE VALOR
"Es un hito importante, Chaco va a hacer historia con este proceso, porque va a generar un movimiento en la cadena textil muy interesante y creo que aún ni lo imaginamos", reflexionó González, asesor técnico del grupo Agroperfiles.
Se refiere a la variedad que se destaca por su fibra fina y resistente, cuyo largo supera los 32 milímetros. Es un factor clave que permitirá sustituir importaciones, disminuir costos y producir prendas de calidad con potencial de exportación.
Para una segunda etapa del proyecto se apunta a desarrollar la primera prenda con esta nueva variedad, mediante tecnología y con códigos QR. "Se proyectamos poder brindar toda la información desde la semilla hasta la prenda terminada que hoy demandan los consumidores en muchas cadenas, incluso en la industria textil" .
"Este es un hecho muy importante, un nuevo evento biotecnológico que se produjo acá en nuestra querida Provincia del Chaco. Hay que estar atento a las señales que vienen del futuro. La historia nos ofrece una oportunidad y creo que la hemos tomado, en un esfuerzo público y privado", señaló por ultimo.

El ministro Dominguez fue parte de la jornada "Innovaciónes tecnológicas para el Norte Argentino" realizada en INTA EEA Sáenz Peña
Fuente: www.inta.gob.ar Fecha: 11/05/2022

El evento contó con la presencia del ministro de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, Julián Domínguez, el gobernador de la provincia del Chaco, Jorge Capitanich, la vicegobernadora Analía Rach Quiroga, el intendente de Presidencia Roque Sáenz Peña, Bruno Cipolini, las máximas autoridades del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Mariano Garmendia y Carlos Parera, la directora del centro regional Chaco-Formosa, Diana Piedra y representantes de diversas instituciones públicas y privadas del sector agropecuario e industrial nacional e internacional.
Poco después de las 10.00 arribó el ministro Domínguez al predio de la EEA Sáenz Peña y recorrió, junto a las autoridades de INTA, algunos sectores de la unidad para conocer el trabajo que allí se realiza. Luego, acompañó al gobernador Capitanich al salón de actos para dar inicio al acto central de la jornada.
En el acto protocolar de la jornada, luego de las palabras de bienvenida por parte del intendente Cipolini, la Ing. Diana Piedra, directora del INTA Centro Regional Chaco-Formosa, agradeció la presencia de las autoridades tanto de INTA como nacionales y provinciales y remarcó la importancia que tiene el cultivo de algodón para el Chaco, en ese sentido dijo que: "El aporte tecnológico que está realizando el INTA para volver a posicionar al algodón argentino a los primero lugares del mundo se siente hoy con mucha fuerza".
El Ing. Mauricio Tcach, investigador de INTA Sáenz Peña y uno de los responsables del desarrollo tecnológico del algodón, hizo una presentación de las líneas de investigación que se están trabajando en estos momentos incluyendo: eventos para controlar el picudo, para soportar mejor el estrés hídrico, plantas transgénicas tolerantes a virus y clon efectivo, dispositivos para captura de picudos, entre otros.
Acto seguido se firmaron sendos convenios de vinculación y cartas de intención entre el INTA y diferentes instituciones como el Ministerio de Producción, Industria y Empleo de la Provincia del Chaco y la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNNE. Un momento especial dentro de este segmento fue la firma del convenio de colaboración técnica entre las firmas Halgon S.A.S., **Buen Corte S.A.** y el INTA, cuyo objetivo es trabajar en forma conjunta a los fines de evaluar la factibilidad de utilizar fibra de algodón (tipo extra larga) en procesos textiles industriales.
Seguidamente fue el turno de la palabra del presidente de INTA, Mariano Garmendia, quién dijo: “Hablar de algodón es hablar de trabajo, tenemos que pensar en un nuevo país que venda tecnología y genere trabajo para los argentinos”
Luego fue el turno del ministro Julián Domínguez, quien en su discurso subrayó: “La producción algodonera en Chaco marcó una forma diferente de organización porque hubo simbiosis entre productores e instituciones” en ese sentido remarcó que “El INTA ha construido un espacio común entre productores, instituciones y Estado”.
Para finalizar, el gobernador Jorge Capitanich hizo uso de la palabra y subrayó la importancia que tiene el INTA para el desarrollo de la provincia: "Estas innovaciones tecnológicas en el cultivo de algodón hacen un aporte fundamental ya que abren las puertas a más oportunidades para lograr el desarrollo de la cadena textil completa en la provincia". Y cerró su alocución diciendo: “Hoy es un gran día para nosotros, para INTA, para Chaco y para Argentina por estos logros tecnológicos que se lograron gracias a nuestros investigadores”

“Pato Pampa Mujer ya representa el 35% de nuestro volumen de producción total”
Fuente: www.mundoempresas.com.ar Fecha: 08/03/2022

Desde hace más de 10 años, **Lucrecia Bertolino** es la encargada de “Producto” de **Pato Pampa**, la marca de indumentaria de raíces en Villa María y con presencia en prácticamente todo el país.
Si bien este nombre, por trayectoria y calidad, está íntimamente ligado a prendas de hombre, lanzaron recientemente la línea Pato Pampa Mujer, con una excelente aceptación y penetración en el mercado.
Mucho tiene que ver Lucrecia en esto, puesto que es quien define, junto a un equipo de profesionales, todo lo relacionado a los diseños, desarrollos de prendas, planificación, compra y contacto con proveedores y talleres, entre otras cosas.
Pato Pampa es una empresa familiar que fundó **Juan José Bertolino** en 2002 y que sigue creciendo, también de la mano de la mujer empresaria.
“Pato Pampa Mujer arrancó siendo el 15% del volumen de producción. Y si bien hemos crecido en ambos, hoy ya llega a un 35% del total en apenas dos temporadas”, resumió sobre el alcance que tuvo el lanzamiento de la línea femenina.
Esta idea, aseguró, “siempre fue una tarea pendiente” y llegó un punto en que “clientes mayoristas y minoristas empezaron a pedir la calidad y diseño que se sabe que ofrece Pato Pampa, pero para mujeres”.
Así es que en 2019 tomaron la decisión de irrumpir el mercado con las prendas femeninas, se prepararon para el verano del

2020, pero la pandemia hizo que se vuelva a dilatar el lanzamiento.
Al retomar cierta normalidad, la empresa textil fue lo primero que puso en marcha. "Hoy realmente estamos muy contentos con el resultado, la devolución que tuvimos fue excelente. Es otro Patito que nace y hay que ir cuidándolo", subrayó la joven empresaria.
Hoy la línea mujer se encuentra en todas las franquicias que la marca tiene a lo largo y ancho del país, como así también en muchos espacios multimarcas. Pato Pampa lanzó accesorios, calzado, pantalonería, sastrería, entre otras cosas, y analizan también incursionar en trajes de baño.
Trabajadoras, de familia
Lucrecia, quien es Diseñadora de Indumentaria, contó que disfruta plenamente de su rol en la empresa familiar. El análisis de lo que se viene en tendencias, lo que se pretende transmitir en los diseños, la tarea de observar lo que sucede en otras latitudes, es parte de su tarea diaria.
Desde pequeña absorbió el ejemplo de las mujeres de su familia, todas trabajadoras, empresarias, independientes.
"La abuela de mi mamá, trabajaba en el correo. En esa época, que una mujer trabajara era algo medio descabellado. Mi abuela, por parte de mi mamá, trabajó en la perfumería toda su vida hasta que ella decidió jubilarse. Nunca se dio una ama de casa en mi familia, es lo que llevamos dentro y cada una se desarrolló en un área", relató cuya madre es propietaria de Mistral Perfumería.
La empresa, hoy y mañana
Lucrecia analizó el contexto del sector textil, al que definió como "muy particular, con muchas áreas golpeadas en general". De todas maneras, rescató que Pato Pampa "está muy posicionado, fuertes, con una propuesta amplia".
De todas formas, resaltó el hecho de que la pandemia potenció la necesidad de ofrecer una experiencia de consumo íntegra, con los locales comerciales físicos, la tienda online y las redes sociales.
"Hemos bajado nuestro segmento etario en forma gradual, eso también nos hizo crecer y empezar a tener competencia que antes no teníamos, y después de toda la pandemia hubo muchos colegas que lamentablemente quedaron en el camino y hay más demanda de la que hubiésemos esperado", confesó.
En relación a lo que se viene para Pato Pampa, adelantó que están por abrir dos nuevas franquicias, que siguen trabajando en apoyar todos los eslabones de la cadena que hacen a una prenda, y que están desarrollando con el Inti semillas para lograr nuevas características en las fibras.

El análisis del cultivo de algodón en la argentina
Fuente: www.ruralnet.com.ar Fecha: 22/08/2021

"Siempre Vivo, Siempre Diverso" reza la idea fuerza del 29° Congreso Aapresid que este lunes abordó la visión global de la cadena del cultivo de algodón en nuestra Argentina, enterándonos acerca de la generación de nuevas variedades y como mejorarlas, lo que se hace en cada uno de los eslabones de la cadena productiva. Una propuesta muy interesante que, datos y experiencias mediante, nos llevó desde el lote hasta la prenda confeccionada.
En esta oportunidad ofrecieron sus conocimientos: Pablo Vaquero (Gensus), Alex Montenegro (INTA), Mariano Petruzela (INASE), Juan Erdmann (ASA), Martín Canteros (Asesor privado) y **Juan José Bertolino (Pato Pampa)**
Al abrir el juego, Pablo Vaquero, referente de la empresa Gensus (Genética Sustentable) que produce variedades de semillas de algodón certificadas con la aprobación regulatoria necesaria en Argentina, ubicó a nuestro país en el mercado global "con muchos años de retraso" respecto de Brasil, Estados Unidos o Australia, los top. En nuestro país no se llega a los 700 k/ha de promedio cuando en el resto del mundo el promedio excede los 800 k/ha y los top superan los 1600 kilos.
La diferencia tiene origen en el manejo de siembra, hasta llegar a la comercialización y todo lo relativo a la tecnología aplicada a la semilla. Así y todo "Argentina recorre un camino sólido de desarrollo y mejoras", aclaró, en semilla, manejo, cosecha, desmote y comercialización.
El INTA ha lanzado tres nuevas variedades de semillas (después de más de diez años).
"Como cadena algodonera debemos trabajar en que haya tecnologías disponibles en germoplasmas, en desarrollo de nuevos eventos, coordinación permanente entre productores y técnicos para mejorar calidad y sustentabilidad, y llegar a una calidad de fibra que permita cumplir con los pedidos de la industria", sintetizó Vaquero, dejando un largo y promisorio camino por delante.
Alex Montenegro, del INTA Roque Sáenz Peña (Chaco), diferenció los dos tipos de algodón que se usan para hilar y confeccionar una prenda. Una es llamada open end de la que se obtiene un tejido áspero, y con un hilo algo más grueso; la otra es ring spun que es más suave, para un tejido liso, denso y duradero. Esa diferencia es clave en la calidad de prenda que se pretenda confeccionar.
A partir de este conocimiento el INTA hace sus planes de mejoramiento genético según la demanda de la industria textil, "el algodón que no se puede hilar no sirve para nada", asestó.
Con esa definición instó a producir algodón de la mejor calidad que sea posible y, como Pablo Vaquero, mira al futuro con optimismo sabiendo que se trabaja en ese sentido.
Desde el Instituto Nacional de la Semilla (INASE) Mariano Petruzela, Director de Fiscalización en el organismo, recordó que una de las premisas es "asegurar al productor la calidad de la semilla que adquiere y proteger la propiedad de las creaciones fitogenéticas", tal como se expresa en la Ley de Semillas.
Para asegurar que todos los pasos exigidos se cumplen y dar certeza a toda la cadena se inicia con la declaración del lote (superficie a cultivar, origen de la semilla y lugar geográfico), luego se observa la trazabilidad (todo el movimiento de la producción), se hace un seguimiento del proceso industrial, y finalmente poder dar la autorización de venta de la semilla. Todo queda certificado con rótulo oficial.
El INASE también es responsable del monitoreo de variedades y otros pasos que hacen posible cumplir con los objetivos de la Ley de Semillas y le dan seguridad al productor.
Juan Erdmann, Gerente de Operaciones de la Asociación de Semilleros Argentinos, comentó que fruto de un trabajo conjunto con el INASE desarrollaron marcadores moleculares para eficientizar la determinación e identificación de las variedades con su genotipo y fenotipo.
"Eso permite tener garantizada la diferenciación y explorar las posibilidades en la cadena comercial", con datos confiables para

obtentores y productores. Este trabajo del INASE es pionero porque ninguno de los países líderes en producción tienen algo similar y, por caso, Brasil está gestando trabajar en conjunto con el INASE.
"Esto es un trabajo modelo de interacción público privada que trae innovación mediante una plataforma novedosa y ubica a Argentina como pionera en el registro de identificación de cambios en el registro de variedades de algodón. Trazabilidad, innovación y liderazgo son las tres condiciones que deben trabajarse en la cadena del algodón", completó Erdmann.
Martín Canteros además de productor es asesor privado y puso foco en la variedad de semillas, lamentando tener un único proveedor, cuestión que los deja fuera de competencia con Brasil por no contar con muchas variedades. "Estamos bastante atrasados en biotecnología respecto de nuestros vecinos", redondeó.
También observó que producción y la industrialización debieran congeniar más y que "para el productor hay cosas que no están claras en la comercialización". Confió que las asociaciones de productores de Santa Fe y de Chaco van a impulsar los cambios necesarios.
Otra de las reservas que planteó Canteros fue cómo influirá el uso de la soja enlist en la producción algodonera.
Entre otras consideraciones valoró el protagonismo del algodón en las rotaciones, la necesidad de incorporar tecnología para optimizar la cosecha y evitar que el corto tiempo sea un impedimento.
Cantero remarcó la identidad algodonera del productor: "es un sentimiento más que un cultivo. Y pasa generacionalmente. Ahí es dónde vemos el cambio, porque con los hijos que regresan luego de sus estudios vamos a una producción más eficiente. El algodón tiene un futuro muy promisorio, más aún si superamos y corregimos lo que hay que corregir".
La industria textil estuvo representada por Juanjo Bertolino, propietario de Pato Pampa y heredero de más de seis décadas de empresa familiar dedicada a la sastrería.
Primeramente dijo que con la pandemia aumentó el consumo de algodón porque se buscan prendas más cómodas, aunque tropiezan con problemas para conseguir hilados y tejidos, con demoras de hasta tres meses. Eso acarrea un problema en la producción y otro financiero porque deben pagar por adelantado.
"Al algodón argentino le falta calidad", manifestó, pero es una buena noticia que desde la producción de hable de superación y abonó lo que se dijo acerca de unir todos los eslabones de la cadena para trabajar en conjunto. En tal sentido sugirió que se geste una producción de origen, como sucede con el vino y otras.
Destacó que "la industria textil genera mucha mano de obra, especialmente femenina" y observó la necesidad de agregar valor para optimizar el negocio. "Vemos que se exporta el algodón como materia prima y se importa luego con mucho valor agregado. Tenemos que tratar de revertir eso mejorando calidad y productividad, tratando de importar lo menos posible", desafió Bertolino.

Algodón: los desafíos que enfrenta el sector para llegar del lote hasta la remera
Fuente: www.agroclave.com.ar Fecha: 19/08/2021

Para analizar la visión global de la cadena del cultivo del algodón, así como aspectos de manejo agronómico y también de regulación, finalizando en la confección de prendas, referentes del sector expusieron en el Congreso Aapresid, en un panel titulado "Del laboratorio a la pasarela: la historia de una remera".
Pablo Vaquero, presidente de Gensus S.A., la única empresa de semilla de algodón fiscalizada en el país, con base en Buenos Aires y planta en Avia Terai, Chaco, explicó que Argentina lleva años de atraso con respecto a sus competidores Brasil, Australia y Estados Unidos: "El promedio en el mundo de fibra por hectárea es de 800 kilos por hectárea, en Argentina no llegamos a 700 kilos/ha, mientras que Brasil está en 1600, Estados Unidos 1100 y Australia 1800 kilos de fibra por hectárea".
A pesar de estas diferencias, Vaquero prefirió ser optimista en cuanto a la perspectiva de toda la cadena algodonera: "Vamos hacia un camino sólido de desarrollo y puesta en marcha de mejoras, no sólo en las semillas, sino en el manejo, cosecha, desmonte y comercialización".
Por otra parte, destacó las tres nuevas semillas que lanzó recientemente el Inta, luego de una década sin innovaciones: "Es una revolución en sí misma, y no es casual porque surge de muchos años de trabajo principalmente del Inta Sáenz Peña. Estamos trabajando en proyectos de edición génica en asociación con otras pymes como Bioheuris en Rosario, con quienes diseñamos un programa de edición génica en algodón".
Además, Vaquero contó que se trabaja con otras asociaciones y organismos como el Instituto Nacional de Semillas (Inase) que colabora junto a la Bolsa de Cereales de Buenos Aires en un convenio de semilla segura, para evitar el ingreso de materiales con tecnologías no autorizadas al país, o el surgimiento de la Asociación de Productores Algodoneros con quienes se dedican a la multiplicación de semillas de variedades en el Inta. También, la cartera productiva de realiza una coordinación con Gensus para entregar semillas fiscalizadas a pequeños y medianos productores y finalmente el desarrollo de marcadores moleculares que diferencian variedades y que le darán al productor una mayor certeza.
A modo de conclusión, el empresario indicó que se debería trabajar en la semilla con tecnologías disponibles que aseguren una mayor estabilidad, la sustentabilidad del cultivo y la rentabilidad del productor. Asimismo, pidió que haya mayores desarrollos de eventos y una coordinación permanente para mejorar la sustentabilidad y rentabilidad del cultivo en el norte argentino.
Sobre la calidad de la fibra, insistió en la necesidad de que cumpla con los pedidos de la industria local y mejore la comercialización en el futuro, estableciendo sistemas de parámetros homologados para tener mayor certeza al momento de comercializar.
Por su parte, Álex Montenegro, ingeniero agrónomo del Inta Sáenz Peña relató que se trabaja en la producción de germoplasmas desarrollados en el país que permiten hilar las fibras en los sistemas textiles.
"Implementamos planes de mejoramiento genético para alimentar la industria textil. En la agricultura se piensa únicamente en el algodón, pero si ese algodón no se puede hilar no sirve para nada y es el salto que nos hace falta. Podemos predecir desde la genética cuáles serán las tecnologías más aptas y las más eficientes".
Altos costos y falta de calidad, los desafíos de la industria textil
El valor agregado que lleva la confección de las prendas de algodón confeccionadas en Argentina trae una serie de obstáculos tecnológicos e impositivos que generan que la indumentaria sea más costosa que en otros países.
En ese sentido, **Juan José Bertolino**, empresario textil y propietario de la marca "Pato Pampa" expresó que entre las complicaciones más importantes que atraviesa el sector es conseguir el hilado, una problemática que se profundizó con la pandemia del coronavirus, por el aumento de la demanda de prendas de algodón, debido a que la gente opta por ropa más

cómoda para estar y trabajar desde su casa.
“Al algodón argentino le falta calidad. Fui convocado por algodoneros hace muy poco en Santiago del Estero y en Chaco y vimos la necesidad, tanto por parte del productor como el nuestro, de trabajar para mejorar la calidad”, expresó Bertolino.
En ese sentido, el empresario expresó: “Nuestro país necesita empezar a desarrollar con más intensidad el trabajo de origen. Como ocurrió con el vino, tendría que pasar con el algodón. La industria textil genera mucha mano de obra y eso evitaría en provincias como Santiago del Estero y Chaco el famoso desarraigo”.
Bertolino aseguró que actualmente existen atrasos en la producción y en la entrega del producto. Además, los pagos se deben hacer entre 90 y 100 días antes de obtener el producto y los costos van escalando: “Un kilo de fibra está 170 pesos, más 700 (pesos) el hilado. Un tejido como un jersey lo estamos pagando entre 1300 y 1400, y si de un kilo de fibra se sacan 30 remeras de una calidad buena, cuesta al público entre 2.000 y 3.000 pesos y a veces más. Pasamos de 170 pesos a facturar a 10.000 15.000 pesos de valor agregado”.
Entre los desafíos que enfrenta la industria, el propietario de Pato Pampa apunta a exportar con mayor valor agregado: “La pata productiva del algodón y la de la confección tenemos que trabajar para lograr un mejor algodón, porque se exporta prácticamente sin valor agregado y se importan remeras con mucho valor agregado”.
Más voces
El director de Fiscalización de semillas de Inase, Mariano Petruzela, insistió en la importancia de que el productor adquiera semillas legales y que estén inscriptas. “El rótulo que tiene la bolsa de semillas le asegura que está adquiriendo semillas de calidad”, sostuvo Petruzela.
Por su parte, Juan Erdmann, ingeniero agrónomo y gerente del Área Técnica y Relaciones Institucionales en Asociación Semilleros Argentinos (ASA) destacó el modelo de trabajo público-privado que impulsan junto con el Inase que sitúa a argentina como “pionero e innovador y generador de cambios en el registro e identificación de variedades del algodón. La cadena de algodón deberá responder a las condiciones de trazabilidad, innovación y liderazgo para dar respuesta a la demanda de algodón sustentable que va a requerir la industria”, observó.
Volver a la historia algodonera
Martín Canteros, productor agropecuario y asesor privado coincidió en que existe un atraso en bioteconología y remarcó que existe una sola empresa dedicada a la genética y venta de semillas, y que eso ocurre porque en la historia del algodón nunca fue un mercado que avance. “Tuvimos avances en la organización del sistema, pero la parte productiva se sigue separando de la parte industrial, y falta claridad en la comercialización”, expresó.
Canteros apuntó a que todos los eslabones de la cadena de proceso trabajen en conjunto y se limen asperezas: “Lo que hay que hacer es juntarse y colaborar más entre todas las partes que integran la cadena. Tenemos más de 100 años de historia algodonera, que se lleva en la sangre. El productor algodonero se parece al productor ganadero que tiene un sentimentalismo hacia el cultivo que no se encuentra en otra parte y eso pasa de generación en generación. Ahora están los hijos algodoneros que son administradores de empresa o ingenieros y ahí vemos el cambio hacia una buena agricultura y un mejor uso de los recursos”.
Y finalizó: “Vemos un futuro muy promisorio para el algodón. Como productores, no podemos estar separados de la industria y debemos ser compañeros, sin querer sacar ventaja. Toda la cadena debe estar trabajando en pos de tener más algodones y más fibras para la exportación”.

Grupo Linke y Pato Pampa juntos: "El norte con el algodón tiene un futuro enorme"
Fuente: www.diario21.tv Fecha: 24/06/2021

El titular de la firma **Pato Pampa, Juan Jose Bertolino** acompañado por su hija recorrió la zona algodonera del norte argentino. Visitó el Establecimiento “El Tanque” ubicado en Santiago del Estero donde fueron recibidos por los propietarios Héctor y Gonzalo Linke. El empresario y el productor algodonero abrazan la idea de fortalecer la cadena productiva algodonera marcando el sello de industria nacional de la semilla a la prenda de vestir.
El empresario Juan José Bertolino, propietario de la firma de moda masculina Pato Pampa, junto a su hija, visitaron el establecimiento “El Tanque” ubicado a 260 km de la localidad chaqueña de Gancedo. Allí junto a Héctor y Gonzalo Linke recorrieron el lugar que tiene una superficie de 13.589 hectáreas donde se produce, entre otros cultivos, algodón.
Con la mirada puesta en fortalecer la cadena textil argentina, llevando al mundo el sello de la producción e industria nacional, el empresario y el productor algodonero dieron el paso inicial a un trabajo conjunto.
“Nos llena de orgullo recibir a los representantes de una empresa que se forjó con emprendedores; que desde el interior del interior del país siguen creciendo en Argentina.”, destacó el productor y propietario del establecimiento algodonero, Héctor Linke. Destacó la presencia del empresario Juan José Bertolino como el eslabón que termina de cerrar una cadena que unió en este lugar al productor algodonero y al empresario de indumentaria.
Pato Pampa es una marca Argentina que se expande rápidamente a lo largo y lo ancho del suelo Argentino, logró en estos casi 20 años consolidarse en el mercado nacional. Surgió como un emprendimiento familiar con una historia de 67 años. “Mi padre era sastre y con un tío iniciaron la empresa y yo por el año ´77 me incorporé. Siempre quise hacer mi marca; empezamos en 2001, 2002, con este emprendimiento y hoy podemos decir con mucha alegría que tenemos una marca posicionada en el país y con un grupo de gente joven atrás que está siguiendo los pasos y creemos que la va a hacer crecer mucho más.”, describió el empresario Juan José Bertolino.
Sobre este encuentro, Bertolino destacó “Creo que todas las alianzas que podamos hacer nosotros con los talleres, proveedores, con esto del mensaje de algodón nacional; creo que esta zona; el norte de argentina con el algodón tiene un futuro enorme y es lo que me entusiasma a mí; no solo verlo como un negocio sino ser parte de una cadena productiva y comercial que el país necesita.”
El objetivo del Grupo Linke (productores algodoneros) y de Pato Pampa (firma de moda masculina) es lograr un hilo de algodón de máxima calidad acompañado de la producción agrícola con cuidado del ambiente, la ecología, la mano de obra registrada. “Con todo eso creo que los argentinos más temprano que tarde vamos a estar en ese camino.”, aseveró Bertolino acompañando la premisa del Presidente de la Asociación Argentina de Productores Algodoneros, “queremos seguir creciendo para poder ser el gran algodón argentino porque cuando creamos la marca de algodón responsable pensamos en todo esto; en que algún día nuestro sello pueda estar en un fardo de fibra y decir estamos produciendo a conciencia.”

PATO PAMPA MIRA EL ALGODÓN
Fuente: www.agroperfiles.com.ar Fecha: 25/04/2021

Pato Pampa, la firma de moda masculina, propiedad del empresario **Juan José Bertolino**, comienza a tener una mirada especial hacia el algodón, y apunta a establecer alianzas estratégicas en el norte argentino.
La visita de Mariano González, técnico y asesor del Grupo Agroperfiles, a su sede central en Villa María, Córdoba, es la punta de lanza de este desafío de promover y afianzar al cultivo de algodón de calidad.
Con más de 20 años de historia, Pato Pampa nació bajo la idea creativa de **Juan José Bertolino**, empresario proveniente de una familia de sastres con más de 50 años en la industria textil. En la actualidad llegan a producir más de 150.000 prendas por temporada.
Es una empresa sustentable que no solo tiene un buen presente sino también pasado y futuro.
“Creo que estamos consolidados por lo que hicimos y el prestigio en lo que es el diseño y la calidad, que son nuestro fuerte”, consideró el líder de la firma textil.
UN MENSAJE CLARO
Bertolino le dio un claro mensaje a través de un video al algodón, y pedido al genetista del INTA Sáenz Peña, Mauricio Tcach de avanzar en la genética para producir fibras de alta calidad.
Esta visita es muy productiva, tiene que ser la semilla de un proyecto nacional y que interesa a toda la cadena de producción, para unir todas las puntas, todas los eslabones”, dijo el dueño de Pato Pampa.
Agregó que “hemos perdido el tiempo los argentinos, muchos años donde siempre el productor primario es la variable de los mercados y unos pocos vivos concentrados en el poder hacían todo el resto”, dijo.
Consideró que es momento de trabajar haciendo puentes, destacando la visita a su planta. “Es la única forma de traspasar las grietas, el país nos necesita”, dijo.
LA ALIANZA ESTRATEGICA
En la actual campaña de cosecha de algodón, Bertolino llegará al Chaco y visitará Santiago del Estero para observar el trabajo tanto técnico como de producción primaria, la idea de visitar desmotadoras e hilanderías “porque la misión darle fortaleza al algodón”, indicó González para lo cual estableció el acompañamiento del grupo Agroperfiles y de la Asociación de Productores de Algodón Argentino.
La idea es establecer vínculos que permiten inclusive avanzar en una especie de “trazabilidad” del algodón con información a través de un código QR que indique de que se trata de tal tipo de algodón, sembrado con tal semilla, en determinada zona de producción primaria, y cuál fue el proceso”.
Todo esto le dará un prestigio al algodón, y aprovechando una marca líder como Pato Pampa y con toda la convicción que tiene el señor Bertolino de llevar adelante esta verdadera patriada por el algodón argentino, siempre de la mano del productor, indicó.
CON SENTIDO NACIONAL
Bertolini no duda en decir que “tenemos una marca que tiene mucho sentido nacional y creo que la frutilla del postre es que tengo la suerte que mis hijos se involucraron en este proyecto y se prepararon para eso”, sostiene.
“La Argentina nos dio y nos siguió dando oportunidades. Nosotros apostamos al sacrificio y al trabajo y creo que eso se ve plasmado en lo que logramos”, expresó.
“Estamos buscando una alternativa diferente para el productor algodonero, de la mano del Grupo Agroperfiles y de la Asociación de Productores de Algodón Argentino”, dijo Mariano González, indicando que “el objetivo final debe tener como beneficiario al algodón y al productor algodonero”.
Sostuvo González “intentamos hacer alianzas estratégicas apuntando a la calidad del algodón ya que la industria textil exige estos estándares para sus confecciones”.
Señaló que “todo esto implican una serie de responsabilidades desde el tipo de semilla que se utilice, fiscalización de las simientes, el rol del INTA que aporta su tecnología para tener productos de excelencia”.
Mariano González concurrió a la cita con el titular de Pampa Pampa junto a Ariel Sogne

Coronavirus. Incertidumbre sobre cómo se probará la ropa en medio de la pandemia
Fuente: **www.es-us.finanzas.yahoo.com** Fecha: 08/05/2020

La cuarentena obligatoria y el cierre de shoppings y locales se produjo con la colección para otoño invierno de indumentaria y calzado recién empezándose a promocionar y a mostrar. La mayoría de las marcas apelaron a rebajas en las ventas online y a promociones para compras futuras, pero admiten que la comercialización a través de canales virtuales no reemplaza "ni remotamente" la que se hace de manera presencial. Es que en la facturación global del sector representa en promedio apenas el 10% y en este período podría saltar unos tres o cinco puntos. Si desde el lunes pueden volver a abrir -en función de cómo se dé la flexibilización-, habrá cambios importantes en la modalidad.
Por ejemplo, en España, el Gobierno determinó que -además de la desinfección de probadores después de cada uso, distanciamiento social y limpieza varias veces al día del local- las prendas que se prueben y no se vendan deben ir a cuarentena 10 días. Los pequeños comerciantes no están de acuerdo porque les altera el stock. La medida se aplicará también a zapaterías. En la Argentina todavía no hay indicaciones sobre cómo será el regreso, pero es obvio que tendrán requisitos especiales.
La industria -de la que dependen un millón de personas entre calzado e indumentaria- se prepara para reclasificar unidades y para tratar de recuperar a partir de la primavera algo de lo perdido. Los empresarios repiten que este año se reducirá a tres meses. Algunos de los consultados por LA NACION admiten que en la última semana hubo un repunte en los pedidos online pero que a los consumidores les pesa la incertidumbre sobre su propio futuro económico, por lo que están cautos a la hora de comprar. Hay empresas cuyo promedio de operaciones por esa vía es menor al 10%.
"La moda es negocio cuando la gente compra por moda, cuando compra porque hace calor o frío, es necesidad", grafica **Juan José Bertolino dueño de Pato Pampa**, indumentaria para hombre que cuenta con 35 locales en el país. "Dependemos de la vida social, de las salidas, de los regalos en reuniones. Sin esa pata, el negocio es casi inexistente", dice. En su caso el 80% de la colección quedó lista para despachar.

Las marcas con locales en los shoppings cuentan que les están cobrando sólo las expensas y que si el cierre continúa, también empezarán a pelear para que sea una parte. En el caso de los espacios a la calle, cierran diferentes tipos de acuerdo como abonar la mitad de los alquileres y el resto en tres cuotas cuando la situación se normalice.
Las promociones comenzaron en marzo, cuando se veía llegar el impacto del Covid-19.
Desde Levi's Argentina indican a LA NACION que la venta on line "no puede sustituir el volumen" que había en el retail físico previo al Covid-19. "Después de pasar por las primeras y segundas semanas de cuarentena realmente duras en materia de sesiones en las operaciones virtuales vemos una recuperación en estos últimos 15 días; creemos que con la liberación de las entregas la tendencia se fortalecerá".
Plantean que avanzan con "más inversión en medios para alcanzar más audiencia" y con acciones de descuentos en productos seleccionados para "aumentar la conversión". Actualmente se están lanzando nuevos productos online y un 25% de descuento en seleccionados.
Daniela Avellaneda, gerenta de Marketing de Latin Shoes licenciataria de Avia en Argentina y que gestiona otra docena de marcas nacionales e internacionales, señala que no llegaron a lanzar la colección de invierno y no lo harán hasta que puedan tener productos a la venta: "Lo más coherente hoy es acompañarlos con actividades que puedan hacer desde sus casas siempre orientadas al mood de la marca que es el estilo de vida saludable y comunicar el stock que continuamos teniendo disponible online y que incluye una gran variedad de productos discontinuos". Desde esta semana las entregas de esas compras están reactivadas.
Salvar la temporada
La estrategia general de la industria es reducir el inventario de manera que cuando les toque abrir puedan avanzar con algunas nuevas; el objetivo es generar ingresos y librarse de la mayor cantidad de stock posible. La comercialización por canales virtuales no es suficiente para cubrir los costos de empleados, parte de alquileres, seguros, servicios e impuestos. "Es el peor escenario, con las fichas del taxímetro corriendo y parados", grafica el dueño de una de las marcas de fast moda más importantes del país que ingresa a sus locales entre 40 y 50 artículos nuevos por mes. "Tenemos mercadería en talleres y telas en depósito, eso nos salvará hacia adelante porque el resto de la materia prima está en barcos hasta que se normalice la situación".
En Levi's Argentina reforzaron el mensaje "Do it Yourself" vía tutoriales en las redes donde explican cómo reinventar los iconos de la marca. Avia también genera contenido de la mano de sus "embajadores de marca" y usando material que tenían diseñado antes de la cuarentena. "Acompañar en esta etapa es de vital importancia para tener empatía con el consumidor", repiten.
Pato Pampa, al focalizarse en básicos, admite que tendrá menos inconvenientes para darle continuidad a la ropa: "El mayor problema es lo financiero; ya está pago lo que hicimos pero no podemos entregar ni cobrar. Esperemos que los gobiernos tengan algo de creatividad porque nos la exige a nosotros, pero ellos también deben ejercitarla. Tienen que consultar con los sectores; habrá muchas Pymes que desaparecerán. Todos debemos hacernos responsables de nuestra parte".
A futuro no saben las medidas que se les exigirán: hay locales que tienen hasta 15 cajas y seguramente no las podrán habilitar a todos con la consecuente caída de facturación.

La firma argentina Pato Pampa pone en marcha su tercera flagship store en Buenos Aires
Fuente: www.pe.fashionnetwork.com Fecha: 05/07/2018

La tienda de **Pato Pampa** en Tortugas Open Mall mantiene los estándares de diseño de la marca a nivel nacional, caracterizados por gran iluminación, pisos laminados en madera, muros blancos y amplios escaparates. En su nueva flagship store, la firma argentina comercializa su más reciente colección otoño-invierno 2018 que incluye indumentaria, calzado, complementos y perfumería.
Tras su inauguración en TOM, la marca Pato Pampa ya supera los 20 locales operando en el marcado argentino. Al día de hoy, además de Buenos Aires, la marca cuenta con presencia en las provincias de Misiones, Neuquén, Río Negro, Corrientes, Chaco, Mendoza, San Juan, Santa Fe, Entre Ríos, La Rioja, San Luis y Córdoba, su ciudad de origen.
Con más de 15 años de historia, Pato Pampa nace bajo la idea creativa de **Juan José Bertolino**, empresario proveniente de una familia de sastres con más de 50 años en la industria textil. Datos de Infonegocios señalan que la marca produce 150 000 prendas por temporada.

Pato Pampa continúa creciendo
Fuente: www.eldiariodelcentrodelpais.com Fecha: 26/07/2017

La marca que lidera **Juan José Bertolino**, con 15 años de trayectoria en el mercado nacional, inauguró ayer un nuevo espacio que suma showroom, oficinas y un área logística en avenida Larrabure 1720
Apostar a seguir adelante, a seguir creciendo, redoblando el compromiso y el esfuerzo para lograr un producto distinguido han sido y serán los pilares fundamentales de Pato Pampa, la marca argentina con impronta villamariense.
Liderada por Juan José Bertolino y con el apoyo inclaudicable de su familia y de todos aquellos que cotidianamente aportan para el emprendimiento siga evolucionando, Pato Pampa dio ayer otro salto de calidad en su ya prolífico camino empresarial.
Es que la marca que tiene presencia en 22 provincias argentinas, inauguró ayer en avenida Larrabure 1720 una espacio donde conviven un imponente showroom (salón de exposición), oficinas y un área dedicada a la logística.
El logro coincidió con otra situación más que especial para todos aquellos relacionados con la empresa, ya que Pato Pampa está cumpliendo 15 años de trayectoria en el mercado nacional.
Cabe destacar que para la apertura del local se realizó un evento especial que tuvo como conductora a la reconocida periodista Rebeca Bortoletto y sumó la presencia de proveedores, clientes, amigos de la marca y referentes de diversas instituciones.
Luego de la bendición a cargo del padre Adrián Vázquez, los asistentes al acontecimiento accedieron al recinto donde se pudo apreciar un audiovisual con la historia de Pato Pampa.
Además de otras propuestas para los invitados, también tuvo lugar la presentación de la Colección “Libre” que Pato Pampa propone para el verano 2017/2018.
Es importante destacar que por las condiciones cualitativas y el confort de sus prendas, Pato Pampa se ha convertido en la indumentaria oficial de deportistas e importantes equipos, tales como el Toyota Team Argentina, el Rally Mundial, la Unión

Cordobesa de Rugby y el Súper TC 2000, entre otros.
Con empuje familiar
"Me siento bien de que estamos con una empresa sustentable que no solo tiene un buen presente sino también pasado y futuro", manifestó Juanjo Bertolino durante el evento que se desarrolló en la víspera.
"Creo que estamos consolidados por lo que hicimos y el prestigio en lo que es el diseño y la calidad, que son nuestro fuerte", consideró el líder de la firma textil.
"Tenemos una marca que tiene mucho sentido nacional y creo que la frutilla del postre es que tengo la suerte que mis hijos se involucraron en este proyecto y se prepararon para eso", agregó.
"Hoy saboreo las cosas de una manera distinta ya que no siento que tiro del carro solo, sino que somos una familia la que está empujando", también sostuvo Bertolino.
"La Argentina nos dio y nos siguió dando oportunidades. Nosotros apostamos al sacrificio y al trabajo y creo que eso se ve plasmado en lo que logramos", expresó.
"Leo mucho de economía y política, pero termino haciendo la mía, la lucho siempre y después se terminan viendo los resultados", concluyó el propulsor de la marca

Pato Pampa desembarca en México (busca posicionar la marca en el exterior)
Fuente: www.infonegocios.biz Fecha: 23/05/2013

La fábrica de indumentaria cordobesa Pato Pampa pondrá finalmente un pie en México: será a través de una franquicia en Monterrey, una ciudad cuyo PIB duplica al promedio del país azteca.
"A mediados de junio abriremos en México, esperamos que de a poco podamos expandirnos en ese mercado. La idea es posicionar la marca en el exterior", le dijo a InfoNegocios Juan José Bertolino, titular de la empresa nacida en Villa María.
En el país, Pato Pampa espera abrir una nueva boca en Rosario. "Por ahora nos mantenemos en unas 40 franquicias en total... los costos se han incrementado mucho", subraya. Según fuentes del mercado, sólo en prendas se necesitan alrededor de $ 400.000 para inaugurar un local de la marca.
El empresario asegura que este año el rubro no tiene particularidades respecto del resto: "hay cierta incertidumbre", indica.
La inflación es su principal preocupación ya que actualmente las ventas que está haciendo son pagadas con cheques que terminará cobrando a principios de 2014: "¿qué nivel de precios debo usar?", se pregunta retóricamente.

Pato Pampa crece y apuesta a la expansión
Fuente: **www.comercioyjusticia.info** Fecha: 21/01/2009

La marca de indumentaria masculina **Pato Pampa** desafía el año confirmando su plan de expansión nacional e internacional, con el objetivo de replicar el crecimiento de 47% que tuvo en 2008, respecto al cierre anterior.
Según adelantó a Comercio y Justicia **Juan José Bertolino**, propietario de la empresa, "en febrero abriremos un cuarto local en la ciudad de Córdoba, puntualmente en el Espinosa Mall, con una inversión que oscila US$ 100 mil".
En tanto, en el orden nacional "estamos trabajando para la habilitación de seis franquicias más en Buenos Aires, Rosario, Gualeguaychú, Tucumán, Corrientes y Resistencia, y establecimos contactos con interesados en Chile y España", puntualizó.
La empresa referente de la moda masculina hoy suma 29 locales distribuidos en doce provincias de todo el país, 200 puntos de venta y multimarcas y tres sucursales en la ciudad de Córdoba: Patio Olmos, Dinosaurio Mall y Paseo Rivera Indarte, además de un "semiexclusivo" en Nuevocentro Shopping.
Consolidada bajo el "estilo argentino" y dirigida al hombre clásico de clase media y media alta, la compañía textil tiene en carpeta lanzar una minicolección de indumentaria femenina para fines de marzo o para agosto. "Esta idea surge ya que 50% de las compras de nuestros productos son encaradas por mujeres", destacó Bertolino.
Por otro lado, en junio de 2008 Pato Pampa otorgó la licencia para producir una línea de calzado a la firma Distrinando y según el directivo, "gustó mucho pero aún hay que aceitar los mecanismos de venta y la atención al cliente". Con respecto a los precios de la próxima temporada otoño-invierno, el empresario aseguró que se mantendrán similares a los de este verano, a diferencia del año pasado cuando sufrieron un incremento de hasta 25% .
Pato Pampa cuenta con talleres propios y su casa matriz se encuentra en la ciudad de Villa María, donde fabrica sus prendas cuya materia prima proviene principalmente de Brasil y Oriente.

Las puntadas del sastre, con estilo argentino
Fuente: www.lanacion.com.ar Fecha: 27/08/2007

El empresario textil **Juan José Bertolino** empieza a desandar el camino de su padre, un sastre porteño que, a mediados del 1900, no bien aprendió su oficio, buscó la tranquilidad de la ciudad cordobesa de Villa María para practicar su arte de vestir con clase a los varones de entonces.
En 2002, la experiencia de haber trabajado desde los 17 años en la sastrería familiar impulsó a Bertolino a fundar una marca de ropa para hombres, Pato Pampa, que se consigue en tiendas de todo el país y que desde ahora se exhibe en un showroom en Palermo Soho, en Capital Federal.
Empezó con 5000 camisas, que vendía en la capital cordobesa y en el interior de esa provincia; en la última temporada comercializó unas 60.000 prendas y facturó más de 3 millones de pesos. El emprendedor cree que lo mejor está por venir: ahora que se luce en una de las vidrieras del mundo, espera multiplicar varias veces su producción y ya diseña una estrategia de exportación de sus camisas, pantalones, camperas y sacos.
"Mi padre eligió la tranquilidad del interior para instalar una sastrería a medida", relata. "Desde allá nos desarrollamos hacia todo el país. Llegó la hora de la Capital, el mejor lugar de proyección hacia el mundo", dice, con marcada tonada cordobesa, este empresario de 47 años, y repite: "Más allá de los negocios que pueda cerrar en Buenos Aires, no abandonaría por nada mi casa de Córdoba".
El local de Pato Pampa recién inaugurado en la esquina de Jorge Luis Borges y Costa Rica está repleto de gente. Bertolino, escoltado por su mujer y sus tres hijos adolescentes, se dispone a relatar su historia. Espía la modesta sastrería de su padre y, sin apagar nunca la sonrisa, reconoce que le fue bien, que creció mucho. Pero no parece sorprendido: "Desde joven decía que

iba a terminar teniendo una marca de ropa propia. Toda la familia ayudó mucho para esto".
Mientras trabajaba, supo tender contactos. Con la devaluación de 2002, que suprimió la importación textil, llegó su momento. "Supe que tenía que ponerme a producir", dice.
Pidió dinero a un amigo, que se transformó en socio capitalista, y empezó con las pruebas de lo que hoy es Pato Pampa. No fueron tiempos fáciles: por un lado, había que encontrar el nombre; por otro, desarrollar las prendas y encontrar las fábricas donde producir. En el verano de 2003, Bertolino contactó y puso en marcha un taller textil recuperado por 36 obreras del conurbano. "Era una fábrica abandonada, unas máquinas paradas metidas en un galpón", recuerda. "Ni una camisa tenían para hacer las obreras. Hoy trabajan a full ".
El empresario repasa aquel verano de trabajo en el caluroso galpón. Hicieron 39 tipos de cuellos como prueba hasta que llegaron al que querían: 5000 camisas salieron con el logo estampado de Pato Pampa a probar suerte en el otoño-invierno de 2003. Un viajante bastaba para recorrer la provincia de Córdoba y la de Buenos Aires. "Nos fue muy bien. No quedó nada", dice. Eso lo animó más.
Producción duplicada
Vinieron los sweaters, que empezaron a fabricar en un taller en Mercedes, en Buenos Aires, y los jeans, que hasta hoy producen en Pergamino.
En la segunda temporada la empresa duplicó su producción: 10.000 prendas poblaron los estantes, ya no sólo de Córdoba y Buenos Aires, sino de la mayoría de las provincias.
Los cinco viajantes contratados no podían creer que la ropa se vendiera como pan caliente. Así fue como los catálogos se engrosaron hasta ofrecer 300 variedades de camisas (la especialidad de la casa), jeans, sweaters, sacos y camperas de lana, tela y cuero.
"Hicimos unas 60.000 prendas en la última temporada", calcula Bertolino, que además generó un sistema de franquicias que incluye siete locales y que calcula sumar cuatro este verano en la costa atlántica. Con todo, Pato Pampa creó 33 puestos de trabajo directos y unos 200 indirectos.
Este crecimiento, superior a lo esperado, los impulsó a adelantar un año la apertura en Buenos Aires. "Ahora, con mayor visibilidad, vamos a crecer mucho más, y no sólo en el país", desliza Bertolino.
La exportación ya es un tema de su agenda. "Estamos en conversaciones hace más de un año con un empresario español, porque la idea es armar un showroom en Murcia, que funcione como franquicia", adelanta.
Pero aclara que no quiere apresurarse. "Estamos abocados a redondear la imagen. No nos vamos a apurar", dice. "Queremos cuidar la marca", agrega, y parece que hablara de un hijo más.

2.10 CERTIFICACIONES

2.10.1 Certificaciones de Calidad

No se detectó información.

2.10.2 Distinciones Obtenidas

No se detectó información.

2.10.3 Programas de Responsabilidad Social Empresaria

No se detectaron programas de responsabilidad social.

2.11 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total
2019	8	2	4	14
2020	7	2	4	13
2021	8	3	5	**16**

931

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

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

C.U.I.T.	30-71305330-5
Mes - Año	Orig. (0) - Rect. (1/9): 0
07/2022	Servicios Eventuales: No
Empleados en nómina:	12
Suma de Rem. 1:	919.068,81
Suma de Rem. 2:	919.068,81
Suma de Rem. 3:	919.068,81
Suma de Rem. 4:	919.068,81
Suma de Rem. 5:	919.068,81
Suma de Rem. 6:	0,00
Suma de Rem. 7:	0,00
Suma de Rem. 8:	919.068,81
Suma de Rem. 9:	1.224.268,81
Suma de Rem. 10:	600.169,10

Apellido y Nombre o Razón Social:

BUEN CORTE S.A.

Nro. Verificador: 381065

Domicilio Fiscal: AV LARRABURE 1720 VILLA MARIA

V 44

I - REGIMEN NACIONAL DE SEGURIDAD SOCIAL		II - REGIMEN NACIONAL DE OBRAS SOCIALES	
a1 - Total de aportes	108.989,18	a1 - Total de aportes	19.233,37
a2 - Aportes a favor	0,00	a2 - Aportes a favor	0,00
a3 - Aportes S.S. a pagar	**108.989,18**	**a3 - Aportes O.S. a pagar**	**19.233,37**
b - Asignaciones familiares pagadas	0,00	b1 - Total de contribuciones	38.466,75
b1 - Total de contribuciones	114.818,72	b2 - Excedentes de contribuciones a favor	0,00
b2 - Asignaciones compensadas	0,00		
b3 - Detracción art. 23 Ley 27.541	1.800,00	Subtotal contribuciones O.S.	38.466,75
		Retenciones	7.508,30
Subtotal contribuciones S.S.	113.018,72	**Contribuciones O.S. a pagar**	**30.958,45**
Retenciones	22.059,90		
Contribuciones S.S. a pagar	**90.958,82**		

III - RETENCIONES		IV - VALES ALIMENTARIOS / CAJAS DE ALIMENTOS	
Saldo retenciones período anterior	0,00	Monto base de cálculo	0,00
Retenciones del período	29.568,20	**Contribuciones, Vales Alimentarios**	
Total retenciones	29.568,20	**y/o Cajas de Alimentos a pagar**	0,00
		Percepciones de Vales Aliment.	0,00
Retenciones aplicadas a Seguridad Social	22.059,90		
Retenciones aplicadas a Obra Social	7.508,30	**V - RENATRE**	
Saldo de retenciones a período futuro	0,00	**Total Contribuciones RENATRE**	**0,00**
		Total Seg. Sepelio UATRE	**0,00**

VI - LEY DE RIESGOS DE TRABAJO			VII - SEGURO DE VIDA	
Cantidad de CUILES con ART	12	1.596,00	Cuiles c/S.C.V.O. - Prima	12 - 446,52
Remun. con ART	1.224.268,81	53.867,83	Costo Emisión:	0,00
L.R.T. total a pagar		**55.463,83**	**S.C.V.O. a Pagar:**	**446,52**

Ley 25.922 Encuadre: No Corresponde

Porcentaje: 0,00

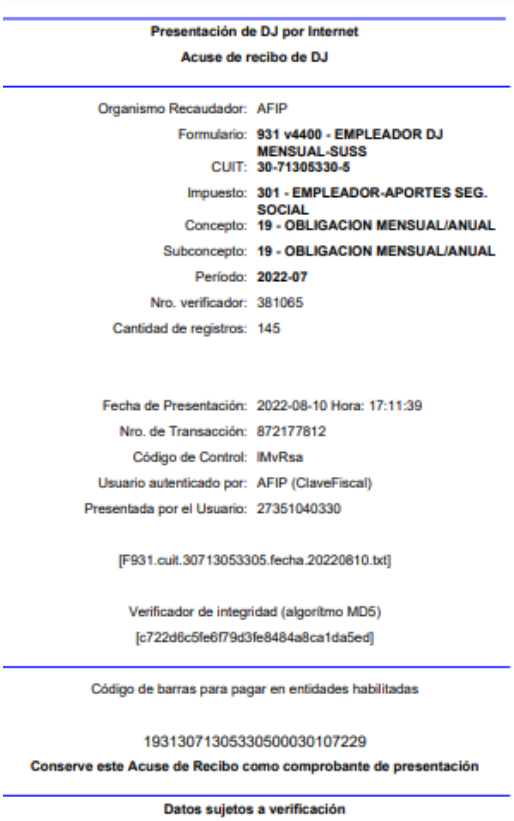
Resultado: 0,00

Ley 27.430 - Monto Total Detraido: 154.080,96

VIII - MONTOS QUE SE INGRESAN

351 - Contribuciones de Seguridad Social	**90.958,82**	302 - Aportes de Obra Social	**19.233,37**
301 - Aportes de Seguridad Social	**108.989,18**	270 - Vales Alimentarios/Cajas de alimentos	**0,00**
360 - Contribuciones RENATRE	**0,00**	312 - L.R.T.	**55.463,83**
352 - Contribuciones de Obra Social	**30.958,45**	028 - Seguro Colectivo de Vida Obligatorio	**446,52**
935 - Seg. Sepelio UATRE	**0,00**		

Forma de Pago: **Efectivo**



Presentación de DJ por Internet

Acuse de recibo de DJ

Organismo Recaudador: AFIP
Formulario: **931 v4400 - EMPLEADOR DJ MENSUAL-SUSS**
CUIT: **30-71305330-5**
Impuesto: **301 - EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL**
Concepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Subconcepto: **19 - OBLIGACION MENSUAL/ANUAL**
Período: **2022-07**
Nro. verificador: 381065
Cantidad de registros: 145

Fecha de Presentación: 2022-08-10 Hora: 17:11:39
Nro. de Transacción: 872177812
Código de Control: IMvRsa
Usuario autenticado por: AFIP (ClaveFiscal)
Presentada por el Usuario: 27351040330

[F931.cuit.30713053305.fecha.20220810.txt]

Verificador de integridad (algoritmo MD5)
[c722d6c5fe6f79d3fe8484a8ca1da5ed]

Código de barras para pagar en entidades habilitadas

19313071305330500030107229

Conserve este Acuse de Recibo como comprobante de presentación

Datos sujetos a verificación

Fuente: Empresa.

2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO

Año	Personal Producción	Personal Comercial	Personal Administración	Total
2022	0	0	0	0

Fuente: Empresa.

3- Situación Comercial

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO

BUEN CORTE S.A. es una Marca Nacional que posee una colección integral incluyendo sastrería, telas planas, tejidas, técnicas, accesorios y cueros, todo fabricado en talleres nacionales con sistema Fason, exceptuando las chombas confeccionadas con algodón Pima Peruano.

3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS

Mes	Ventas (montos sin impuestos)	Compras (montos sin impuestos)	Moneda
Enero 2022	$ 20 065 422	$ 16 964 916	ARG
Febrero 2022	$ 24 863 336	$ 23 599 024	ARG
Marzo 2022	$ 45 031 404	$ 43 195 233	ARG
Abril 2022	$ 44 196 366	$ 40 412 554	ARG
Mayo 2022	$ 54 128 937	$ 54 579 051	ARG
Junio 2022	$ 57 710 781	$ 62 867 102	ARG
Julio 2022	$ 45 611 733	$ 36 922 464	ARG
Total	**$ 261 607 979**	**$ 278 540 344**	**ARG**

Fuente: Empresa.

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

La empresa no informó ventas a PAE.

3.4 PROVEEDORES

N°	Nombre y Apellido - Razón Social	Nacionalidad o País de Origen	Tax ID	Monto Anual de Compras	Moneda
1	BELGY S.A.	Argentina	30-61501050-9	$ 29 529 000	ARS
2	COOP DE TRABAJO ENTRE CONFEC LTDA	Argentina	30-69044641-4	$ 9 240 000	ARS
3	NIETSA S.A.	Argentina	30-71141136-0	$ 4 520 000	ARS

Fuente: Empresa.

3.5 CLIENTES

N°	Nombre y Apellido - Razón Social	Nacionalidad o País de Destino	Tax ID	Monto Anual de Ventas	Moneda
1	VINOKUROV RAUL MAURICIO	Argentina	20-20871738-4	$ 62 924 914	ARS
2	NEGOCIOS Y ESTILOS S.A.	Argentina	30-71559126-4	$ 44 959 510	ARS
3	RIBERA FOODS S.A.	Argentina	30-71387220-9	$ 25 223 997	ARS
4	CASA 2000 S.A.	Argentina	30-70912834-1	$ 25 179 374	ARS
5	AITSA GROUP S.R.L.	Argentina	30-71246245-7	$ 24 573 586	ARS
6	LA STANZA S.R.L.	Argentina	30-71514986-5	$ 22 894 683	ARS
7	SOLER FERNANDO	Argentina	20-29501302-9	$ 21 517 618	ARS
8	YANQUETRUZ S.A.S.	Argentina	30-71634921-3	$ 21 263 952	ARS
9	TOYOTA ARGENTINA S.A.	Argentina	33-67913936-9	$ 1 490 531	ARS
10	LOS GROBOS AGROPECUARIA S.A.	Argentina	30-60445647-5	$ 1 431 262	ARS

Fuente: Empresa.

3.6 SEGUROS

3.6.1 Registro de contratos con las ART

Aseguradora:	ASOCIART
N° de contrato:	359010
Desde:	06/09/2017 - Alta de afiliación
Hasta:	**Afiliación vigente**

Aseguradora:	PREVENCION
N° de contrato:	490423
Desde:	27/10/2015 - Alta de afiliación
Hasta:	02/06/2017 - Rescisión por falta de pago

Aseguradora:	EXPERTA ART
N° de contrato:	280176
Desde:	16/05/2014 - Alta de afiliación
Hasta:	17/12/2014 - Rescisión por falta de pago

3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago

Extinción:	18/12/2014
Regularización:	18/12/2015 - Por el transcurso de un año

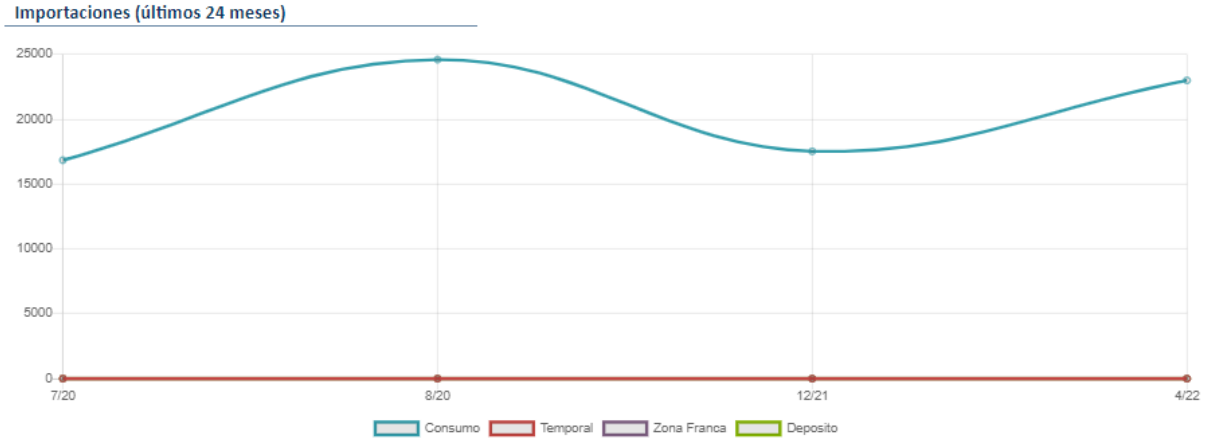
Extinción:	03/06/2017
Regularización:	25/09/2017 - Pago de la deuda

3.6.3 Otros Seguros contratados

No se detectó información.

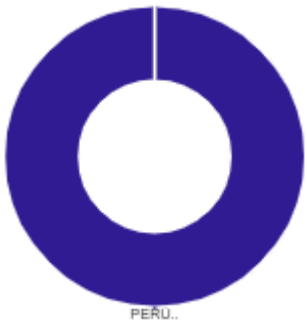
4- Comercio Exterior

4.1 IMPORTACIONES



Período	Consumo Total: $ 81 990	(F.O.B. U$S) Temporal Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Depósito Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Zona Franca Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Total: $ 81 990
04/2022	$ 23 003	$ 0	$ 0	$ 0	$ 23 003
12/2021	$ 17 533	$ 0	$ 0	$ 0	$ 17 533
08/2020	$ 24 605	$ 0	$ 0	$ 0	$ 24 605
07/2020	$ 16 849	$ 0	$ 0	$ 0	$ 16 849

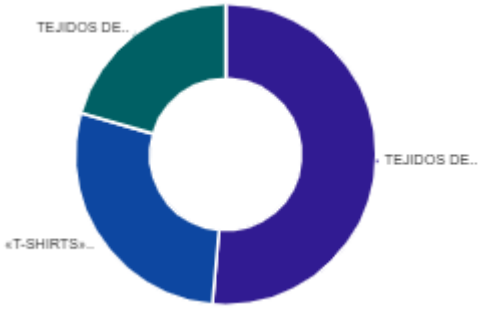
4.2 IMPORTACIONES POR PAÍS



País	%	(F.O.B. U$S) Total
PERÚ	100.00	$ 81 991
Totales		**$ 81 991**

Valores estadísticos aproximados

4.3 IMPORTACIONES POR RUBRO



Nombre	Posición	%	(F.O.B. U$S) Total
TEJIDOS DE ALGODÓN CON UN CONTENIDO DE ALGODÓN SUPERIOR O IGUAL AL 85 % EN PESO, DE PESO INFERIOR O IGUAL A 200 g/m2.	5208	51.39	$ 42 139
«T-SHIRTS» Y CAMISETAS, DE PUNTO.	6109	28.06	$ 23 003
TEJIDOS DE ALGODÓN CON UN CONTENIDO DE ALGODÓN SUPERIOR O IGUAL AL 85 % EN PESO, DE PESO SUPERIOR A 200 g/m2.	5209	20.55	$ 16 849
Totales			**$ 81 991**

Valores estadísticos aproximados

4.4 EXPORTACIONES POR PAÍS

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

5- Situación Bancaria

5.1 CHEQUES RECHAZADOS

No se registran Cheques Rechazados

5.2 CENTRAL DE DEUDORES

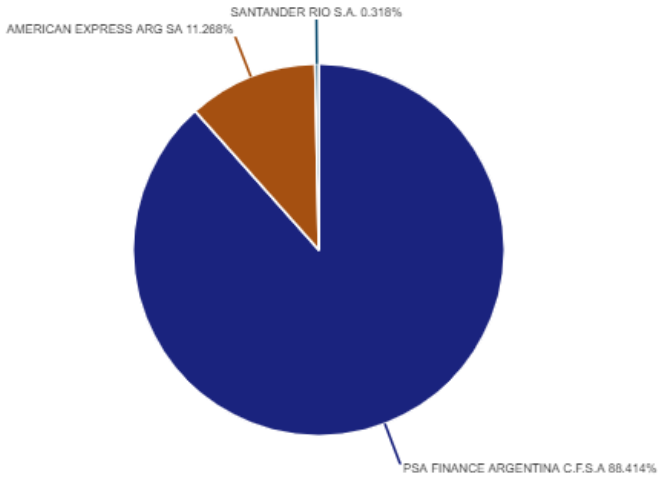
Banco	07/2020	08/2020	09/2020	10/2020	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021
PSA FINANCE ARGENTINA C.F.S.A								
SANTANDER RIO S.A.								
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA					73			
SUPERVIELLE			19					
GALICIA Y BUENOS AIRES			1	3	5	7	10	14
PROVINCIA DE CORDOBA	209	213	217	505	713	688	662	609
AMERICAN EXPRESS ARG SA	104	301	279	295	340	303	355	474
TOTAL PERIODO	**313**	**514**	**516**	**803**	**1 131**	**998**	**1 027**	**1 097**

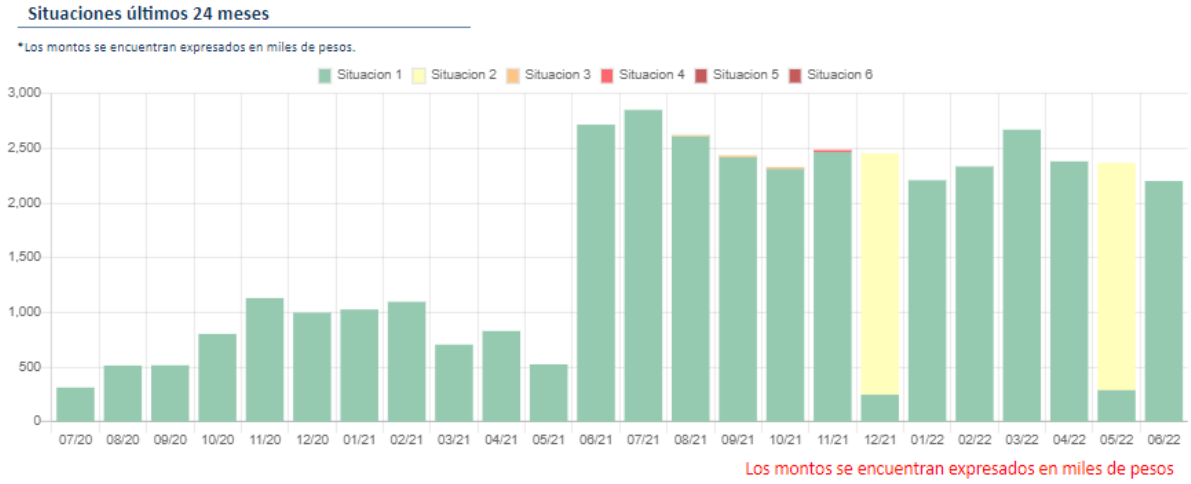
Banco	03/2021	04/2021	05/2021	06/2021	07/2021	08/2021	09/2021	10/2021
PSA FINANCE ARGENTINA C.F.S.A				2 122	2 175	2 238	2 089	2 064
SANTANDER RIO S.A.	2	4						
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
SUPERVIELLE								
GALICIA Y BUENOS AIRES	2		2	5	8	13	17	18
PROVINCIA DE CORDOBA	532	454	409	363	316	269	221	173
AMERICAN EXPRESS ARG SA	169	372	114	226	352	102	107	74
TOTAL PERIODO	**705**	**830**	**525**	**2 716**	**2 851**	**2 622**	**2 434**	**2 329**

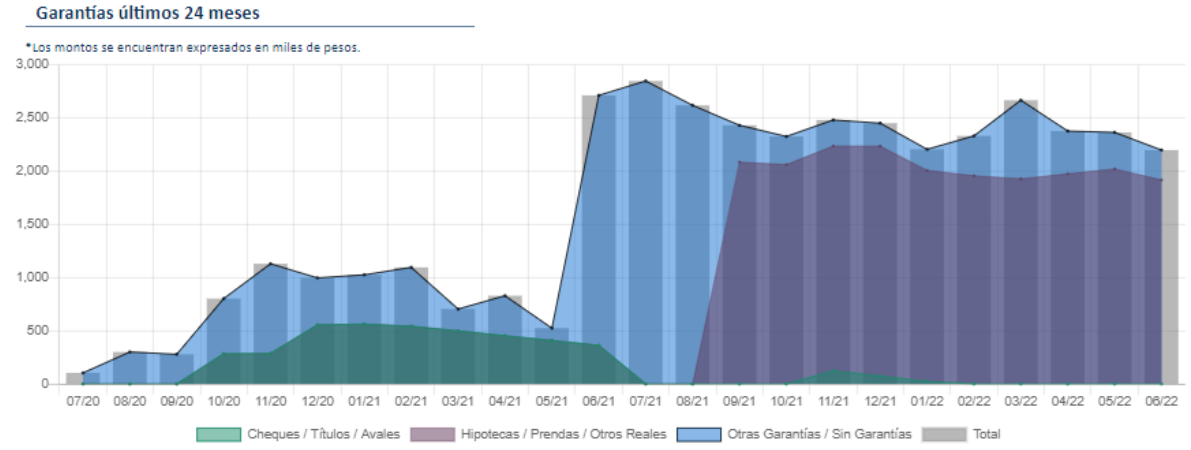
Banco	11/2021	12/2021	01/2022	02/2022	03/2022	04/2022	05/2022	06/2022
PSA FINANCE ARGENTINA C.F.S.A	2 137	2 207	1 986	1 959	1 931	2 004	2 078	1 946
SANTANDER RIO S.A.		3	12	18			2	7
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
SUPERVIELLE						3		
GALICIA Y BUENOS AIRES	18							
PROVINCIA DE CORDOBA	124	74	24					
AMERICAN EXPRESS ARG SA	205	170	186	357	739	373	287	248
TOTAL PERIODO	**2 484**	**2 454**	**2 208**	**2 334**	**2 670**	**2 380**	**2 367**	**2 201**

Importes expresados en Miles de Pesos

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







5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO

N°	Entidad	Deuda	Moneda
1	BANCOR	$ 0	ARS
2	BANCO SANTANDER	$ 0	ARS
3	BANCO NACION ARGENTINA	$ 0	ARS

Fuente Empresa.

6- Situación Judicial Comercial

6.1 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDADO

No se registran Juicios Comerciales como Demandado.

6.2 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDANTE

No se registran Juicios Comerciales como Demandante

6.3 FISCALES Y PREVISIONALES

6.3.1 Detalle de Inscripciones Fiscales

Código	Nombre	Estado	Fecha Inscripción
10	GANANCIAS SOCIEDADES	ACTIVO	2013-01
25	GANANCIA MINIMA PRESUNTA	BAJA DEFINITIVA	2015-05
30	IVA	ACTIVO	2013-01
103	REGIMENES DE INFORMACIÓN	ACTIVO	2013-01
211	BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	ACTIVO	2013-01
301	EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL	ACTIVO	2014-01
5900	IIBB CONVENIO MULTILATERAL	ACTIVO	2014-08

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

6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia

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

Contribuyente	
Identificación:	Contribuyente con Deuda
Situación actual:	**Categoría 4**

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

La información expuesta es la registrada al **15/09/2022** en las bases de datos de la Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires, siendo la resultante de la sumatoria de las deudas asociadas al Impuesto Inmobiliario, a los Automotores, a las Embarcaciones Deportivas y a los Ingresos Brutos, respecto de la CUIT consultada.
Para el cálculo de la deuda expuesta, se considera aquella con antigüedad mayor a los sesenta días. No se consideran aquellos sujetos que posean un único Inmueble Urbano Edificado con Valuación Fiscal menor a $50.000, quienes posean una deuda global menor a $500 o quienes posean un automotor de modelo inferior al año 2000. Para el caso del Impuesto sobre los Ingresos Brutos, sólo se consideran aquellos casos con Títulos Ejecutivos iniciados y aquellos con planes de pago caducos. En la categoría 4 se encuentran los contribuyentes con deudas en proceso de ejecución judicial como así también los planes de regularización de deuda judicial siempre que el mismo se encuentre caduco.

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

Informe Estado de Deuda Dirección General de Rentas de Pcia. Córdoba

Razón Social	Tax ID	Ingresos Brutos	Fecha de consulta	Situación Fiscal
BUEN CORTE S.A.	30713053305	9043393061	15/09/2022	IRREGULAR

Informe Estado de Deuda Agencia Recaudación Tributaria Rio Negro

Impuesto	Planes de Pago Vigentes	Intimaciones en Curso	Juicios en Curso	Situación
CONVENIO MULTILATERAL	NO	NO	SI	**Categoría 3**
JUICIOS	NO	NO	NO	**Categoría 4**
MULTAS	NO	NO	NO	**Categoría 1**

Categorías	
Categoría 0	Sin deuda
Categoría 1	Hasta 5.000 pesos
Categoría 2	Desde 5.001 hasta 25.000 pesos
Categoría 3	Desde 25.001 hasta 100.000 pesos
Categoría 4	Más de 100.000 pesos

La información expuesta es la registrada al **15/09/2022** en las bases de datos de la Agencia de Recaudación Tributaria de la Provincia de Río Negro respecto a la CUIT consultada. La misma proviene de la sumatoria de importes adeudados vinculados a los impuestos: Inmobiliario, Automotores, Ingresos Brutos, Sellos. Para el cálculo de la deuda expuesta, se considera aquella cuyo vencimiento haya operado con fecha anterior al 13/05/2019 y no obre constancia de pago de esta. La información se encuentra agrupada, pudiendo incluirse en un concepto deudas por uno o más dominios/partidas de propiedad del contribuyente. No se consideran aquellos sujetos que: Registren exenciones vigentes, Sean propietarios de un inmueble único comprendido en el Tramo 1. Las columnas de **Intimaciones en Curso o Juicios en Curso** indican si se han iniciado acciones administrativas o judiciales para el cobro de la deuda. Para consultas o reclamos, comuníquese a nuestro Centro de Atención Telefónico (0800-222-3278) o diríjase a la Oficina más cercana a su domicilio.

Informe Estado de Deuda Agencia de Recaudación de la Pcia. De Corrientes.

CUIT:	30713053305
Razón Social:	BUEN CORTE S.A.
En instancia administrativa	**En instancia judicial**
Categoría 5	Si – Categoría 5

Referencia de categorías	
Categoría	**Descripción**
0	Sin Deuda
1	Hasta 5.000 pesos
2	de 5.000 hasta 10.000 pesos
3	de 10.000 hasta 30.000 pesos
4	de 30.000 hasta 50.000 pesos
5	**Mas de 50.000 pesos**

La información expuesta es la registrada al 31/08/2022 en las bases de datos de la Dirección General de Rentas de la Provincia de Corrientes respecto de la CUIT consultada. La misma proviene de la sumatoria de importes adeudados vinculados a los siguientes conceptos:
Impuesto Inmobiliario Rural, Impuesto de Sellos, Impuesto sobre los Ingresos Brutos, Tasas Retributivas de Servicios. Para el cálculo de la deuda expuesta, se considera aquella cuyo vencimiento haya operado con anterioridad a la fecha citada y no obre constancia de pago de la misma. La categoría de cada Contribuyente es determinada por separado para la deuda que se encuentra en instancia de cobro administrativo y aquella que estuviere en instancia judicial, siendo la deuda total de cada sujeto la sumatoria de la incluida en ambas instancias

Informe Estado de Deuda Agencia de Recaudación de la Pcia. De Salta.

Título Ejecutivo	Estado	Concepto	Expte. Judicial	Juzgado
68480	Deuda en Gestión Judicial	Ing.Brutos Convenio Multilateral / Declaración Jurada Mensual	608060/17	JUZGADO DE PROCESOS EJECUTIVOS 4° NOMINACION G.U.
97080	Títulos Ejecutivos en gestión	Ing.Brutos Convenio Multilateral / Declaración Jurada Mensual		
112169	Títulos Ejecutivos en gestión	Ing.Brutos Convenio Multilateral / Declaración Jurada Mensual		
90690	Títulos Ejecutivos en gestión	Ing.Brutos Convenio Multilateral / Declaración Jurada Mensual		
86353	Deuda en Gestión Judicial	Ing.Brutos Convenio Multilateral / Declaración Jurada Mensual	637878/18	JUZGADO DE PROCESOS EJECUTIVOS 3° NOMINACION G.U.

6.3.3 Embargos

No se detectó información.

6.3.4 Otra información Fiscal o Previsional de Interés

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

BUEN CORTE S.A., CUIT 30713053305, no presenta sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL vigente al 15/09/2022.



REPSAL

Registro público de empleadores con sanciones laborales
Ley 26.940

Se deja constancia que a la fecha de emisión, BUEN CORTE S.A. CUIT 30713053305 no registra sanciones en el REPSAL, conforme al Art. 2 de la Ley 26.940

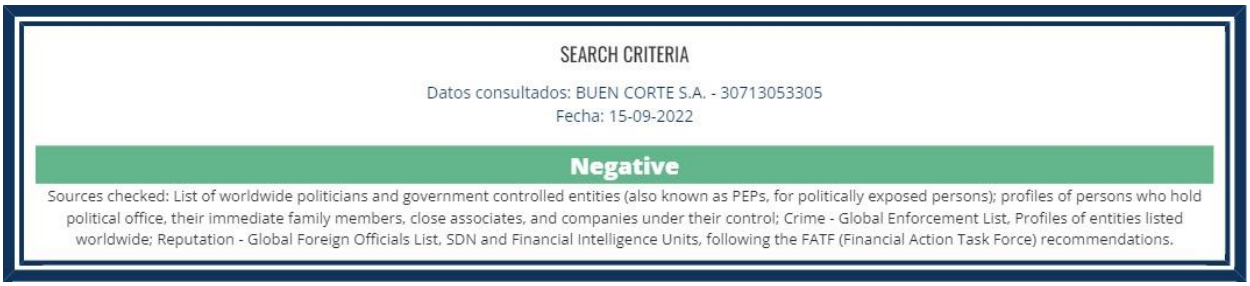
Fecha de emisión: 15/09/2022 (válido únicamente por el día de emisión)

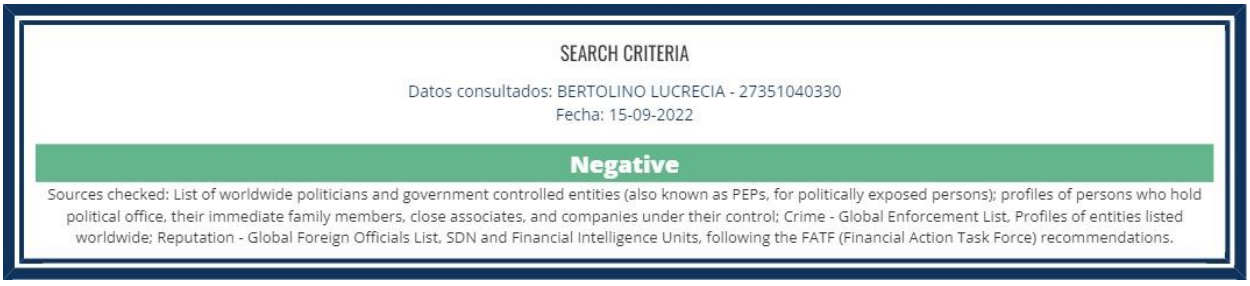
Sello Electrónico: 5a6197fe-a458-47c2-9553-8329f2ba29dc

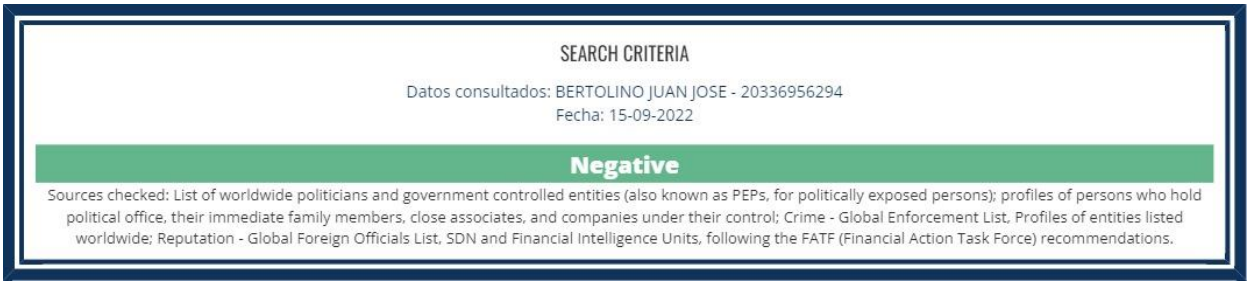
Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social Argentina · AFIP · CFT · RENATRE · SRT

7- INTEGRIDAD

7.1 INTEGRIDAD







7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA

No se detectó información de prensa negativa.

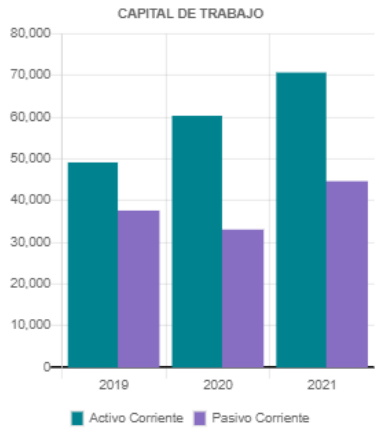
8- Estados Contables

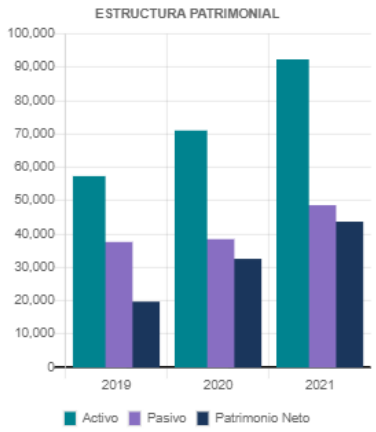
8.1 DATOS CONTABLES

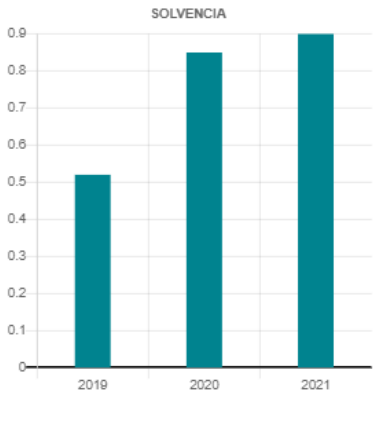
Activo

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Caja y Bancos	1 461	2 805	5 301
Inversión corriente	0	2 109	0
Ant Créditos por ventas	13 206	34 106	34 058
Otros Créditos	6 517	7 157	9 410
Bienes Cambio	3 386	6 006	12 251
Bienes Intangibles	0	0	0
Otros Activos Corrientes	24 617	8 182	9 729
Total De Activo Corriente	49 187	60 366	70 750
Créditos Por Ventas	0	0	0
Otros Créditos No Corrientes	0	0	0
Otras Inversiones No Corrientes	0	0	0
Bienes De Uso Valor De Origen	9 612	13 766	37 104
Depreciación Acumulada	1 417	3 084	15 475
Bienes De Uso	8 195	10 682	21 629
Activos Intangibles	0	0	0
Otros Activos No Corrientes	0	0	0
Total Activo No Corriente	8 195	10 682	21 629
Total Activo	57 383	71 048	92 379

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos



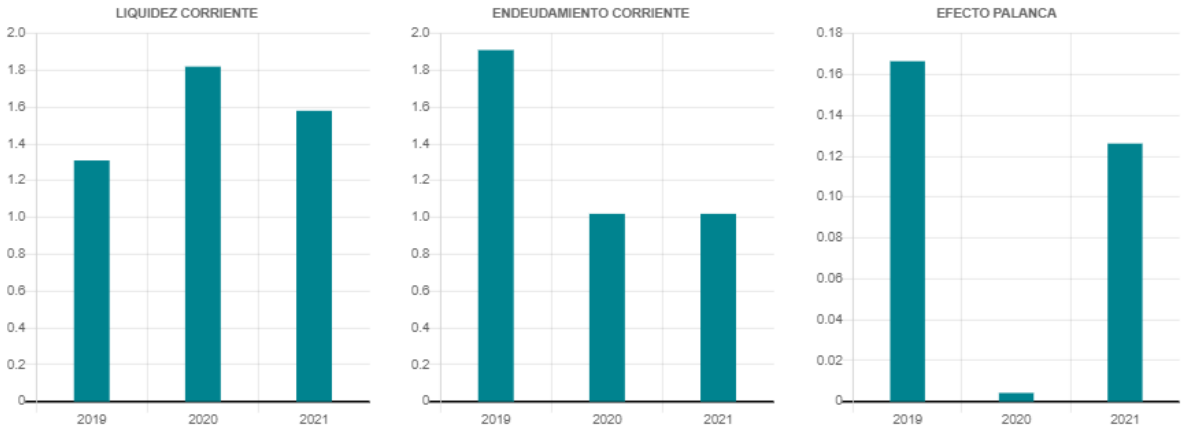




Pasivo / Patrimonio Neto

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Cuentas Por Pagar (Deudas Comerciales)	13 166	11 289	21 670
Préstamos (Deudas Bancarias)	0	817	982
Remuneraciones Y Cargas Sociales	2 320	5 704	6 492
Cargas Fiscales	10 704	7 089	8 631
Anticipos De Clientes	0	0	0
Otros Pasivos	11 451	8 182	6 905
Total Pasivo Corriente	37 642	33 081	44 680
Cuentas Por Pagar	0	0	0
Préstamos	0	0	1 123
Deudas Fiscales	0	2 851	1 362
Otros Pasivos (No Corrientes)	0	2 546	1 497
Previsiones	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	0	5 397	3 982
Total Pasivo	37 642	38 478	48 662
Capital Social	671	914	914
Resultados No Asignados	19 069	31 656	42 803
Patrimonio Neto	19 741	32 570	43 717

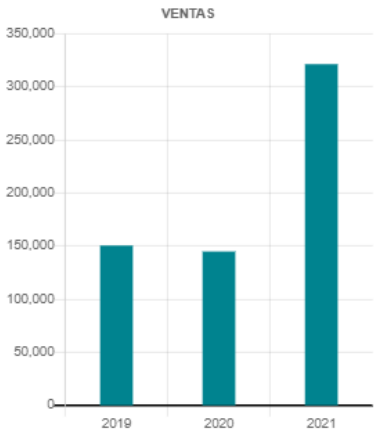
Montos expresados en miles de Pesos Argentinos

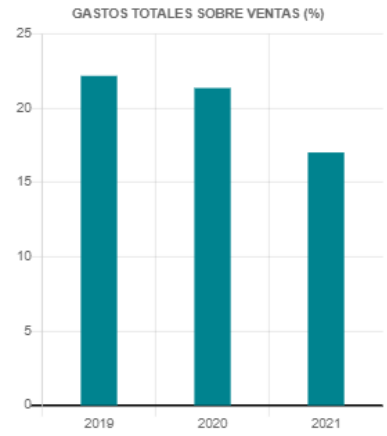


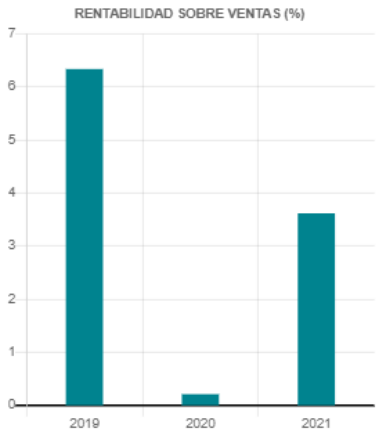
Estado de Resultados

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Ventas	150 611	144 990	321 575
Compras Del Ejercicio	38 355	28 854	71 938
Costos de las mercaderías, productos, servicios vendidos	103 717	105 602	248 362
Resultado Bruto	46 894	39 388	73 213
Amortizaciones	1 129	1 423	4 577
Gastos de Comercialización	21 320	20 244	42 647
Gastos de Administración	8 614	8 604	9 790
Gastos Financieros	3 477	2 126	2 309
Otros Ingresos	0	112	0
Otros Egresos	0	6 078	12 343
Resultados financieros y por tenencia (incluyendo result.por exposición a inflación)	-492	3 039	8 002
Impuesto a las Ganancias	3 440	5 188	2 471
Resultado	9 551	298	11 655

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos







Análisis de Eficiencia

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Gastos Financieros / Ventas Gastos Financieros / Ventas	0,02	0,01	0,01
Gastos Comerciales / Ventas Gastos Comerciales / Ventas	0,14	0,14	0,13
Gastos de Administración / Ventas Gastos de Administración / Ventas	0,06	0,06	0,03
Gastos Totales / Ventas (Gastos de Administración + Gastos Financieros + Gastos Comerciales) / Ventas	0,22	0,21	0,17
Inversiones en Bienes De Uso (Patrimonio Neto / Bs. de Uso) * 100	2,41	3,05	2,02
Vida Restante de los Bienes de Uso Bienes de Uso / Amortizaciones	7,26	7,50	4,73

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos

Análisis Financiero

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Liquidez Corriente Activo Corriente / Pasivo Corriente	1,31	1,82	1,58
Liquidez Seca (Prueba Acida) (Activo Corriente – Bienes de Cambio) / Pasivo Corriente	1,22	1,64	1,31
Rotación de Créditos Ventas / Créditos por Ventas	11,40	4,25	9,44
Rotación de Pasivo Corriente (Pasivo Corriente * 365) / ((Compras + Gastos) * 1.21)	158,22	166,80	106,39
Rotación De Inventarios Costo Mercaderías / Bs. de Cambio	30,63	17,58	20,27
Rotación de Activos Ventas / Activo Total	2,62	2,04	3,48
Rotación de Activo Fijo Ventas / Bs. de Uso	18,38	13,57	14,87
Préstamos sobre Patrimonio Neto Préstamos / Patrimonio Neto	0,00	0,03	0,05
Meses de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 12) / Ventas	0,00	0,07	0,08
Días de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 365) / Ventas	0,00	2,06	2,39

Análisis de Rentabilidad

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Margen Bruto (Resultado Bruto / Ventas) * 100	31,14	27,17	22,77
Margen Neto (Resultado Neto / Ventas) * 100	6,34	0,21	3,62
Margen Operativo (Resultado Neto + Otros Egresos – Otros Ingresos) / Ventas * 100	6,34	4,32	7,46
EBIT Resultado Bruto - Amortizacions - Gastos de comercialización - Gastos de Administración	15 831 349	9 116 316	16 199 397
EBIT/Ventas (EBIT/Ventas)*100	10,51	6,29	5,04
Margen s/ Patrimonio (Resultado Neto / Patrimonio Neto) * 100	0,48	0,01	0,27
Margen s/ Activo (Resultado Neto / Activo Total) * 100	16,64	0,42	12,62
EBITDA Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias	17 597 939	9 035 549	21 011 142
EBITDA / Pasivo (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Pasivo Total	0,47	0,23	0,43
EBITDA / Ventas (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Ventas	0,12	0,06	0,07
EBITDA / Intereses (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Gastos Financieros	5,06	4,25	9,10

Análisis de Eficiencia

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Gastos Financieros / Ventas Gastos Financieros / Ventas	0,02	0,01	0,01
Gastos Comerciales / Ventas Gastos Comerciales / Ventas	0,14	0,14	0,13
Gastos de Administración / Ventas Gastos de Administración / Ventas	0,06	0,06	0,03
Gastos Totales / Ventas (Gastos de Administración + Gastos Financieros + Gastos Comerciales) / Ventas	0,22	0,21	0,17
Inversiones en Bienes De Uso (Patrimonio Neto / Bs. de Uso) * 100	2,41	3,05	2,02
Vida Restante de los Bienes de Uso Bienes de Uso / Amortizaciones	7,26	7,50	4,73

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos

SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA Y PATRIMONIAL

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

Principales indicadores

Económicos:

- Las Ventas del ejercicio cerrado en 12/2021 alcanzaron a un total de $321.5 Millones vs $144.9 Millones en el ejercicio anterior, evidenciándose un incremento interanual del 121.79%.
- Los Costos Directos incrementaron su incidencia sobre las Ventas del 72.8% al 77.2% mientras que los Gastos de Estructura disminuyeron su participación pasando del 19.9% al 16.3%.
- En la parte no operativa del cuadro de resultados imputaron Otros Ingresos por $8.0 Millones (2.5% s/ventas) constituidos por Resultados Financieros y por Tenencia (Incluido RECPAM) y Resultados de ganancias por Intereses Ganados, y contabilizaron Egresos por $12.3 Millones (3.8% s/ventas) sin discriminar su conformación.
- De acuerdo con lo expuesto en los párrafos precedentes, se registró una Ganancia Final de $11.6 Millones, cifra que representó el 3.6% de las Ventas vs una Ganancia de $298.0 Mil (0.2% s/ventas) en el ejercicio anterior.

En resumen, la compañía presentó a 12/2021 importante crecimiento de ventas, aumento de los Costos directos y disminución de los Gastos de Estructura, con Ajustado Resultado Final Positivo.

Financieros

- El indicador de Liquidez Corriente se mantuvo dentro de valores excelentes por segundo ejercicio consecutivo, pasando de 1.82 a 1.58.
- El Capital de Trabajo fue de $26.1 Millones, equivalente al 28% del Activo, considerándose adecuada la relación.

En resumen, la situación financiera se mostró satisfactoria, con muy buen nivel de liquidez y Capital de Trabajo adecuado.

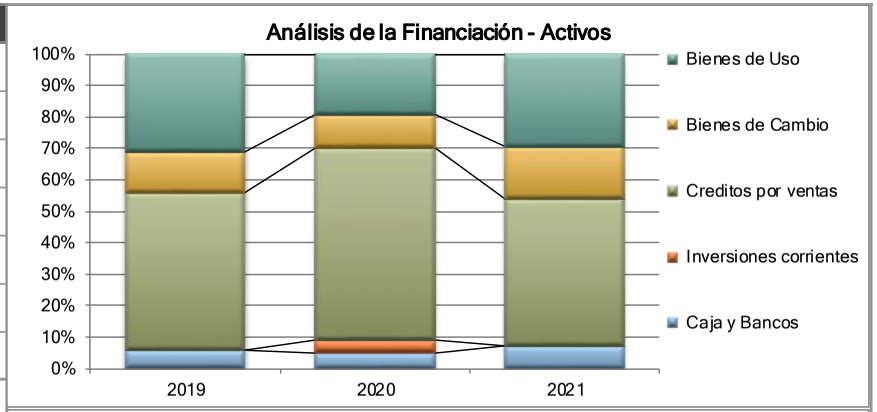
Patrimoniales:

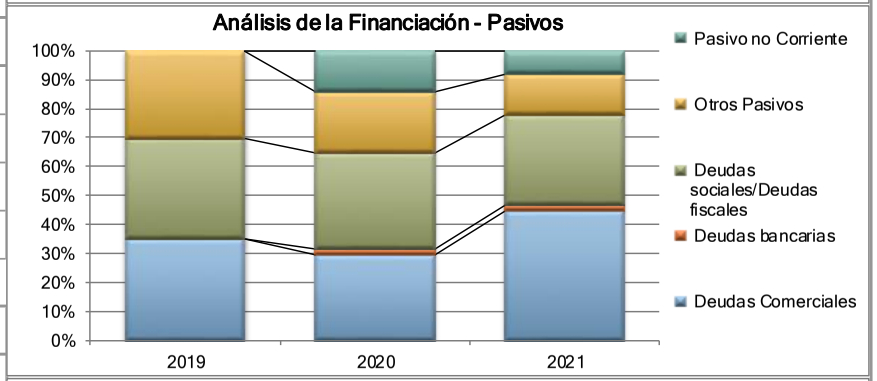
- El Patrimonio Neto a 12/2021 fue de $43.7 Millones vs $32.6 Millones en el ejercicio anterior. Del total del PN $913.6 Mil corresponden a Capital y Ajuste de Capital siendo débil la participación.
- La estructura de financiamiento mostraba que el Pasivo representaba el 52.7% del Activo siendo las obligaciones Sociales y otros Pasivos exigibles a corto plazo las principales fuentes de apalancamiento.
- La Solvencia Patrimonial se mantuvo en niveles por debajo del óptimo pasando de 0.85 a 0.90, mientras que el Endeudamiento Corriente se mantuvo algo elevado en 1.02, igual valor que en ejercicio anterior.

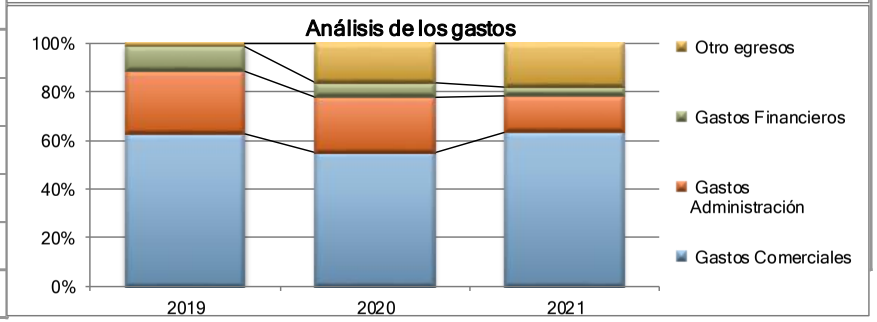
En resumen, la situación Patrimonial resultaba insatisfactoria, con bajo nivel de Solvencia y algo elevado Endeudamiento y escasa Capitalización.

Períodos Analizados			2019/2020/2021

Concept	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	1.460.786	2.805.240	5.301.033
Inversiones corrientes	-	2.108.899	-
Creditos por ventas	13.206.081	34.105.756	34.058.359
Otros Créditos	6.517.436	7.157.471	9.409.900
Bienes de Cambio	3.385.941	6.006.491	12.251.336
Bienes de Uso	8.195.197	10.682.231	21.629.388
Otros activos corrientes	24.617.217	8.181.876	9.728.882
Activo Corriente	**57.382.658**	**71.047.964**	**92.378.898**
Deudas Comerciales	13.166.123	11.289.082	21.669.709
Deudas bancarias	-	817.169	981.935
Deudas sociales/Deudas fiscales	13.024.938	12.792.949	15.123.534
Otros Pasivos	11.451.093	8.181.876	6.904.766
Pasivo no Corriente	-	5.397.369	3.981.795
Pasivo	**37.642.155**	**38.478.445**	**48.661.739**
Gastos Comerciales	21.319.712	20.243.658	42.646.664
Gastos Administración	8.613.816	8.604.461	9.790.469
Gastos Financieros	3.477.473	2.125.761	2.309.062
Otro egresos	492.056	6.078.307	12.343.307
Impuesto a las ganancias	3.440.256	5.188.385	2.470.803
Total	**37.343.313**	**42.240.572**	**69.560.305**

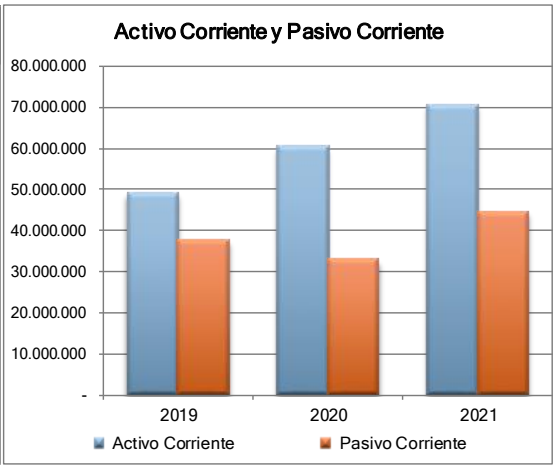




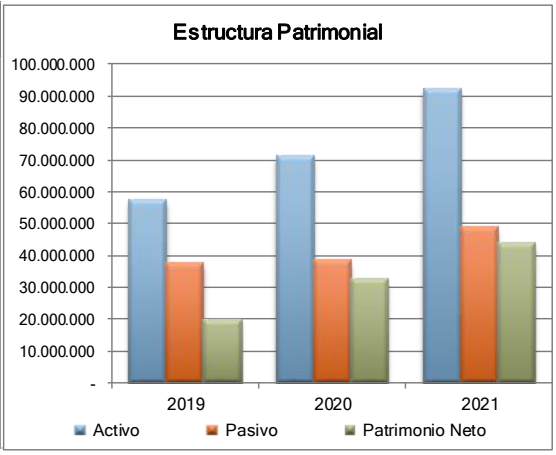


8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL

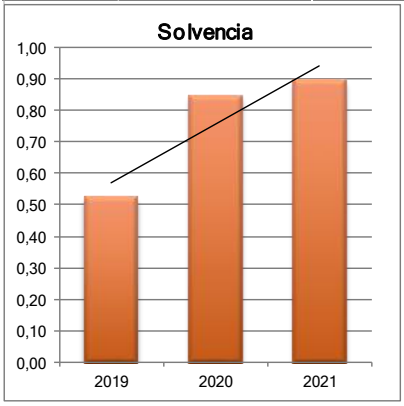
Períodos Analizados	2019/2020/2021		
Analisis Patrimonial	dic-19	dic-20	dic-21
Solvencia	0,52	0,85	0,90
Patrimonio Neto sobre Activo	34%	46%	47%
Endeudamiento corriente	1,91	1,02	1,02
Capital corriente	0,20	0,38	0,28
Activo no Cte sobre Activo	14%	15%	23%
Financiación del activo no cte.	2,41	3,55	2,21
Deuda bancaria sobre Pasivo	0%	2%	4%
Deudas Comerciales sobre Pasivo	35%	29%	45%

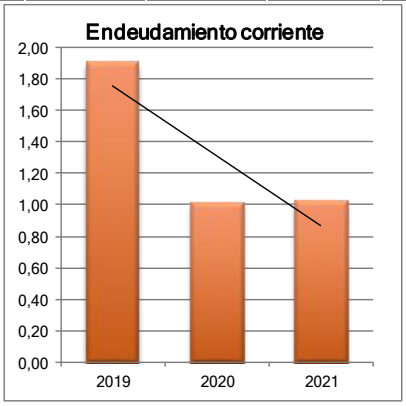


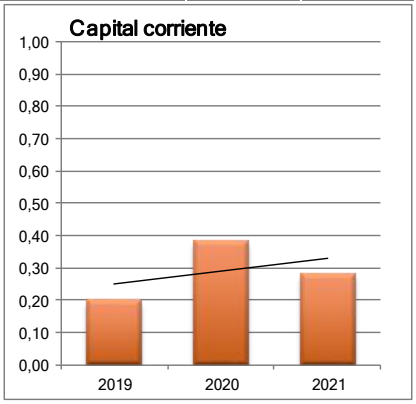
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Activo Corriente	$ 49.187.460	$ 60.365.733	$ 70.749.511
Activo no Corriente	$ 8.195.197	$ 10.682.231	$ 21.629.388
Activo	$ 57.382.657	$ 71.047.964	$ 92.378.899
Pasivo Corriente	$ 37.642.155	$ 33.081.076	$ 44.679.944
Pasivo no Corriente	$ -	$ 5.397.369	$ 3.981.795
Pasivo	$ 37.642.155	$ 38.478.445	$ 48.661.739
Patrimonio Neto	$ 19.740.502	$ 32.569.519	$ 43.717.160



Trends



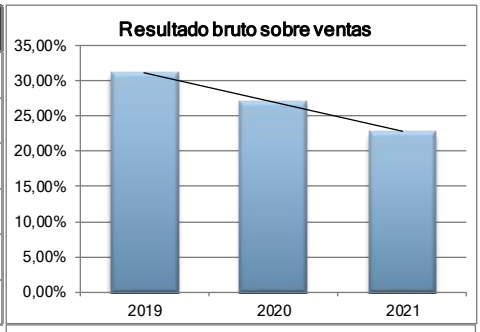




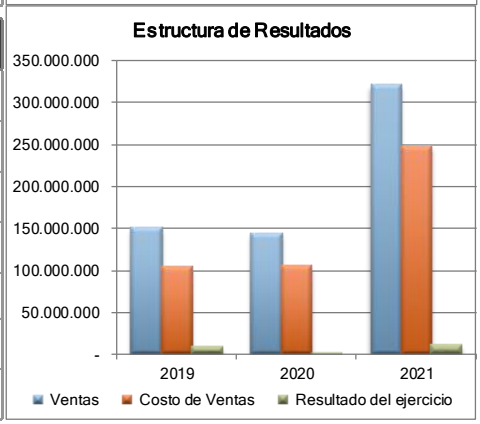
Importes Expresados en Miles de Pesos

8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

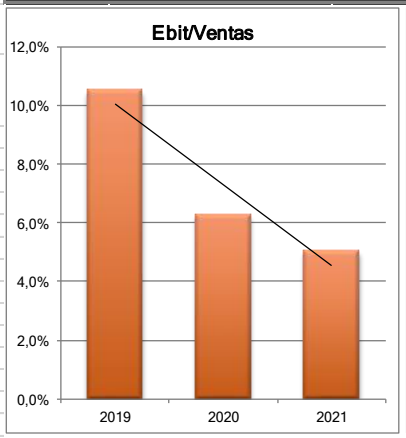
Períodos Analizados			2019/2020/2021
Análisis de rentabilidad	dic-19	dic-20	dic-21
Rentabilidad de la inversión total	48,4%	0,9%	26,7%
Rentabilidad ordinaria de la inversión	83,4%	23,4%	37,6%
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	28,7%	10,7%	17,8%
Resultado bruto sobre ventas	31,1%	27,2%	22,8%
Rentabilidad sobre Ventas	6,3%	0,2%	3,6%
Costo del financiamiento	9,2%	5,5%	4,7%

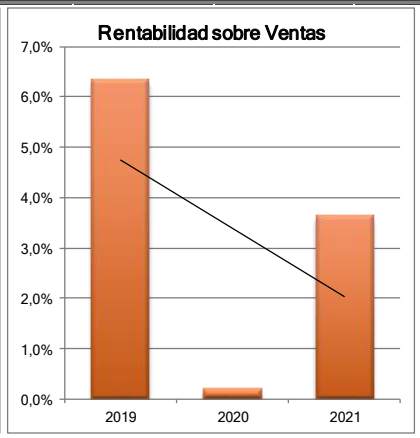


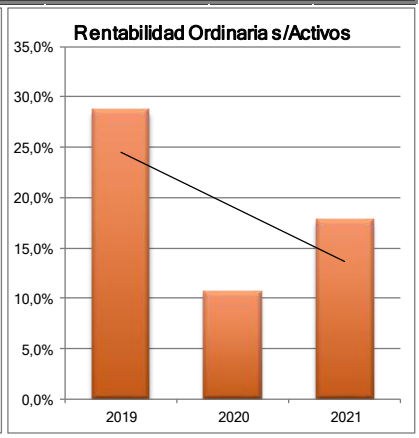
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Ventas	$ 150.610.866	$ 144.989.791	$ 321.575.005
Costo de Ventas	$ 103.716.665	$ 105.601.968	$ 248.361.958
Resultado del ejercicio	$ 9.550.887	$ 298.015	$ 11.654.761
Ebit	$ 15.831.350	$ 9.116.317	$ 16.199.398
Ebit/Ventas	10,5%	6,3%	5,0%
EBITDA/Ventas	0,12	0,06	0,07
EBITDA/Intereses	5,06	4,25	9,10



Trends





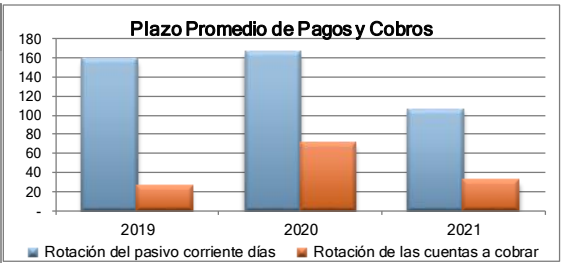


Importes Expresados en Miles de Pesos

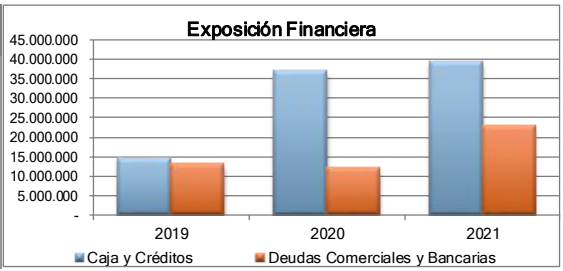
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO

Períodos Analizados			
Analisis Financiero	dic-19	dic-20	dic-21
Liquidez corriente	1,31	1,82	1,58
Liquidez acida	1,22	1,64	1,31
Rotación del pasivo corriente días	158	167	106
Rotación de las cuentas a cobrar	26	71	32
Efecto Palanca	0,17	0,00	0,13

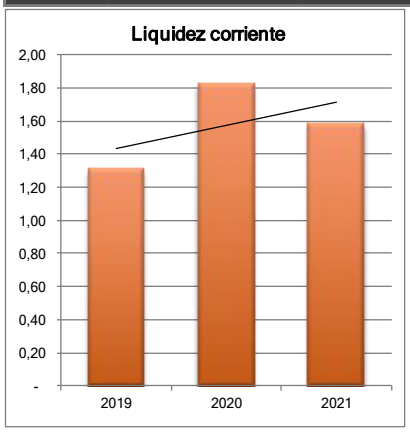
2019/2020/2021

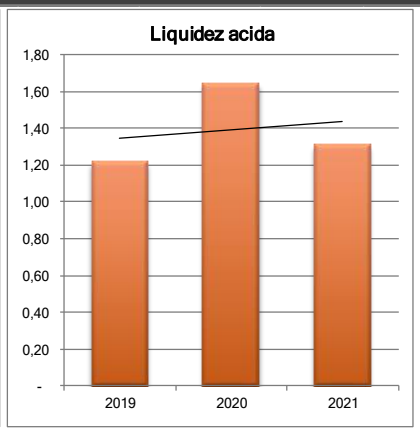


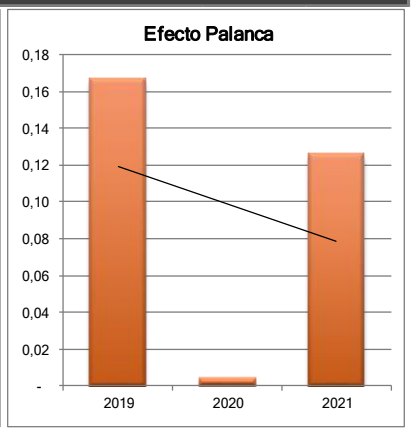
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	1.460.786	2.805.240	5.301.033
Creditos por ventas	13.206.081	34.105.756	34.058.359
Deudas Comerciales	13.166.123	11.289.082	21.669.709
Deudas bancarias	-	817.169	981.935
Deuda Financiera s/ P.Neto	-	0	0

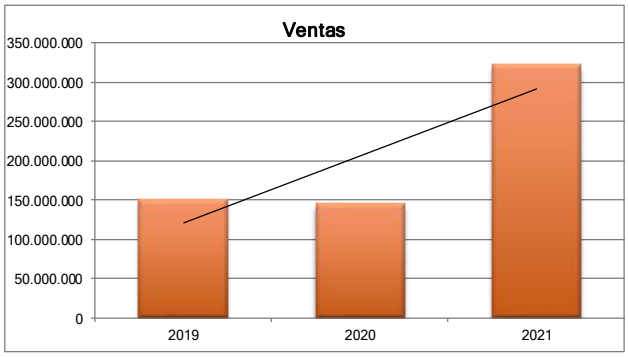


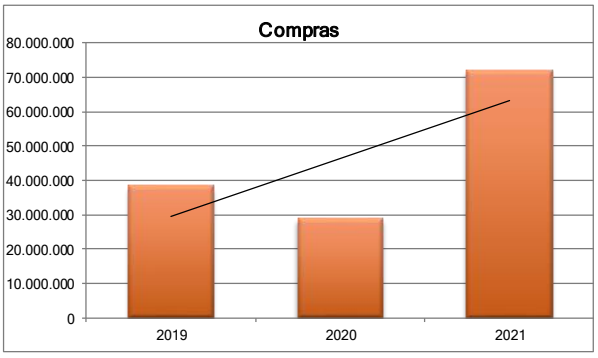
Trends











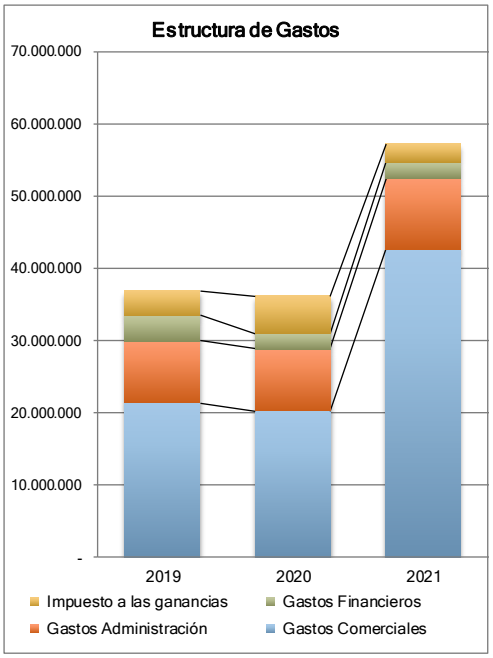
Importes Expresados en Miles de Pesos

8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS

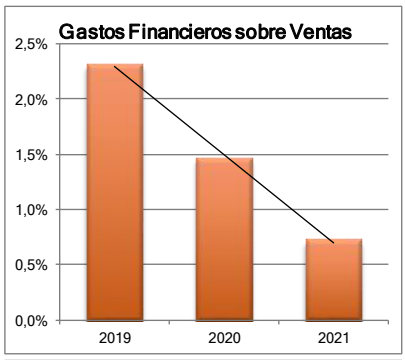
Períodos Analizados	2019/2020/2021

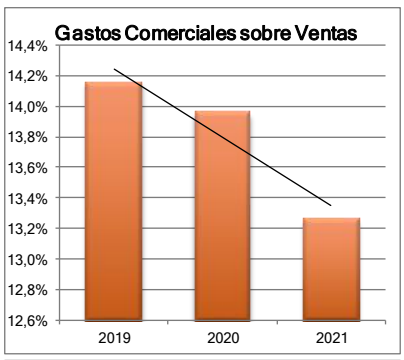
Analisis de Eficiencia	dic-19	dic-20	dic-21
Gastos Financieros sobre Ventas	2,3%	1,5%	0,7%
Gastos Comerciales sobre Ventas	14,2%	14,0%	13,3%
Gastos Administración sobre Ventas	5,7%	5,9%	3,0%
Gastos Totales sobre Ventas	22,2%	21,4%	17,0%
Vida restante de Bienes de Uso	7	8	5
Rotación de bienes de cambio	32	76	62
Rotación del activo	2,62	2,04	3,48

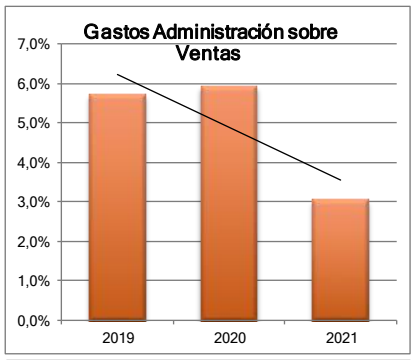
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Gastos Comerciales	$ 21.319.712	$ 20.243.658	$ 42.646.664
Gastos Administración	$ 8.613.816	$ 8.604.461	$ 9.790.469
Gastos Financieros	$ 3.477.473	$ 2.125.761	$ 2.309.062
Impuesto a las ganancias	$ 3.440.256	$ 5.188.385	$ 2.470.803

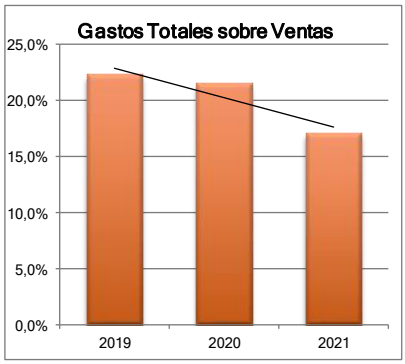


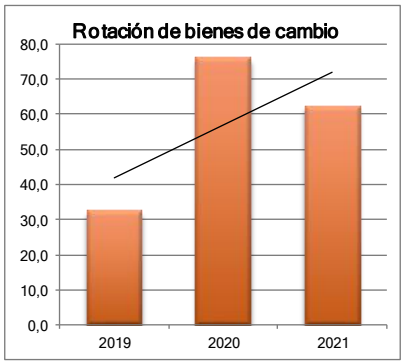
Trends

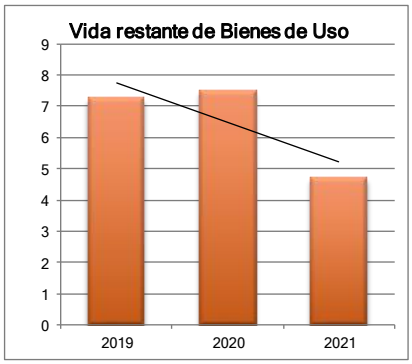












Importes Expresados en Miles de Pesos

8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN

Datos Estadísticos			Niveles de Crédito teóricos s/Balance		
Ventas Mensuales	26.797.917	$	S/Patrimonio Neto	1.950.485	$
Compras Mensuales	5.994.868	$	S/Capital de Trabajo	942.127	$
Modo de Cobro s/Balance	39	días	S/Activos Líquidos	1.246.802	$
Modo de Pago s/Balance	124	días	S/Variables Combinadas	1.309.266	$

Plazo		15	30	45	60	90	120
Dependencia Máxima Aceptada	90%	11.473.537	22.947.074	34.420.611	45.894.148	68.841.222	91.788.295
	80%	10.198.699	20.397.399	30.596.098	40.794.798	61.192.197	81.589.596
	65%	8.286.443	16.572.887	24.859.330	33.145.773	49.718.660	66.291.547
	50%	6.374.187	12.748.374	19.122.562	25.496.749	38.245.123	50.993.497
	40%	5.099.350	10.198.699	15.298.049	20.397.399	30.596.098	40.794.798
	30%	3.824.512	7.649.025	11.473.537	15.298.049	22.947.074	30.596.098
	20%	2.549.675	5.099.350	7.649.025	10.198.699	15.298.049	20.397.399
	10%	1.274.837	2.549.675	3.824.512	5.099.350	7.649.025	10.198.699
	2%	254.967	509.935	764.902	1.019.870	1.529.805	2.039.740

Importes Expresados en Miles de Pesos + Tax 21%

8.8 SCORE DE BALANCE

Períodos Analizados				2019/2020/2021			
Concepto	Expresado por	Valor	Grade	Concepto	Expresado por	Valor	Grade
Analisis Patrimonial				**Analisis Financiero**			
Solvencia	ratio	0,85	7	Liquidez corriente	ratio	1,60	10
Endeudamiento corriente	ratio	1,11	8	Liquidez acida	ratio	1,37	10
Capital corriente	%	29,4%	7	Rotación del pasivo corriente días	días	124	6
Activo no Cte sobre Activo	%	20,8%	10	Rotación de las cuentas a cobrar	días	39	10
Financiación del activo no cte.	ratio	2,50	10	Efecto Palanca	ratio	0,11	10
Deuda bancaria sobre Pasivo	%	3,5%	10	**Analisis de Eficiencia**			
Deudas Comerciales sobre Pasivo	%	40,5%	7	Gastos Financieros sobre Ventas	%	1,0%	10
Análisis de rentabilidad				Gastos Comerciales sobre Ventas	%	13,5%	8
Rentabilidad de la inversión total	%	23,7%	10	Gastos Administración sobre Ventas	%	3,9%	10
Rentabilidad ordinaria de la inversión	%	39,3%	10	Gastos Totales sobre Ventas	%	18,4%	9
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	%	17,5%	7	Vida restante de Bienes de Uso	años	6	5
Resultado bruto sobre ventas	%	24,5%	10	Rotación de bienes de cambio	días	62	10
Rentabilidad sobre Ventas	%	3,2%	5	Rotación del activo	veces	2,99	10
Costo del financiamiento	%	5,4%	10	Total			
Ebit/Ventas	%	5,8%	5	82,05			
EBITDA/Ventas	%	7,0%	4				
EBITDA/Intereses	%	7,73	10				

