DOSSIER FIDELITAS

Fidelitas

DRIXIT S.R.L.

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

ARGENTINA

Enero 2023

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		**23%**	**9**						

Tipo de Empresa	Servicios		No Aplica	"No cedió información / Valor por debajo del mínimo (0)"	Malo	Regular		Bueno		Muy Bueno		Excelente
2. Situación Económico-Financiera					1	2		3		4		5
2.1.1	**Solvencia**				0.490	0.490	0.727	0.727	0.963	0.963	1.200	1.200
												X
2.1.2	**Endeudamiento Corriente**				2.000	2.000	1.500	1.500	1.000	1.000	0.500	0.500
												X
2.2.1	**Índice de liquidez**				0.900	0.900	1.200	1.200	1.500	1.500	1.800	1.800
												X
2.3.1	**Rentabilidad Bruta:**				0.200	0.200	0.267	0.267	0.333	0.333	0.400	0.400
				X								
2.3.2	**Ebit**				0.020	0.020	0.073	0.073	0.127	0.127	0.180	0.180
				X								
2.3.3	**Rentabilidad Neta**				0.030	0.030	0.087	0.087	0.143	0.143	0.200	0.200
				X								
Total Situación Económico-Financiero		**50%**	**15**									

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**	9	**40**	**23%**	**10.0%**	**0.2**
2	**Situación Económico-Financiera**	15	**30**	**50%**	**90.0%**	**4.5**
Resultado Final		**4.7**				

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

1.2. CONCLUSIÓN:

DRIXIT S.R.L. es una empresa que brinda servicios de informática y venta al por mayor de equipos, periféricos, accesorios y programas informáticos. Fue inscripta en el año 2018 en la Ciudad Autonoma de Buenos Aires. Sus accionistas son: MARIANO EZEQUIEL FOCARACCIO (33.33%), MAXIMILIANO DANIEL FOCARACCIO (33.33%) y MARTIN HERNAN GIACHETTI (33.33%). Según fuentes externas cuenta con 40 empleados registrados. Tiene afiliación vigente con PROVINCIA ART. No presenta sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL, pero existen diversos periodos con pagos parciales y otros impagos de Aportes y Contribuciones a la Seguridad Social. El Informe Estado de Deuda Agencia de Recaudación de la Provincia de Buenos Aires indica que es un Contribuyente Sin Deuda. Opera normalmente con los bancos, sin registrar cheques rechazados por Sin Fondos. No se observan antecedentes judiciales, embargos, notas de Prensa Negativa ni eventos de Integridad.

El ejercicio cerrado a 12/2021 mostró una deficitaria performance por 3°año consecutivo, con un fuerte incremento de Ventas (400% de variación interanual), reducción de Costos y Gastos, pero aun permaneciendo en niveles muy altos (el Margen Bruto fue -68% s/ventas), presentando una muy fuerte pérdida Final de -93% s/ventas (a pesar de los ingresos del 104% s/ventas de los Resultados Financieros y por Tenencia) vs el exponencial quebranto de -186% s/ventas en el ejercicio pasado. La situación Financiera se mostró satisfactoria a partir del aumento de su Activo Corriente (en especial del rubro Bienes de Cambio), con un muy buen nivel de Liquidez Corriente (pasó de 1.09 a 2.91) y un adecuado Capital de Trabajo (45% del Activo). La situación Patrimonial también tuvo una sensible mejoría como resultado del aumento del PN, con una gran Solvencia en 3.20 (0.83 en el ejercicio anterior) y un Endeudamiento Corriente en descenso (pasó de 1.21 a 0.31). Como contrapartida debemos la débil conformación del PN. No se informaron ventas post balance.

De acuerdo con los datos analizados, se trata de una empresa que viene presentando muy fuertes quebrantos en los últimos 3 ejercicios, pero su perfil Financiero y Patrimonial se muestran muy satisfactorios. De todas formas, sugerimos operar con suma cautela ante esta situación económica. Monitorear su estado Previsional.

LÍMITE DE COMPRA (30% sobre ventas)	VENTAS BALANCE	VENTAS POST-BALANCE
Ventas	**ARS 56 008 343**	**N/I**
Límite de compra	**ARS 16 802 503**	**N/I**

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 7
2.3 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES 7
2.4 INFORMACIÓN ADICIONAL / DATOS DE INTERÉS 7
2.4.1 Certificado Fiscal para Contrataciones de la Administración Nacional 7
2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias 8
2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS 9
2.6 ORGANIGRAMA DE LA COMPAÑÍA 9
2.7 ESTRUCTURA SOCIETARIA Y VINCULACIONES 9
2.7.1 Socios / Accionistas 9
2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas 9
2.7.3 Directivos 9
2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos 10
2.8 ACTIVOS 11
2.8.1 Inmuebles 11
2.8.2 Rodados 11
2.9 PUBLICACIONES OFICIALES 11
OTRAS PUBLICACIONES 12
2.10 CERTIFICACIONES 17
2.10.1 Certificaciones de Calidad 17
2.10.2 Distinciones Obtenidas 17
2.10.3 Programas de Responsabilidad Social Empresaria 17
2.11 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL CONTRATADO 17
2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO 17

3- SITUACIÓN COMERCIAL 18

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÚEDAD EN EL MERCADO 18
3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS 19
3.3 VENTAS A PAN AMERICAN ENERGY S.L. SUC. ARGENTINA 19
3.4 PROVEEDORES 19
3.5 CLIENTES 19
3.6 SEGUROS 19
3.6.1 Registro de contratos con las ART 19
3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago 19
3.6.3 Otros Seguros contratados 19

4- COMERCIO EXTERIOR 20

4.1 IMPORTACIONES 20
4.2 IMPORTACIONES POR PAÍS 20
4.3 IMPORTACIONES POR RUBRO 21

4.4 EXPORTACIONES POR PAÍS 22
4.5 EXPORTACIONES POR RUBRO 22

5- SITUACIÓN BANCARIA 23

5.1 CHEQUES RECHAZADOS 23
5.2 CENTRAL DE DEUDORES 23
5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO 24

6- SITUACIÓN JUDICIAL COMERCIAL 25

6.1 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDADO 25
6.2 CARÁTULAS DE JUICIOS COMERCIALES COMO DEMANDANTE 25
6.3 FISCALES Y PREVISIONALES 25
6.3.1 Detalle de Inscripciones Fiscales 25
6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia 25
6.3.3 Embargos 26
6.3.4 Otra información Fiscal o Previsional de Interés 26

7- INTEGRIDAD 27

7.1 INTEGRIDAD 27
7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA 27

8- ESTADOS CONTABLES 28

8.1 DATOS CONTABLES 28
8.2 ANÁLISIS VERTICAL 34
8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL 35
8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD 36
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO 37
8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS 38
8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN 39
8.8 SCORE DE BALANCE 40

2- Datos Organizacionales

2.1 CONSTITUCIÓN / ESTATUS JURÍDICO / DOMICILIOS / TELÉFONOS/ ESTATUTO

Razón Social	DRIXIT S.R.L.
CUIT	30-71608425-2.
Domicilio	MOLDES 2379 Piso:2 Dpto: A, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Actividad	620900 - SERVICIOS DE INFORMÁTICA N.C.P. 465100 - VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPOS, PERIFÉRICOS, ACCESORIOS Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS
Forma Jurídica	S.R.L.
Fecha de Contrato Social	06/06/2018
Patrimonio neto al 2021	$ 82 982 546
Cantidad Empleados	40 (Fuente: Medios externos de consulta)
Domicilio Legal	MOLDES 2379 Piso:2 Dpto: A, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
Domicilios Vinculados	MOLDES 2379 Piso:2 Dpto: A, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

2.2 RESEÑA HISTÓRICA / GENERALIDADES

DRIXIT S.R.L. digitaliza y automatiza los procesos de seguridad de las empresas industriales, previniendo y mitigando accidentes laborales. Su solución, el primer EPP digital, brinda la tecnología necesaria para que los operarios realicen su trabajo de forma segura y eficiente. Cuenta con operación en Argentina y Brasil y está preparando el desembarco en el 2023 en Estados Unidos y México. Desarrolló el primer EPP (Equipo de Protección Personal) Digital, una solución IoT que, combinando hardware y software, impacta en las áreas de Seguridad, Operaciones y Recursos Humanos: mitiga y previene accidentes permite la visualización completa de la operación en tiempo real e histórico, y gestiona y automatiza permisos, accesos y certificaciones en tiempo real.

Fuente: Empresa

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

Información no proporcionada por la empresa.

2.4.2 Constancia de inscripción AFIP/IIBB/Ganancias

ADMINISTRACION FEDERAL DE INGRESOS PUBLICOS

CONSTANCIA DE INSCRIPCION

DRIXIT S.R.L. CUIT: ***30-71608425-2***

Forma Jurídica: ***S.R.L.***

Fecha Contrato Social: ***06-06-2018***

IMPUESTOS/REGIMENES NACIONALES REGISTRADOS Y FECHA DE ALTA

IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT. - 963	06-2021
SICORE - RETENCIONES Y PERCEPC - 427	05-2021
GANANCIAS SOCIEDADES	08-2018
IVA	08-2018
BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	08-2018
REG. INF. - PARTICIPACIONES SOCIETARIAS	08-2018
REG. INF. - PRESENTACION DE ESTADOS CONTABLES EN FORMATO PDF	07-2018
REG. SEG. SOCIAL EMPLEADOR	10-2018
RET ART 79 LEY GCIAS INC A,ByC - 718	03-2019

****

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

Esta constancia no da cuenta de la inscripción en:

- Impuesto Bienes Personales y Exteriorización - Ley 26476: de corresponder, deberán solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.

- Impuesto a las Ganancias: la condición de exenta, para las entidades enunciadas en los incisos b), d), e), f), g), m) y r) del Art. 20 de la ley, se acredita mediante el "Certificado de exención en el Impuesto a las Ganancias" - Resolución General 2681.

- Aporte Solidario: de corresponder, deberá solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.

- Responsable Deuda Ajena Aporte Solidario: de corresponder, deberá solicitarse en la dependencia donde se encuentra inscripto.

ACTIVIDADES NACIONALES REGISTRADAS Y FECHA DE ALTA

Actividad principal:	*620900 (F-883)*	*SERVICIOS DE INFORMÁTICA N.C.P.*	Mes de inicio: *08/2018*
Secundaria(s):	*465100 (F-883)*	*VENTA AL POR MAYOR DE EQUIPOS, PERIFÉRICOS, ACCESORIOS Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS*	Mes de inicio: *10/2020*

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

DOMICILIO FISCAL - AFIP

NICARAGUA 5709 Piso:3
1414-CIUDAD AUTONOMA BUENOS AIRES

Vigencia de la presente constancia: ***16-11-2022*** a ***16-12-2022*** Hora **13:26:42** Verificador **102732689917**

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

Fuente: Empresa

2.5 MARCAS / PATENTES / LICENCIAS



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/País	Tax ID	%
MARIANO EZEQUIEL FOCARACCIO	Argentina	20-34049454-8	33.33
MAXIMILIANO DANIEL FOCARACCIO	Argentina	20-35365134-0	33.33
MARTIN HERNAN GIACHETTI	Argentina	20-33909919-8	33.33

Fuente: Medios externos de consulta.

2.7.2 Vinculaciones / Empresas Relacionadas

No se detectó información.

2.7.3 Directivos

Nombre y Apellido	Nacionalidad/País	Tax ID	Cargo
MARIANO EZEQUIEL FOCARACCIO	Argentina	20-34049454-8	Socio Gerente
MAXIMILIANO DANIEL FOCARACCIO	Argentina	20-35365134-0	Socio Gerente
MARTIN HERNAN GIACHETTI	Argentina	20-33909919-8	Socio Gerente

Fuente: Empresa.

2.7.4 Antecedentes de Principales Directivos

GIACHETTI MARTIN HERNAN - 20339099198

SCORE

87.5

GIACHETTI MARTIN HERNAN

FECHA NACIMIENTO:	04/10/1987
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	[illegible]
BANCOS	-
ANTIGUEDAD SIT. 1	[illegible]

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

ECHAGUE 7157, (1655), JOSE LEON SUAREZ, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

ECHAGUE 7157, (1655), JOSE LEON SUAREZ, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	DRIXIT S.R.L. (03/2022)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE CUERPOS DE DIRECCIÓN EN SOCIEDADES EXCEPTO LAS ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/08/2018

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

FOCARACCIO MAXIMILIANO DANIEL - 20353651340

SCORE

86

FOCARACCIO MAXIMILIANO DANIEL

FECHA NACIMIENTO:	05/10/1990
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	[illegible]
BANCOS	[illegible]
ANTIGUEDAD SIT. 1	[illegible]

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

MONROE 4935 15 A, CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

MONROE 4937, (1431), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	DRIXIT S.R.L. (07/2022)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE CUERPOS DE DIRECCIÓN EN SOCIEDADES EXCEPTO LAS ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/08/2018

JUICIOS



no se detectó actividad judicial



2.8 ACTIVOS

2.8.1 Inmuebles

No se detectó información.

2.8.2 Rodados

No se detectó información.

2.9 PUBLICACIONES OFICIALES

Provincia: Fecha: 16/12/2022
DRIXIT SRL CUIT 30716084252 Por Reunion de Socios del 31/12/2019 se resolvio: I Aumentar el capital social de $ 60000 hasta $ 1069990; II Emitir 106999 cuotas de valor nominal $ 10 y derecho a voto por cuota; y III Modificar la Clausula 6 del Contrato Social Las tenencias sociales quedaron de la siguiente manera: Mariano Ezequiel Focaraccio es titular de 2333 cuotas de valor nominal $ 10 y derecho a voto por cuota; Maximiliano Daniel Focaraccio es titular de 2333 cuotas de valor nominal $ 10 y derecho a voto por cuota; Martin Hernan Giachetti es titular de 2333 cuotas de valor nominal $ 10 y derecho a voto por cuota; y DRIXIT Technologies Inc es titular de 100000 cuotas de valor nominal $ 10 y derecho a voto por cuota Autorizado segun instrumento privado Acta de Reunion de Socios de fecha 24/12/2021 Marcos Vieito T : 144 F : 465 CPACF e 16/12/2022 N 102724/22 v 16/12/2022

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 11/06/2018
DRIXIT S.R.L. Instrumento Privado. 06/06/2018. 1) Mariano Ezequiel FOCARACCIO (gerente), 23/08/1988, argentino, soltero, ingeniero, DNI 34049454, Monroe 4937 15 A, 1431, CABA; 2) Maximiliano Daniel FOCARACCIO (gerente), 05/10/1990, argentino, casado, ingeniero DNI 35365134, Monroe 4937 15 A, 1431, CABA; 3) Martin Hernan GIACHETTI (gerente), 04/10/1987, argentino, soltero, ingeniero, DNI 33909919, Echague 7157, Jose Leon Suarez, Provincia de Buenos Aires. 4) Sede Social: Moldes 2379, piso 2 departamento ?A?, CABA. 5) La sociedad tiene por objeto realizar por cuenta propia, de terceros y/o asociada a terceros, mediante contratacion directa o por medio de licitaciones publicas o privadas, dentro y fuera del pais, a las siguientes actividades: a) compra, venta, importacion, exportacion, alquiler, distribucion, fabricacion, financiacion, desarrollo e implementacion de dispositivos electricos, electronicos y todo tipo de programas de computacion (software), de

equipos de computacion, sus partes y accesorios (hardware), vehiculos aereos no tripulados (VANTs), redes, sistemas y equipos de comunicacion y telecomunicacion propios y/o de terceros pudiendo darlos en comision, representacion, consignacion y otorgar licencias; b) ofrecer asistencia tecnica, asesoramiento, consultoria, mantenimiento y reparacion, entrenamiento, dictado y comercializacion de cursos y seminarios para lo concerniente a software, hardware, vehiculos aereos no tripulados (VANTs) y redes, sistemas y dispositivos de comunicacion y telecomunicaciones.; c) efectuar la representacion de marcas y/o fabricantes de hardware, software y vehiculos aereos no tripulados (VANTs) tanto nacionales como internacionales. A estos fines, la sociedad tendra plena eficacia juridica para adquirir derechos y contraer obligaciones y para ejercer los actos que se vinculen directa o indirectamente con su objeto y que no esten prohibidos por las leyes o por el estatuto social; 6) 99 anos; 7) $ 60.000; 8) Gerentes plazo: duracion de la sociedad, domicilio especial: la sede 9) La administracion, representacion legal y el uso de la firma estara a cargo de uno o mas gerentes, socios o no, por el plazo de duracion de la sociedad. En caso de ser mas de uno, actuaran en forma indistinta a excepcion de las siguientes cuestiones en las que deberan actuar en forma conjunta, dos cualesquiera de ellos: a) comprar, gravar, vender inmuebles, muebles, creditos, derechos, operar con toda clase de bancos, companias financieras o entidades crediticias oficiales o privadas, nacionales o extranjeras y demas instituciones de credito; b) establecer agencias, sucursales otra especie de representacion dentro o fuera del pais; c) otorgar a una o mas personas poderes especiales, generales, de administracion, judiciales y otros, con o sin facultad de sustituir, o extrajudiciales con el objeto y extension que juzgue conveniente; d) iniciar, proseguir, contestar o desistir denuncias o querellas penales; e) representar a la sociedad en procesos judiciales o extrajudiciales donde sea parte o citada como tercero; 10) Cierre de Ejercicio: 31/12. Autorizado segun instrumento privado Contrato de fecha 06/06/2018 Marcela Guadalupe Vicente - T°: 111 F°: 118 C.P.A.C.F. e. 11/06/2018 N° 41454/18 v. 11/06/2018

OTRAS PUBLICACIONES

Cancillería apoya la internacionalización de startups tecnológicas argentinas
Fuente: agroempresario.com Fecha: 10/2021

La Cancillería argentina, a través de su Dirección Nacional de Turismo, Deportes, Industrias Creativas y Culturales, y Servicios Basados en Conocimiento, coordinó la participación presencial de empresas tecnológicas de nuestro país en el evento, entre las cuales se encuentran: Celerative, Giro54 SRL, BIT SA, BINIT SRL, Easycommerce® (ITBN S.A.), G&L GROUP SA; **DRIXIT SRL**; Moova SAS; IderoTech; Neolo SRL; y en forma remota SDBL SRL; Crowdar SA y Agriconsult Latam.
SOUTH SUMMIT MADRID 2021 es una de las principales citas para emprendedores implicados en la creación de empresas de base tecnológicas y representa un punto de encuentro entre startups e inversores del sur de Europa y Latinoamérica, en el que una centena de proyectos seleccionados previamente, compiten ante potenciales inversores para conseguir inversiones.
La delegación argentina fue recibida en la feria por el Embajador Argentino ante el Reino de España, Ricardo Alfonsín. Las actividades continuaron con una agenda de negocios para las empresas argentinas, eventos de networking, encuentros con empresas argentinas consolidadas en el mercado europeo y aceleradoras o fondos de inversión de capital riesgo, entre otras.
La Feria SOUTH SUMMIT MADRID, que bajo el lema "Shape the Future", convocó al ecosistema global de innovación a ser parte de la transformación hacia el futuro desde cuatro pilares: Sostenibilidad, Conexión, Innovación y Negocio. SOUTH SUMMIT 2021 conto a las 100 mejores startups del ecosistema mundial, elegidas entre los más de 3.800 proyectos presentados a la Startup Competition.
El 75% de estas empresas son de origen internacional, procedentes de más de 124 países entre los que destacan, España, EEUU, Reino Unido, Alemania, India, México, Colombia, Israel, Francia y Argentina y representan a industrias líderes como Fintech, Educación, Healthcare, Software y Desarrollo, E-commerce, Impacto Social, AgriTech, Data&Analytics, Green&Clean Tech Solutions o Logística.

Las pymes argentinas quieren alejarse del "riesgo argentino" y apuestan al mundo: cómo hacen
Fuente: www.cronista.com Fecha: 02/10/2021

Se sabe que las pymes son de las empresas que más expuestas están a los vaivenes que continuamente tiene la economía argentina, por eso los expertos recomiendan generar bases sólidas para poder desarrollar un plan de regionalización primero, y dar luego el salto a la internacionalización global.
Lo bueno es que en este sentido la tecnología hoy abre un gran abanico de opciones a la hora de desembarcar en otros mercados, pues es posible hacerlo a través del comercio electrónico y la economía de plataformas.
Ezequiel Braun Pellegrini, fundador y CEO de Brevity, es de los que apoyan la idea de tener un buen piso antes de plantear el crecimiento. "Definir la estrategia de mi pyme o startup, mi propósito parece cliché, pero es especialmente importante tener una visión y una misión muy claras. Para entonces sí, luego, pensar en el por qué de internacionalizarse".
"Apuntar a mercados extranjeros por el mero hecho de poner una bandera más y no en el marco de una estrategia general como compañía, queda corto. Una vez que está definido el marco, entonces sí tene sentido pensar en la posibilidad de internacionalizarse, conociendo el por qué. En esta instancia el cómo depende mucho no solo del objetivo de salir a otros mercados sino, por supuesto, del tipo empresa que se tiene", agrega Braun Pellegrini.
Brevity está a punto de desembarcar en Chile, y por eso tienen a mano la experiencia de poder adecuar su producto, pero también sus procesos administrativos, y esto incluye la formación de los equipos.
"Habrá un trabajo de adaptación de la plataforma y de capacitación en ese sentido. La compañía en Chile tendrá que transformar la plataforma en todo lo que es tecnología: cómo generar actas, qué procesos jurídicos se hacen acá, cuáles allá. Cambia la manera de comunicar y de hablar de la firma. Para eso ya estamos trabajando conjuntamente desde nuestra área de producto con abogados en el país trasandino", refleja su CEO.
Otra firma que reconoció la idea de basar el crecimiento en la tecnología es Nubity, nacida en Santa Rosa, La Pampa. Ellos usan la nube para generar su negocio, pero también para acelerar el de sus clientes.
"En 2013 notamos la necesidad que tenían las empresas en migrar y utilizar de una manera eficiente los servicios en la Nube, por eso fundamos Nubity. A medida que crecía nuestra operación, vimos en México un mercado óptimo para dar el primer

paso hacia la internacionalización. Para hacerlo, Darío Peña, CEO y cofundador de la firma se reubicó en la capital del país azteca y desde entonces vive allí", relata Juan Ozino Caligaris, también cofundador de Nubity y Country Manager.
Para posicionarse en el mercado mexicano y promover el crecimiento de la empresa, fue fundamental que la firma haya sido elegida como parte del tercer batch de la aceleradora 500 Startups, en México.
"A medida que fuimos obteniendo resultados, también logramos el apoyo de reconocidos fondos mexicanos entre los que se destacan ALLVP, LIV Capital, Capital Invent, entre otros", enumera Caligaris.
Por supuesto que dar con el financiamiento es clave, pero para las empresas IT los movimientos, tal como dicen sus representantes, es más simple. "Estas pymes tienen la ventaja de tener bajas barreras de entrada: no existen problemas de logística, de escala, de precios internacionales, de estacionalidad, de normativas, de volúmenes mínimos, de continuidad, proteccionismo, retenciones, cupos, entre otros temas. Las pocas barreras implican que se está compitiendo contra el resto del mundo, lo cual exige una alta calidad de producto o servicio y mucho foco en el cliente", destaca Caligaris.
Para las pymes, un factor clave es contar con aliados que compartan las experiencias, les acerquen tips para encontrar rápidamente financiamiento. Y para esto las cámaras empresariales son un instrumento sumamente idóneo.
"Participar en una cámara te permite estar actualizado con los temas del sector y también en cuestiones impositivas, legales y/o de reglamentación, entre otros temas. A su vez es un espacio donde se tiene la posibilidad de intercambiar puntos de vista con colegas, conocerlos y, sobre todo, encontrar puntos en común que permitan mejorar las condiciones del mercado específico", sostiene Emiliano Martin, socio líder de Private Enterprise KPMG Argentina.
"Cuando una empresa es de menor dimensión, siempre es bueno participar en colectivos como asociaciones, cámaras, ferias internacionales y programas del Gobierno que apoyen al desarrollo internacional de sus pymes. Estas experiencias son siempre muy ricas en aprendizajes, permiten compartir prácticas con empresas similares y, muchas veces, también facilitan el acceso económico a través de misiones comerciales conjuntas", cuenta Silvano Canton, director de Marketing de Barbieri.
Esta firma comenzó a exportar en la década de 1990. "Como balance, podemos decir que el aporte de muchos de estos colectivos ha sido altamente positivo. Así mismo, como se mencionó anteriormente, siempre nuestras inversiones estuvieron puestas en acceder a tecnología productiva de punta", suma Canton.
MIRADA GLOBAL
La mirada de Matías Woloski siempre es interesante, sobre todo cuando abre y señala el camino que las pymes pueden tomar. ¿Por qué decimos que es bueno escucharlo? Es que es el cofundador de Auth0, uno de los unicornios del país.
"Llegar a donde hoy estamos parados, no lo habíamos imaginado ni en nuestros mejores sueños. Todo emprendedor comienza con una idea, esfuerzo y mucho entusiasmo. En nuestro caso, con Eugenio (Pace, también cofundador) comenzamos a trabajar en varios proyectos hasta que en 2008 decidimos escribir un libro acerca de las mejores prácticas de autenticación y autorización en aplicaciones. Tiempo después, concluimos que, en lugar de escribir acerca de estos temas, simplemente podíamos resolver el problema nosotros mismos, llevándolo a la práctica. Este camino nos fue llevando y apostamos a construir un producto con poco glamour, pero muy requerido por las empresas en la era digital. Y más aún con los cambios que nos deja la pandemia", describe Woloski.
Este empresario reconoce que los primeros pasos en la creación de la compañía fueron clave para tener los resultados actuales. "Auth0 comenzó con un ADN argentino pero con una proyección y un mindset global. Literalmente empezamos desde distintas partes del mundo: Eugenio desde los Estados Unidos, y yo desde Buenos Aires. Por eso desde el inicio gestionamos un espacio de trabajo flexible, adaptable y remoto. Teníamos claro una cosa: la importancia de conformar un equipo, de rodearnos de gente con el talento, el interés y la pasión por las cosas que una empresa con nuestro crecimiento requiere. Eso nos impulsó desde la fundación hasta convertirnos en una empresa unicornio, llegando incluso a fusionar nuestras habilidades y potenciarlas a través de otra firma líder como Okta", dice.
Woloski reconoce que el camino tuvo escollos, pero para superarlos, asegura, fue esencial tener siempre en claro cuál era su Norte: "nos dedicamos a identificar una problemática real y a desarrollar soluciones innovadoras capaces de dar respuesta, en un mercado grande y sumamente dinámico. En ese sentido, Auth0 triplicó su facturación en los primeros años y la duplicó en los años subsiguientes, antes de la adquisición con Okta. Lograr este tipo de crecimiento solo puede hacerse contratando rápido, con un gran equipo y un gran producto".
"Una pyme debe pensarse global desde los inicios: desde la organización y orden de los procesos, la creación de cultura e incluso al definir el nombre de la marca. Esto marcará una estrategia y pasos a corto, mediano y largo plazo para alcanzar el objetivo", argumenta **Mariano Focaraccio**, CEO de Drixit Technologies.
Para este empresario, el paso siguiente es conocer bien a qué país se irá y definir cómo hacerlo. "Es necesario pensar si ir solo, con partner o con socios. También dependerá mucho de lo que uno ofrezca: no es lo mismo una empresa SaaS que una compañía que ofrece productos físicos. La logística que requiere es muy distinta, por lo que hay que analizar diferentes variables y tener en cuenta distintos factores. Una empresa SaaS puede arrancar en su país de origen y, al mismo tiempo, ya estar con clientes de afuera o incluso empezar directamente con extranjeros. El desembarco de la operación, abrir oficinas en dicho país, suele ser más sencillo en ese caso", analiza Focaraccio.
Borja Martel Seward, cofundador y CCO de Lemon Cash, asegura que la clave está en pensar en "100x", es decir, enfocarse en hacer crecer o multiplicar el negocio por 100, y definir la propuesta de valor que nos conduzca a eso.
Además, este directivo recomienda mirar bien, y que "todos los países tienen programas que atraen a compañías del exterior, y es siempre una gran alternativa analizar y aplicar a los mismos. Suelen traer una buena red de contactos, potenciales clientes, partners y también, muchas veces, dinero".
TRASLADAR LA EXPERIENCIA
En el caso de las empresas que necesitan de la instancia de presencialidad para disfrutar del producto o servicio, como las de gastronomía, es un poco más complicado poder dar el paso para salir a ganar nuevos mercados. Muchas de ellas apuestan por el formato de franquicias, porque esto les permite tener fees mensuales, algunos también se vuelven proveedores y así pueden crecer a un ritmo más acelerado que si hicieran todo por si solos.
"Para nosotros fue esencial. Primero porque hacerlo te permite diversificar los riesgos. Por ejemplo: en 2020, Pinta Libre en la Argentina no tuvo el año esperado debido a la pandemia, pero la franquicia de Montevideo funcionó muy bien", cuenta Matías Mindlin, CEO y creador de Pinta Libre, una app que te permite tener una membresía mensual para ir a un gran menú de bares y disfrutar de diversas cervezas gratis.
Para este emprendedor, el abrirse a franquicias y ganar presencialidad en diferentes países les permitió incrementar ingresos,

ya que pudieron acaparar más mercado con un ticket más alto. Pero, hay algo que pide no pasar por alto: "hay un factor cualitativo que pocos evalúan y es la motivación interna. Siempre dije que uno de los desafíos más grandes del emprendedor es superar la montaña rusa emocional que debes vivir", suma Mindlin.

"Lanzar en otros mercados logra dar una inyección de motivación para seguir adelante, no solo al equipo fundador, sino también al resto. Es muy lindo y un desafío enorme", agrega el CEO de Pinta Libre.

Ahora bien, yendo a los términos prácticos, Mindlin recomienda los tres pasos a seguir más importantes para internacionalizarse: alguno de los fundadores debe ir a conocer el mercado. Nadie sabe más que él de su producto o servicio, validar o hacer un piloto en dicho mercado. Entender al usuario, ver la aceptación. Tratar de medir KPIs para evaluar performance y confirmar las hipótesis. Y, finalmente, armar una buena estrategia de lanzamiento y ejecución Go to market strategy, para tratar de tener muchas balas. Es muy probable que los canales de distribución que se suelen utilizar no performen como lo hacen en una ciudad del país de origen.

"Es muy importante conocer el mercado al cual se piensa desembarcar, entender la idiosincrasia de su gente, sus costumbres (en nuestro caso particular, cómo son a la hora de regalar). Luego hay cuestiones más técnicas que atraviesan a todos los negocios como diseñar un buen plan de negocios, pensar el perfil del socio local, la necesidad financiera y de recursos, la adecuación de los equipos, entre otras cosas", aconseja Nahuel Filardi Sabin, CEO y cofundador de Fanbag.

En este sentido, parte de los conocimientos que hay que tener, y que son fundamentales, son los que corresponden a los impuestos. "Básicamente hay que estudiar muy bien la legislación impositiva de cada país, las adecuaciones necesarias y cuál es la mejor manera de integrarlo a la estructura de la casa matriz. En todos los países que hemos estudiado, es necesario que exista formalmente una sociedad para poder operar, facturar, cobrar. Esa sociedad puede ser establecida particularmente para llevar adelante el negocio de la empresa o ser la sociedad licenciataria que opere la marca en el país", detalla Filardi Sabin.

También en el mercado de la gastronomía, Rodo Cámara, fundador de The Food Truck Store (TFTS), asegura que estaban entre abrirse paso con franquicias o con locales propios, pero optaron por las primeras y arrancaron en los Estados Unidos. "El camino más difícil", asegura orgulloso.

"Nuestro proyecto de expansión es en América latina y España, donde el idioma ayuda a poder tener una misma comunicación en redes como en la Argentina. Los Estados Unidos no estaban en los planes y hoy es la primera franquicia, y con proyección de abrir varias sucursales más. Arrancamos en Miami, pero estamos analizando otros estados", cuenta, aún con la ansiedad de la apertura reciente.

"Como dijimos anteriormente, el modelo inicial para internacionalizar nuestros productos fue transaccional, es decir: nuestra planta en la Argentina fabricaba y comercializaba los productos en el resto del mundo a través de su propio departamento de Comercio Internacional. Por política comercial, no teníamos representantes sino distribuidores directos en cada uno de esos mercados y el manejo comercial dependía de nuestra casa matriz. Cuando nuestro modelo de transnacionalización implicó el establecimiento de industrias, nos ocupamos de que las posiciones claves fueran ocupadas por colaboradores expatriados con el objetivo de transmitir cultura, y el resto de la contratación correspondía a colaboradores locales", detalla el directivo de Barbieri.

En este sentido, Eduardo Goldenhörn, CEO de Turismatica, es claro al describir lo que se necesita para preparar la llegada a cada mercado. "Salvo que se esté vendiendo un comodity, es muy probable que se deba adaptar el producto a la realidad del país. En nuestro caso, al ofrecer un ERP, cada país al que arribábamos implicaba un trabajo de adecuación, no solo de temas fiscales o impositivos, sino también cuestiones relativas a las costumbres locales y buenas prácticas".

"En nuestro caso somos una pyme que exporta hace más de 40 años, pero hoy es mucho más fácil la internacionalización, ha avanzado mucho gracias a las diversas herramientas tecnológicas. Las diferencias entre una pyme IT y una tradicional son la logística y los diferentes permisos aduaneros", opina Manuel Pizarro, director comercial de Bersa.

En el caso de esta compañía especializada en armas, la mayor internacionalización fue posible gracias a una fuerte reconversión tecnológica. "Esto puso a la empresa al nivel de los productores de armas más prestigiosos del mundo. Bersa cuenta con un Departamento de Innovación y Desarrollo liderado por ingenieros mecánicos especializados en armamento. Allí se investiga no solo el uso de nuevos materiales, como los polímeros, sino también las formas más eficientes de producir. Estamos atentos a los requerimientos que los mismos clientes nos van señalando", argumenta Pizarro.

Por supuesto que exportar no es una tarea simple. No solo porque es necesario estar a la altura de la demanda (en algunos mercados, no cumplir con los tiempos de entrega implica perder directamente el contrato), sino también en cuanto a conocimientos de toda la operatoria.

"Lo ideal es contar con algún colaborador con experiencia en comercialización internacional o en su defecto con una empresa de despacho aduanero con experiencia. En Bersa tenemos un departamento de Calidad integrado por un grupo interdisciplinario abocado a cumplir con los estándares internacionales de las normas ISO, para que nuestros productos lleguen a todo el mundo con los mismos parámetros de seguridad y confiabilidad. Además, para cuestiones administrativas relacionadas a nuestras exportaciones, contamos con personal especializado y una empresa de comercio exterior de primer nivel", detalla Pizarro.

DÓNDE APUNTAR PRIMERO

Las empresas tienen diferentes estrategias a la hora de pensar dónde comenzar su carrera internacional. Y en este punto es sumamente importante la mirada estratégica que se tenga, y cuál es el plan u objetivos que se quieren conquistar. Por ejemplo, para muchos es más valioso desembarcar directo en los EE.UU., porque desde allí se mueve el mercado más grande, como en el caso de las firmas IT, pero para otras puede ser conveniente mirar hacia los países vecinos.

En la Argentina no son pocas las empresas que empezaron a abrirse camino primero en América latina. Este es el caso de Fanbag, que eligió empezar por Paraguay, porque detectaron que es una población a la que le gusta mucho regalar, y el mercado de ellos es, justamente, regalar experiencias.

"Consideramos que este país tiene un buen mercado de regalos corporativos, y además, la distancia de la Argentina es poca. También las variables macroeconómicas están muy estables desde hace tiempo y no existía el concepto que nosotros brindamos. Incluso, evaluamos que el mercado es chico en comparación con el de Argentina, lo que lo hacía atractivo para una primera prueba", aclara Filardi Sabin.

"Es importante entender que si estamos operando en otro país, estamos jugando de visitante. Eso implica humildad, saber escuchar y entender la situación. Sin dudas, hay temas del lenguaje, por más que quizás hablemos español también: palabras que no significan lo mismo, otras que no se entienden y hasta casos que la misma palabra en un país puede ser un insulto o

una falta de respecto. También hay que entender mínimamente las costumbres", explica Javier Krawicki, cofundador de Nawaiam.
Por eso, es recomendable ofrecerles un onboarding a los colaboradores que participen de la apertura del negocio en otro país.
"También hay que entender si hay necesidades técnicas particulares. Por último, dentro del análisis del mercado que tiene que hacer la compañía, es importante transmitir y capacitar a los empleados con las especificidades del mercado", añade Krawicki.
En materia de capacitar a los colaboradores, Fabio Boggino, CEO y cofundador de WorkON, recomienda reforzar una especialización de alguien que se dedique a auditar la calidad de la comunicación, que haya uniformidad en la ética, la comunicación, el uso de logos, marca.
¿Qué significa esto? "Formar a alguien que se especialice en auditar a los países en cuanto al cumplimiento de sus planes comerciales, procesos legales, facturación, cobranza, rentabilidad, en todos los aspectos. Es importante crear un formato de reuniones con los países para generar cercanía desde la casa matriz, para acompañarlos y también compartir buenas prácticas, experiencias. El problema de uno seguro otro lo tuvo y que mejor que aprender de un par sobre cómo abordar una problemática y encontrar una solución", se explaya Boggino.
Por su parte, desde Coderhouse, a la hora de pensar qué capacitaciones son más convenientes cuando estamos buscando llevar nuestro negocio al exterior, ellos aseguran que "una de las áreas que hay que priorizar es la administrativa. Es muy importante que los colaboradores en la Argentina puedan comprender las implicaciones económicas y legales de los nuevos mercados".
"Por otro lado, si estamos pensando en expandirnos a mercados que no tienen como lengua nativa ni el inglés ni el español, es importante también contribuir con capacitaciones para que los líderes de cada departamento en la Argentina puedan aprender el nuevo idioma, a fin de generar una buena comunicación entre equipos de trabajo", agregan desde Coderhouse.
ECOMMERCE, LA NUEVA MANERA
Por supuesto, en tiempos como los que vivimos, es imposible dejar de mencionar las exportaciones vía ecommerce, aunque internacionalizarse no significa solamente tener ventas esporádicas hacia otros países.
En esta estrategia de venta digital se embarcó Saint Maló, pyme fundada en 2019, y que se dedica a la fabricación y distribución de trajes de baño. "Comenzamos exportando nuestros productos a Uruguay, Europa y los Estados Unidos. Nuestro próximo paso es entrar en el mercado brasileño con 4000 unidades e ir innovando en el producto para que sean más complejos", relata su presidente, Facundo Prada.
"Nos decidimos a internacionalizar porque permite aumentar el volumen de negocio. Para llevarlo a cabo, primero creamos un departamento de exportación e hicimos un análisis interno. Una de las cosas fundamentales fue apostar a la innovación, y elegir los mercados que más se adecuaban a nosotros por el tipo de cliente. Luego, elegimos un canal de comercialización que es básicamente el online y también se debe hacer promoción. Incluso, invertimos en infraestructura para aumentar la producción", detalla Prada, quien considera esencial haber capacitado a sus colaboradores en temas de exportación, despachantes y marketing.
"El ecommerce está en su mejor momento teniendo como catalizador la pandemia. En 2020 se creció en este campo lo que en sus diez años anteriores sumados. Naturalmente trabajar con ecommerce dependerá de lo que pretendas exportar. En relación a desembarcar con oficinas propias no suele ser fácil para una pyme que no tiene experiencia o gran volumen de negocios en el exterior. Pero debiera estar como un paso importante de la planificación y de los objetivos. En este punto es muy importante poder trabajar con un equipo de trabajo senior que te marque los pasos correctos para ese objetivo", resume Pablo Furnari, codirector del Programa Dirección de Exportaciones del IAE Business School.
El combo para llegar a buen puerto cuando se trata de internacionalización no es fácil, pero sobre todo requiere de tres ingredientes, que no son secretos, pero sí esenciales: perseverancia, organización y una mirada 360º.
HORIZONTES ESTABLES
Omar De Lucca es el director financiero en Grupo Surmax, empresa vinculada a la industria cárnica. Coincidiendo con todos los expertos, asegura que una base sólida es la clave, pero la organización que se debe seguir para crecer, también.
"Armás el flujo de fondos primero, luego ves cómo hacer a esa empresa rentable y sustentable. Detectar en qué podés ser eficiente, hacés un estudio de las variables exógenas y endógenas. Buscás socios y aliados, asesoramiento, aportás tu propio know how, armás un equipo de trabajo y te lanzás. Pero tenés que estar, el negocio a la distancia no sirve en mi opinión. Más allá de la gente de confianza, los viajes al exterior para supervisar hay que hacerlos", advierte De Lucca.
Y eso fue lo que hicieron en Grupo Surmax. "Habiendo consolidado un modelo productivo-comercial en la Argentina, en una industria como el campo, rentable y sustentable en el tiempo, ahora ideamos el mismo modelo en Uruguay. Para eso nos asesoramos con un estudio jurídico, que nos vino a buscar para replicar nuestro modelo allá", detalla el director.
"Uruguay es un país estratégico, por lo que representa a nivel seguridad, modelo exportador de carnes, ventajas impositivas, más la tranquilidad de vivir en una ciudad como Montevideo o Punta del Este", agrega, dejando entrever la importancia de estar cerca del proceso.
Por supuesto, en el grupo hicieron todos los pasos tal como lo aconsejó su director. "Le buscamos la vuelta al negocio tomando algunas decisiones relacionadas con nuestra integración vertical y cómo integrar parte de nuestros eslabones locales al plano internacional. Logramos armar un modelo que conecta la producción local, con la exportación de un insumo a otro país, y la terminación del producto allá, para luego exportar. A su vez, tenemos otro proyecto expansivo, el cual tiene que ver con montar operaciones comerciales en España y China con valor agregado local. El procesamiento del alimento, que se consume en el exterior, desde el país de origen te permite sumar más eslabones a la cadena y llegar a destino con algo diferente. Este es uno de los proyectos que abordaremos en 2022", resume De Lucca.
BRINDANDO POR MÁS PYMES
Este año, la Corporación Vitivinícola Argentina (Coviar) creó su nueva unidad ejecutora de Pymes Exportadoras, que tiene como objetivo gestionar y facilitar el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, ya que esto no solo las ayudará a crecer a cada una de ellas, sino a la industria toda.
"Desarrollar a las empresas y proyectos más chicos, dándoles soporte y ayudándolos en la gestión de las herramientas que necesitan, contribuye también a la valorización de distintas regiones del país y a darle emoción a la vitivinicultura argentina. El vino es diversidad y requiere de muchos jugadores. Somos competidores, pero también colegas y nos necesitamos unos a otros", explica José Alberto Zuccardi, presidente de Coviar.
"El objetivo no es solo crecer en exportaciones sino también mejorar la distribución de los ingresos en la cadena, por lo que es

necesario diversificar y ampliar el universo de empresas exportadoras", agrega Daniel Rada, director del Observatorio Vitivinícola Argentino.
Según datos al 2019 del Observatorio Vitivinícola Argentino, unidad ejecutora de Coviar gestionada por la Bolsa de Comercio de Mendoza, hay un universo de empresas detectado de unas 370 bodegas que tienen una participación de mercado en el total de exportaciones que ronda el 4,5%. Exportan y tiene potencial para crecer, pero han perdido mercado entre 2009 a 2019 pasando de exportar un total de 27 millones de litros a sólo nueve millones de litros de vinos fraccionados.
LA AYUDA ESTATAL
A fines de 2020, se lanzó el Plan de Desarrollo Federal Exportador Pyme, que impulsa las capacidades exportadoras de las pequeñas y medianas empresas a partir de una inversión de $ 20.000 millones. Este plan busca promover las capacidades exportadoras de 15.000 pymes, a partir de capacitaciones, asistencias técnicas, líneas de financiamiento, y acciones de promoción y posicionamiento.
Este plan incluye:
• Sensibilización y capacitación para fortalecer competencias exportadoras: desarrollo de cursos, ciclos, seminarios y diplomaturas generales organizados en articulación con otros organismos públicos como la Agencia Argentina de Inversiones y Comercio Internacional, con el objetivo de ganar competencias para acceder a mercados específico, como el Seminario virtual para el desarrollo de las capacidades exportadoras de las Pymes a China, el Seminario Productividad para el Desarrollo Exportador Pyme y el Ciclo Introductorio al Comercio Exterior.
• Asistencia técnica para mejorar la competitividad y productividad de las pymes, a través de los programas Expertos Pyme, PAC (Programa de Apoyo a la Competitividad), Crédito Fiscal para Capacitación Pyme, orientados al diagnóstico, desarrollo de planes exportadores, identificación de nuevos mercados, mejora de procesos productivos, certificaciones, adaptaciones de productos y comunicación estratégica, entre otros. También, las instituciones de apoyo a pymes pueden solicitar asistencia en Aportes No Reembolsables para financiar hasta el 100% de Proyectos de Capacitación Estratégicos para mejorar la competitividad y productividad de las empresas.
• Financiamiento integral para acompañar los planes exportadores. Vigente por un monto total de $ 1500 millones y u$s 45 millones para acompañar e impulsar a las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas, con créditos con tasas subsidiadas por el Fondo Nacional de Desarrollo Productivo (FONDEP) y garantías del FOGAR:
• La línea de Internacionalización de las pymes con el BICE.
• Línea para financiar capital de trabajo para MiPyMEs que exportan a Brasil.
• Créditos para inversión productiva con el BICE.
• Línea de adelantos de exportaciones y para prefinanciación de exportaciones.
Además, están también vigentes la Línea de Proyectos Estratégicos del Ministerio de Desarrollo Productivo junto al Banco Nación.

Drixit Technologies: la empresa argentina que revoluciona y digitaliza la seguridad industrial
Fuente: www.norteenlinea.com Fecha: 17/02/2021

Mientras que la tecnología evoluciona cada vez más rápido en diferentes industrias, existe un sector laboral que queda en las sombras de la digitalización. Se trata de los empleados llamados deskless workers, o trabajadores sin escritorio. Aquellos que, dada la naturaleza de sus empleos, viven sin registro digital de su trabajo.
Drixit Technologies revoluciona y digitaliza los sistemas de seguridad industrial con el primer EPP Digital (Elemento de Protección Personal). Este tiene el objetivo de reducir las tasas de accidentes en la industria, generando entornos laborales más seguros y potenciando la excelencia operativa para convertirse, así, en el nuevo estándar de la industria.
Drixit Technologies desarrolló, con talento argentino, el primer EPP digital compuesto por el Drixit TAG y una innovadora plataforma. Se trata de una solución IoT que combinando hardware y software permite pasar de un mundo analógico a digital en tiempo real. Este sistema integral permite digitalizar “las reglas de oro de seguridad industrial”. Entre ellas: permisos de trabajo, trabajo en altura, espacios confinados, áreas restringidas, atmósferas explosivas, y vehículos y equipos móviles.
El Dirixit Tag, que pesa solo 70 gramos, digitaliza la operación y es colocado en el casco, mameluco o cinturón de la persona y permite identificar de forma rápida y eficaz a los operadores faltantes frente a casos de emergencias, al activarse los protocolos de evacuación o cuando se realizan trabajos en áreas confinadas
En números:
● 1 de cada 100 trabajadores industriales tiene un accidente al año
● El 22,6% de los trabajadores argentinos desempeña tareas industriales.
● Los accidentes se producen generalmente por factores humanos (75%), situaciones de la organización (20%) y fallas técnicas (5%).
● Una petrolera puede perder 1 millón de dólares en un día por tener que parar su operación por un accidente.
Este tipo de situaciones puede generar inconvenientes en la salud del equipo de trabajo, freno de la operación, desmotivación del equipo de trabajo, una crisis para la compañía y el rediseño de las operaciones, entre otras situaciones.
“Nuestro sistema transforma el casco, un elemento fundamental en seguridad industrial, en Smart. Es decir, ahora el casco es inteligente gracias a la tecnología que desarrollamos con el EPP Digital”, explicó Mariano Focaraccio, Founder & CEO de Drixit Technologies. “Apuntamos, a solucionar desde un sistema tecnológico e inteligente los problemas de seguridad de la industria”, agregó.
En Argentina, Drixit Technologies, tiene como clientes a YPF, Barrick, Techint y Profertil, entre otros, y busca exportar sus desarrollos tecnológicos en materia de seguridad industrial a todo el mundo.
Acerca de Drixit Technologies
Drixit Technologies revoluciona las empresas industriales, digitalizando y automatizando el mundo físico para garantizar entornos laborales más seguros y alcanzar la excelencia operativa. Desarrolló el primer EPP digital (Elemento de Protección Personal), una solución IoT que, combinando hardware y software, permite a las compañías pasar de un mundo analógico y offline a uno digital, online y en tiempo real.

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
2022	-	-	-	**40**

Fuente: Medios externos de consulta.

2.12 EVOLUCIÓN MENSUAL/ DETALLE DE PERSONAL SUB- CONTRATADO

No se detectó información.

3- Situación Comercial

3.1 PRODUCTOS/SERVICIOS Y ANTIGÜEDAD EN EL MERCADO





Fuente: Empresa.

3.2 DETALLES Y EVOLUCIÓN DE COMPRAS Y VENTAS

No se detectó información.

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

La empresa no informó ventas a PAE.

3.4 PROVEEDORES

No se detectó información.

3.5 CLIENTES

Fuente: Empresa.

3.6 SEGUROS

3.6.1 Registro de contratos con las ART

Aseguradora:	PROVINCIA
N° de contrato:	5234093
Desde:	01/04/2022 - Cambio de Aseguradora
Hasta:	**Afiliación vigente**

Aseguradora:	GALENO
N° de contrato:	4691392
Desde:	01/10/2018 - Alta de afiliación
Hasta:	31/03/2022 - Cambio de Aseguradora

3.6.2 Contratos extinguidos por falta de pago

No se registran contratos extinguidos por falta de pago.

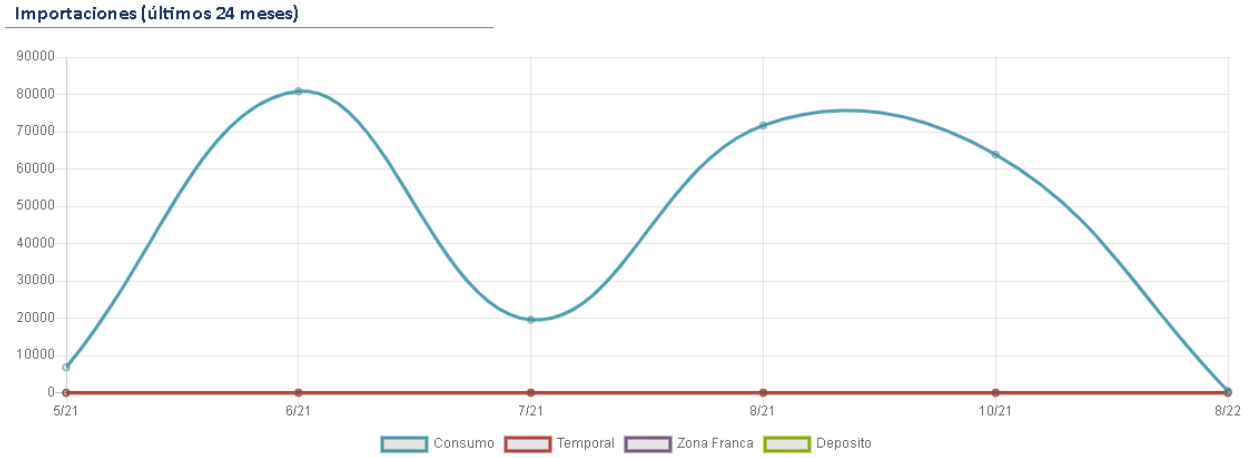
3.6.3 Otros Seguros contratados

No se detectó información.

4- Comercio Exterior

4.1 IMPORTACIONES

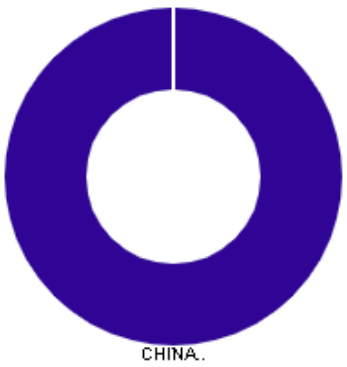
Período	Consumo Total: $ 243 284	(F.O.B. U$S) Temporal Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Depósito Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Zona Franca Total: $ 0	(F.O.B. U$S) Total: $ 243 284
08/2022	$ 510	$ 0	$ 0	$ 0	$ 510
10/2021	$ 63 882	$ 0	$ 0	$ 0	$ 63 882
08/2021	$ 71 685	$ 0	$ 0	$ 0	$ 71 685
07/2021	$ 19 560	$ 0	$ 0	$ 0	$ 19 560
06/2021	$ 80 828	$ 0	$ 0	$ 0	$ 80 828
05/2021	$ 6 819	$ 0	$ 0	$ 0	$ 6 819



4.2 IMPORTACIONES POR PAÍS

País	%	(F.O.B. U$S) Total
CHINA	100.00	$ 243 282
Totales		**$ 243 282**

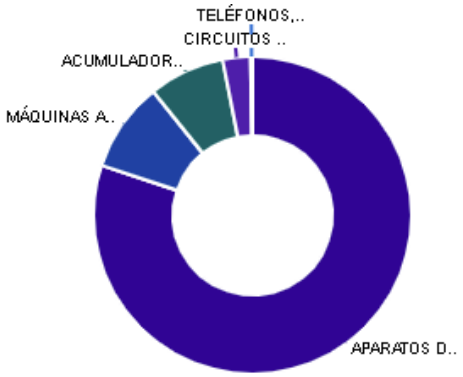
Valores estadísticos aproximados

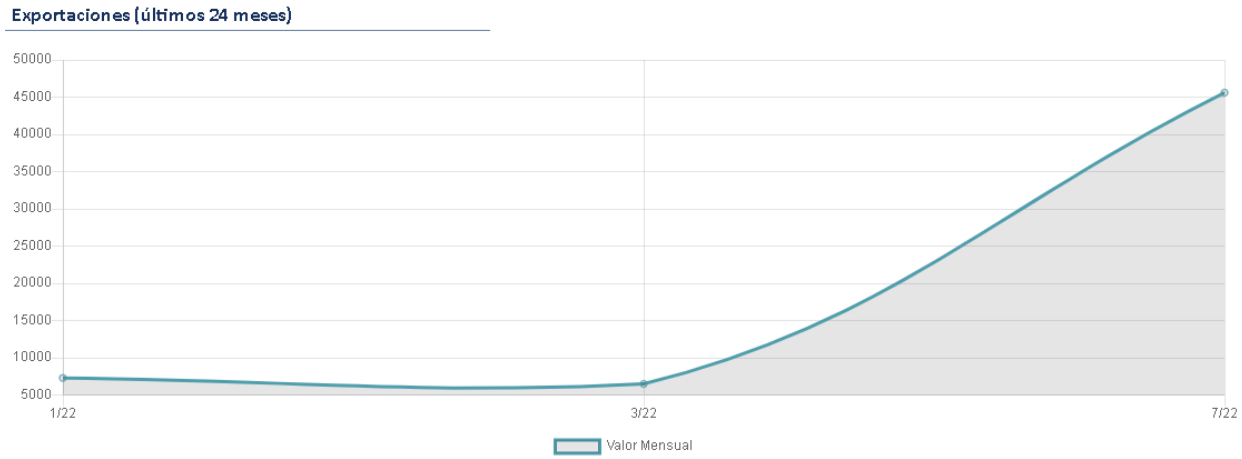


4.3 IMPORTACIONES POR RUBRO

Nombre	Posición	%	(F.O.B. U$S) Total
APARATOS DE RADAR, RADIONAVEGACIÓN O RADIOTELEMANDO.	8526	80.10	$ 194 869
MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS Y SUS UNIDADES; LECTORES MAGNETICOS U ÓPTICOS, MÁQUINAS PARA REGISTRO DE DATOS SOBRE SOPORTE EN FORMA CODIFICADA Y MÁQUINAS PARA TRA TAMIENTO O PROCESAMIENTO DE ESTOS DATOS, NO EXPRESADOS NI	8471	9.16	$ 22 289
ACUMULADORES ELECTRICOS, INCLUIDOS SUS SEPARADORES, AUNQUE SEAN CUADRADOS O RECTANGULARES.	8507	7.73	$ 18 795
CIRCUITOS IMPRESOS.	8534	2.80	$ 6 819
TELÉFONOS, INCLUIDOS LOS TELÉFONOS CELULARES (MÓVILES)* Y LOS DE OTRAS REDES INALÁMBRICAS; LOS DEMÁS APARATOS DE TRANSMISIÓN O RECEPCIÓN DE VOZ, IMAGEN U OTROS DATOS, INCLUIDOS LOS DE COMUNICACIÓN EN RED CON O SIN CABLE (TALES COMO REDES LOCALES (LAN) O	8517	0.21	$ 510
Totales			**$ 243 282**

Valores estadísticos aproximados

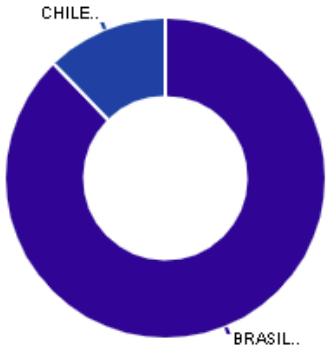




4.4 EXPORTACIONES POR PAÍS

País	%	(F.O.B. U$S) Total
BRASIL	88	$ 52 100
CHILE	12	$ 7 299
Totales		**$ 59 399**

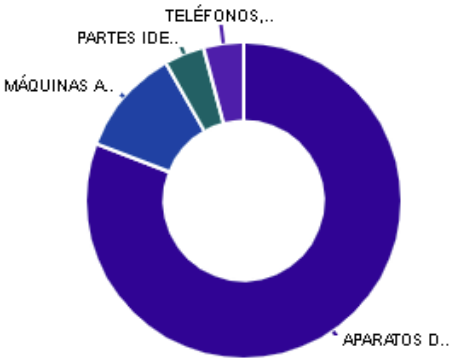
Valores estadísticos aproximados



4.5 EXPORTACIONES POR RUBRO

Nombre	Posición	%	(F.O.B. U$S) Total
APARATOS DE RADAR, RADIONAVEGACIÓN O RADIOTELEMANDO.	8526	80.86	$ 48 033
MÁQUINAS AUTOMÁTICAS PARA TRATAMIENTO O PROCESAMIENTO DE DATOS Y SUS UNIDADES; LECTORES MAGNETICOS U ÓPTICOS, MÁQUINAS PARA REGISTRO DE DATOS SOBRE SOPORTE EN FORMA CODIFICADA Y MÁQUINAS PARA TRA TAMIENTO O PROCESAMIENTO DE ESTOS DATOS, NO EXPRESADOS NI	8471	10.94	$ 6 500
PARTES IDENTIFICABLES COMO DESTINADAS, EXCLUSIVA O PRINCIPALMENTE, A LOS APARATOS DE LAS PARTIDAS 85.25 A 85.28.	8529	4.10	$ 2 433
TELÉFONOS, INCLUIDOS LOS TELÉFONOS CELULARES (MÓVILES)* Y LOS DE OTRAS REDES INALÁMBRICAS; LOS DEMÁS APARATOS DE TRANSMISIÓN O RECEPCIÓN DE VOZ, IMAGEN U OTROS DATOS, INCLUIDOS LOS DE COMUNICACIÓN EN RED CON O SIN CABLE (TALES COMO REDES LOCALES (LAN) O	8517	4.10	$ 2 433
Totales			**$ 59 399**

Valores estadísticos aproximados



5- Situación Bancaria

5.1 CHEQUES RECHAZADOS

No se registran Cheques Rechazados.

5.2 CENTRAL DE DEUDORES

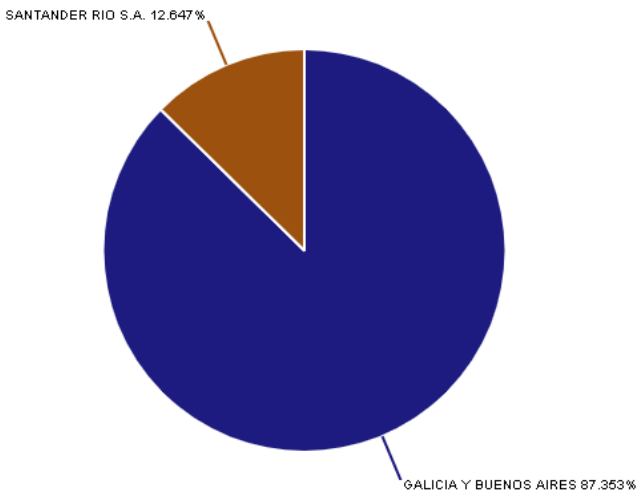
Banco	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021	05/2021	06/2021
SANTANDER RIO S.A.	17	42	94	83	51	39	48	60
GALICIA Y BUENOS AIRES	1 479	1 453	1 454	1 682	1 398	1 317	1 753	1 573
TOTAL PERIODO	**1 496**	**1 495**	**1 548**	**1 765**	**1 449**	**1 356**	**1 801**	**1 633**

Banco	07/2021	08/2021	09/2021	10/2021	11/2021	12/2021	01/2022	02/2022
SANTANDER RIO S.A.	51	48	49	161	375	616	624	605
GALICIA Y BUENOS AIRES	1 351	1 063	682	3 304	3 599	2 746	3 316	2 522
TOTAL PERIODO	**1 402**	**1 111**	**731**	**3 465**	**3 974**	**3 362**	**3 940**	**3 127**

Banco	03/2022	04/2022	05/2022	06/2022	07/2022	08/2022	09/2022	10/2022
SANTANDER RIO S.A.	498	457	442	698	731	642	569	579
GALICIA Y BUENOS AIRES	3 154	3 867	3 774	2 449	4 362	2 377	2 015	3 999
TOTAL PERIODO	**3 652**	**4 324**	**4 216**	**3 147**	**5 093**	**3 019**	**2 584**	**4 578**

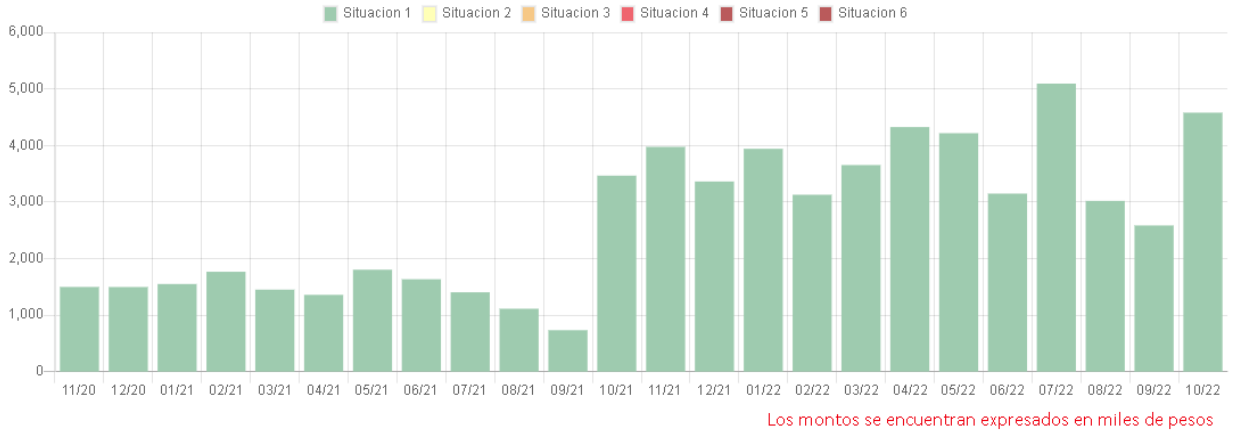
Importes expresados en Miles de Pesos

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



Situaciones últimos 24 meses

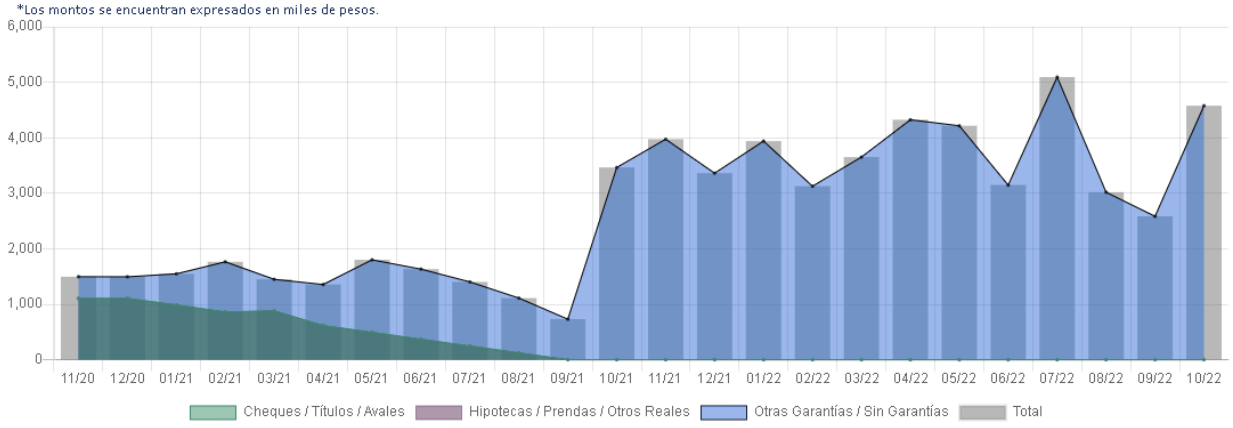
*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Los montos se encuentran expresados en miles de pesos

Garantías últimos 24 meses

*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



5.3 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INFORMADO

No se detectó información.

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	2018-08
30	IVA	ACTIVO	2018-08
103	REGIMENES DE INFORMACIÓN	ACTIVO	2018-08
211	BP-ACCIONES O PARTICIPACIONES	ACTIVO	2018-08
218	IMP.A LAS GAN.- BENEF.DEL EXT.	ACTIVO	2021-06
301	EMPLEADOR-APORTES SEG. SOCIAL	ACTIVO	2018-10
767	SICORE-IMPTO.AL VALOR AGREGADO	ACTIVO	2021-05
787	RET ART 79 LEY GCIAS INC A,BYC	ACTIVO	2019-03

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

6.3.2 Informe Estado de Deudas por Provincia

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

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

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

La información expuesta es la registrada al **26/01/2023** 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.

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
01-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
02-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
03-2022	SI	PAGO	PAGO	PAGO
04-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
05-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
06-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
07-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
08-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
09-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
10-2022	SI	PAGO PARCIAL	PAGO	PAGO
11-2022	SI	-	-	PAGO
12-2022	SI	IMPAGO	PAGO	PAGO

DRIXIT S.R.L., CUIT 30-71608425-2, no presenta sanciones laborales publicadas en el listado REPSAL vigente al 26/01/2023.



REPSAL

Registro público de empleadores con sanciones laborales
Ley 26.940

Se deja constancia que a la fecha de emisión, DRIXIT S.R.L. CUIT 30716084252 no registra sanciones en el REPSAL, conforme al Art. 2 de la Ley 26.940

Fecha de emisión: 26/01/2023 (válido únicamente por el día de emisión)

Sello Electrónico: d0dd34a7-73e3-409d-8bfe-bfa82efbff71

Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social Argentina · AFIP Administración Federal · CFT Consejo Federal del Trabajo República Argentina · RENATRE Registro Nacional de Trabajadores Rurales y Empleadores · SRT Superintendencia de Riesgos del Trabajo

7- INTEGRIDAD

7.1 INTEGRIDAD









7.2 INFORMACIÓN DE PRENSA NEGATIVA

No se detectó información de prensa negativa.

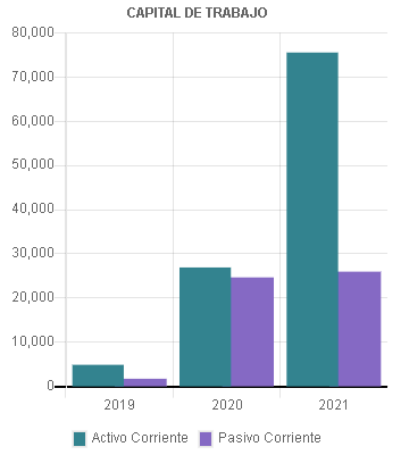
8- Estados Contables

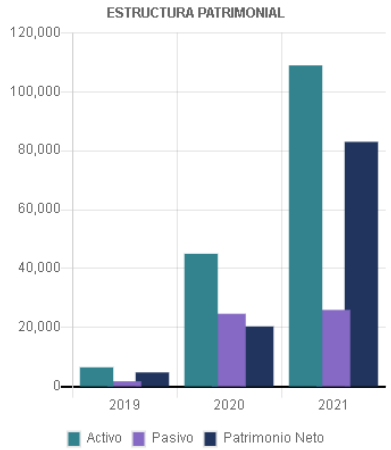
8.1 DATOS CONTABLES

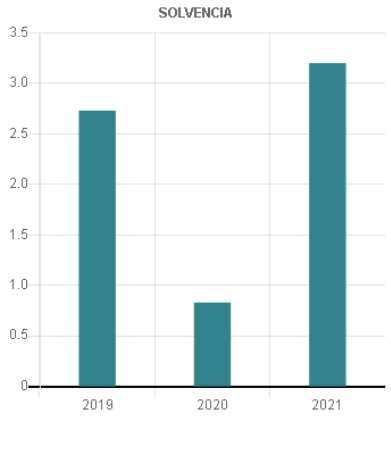
Activo

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Caja y Bancos	130	155	1 932
Inversión corriente	0	5 453	5 111
Ant Créditos por ventas	431	5 921	14 715
Otros Créditos	3 971	3 284	15 038
Bienes Cambio	348	12 091	38 743
Bienes Intangibles	0	0	0
Otros Activos Corrientes	0	0	0
Total De Activo Corriente	4 880	26 905	75 539
Créditos Por Ventas	0	0	0
Otros Créditos No Corrientes	0	11 615	23 367
Otras Inversiones No Corrientes	0	0	0
Bienes De Uso Valor De Origen	1 754	7 141	13 568
Depreciación Acumulada	159	649	3 535
Bienes De Uso	1 595	6 491	10 033
Activos Intangibles	0	0	0
Otros Activos No Corrientes	0	0	0
Total Activo No Corriente	1 595	18 106	33 400
Total Activo	6 475	45 011	108 939

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos



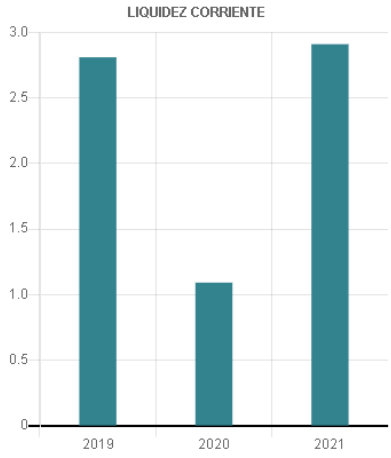


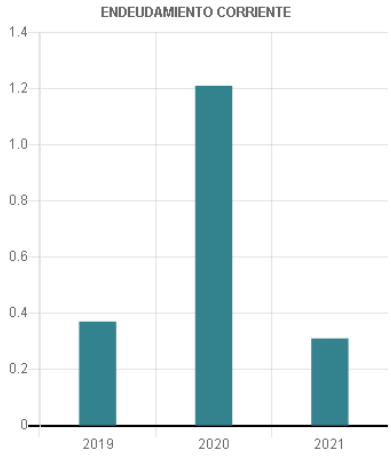


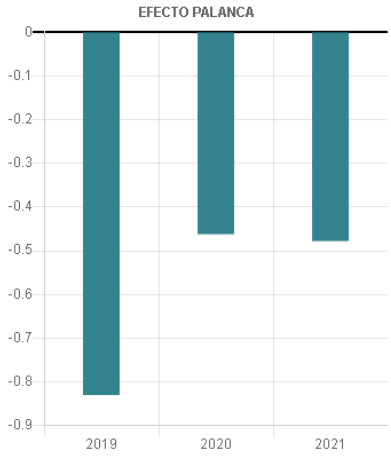
Pasivo / Patrimonio Neto

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Cuentas Por Pagar (Deudas Comerciales)	444	12 436	7 743
Préstamos (Deudas Bancarias)	0	1 668	2 523
Remuneraciones Y Cargas Sociales	703	10 210	15 195
Cargas Fiscales	64	339	496
Anticipos De Clientes	0	0	0
Otros Pasivos	523	0	0
Total Pasivo Corriente	1 734	24 653	25 957
Cuentas Por Pagar	0	0	0
Préstamos	0	0	0
Deudas Fiscales	0	0	0
Otros Pasivos (No Corrientes)	0	0	0
Previsiones	0	0	0
Total Pasivo No Corriente	0	0	0
Total Pasivo	1 734	24 653	25 957
Capital Social	1 508	11 822	11 822
Resultados No Asignados	3 233	8 535	71 160
Patrimonio Neto	4 741	20 358	82 983

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos



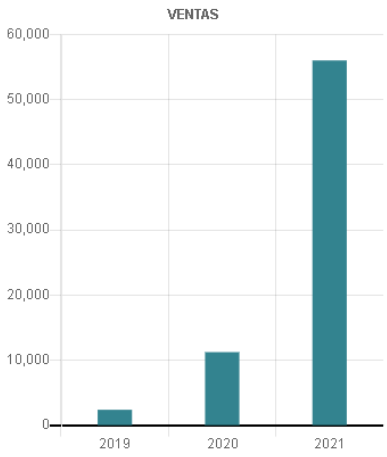


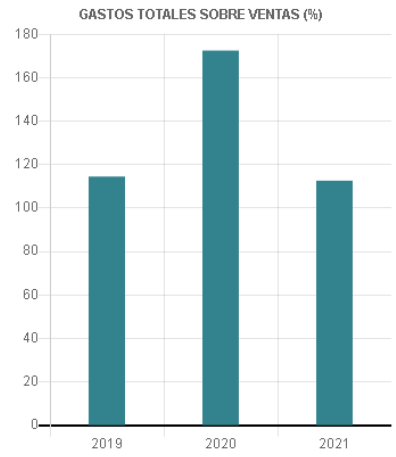


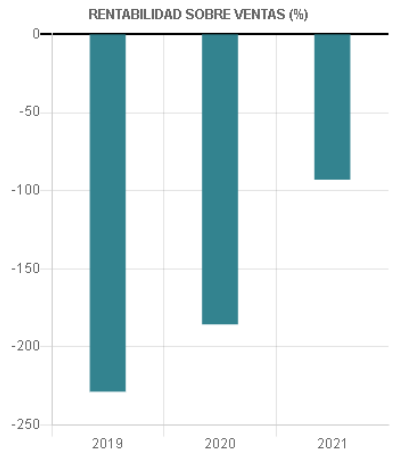
Estado de Resultados

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Ventas	2 352	11 209	56 008
Compras Del Ejercicio	534	18 062	63 507
Costos de las mercaderías, productos, servicios vendidos	5 336	27 066	94 270
Resultado Bruto	-2 984	-15 857	-38 262
Amortizaciones	183	981	2 228
Gastos de Comercialización	457	5 800	31 638
Gastos de Administración	2 198	13 418	31 060
Gastos Financieros	38	127	371
Otros Ingresos	0	0	0
Otros Egresos	0	19 171	21 623
Resultados financieros y por tenencia (incluyendo result.por exposición a inflación)	300	22 830	58 109
Impuesto a las Ganancias	0	-10 742	-12 782
Resultado	-5 377	-20 801	-52 062

Montos expresados en miles de Pesos Argentinos







Indices de Gestión

Análisis Patrimonial

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Solvencia Patrimonial Patrimonio Neto / Pasivo Total	2,73	0,83	3,20
Endeudamiento Total Pasivo Total / Patrimonio Neto	0,37	1,21	0,31
Endeudamiento Corriente Pasivo Corriente / Patrimonio Neto	0,37	1,21	0,31
Capital de Trabajo Activo Corriente - Pasivo Corriente	3 146,47	2 251,20	49 582,15

Análisis Financiero

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Liquidez Corriente Activo Corriente / Pasivo Corriente	2,81	1,09	2,91
Liquidez Seca (Prueba Acida) (Activo Corriente – Bienes de Cambio) / Pasivo Corriente	2,61	0,60	1,42
Rotación de Créditos Ventas / Créditos por Ventas	5,46	1,89	3,81
Rotación de Pasivo Corriente (Pasivo Corriente * 365) / ((Compras + Gastos) * 1.21)	162,07	198,81	61,86
Rotación De Inventarios Costo Mercaderías / Bs. de Cambio	15,32	2,24	2,43
Rotación de Activos Ventas / Activo Total	0,36	0,25	0,51
Rotación de Activo Fijo Ventas / Bs. de Uso	1,47	1,73	5,58
Préstamos sobre Patrimonio Neto Préstamos / Patrimonio Neto	0,00	0,08	0,03
Meses de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 12) / Ventas	0,00	1,79	0,54
Dias de Deuda (Préstamos (o BCRA) * 365) / Ventas	0,00	54,31	16,44

Análisis de Rentabilidad

Fecha Balance	31/12/2019	31/12/2020	31/12/2021
Margen Bruto (Resultado Bruto / Ventas) * 100	-126,86	-141,46	-68,31
Margen Neto (Resultado Neto / Ventas) * 100	-228,61	-185,57	-92,95
Margen Operativo (Resultado Neto + Otros Egresos – Otros Ingresos) / Ventas * 100	-228,61	-14,54	-54,35
EBIT Resultado Bruto - Amortizacions - Gastos de comercialización - Gastos de Administración	-5 822 127	-36 055 452	-103 187 494
EBIT/Ventas (EBIT/Ventas)*100	-247,53	-321,66	-184,24
Margen s/ Patrimonio (Resultado Neto / Patrimonio Neto) * 100	-1,13	-1,02	-0,63
Margen s/ Activo (Resultado Neto / Activo Total) * 100	-83,04	-46,21	-47,79
EBITDA Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias	-5 155 957	-30 434 356	-62 245 515
EBITDA / Pasivo (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Pasivo Total	-2,97	-1,23	-2,40
EBITDA / Ventas (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Ventas	-2,19	-2,72	-1,11
EBITDA / Intereses (Resultado Neto + Amortizaciones + Gastos Financieros + Impuesto a las ganancias) / Gastos Financieros	-134,97	-239,70	-167,95

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	0,19	0,52	0,56
Gastos de Administración / Ventas Gastos de Administración / Ventas	0,93	1,20	0,55
Gastos Totales / Ventas (Gastos de Administración + Gastos Financieros + Gastos Comerciales) / Ventas	1,15	1,73	1,13
Inversiones en Bienes De Uso (Patrimonio Neto / Bs. de Uso) * 100	2,97	3,14	8,27
Vida Restante de los Bienes de Uso Bienes de Uso / Amortizaciones	8,71	6,61	4,50

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 12/2021 alcanzaron a un total de $56.0 Millones vs $11.1 Millones en el ejercicio anterior, evidenciándose un aumento interanual del 399.67%.
- Los Costos Directos disminuyeron su incidencia sobre las Ventas pasando del 241.5% al 168.3% mientras que los Gastos de Estructura redujeron su participación pasando del 171.4% al 111.9%.
- En la parte no operativa del cuadro de resultados imputaron Ingresos Netos por $58.9 Millones (103.7% s/ventas) atribuidos a Resultados financieros y por Tenencia y contabilizaron Egresos Netos por $21.6 Millones (38.6% s/ventas) sin informar composición.
- De acuerdo con lo expuesto en los párrafos precedentes, se registró una Pérdida Final de -$52.1 Millones cifra que representó el -92.9% de las Ventas vs el quebranto de -$20.8 Millones (-185.6% s/ventas) en el ejercicio anterior.

En resumen, la compañía presentó a 12/2021 notorio crecimiento de la Facturación, disminución de Costos Directos y Gastos de Estructura, aunque los mismos se mantuvieron muy por encima de las Ventas, con importante Resultado Final Negativo al igual que el ejercicio anterior.

Financieros.

- El indicador de Liquidez Corriente pasó de 1.09 a 2.91, dentro valores muy buenos.
- El Capital de Trabajo fue $49.5 Millones (45.5% s/Activo) siendo excelente la relación.

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

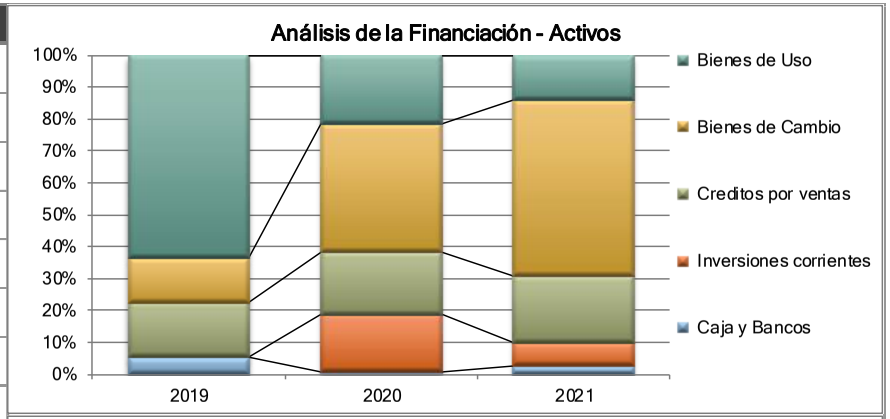
Patrimoniales:

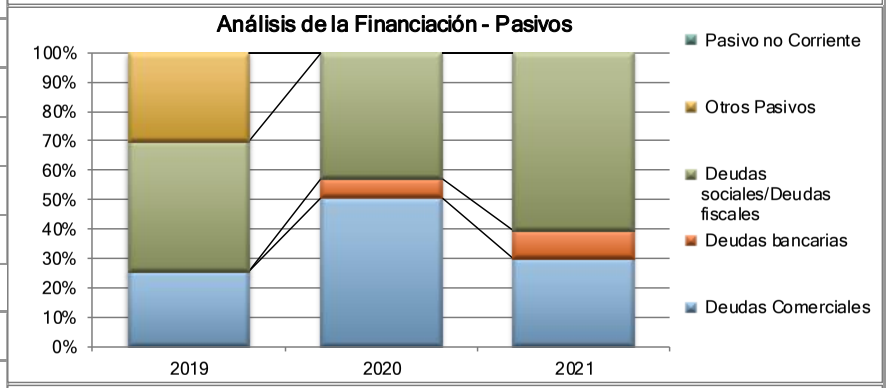
- El Patrimonio Neto a 12/2021 fue $82.9 Millones ($20.4 Millones en el ejercicio anterior). Del total del PN sólo $11.8 Millones corresponden a Capital y Ajuste de Capital considerándose muy débil la conformación.
- La estructura de financiamiento mostraba que el Pasivo representaba el 23.8% del Activo (54.7% en el ejercicio anterior) siendo las Deudas Sociales exigibles a Corto Plazo la principal fuente de apalancamiento.
- La Solvencia Patrimonial pasó de 0.83 a 3.20, aumentando considerablemente y logrando parámetros excelentes. El Endeudamiento Corriente cayó de 1.21 a 0.31, obteniendo valores muy adecuados.

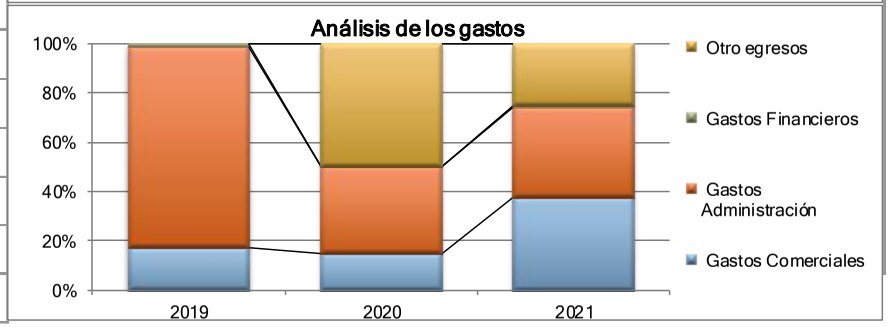
En resumen, la situación Patrimonial resultó dispar con excelentes niveles de Solvencia y Endeudamiento, pero con escasa capitalización.

Períodos Analizados			
Concept	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	130.228	154.865	1.932.177
Inversiones corrientes	-	5.453.123	5.111.048
Creditos por ventas	430.785	5.921.396	14.714.963
Otros Créditos	3.971.115	14.898.687	38.404.940
Bienes de Cambio	348.324	12.091.422	38.742.859
Bienes de Uso	1.594.751	6.491.431	10.033.231
Otros activos corrientes	-	-	-
Activo Corriente	**6.475.203**	**45.010.924**	**108.939.218**
Deudas Comerciales	444.359	12.436.280	7.743.233
Deudas bancarias	-	1.667.697	2.522.623
Deudas sociales/Deudas fiscales	767.009	10.549.369	15.690.816
Otros Pasivos	522.618	-	-
Pasivo no Corriente	-	-	-
Pasivo	**1.733.986**	**24.653.346**	**25.956.672**
Gastos Comerciales	457.360	5.799.770	31.637.523
Gastos Administración	2.197.779	13.417.599	31.060.195
Gastos Financieros	38.202	126.970	370.611
Otro egresos	-	19.171.310	21.622.685
Impuesto a las ganancias	-	- 10.742.082	- 12.781.509
Total	**2.693.341**	**27.773.567**	**71.909.505**

2019/2020/2021



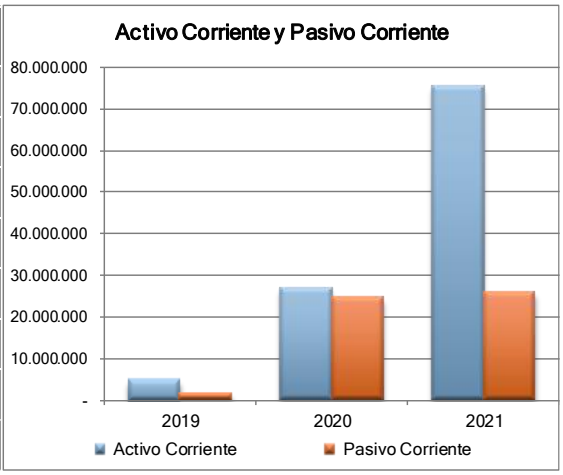




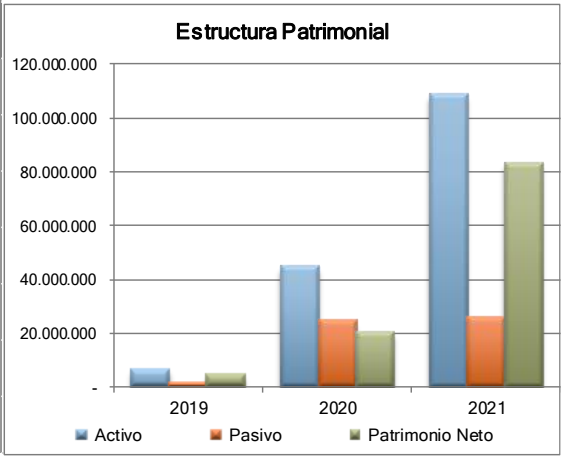
8.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL

Períodos Analizados	2019/2020/2021

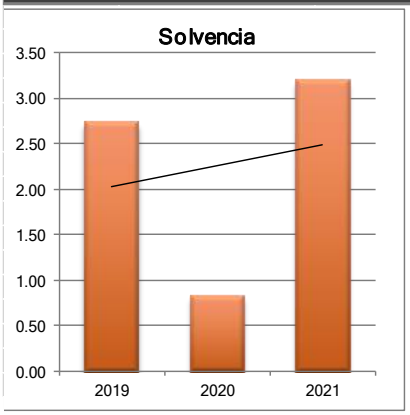
Analisis Patrimonial	dic-19	dic-20	dic-21
Solvencia	2.73	0.83	3.20
Patrimonio Neto sobre Activo	73%	45%	76%
Endeudamiento corriente	0.37	1.21	0.31
Capital corriente	0.49	0.05	0.46
Activo no Cte sobre Activo	25%	40%	31%
Financiación del activo no cte.	2.97	1.12	2.48
Deuda bancaria sobre Pasivo	0%	7%	10%
Deudas Comerciales sobre Pasivo	26%	50%	30%

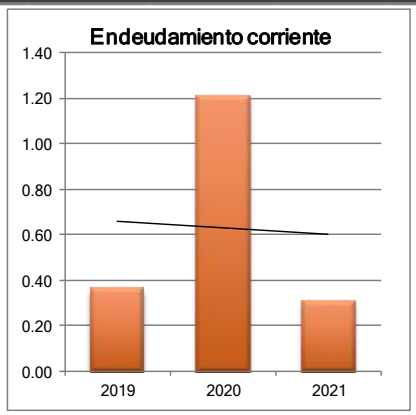


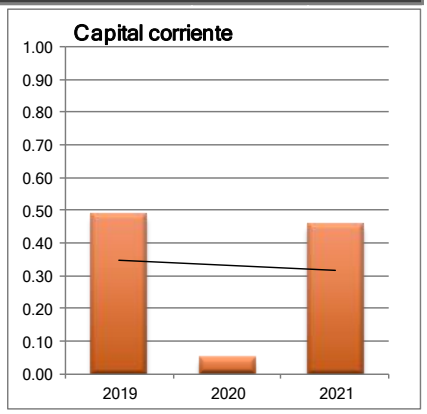
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Activo Corriente	$ 4.880.452	$ 26.904.544	$ 75.538.825
Activo no Corriente	$ 1.594.751	$ 18.106.380	$ 33.400.393
Activo	$ 6.475.203	$ 45.010.924	$ 108.939.218
Pasivo Corriente	$ 1.733.986	$ 24.653.346	$ 25.956.672
Pasivo no Corriente	$ -	$ -	$ -
Pasivo	$ 1.733.986	$ 24.653.346	$ 25.956.672
Patrimonio Neto	$ 4.741.217	$ 20.357.578	$ 82.982.546



Trends





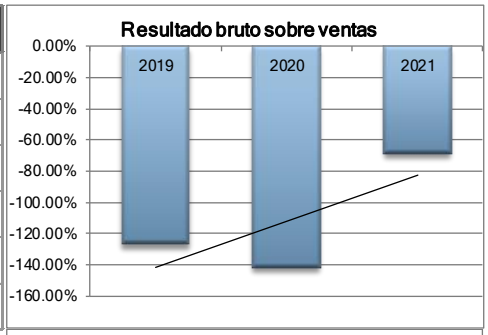


Importes Expresados en Miles de Pesos

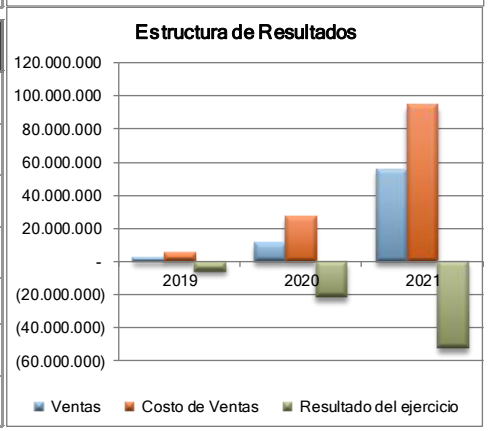
8.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

Períodos Analizados	2019/2020/2021

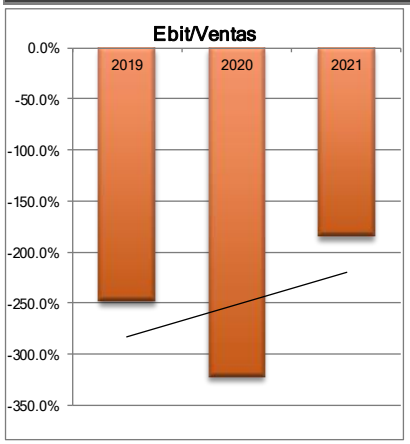
Análisis de rentabilidad	dic-19	dic-20	dic-21
Rentabilidad de la inversión total	-113.4%	-102.2%	-62.7%
Rentabilidad ordinaria de la inversión	-112.6%	-154.3%	-77.7%
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	-82.5%	-69.8%	-59.2%
Resultado bruto sobre ventas	-126.9%	-141.5%	-68.3%
Rentabilidad sobre Ventas	-228.6%	-185.6%	-93.0%
Costo del financiamiento	2.2%	0.5%	1.4%

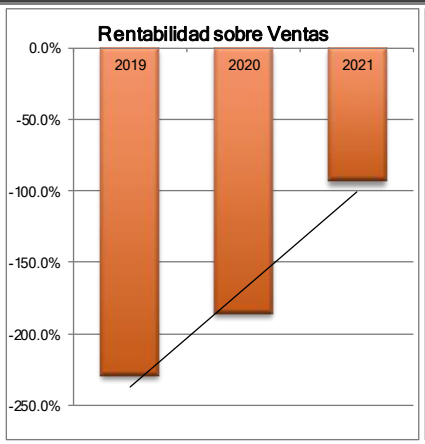


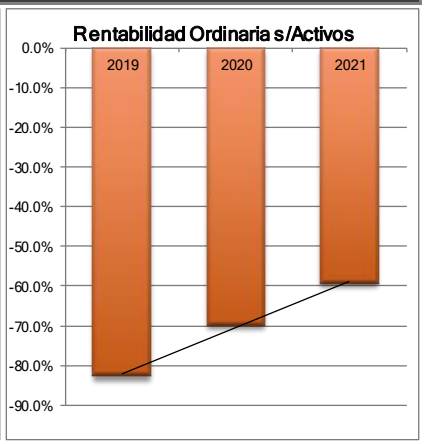
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Ventas	$ 2.352.100	$ 11.209.023	$ 56.008.343
Costo de Ventas	$ 5.336.045	$ 27.065.753	$ 94.270.307
Resultado del ejercicio	$ -5.377.202	$ -20.800.597	$ -52.062.429
Ebit	$ -5.822.127	$ -36.055.452	$ -103.187.494
Ebit/Ventas	-247.5%	-321.7%	-184.2%
EBITDA/Ventas	-2.19	-2.72	-1.11
EBITDA/Intereses	-134.97	-239.70	-167.95



Trends





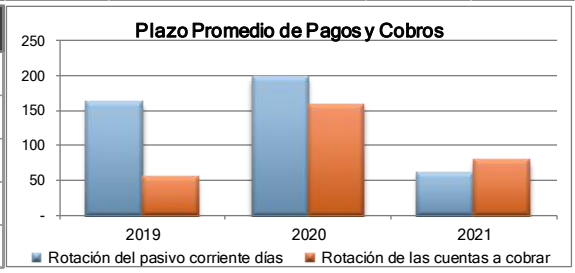


Importes Expresados en Miles de Pesos

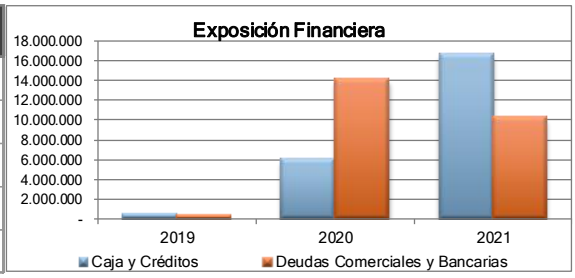
8.5 ANÁLISIS FINANCIERO

Períodos Analizados	2019/2020/2021

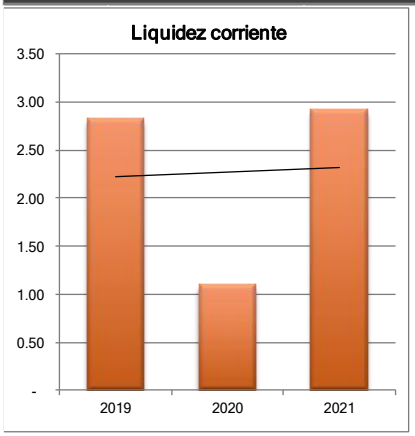
Analisis Financiero	dic-19	dic-20	dic-21
Liquidez corriente	2.81	1.09	2.91
Liquidez acida	2.61	0.60	1.42
Rotación del pasivo corriente días	162	199	62
Rotación de las cuentas a cobrar	55	159	79
Efecto Palanca	-0.83	-0.46	-0.48

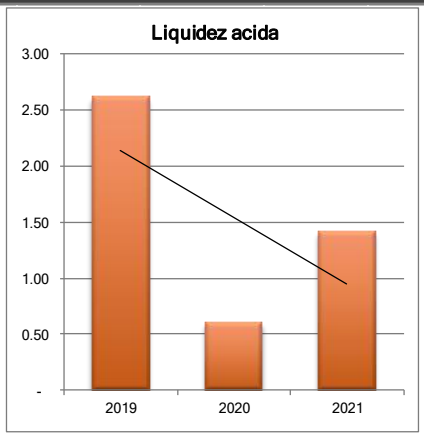


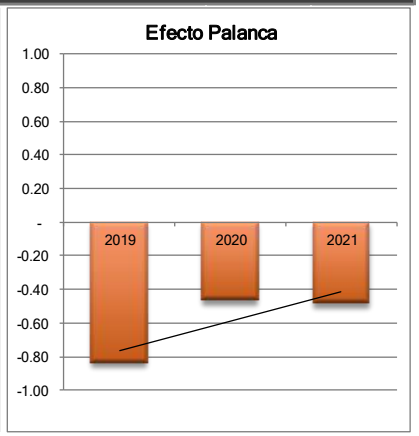
Info	dic-19	dic-20	dic-21
Caja y Bancos	130.228	154.865	1.932.177
Creditos por ventas	430.785	5.921.396	14.714.963
Deudas Comerciales	444.359	12.436.280	7.743.233
Deudas bancarias	-	1.667.697	2.522.623
Deuda Financiera s/ P.Neto	-	0	0

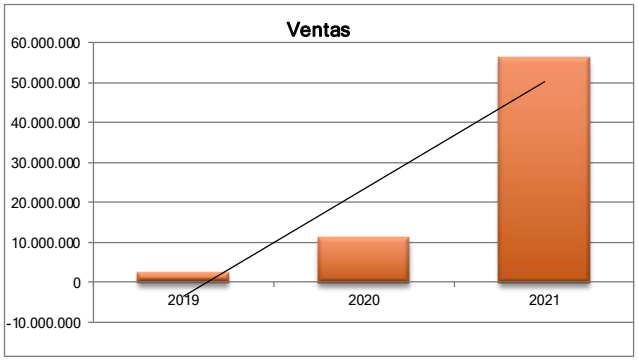


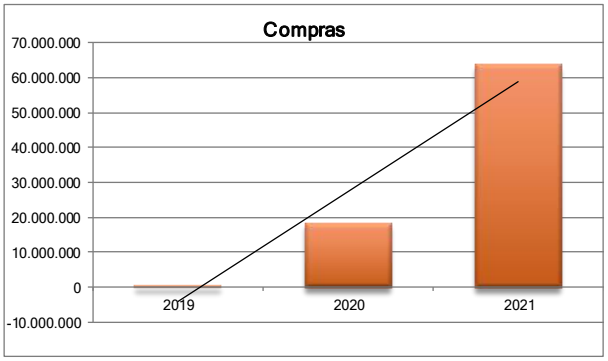
Trends







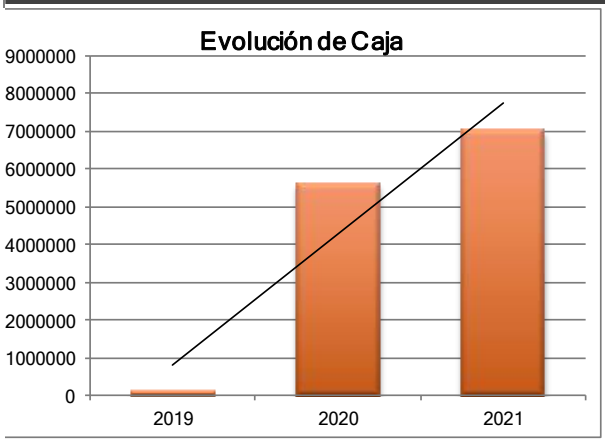


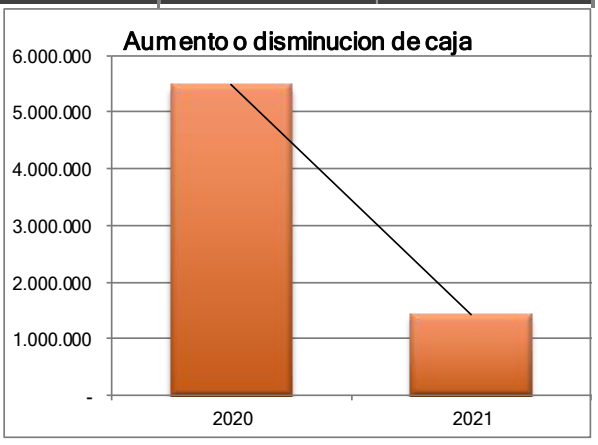


Importes Expresados en Miles de Pesos

8.6 ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS

Períodos Analizados	2019/2020/2021	
Análisis del Flujo de fondos	**dic-20**	**dic-21**
Resultado del ejercicio	**$ -20.800.597.00**	**$ -52.062.429.00**
Amortizaciones de Bienes de Uso	$ 981.353.00	$ 2.227.812.00
Depreciacion de Intangibles	$ -	$ -
Generación interna de fondos	**$ -19.819.244.00**	**$ -49.834.617.00**
Variación de créditos por ventas	$ -5.490.611.00	$ -8.793.567.00
Variación de otros créditos	$ -10.927.572.00	$ -23.506.253.00
Variación de Bienes de Cambio	$ -11.743.098.00	$ -26.651.437.00
Variación de otros activos corrientes	$ -	$ -
Variación de cuentas a pagar	$ 11.991.921.00	$ -4.693.047.00
Variación de deudas sociales	$ 9.507.175.00	$ 4.984.563.00
Variación de deudas fiscales	$ 275.185.00	$ 156.884.00
Variación de otras deudas	$ -522.618.00	$ -
Variación de previsiones para contingencias	$ -	$ -
Ajuste		
Flujo de fondos operativos netos	**$ -26.728.862.00**	**$ -108.337.474.00**
AREA/Dividendos pagados / Honorarios	$ 26.102.498.00	$ 114.687.397.00
Aporte de capital / Ajustes AREA	$ 10.314.460.00	$ -
Adquisicion de Bienes de Uso	$ -5.878.033.00	$ -5.769.612.00
Flujo de fondos antes de la financiación	**$ 3.810.063.00**	**$ 580.311.00**
Variacion de deudas financieras corrientes	$ 1.667.697.00	$ 854.926.00
Variacion de deudas financieras no corrientes	$ -	$ -
Aumento o disminucion de caja	**$ 5.477.760.00**	**$ 1.435.237.00**





Importes Expresados en Miles de Pesos

8.7 CÁLCULO DE CAPACIDAD DE CONTRATACIÓN

Datos Estadísticos			Niveles de Crédito teóricos s/Balance		
Ventas Mensuales	4.667.362	$	S/Patrimonio Neto	2.871.694	$
Compras Mensuales	5.292.242	$	S/Capital de Trabajo	1.389.830	$
Modo de Cobro s/Balance	93	días	S/Activos Líquidos	409.025	$
Modo de Pago s/Balance	99	días	S/Variables Combinadas	1.200.811	$

Plazo		15	30	45	60	90	120
Dependencia Máxima Aceptada	90%	1.219.862	2.439.723	3.659.585	4.879.447	7.319.170	9.758.894
	80%	1.084.322	2.168.643	3.252.965	4.337.286	6.505.929	8.674.572
	65%	881.011	1.762.022	2.643.034	3.524.045	5.286.067	7.048.090
	50%	677.701	1.355.402	2.033.103	2.710.804	4.066.206	5.421.608
	40%	542.161	1.084.322	1.626.482	2.168.643	3.252.965	4.337.286
	30%	406.621	813.241	1.219.862	1.626.482	2.439.723	3.252.965
	20%	271.080	542.161	813.241	1.084.322	1.626.482	2.168.643
	10%	135.540	271.080	406.621	542.161	813.241	1.084.322
	2%	27.108	54.216	81.324	108.432	162.648	216.864

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	2.68	10	Liquidez corriente	ratio	2.54	10
Endeudamiento corriente	ratio	0.50	10	Liquidez acida	ratio	1.37	10
Capital corriente	%	37.7%	9	Rotación del pasivo corriente días	días	99	8
Activo no Cte sobre Activo	%	32.0%	10	Rotación de las cuentas a cobrar	días	93	8
Financiación del activo no cte.	ratio	2.26	10	Efecto Palanca	ratio	- 0.51	1
Deuda bancaria sobre Pasivo	%	8.2%	10	**Analisis de Eficiencia**			
Deudas Comerciales sobre Pasivo	%	33.5%	8	Gastos Financieros sobre Ventas	%	0.9%	10
Análisis de rentabilidad				Gastos Comerciales sobre Ventas	%	51.8%	1
Rentabilidad de la inversión total	%	-75.7%	1	Gastos Administración sobre Ventas	%	72.1%	1
Rentabilidad ordinaria de la inversión	%	-96.5%	1	Gastos Totales sobre Ventas	%	124.8%	1
Rentabilidad ordinaria sobre el activo	%	-63.6%	1	Vida restante de Bienes de Uso	años	5	5
Resultado bruto sobre ventas	%	-88.8%	1	Rotación de bienes de cambio	días	229	1
Rentabilidad sobre Ventas	%	-125.0%	1	Rotación del activo	veces	0.43	1
Costo del financiamiento	%	1.3%	10	Total			
Ebit/Ventas	%	-218.1%	1	56.41			
EBITDA/Ventas	%	-154.0%	1				
EBITDA/Intereses	%	-179.00	10				

