

Buenos Aires, 23 de Enero de 2019

ALGABO S.A.

Tucumán 950 Piso 4 Of. 24, Ciudad Autónoma de Bs As, Argentina.

INFORME TRIMESTRAL COMPLETO

Informe Previo a la Autorización de Oferta Pública

OBLIGACIONES NEGOCIABLES

Títulos Calificados	Monto	Calificación	Vencimiento
Obligaciones Negociables Serie IV	V/N Hasta \$ 30.000.000	A	24 meses

Nota: Las definiciones de calificaciones se encuentran al final del dictamen.

Fundamentos principales de la calificación:

- Algabo tiene presencia hace más de 30 años en el mercado de productos de tocador. Se encuentra posicionada en el mercado de tocador como una segunda marca (alternativa por calidad y precio), estando las principales marcas asociadas a grandes empresas multinacionales.
- La Sociedad elabora todos los productos que comercializa, y también presta el servicio de fabricación a terceros, y marcas blanca a grandes cadenas.
- Se considera que la compañía posee una amplia base de líneas de productos y productos propios que le otorgan una adecuada diversificación de su cartera.
- La empresa presenta una adecuada cobertura de gastos financieros histórica. La compañía presenta una moderada variabilidad en su rentabilidad operativa, con una tendencia creciente de la rentabilidad.
- La empresa tiene un adecuado calce de plazos, con indicadores de liquidez ácida ajustada.
- La compañía no presenta significativos descalce de monedas, resultados no operativos ni contingencias.
- La característica de administración y propiedad de la empresa fue evaluada como adecuada.

Analista Responsable	Hernán Arguiz harguiz@evaluadora.com
Consejo de Calificación	Julieta Picorelli Hernán Arguiz Matías Rebozov
Manual de Calificación	Metodología de Calificación de deuda o instrumentos de deuda emitidos por empresas
Último Estado Contable	Estados Contables al 30 de Septiembre de 2018

Resumen de la Calificación

Algabo tiene presencia hace más de 25 años en el mercado de productos de tocador. La marca Algabo se encuentra posicionada en el mercado de tocador como una marca alternativa de todas las líderes multinacionales.

La Sociedad elabora todos los productos que comercializa, y también presta el servicio de fabricación a terceros.

La sociedad posee una amplia línea de productos de tocador que incluyen talcos y polvos pédicos (siendo el mayor productor del país), colonias, jabones líquidos, champús, acondicionadores, tratamientos capilares, cremas corporales, bronceadores, toallitas y línea de bebés, quitaesmalte, geles capilares, aerosoles, línea de limpieza para el hogar y repelentes.

La comercialización de su línea de productos de tocador (más de 400 referencias propias) la realiza a través de sus marcas Algabo (como paraguas de marcas), Cocoa Beach (solares), Sally y Cyber Nuts (teens), Vais (línea hogar), Stop Vais (repelentes), y varias licencias de Disney, Sanrio, Mattel, Warner, Universal, etc. Los productos de marcas blancas (más de 200 referencias) son desarrollados para las grandes cadenas de consumo masivo.

Se considera que la compañía posee una amplia base de líneas de productos y productos propios que le otorgan una adecuada diversificación de su cartera.

Los canales principales de ventas en el mercado interno son venta a Mayoristas y Minoristas que representan 800 clientes activos (un tercio de las ventas aprox.), Cadenas de supermercados y grandes clientes (un cuarto de las ventas aprox.), Marcas Blancas y Fasón para terceros y además tiene 20 representantes comerciales en las distintas provincias del país, que cubren 1.000 clientes y 10.000 puntos de venta. Algabo exporta a más de 30 países en 4 continentes, con 45 clientes activos.

La compañía presenta una buena base de clientes tanto a nivel local, como en el ámbito internacional.

En los últimos ejercicios la compañía evidenció un crecimiento sostenido de las ventas. En el último ejercicio anual las ventas crecieron un 77%. En los primeros tres meses del actual ejercicio las ventas crecieron un 80%. El margen operativo presenta una mejora respecto de los ejercicios anteriores.

La compañía presenta una moderada capitalización, representando el patrimonio neto el 23% del activo. Los pasivos de largo plazo (patrimonio y pasivo no corriente) ascienden al 36% del activo, en tanto que los activos fijos son el 17% del mismo. Esto implica un fondo de maniobra positivo para financiar las necesidades de capital de trabajo de corto plazo.

Una parte sustancial del pasivo de la compañía está compuesto por deuda bancaria y financiera, representando el 63% del mismo. Esto implica una mayor participación de financiamiento con interés del capital de trabajo.

La liquidez corriente es adecuada, y en tanto que la liquidez ácida es ajustada con una coeficiente de 1,3 y 0,8 respectivamente.

Análisis Previo para la Calificación de Títulos Valores

Prueba de corte

En función de la estimación de la Cobertura de Corte (2.40), no corresponde calificar a la empresa en categoría D, pudiendo aplicarse los pasos previstos en los Procedimientos Normales de Calificación del citado Manual.

Procedimientos Normales de Calificación

a) Calificación Preliminar de la Capacidad de Pago

a.1) Cobertura de gastos financieros (CGF)

La CGF arroja un resultado de 2.40, considerando los datos de los estados contables cerrados en Junio de 2017 y 2018, y el balance trimestral finalizado en septiembre de 2018. La rentabilidad sobre activos considerada fue de 39%. El flujo histórico depurado de utilidades le otorga una moderada cobertura a los servicios de intereses de la deuda.

a.2) Grado de Riesgo de la Industria

El sector de tocador, cosméticos y perfumería se caracteriza por comercializar bienes de consumo final, siendo la demanda sensible al ingreso de los individuos. Asimismo, la diversificación y ampliación de la oferta productiva juegan un rol importante, permitiendo que muchos productos adquirieran un uso generalizado.

En este mercado de consumo masivo la oferta dedica importantes esfuerzos por expandir continuamente su demanda, generando nuevas y mayores necesidades mediante el uso de distintas estrategias: lanzamiento de nuevos productos para nuevas aplicaciones, cambios de imagen de los artículos, y gastos en campaña publicitaria.

Por su parte, el desarrollo de marcas y la diversificación y diferenciación de los canales de distribución constituyen importantes ventajas competitivas. Para lograr un mejor posicionamiento en el mercado, las firmas destinan grandes recursos al desarrollo de productos, marcas, marketing y gestión de calidad, delegando en algunos casos la tarea de la fabricación industrial de sus productos en empresas especializadas en esta actividad. Este último aspecto constituye un rasgo distintivo de esta cadena, en donde prima la externalización de la producción, no así de las actividades de comercialización, marketing, desarrollo de productos, que constituye el aspecto central del negocio.

Otra característica propia de este sector es la diversidad de vías de acceso al consumidor. Los canales de distribución más importantes son: supermercados; farmacias y/o perfumerías; mayoristas; venta directa y locales propios. Los canales de distribución juegan un papel destacado definiendo, en cierta medida, el ciclo de vida de los productos y



constituyendo, en casos como los supermercados, una barrera a la entrada a este mercado.

Las principales materias primas utilizadas por el sector provienen de la industria química. La gran mayoría son de origen importado ya que Argentina cuenta con una escasa oferta local. Los otros insumos fundamentales son los materiales de empaque, principalmente envases de plástico, vidrio y hojalata, para los que sí existe una numerosa red de productores nacionales.

Algabo se produce sus propios envases y tapas, cuenta con 10 líneas de producción y fabrica 50/millones de unidades año.

El sector de artículos de tocador, cosméticos y perfumería está compuesto por un conjunto grande y heterogéneo de pequeñas y medianas empresas y un reducido núcleo de empresas grandes que tienen una importante participación de mercado, sobretodo en el segmento de productos de consumo masivo. Otro aspecto distintivo es la presencia de empresas de capital extranjero.

a.3) Posición de la Empresa en su Industria

Algabo tiene presencia hace más de 30 años en el mercado de productos de tocador. Posee una amplia línea de productos de tocador con sus marcas: Algabo (como paraguas de marcas), Cocoa Beach (solares), Sally y Cyber Nuts (teens), Vais (línea hogar), Stop Vais (repelentes), varias licencias (Disney, Sanrio, Mattel, etc), más una decena de marcas blancas desarrolladas para las grandes cadenas de consumo masivo. La Sociedad elabora todos los productos que comercializa, y también presta el servicio de fabricación a terceros.

La marca Algabo se encuentra posicionada en el mercado de tocador como marca alternativa.

Mediante 24 líneas de producción continua, la compañía elabora una amplia gama de productos con más de 400 referencias propias y 200 de marcas blancas, que incluyen: talcos y polvos pédicos (siendo el mayor productor del país), colonias, jabones líquidos, champús, acondicionadores, tratamientos capilares, cremas corporales, bronceadores, toallitas y línea de bebés, quitaesmalte, geles capilares, aerosoles, línea de limpieza para el hogar y repelentes.

La sociedad ha realizado un aumento en la capacidad de producción por las inversiones realizadas en sus instalaciones de fabricación en los últimos ejercicios. El volumen de ventas presenta un crecimiento sostenido en los últimos años.

Los canales principales de ventas en el mercado interno son:

- Venta a Mayoristas y Minoristas que representan 800 clientes activos.
- Cadenas de supermercados y grandes clientes.
- Marcas Blancas donde fabrica los productos de grandes empresas como Walmart, Día%, Makro y Carrefour.

- Fasón para terceros, y Comercio Exterior.
- La Sociedad tiene 20 representantes comerciales en las distintas provincias del país, que cubren 1.000 clientes y 10.000 puntos de venta.

Algabo exporta a más de 30 países en 4 continentes, con 45 clientes activos y con presencia activa en todo Latinoamérica, en la actualidad la empresa está consolidando su presencia en los mercados africanos, asiáticos y considera su extensión a países europeos. La sociedad participa activamente en las ferias internacionales de: Cosmoprof (Bolonia-Italia) , Cosmoprof Las Vegas, Beauty world Middle East (Dubai), ASD/AMD Feria de Distribuidores (Las Vegas, EE.UU.), y Feria Belleza y Salud (Bogotá, Colombia).

La Sociedad fabrica y comercializa productos de cosmética y tocador con licencias: Sanrio, Mattel, Universal y Disney.

La planta de producción de Algabo S.A. fue construida en 2008 sobre un terreno de 23.000 m2 con una superficie cubierta de 12.000 m2.

Algabo produce actualmente 4 millones de unidades por mes en sus diferentes líneas de productos. La planta cuenta con la capacidad para duplicar la producción actual.

Algabo cuenta con Logística propia, deposito para 7.000 posiciones de pallets (equivalentes a 7 millones de unidades de productos finales) y posibilidades de ampliación de la superficie de almacenamiento.

La Sociedad tiene la autorización de Aduana Nacional para el despacho de contenedores y equipos. También posee instalaciones amplias para proveedores y clientes y un software de reemplazo de acciones avanzado para rastrear y supervisar inventarios en línea, manejado por el personal altamente calificado.

Algabo cuenta con varias licencias para la producción de productos de tocador y perfumería, entre las que se destacan: Sanrio (HelloKitty), Disney (Frozen, Star Wars, Avengers, Spiderman), Mattel (Barbie, Monster High, Fisher Price, Hot Wheels), Universal (Minions) y Warner (Superheroes, Batman y Superman) entre otros..

Por otra parte, Algabo y sus marcas Abanico y Cocoa Beach (solares) están registradas numerosos países del mundo, al igual que los distintos diseños exclusivos de packaging.

a.4) Características de la Administración y Propiedad

Los accionistas de la sociedad son los siguientes:

Inversor	Porcentaje
Alberto Gabriel Bollati	90,00%
María del Carmen Hernández	10,00%

El Directorio y órgano de fiscalización de la sociedad se conforma de la siguiente manera:

Cargo	Nombre y Apellido
Presidente	Alberto Bollati
Director titular	Maria del Carmen Hernandez
Director titular	Liliana Hernández

Cargo	Nombre y Apellido
Síndico Titular	Antonelli Roberto Alfredo

Se considera que la empresa cuenta con una adecuada estructura organizativa. La sociedad cuenta con 200 empleados aproximadamente.

Algabo cuenta con los estándares más altos de calidad (Certificado ISO 9001 versión 2015, SASO, BPM/GMP y la Norma ISO 22.716 - Certificación de calidad en todo el proceso productivo bajo normas europeas de la industria).

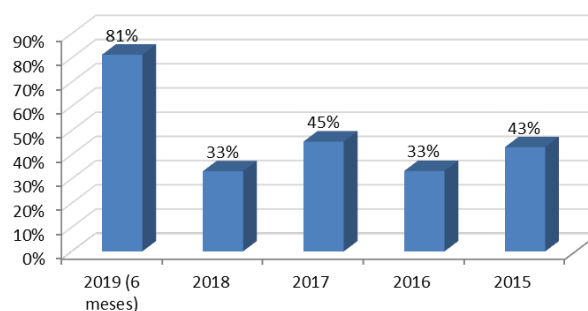
En virtud del Plan de Negocios de la Gerencia, la empresa ha realizado importantes inversiones en equipamiento e instalaciones con el objetivo de continuar ampliando su posición competitiva en el mercado local y su participación en los mercados internacionales, recientemente amplió el centro de distribución en 1700 M2 y duplicó la capacidad de almacenaje de productos terminados.

La estrategia comercial de la gerencia apunta a posicionar con más fuerza en el mercado las marcas propias (Algabo, AlgaboFoot, Cocoa Beach, Algabo baby & Kids, Algabo Men, Sally Cosas de Chicas, Vais línea hogar y Stop Vais). En este sentido, busca responder a la demanda de consumo masivo, logrando la fidelización de los clientes en los segmentos de poder adquisitivo medios y medio/alto (con Licencias) y medio y medio/bajo con sus marcas y las marcas blancas de las cadenas. En cuanto a los desarrollo de los mercados externos, el departamento de Comercio Exterior, continuamente investiga mercados, tarifas, gastos de carga, competidores, exigencias sanitarias y planifica viajes en todo el mundo con actividades comerciales programadas y participación en ferias internacionales de la industria.

Indicadores Económicos y Financieros

La compañía presenta un dinamismo muy importante en el nivel de ventas, creciendo en los últimos ejercicios por arriba de la inflación, y con un aumento de las ventas en el primer semestre del actual ejercicio del 81%.

Evolución Ventas (Var. ia%)



La compañía tiene una moderada variabilidad de la rentabilidad. Presenta un coeficiente de variación del 44%, resultante de un desvío estándar de la rentabilidad de 15% y una rentabilidad promedio sobre activos de 35%. La rentabilidad muestra una tendencia creciente en los últimos ejercicios.

Se considera adecuado el calce de plazos de la compañía. El plazo para amortizar la deuda no corriente es de seis meses de utilidades aproximadamente, dado que la deuda no corriente asciende a \$ 60 millones, y la utilidad neta esperada a \$ 106 millones. Se estima que la deuda no corriente vence en dos años.

Es ajustada la liquidez que presenta la compañía, resultante de una liquidez ácida (no se consideraron los bienes de cambio) con un coeficiente de 0.60.

La rentabilidad sobre patrimonio es adecuada. En los últimos tres años la menor rentabilidad sobre el patrimonio fue 58% y correspondió al ejercicio finalizado en Junio de 2017.

El coeficiente de endeudamiento se ubicó al 30 de septiembre de 2018 en 0.77, resultante del cociente entre un pasivo total de \$ 368 millones y un activo total de \$ 481 millones. El índice de endeudamiento creció un 2% con respecto al ejercicio anterior.

La incidencia de resultados no operativos no es significativa, ya que los resultados no operativos del último ejercicio fueron inferiores al 20% de la utilidad del ejercicio. La exposición patrimonial a una devaluación no es significativa. La empresa no tiene dificultades en el acceso al crédito.

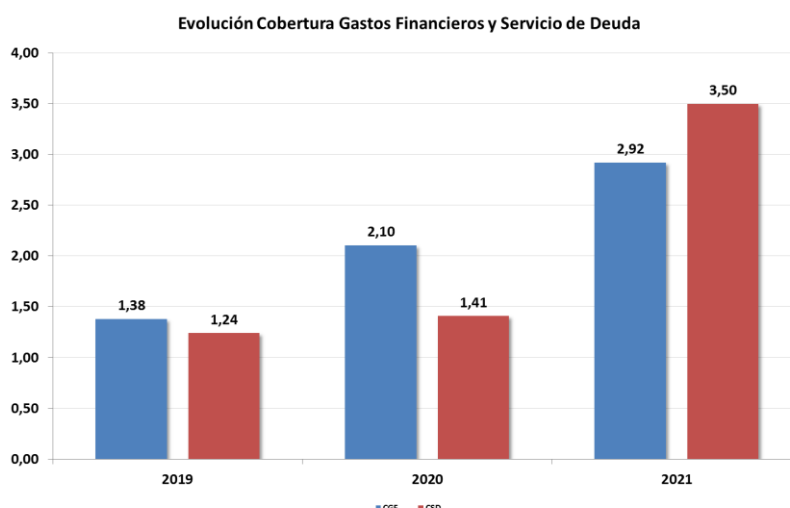
a.5) Análisis de Sensibilidad

La Cobertura de Gastos Financieros (CGF) proyectada se define como el cociente entre el flujo de utilidades esperadas antes de impuestos e intereses y los gastos financieros. En tanto, que la cobertura de servicio de deuda (CSD) se define como el flujo libre de fondos antes de atender los compromisos de servicios de capital de la deuda de la compañía. El escenario base considerado fue el siguiente:

- (i) El nivel de inflación va cayendo desde los niveles actuales.
- (ii) El volumen de ventas de la compañía crece un 5% para los ejercicios proyectados.
- (iii) Las compras (principal costo de la empresa), comisiones, fletes e impuestos se mantienen constantes en relación a las ventas para todos los años proyectados.
- (iv) Los costos de comercialización y administración, básicamente sueldos, honorarios profesionales, y otros gastos, crecen en función de los mayores precios.
- (v) La compañía mantiene los actuales plazos de cobro y pago con sus proveedores y clientes. Así como también el nivel de inventarios en relación a las ventas.

(vi) El costo financiero de la Obligación Negociable se determinó en su tasa máxima.

(vii) La deuda de corto plazo acompaña las necesidades de financiamiento del capital de trabajo de la compañía.



Se observa una adecuada evolución de la Cobertura de Gastos Financieros Proyectada y del flujo de fondos de la compañía que permite atender sus compromisos financieros.

En función del análisis de los puntos anteriores y de los indicadores que presenta la empresa se asigna una calificación de la capacidad de pago esperada en Categoría A. Se mantiene la categoría luego del análisis de sensibilidad debido a que no se estima un deterioro en la capacidad de pago esperada.

c) Calificación Final

Se otorga una CALIFICACIÓN FINAL en CATEGORÍA A de las Obligaciones Negociables de ALGABO S.A.

CARACTERÍSTICAS DEL INSTRUMENTO

ON SERIE IV

Valor Nominal: \$ 30.000.000 (Pesos Treinta Millones)

Fecha de Pago de Servicios: Los servicios de intereses y capital serán pagados a los 6 meses contados desde de la Fecha de Emisión, a los 9 meses contados desde la Fecha de Emisión a los 12 meses contados desde la Fecha de Emisión, a los 15 meses contados desde la Fecha de Emisión, a los 18 meses contados desde la Fecha de Emisión, a los 21 meses contados desde la Fecha de Emisión y a los 24 meses contados desde la Fecha de Emisión.

Servicios de Interés: En concepto de interés las ON Serie IV devengarán una tasa nominal anual variable equivalente a la Tasa de la Referencia (BADLAR Privada) más un Diferencial de Tasa (a licitarse durante el período de Licitación).

Amortización: El capital de las ON Serie IV se pagará en 7 cuotas semestrales de la siguiente forma: 14% del capital en la Primera Fecha de Pago de Servicios, 14% del capital en la Segunda Fecha de Pago de Servicios, 14% del capital en la Tercera Fecha de Pago de Servicios, 14% del capital en la Cuarta Fecha de Pago de Servicios, 14% del capital en la Quinta Fecha de Pago de Servicios, 14% del capital en la Sexta Fecha de Pago de Servicios y 16% del capital en la Séptima Fecha de Pago de Servicios.

ANEXO ESTADOS CONTABLES

Fecha Meses	Sep 18 3	Jun 18 12	Jun 17 12	Jun 16 12
ESTADO DE SITUACION PATRIMONIAL				
En Pesos				
Disponibilidades	15.305.327	6.965.490	4.141.953	1.019.754
Inversiones	-	-	5.000.000	-
Deudores por Ventas	142.958.761	110.477.092	69.702.678	43.168.337
Documentos a Cobrar	22.522.523	28.989.060	12.536.099	15.372.211
Bienes de Cambio	217.049.251	188.133.177	99.363.017	92.717.442
Otros Activos Corrientes	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	397.835.862	334.564.820	190.743.746	152.277.743
Bienes de Uso	82.838.982	81.567.958	69.925.677	63.895.684
Inversiones	-	-	-	-
Otros Créditos a Largo Plazo	-	-	-	-
Cargos Diferidos e Intangibles	2.200	2.200	2.200	-
Otros	-	-	-	-
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	82.841.182	81.570.158	69.927.877	63.895.684
TOTAL ACTIVOS	480.677.045	416.134.978	260.671.623	216.173.428
Obligaciones Financeras	174.628.017	147.192.166	35.633.068	55.083.867
Cuentas a Pagar + Proveedores	114.660.914	83.530.035	55.887.414	48.320.495
Provisiones	4.076.321	8.684.018	6.557.227	5.824.748
Sueldos a Pagar	7.673.534	8.852.509	6.224.131	5.389.247
Impuesto a Pagar	5.139.850	296.141	1.206.338	662.860
Otros Pasivos Corrientes	1.500.000	4.407.955	7.223.864	2.815.910
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	307.678.636	252.962.824	112.732.041	118.097.128
Obligaciones Financeras	56.315.296	54.050.735	51.928.926	16.964.356
Otras Cuentas a Pagar	183.555	-	208.876	-
Provisiones	-	-	-	-
Otros Pasivos Corrientes	4.000.000	4.192.177	7.000.000	4.487.871
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	60.498.851	58.242.912	59.137.803	21.452.227
TOTAL PASIVOS	368.177.487	311.205.737	171.869.844	139.549.355
PATRIMONIO NETO	112.499.557	104.929.242	88.801.779	76.624.073
ESTADO DE RESULTADOS				
En Pesos				
Ingresos de Explotacion	173.011.241	419.251.512	314.981.291	216.674.410
Costos de Explotacion	- 74.451.691	- 213.958.265	- 191.647.384	- 125.110.332
UTILIDAD BRUTA	98.559.550	205.293.247	123.333.907	91.564.079
Gastos de Adm. y Comerc.	- 32.011.800	- 107.864.451	- 71.645.928	- 49.465.307
RESULTADO OPERATIVO	66.547.750	97.428.797	51.687.979	42.098.772
Otros Ingresos No Operativos	-	3.968.459	1.784.322	1.068.704
Gastos Financieros	- 54.901.115	- 76.585.775	- 34.737.367	- 26.525.338
Otros Egresos No Operativos	-	-	-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	11.646.635	24.811.481	18.734.934	16.642.138
Impuesto a las Ganancias	- 4.076.322	- 8.684.018	- 6.557.227	- 5.824.748
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	7.570.313	16.127.462	12.177.707	10.817.390

ANEXO INDICADORES

Fecha Meses	Sep 18 3	Jun 18 12	Jun 17 12	Jun 16 12
INDICADORES FINANCIEROS				
Indicadores de Liquidez				
Liquidez Corriente	1,3	1,3	1,7	1,3
Liquidez Acida	0,6	0,6	0,8	0,5
Días Bienes de Cambio	114	164	115	156
Días Deudores por Venta	75	96	81	73
Días Cuentas a Pagar	60	73	65	81
Duración Ciclo de Caja	129	187	131	148
Capital de Trabajo / Activo Total	18,8%	19,6%	29,9%	15,8%
Indicadores de Solvencia				
Activo Fijo / Activo Total	17,2%	19,6%	26,8%	29,6%
Pasivo No Corriente + PN / Activo Total	36,0%	39,2%	56,8%	45,4%
Pasivo Total / Activo Total	76,6%	74,8%	65,9%	64,6%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	83,6%	81,3%	65,6%	84,6%
Deuda ByF / Pasivo Total	62,7%	64,7%	50,9%	51,6%
Deuda ByF CP / Deuda ByF Total	75,6%	73,1%	40,7%	76,5%
Indicadores de Cobertura				
CGF (Rdo Operativo)	1,3	1,4	1,7	1,8
Deuda ByF Total / Rdo Operativo	0,8	1,9	1,5	1,5
Pasivo Total / (Ventas/365)	194	271	199	235
Deuda ByF Total / (Ventas/365)	122	175	101	121
Costo Financiero Implícito	95%	38%	40%	37%
Indicadores de Margenes				
Margen Bruto	57,0%	49,0%	39,2%	42,3%
Margen Operativo + Amort.	39,7%	24,8%	18,3%	22,5%
Margen Operativo	38,5%	23,2%	16,4%	19,4%
Margen Despues Intereses	6,7%	5,9%	5,9%	7,7%
Margen Final	4,4%	3,8%	3,9%	5,0%
Indicadores de Rentabilidad				
ROA (Retorno s/Activos)	55,4%	23,4%	19,8%	19,5%
ROE (Retorno s/Capital)	26,9%	15,4%	13,7%	14,1%
Indicadores de Eficiencia				
Rotación de Activos Fijos	8,4	5,1	4,5	3,4
Rotación de Activos Totales	1,4	1,0	1,2	1,0

DEFINICION DE LA CALIFICACIÓN OTORGADA

CALIFICACION OTORGADA: A. Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es susceptible de deteriorarse levemente ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

INFORMACIÓN UTILIZADA

- Estados Contables al 30 de Septiembre de 2018 | www.cnv.gob.ar
- Otra información cuantitativa y cualitativa relevante de la compañía.
- Suplemento del Prospecto de Obligaciones Negociables PYMES Serie IV.

A la fecha, el Agente de Calificación no se ha tomado conocimiento de hechos que impliquen una alteración significativa de la situación económica - financiera de ALGABO S.A., por lo tanto, generen un aumento del riesgo para los acreedores actuales o futuros de la empresa.

La información cuantitativa y cualitativa suministrada por ALGABO S.A. se ha tomado como verdadera, no responsabilizándose la Calificadora de los errores posibles que esta información pudiera contener.

Este Dictamen de Calificación no debe considerarse una recomendación para adquirir, negociar o vender los Títulos emitidos o a ser emitidos por la empresa, sino como una información adicional a ser tenida en cuenta por los acreedores presentes o futuros de la empresa.