

Buenos Aires, 17 de Abril de 2019

INTEK S.A.

Av. De los Constituyentes 2995 Unidad 14, CABA, Argentina.

INFORME TRIMESTRAL COMPLETO**OBLIGACIONES NEGOCIABLES**

Títulos Calificados	Monto	Calificación	Vencimiento
Obligaciones Negociables Serie II	V/N Hasta \$ 30.000.000 (ampliable a 50.000.000)	A	29-05-2020

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

Fundamentos principales de la calificación:

Intek diseña y comercializa juguetes en el mercado argentino. La empresa realiza desarrollos propios de juguetes de Licencias de reconocida trayectoria internacional, y recientemente lanzó con éxito una línea de juguetes de marca propia.

Por otra parte, comercializa juguetes a través de representaciones exclusivas (Our Generation, Playmobil, Sylvanian Families y Carterpillar), y la distribución de juguetes de reconocidas marcas.

La empresa tiene una sólida presencia en el mercado local. Se destaca en el segmento de juguetes de calidad, y de alto valor. Es el primer importador nacional de juguetes dentro del segmento.

Una porción importante de los juguetes son importados. Por lo tanto, la compañía se encuentra expuesta a las regulaciones en materia de importación, y a la evolución del tipo de cambio.

La empresa presenta adecuados márgenes (Bruto y EBITDA) de resultados históricos. En el ejercicio 2018 la compañía evidenció una caída de sus ventas y resultados por la recesión. Se observa una mayor participación de los intereses dentro del resultado.

La empresa presenta una ajustada cobertura de gastos financieros histórica. La compañía presenta una moderada variabilidad en su rentabilidad operativa.

La empresa tiene un adecuado calce de plazos, con indicadores de liquidez adecuados.

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 31 de Diciembre de 2018

RESUMEN DE LA CALIFICACIÓN

Intek diseña y comercializa juguetes en el mercado argentino. La empresa tiene dos líneas de productos. Los juguetes de desarrollo propio de Marcas Propias y los de Licencias reconocidas en el mercado internacional, y las representaciones y acuerdos de distribución de productos de terceros.

En relación a las líneas de Licencia continua ofreciendo exitosamente su rango de relojes LCD con amplia variedad de franquicias infantiles, entre ellas, The Walt Disney Co., Mattel y Turner Broadcasting System L.A. Sigue comercializando su línea de car cases como una solución para el consumidor para almacenar los cientos de audífonos.

En el segmento de Marcas Propias, el producto de mayor éxito ha sido SmartBall, una pelota de fútbol número 5 con un dispositivo electrónico. Para 2019 seguirá trabajando la línea de SmartBall y lanzando una serie de productos que renuevan dos de sus categorías más importantes: los Car Cases de HotWheels y el Shopping Role Play de Barbie. Es por ello que desarrolló el HWCC9 (Rack & Track Car Case), producto con el que el consumidor puede ensamblar un car case hecho de pistas, unos accesorios para conectarlas, y almacenar una gran cantidad de audífonos, para luego desarmarlo y armar pistas, loops y rampas; en la categoría de Role Play ha creado la BBSS1 (Barbie Sushi Shop) y BBIC1 (Barbie IceCream Shop).

Otra de sus marcas propias relevante es TrendyDOGS ya que además de representar ventas en productos propios se ha transformado en una licencia y ha reportado regalías en diversos rubros tales como mochilas, bolsos, bazar, y agendas. En relación al futuro, ha creado una marca estéticamente innovadora que suscitó interés local y global: Popzeez.

El negocio de Representaciones constituye para Intek el más relevante alcanzando alrededor del 70% del share total del portfolio. Las marcas más relevantes son cuatro ya que se ha sumado una de las promesas más determinantes en el futuro del portfolio de la empresa, Our Generation. En resumen, la composición del portfolio está conformada por: Playmobil, Our Generation, Sylvanian Families y CAT.

En el segmento de las Distribuciones, continua su alianza con Moose a través de la marca Bizzy Bubs y Little Live Pets en la categoría bebés y animales operados a batería. Hemos importado la línea Surprizamals posibilitando incorporar en el portfolio un artículo coleccionable de punto de precio más bajo. Para el 2019 concreto uno de los acuerdos más importantes de los últimos años, las figuras del videojuego super-masivo Fortnite.

Los juguetes diseñados íntegramente en la compañía representan una parte importante de las ventas correspondiendo a productos de Licencias internacionales. La empresa tiene un equipo interdisciplinario para el desarrollo de los productos a través de un procedimiento sistematizado, que implica para cada proyecto un plazo entre 12 y 18 meses de elaboración. Los productos son fabricados en el exterior.

Se considera adecuada la composición del portfolio de productos de la compañía no representando un riesgo su concentración por línea de producto o producto.

Los juguetes de diseño propio que son fabricados en el exterior, y las ventas por representaciones y distribuciones implican la necesidad de realizar dichas compras en el exterior. Considerando los gastos de importación, derechos y otros gastos relacionados las compras representan un porcentaje importante de los costos operativos de la empresa.

La necesidad de importar la mercadería implica que en determinados momentos la compañía tenga pasivos en moneda extranjera por las deudas con sus proveedores del exterior y/o regalías. Para minimizar este riesgo, la empresa tiene como política tomar crédito bancario en pesos para reducir la exposición con el proveedor del exterior.

Ante una devaluación la empresa tendría que trasladar a los precios de venta el mayor costo de los productos importados para mantener los márgenes. En el corto plazo podría quedar descalzado en función del momento del año en que se produzca la devaluación.

El sector presenta una estacionalidad importante concentrando gran parte de las ventas anuales en el Día del Niño y en las fiestas de Fin de Año. La compañía se encuentra trabajando en mejorar la distribución de las ventas durante el año (aspecto que consiguió mejorar en el segundo trimestre del ejercicio anual cerrado).

En el ejercicio 2018 la compañía evidenció una caída de sus ventas en términos reales (especialmente para la época de Navidad) impactando la fuerte caída del consumo y de la actividad económica en el último trimestre. Esta disminución de ventas deterioro los márgenes de resultados.

El margen operativo fue del 4% de las ventas muy inferior al 16% promedio de los últimos ejercicios.

El plan de reestructuración de personal, del sistema de comercialización y la mudanza de las oficinas generaron una mayor eficiente del gasto y un ahorro de los costos lo que permitió absorber perdidas. Por otra parte, la empresa congelo salarios y disminuyó su planta de personal para atenuar el impacto de la caída de sus ventas.

Para fondear las necesidades financieras de la compañía, la misma recurrió a aportes de capital, préstamos de los socios y la venta de activos no operativos.

La compañía presenta una moderada capitalización, representando el patrimonio neto el 24% del activo en función del último balance. Los pasivos de largo plazo (patrimonio y pasivo no corriente) ascienden al 42% del activo, en tanto que los activos fijos son el 27% del mismo.

El 71% del pasivo de la compañía está compuesto por deuda bancaria y financiera. El resto está compuesto principalmente por deudas comerciales con proveedores. El ciclo normal del producto (anticipo de mercadería, embarque, stock, distribución y cobranza) implica la necesidad de recursos

financieros para afrontarlos. Por ello, la compañía en su operatoria habitual descuenta cheques, tiene líneas de capital de trabajo con distintos bancos y accede a financiamiento de los proveedores.

La liquidez corriente, y ácida, para el último ejercicio cerrado, es adecuada con una coeficiente de 1.2 y 0.8 respectivamente.

Antecedentes de Intek

En 2003 ingresa formalmente al sector, luego de obtener la licencia de Barbie para la comercialización local de juguetes operados a batería. Amplía la oferta de productos con la línea hogar, que incluía microondas, cafetera y cocina, entre otras piezas. Al año siguiente desarrolla el primer producto de matricería propia, el "Hair Beader" de Barbie proyecto que fue presentado en Mattel Argentina para luego hacerlo en el "Licensing Show" de New York, Estados Unidos. Más tarde, desarrolla una línea de peluquería. Mattel EE.UU participó en el desarrollo de la misma.

El equipo de Intek optimizó sus procedimientos, mediante la adopción de un "Sistema de Desarrollo de Producto" a partir del cual podía garantizar la continuidad de la producción de un juguete de calidad. La sistematización de los procesos y la ampliación del espectro de operaciones demandó un equipo de trabajo preparado para cumplir con las exigencias de los mercados en los que participa. Conformó un grupo interdisciplinario y especializado de Diseñadores Gráficos e Industriales, Ingenieros, Ilustradores y Maquetistas, personal de Comercio Exterior, Marketing, Finanzas, Operaciones y Ventas.

Análisis Previo para la Calificación de Títulos Valores

Prueba de corte

En función de la estimación de la Cobertura de Corte (1.72), 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 1.72, considerando los datos de los estados contables cerrados en Diciembre de 2015, 2016, 2017 y 2018. La rentabilidad sobre activos considerada fue de 25%. El flujo histórico depurado de utilidades le otorga una ajustada cobertura a los servicios de intereses de la deuda.

a.2) Grado de Riesgo de la Industria

El nivel de ventas del mercado del juguete es de aproximadamente US\$ 850 Millones. La producción nacional de juguetes se expandió sostenidamente en los últimos años. La participación de la producción local en el mercado del juguete pasó de un cuarto a alcanzar el 40% en los últimos diez años.

Las importaciones argentinas de juguetes de los principales proveedores son de China (la mitad aproximadamente), Estados Unidos (un tercio) e Italia. Estos países representan casi el 90% del total las compras externas argentinas.

El aumento en la participación de la producción nacional en el mercado, implicó el crecimiento de puestos de trabajo hasta superar la cifra de 4.000 empleados. La contratación de trabajadores temporales, durante los “picos” de consumo estacionales – Día del Niño, Navidad, Reyes- que representan el 70% de las ventas anuales incrementa la dotación de personal en un tercio aproximadamente. El crecimiento del mercado, motivó la generación de nuevas empresas del rubro ascendiendo a más de 100 en la actualidad.

Las empresas productoras son mayormente PyMEs y de capitales nacionales. El 90% están localizadas en la Capital Federal y la provincia de Buenos Aires. Además de las empresas ligadas a la producción, existe un número similar de mayoristas e importadores.

El 50% de las empresas del sector son micro, el 32% pequeñas y el 18% medianas. Las empresas medianas explican el 58% de la facturación, las pequeñas el 33% y las microempresas sólo el 9%.

En cuanto a la división del mercado por segmentos, tres rubros explican la mitad del mismo: Juegos de encastre (18%), Muñecos, animales y figuras de acción (18%) y Otros (conjunto que engloba trenes eléctricos, otros juguetes con motor, instrumentos musicales, sonajeros y juegos para deportes) con el 16%. Con una participación menor, le siguen Autos, motos y otros vehículos (12%); Juegos didácticos y de sociedad (11%) y Juguetes de ruedas (9%); Navidad y cotillón (6%); Juegos de té, cocina, oficios, etc. (4%); Balones y pelotas inflables (3%) y Rompecabezas (3%).

a.3) Posición de la Empresa en su Industria

La compañía diseña y comercializa juguetes, ya sea bajo licencia de las marcas internacionales o, más recientemente, de marca propia. Tienen más de 150 productos de desarrollo propio en el mercado.

Se posiciona dentro del mercado del juguete en el segmento de alta calidad de producto y precio alto. Sus principales competidores dentro de dicha segmentación son Mattel, Hasbro, Caffaro Hnos, Juegos y Juguetes y Ditoys. El resto de las empresas del rubro ofrecen un portafolio de productos de menor calidad y/o más económicos.

Intek ocupa un lugar de preponderancia dentro del sector, posicionándose en el primer lugar en el ranking de importación de juguetes, seguido por Ditoys SA, Fibro SRL, Wabro, y Caffaro Hnos dentro de los primeros cinco lugares.

Basa su estrategia de negocios en una política comercial orientada al marketing, sobre la base de un portafolio de productos que combina los de desarrollo propio con aquellos provenientes de terceros proveedores.

Productos de desarrollo propio:

- Licencia: aquellos productos desarrollados bajo una determinada marca reconocida y posicionada en el mercado, por la cual se paga a la licenciante un monto acordado por contrato en contraprestación por el uso de la marca otorgada.
- Marca Propia: Son productos desarrollados bajo una marca creada por Intek. Estos productos requieren una gran inversión en marketing para lograr un lanzamiento exitoso y posicionamiento de la marca creada. La selección final de los productos a lanzar es parte de un proceso que culmina en lo que ha denominado el Summit Creativo (evento anual) y en el cual intervienen todos los involucrados en circuito de creación, desarrollo, producción y marketing y ventas, del cual surge el porfolio de desarrollo para el siguiente año y de ventas para el subsiguiente.

Productos de Terceros:

- Representaciones: se trata de prestigiosas marcas ya posicionadas en el mercado, para las cuales Intek ha sido designado como distribuidor exclusivo en todo el país (Our Generation, Playmobil, Sylvanian Families y Caterpillar). Representan negocios estables de mediano y largo plazo.
- Distribuciones: son el resultado de una selección de los productos más exitosos lanzados en el mercado internacional. Son productos con un breve ciclo de vida, una o dos temporadas, y cuyo objetivo es el de responder a la búsqueda constante de novedades. El marketing desarrollado es intensivo y agresivo, con el objeto de lograr lanzamientos exitosos.

Dentro de los objetivos estratégicos de la compañía se encuentra el desarrollo de las marcas propias para lograr una mayor participación dentro de las ventas totales.

Tiene alianzas estratégicas en Licencias con Mattel Inc., The Walt Disney Company, Turner Broadcasting System L.A., DreamWorks, entre otros.

Tiene líneas de producto de Licencia de Barbie, Hot Wheels, Princesita Sofía, Princesas de Disney, La Bella y la Bestia, Frozen, Enredados, Coco, Tsum Tsum, Soy Luna, Toy Story, Cars, Spiderman, Avengers, Guardianes de la Galaxia, Las Chicas Superpoderosas, Descendants 2, Elena de Avalor, Sheriff Callie, Doctora Juguetes, Trolls, Moana, Hora de Aventura, La Guardia del León, Minnie, Buscando a Dory.

Las alianzas estratégicas en Distribución de Terceros son con Geobra Brandstatter (Playmobil), Epoch Co. Ltd., Toy State Industrial Ltd., Moose Enterprise, Zuru, IMC Toys, Giochi Preziosi S.p.A., Character Options, TPF Toys, Battat.

Comercializa líneas de producto de Terceros de Playmobil, Sylvanian Families, Our Generation, Caterpillar, Twozies, Little Live Pets, Scooby Doo, Watermelon Smash, Limones Locos, Bizzy Bubs, Surprizamals.

La distribución la realiza en canal mayorista y minorista a cargo de un gerente comercial de dicho canal y 9 representantes comerciales que cubren todo el país. El Canal Grandes Superficies a cargo de un gerente comercial del canal especializado en mercado masivo.

a.4) Características de la Administración y Propiedad

Es una empresa familiar de capitales nacionales. Cuenta con nuevas oficinas administrativas, para desarrollo de producto, y showroom. La logística de almacenes y distribución y entrega a los puntos de ventas de todo el país son actividades totalmente tercerizadas.

Su equipo de desarrollo está integrado por profesionales de distintas disciplinas, abocados a diseñar piezas con valor de juego para niños y niñas de entre 2 y 11 años, a través de un procedimiento sistematizado de desarrollo de producto, que implica para cada proyecto entre 12 y 18 meses de trabajo.

La empresa utiliza un sistema de fijación estratégica de precios mediante la cual cada producto tiene su propio mark-up de acuerdo a pautas relacionadas con su contribución marginal, los volúmenes estimados de venta, la campaña publicitaria y la estrategia de producto. Asimismo, en la fijación de precio existe una estrategia de márgenes diferenciados para cada una de las cuatro líneas de productos. El objetivo es establecer un vínculo directo de cada una de dichas líneas con el nivel de riesgo asumido por la empresa en relación a la inversión en desarrollo, herramental específico, marketing y compra del producto.

Intek es una compañía enfocada al marketing de los productos que comercializa con la convicción de que esta estrategia asegura el éxito de sus lanzamientos, como así también la permanencia en el mercado de aquellas líneas de venta estable.

El Departamento de Marketing trabaja interdisciplinariamente con el Departamento de Desarrollo de Producto en la concepción de cada proyecto, a fin de desarrollar una experiencia de producto integral. Para cada producto se diseña una campaña específica de publicidad.

El desarrollo del comercial de televisión de dicho producto es una parte esencial del proyecto. Otros medios complementarios suelen ser las exhibiciones y activaciones en punto de venta, publicidad digital, publicidad gráfica, eventos especiales, demostraciones de producto, entre otros.

La gestión del Canal de Ventas es otro aspecto fundamental sobre el que hace foco a fin de garantizar el desplazamiento y la reposición de los productos, lo cual repercute directamente en el resultado general de ventas.

El Departamento de Marketing es el encargado de la construcción y el posicionamiento de la marca Intek en pos del desarrollo de un activo marcario a largo plazo. A tal fin ha desarrollado Plan de Marca cuyos objetivos se actualizan cada año.

Indicadores Económicos y Financieros

La compañía tiene una moderada variabilidad de la rentabilidad. Presenta un coeficiente de variación del 50%, resultante de un desvío estándar de la rentabilidad de 12% y una rentabilidad promedio sobre activos de 25%. La rentabilidad una tendencia decreciente en los últimos ejercicios.

Se considera adecuado el calce de plazos de la compañía. El plazo para amortizar la deuda superior a un año es de un año y dos meses aproximadamente (considerando la porción no corriente de la emisión de la ON), dado que la deuda no corriente ascendería a \$ 36 millones, y la utilidad neta esperada a \$ 32 millones.

Es ajustada la liquidez que presenta la compañía, resultante de una liquidez ácida (no se consideraron los bienes de cambio) con un coeficiente de 0.80.

La rentabilidad sobre patrimonio es adecuada. En los últimos tres ejercicios anuales la menor rentabilidad sobre el patrimonio fue 21% y correspondió al ejercicio finalizado en Diciembre de 2018.

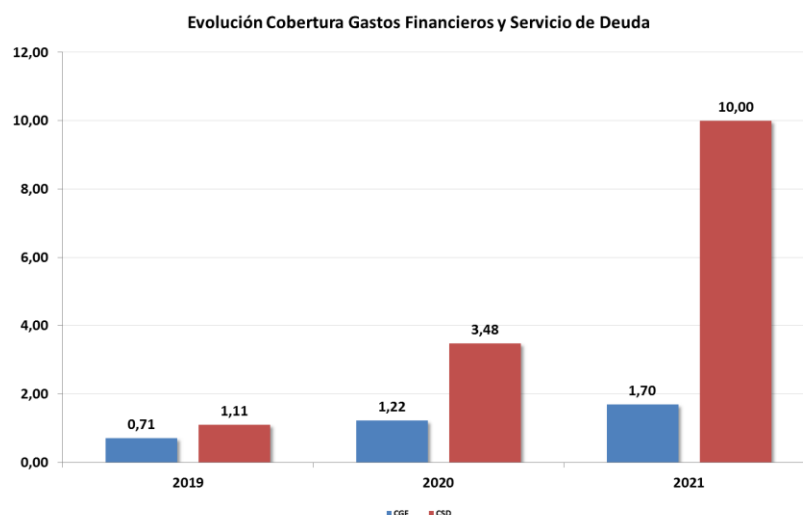
El coeficiente de endeudamiento se ubicó a diciembre de 2018 en 76%, resultante del cociente entre un pasivo total de \$ 152 millones y un activo total de \$ 199 millones. El índice de endeudamiento creció un 5% con respecto al ejercicio anterior.

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 con 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) La inflación se proyecta en 35% anual para el presente año.
- (ii) El volumen de ventas de la compañía se recupera para el presente ejercicio respecto un año base muy bajo y luego crece 3% por año.
- (iii) Las compras (principal costo de la empresa), almacenamiento, gastos de importación, fletes, publicidad, comisiones, regalías e impuestos se mantienen constantes en relación a las ventas para todos los años proyectados.
- (iv) Los costos de administración, básicamente sueldos, honorarios profesionales, y otros gastos, crecen en función de los mayores precios.
- (v) La compañía hace más eficiente los 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 de fondeo.

(vii) La deuda de corto plazo acompaña las necesidades de financiamiento del capital de trabajo de la compañía. Estimando que la compañía no tendría problemas para mantener las líneas de capital de trabajo con los bancos.



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 mantiene la CALIFICACIÓN FINAL en CATEGORÍA A de las Obligaciones Negociables de INTEK S.A.

CARACTERÍSTICAS DEL INSTRUMENTO

Condiciones de Emisión de las Obligaciones Negociables Serie II

Emisor: INTEK S.A.

Monto Emisión: El valor nominal de las Obligaciones Negociables será de \$ 30.000.000 (ampliable hasta \$50.000.000).

Moneda: Pesos.

Plazo: 24 meses, contados a partir de la Fecha de Emisión.

Tasa de Interés: En concepto de interés las Obligaciones Negociables Serie II devengarán una tasa nominal anual variable equivalente a la Tasa BADLAR más Margen Diferencial. Sin perjuicio de lo anterior, únicamente para el primer Período de Devengamiento, la tasa de interés de las Obligaciones Negociables Serie II no podrá ser inferior a una tasa fija nominal anual a ser determinada por la Emisora durante el Período de Difusión.

Pagos de Capital e Interés: El capital de las Obligaciones Negociables amortizará y se pagará por período vencido, a partir de la fecha de Emisión y Liquidación. El primer pago de capital, por un monto equivalente al 12,5% del capital emitido, se abonará a los tres meses contados a partir de la Fecha de Emisión y Liquidación. Los siguientes pagos de capital se abonarán trimestralmente, en cuotas consecutivas por período vencido, a contar a partir de la Primera Amortización, por un monto equivalente al 12,5% del capital emitido. Los intereses serán pagaderos trimestralmente y por período vencido.

ANEXO ESTADOS CONTABLES

Fecha Meses	Dic 18 12	Dic 17 12	Dic 16 10	Dic 15 12
ESTADO DE SITUACION PATRIMONIAL				
En Pesos				
Disponibilidades	14.712.109	17.478.654	27.468.492	11.886.825
Inversiones	0	0	0	0
Deudores por Ventas	37.992.641	72.437.157	39.803.767	77.235.409
Documentos a Cobrar	35.386.895	12.551.115	11.984.179	2.866.073
Bienes de Cambio	55.106.029	19.861.562	10.702.574	9.655.348
Otros Activos Corrientes	1.226.292	985.388	1.327.975	114.500
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	144.423.966	123.313.876	91.286.987	101.758.155
Bienes de Uso	53.550.872	32.069.077	24.807.706	3.955.979
Inversiones	100	0	0	0
Otros Créditos a Largo Plazo	0	0	0	0
Cargos Diferidos e Intangibles	587.759	409.382	112.350	93.555
Otros	312.800	156.400	278.125	35.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	54.451.531	32.634.859	25.198.181	4.084.534
TOTAL ACTIVOS	198.875.497	155.948.735	116.485.168	105.842.689
Obligaciones Financeras	72.468.413	76.564.417	55.172.765	32.924.339
Cuentas a Pagar + Proveedores	31.063.229	20.599.177	9.141.472	38.874.563
Provisiones	0	170.869	187.370	106.908
Sueldos a Pagar	3.024.375	936.520	785.289	730.483
Impuesto a Pagar	1.531.569	2.616.644	1.764.159	8.349.810
Otros Pasivos Corrientes	7.671.732	0	0	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	115.759.318	100.887.627	67.051.055	80.986.103
Obligaciones Financeras	35.671.164	11.293.538	7.910.303	3.220.357
Otras Cuentas a Pagar	310.358	682.788	0	0
Provisiones	0	0	0	0
Otros Pasivos Corrientes	0	434.700	1.010.765	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	35.981.522	12.411.026	8.921.068	3.220.357
TOTAL PASIVOS	151.740.840	113.298.653	75.972.123	84.206.460
PATRIMONIO NETO	47.134.657	42.650.082	40.513.045	21.636.229
ESTADO DE RESULTADOS				
En Pesos				
Ingresos de Explotacion	238.932.216	247.970.277	201.471.101	151.257.730
Costos de Explotacion	-97.522.698	-92.471.474	-86.526.662	-65.720.471
UTILIDAD BRUTA	141.409.518	155.498.803	114.944.439	85.537.259
Gastos de Adm. y Comerc.	-131.358.246	-121.212.846	-85.035.805	-56.546.455
RESULTADO OPERATIVO	10.051.272	34.285.957	29.908.634	28.990.804
Otros Ingresos No Operativos	6.595.111	1.040.878	0	903.566
Gastos Financieros	-53.562.834	-29.756.682	-30.392.393	-18.351.336
Otros Egresos No Operativos	0	0	0	0
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	-36.916.451	5.570.153	-483.759	11.543.034
Impuesto a las Ganancias	11.101.374	-1.513.743	192.566	-3.960.655
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	-25.815.077	4.056.410	-291.193	7.582.379

ANEXO INDICADORES

Fecha Meses	Dic 18 12	Dic 17 12	Dic 16 10	Dic 15 12
INDICADORES FINANCIEROS				
Indicadores de Liquidez				
Liquidez Corriente	1,2	1,2	1,4	1,3
Liquidez Acida	0,8	1,0	1,2	1,1
Días Bienes de Cambio	84	29	19	23
Días Deudores por Venta	58	107	72	186
Días Cuentas a Pagar	47	30	17	94
Duración Ciclo de Caja	95	106	75	116
Capital de Trabajo / Activo Total	14,4%	14,4%	20,8%	19,6%
Indicadores de Solvencia				
Activo Fijo / Activo Total	26,9%	20,6%	21,3%	3,7%
Pasivo No Corriente + PN / Activo Total	41,8%	35,3%	42,4%	23,5%
Pasivo Total / Activo Total	76,3%	72,7%	65,2%	79,6%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	76,3%	89,0%	88,3%	96,2%
Deuda ByF / Pasivo Total	71,3%	77,5%	83,0%	42,9%
Deuda ByF CP / Deuda ByF Total	67,0%	87,1%	87,5%	91,1%
	24%	27%	35%	
Indicadores de Cobertura				
CGF (Rdo Operativo)	0,2	1,2	1,0	1,6
Deuda ByF Total / Rdo Operativo	10,8	2,6	2,1	1,2
Pasivo Total / (Ventas/365)	232	167	138	203
Deuda ByF Total / (Ventas/365)	165	129	114	87
Costo Financiero Implícito	50%	34%	48%	51%
Indicadores de Margenes				
Margen Bruto	59,2%	62,7%	57,1%	56,6%
Margen Operativo + Amort.	4,2%	13,8%	14,8%	19,2%
Margen Operativo	4,2%	13,8%	14,8%	19,2%
Margen Despues Intereses	-15,5%	2,2%	-0,2%	7,6%
Margen Final	-10,8%	1,6%	-0,1%	5,0%
Indicadores de Rentabilidad				
ROA (Retorno s/Activos)	5,1%	22,0%	25,7%	27,4%
ROE (Retorno s/Capital)	-54,8%	9,5%	-0,7%	35,0%
Indicadores de Eficiencia				
Rotación de Activos Fijos	4,5	7,7	8,1	38,2
Rotación de Activos Totales	1,2	1,6	1,7	1,4

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 intermedios a Diciembre de 2018 | www.cnv.gob.ar
- Otra información cuantitativa y cualitativa relevante de la compañía.
- Suplemento del Prospecto de Obligaciones Negociables PYMES Serie II.

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

La información suministrada por INTEK 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.