bind Banco Industrial

Análisis de Crédito de: NALDO LOMBARDI S A

Naldo

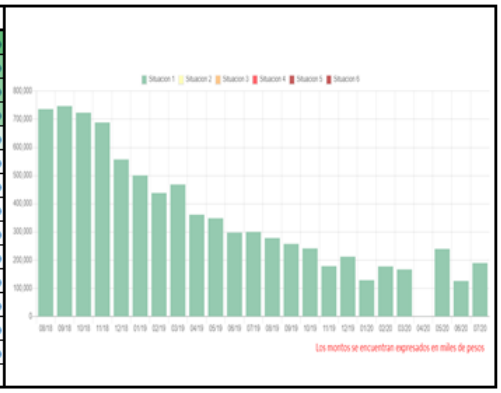
INFORMACIÓN FORMAL

Razón Social	NALDO LOMBARDI S A
Cuit	30-69746598-3
Domicilio	PRES. ROQUE SAENZ PE A 151, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA
Teléfonos	(0236) 443-9000/442-4103
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA
Fecha De Const.	18/06/1999
Pat. Neto 2019	$ 2 381 771 492
Cantidad Empleados	950 Aprox.
Domicilio Legal	ALMAFUERTE 174, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA

SITUACIÓN BANCARIA

Total Endeud. Promedio	jul-20	$	189.298.000

BANCOS	MONTO	Período Inf.	Sit	%
GALICIA Y BUENOS AIRES	56.779.000	7/2020	1	30,0%
PROVINCIA DE BUENOS AIRE	44.226.000	7/2020	1	23,4%
MACRO	40.296.000	7/2020	1	21,3%
SANTANDER RIO S.A.	36.828.000	7/2020	1	19,5%
BBVA FRANCES	9.743.000	7/2020	1	5,1%
NACION ARGENTINA	765.000	7/2020	1	0,4%
YPF S.A.	545.000	7/2020	1	0,3%
CREDICOOP COOP LIMITADO	116.000	7/2020	1	0,1%
MULTIFINANZAS CIA FINANC	-	7/2020	1	0,0%
SUPERVIELLE	-	7/2020	1	0,0%
PROVINCIA DE CORDOBA	-	7/2020	1	0,0%
MERIDIAN S.A.	-	7/2020	1	0,0%
PATAGONIA	-	7/2020	1	0,0%
HSBC BANK	-	7/2020	1	0,0%
	-	-		-



INFORMACIÓN CONTABLE

	ago.-18	ago.-19
Activo	3.601.453.775	4.267.711.116
Activo Corriente	3.163.689.136	3.816.680.529
Activo No Corriente	437.764.639	451.030.587
Pasivo	1.855.353.972	1.885.939.624
Pasivo Corriente	1.612.348.917	1.800.655.086
Pasivo No Corriente	243.005.055	85.284.538
Patrimonio Neto	1.746.099.803	2.381.771.492
% PN / Activo	48,5%	55,8%
Ventas	3.310.241.168	4.825.353.532
% Var. Vtas.	45,8%	
Resultado Final	617.133.850	3.588.537
% Rent. / Vtas	18,6%	0,1%

	Fecha	Importe
Prom. Men. de Ventas	jul-20	$ 726.159.285
Deudas Bancarizadas Act.	jul-20	$ 189.298.000

	ago.-18	ago.-19
Endeudamiento	0,92	0,76
ROA %	17,1%	0,1%
ROE %	35,3%	0,2%
Días Prom de Cobro	166	140
Días Prom de Pago	136	125
Días Prom de Stock	167	191
Cobertura de interés	-	-
Deuda Ban. / EBITDA	2,38	
Deuda Ban. / Ventas	0,04	

INDUSTRIA

ZONA GEOGRAFICA	Provincia de Buenos Aires
PRODUCTO / SERVICIO	venta de electrodomésticos, motos y bicicleta
TIPOS DE CULTIVO	N/A
PROVEEDORES	SONNE SRL - WHIRPOOL ARGENTINA SRL - SOLNIK SA - RADIO VICTORIA FUEGUINA ARG. SA - PHILIPS ARGENTINA SA
CLIENTES	N/A
ACTIVIDAD/ES	475300 - VENTA AL POR MENOR DE ELECTRODOMÉSTICOS, ARTEFACTOS PARA EL HOGAR Y EQUIPOS DE AUDIO Y VIDEO 492229 - SERVICIO DE TRANSPORTE AUTOMOTOR DE MERCADERÍAS A GRANEL N.C.P. 649290 - SERVICIOS DE CRÉDITO N.C.P.

CONCLUSIONES

NALDO LOMBARDI SA es una empresa familiar que opera desde 1999 dedicandose a comercializar electrodomésticos, motos y bicicletas.
No registra juicios en su contra pero tuvo 75 cheques rechazados por Sin Fondos entre 3 y 4/2020 por $154.3 Millones, todos levantados.
De su información contable se desprenden buenos y ascendentes indicadores de Solvencia (1.26), Endeudamiento en baja (0.76) y gran liquidez (2.12). Sus ventas aumentan al ritmo de la inflación (las ventas post balance muestran la misma tendencia) pero su rentabilidad se vio afectada por el RECPAM, llevándola a esta a una ganancia casi nula.
Ante lo dicho la empresa no presenta inconvenientes como para ser asistida con las garantías correspondientes.

RESEÑA HISTÓRICA – GENERALIDADES

NALDO LOMBARDI SA, empresa familiar de Gustavo y Adriana Lombardi, con más de 40 años en el mercado, venta de electrodomésticos, motos y bicicleta con locales exclusivos, créditos y tarjetas propias.

Posee 65 sucursales (por abrir 2 más en octubre) y más de 850 empleados, con un centro de distribución de alta tecnología, La empresa importa varios productos además de proveerse en el mercado interno.

Estructura Societaria y Vinculaciones

SOCIOS / ACCIONISTAS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T	Porcentaje
LOMBARDI GUSTAVO DELFOR	Argentina	20162016149	72
LOMBARDI ADRIANA BEATRIZ	Argentina	27176370934	28

Fuente: Medios externos de consulta.

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS

Razón Social	Nacionalidad	C.U.I.T
GRUPO MILENIO S A	Argentina	30697980705

Fuente: Medios externos de consulta.

PRINCIPALES DIRECTIVOS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T	Cargo
LOMBARDI GUSTAVO DELFOR	Argentina	20162016149	Presidente
LOMBARDI ADRIANA BEATRIZ	Argentina	27176370934	Vice-Presidente
ALVAREZ MARTA CECILIA	Argentina	27172535882	Director/a Suplente

Fuente: Medios externos de consulta.

ANTECEDENTES DE PRINCIPALES DIRECTIVOS

LOMBARDI GUSTAVO DELFOR - 20162016149

SCORE
(SEGÚN PARAMETRIZACIÓN DE EXTERNO)

74.1

LOMBARDI GUSTAVO DELFOR
FECHA NACIMIENTO: 12/06/1963
ESTADO CIVIL: CASADA/O
SEXO: M

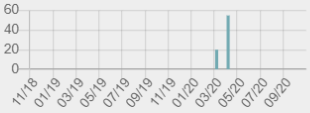
FINANCIERO



TOTAL	408 000
BANCOS	7
ANTIGUEDAD SIT. 1	06/1999

CHEQUES RECHAZADOS

PENDIENTES DE PAGO 0
ABONADOS 75
POR DEFECTOS FORMALES 0



DOMICILIOS

DOMICILIO:
PELLEGRINI 252, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA
FISCAL:
PELLEGRINI 252, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA
OTROS:
R.DE ESCALADA N¦64, (2270219), JUNIN
LAS HERAS GRAL ,AV. 2918, (1425), CAPITAL FEDERAL, CAPITAL Y GBA NORTE
PELLEGRINI252, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

CLAE: SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD: 01/06/1988
RIESGO FISCAL: NO

JUICIOS

no se detectó actividad judicial

✓ No se registran cheques rechazados en cuentas Personales

✓

ALVAREZ MARTA CECILIA - 27172535882

SCORE
(SEGÚN PARAMETRIZACIÓN DE EXTERNO)

N/A

ALVAREZ MARTA CECILIA
FECHA NACIMIENTO: 28/03/1965
SEXO: F

FINANCIERO

Información No Disponible

CHEQUES RECHAZADOS

BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:
PELLEGRINI 252, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA
FISCAL:
25 DE MAYO, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA
OTROS:
AV GRAL LAS HERAS 2918, BUENOS AIRES

JUICIOS

no se detectó actividad judicial

LOMBARDI ADRIANA BEATRIZ - 27176370934

SCORE
(SEGÚN PARAMETRIZACIÓN DE EXTERNO)

79.1

LOMBARDI ADRIANA BEATRIZ

FECHA NACIMIENTO:	03/02/1963
ESTADO CIVIL:	SOLTERA/O
SEXO:	F

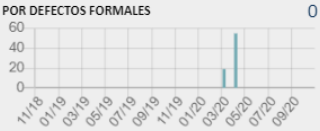
FINANCIERO



TOTAL	1 012 000
BANCOS	6
ANTIGUEDAD SIT. 1	04/2017

CHEQUES RECHAZADOS

PENDIENTES DE PAGO	0
ABONADOS	74
POR DEFECTOS FORMALES	0



DOMICILIOS

DOMICILIO:
ALMAFUERTE 174, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:
ALBERDI 206, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:
PRES. ROQUE SAENZ PE¥A 151, (6000), JUNIN, BUENOS AIRES, ARGENTINA

EMPLEADOS

4 APROX.



FISCALES

CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/06/1992
RIESGO FISCAL	NO

COMEX

	2018	2019	2020
IMPO	0	0	50 000
EXPO	0	0	0



Montos expresados en Dólares

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

- ✓ No se registran cheques rechazados en cuentas Personales

Situación Comercial

PROVEEDORES

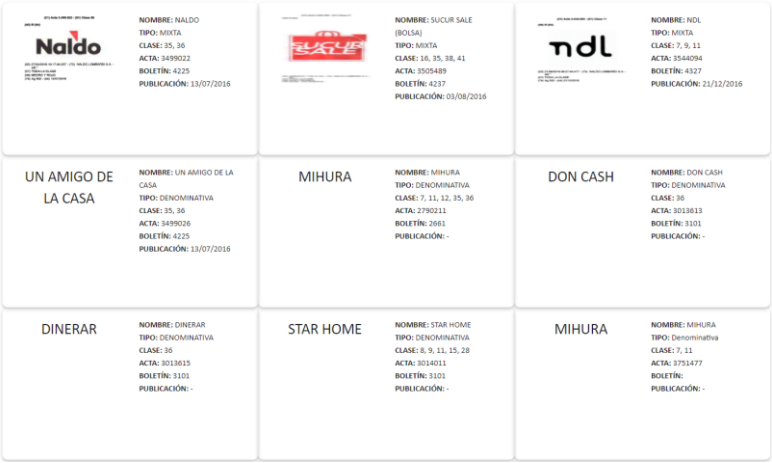
- SONNE SRL
- WHIRPOOL ARGENTINA SRL
- SOLNIK SA
- RADIO VICTORIA FUEGUINA ARG. SA
- PHILIPS ARGENTINA SA

CLIENTES

- DEUDORES POR VENTAS Y PRÉSTAMOS

Fuente : Empresa (en la documentación aportada lo informaron así)

MARCAS / PATENTES



EVOLUCION DE LAS VENTAS

08-2017	08-2018	08-2019	Post Balance al 07-2020	Post Balance proy. al 08-2020	Deuda en Días Ventas sobre BCRA
$ 2 585 480 720	$ 3 310 241 167	$ 4 825 353 531	$ 7 987 752 131	$ 8 713 911 416	8

Situación Bancaria

CHEQUES RECHAZADOS

RESUMEN DE CHEQUES RECHAZADOS

	Sin Fondos				Def. Formales			
	Cantidad	%	Monto	%	Cantidad	%	Monto	%
Sin Abonar	0	0%	0,00	0%	0	0%	0,00	0%
Levantados	75	100%	154 349 522,38	100%	0	0%	0,00	0%
Totales	75	100%	154 349 522,38	100%	0	100%	0,00	100%

Número de Cheque	Importe	Fecha Rechazo	Fecha Pago	Fecha Pago Multa	Causa
25758405	1 265 000.00	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
25758406	355 000.00	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
25758495	5 526 337.43	30/03/2020	11/05/2020		SIN FONDOS
26333601	164 000.00	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333667	529 842.18	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333678	120 000.00	06/04/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333679	110 000.00	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333699	750 000.00	16/04/2020	15/05/2020		SIN FONDOS
26333702	2 500 000.00	14/04/2020	15/05/2020		SIN FONDOS
26333703	2 500 000.00	14/04/2020	15/05/2020		SIN FONDOS
26333705	5 000 000.00	14/04/2020	15/05/2020		SIN FONDOS
26333706	4 909 145.57	14/04/2020	15/05/2020		SIN FONDOS
26333722	790 000.00	07/04/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333723	595 000.00	06/04/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333724	447 045.31	27/03/2020	30/04/2020		SIN FONDOS
26333797	4 984 844.42	27/03/2020	07/05/2020		SIN FONDOS
26333809	215 044.10	02/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26333811	285 000.00	16/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604693	440 110.66	02/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604696	1 108 778.93	02/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604698	1 670 000.00	16/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604729	1 900 000.00	24/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604733	1 498 822.60	15/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604734	330 000.00	15/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
26604755	5 422 963.66	02/04/2020	07/05/2020		SIN FONDOS
26604819	1 043 546.40	21/04/2020	08/05/2020		SIN FONDOS
43789745	4 033 370.17	08/04/2020	19/05/2020		SIN FONDOS
43789838	7 959 520.70	08/04/2020	19/05/2020		SIN FONDOS
43790314	2 046 149.21	14/04/2020	05/05/2020		SIN FONDOS
43799380	1 020 697.92	30/03/2020	29/04/2020		SIN FONDOS
43799381	1 077 112.96	30/03/2020	29/04/2020		SIN FONDOS
43803290	3 280 000.00	21/04/2020	19/05/2020		SIN FONDOS

43799380	1 020 697.92	30/03/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43799381	1 077 112.96	30/03/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43803290	3 280 000.00	21/04/2020	19/05/2020	SIN FONDOS
43803291	3 280 000.00	21/04/2020	19/05/2020	SIN FONDOS
43803292	3 280 000.00	21/04/2020	19/05/2020	SIN FONDOS
43803293	3 265 760.54	20/04/2020	19/05/2020	SIN FONDOS
43804889	591 265.68	30/03/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43811264	405 742.39	01/04/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43811265	780 528.26	01/04/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43811266	1 110 000.00	02/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43811268	818 837.44	02/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43817045	1 509 010.44	07/04/2020	29/04/2020	SIN FONDOS
43817497	277 960.84	14/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43824463	765 975.78	15/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43831668	1 100 000.00	22/04/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
43842339	553 280.24	02/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43842340	1 250 000.00	06/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43842341	1 221 970.14	02/04/2020	08/05/2020	SIN FONDOS
43844184	1 100 000.00	23/04/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60276598	462 968.37	14/04/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60299145	4 344 597.43	24/04/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60299148	425 939.30	27/03/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60299156	694 410.51	27/03/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60299864	6 200 000.00	30/03/2020	04/05/2020	SIN FONDOS
60299865	6 200 000.00	30/03/2020	04/05/2020	SIN FONDOS
60299866	6 200 000.00	30/03/2020	04/05/2020	SIN FONDOS
60299868	1 478 055.42	06/04/2020	05/05/2020	SIN FONDOS
60299876	47 159.29	06/04/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60305549	1 910 000.00	27/03/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60305550	1 904 319.96	27/03/2020	15/05/2020	SIN FONDOS
60315250	1 365 000.00	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60315251	1 365 000.00	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60315252	1 265 503.25	07/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60315254	1 835 000.00	07/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60316878	7 706 004.56	27/03/2020	20/05/2020	SIN FONDOS
60316890	1 485 000.00	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60316891	1 384 661.38	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS

60319372	6 600 000.00	27/03/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60321732	1 600 000.00	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60321733	1 560 810.97	15/04/2020	07/05/2020	SIN FONDOS
60321744	1 000 000.00	27/04/2020	20/05/2020	SIN FONDOS
60321746	2 000 000.00	27/04/2020	29/05/2020	SIN FONDOS
60321749	3 000 000.00	20/04/2020	29/05/2020	SIN FONDOS
60321750	1 928 427.97	20/04/2020	29/05/2020	SIN FONDOS
60321754	2 700 000.00	21/04/2020	29/05/2020	SIN FONDOS
60321756	2 499 000.00	16/04/2020	29/05/2020	SIN FONDOS

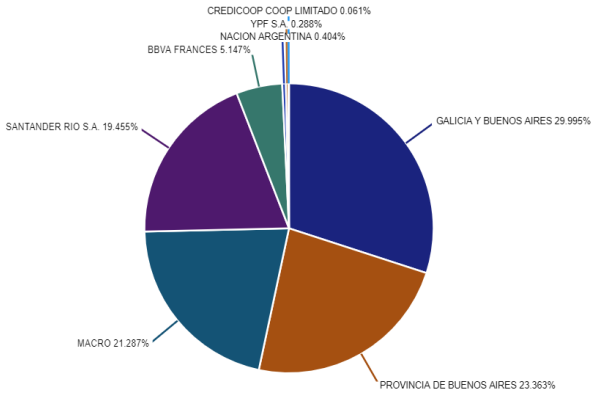
CENTRAL DE DEUDORES

Banco	08/2018	09/2018	10/2018	11/2018	12/2018	01/2019	02/2019	03/2019
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
YPF S.A.								486,00
PROVINCIA DE CORDOBA							2,00	
MERIDIAN S.A.						5 680,00	5 952,00	6 252,00
CREDICOOP COOP LIMITADO		45 779,00	22 667,00	23 734,00	3 447,00		2 948,00	2 754,00
SUPERVIELLE	1 790,00		2 106,00					1 198,00
SANTANDER RIO S.A.	101 828,00	91 357,00	108 997,00	106 234,00	102 325,00	98 171,00	92 017,00	87 819,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	166 035,00	157 590,00	165 490,00	163 222,00	156 206,00	143 000,00	130 789,00	120 481,00
PATAGONIA	10 919,00	10 073,00	9 227,00	8 393,00	7 559,00	6 715,00	5 868,00	5 040,00
NACION ARGENTINA	86 828,00	94 944,00	91 648,00	87 626,00		73 055,00	48 666,00	40 158,00
MACRO	104 793,00	100 110,00	96 327,00	91 733,00	74 825,00		65 397,00	87 284,00
HSBC BANK	43 444,00	37 607,00	28 228,00	21 511,00	14 132,00	13 236,00	12 304,00	11 377,00
GALICIA Y BUENOS AIRES	131 555,00	127 665,00	124 188,00	119 106,00	138 044,00	106 796,00	74 190,00	65 392,00
BBVA FRANCES	88 797,00	81 664,00	74 485,00	67 144,00	60 667,00	53 960,00		40 056,00
TOTAL PERIODO	**735 989,00**	**746 789,00**	**723 363,00**	**688 703,00**	**557 205,00**	**500 613,00**	**438 133,00**	**468 297,00**

Banco	04/2019	05/2019	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	10/2019	11/2019
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA				991,00	2 649,00	1 130,00	782,00	952,00
YPF S.A.	480,00		316,00	366,00		321,00	473,00	392,00
PROVINCIA DE CORDOBA						2,00		
MERIDIAN S.A.		2 993,00	8 562,00	6 724,00	6 002,00	3 509,00	3 739,00	
CREDICOOP COOP LIMITADO	2 553,00	2 358,00	2 254,00	1 964,00	1 765,00	1 567,00	1 370,00	1 170,00
SUPERVIELLE	1 668,00	1 758,00				4 048,00		
SANTANDER RIO S.A.	83 079,00	78 380,00	73 343,00	68 315,00	63 040,00	57 528,00	51 971,00	47 973,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	113 245,00	102 230,00	93 308,00	97 556,00	93 850,00	88 372,00	84 109,00	80 728,00
PATAGONIA	4 192,00	3 359,00	2 518,00	1 678,00	840,00			
NACION ARGENTINA	23 552,00	18 862,00	15 236,00	11 480,00	7 619,00	5 569,00	3 511,00	
MACRO	57 480,00	43 531,00	34 842,00	31 484,00	28 421,00	24 162,00	25 927,00	20 717,00
HSBC BANK	10 427,00	9 465,00	8 482,00	7 486,00	6 473,00	5 438,00	4 388,00	3 319,00
GALICIA Y BUENOS AIRES	31 425,00	59 858,00	58 758,00	57 321,00	56 604,00	55 548,00	55 362,00	22 975,00
BBVA FRANCES	32 888,00	25 530,00		14 405,00	10 790,00	10 206,00	9 617,00	
TOTAL PERIODO	**360 989,00**	**348 324,00**	**297 619,00**	**299 770,00**	**278 053,00**	**257 400,00**	**241 249,00**	**178 226,00**

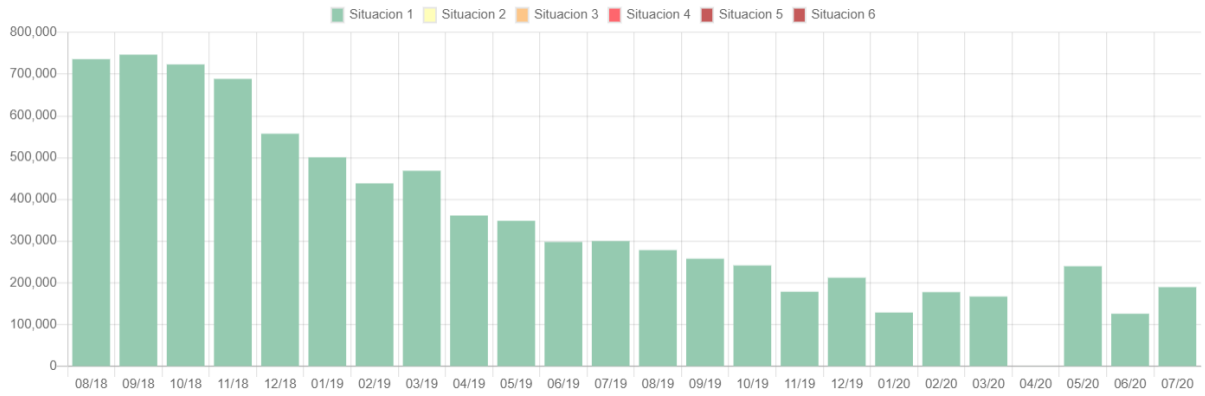
Banco	12/2019	01/2020	02/2020	03/2020	04/2020	05/2020	06/2020	07/2020
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA	1 819,00			220,00				
YPF S.A.	1 085,00	441,00	670,00	120,00	194,00	379,00	437,00	545,00
PROVINCIA DE CORDOBA				15,00				
MERIDIAN S.A.	4 770,00		2 953,00					
CREDICOOP COOP LIMITADO	971,00	771,00		456,00		173,00	127,00	116,00
SUPERVIELLE				6 600,00				
SANTANDER RIO S.A.	43 937,00		35 218,00	34 398,00		36 553,00		36 828,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	75 749,00	70 412,00	66 664,00	64 287,00		53 344,00	48 397,00	44 226,00
PATAGONIA								
NACION ARGENTINA	2 555,00	2 301,00	2 040,00	1 782,00		1 269,00	1 017,00	765,00
MACRO	18 554,00	16 307,00	13 898,00	14 658,00		68 331,00	3 009,00	40 296,00
HSBC BANK	2 232,00	1 119,00						
GALICIA Y BUENOS AIRES	51 762,00	29 241,00	55 847,00	37 633,00		68 494,00	62 215,00	56 779,00
BBVA FRANCES	8 399,00	7 774,00		6 477,00		10 829,00	10 287,00	9 743,00
TOTAL PERIODO	**211 833,00**	**128 366,00**	**177 290,00**	**166 646,00**	**194,00**	**239 372,00**	**125 489,00**	**189 298,00**

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



Situaciones últimos 24 meses

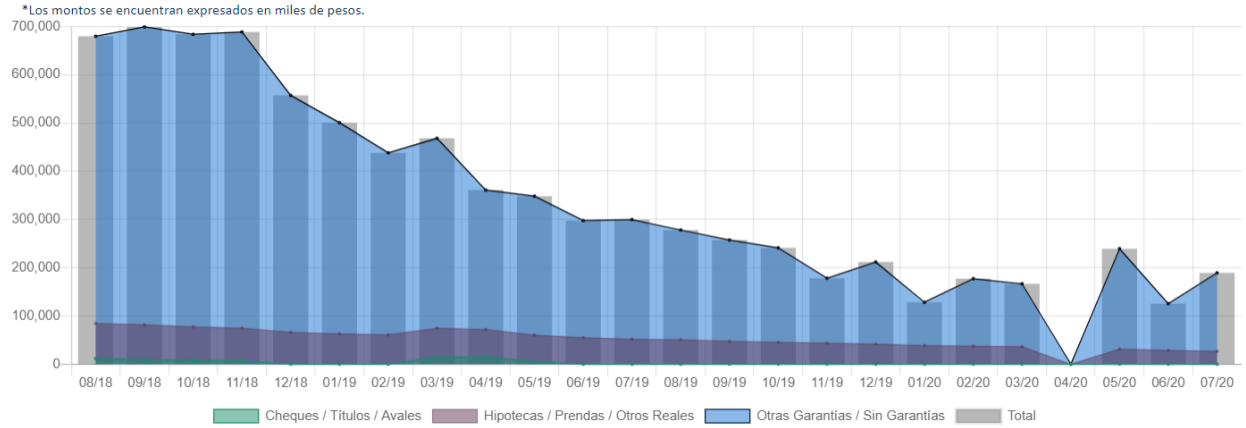
*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Los montos se encuentran expresados en miles de pesos

Garantías últimos 24 meses

*Los montos se encuentran expresados en miles de pesos.



Situación Judicial

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDADO

No se detectó información.

CARÁTULAS DE JUICIOS COMO DEMANDANTE

Tipo	Fecha	Juzgado	Secretaria	Demandado	Observaciones
JUICIO EJECUTIVO	08/06/2016	3 C Y C DE JUNIN	U EXP 4027	LEGUIZAMO DIEGO GERMAN	-
JUICIO EJECUTIVO	16/05/2016	5 C Y C DE SAN NICOLAS	U EXP 4976	BARRETO LUIS EZEQUIEL	-
JUICIO EJECUTIVO	03/05/2016	1 C Y C DE JUNIN	U EXP 2922	RODRIGUEZ JUAN PEDRO	-
JUICIO EJECUTIVO	19/04/2016	6 C Y C DE SAN NICOLAS	U EXP 2820	MONTIEL DARIO RUBEN	-
JUICIO EJECUTIVO	12/04/2016	6 C Y C DE SAN NICOLAS	U EXP 2695	ACOSTA MARIA CECILIA	-
JUICIO EJECUTIVO	11/04/2016	3 C Y C DE JUNIN	U EXP 2138	ARRIETA MAXIMILIANO	-
JUICIO EJECUTIVO	11/04/2016	3 C Y C DE JUNIN	U EXP 2135	MARTINEZ ROBERTO DANIEL	-
JUICIO EJECUTIVO	11/04/2016	3 C Y C DE JUNIN	U EXP 2145	SEGURA YEMINA BETSABE	-
JUICIO EJECUTIVO	30/12/2015	1 C Y C DE PERGAMINO	U EXP 68949	LENARDUZZI MALVINA NELIDA	-
JUICIO EJECUTIVO	30/12/2015	3 C Y C DE PERGAMINO	U EXP 57150	MAILLET JULIAN NATANAEL	-
JUICIO EJECUTIVO	30/12/2015	3 C Y C DE PERGAMINO	U EXP 57151	RODRIGUEZ NATALIA PATRICIA	-

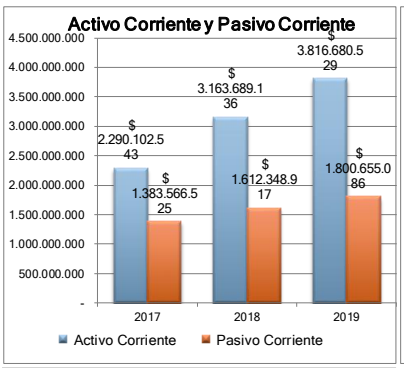
Información Económica / Financiera

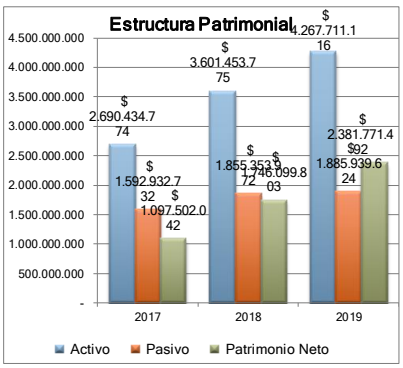
DATOS CONTABLES

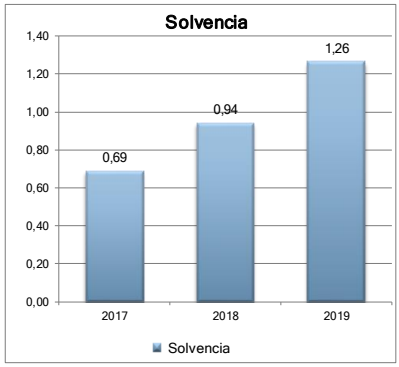
Períodos Analizados	2017/2018/2019		
Concepts	08/2017	08/2018	08/2019
Caja y Bancos	25.825.726,0	24.170.983,0	38.165.262,0
Inversiones corrientes	0,0	144.204.594,0	0,0
Creditos por ventas	1.145.622.760,0	1.826.128.828,0	2.242.439.225,0
Otros Créditos	286.633.499,0	132.204.874,0	52.317.791,0
Bienes de Cambio	832.020.558,0	1.036.979.857,0	1.483.758.251,0
Bienes intangibles	0,0	0,0	0,0
Otros activos corrientes	0,0	0,0	0,0
Activo Corriente	**2.290.102.543,0**	**3.163.689.136,0**	**3.816.680.529,0**
Otros Créditos no corrientes	283.527.875,0	213.580.619,0	126.647.969,0
Otras inversiones no corrientes	0,0	0,0	0,0
Bienes de Uso valor de origen	137.552.280,0	275.541.778,0	423.372.225,0
Depreciación acumulada	20.747.923,0	51.357.757,0	98.989.607,0
Bienes de Uso	116.804.357,0	224.184.020,0	324.382.618,0
Activos intangibles no corrientes	0,0	0,0	0,0
Otros activos no corrientes	0,0	0,0	0,0
Activo no Corriente	**400.332.232,0**	**437.764.639,0**	**451.030.587,0**
ACTIVO	**2.690.434.774,0**	**3.601.453.775,0**	**4.267.711.116,0**
Deudas Comerciales	775.522.722,0	834.826.362,0	1.152.064.809,0
Deudas bancarias	304.121.311,0	526.767.153,0	174.098.914,0
Deudas sociales	53.896.147,0	74.037.570,0	97.905.949,0
Deudas fiscales	247.157.933,0	171.869.306,0	273.517.906,0
Otros Pasivos	2.868.411,0	4.848.526,0	103.067.509,0
Pasivo Corriente	**1.383.566.525,0**	**1.612.348.917,0**	**1.800.655.086,0**
Deudas Comerciales	0,0	0,0	0,0
Deudas bancarias	209.366.208,0	190.709.103,0	65.962.709,0
Deudas fiscales	0,0	52.295.951,0	19.321.829,0
Otros Pasivos	0,0	0,0	0,0
Previsiones	0,0	0,0	0,0
Pasivo no Corriente	**209.366.208,0**	**243.005.055,0**	**85.284.538,0**
PASIVO	**1.592.932.732,0**	**1.855.353.972,0**	**1.885.939.624,0**
Capital social	15.134.000,0	121.197.911,0	229.906.780,0
Resultados Acumulados	1.082.368.042,0	1.624.901.892,0	2.151.864.713,0
PATRIMONIO NETO	**1.097.502.042,0**	**1.746.099.803,0**	**2.381.771.492,0**
PASIVO + PATRIMONIO NETO	**2.690.434.774,0**	**3.601.453.775,0**	**4.267.711.116,0**
Ventas	2.585.480.721,0	3.310.241.168,0	4.825.353.532,0
Compras del ejercicio	2.025.004.915,0	2.270.975.403,0	2.831.737.282,0
Costo de Ventas	1.847.213.585,0	2.214.363.399,0	2.718.871.139,0
Margen Bruto	738.267.136,0	1.095.877.769,0	2.106.482.392,0
Amortizaciones	4.936.270,0	7.418.647,0	22.603.755,0
Gastos Comerciales	727.377.008,0	966.530.780,0	1.150.401.945,0
Gastos Administración	208.414.406,0	285.838.035,0	376.237.861,0
Gastos Financieros	0,0	56.071.318,0	0,0
Otros ingresos	695.341.022,0	888.077.102,0	0,0
Otro egresos	58.269.189,0	32.177.104,0	523.026.209,0
Impuesto a las ganancias	89.518.036,0	26.203.784,0	53.227.842,0
Resultado del ejercicio	**350.029.519,0**	**617.133.850,0**	**3.588.537,0**
EBITDA	**444.483.825,0**	**706.827.599,0**	**79.420.134,0**

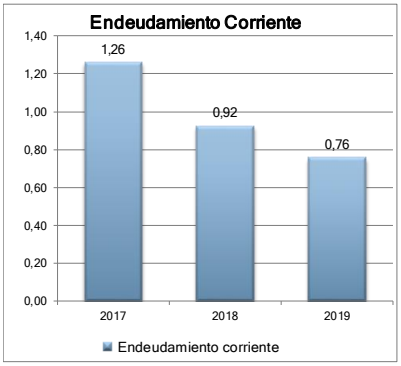
Importes Expresados en Pesos

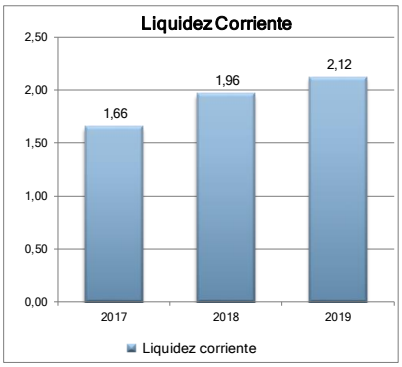
PRINCIPALES INDICADORES

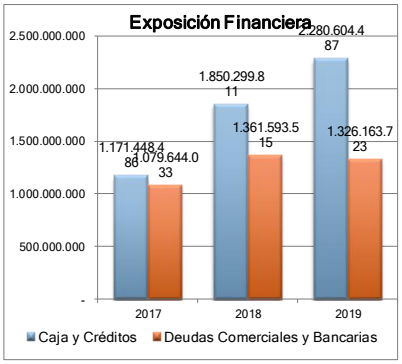


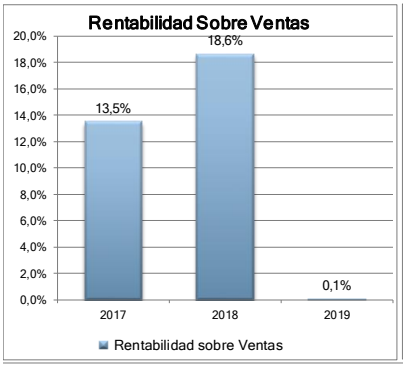


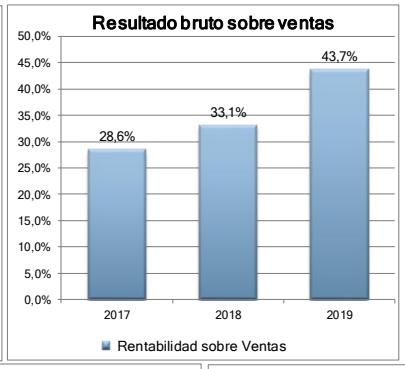


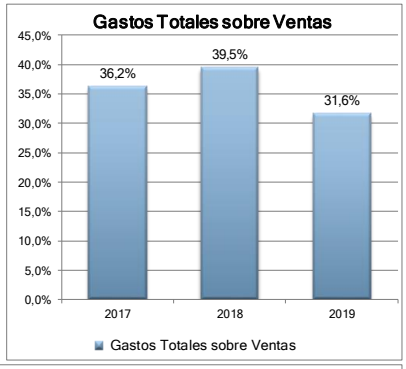


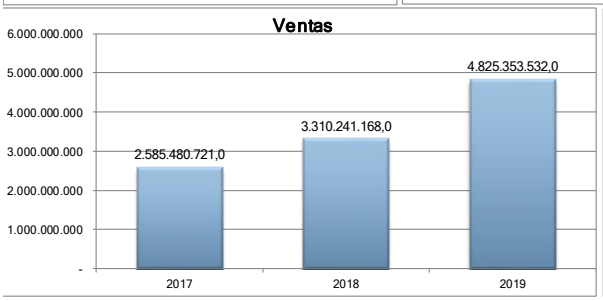


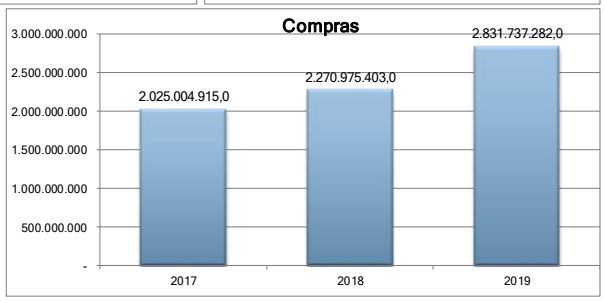












GLOSARIO
Solvencia (Patrimonio Neto / Pasivo): Indica la relación entre el Pasivo Total con su Patrimonio.
Endeudamiento Corriente (Pasivo Corriente / Patrimonio Neto): Es la proporción que representan las deudas de corto plazo Vs. el Patrimonio.
Rentabilidad sobre Ventas (Resultado / Ventas): Indica el porcentaje de rentabilidad (o pérdida) que tuvo la empresa sobre el total de las ventas realizadas en el último período.
Capital Corriente sobre Activo ((Activo Corriente-Pasivo Corriente)/Activo Total): El ratio indica la proporción de Capital de Trabajo con relación al activo total.
Liquidez Corriente (Activo Corriente / Pasivo Corriente): Este indicador nos da a conocer si la empresa podrá hacer frente a las obligaciones de pago con sus activos a corto plazo.

Publicaciones

OFICIALES

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 12/08/2020

NALDO LOMBARDI S.A. POR 1 DIA - Reforma de Estatuto. En asamblea Gral. Extr. Del 03/08/2020 (unánime) de "NALDO LOMBARDI S.A." CUIT 30- 69746598-3, con domicilio en Almafuerte Nº 174 de la ciudad y partido de Junín, se aprobó modificación del Artículo 3º: Tiene por objeto dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros en cualquier parte de la Republica o del extranjero, a las siguientes actividades: a) Comerciales: La compra o venta, en carácter de mayorista y/o minorista, de bienes para uso del hogar, nuevos o usados, tales como artefactos, maquinarias, muebles, útiles, herramientas, accesorios; moto vehículos y automotores nuevos o usados; y la compra, venta, permuta, alquiler, leasing, fideicomiso, distribución, importación, exportación de aeronaves, helicópteros, hidroaviones y sus motores, equipos, accesorios, instrumentos y partes, para el desarrollar la actividad aeronáutica de acuerdo al Código aeronáutico de Trabajo Aéreo, que involucra la siguientes actividades: Agroaerea, Fotografía, Propaganda, Inspección y Vigilancia, Defensa y Protección de la Fauna, Pesca, Exploración, Montaje y Construcción, y cualquier otra actividad relacionada. A tal fin, la Sociedad tendrá plena capacidad jurídica para adquirir derechos, contraer obligaciones y ejercer los actos que sean necesarios, compatibles o complementarios al objeto principal aquí descriptos, así como también todos aquellos actos no prohibidos por las leyes o por este contrato. b) Agrícola: producción de especies Cerealera, graniferas, forrajeras y graneras; realizacion del ciclo integral de siembra y producción de semillas y granos. Vitivinícola, hortícola, apícola, citrícola y arandanera, forestal, plantaciones y explotaciones de frutas de cualquier tipo, y toda clase de explotación agropecuaria. Compra, venta, acopio, importación, exportación, consignación y distribución; el ejercicio de representaciones, comisiones y mandatos; arrendamientos, instalación de depósitos, empaques, plantas de elaboración, molinos, ferias y almacenes referentes a los productos originados en la realizacion del objeto agropecuario, sus subproductos y derivados, elaborados, semielaborados o naturales. Las actividades podrán realizarse en inmuebles rurales propios o no. c) Importación y Exportación: La importación y exportación de dichos bienes y su distribución y comercialización en cualquier forma, incluyendo la importación de componentes, piezas y otros elementos destinados a repuestos, Autopartes. d) Industriales: La producción, fabricación, transformación o elaboración de productos relacionados con su objeto comercial sean mecánicos, eléctricos o electrónicos. e) Representaciones: ejercer representaciones, mandatos, agencias, comisiones, consignaciones, gestiones, distribución de productos y mercaderías de cualquier tipo importadas o nacionales sin limitación. f) Inmobiliaria: mediante la adquisición, venta, permuta, explotación, locación o arrendamiento, fraccionamiento, administración y construcción en general de inmuebles, urbanos o rurales; efectuar loteos subdivisiones, anexiones, unificaciones, Parquizaciones y urbanizaciones; afectación a pre horizontalidad y propiedad horizontal. g) Financieras: mediante el aporte de Capital a cualquier empresa, en giro o en vías de formación, y la intervención con fondos propios en créditos o financiaciones en general, el otorgamiento de créditos, con intereses y/o cláusulas de ajuste, fianzas o avales; tomar dinero en préstamo; constituir, transferir, sustituir, ampliar, modificar y cancelar hipotecas, prendas y demás derechos reales; comprar, vender y negociar títulos, acciones y toda clase de valores mobiliarios y papeles de crédito, en cualquiera de los sistemas o modalidades creados o a crearse; celebrar contratos de "leasing"; emitir "debentures" y "warrants", y comercializarlos, como asimismo los emitidos por otras sociedades; realizar toda clase de operaciones financieras permitidas por las leyes con exclusión de las comprendidas en la ley de entidades financieras y toda otra que requiera el concurso público; ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes y por este estatuto. Para el cumplimiento de sus fines, la sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos contraer obligaciones y realizar todos los actos y operaciones que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social". Nicolás Jose Nomdedeu, Contador Público.

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 10/09/2019

NALDO LOMBARDI S.A. POR 1 DIA - Reforma de Estatuto. En asamblea Gral. Extr. Del 01 /04/201 9 (unánime) de "NALDO LOMBARDI S.A." CUIT 30- 69746598-3, con domicilio en Almafuerte nº 1 74 de la ciudad y partido de Junín, se aprobó modificación del Artículo 3º: Tiene por objeto dedicarse por cuenta propia, de terceros o asociada a terceros en cualquier parte de la Republica o del extranjero, a las siguientes actividades: a) Comerciales: La compra o venta, en carácter de mayorista y/o minorista, de bienes para uso del hogar, nuevos o usados, tales como artefactos, maquinarias, muebles, útiles, herramientas, accesorios; moto vehículos y automotores nuevos o usados; b) Agrícola: producción de especies Cerealera, graniferas, forrajeras y graneras; realizacion del ciclo integral de siembra y producción de semillas y granos. Vitivinícola, hortícola, apícola, citrícola y arandanera, forestal, plantaciones y explotaciones de frutas de cualquier tipo, y toda clase de explotación agropecuaria. Compra, venta, acopio, importación, exportación, consignación y distribución; el ejercicio de representaciones, comisiones y mandatos; arrendamientos, instalación de depósitos, empaques, plantas de elaboración, molinos, ferias y almacenes referentes a los productos originados en la realizacion del objeto agropecuario, sus subproductos y derivados, elaborados, semielaborados o naturales. Las actividades podrán realizarse en inmuebles rurales propios o no. c) Importación y Exportación: La importación y exportación de dichos bienes y su distribución y comercialización en cualquier forma, incluyendo la importación de componentes, piezas y otros elementos destinados a repuestos, Autopartes. d) Industriales: La producción, fabricación, transformación o elaboración de productos relacionados con su objeto comercial sean mecánicos, eléctricos o electrónicos. e) Representaciones: ejercer representaciones, mandatos, agencias, comisiones, consignaciones, gestiones, distribución de productos y mercaderías de cualquier tipo importadas o nacionales sin limitación. f) Inmobiliaria: mediante la adquisición, venta, permuta, explotación, locación o arrendamiento, fraccionamiento, administración y construcción en general de inmuebles, urbanos o rurales; efectuar loteos subdivisiones, anexiones, unificaciones, Parquizaciones y urbanizaciones; afectación a pre horizontalidad y propiedad horizontal. g) Financieras: mediante el aporte de Capital a cualquier empresa, en giro o en vías de formación, y la intervención con fondos propios en créditos o financiaciones en general, el otorgamiento de créditos, con intereses y/o cláusulas de ajuste, fianzas o avales; tomar dinero en préstamo; constituir, transferir, sustituir, ampliar, modificar y cancelar hipotecas, prendas y demás derechos reales; comprar, vender y negociar títulos,

acciones y toda clase de valores mobiliarios y papeles de crédito, en cualquiera de los sistemas o modalidades creados o a crearse; celebrar contratos de "leasing"; emitir "debentures" y "warrants", y comercializarlos, como asimismo los emitidos por otras sociedades; realizar toda clase de operaciones financieras permitidas por las leyes con exclusión de las comprendidas en la Ley de Entidades Financieras y toda otra que requiera el concurso público; ejercer los actos que no sean prohibidos por las leyes y por este estatuto. Para el cumplimiento de sus fines, la sociedad tiene plena capacidad jurídica para adquirir derechos contraer obligaciones y realizar todos los actos y operaciones que se relacionen directa o indirectamente con el objeto social". Nicolás Jose Nomdedeu, Contador Público.

Provincia: BUENOS AIRES Fecha: 28/05/2018

NALDO LOMBARDI S.A. POR 1 DIA - Cesion de Créditos. Se notifica que ha cedido en propiedad fiduciaria a TMF Trust Company (Argentina) S.A., no a título personal sino en calidad de fiduciario del Fideicomiso Financiero "Naldo Serie V" , los créditos originados por NALDO LOMBARDI S.A. derivados de la venta financiada de productos comercializados por NALDO LOMBARDI S.A., que son originados a través de sus sucursales y se encuentran instrumentados en los Documentos, que se identifican dentro de los discos compactos no regrabables incluidos en la comunicación de oferta de transferencia fiduciaria provista al referido fiduciario y, en su caso, en el disco compacto a ser presentado ante la Comisión Nacional de Valores (Expte: N° 1090/2018). Todo ello en el marco del contrato de fideicomiso y el acuerdo de integraciones parciales celebrados con fecha 6 de abril de 2018. El presente aviso importa notificación en los términos del art. 1620 del Código Civil y Comercial de la Nación. Firmado por Rodolfo Javier Guazzaroni DNI 23.398.239, autorizado por Acta de Directorio de NALDO LOMBARDI S.A. de fecha 11 de diciembre de 2017. Jn. 69.589

Provincia: BUENOS AIRESFecha: 05/03/2018

NALDO LOMBARDI S.A. POR 1 DIA - Se notifica que NALDO LOMBARDI S.A. ha cedido en propiedad fiduciaria a TMF Trust Company (Argentina) S.A., no a título personal sino en calidad de fiduciario del Fideicomiso Financiero "Naldo Serie IV", los créditos originados por NALDO LOMBARDI S.A. derivados de la venta financiada de productos comercializados por NALDO LOMBARDI S.A., que son originados través de sus sucursales y se encuentran instrumentados en los Documentos, que se identifican dentro de los discos compactos no regrabables incluidos en la comunicación de oferta de transferencia fiduciaria provista al referido fiduciario y, en su caso, en el disco compacto a ser presentado ante la Comisión Nacional de Valores (Expte: N° 209/2018). Todo ello en el marco del contrato de fideicomiso y el acuerdo de integraciones parciales celebrados con fecha 18 de diciembre de 2017. El presente aviso importa notificación en los términos del art. 1620 del Código Civil y Comercial de la Nación. Firmado por Darío Quagliaroli, DNI 17.466.298 autorizado por Acta de Directorio de NALDO LOMBARDI S.A. de fecha 11 de diciembre de 2017. Darío Guagliaroli, Gerencia Administrativa. Jn. 69.087

COMERCIALES

El retail que no miramos: qué cadenas pisan fuerte en el interior
Fuente: https://www.forbesargentina.com/ Fecha: 09-07-2020

Las cadenas de electrodomésticos locales y regionales compiten fuertemente con las grandes del sector y, aunque casi no tienen presencia en la Ciudad de Buenos Aires, ostentan aproximadamente un 30% del negocio de electrónica en el país.

En un año donde los récords comerciales van a brillar por su ausencia, el retail de electrodomésticos y artefactos del hogar en el interior del país incrementan su participación de mercado y les hace frente a grandes como Frávega, Garbarino y Musimundo, que concentran el mayor porcentaje de ventas en la Ciudad de Buenos Aires y alrededores.

Pese a la caída del gasto que comenzó a evidenciarse en 2018, sumada a la aparición del COVID-19 este año, las ventas de electrodomésticos y productos del hogar a precios corrientes durante el primer trimestre de 2020 totalizaron $ 29.893 millones, lo que representa una variación porcentual del 33% respecto del primer trimestre del año pasado, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC). Esta cifra no solo contempla a las grandes cadenas, sino también a los pequeños comercios y supermercados.

De ese total, en el interior del país (sin considerar Buenos Aires y Gran Buenos Aires) las ventas fueron de $ 15.208 millones, mostrando un incremento del 24,5% respecto del mismo período del 2019. En facturación este dato muestra poco más del 49% de presencia de los comercios de las provincias argentinas sobre el mercado de electrodomésticos nacional.

Si se toma el último año, la facturación del sector, según INDEC, alcanzó los $ 119.610 millones, correspondiéndole al interior del país cerca del 46%, lo que representa alrededor de $ 64.000 millones. Estimaciones de actores del sector indican que el 70% de esas ventas corresponden a las cadenas, por lo que su facturación ascendería a $44.800 millones. El 30% restante se lo llevan los supermercados, que cada vez destinan más superficie a exhibir este tipo de productos.

Esta participación fue aumentando en los últimos años, principalmente por el ritmo de las buenas cosechas que incrementan la capacidad de gasto y motorizan el consumo.

Es por ello que hablar de **NALDO**, Pardo, Castillo, Fava o Cetrogar ya no es hablar de pequeños jugadores. Estas cadenas de "tierra adentro" junto con otras tantas representan un 30% de las ventas de electrodomésticos y artefactos del hogar que se comercializan en todo el país. Asimismo, su presencia es tan amplia que alcanza el 70% del mercado.

El crecimiento en facturación es tal que hoy todas juntas alcanzan la misma participación del mercado -en términos de ventas- que puede tener Frávega.

Lejos de las grandes cadenas como Frávega, Musimundo, Rodó o Garbarino -cuasi en bancarrota (ver recuadro)-, el interior juega un rol muy importante. Es así que la cercanía real con los clientes y los mecanismos de financiación propia son parte del secreto de su éxito.

A ello se suma la incorporación de ciertos rubros, como motos, acondicionadores de aire, telefonía o colchones, y es por eso que el interior tiene un peso muy importante y propician planes de expansión muy agresivos en las provincias.

Tratar al cliente como un amigo, ofrecerle un crédito personal a su medida y entablar una relación comercial que trascienda las fronteras

de una simple transacción es la estrategia comercial que rige en este tipo de comercios. “Hubo un crecimiento significativo en el retail del interior luego de 2017, donde hubo una recuperación propulsada por el agro”, explica Eduardo Echevarría, economista y Project Manager en GFK Retail and Technology.
“Contrariamente, en el mismo período en Capital Federal y Gran Buenos Aires retrocedía la recaudación, impactada por la quita de subsidios a determinados servicios públicos, algo que en el interior no tuvo repercusión, dado que nunca los tuvo”.
Si bien no hay datos relevados de facturación de cada una, entre el grupo de las de mayor expansión se encuentra Grupo Márquez, con 150 sucursales, Cetrogar (81), **NALDO LOMBARDI (55),** Pardo (53), Grupo Gaona (45) y Fava (13). Otros nombres fuertes que se suman al segmento son Grupo Lilino, Castillo, Grupo Acceder, Hogar-net, Dar y Ama Hogar.
Si bien muchas de estas cadenas cuentan como medio de pago con las tarjetas de crédito habituales, es el financiamiento propio el que gana terreno, llegando a aquellos sectores que no se encuentran bancarizados. Este tipo de financiamiento supera el 50% de las ventas que no se realizan en efectivo, según informan fuentes del sector.
“El crédito propio pesa mucho más que un Ahora 12 en estos comercios y es realmente un servicio para los clientes de estas tiendas”, asegura María Leroy, Retail Manager Argentina de GFK. “No por nada al comenzar a flexibilizarse la cuarentena lo primero que se abrió en estos locales fueron las bocas de cobro”.
El hecho de conocer a todos los empleados e ir todos los meses a pagar su cuota genera o afianza una relación previa que se establece mediante la confianza mutua. Esto no quiere decir que el servicio que ofrecen estos comercios no sea exigente: si la atención decae, el cliente se va.
El desplazamiento de las cadenas del interior fuera de su zona de origen hacia otras regiones se consolidó a partir de 2010 con el boom del consumo. Ese fenómeno les dio la flexibilidad necesaria para comenzar a caminar hacia otras regiones. Algunas de ellas comenzaron a acercarse tímidamente a la Ciudad de Buenos Aires y a emplazarse en el Conurbano y a los barrios menos céntricos. Tal es el caso de Coppel, Cetrogar o Grupo Márquez.
El caso más emblemático fue el de Megatone, firma oriunda de Santa Fe, que tras desembarcar en Capital Federal en 2011 compró la cadena Musimundo en unos US$ 15 millones, más una deuda concursal de US$ 250 millones. Luego se sumaría Grupo Carsa al licenciamiento de la ex casa de discos.
De la mano de este impulso, los fabricantes de línea blanca y electrodomésticos también se volcaron fuertemente hacia el sector, el cual se convirtió en su principal cliente. Además, algo que supieron hacer muy bien estos comercios fue formar grandes grupos de compra para poder abastecerse a mejores precios.
José Lilino, presidente de la Federación Argentina del Comercio en Artefactos para el Hogar y Afines (FACA), atribuye también este crecimiento a la llegada de una nueva generación de directivos a estas empresas que, mayormente, son familiares. “Hubo incorporación joven a estos comercios que apostaron e introdujeron nuevos formatos y estrategias. Muchos se apuntalaron en la venta online, algo que cinco años atrás era menor”.
Quienes no supieron adaptarse quedaron en el camino; tal el caso de Lucaioli-Saturno, con más de 30 locales distribuidos en Buenos Aires, La Pampa, Neuquén, Río Negro, Santa Cruz, Chubut y Tierra del Fuego. En 2018 la compañía tenía deudas bancarias por más de $ 150 millones a las que no podía hacer frente, y buscó refinanciar pasivos con una convocatoria de acreedores que no llegó a buen puerto.
Sucede que la empresa había iniciado un gran proceso de expansión que le generó un alto nivel de endeudamiento, al cual le siguió una caída en ventas que ennegreció más el panorama.
La red hace la fuerza
Existe también un entramado conformado por comercios de electrodomésticos de distinta procedencia que también toma impulso en el interior. Ellos conforman grupos de compra que comercialmente logran la fuerza y los beneficios que ofrecen las grandes empresas.
FACA no solo agrupa las cadenas sino también a estas pymes que se nuclean en grupos para competir de igual a igual por este mercado en crecimiento. “Si bien las cadenas avanzan en crecimiento de sucursales en todas las localidades, también lo hacen las redes con sus asociados. Aunque no tan ruidosamente como las grandes firmas, abren sucursales en pequeñas y medianas plazas con firmeza y solidez económica”, explica Lilino.
Hoy el comercio tradicional, agrupado en redes, se encuentra muy sólido compitiendo de igual a igual, aunque no en las mismas condiciones de las grandes cadenas, que tienen financiamiento de las principales tarjetas de crédito y otras entidades. Estas tiendas tienen una estructura mediana y costos operativos inferiores a los de las más grandes. La mayoría de las empresas tienen entre 10 y 50 empleados, pero son unidades de trabajo muy optimizadas porque son ad- ministradas por sus propios dueños.
Entre las redes o grupos de compras, se encuentra liderando el negocio Red del Sol con 228 asociados, le siguen Red del Interior con 190 socios comerciales, y Red Acero con 83.
El cliente del interior, aseguran desde estos comercios, es diferente del de Capital Federal; si la experiencia de compra le resulta satisfactoria, por lo general, permanece fiel a una empresa.
“Según cada zona, el comportamiento de los clientes varía”, explica Lilino. “En las zonas más densamente pobladas, y las que por consiguiente están más bancarizadas, se manifiesta la 'infidelidad' del cliente, el que se ve bombardeado de ofertas y catálogos, de cadenas y comercios locales”.
Así, conviven distintas clases de consumidores: los que solo buscan un precio más bajo, sin importar origen, calidad ni atributos; los “infieles”, y el de los pequeños comercios tradicionales que venden productos confiables y garantizados con pruebas previas para no tener problemas posteriores. Los clientes descansan en saber que los dueños están más cerca del mostrador.
En términos generales, la misma batalla que libran los supermercados por los espacios es la que se libra en el mercado de electro, en el que además las cadenas compiten con los negocios de alcance nacional.
La batalla de los grandes
La competencia es muy dura, y las grandes cadenas se tratan de diferenciar, ya sea con alianzas y ofertas de productos exclusivos como pueden ser la telefonía, TV o informática, con acuerdos con ciertas marcas de primera línea, con líneas de crédito propias o tarjetas de afinidad, con servicios adicionales como la garantía extendida o con lanzamientos exclusivos de productos. Sin embargo, son tiempos duros para estos grandes jugadores. A la caída del gasto se le suman los múltiples Marketplace que ofrecen variedad y precios, “sacando a los clientes de las calles”.
Garbarino es quizás el caso más representativo. Con 200 puntos de venta, 2017 fue el año donde comenzó? su lenta caída y la necesidad

de reducir más de 100 puestos de trabajo. A ello le siguió la posibilidad de quiebra, siempre a la vuelta de la esquina.
La situación perduró hasta hoy cuando, al cierre de esta edición, se encuentra cerrando el acuerdo de venta con el empresario Carlos Rosales, un novel en el sector, presidente de Prof. Grupo Asegurador. Según allegados a la negociación, Rosales se haría cargo no solo de la deuda que contrajeron los hermanos Daniel y Omar Garbarino con los bancos Galicia y Santander, sino también de un desembolso inicial de $ 2.000 millones y el compromiso de mantener la nómina de 4.225 empleados, con entre $ 50 y $ 70 millones de sueldos adeudados.
Según el Instituto de Estudios de Consumo Masivo (INDECOM), Musimundo sigue en la lista de quienes tienen en peligro su operación. Ya entre 2018 y 2019 cerraron 52 locales mayoritariamente en el interior del país; y en similar situación se encuentra Ribeiro.
"El resto de las empresas están hoy en rojo. Ya desde mediados de 2019 las ventas no dejaron de bajar, a lo que se sumó la última escalada del dólar, el cupo de compra máxima de la moneda norteamericana y el Coronavirus, que desde febrero viene restando la posibilidad de abrir los locales y vender, más allá de la baja de ventas propiamente dicha", asegura la consultora dirigida por Miguel Calvete.
Las cadenas por separado anunciaron pérdidas individuales anuales en el año 2019 de un promedio de
$ 1.450 millones, lo que, sumado a la condición de la pandemia, hizo que el 2020 derrumbara su futuro con deudas de alquileres, servicios, salarios y proveedores, entre otras.
Mientras los locales de electrodomésticos aún permanecen cerrados, el sector se ve obligado a vender on line, algo que de todos modos no impulsa las ventas, ya que el consumidor apremiado por la cuarentena se inclina mayormente hacia productos esenciales y no hacia los electrodomésticos.

ALERTAS DE PRENSA

Un comercio deberá resarcir con $50.000 a cliente viedmense por un celular
Fuente: RIO NEGRO Fecha: 28/05/2020

El hombre tras comprar el celular, también contrató en la misma firma una extensión de garantía. Pero todo falló y la Justicia determinó el resarcimiento.
Una empresa comercializadora de electrodomésticos deberá resarcir a un cliente de Viedma que compró un celular, contrató en la misma firma una extensión de garantía y luego no obtuvo respuestas cuando el aparato dejó de funcionar.
Además de reponer el valor del celular, **NALDO LOMBARDI** deberá pagar un monto extra que casi triplica el costo actual del teléfono móvil, en concepto de daños por las molestias y la atención inadecuada a sus reclamos por unos 50.000 pesos.
El hombre compró un equipo LG Black Blue-Open y contrató una extensión de garantía por un año. A los pocos meses, el equipo se apagó y no volvió a encender, por lo que se acercó al comercio a fin de que lo reparen.
En el comercio le informaron que debía comunicarse con un teléfono de atención al cliente del fabricante. Finalmente lo envió por correo al servicio técnico indicado. Luego se dirigió en diversas ocasiones a **NALDO LOMBARDI** para consultar por la reparación, sin obtener respuestas satisfactorias.
El teléfono nunca regresó de Bahía Blanca, donde está el centro de reparaciones.
De esta manera, el cliente hizo un reclamo a Defensa del Consumidor y finalmente inició un proceso de menor cuantía en el Juzgado de Paz de Viedma.
La sentencia de la jueza de Paz, tras analizar la prueba, concluye que "teniendo en cuenta que las partes en esta categoría de contratos se encuentran en situaciones demasiado desiguales, esta magistratura se ve obligada a adoptar soluciones progresistas e integradoras para garantizar la justicia".
Para cuantificar el daño se tuvo en cuenta que "la telefonía celular garantiza una conectividad que se ha vuelto necesaria en la vida de las personas, desde el servicio de mensajería y redes sociales, hasta para comprar mercadería, bienes de uso diario, contratar servicios, concretar operaciones bancarias, financieras y de consumo".
Por la aplicación de los intereses, el costo del teléfono se triplicó. Su valor de entonces era de 7000 pesos, pero con la actualización, más los daños, la empresa deberá abonar casi 50 mil pesos.
Los casos de menor cuantía son gratuitos
Las acciones de menor cuantía permiten a los ciudadanos resolver reclamos de hasta 50 mil pesos de una manera más rápida, sencilla y en cualquier ciudad, pueblo o paraje que cuente con un Juzgado de Paz.
El Poder Judicial rionegrino cuenta con 49 Juzgados de Paz extendidos en todo el territorio provincial. Son, en muchos casos, la opción más cercana de los ciudadanos a la hora de resolver conflictos vecinales o realizar determinados trámites.
El procedimiento es gratuito para garantizar el acceso a la justicia. Además, es informal y respeta los principios de bilateralidad, igualdad y colaboración.

INFORMACION DE MERCADO

El impacto de la cuarentena en la compra de electrodomésticos: cómo cambiaron las prioridades de los argentinos
Fuente: INFOBAE Fecha: 31/08/2020

El mercado de artefactos eléctricos y a gas pasó de USD 390 millones por mes en 2017 a USD 195 millones en 2019 y se derrumbó a USD 4 millones en abril último. Ahora repuntó a USD 24 millones
La ausencia de un plan económico, con objetivos claros y uso de instrumentos consistentes en los planos monetario, fiscal y cambiario, a la espera del arreglo de los plazos de vencimientos de la deuda pública, y la irrupción del COVID-19 fueron la combinación perfecta para reducir al mínimo el mercado de artefactos para el hogar, porque ese escenario agravó la situación social, la caída del poder de compra de los salarios y de las jubilaciones a mínimos en 15 años, y la capacidad de endeudamiento de las familias.

Los últimos datos del Indec sobre la Encuesta de Ventas de los Comercios de Electrodomésticos y artículos para el hogar correspondiente a junio dieron cuenta de un monto de operaciones equivalente a sólo USD 23,5 millones al tipo de cambio libre, apenas el 2% a 3% del total de las compras de dólar ahorro por parte de unas 5 millones de personas; aunque claramente mejor que el mínimo de transacciones por menos de USD 4 millones que se declararon en abril, cuando el efecto pleno del segundo y tercer módulo de 14 días de aislamiento social preventivo y obligatorio que se decretó desde el 21 de marzo.
En junio el mercado se contrajo al equivalente a USS 23,5 millones, apenas el 2% a 3% del total de las compras de dólar ahorro por parte de unas 5 millones de personas
El promedio de ventas en 2017, último año con modesto crecimiento de la actividad económica, registrada por el Indec en ese rubro era equivalente a unos USD 32 por familia. En ese momento, prácticamente no había brecha entre el tipo de cambio oficial y libre.
Pero después, desaciertos de política económica fueron dinamitando gradualmente todos los mercados, hasta caer en un promedio de facturación por la venta total de electrodomésticos, electrónicos y artefactos a gas a USD 16 por hogar por mes en 2019, y a unos 30 centavos de dólar en abril, momento a partir del cual comienza a recuperarse a tasas dinámicas, de más del 100% en junio respecto de mayo, pero en valores absolutos significó pasar a un rango medio cercano a USD 2 por grupo habitacional.
La drástica caída de los ingresos reales de las familias en comparación con los costos de productos que contienen una alto componente de tecnología e insumos importados, y un precio de la mano de obra muy superior al promedio, en particular en los equipos que se arman en el sur del país; más el aumento del endeudamiento de muchos consumidores, en particular los que se desempeñan en tareas decretadas no esenciales y sin posibilidad de desempeñar desde los hogares, anticipan una lenta recuperación del mercado a los valores pre cuarentena, primero, y pre inicio de la recesión, después.
Los rubros más afectados y las excepciones
Como es común en tiempos de crisis hay rubros que sufren con mayor rapidez que otros los efectos, y también los que tienen la posibilidad de un rebote más rápido, según las características de la estacionalidad y de los cambios tecnológicos, en particular en los rubros orientados al público joven, como el de la telefonía inteligente; o las oportunidades de compra para quienes tienen guardados dólares billetes.
Por volumen de mercado en unidades, el más representativo es el de TV, en el agregado de sus versiones desde los básicos hasta los más “inteligentes”, con un total al año de 2,3 millones de unidades entre 2017 y 2018. En 2019 se desplomó a 1,3 millones y con la llegada del COVID-19 y la prohibición de apertura de comercios en avenidas y centros de compras desde fines de marzo, cayó a un ritmo cercano al millón de equipos por año entre marzo y abril, parecía que se potenciaba a más de 1,4 millones en mayo, pero volvió a debilitarse en junio, según la serie del Indec.
En la franja de electrónica para la comunicación, el trabajo y el esparcimiento, como el de computadoras (PC, notebooks, todo en uno, entre otros) y de las tabletas, se pasó desde un pico de 512 mil unidades y casi 1,1 millones en 2017 a 230 mil y 320 mil respectivamente dos años después. Y por efecto de la cuarentena el primer mercado se reactivó parcialmente a partir de mayo, probablemente por efecto de la difusión que fue adquiriendo el trabajo remoto, hasta alcanzar un volumen de ventas equivalente a 300 mil unidades por año, aunque en junio acusó una baja de más de 26%; mientras que el segundo acentuó la caída a un ritmo menor a los mil equipos en 12 meses, y si bien luego mejoró estaba un 30% inferior al del año anterior.
Rubros más imprescindibles, como es el caso de las heladeras y freezer, por un lado, y cocinas a gas y eléctricas por hogar, y también lavarropas, que cuentan con un importante mercado de reposición y además con la demanda por parte de nuevos hogares, tampoco pudieron escapar al fenómeno de la recesión, primero, y de las restricciones para la venta y entrega después, con la cuarentena.
En el caso de la línea de frío, frente a un volumen de ventas de 616 mil unidades en 2017 se contrajo a 451 mil en 2019 y se contrajo al equivalente de 160 mil en abril último, y avanzó a la zona proyectada de 385 mil unidades en junio.
El agregado de cocinas a gas y eléctricas, la contracción fue similar en los últimos dos años al que acusó la franja de heladeras, pero con la llegada del ASPO tuvieron una reacción dispar, aunque con la flexibilización posterior, tendieron a equipararse en mayo y junio, y ambos rubros quedaron, como la media del mercado de artefactos para el hogar muy lejos de los niveles de 3 años antes.
Lavarropas fue otro rubro que no pudo escapar a la recesión general en los dos años previos, mientras en 2020, tras la caída en un 16% en abril, se recuperó rápidamente, y los niveles de ventas de mayo, y en particular de junio, alcanzaron un ritmo superior a las 560 mil máquinas, un 5% mayor al registro de 2019 cuando terminó con 527.221 unidades.
Por el contrario, en telefonía celular, como en consolas de video juegos, las ventas acompañaron la contracción general, y la mejora observada en mayo y junio fue muy débil como para aproximarse a los ya pobres registros de 2019, con un ritmo equivalente anual inferior a las 200 mil unidades en el primer caso y 130 mil en el segundo, cuando en 2017 habían superado los 612 mil y 861 mil, respectivamente.
Balance a tres bandas
Los datos completos de la primera mitad del año, en la que una parte se caracterizó por la inercia de la recesión anterior, más los efectos de la falta de un plan económico capaz de revertir la tendencia; y la otra dominada por la cuarentena, con muy pocas actividades habilitadas para operar, en particular en lo que respecta al mercado de venta al público de aparatos y artefactos para el hogar en locales ubicados en avenidas y centros comerciales, dan cuenta que en junio sobre 22 grandes rubros que divide la estadística el Indec se anotaron 15 con niveles superiores a los mínimos de febrero, pre cuarentena: calefactores y estufas, eléctrica y a gas; secarropas y lavavajillas; PC y notebook; calefones y termotanques; TV; iPod, Mp3, 4 y 5; pequeños electrodomésticos; cocinas a gas; y consolas de video; virtualmente se estancó el de celulares; y se mantuvieron por debajo los 6 restantes: heladeras y freezer; equipos de audio; teléfonos fijos y accesorios; equipos de aire acondicionado; GPS y ventiladores.
En cambio, en el cotejo interanual, en el cual la comparación resulta homogénea desde el punto de vista de la estacionalidad de cada segmento, las mejoras se limitaron a 6 segmentos: cámaras digitales; equipos de aire acondicionado; impresoras y scanner; equipos de audio; cocinas y hornos eléctricos; heladeras y freezer; se estabilizó el de calefactores; y mantuvieron la senda recesiva los 15 restantes.
Mientras que en comparación con el último año en crecimiento de la economía, aunque muy modesto, de los 22 rubros considerados sólo uno superó holgadamente el ritmo de venta equivalente anual de ese año: el segmento de los equipos de aire acondicionado; se estancó el de ventiladores; mientras que el resto acusa caídas del 11% en heladeras; 30% en impresoras y scanner, cocinas eléctricas, pequeños electrodomésticos, calefones y cocinas; 40% en calefactores, TV y secadoras y lavavajilla; se intensifica al rango de 50% a 70% en cámaras digitales, teléfonos celulares, PC y notebook, teléfonos fijos, consolas de juegos y tabletas; y con disminuciones aún mayores en equipos

de audio, IPod, Mp3, 4 y 5 y GPS.
Recuperar niveles históricos de producción y ventas de artefactos para el hogar exigirá mucho más que políticas activas por parte del Gobierno con uso de la emisión monetaria y nuevo endeudamiento del sector público. Se necesitará recrear un clima de confianza para que los ahorros inactivos fuera del sistema bancario por parte del sector privado se puedan canalizar a los préstamos a las familias y a inversiones de las empresas, dos caminos claves para impulsar el empleo y el consumo de bienes durables.