Análisis de Crédito de: LABORATORIOS ECOVITA SA

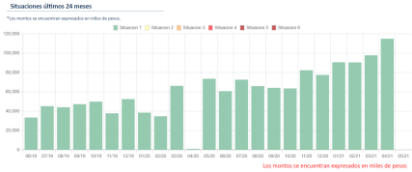
INFORMACIÓN FORMAL

Razón Social	LABORATORIOS ECOVITA SA	**Fecha :**	jul-21
Cuit	30-70806847-7		
Domicilio	TUCUMAN 540 Piso:27 Dpto:I/J, (1049), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA		
Teléfonos	47538206		
Forma Jurídica	SOCIEDAD ANONIMA		
Fecha De Const.	21/8/2002		
Pat. Neto 2020	$ 83 341 684		
Cantidad Empleados	70 Aprox.		
Domicilio Legal	TUCUMAN 540 Piso:27 Dpto:I/J, (1049), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA		

SITUACIÓN BANCARIA

Total Endeud. Promedio	may-21	$ -

BANCOS	MONTO	Período Inf.	Sit	%
MULTIFINANZAS CIA FINANC	-	5/2021	1	0,0%
NACION ARGENTINA	-	5/2021	1	0,0%
ITAU ARGENTINA	-	5/2021	1	0,0%
SUPERVIELLE	-	5/2021	1	0,0%
SANTANDER RIO S.A.	-	5/2021	1	0,0%
PROVINCIA DE BUENOS AIRE	-	5/2021	1	0,0%
MACRO	-	5/2021	1	0,0%
INDUSTRIAL	-	5/2021	1	0,0%
HIPOTECARIO	-	5/2021	1	0,0%
GALICIA Y BUENOS AIRES	-	5/2021	1	0,0%
CREDICOOP COOP LIMITADO	-	5/2021	1	0,0%
CIUDAD DE BUENOS AIRES	-	5/2021	1	0,0%
BBVA FRANCES	-	5/2021	1	0,0%
	-	-	1	-
	-	-	1	-



INFORMACIÓN CONTABLE

	jun.-19	jun.-20
Activo	182.884.417	203.695.917
Activo Corriente	167.514.535	185.120.805
Activo No Corriente	15.369.881	18.575.112
Pasivo	106.014.874	120.354.233
Pasivo Corriente	106.014.874	120.354.233
Pasivo No Corriente	-	-
Patrimonio Neto	76.869.543	83.341.684
% PN / Activo	42,0%	40,9%
Ventas	482.594.436	499.858.938
% Var. Vtas.	3,6%	
Resultado Final	20.480.672	16.472.141
% Rent. / Vtas	4,2%	3,3%

	Fecha	Importe
Prom. Men. de Ventas	may-21	$ 47.912.225
Deudas Bancarizadas Act.	may-21	$ -

	jun.-19	jun.-20
Endeudamiento	1,38	1,44
ROA %	11,2%	8,1%
ROE %	26,6%	19,8%
Días Prom de Cobro	34	33
Días Prom de Pago	75	84
Días Prom de Stock	54	70
Cobertura de interés	-	-
Deuda Ban. / EBITDA	0,00	
Deuda Ban. / Ventas	0,00	

INDUSTRIA

ZONA GEOGRAFICA	CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA
PRODUCTO / SERVICIO	Fabricación y comercialización de productos de limpieza
TIPOS DE CULTIVO	N/A
PROVEEDORES	Plastiandino - B y C Packaging - Azko Nobel - Bolsapel - Impaco
CLIENTES	Coto - DIA - Wal Mart - La Anónima - Ink
ACTIVIDAD/ES	202908 - FABRICACIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS N.C.P. 464920 - VENTA AL POR MAYOR DE MATERIALES Y PRODUCTOS DE LIMPIEZA

CONCLUSIONES

LABORATORIOS ECOVITA S.A. es una empresa familiar que se dedica a la elaboración y comercialización de Productos de Limpieza, desde el año 2002 en la ciudad de Buenos Aires.
No registra juicios en su contra y opera con normalidad con el sistema bancario sin registrar cheques rechazados por Sin Fondos.
No presenta deuda exigible por AFIP en Aportes y Contribuciones a la Seg. Social. De su información contable a Junio 2020 se desprenden los siguientes indicadores a saber: Endeudamiento algo alto en 1.44, muy buena Liquidez en 1.54 y baja Solvencia en 0.69 (0.73 en el periodo anterior). Sus ventas registraron un leve crecimiento de 3.6% interanual, aunque su rentabilidad mostró un leve retroceso pasando de 4.2% al actual 3.3% s/ventas. Las ventas a 6/21 proyectarían un aumento de casi 15% interanual.
Ante lo dicho, la empresa podría ser asistida con las garantías correspondientes.

RESEÑA HISTÓRICA – GENERALIDADES

Laboratorios Ecovita S.A. es una PYME Argentina dedicada a la elaboración, envasamiento y comercialización de productos de limpieza. Elabora una amplia línea de productos para el cuidado del hogar y de las prendas.

Posee dos plantas: en Villa Maipú con 1.000 mts2 y en Loma Hermosa (producción, logísticas, oficinas) con 3.500 mts2. Cuenta con 68 empleados.

Estructura Societaria y Vinculaciones

SOCIOS / ACCIONISTAS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T	Porcentaje
ROTSZTEJN MARTA RITA	Argentina	27062217532	50
MELLICOVSKY DANIEL ELIAS	Argentina	20046234376	50

Fuente: Empresa

VINCULACIONES / EMPRESAS RELACIONADAS

No se detectó información.

PRINCIPALES DIRECTIVOS

Apellido y Nombres	Nacionalidad	C.U.I.T	Cargo
MELLICOVSKY GUIDO	Argentina	20308155189	Presidente
MELLICOVSKY JULIAN	Argentina	20244593551	Vicepresidente
DI CIENZO MARISA BEATRIZ	Argentina	27139808482	Directora Suplente

Fuente: Empresa

ANTECEDENTES DE PRINCIPALES DIRECTIVOS

MELLICOVSKY GUIDO - 20308155189

SCORE

82.2

MELLICOVSKY GUIDO

FECHA NACIMIENTO: 02/02/1984

SEXO: M

FINANCIERO



TOTAL	736 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	08/2020

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

ECHEVERRIA 1880 PISO:27, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

BARTOLOME CRUZ 1652 PISO:1701 T:FRSIA, (1638), VICENTE LOPEZ, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	LABORATORIOS ECOVITA SA (03/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/01/2014

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

MELLICOVSKY JULIAN - 20244593551

SCORE

87

MELLICOVSKY JULIAN

FECHA NACIMIENTO:	22/02/1975
SEXO:	M

FINANCIERO



TOTAL	325 000
BANCOS	1
ANTIGUEDAD SIT. 1	01/1999

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

ECHEVERRIA 1880 PISO:27, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

ECHEVERRIA 1880 PISO:27, (1428), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:

ARCE ESTEBAN 223, (1426), CAPITAL FEDERAL, CAPITAL Y GBA NORTE

ESTEBAN ARCE 233, BUENOS AIRES

FISCALES

EMPLEADO DE	LABORATORIOS ECOVITA SA (03/2021)
CLAE	SERVICIOS DE ASESORAMIENTO, DIRECCIÓN Y GESTIÓN EMPRESARIAL REALIZADOS POR INTEGRANTES DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN Y/O FISCALIZACIÓN EN SOCIEDADES ANÓNIMAS
INICIO ACTIVIDAD	01/08/2000

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

DI CIENZO MARISA BEATRIZ - 27139808482

SCORE

75.8

DI CIENZO MARISA

FECHA NACIMIENTO:	10/12/1959
ESTADO CIVIL:	CASADA/O
SEXO:	F

FINANCIERO



TOTAL	248 000
BANCOS	3
ANTIGUEDAD SIT. 1	06/1999

CHEQUES RECHAZADOS



BCRA no informa cheques rechazados

DOMICILIOS

DOMICILIO:

NAVARRO 4611 PISO:1 DPTO:2, (1419), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCAL:

NAVARRO 4611 PISO:1 DPTO:2, (1419), CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES, ARGENTINA

OTROS:

MANUEL ESTRADA 1425, (1676), SANTOS LUGARES, BUENOS AIRES, ARGENTINA

FISCALES

EMPLEADO DE	COOPERATIVA DE CREDITO, CONSUMO Y VIVIENDA NUEVO SIGLO LIMITADA (03/2021)
CLAE	TRABAJADOR RELAC. DEPENDENCIA
RIESGO FISCAL	NO

JUICIOS



no se detectó actividad judicial

Situación Comercial

PROVEEDORES

- PLASTIANDINO
- B Y C PACKAGING
- AZKO NOBEL
- BOLSAPEL
- IMPACO

CLIENTES

- COTO
- DIA
- WAL MART
- LA ANÓNIMA
- INK

MARCAS / PATENTES

LORDALI	**NOMBRE:** LORDALI **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 3 **ACTA:** 2771393 **BOLETÍN:** 0 **PUBLICACIÓN:** 30/12/1899
PRESSPRING	**NOMBRE:** PRESSPRING **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 3 **ACTA:** 3164502 **BOLETÍN:** 0 **PUBLICACIÓN:** 30/12/1899
ECOVITA	**NOMBRE:** ECOVITA **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 3 **ACTA:** 3391886 **BOLETÍN:** 0 **PUBLICACIÓN:** 30/12/1899
INSUPERABLE	**NOMBRE:** INSUPERABLE **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 3, 5 **ACTA:** 3613131 **BOLETÍN:** 4481 **PUBLICACIÓN:** -
HIDRAFLEX	**NOMBRE:** HIDRAFLEX **TIPO:** DENOMINATIVA **CLASE:** 3 **ACTA:** 3654418 **BOLETÍN:** **PUBLICACIÓN:** -

EVOLUCION DE LAS VENTAS

06-2018	06-2019	06-2020	Post Balance al 05-2021	Post Balance proy. al 06-2021	Deuda en Días Ventas sobre BCRA
$ 144 299 995	$ 482 594 436	$ 499 858 937	527.034.475	574.946.700	-

Situación Bancaria

CHEQUES RECHAZADOS

No se registran cheques rechazados.

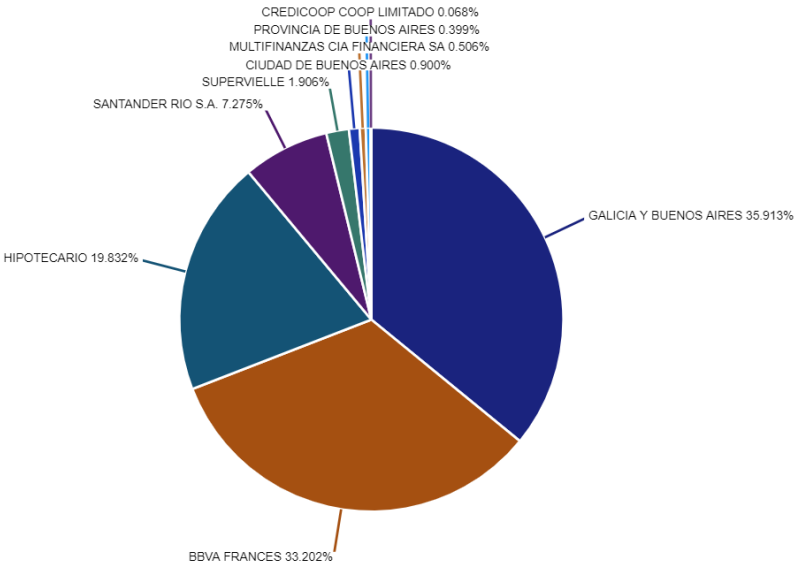
CENTRAL DE DEUDORES

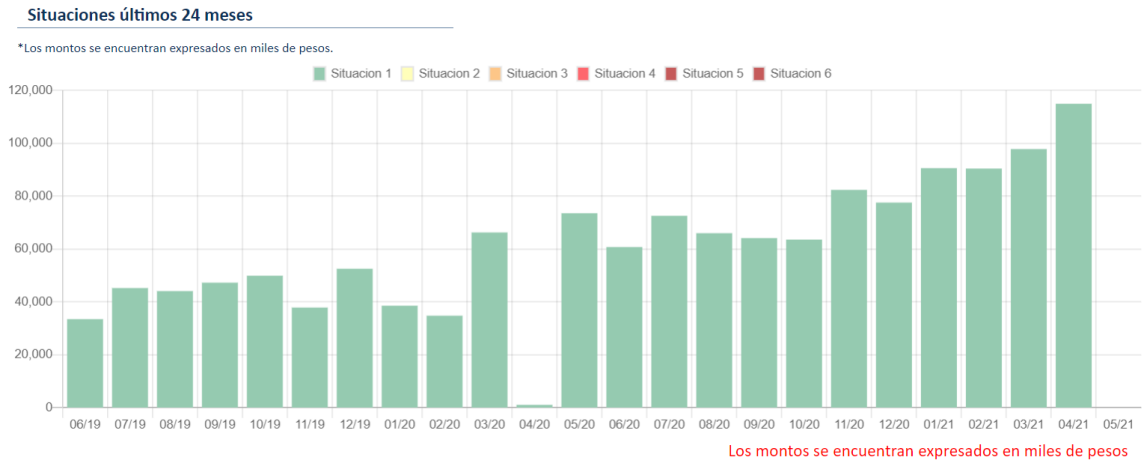
Banco	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	10/2019	11/2019	12/2019	01/2020
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
ITAU ARGENTINA				2,00		2 910,00	2 837,00	
BBVA FRANCES		15 084,00	14 989,00	15 137,00	12 225,00		14 742,00	11 604,00
SUPERVIELLE	883,00	505,00	79,00	5,00		870,00	2 105,00	
SANTANDER RIO S.A.	1 990,00	3 341,00	3 186,00	1 512,00	1 663,00	2 680,00	1 512,00	
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	5 399,00	4 541,00	4 766,00	5 377,00	4 757,00	5 237,00	5 172,00	3 945,00
NACION ARGENTINA	1,00							
MACRO	1 062,00	1 049,00	1 288,00	1 182,00	1 071,00	1 048,00	1 043,00	1 666,00
INDUSTRIAL	1 904,00	1 891,00	152,00	1 153,00	5 357,00	5 363,00	2 952,00	
HIPOTECARIO	1 059,00	1 071,00	1 059,00	61,00		2 159,00	1 678,00	2 370,00
GALICIA Y BUENOS AIRES	4 011,00	5 979,00	8 343,00	8 839,00	6 305,00	4 141,00	11 037,00	4 991,00
CREDICOOP COOP LIMITADO	9 624,00	5 537,00	5 742,00	4 497,00	4 096,00	3 951,00	3 007,00	8 611,00
CIUDAD DE BUENOS AIRES	7 502,00	6 206,00	4 447,00	9 470,00	14 400,00	9 466,00	6 417,00	5 338,00
TOTAL PERIODO	**33 435,00**	**45 204,00**	**44 051,00**	**47 235,00**	**49 874,00**	**37 825,00**	**52 502,00**	**38 525,00**

Banco	02/2020	03/2020	04/2020	05/2020	06/2020	07/2020	08/2020	09/2020
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA								
ITAU ARGENTINA		4 968,00		151,00				
BBVA FRANCES		13 237,00		11 503,00	5 316,00	5 656,00	10 246,00	9 131,00
SUPERVIELLE	1 844,00		1 015,00		9 932,00	3 450,00	912,00	3 662,00
SANTANDER RIO S.A.	1 045,00	2 952,00		9 097,00		9 338,00	7 355,00	6 769,00
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	3 021,00	3 066,00		853,00	654,00	744,00	515,00	383,00
NACION ARGENTINA				1,00				
MACRO	9 222,00	7 846,00					12,00	
INDUSTRIAL	37,00			2 677,00	1 912,00	3 779,00	2 021,00	
HIPOTECARIO				1 405,00	1 289,00	1 172,00	1 065,00	930,00
GALICIA Y BUENOS AIRES	6 713,00	10 081,00		39 876,00	33 917,00	40 935,00	33 015,00	35 034,00
CREDICOOP COOP LIMITADO		10 154,00		1 661,00	1 690,00	1 734,00	1 512,00	3 374,00
CIUDAD DE BUENOS AIRES	12 861,00	13 928,00		6 286,00	6 008,00	5 729,00	9 311,00	4 818,00
TOTAL PERIODO	**34 743,00**	**66 232,00**	**1 015,00**	**73 510,00**	**60 718,00**	**72 537,00**	**65 964,00**	**64 101,00**

Banco	10/2020	11/2020	12/2020	01/2021	02/2021	03/2021	04/2021	05/2021
MULTIFINANZAS CIA FINANCIERA SA				793,00			581,00	
ITAU ARGENTINA								
BBVA FRANCES	4 926,00	5 402,00	4 454,00	4 274,00	12 448,00	20 282,00	38 159,00	
SUPERVIELLE	15 788,00	14 359,00	3 049,00	485,00	370,00	1 378,00	2 191,00	
SANTANDER RIO S.A.	5 756,00	2 984,00	6 791,00	4 044,00	1 646,00	11 989,00	8 361,00	
PROVINCIA DE BUENOS AIRES	346,00	404,00	318,00	276,00	300,00	343,00	458,00	
NACION ARGENTINA								
MACRO			1 045,00	1 047,00	26,00			
INDUSTRIAL		76,00		731,00	23,00			
HIPOTECARIO	805,00	16 060,00	24 072,00	33 222,00	37 208,00	26 014,00	22 793,00	
GALICIA Y BUENOS AIRES	30 560,00	32 850,00	30 385,00	40 229,00	35 574,00	35 990,00	41 274,00	
CREDICOOP COOP LIMITADO	1 163,00	4 106,00	1 327,00	2 097,00	470,00	277,00	78,00	
CIUDAD DE BUENOS AIRES	4 190,00	6 101,00	6 097,00	3 366,00	2 342,00	1 511,00	1 034,00	
TOTAL PERIODO	**63 534,00**	**82 342,00**	**77 538,00**	**90 564,00**	**90 407,00**	**97 784,00**	**114 929,00**	

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)

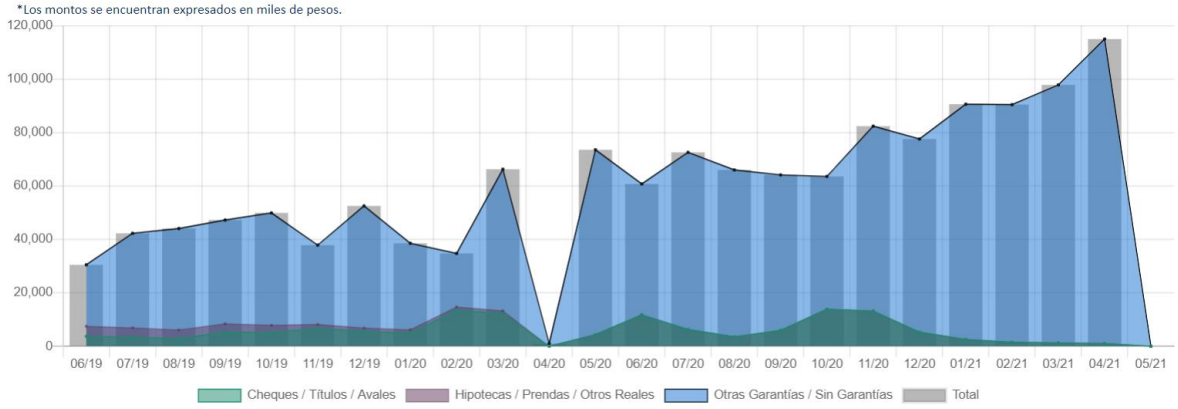




Los montos se encuentran expresados en miles de pesos

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

No se detectó información.

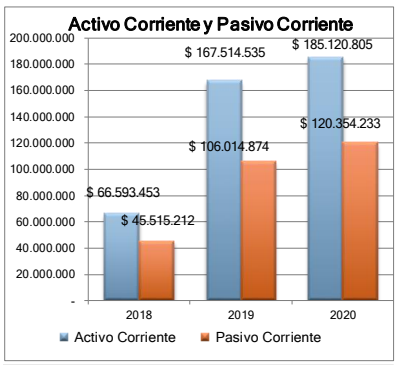
Información Económica / Financiera

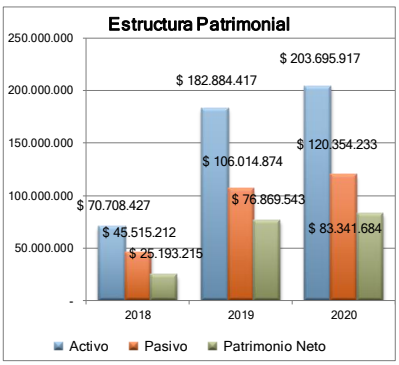
DATOS CONTABLES

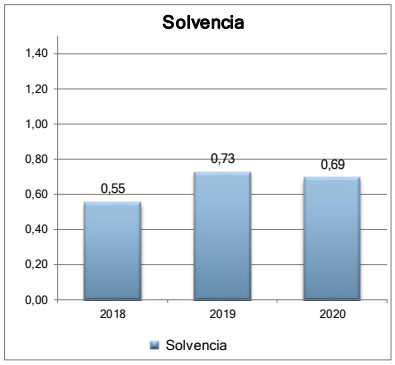
Períodos Analizados	2018/2019/2020		
Concepts	06/2018	06/2019	06/2020
Caja y Bancos	13.945.818,0	22.616.421,0	28.794.791,0
Inversiones corrientes	0,0	0,0	0,0
Creditos por ventas	20.311.702,0	53.943.966,0	55.365.220,0
Otros Créditos	17.959.291,0	51.109.844,0	45.541.799,0
Bienes de Cambio	14.376.643,0	39.844.304,0	55.418.995,0
Bienes intangibles	0,0	0,0	0,0
Otros activos corrientes	0,0	0,0	0,0
Activo Corriente	**66.593.453,0**	**167.514.535,0**	**185.120.805,0**
Otros Créditos no corrientes	0,0	0,0	0,0
Otras inversiones no corrientes	0,0	0,0	0,0
Bienes de Uso valor de origen	6.006.705,0	16.906.869,0	26.472.754,0
Depreciación acumulada	1.891.731,0	1.536.988,0	7.897.642,0
Bienes de Uso	4.114.974,0	15.369.881,0	18.575.112,0
Activos intangibles no corrientes	0,0	0,0	0,0
Otros activos no corrientes	0,0	0,0	0,0
Activo no Corriente	**4.114.974,0**	**15.369.881,0**	**18.575.112,0**
ACTIVO	**70.708.427,0**	**182.884.417,0**	**203.695.917,0**
Deudas Comerciales	25.814.910,0	53.071.174,0	68.657.694,0
Deudas bancarias	7.687.547,0	27.525.797,0	27.318.710,0
Deudas sociales	2.162.300,0	4.400.536,0	4.634.009,0
Deudas fiscales	9.850.454,0	21.017.367,0	19.743.819,0
Otros Pasivos	0,0	0,0	0,0
Pasivo Corriente	**45.515.212,0**	**106.014.874,0**	**120.354.233,0**
Deudas Comerciales	0,0	0,0	0,0
Deudas bancarias	0,0	0,0	0,0
Deudas fiscales	0,0	0,0	0,0
Otros Pasivos	0,0	0,0	0,0
Previsiones	0,0	0,0	0,0
Pasivo no Corriente	**0,0**	**0,0**	**0,0**
PASIVO	**45.515.212,0**	**106.014.874,0**	**120.354.233,0**
Capital social	12.972,0	241.431,0	241.431,0
Resultados Acumulados	25.180.244,0	76.628.112,0	83.100.253,0
PATRIMONIO NETO	**25.193.215,0**	**76.869.543,0**	**83.341.684,0**
PASIVO + PATRIMONIO NETO	**70.708.427,0**	**182.884.417,0**	**203.695.917,0**
Ventas	144.299.995,0	482.594.436,0	499.858.938,0
Compras del ejercicio	74.302.778,0	269.217.988,0	288.959.349,0
Costo de Ventas	83.338.916,0	292.515.019,0	325.700.136,0
Margen Bruto	60.961.079,0	190.079.417,0	174.158.802,0
Amortizaciones	602.447,0	958.237,0	671.269,0
Gastos Comerciales	15.347.638,0	34.659.993,0	33.667.258,0
Gastos Administración	11.224.538,0	65.104.535,0	65.451.074,0
Gastos Financieros	2.367.051,0	54.774.911,0	42.569.475,0
Otros ingresos	0,0	859.837,0	0,0
Otro egresos	8.875.624,0	0,0	4.080.680,0
Impuesto a las ganancias	8.101.180,0	15.919.143,0	11.918.173,0
Resultado del ejercicio	**15.045.048,0**	**20.480.672,0**	**16.472.141,0**
EBITDA	**26.115.726,0**	**92.132.963,0**	**71.631.058,0**

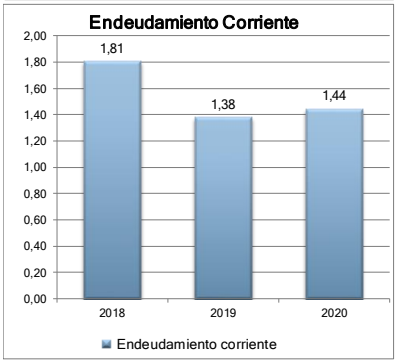
Importes Expresados en Pesos

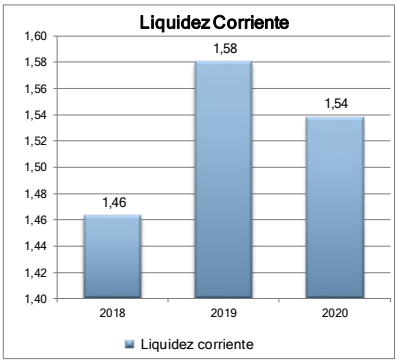
PRINCIPALES INDICADORES

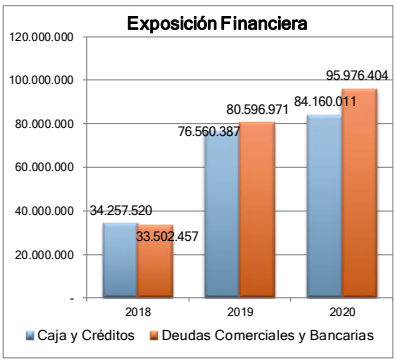


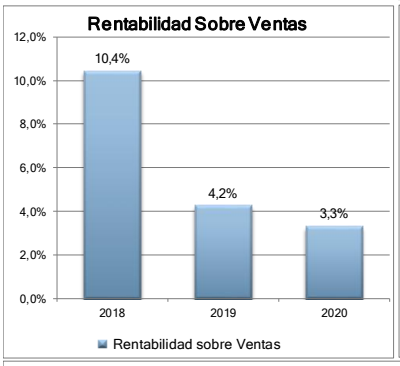


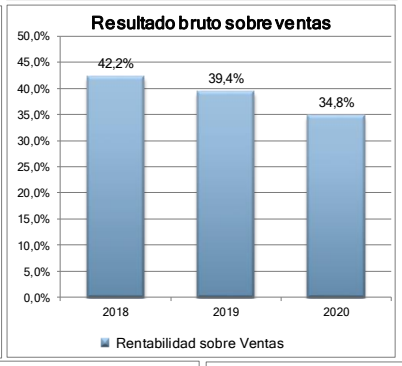


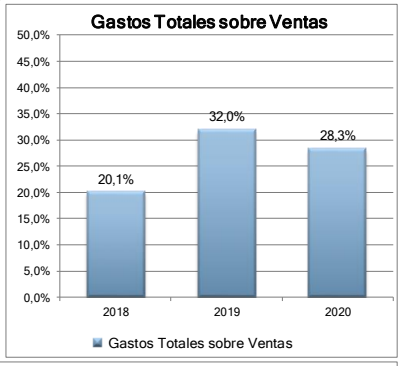


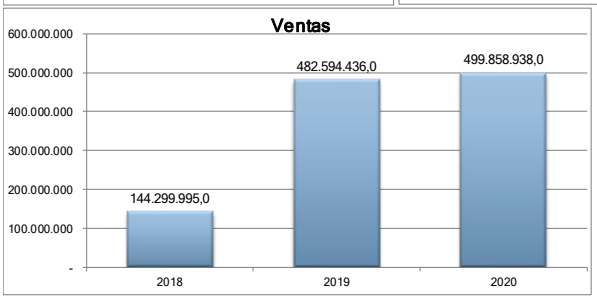


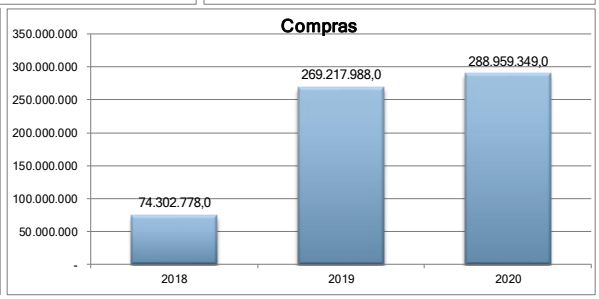












GLOSARIO
Solvencia (Patrimonio Neto / Pasivo): Indica la relación entre el Pasivo Total con su Patrimonio.
Endeudamiento Corriente (Pasivo Corriente / Patrimonio Neto): Es la proporción que representan las deudas de corto plazo Vs. el Patrimonio.
Rentabilidad sobre Ventas (Resultado / Ventas): Indica 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: NACION Fecha: 31/12/2019

LABORATORIOS ECOVITA S.A. CUIT 30-70806847-7 Por asamblea general ordinaria 04/11/2019 se resolvio: Designar PRESIDENTE: Guido MELLICOVSKY, VICEPRESIDENTE: Julian MELLICOVSKY y DIRECTOR SUPLENTE: Marisa Beatriz DI CIENZO todos con domicilio especial en Tucuman 540, piso 27, of I y J CABA. Autorizado segun instrumento privado asamblea general ordinaria de fecha 04/11/2019 MARIA EUGENIA SONG - T°: 136 F°: 340 C.P.A.C.F.e. 31/12/2019 N° 100811/19 v. 31/12/2019 Fecha de publicacion 31/12/2019

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 26/07/2019

LABORATORIOS ECOVITA S.A. Por Escritura del 5/7/2019 y actas del 10/02/2018, 1/3/2018 y 3/2/2019 se resolvio reformar el Art. 4. el capital social es de $. 6.012.000 en acciones de $. 100 y 1 voto cada una. Autorizado segun instrumento público Esc. Nº 48 de fecha 05/07/2019 Reg. Nº 761 Sergio Ibarra - Habilitado D.N.R.O. N° 2822 e. 26/07/2019 N° 54150/19 v. 26/07/2019

Provincia: CIUDAD AUTONOMA DE BUENOS AIRES Fecha: 25/11/2016

LABORATORIOS ECOVITA S.A. Por asamblea general ordinaria y reunion de directorio del 01/11/2016 se resolvio designar: 1) PRESIDENTE: Guido MELLICOVSKY 2) VICEPRESIDENTE: Julian MELLICOVSKY 3) DIRECTOR SUPLENTE: Marisa Beatriz DI CIENZO. Todos con domicilio real y especial Tucuman 540 piso 27 oficinas I y J CABA. Autorizado segun instrumento privado asamblea general ordinaria y reunion del directorio de fecha 01/11/2016 Adrian Uriel Cohen - T°: 110 F°: 650 C.P.A.C.F. e. 25/11/2016 N° 89963/16 v. 25/11/2016

COMERCIALES

Distinguieron a Ecovita por sus envases reciclables y acciones sociales
Fuente: ambito Fecha: 18/06/2018

A partir de las iniciativas con envases que pueden reutilizarse como macetas y del uso de las etiquetas de los dorsos de sus productos para búsquedas de Missing Children, **Laboratorios Ecovita** recibió una distinción del gobierno de la Provincia de Buenos Aires, por su contribución y colaboración en acciones de Responsabilidad Social y Sustentable.
Ecovita es una empresa argentina con 18 años de trayectoria que comercializa más de 70 productos de limpieza para ropa y el hogar, como jabones líquidos, suavizantes, desengrasantes y detergentes.
Su director, Julián Mellicovsky, afirmó: “Estamos muy agradecidos por la distinción que recibimos del Gobierno de la Provincia sobre el tratamiento de nuestros envases con objetivos sociales y de cuidado del medioambiente, algo que forma parte de nuestro ADN y esencia como PyME. Con mucho esfuerzo e imaginación, nos propusimos darle una segunda vida a los envases y al mismo tiempo poder ofrecerle algo más al consumidor".
Los envases como plataformas de comunicación de causas sociales
Desde el año 2018, Ecovita decidió implementar dos iniciativas de Sustentabilidad y Responsabilidad Social, dándole una segunda vida a los envases de sus productos. Por un lado, cedieron los dorsos de todos sus productos para una causa social: la búsqueda de niños perdidos de la organización Missing Children, aprovechando el alcance federal de sus productos y la fuerte presencia en el interior del país.
Mellicovsky sostuvo al respecto: “Un día nos preguntamos por qué estábamos poniendo etiquetas en los dorsos de los envases si podíamos decir todo lo que teníamos que decir del producto en el frente. Y en vez de ahorrar el costo de la etiqueta, decidimos usar esos dorsos para ayudar a ONGs a que comuniquen sus mensajes a cientos de miles de personas en todo el país. Elegimos Missing Children porque es la causa que más de cerca nos tocaba a quienes trabajamos en el proyecto, que tenemos hijos chiquitos, con la misma edad de los niños buscados”.
Luego, decidieron implementar una iniciativa original con los famosos envases doy-pack (especie de sachets) de su suavizante para la ropa: diseñaron varios motivos para que pudieran ser reutilizadas como macetas una vez que se acabara el producto.
“Años atrás fuimos la primera empresa de limpieza (y quizás la primera PYME) en prestarnos a participar de un proyecto piloto para el recupero y reciclaje de envases Doy-pack. El proyecto fue abandonado por las empresas multinacionales que nos lo ofrecieron, por dificultades técnicas. Pero esa experiencia nos inspiró a seguir pensando alternativas y dejó instalado el desafío: ¿cómo darle a un Doy-pack de suavizante o jabón líquido una segunda vida, para que no se deseche ni termine en un relleno ecológico”, agregó.
El envase con macetas para el suavizante de ropa tuvo mucha aceptación por parte de consumidores, por lo que empezaron a trasladar este formato a otros productos y van a seguir jugando con esas ideas. Los envases de Ecovita pueden plegarse hacia adentro o cortarse una vez que se acaba el contenido, y se convierten en macetas de diferentes motivos.
“Además de las macetas y el trabajo con Missing Children, en un contexto de crisis y redu-flación (reducción de contenidos de los envases que se está dando en la industria de consumo masivo), decidimos mantener los tamaños intactos de nuestros productos por el respeto que tenemos por nuestros consumidores, y además mi WhatsApp personal está publicado en los envases para que cualquier persona pueda comunicarse directamente conmigo”, concluyó.

La distinción fue realizada el pasado 9 de mayo en la ciudad de La Plata, y contó con la presencia de Fabián Perechodnik, secretario general de la Gobernación de la Provincia de Buenos Aires, Javier Tizado, ministro de Producción de la Provincia de Buenos Aires, y Gabriel Sánchez Zinny, director general de Cultura y Educación.

Una empresa de consumo masivo pone el Whatsapp de su dueño en los envases
Fuente: el economista america Fecha: 11/03/2019

Volviendo al tradicional concepto de "Atendido por sus dueños" en versión siglo XXI, el cofundador y director de la Pyme argentina Ecovita, que hace más de 15 años desarrolla productos de limpieza para el hogar y la ropa, Julian Mellicovsky, se animó a este desafío poco común en la industria e incluyó su WhatsApp personal en los envases.
"Con la idea de generar cercanía con los consumidores de la marca, y a partir de la seguridad que tienen en Ecovita sobre la calidad de sus productos, la novedad puede apreciarse en las góndolas desde octubre del año pasado, cuando comenzó este nuevo reto para la fábrica bonaerense que buscó mercado en el Interior del país y ya tiene como objetivo exportar", dice un comunicado de la empresa".
"Hola, soy Julián, el dueño de **Ecovita**. Este es mi teléfono", rezan los productos de la pyme argentina con planta en Villa Maipú (Partido de San Martín) que próximamente estará inaugurando otra en Loma Hermosa (Partido de Tres de Febrero).
"Las empresas grandes gastan mucha plata en estudios de mercado, encuestas, etc. Nosotros somos una PyME familiar, vemos en esta iniciativa una oportunidad para estar más cerca de nuestros clientes y saber directamente de ellos que piensan y cómo podemos hacer para mejorar y que cada vez nos elijan más" sostuvo **Mellicovsky**.
¿Es imaginable al CEO de una de las seis multinacionales que dominan el mercado poniendo su celular en un envase? Seguro que no, pero en ECOVITA resaltan: "Nosotros somos chiquitos y orgullosos de nuestros productos, así que lo podemos hacer".
Con antecedentes más que positivos, desde una carta de una consumidora llamada Perla llegada desde Bahía Blanca y los comentarios de los usuarios a la web, la empresa familiar nacida en la crisis de 2001 buscó tener un mayor feedback a través del Whatsapp, una línea directa del consumidor con el dueño, que responderá en el transcurso de las 24 horas.
"Estamos convencidos que facilitar el ida y vuelta con nuestros clientes y consumidores es un beneficio para ECOVITA. Nos permitirá crecer, mejorar, ya sea, detectando cualquier falla o falta de reposición en supermercados, sobre todo teniendo en cuenta que estamos en todos el país", remarcó el empresario.
Seguidamente, el director de la pyme nacional iniciada con una inversión de 3.000 dólares y que actualmente tiene 70 empleados y una facturación anual de 200 millones de pesos comentó: "Los consumidores compramos cada vez más inteligentemente, y menos por inercia. La publicidad pasó a ser tan solo un factor más de en la decisión de compra. Como consumidores, le damos cada vez mayor importancia a la ecuación de valor del producto, es decir, la calidad y precio".
Por último, el cofundador de ECOVITA resaltó: "Gracias a la web y las redes nos informamos de las marcas y las evaluamos con un criterio más rico donde prima las recomendaciones (el boca en boca), así como el comportamiento social y medioambientalmente responsable de la empresa detrás de la marca. Ahora, con mi Whatsapp en nuestros productos, tenemos además un diálogo inmediato y directos con los consumidores de los productos, de la marca".
La empresa
Laboratorios Ecovita S.A. es una Pyme argentina dedicada a la elaboración, envasamiento y comercialización de productos de limpieza. Elabora una línea de 70 productos para el cuidado de la casa y de la ropa, entre los que se destacan suavizante, aprestos, detergente y aromatizantes para ropa, detergente lavavajilla, limpiador de vidrios, baños y pisos, desengrasantes de cocina y lustra muebles.
Tiene más de 15 años de vida y su propia planta de producción en el conurbano, más precisamente en Villa Maipú, partido de San Martín, estando por inaugurar una nueva en Loma Hermosa, Tres de Febrero.
Hasta 2011 elaboraban sus productos de manera casi artesanal, hasta que comenzaron un camino de profesionalización e innovación tecnología. Hoy tienen una importante participación en el rubro, sobre todo en el interior del país, y compiten directo con 6 compañías internacionales que concentran el 80% de la participación en el mercado.
Hasta hoy crecieron de manera orgánica, sin invertir publicidad, solo con el boca a boca de clientes que la eligen y recomiendan porque son productos de muy buena calidad a un 30% menos del precio de las primeras marcas. Facturan $200 millones de pesos al año y están por empezar a exportar.

ALERTAS DE PRENSA

No se detectó información.

INFORMACION DE MERCADO

El consumo masivo sigue en rojo: cayó 8,4% en 2021
Fuente: eleconomista.com.ar Fecha: 17/06/2021

La inflación acumuló 21,5% en lo que va del año, en un contexto de pandemia y crisis económica, con salarios a la baja y pocos ahorros. En ese contexto, el consumo masivo continúa deprimido y en lo que va del año cayó 8,4% si se compara con los primeros cinco meses del 2020. Así lo reveló un estudio de la consultora Scentia, que relevó más de 19.000 autoservicios y 2.800 supermercados. En tanto, el volumen de venta de alimentos y productos de higiene y limpieza sufrió en mayo una caída de 3,5% interanual. Por otro lado, la merma en el consumo no es igual en todos los distritos ni en todos los canales de comercialización. Por ejemplo, en el Area Metropolitana de Buenos Aires (Amba) la caída de mayo fue del 4%, mientras que en el resto del país fue del 3%. Además, mientras los autoservicios (entre los que se incluyen los almacenes y supermercados independientes de origen chino) tuvieron un desplome de 7%, las grandes cadenas tuvieron números ligeramente positivos, con 0,9%.

Rubros

Si se analiza por rubros, los alimentos sufrieron una baja de 7,6%, siendo la peor caída. En segundo lugar quedaron los productos perecederos y congelados (-7,3%) y artículos de limpieza de la ropa y el hogar (-6,1%). Después, se ubicaron los rubros higiene y cosmética (-5,8%), bebidas con alcohol (-4,4%) y productos de desayuno y merienda (-3,7%).

Las categorías que, en cambio, tuvieron un crecimiento fueron bebidas sin alcohol (2,2%) y productos impulsivos (3,4%). "El resultado de mayo fue negativo en 3,5%, mostrando cierta desaceleración en la caída respecto a lo sucedido en los meses anteriores. Parte de la explicación se encuentra en la base de comparación, ya con la salida del stockeo visto en marzo y abril de 2020", aseguró Osvaldo Del Río, titular de Scentia.

Desde la consultora estiman que difícilmente 2021 cierre con números positivos para el consumo. "Si se observan las líneas de evolución de consumo, confianza del consumidor, inflación y salarios, se ve que cuando el crecimiento de inflación y de salarios están cerca, el consumo rebota y reacciona. Pero cuando se separan, porque el ingreso pierde contra la inflación, es complicado que el consumo repunte. Tiene que ocurrir muchas cosas positivas para que eso pase", resaltó Del Río.

Brecha entre comercios

Para Scentia, hay un impacto importante en el consumo por la diferencia entre los precios de un mismo producto en las grandes cadenas y los comercios de cercanía. Esa brecha es cada vez mayor. Otro trabajo de la consultora mostró que, en base a una canasta de más de 1.000 productos empaquetados relevados durante el mes de abril, en promedio, los precios de esos productos fueron 27,4% más baratos en los supermercados. En tanto, a comienzos de este año, esa diferencia era de 17,6%.

"La diferencia de precios entre supermercados y autoservicios históricamente era de un 5%. Pero se fue incrementando por varios motivos, lo que también provocó que en los últimos meses el desempeño de las grandes cadenas, en cuanto a ventas, sea mejor", destacó Del Río.

"Los autoservicios o almacenes se proveen de productos bajo dos modalidades. Por un lado, las empresas que distribuyen sus propios productos, en general las de bebidas o productos perecederos. Y el resto, a través de compras a mayoristas y distribuidores. Al haber un intermediario, el costo es mayor. Seguramente hay un grupo de productos que pueden tener un mejor precio en los autoservicios, pero no en el promedio general", explicó.

Las diferencias entre los distintos canales de compra también se vieron impactadas por los cambios de hábitos en los consumidores como consecuencia de la pandemia. "Las compras cambiaron. Disminuyó la frecuencia de visitas de compra. Hoy el consumidor cuando sale hace una compra más grande, ya sea por en canal físico o de manera online", concluyó Del Río.