

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN ACERCA DEL RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y DE LA SITUACIÓN FINANCIERA.

El siguiente análisis de los resultados de las operaciones y de la situación financiera de la empresa debe ser leído conjuntamente con los estados financieros y las notas que los acompañan. Los estados financieros han sido elaborados de conformidad con los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados.

Actividad Económica

El crecimiento del Producto Bruto Interno fue de 4.88% a Mayo 2016, según información del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). Por su parte, en Junio 2016 la inflación de los últimos doce meses ascendió a 3.34%. En opinión de la Gerencia no se han dado y no existen actualmente cambios en el entorno económico al que pertenece la sociedad que hayan modificado o afectado significativamente la actividad de ésta.

El tipo de cambio venta, publicado por la Superintendencia de Banca y Seguros, fue de S/ 3.292 al cierre de Junio 2016.

Descripción de la empresa

Saga Falabella, subsidiaria de Falabella Perú, pertenece al sector de tiendas por departamentos. Las principales líneas que comercializa son Moda, Electrodomésticos y Decohogar. Saga Falabella ofrece a sus clientes productos de calidad a precios convenientes y ubicaciones estratégicas a nivel nacional. Actualmente Saga Falabella cuenta con 24 tiendas, y sus subsidiarias Saga Falabella Oriente y Saga Falabella Iquitos cuentan con 3 tiendas.

Saga Falabella está expuesta al desempeño de los indicadores macroeconómicos y las expectativas futuras de los agentes económicos, los que podrían hacer fluctuar el volumen de las operaciones. Saga Falabella tiene como oportunidades el crecimiento del sector consumo y el aumento de capacidad adquisitiva de la población, así como la baja penetración del sector retail en el país en comparación con otros países de la región donde opera Falabella.

Sus principales competidores son Ripley, Topitop, Paris (Grupo Cencosud) y Oeschle (Grupo Intercorp). Las fortalezas de la empresa son el amplio conocimiento del sector y el expertise que ha ganado durante estos años, que le sirven para poder lograr mayores eficiencias y de esta forma llegar a más clientes con una mayor variedad de productos. Esto se puede observar en el posicionamiento líder de la marca en el mercado.

Saga Falabella como parte del proceso de crecimiento, está en constante evaluación de nuevas inversiones y locaciones para tiendas con la finalidad de continuar expandiendo sus operaciones en el Perú.

Análisis de resultados

Al finalizar el segundo trimestre del año 2016, Saga Falabella alcanzó ingresos de actividades ordinarias por S/ 1,339 millones ("MM"), lo que representa un incremento de 5% en comparación al primer semestre del año 2015. Este crecimiento es impulsado, entre otras cosas, por el crecimiento de líneas como calzado y cómputo.

La ganancia bruta fue de S/ 398 MM, que representa un aumento de 6% con respecto al mismo periodo del año anterior. El margen bruto obtenido para el primer semestre de 2016 fue de 30% mientras que en el primer semestre del año 2015 fue de 29%.

El gasto de administración y ventas aumentó en 5% con respecto al mismo periodo del año 2015, ascendiendo a S/ 321 MM. Este gasto representa 24% de las ventas totales del periodo, porcentaje igual al mismo periodo del año 2015. Los mayores gastos se explican entre otras cosas por las campañas publicitarias que se realizaron en el segundo trimestre como por ejemplo la campaña con Ricky Martin “Lo que te haga feliz”.

La empresa cuenta con una política de cobertura, sin embargo está parcialmente expuesta al desempeño del tipo de cambio. Las transacciones en moneda extranjera de la empresa generaron una ganancia por diferencia de cambio de S/ 2.0 MM a diferencia del periodo anterior donde se generó una pérdida por S/ 1.9 MM. Sin embargo, durante el primer semestre del año, la empresa ha tenido una pérdida por instrumentos financieros derivados de S/ 4.1 MM a diferencia del mismo periodo del año anterior donde se tuvo una ganancia por S/ 1.5 MM.

Por otro lado los pasivos financieros de la empresa (corriente y no corriente) durante el segundo trimestre del año fueron de S/ 578.4 MM, lo que significa un aumento de 9% con respecto a diciembre del año 2015. Durante el segundo trimestre la deuda no corriente terminó en S/ 104.2 MM, lo que representa una disminución de 15% con respecto a diciembre 2015, esto se debe a que durante el año pasado, la empresa ha amortizado parte de la deuda de largo plazo (bonos corporativos) conforme los cronogramas establecidos. Asimismo, los gastos financieros netos del periodo fueron de S/ 15.2 MM lo que representa un aumento de 24% con respecto al mismo periodo del año 2015. Esto se debe a que se han tomado mayor cantidad de pagarés durante el segundo trimestre del año para financiar el capital de trabajo.

La deuda neta de la empresa ha aumentado en 19% con respecto a diciembre del año 2015, llevando el nivel de apalancamiento de la empresa a 1.56x a junio del 2016 contra un nivel de 1.53x en diciembre 2015.

En Miles de Soles	2Q2016	4Q2015	Variación (%)
Deuda Corriente	474,146	406,970	17%
(+) Deuda No Corriente	104,246	122,482	-15%
Total Deuda	578,392	529,452	9%
(-) Caja y Equivalentes	38,630	75,877	-49%
Deuda Neta	539,762	453,575	19%

En consecuencia de lo mencionado, la ganancia neta del primer trimestre 2016 fue de S/ 58.5 MM, lo que implica un margen neto de 4.4%.

La compañía espera continuar expandiendo sus operaciones en la medida en que el contexto económico lo permita.

Actualmente no existen transacciones o eventos que la Gerencia estime puedan causar que los estados financieros presentados no sean indicativos de los resultados económicos futuros.