

FUNDAMENTOS DE CLASIFICACIÓN DE RIESGO FALABELLA PERU S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

Sesión de Comité N° 43/2019: 18 de octubre del 2019
Información financiera intermedia al 30 de junio del 2019

Analista: Grace Reyna
greyna@class.pe

Falabella Perú S.A.A. ("Falabella Perú") es la empresa holding del Grupo Falabella en el Perú ("Grupo Falabella"), con operaciones en dos tipos de negocio: (i) no financieros, que agrupan las actividades *retail* e inmobiliarias; y (ii) servicios financieros. A junio del 2019, poco más de 90% del negocio consolidado del Grupo Falabella, en términos de ingresos, se desarrolla en sus negocios no financieros, principalmente aquellos, relacionados a las actividades comerciales de: Tiendas por Departamentos Saga Falabella, Hipermercados Tottus, y las tiendas para el mejoramiento del hogar "TMH" (Sodimac y Maestro). Falabella Perú forma parte del Grupo Falabella Chile (Falabella S.A., antes S.A.C.I. Falabella), uno de los operadores de negocios *retail* más grande de Latinoamérica, con presencia en Chile, Argentina, Colombia, Perú, Brasil, Uruguay y México.

Clasificaciones Vigentes

Información financiera al:

Anterior^{1/}
31.12.2018

Vigente
30.06.2019

Primer Programa de Emisión Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A. – Primera y Tercera Emisión	AA+	AA+
Segundo Programa de Emisión Bonos Corporativos de Falabella Perú S.A.A. – Primera y Segunda Emisión	AA+	AA+
Perspectivas	Estables	Estables

^{1/} Sesión de Comité del 31.05.2019

FUNDAMENTACION

Las categorías de clasificación de riesgo asignadas a los instrumentos financieros emitidos por Falabella Perú S.A.A. y Subsidiarias, consideran los siguientes factores:

- El respaldo de su grupo controlador, Falabella S.A., *holding* dedicado al comercio *retail* en Latinoamérica.
- Su posición de liderazgo en el mercado, y en los diferentes sectores comerciales y financieros en que opera, enfrentando creciente competencia.
- Las condiciones operacionales, financieras y comerciales con que opera, las que generan sinergias en las actividades relacionadas, algunas de ellas con modalidades de contratos de asociaciones en participación, determinando permanentemente nuevas oportunidades de negocios.
- La tendencia creciente de sus ingresos, con un crecimiento promedio anual en los últimos cinco años de 8.56%, obtenido gracias al mix de su oferta *retail*.
- Su liderazgo en los negocios *retail* en que participa: Saga Falabella, Tottus y TMH).
- El adecuado ciclo de efectivo en que operan sus diferentes operaciones comerciales.
- El desarrollo de tecnologías de mercado que buscan potenciar la experiencia de compra de sus clientes.

- Su creciente cobertura nacional, alcanzada en base a un importante proceso de expansión llevado a cabo a través de sus diferentes empresas subsidiarias.

Indicadores financieros			
En miles de soles	2017	2018	Jun.2019
Total de Ingresos	10,934,802	11,621,151	5,660,908
Resultado Operacional	863,958	839,244	393,303
Gastos financieros no Operativos	216,808	174,101	114,295
Resultado antes de impuestos	664,754	691,388	299,810
Utilidad neta	456,501	470,725	208,437
Total Activos	14,303,125	14,020,996	14,957,091
Disponble + Inv. fácil liq.	1,301,587	978,778	964,529
Colocaciones bancarias	3,162,132	2,885,172	2,843,946
Existencias	1,845,439	1,979,645	1,988,214
Activo fijo	4,690,146	4,738,144	5,686,964
Inversión en propiedades	1,397,929	1,472,290	1,597,172
Inversión en empresas relacionadas	15,081	15,408	14,573
Total Pasivos	8,112,384	7,506,618	8,608,481
Pasivos Financieros (1) + (2)	5,899,926	5,216,124	5,208,720
(1) Deuda financiera	3,036,542	2,546,517	2,636,375 *
(2) Depósitos del público	2,863,384	2,669,607	2,572,345
Patrimonio	6,190,741	6,514,378	6,348,610
Result. Operacional / Ingresos	7.90%	7.22%	6.95%
Utilidad Neta / Ingresos	4.17%	4.05%	3.68%
Flujo depurado/ Activos Prom.	8.91%	9.16%	8.81%
Rentabilidad patrimonial	7.63%	7.41%	6.48%
Liquidez corriente	1.35	1.26	1.25
Liquidez ácida	0.90	0.78	0.77
Pasivo/Patrimonio	1.31	1.15	1.36
Pasivo/Patrimonio (Sin Banco Falabella)	0.79	0.73	0.74 *
Deuda Financiera+Depósitos/ Patrimonio	0.95	0.80	0.82 *
% de Pasivo corto plazo	53.54%	59.15%	51.86%
Flujo Depurado	1,231,575	1,249,487	619,615
Pasivos Financieros / Flujo depurado	4.79	4.17	4.20 *
EBITDA U12M	1,229,236	1,246,624	1,174,762 *
EBITDA / Gastos financieros U12M	5.67	7.16	7.69 *
Índice de Cobertura Histórica	6.16	6.37	5.62

* Neto del efecto de NIIF 16

Class & Asociados S.A. Clasificadora de Riesgo declara que la opinión contenida en el presente informe ha sido efectuada en base a la aplicación rigurosa de su metodología aprobada el 30.10.2016 (versión 2), utilizada para la institución y/o valores sujeto de clasificación, considerando información obtenida de fuentes que se presumen fiables y confiables, no asumiendo responsabilidad por errores u omisiones, producto o a consecuencia del uso de esta información. La clasificadora no garantiza la exactitud o integridad de la información, debido a que no ha realizado tareas de auditoría sobre la información recibida. Las clasificaciones de riesgo otorgadas son revisadas, de acuerdo a los procedimientos de la Clasificadora, como mínimo en forma semestral, pudiendo ser actualizadas con mayor frecuencia de ser considerado necesario.

Las categorías de clasificación de riesgo asignadas también toman en consideración: (i) la situación actual de competencia existente en el sector *retail*; (ii) la estructura de su deuda financiera algo concentrada en el corto plazo, propia del giro de sus operaciones; y (iii) la exposición a factores exógenos relacionados con: la variación de la demanda ante cambios en los precios, la capacidad de pago de los consumidores en relación a las particulares condiciones económicas del país, y los cambios climatológicos, que pueden variar sustancialmente la demanda esperada en vestuario, en accesorios y en productos de temporada.

A junio del 2019, el Grupo Falabella registró ingresos por S/ 5,660.91 millones (+0.62% respecto a diciembre del 2018), explicado por la generación propia del negocio, generando con ello un margen bruto de S/ 1,806.76 millones (+0.86%) y una ganancia operacional de S/ 393.30 millones (+3.39%); y con ello un EBITDA consolidado ajustado (neto de la NIIF 16) de S/ 1,174.76 millones, en los últimos 12 meses (-6.66% respecto a junio del 2018).

La gestión del gasto financiero (que incluye S/ 39.31 millones por concepto de arrendamientos – NIIF 16), sumado a ganancias y gastos extraordinarios (entre ellos, la ganancia por la venta de Viajes Falabella S.A.C., por S/ 5.57 millones), generó en el periodo una utilidad neta de S/ 208.44 millones (+3.40%, respecto a junio del 2018).

Los pasivos financieros de Falabella Perú ascendentes a S/ 6,406.12 millones crecen 22.81% respecto a diciembre del 2018 por concepto de arrendamientos (NIIF 16) ascendentes a S/ 1,197.40 millones. Sin considerar dicho efecto, ésta se contrae en 0.14%, en correspondencia con el cumplimiento de sus obligaciones.

Los pasivos financieros significan 74.42% del total de pasivos, y se encuentra conformado por la deuda financiera

(S/ 3,833.78 millones) y por los depósitos del público provenientes de su actividad bancaria (S/ 2,572.34 millones), principalmente por depósitos de ahorro, a plazo y CTS.

Las obligaciones contraídas con entidades financieras o a través del mercado de capitales peruano, se vienen cumpliendo adecuadamente, con costos y con el establecimiento de resguardos asumidos independientemente por cada una de las subsidiarias de Falabella Perú según corresponda, considerando entre ellos, el cumplimiento de indicadores financieros vinculados a endeudamiento patrimonial, cobertura de servicio de deuda y el nivel de endeudamiento financiero.

Los flujos generados por Falabella Perú, determinan a junio del 2019, un índice de cobertura de 5.62 veces respecto a sus obligaciones, confirmando la solvencia de la institución y su capacidad para cumplir con sus compromisos financieros, en correspondencia con lo generado en ejercicios anteriores.

PERSPECTIVAS

Las perspectivas de la categoría de clasificación de riesgo otorgada a los instrumentos financieros emitidos por Falabella Perú S.A.A. y Subsidiarias se presentan estables en razón a sus resultados y a su posición en los negocios que comprende, a la consolidación y a la estabilidad de sus operaciones, al respaldo de sus accionistas, a la creciente capacidad de generación de ingresos de la Compañía, y a la razonabilidad de las inversiones que viene llevando a cabo en los últimos años, que tienen como objetivo, el crecimiento de la futura operación y la consolidación de su liderazgo en los negocios en que participa.

1. Descripción de la Empresa

Falabella Perú S.A.A. ("Falabella Perú", antes Inversiones y Servicios Falabella Perú), es una empresa peruana constituida en diciembre de 1994, subsidiaria de Inversiones Falken S.A., empresa constituida en Uruguay, y que, a su vez, forma parte del Grupo Falabella de Chile (el "Grupo" o "Falabella S.A.").

Falabella Perú es la *holding* de Grupo Falabella en el Perú, cuyas subsidiarias se dedican a la actividad *retail*, financiera y de negocios complementarios que apoyan la actividad principal.

a. Propiedad

A junio del 2019 el capital social de Falabella Perú está representado por 2,083,092,471 acciones comunes íntegramente suscritas y pagadas (VN= S/ 0.10 por acción). Los principales accionistas de Falabella Perú son Inversiones Falken S.A. (80.65%) e Inversiones Inverfal Perú S.p.A. (19.11%), ambas subsidiarias de Falabella S.A. La participación restante, está atomizada en 992 accionistas.

Accionistas	País	%
Inversiones Falken S.A.	Uruguay	80.65
Inversiones Inverfal Perú S.p.A.	Chile	19.11
Otros		0.24
Total		100.00

b. Supervisión Consolidada de Conglomerados Financieros y Mixtos

Falabella S.A.

Falabella S.A. es uno de los *holdings* dedicados al comercio *retail* más importantes de Latinoamérica. Con presencia en Chile, Perú, Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay y México, desarrolla principalmente formatos de tiendas por departamentos, supermercados, tiendas para el mejoramiento del hogar, incursionando también en el sector inmobiliario a través de la construcción y servicios de infraestructura, gestión y arriendo de espacios comerciales. También participa en otros negocios que apoyan el negocio central: *retail* financiero (Banco Falabella, CMR y corredores de seguros), manufactura de vestuario (Mavesa) y comercio electrónico.

La expansión de la *holding* se viene llevando a cabo a través del crecimiento orgánico e inorgánico, esto último, a través de 26 años de operaciones de M&A, así como acuerdos comerciales en búsqueda de la consolidación de su gestión. A junio del 2019, Falabella S.A. consolidó activos totales por US\$ 24.63 mil millones (US\$ 22.85 mil millones a diciembre del 2018), respaldados por un patrimonio consolidado de US\$ 8.80 mil millones (US\$ 8.62 mil millones a diciembre de 2018).

Falabella S.A. cuenta a junio del 2019 con bonos en el mercado internacional con una calificación de riesgo internacional de BBB+ otorgada por Fitch Ratings y S&P. Falabella S.A. ha establecido para el periodo 2019-2022 un importante plan de inversión en CAPEX de US\$ 4.2 mil millones, orientado a: (i) inversiones en tecnología y en proyectos que fortalezcan la gestión logística (37%); (ii) el inicio de operaciones de 95 tiendas nuevas y de 5 centros comerciales, que incluye la incorporación de las operaciones de IKEA en Chile, Perú y Colombia (34%); y (iii) la ejecución de proyectos de remodelación y de ampliación de sus operaciones actuales.

Falabella Perú

Falabella Perú consolida la información financiera de las empresas del Grupo Falabella que operan en el país, a través de las siguientes subsidiarias: (i) **Saga Falabella S.A. y Subsidiarias (98.39%)**, dedicándose a la compra-venta de mercadería nacional e importada y otras actividades complementarias. En el 2019 Saga Falabella vendió las acciones de la subsidiaria Viajes Falabella S.A.C., por lo que a la fecha de análisis ésta no forma parte del Grupo Falabella; (ii) **Banco Falabella Perú S.A. y Subsidiarias (99.58%)**, que efectúa todo tipo de intermediación financiera y de servicios bancarios, entre otras actividades permitidas por ley. Contact Center Falabella S.A.C. destaca dentro de sus operaciones subsidiarias; (iii) **Open Plaza S.A. y Subsidiarias (99.99%)**, dedicada a la prestación de servicios inmobiliarios en general, así como a la administración de centros comerciales destinados a la distribución y a la venta de toda clase de bienes; (iv) **Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. y Subsidiarias (99.99%)**, dedicada a la comercialización de artículos de ferretería, construcción y acabados para el hogar. El 15 de junio del 2017, Sodimac Perú S.A. y Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (antes Maestro Perú S.A.) anunciaron su intención de fusionarse, siendo ésta última la empresa absorbente. La fecha de vigencia de fusión fue el 01.01.2019; (v) **Hipermercados Tottus S.A. y Subsidiarias (99.99%)**, dedicada al negocio de hipermercados y supermercados en el país. En agosto del 2018 Hipermercados Tottus S.A. adquirió 99.99% de Hipermercados Tottus Iquitos S.A.C. (antes Open Plaza Oriente S.A.C.); (vi) **Corredores de Seguros Falabella S.A.C. y Subsidiaria (99.99%)**, que se dedica a la venta de pólizas de seguros de las diferentes compañías aseguradoras que operan en el Perú. La subsidiaria Falabella Servicios Generales S.A.C. brinda servicios a las tiendas relacionadas con: planes de garantía extendida, servicios de *call center*, y servicios de asesoría de asistencia y planes de salud; (vii) **Inversiones Falabella SAC**

(99.90%), dedicada a actividades bursátiles. La Compañía posee 0.42% de Banco Falabella Perú S.A.; (viii) **Falabella Corporativo Perú S.A.C., antes Falabella Servicios Centrales S.A.C. (99.99%)**, dedicada a la prestación de servicios administrativos; (ix) **Mall Plaza Perú S.A. y Subsidiarias (control directo e indirecto de 66.66%)**, dedicada al desarrollo inmobiliario, así como, a la prestación de servicios de administración de centros comerciales.

c. Estructura administrativa y rotación de personal

El Directorio de Falabella Perú es responsable de las decisiones que se adoptan en la Compañía, así como de monitorear las actividades relacionadas a su gestión. El Directorio está compuesto por cinco miembros, de conformidad con los Estatutos de la Compañía.

Directorio

Presidente del Directorio:	Carlo Solari Donaggio
Directores:	Juan Xavier Roca Mendenhall
	Juan Fernando Correa Malachowski
	Gastón Bottazzini
	Juan Pablo Montero Schepeler

La administración de Falabella Perú cuenta con experiencia en el sector *retail*, en gestión empresarial y en administración financiera, otorgando a la Compañía, una base sólida y de respaldo para la ejecución de sus planes.

Plana Gerencial

Gerente General:	Juan F Correa Malachowski
Gerente Corporativo de Finanzas:	Pablo Aguirre Rigo-Righi

2. Negocio

Falabella Perú desarrolla, a través de sus subsidiarias, dos tipos de negocio: (i) no financieros, que agrupan actividades de *retail*, inmobiliarios a través de la construcción, la gestión y el arriendo de espacios comerciales; y (ii) servicios financieros, que comprende las actividades de Banco Falabella, viajes y corredores de seguros. Cerca de 90% del negocio consolidado del Grupo Falabella, en términos de ingresos, se desarrolla en el sector no financiero.

a. No Financiero:

Reúne principalmente las actividades *retail* provenientes de las tiendas por departamentos Saga Falabella, Hipermercados Tottus y las tiendas para el mejoramiento del hogar Sodimac y Maestro ubicadas en el país. La experiencia de compra ha sido ampliada por Falabella Perú en sus distintas empresas, a través del uso del canal *online*. Líder en los mercados en que opera, los ingresos del portafolio *retail* presentan a junio del 2019 una estructura diversificada (que incluye las actividades inmobiliarias de Falabella Perú).

(i) Saga Falabella, tienda por departamentos líder gracias al mix de oferta que comercializa: moda, deco-hogar y electrodomésticos.

La oferta de productos con atractivas características en variedad y precio, viene acompañado del acceso a una cadena de 29 tiendas con presencia en Lima y Callao, y en las principales ciudades del interior del país: Ancash, Arequipa, Cajamarca, Ica, Chiclayo, Piura, Trujillo, Loreto, Huánuco, Pucallpa y Huancayo.

(ii) La participación de Tottus en el portafolio *retail* del Grupo Falabella ha cobrado cada vez mayor relevancia, por su buen desempeño comercial, sostenido en una estrategia de precios bajos en la venta al detalle de productos de consumo masivo, comestibles y de uso para el hogar. A ello se suma el acceso a clientes a través de su cadena de 71 tiendas en diversos formatos ("hiper", "hiper bodega", "super", "Tottus Vecino"), que contribuye con los resultados obtenidos.

(iii) TMH ofrece a través de su cadena de 56 tiendas especializadas en el mejoramiento del hogar (30 locales provenientes de la adquisición de Maestro, y el resto correspondiente a Sodimac), con una gran variedad de opciones de diseño y decoración, a valores accesibles, ofreciendo también soluciones en equipamiento, en renovación, en remodelación y en decoración del hogar.

Las actividades inmobiliarias por su parte, se realizan a través de Mall Plaza Perú y de Open Plaza S.A. para el desarrollo y manejo de centros comerciales en el país, esto último, en formatos de powers centers y de centros comerciales, de acuerdo a las necesidades del mercado. Los establecimientos Open Plaza, se caracterizan por contar por lo menos con dos *retailers* del Grupo Falabella, que aseguran la propuesta. A junio del 2019, cuenta con 11 establecimientos a nivel nacional que ofrecen 321,000 m² de superficie arrendable en las siguientes ubicaciones: Angamos, Atocongo, La Marina, Canta Callao, Piura, Chiclayo, Los Jardines (Trujillo), Pucallpa, Huánuco, Cajamarca y Huancayo.

Mediante Mall Plaza Perú, Grupo Falabella desarrolla y opera 3 centros comerciales en formato *mall* en el país. Luego de un proceso de reestructuración y escisión ocurrido en julio del 2016, los denominados Aventura Plaza ubicados en Trujillo, Arequipa y Bellavista (Callao) pasaron al control de Grupo Falabella, cambiando su denominación a Mall Plaza Perú. A junio del 2019 la superficie arrendable administrada fue de 204,000 m². Actualmente se encuentra en construcción Mall Plaza Comas, la cual contará con

78,000 m² de superficie y que se espera entre en operación en el año 2020.

A través de sus subsidiarias, Grupo Falabella cuenta con 1,000,000 m² adicionales de superficie arrendable.

b. Servicios Financieros:

Banco Falabella inició operaciones en agosto de 1996, como Financiera CMR, para operar como brazo financiero del Grupo Falabella, a través del uso de su Tarjeta CMR Falabella. Posteriormente, el Banco fue ampliando su portafolio de productos y servicios, diversificando operaciones a su vez mediante convenios comerciales, estrategias de fidelización (mediante el canje de puntos) y afiliación a la red Visa, su uso, permitiéndole a junio del 2019, que 38.6% de las ventas de empresas *retailers* (Saga Falabella, Tottus y TMH) se lleven a cabo a través de su tarjeta, lo que confirma el poder de marca de CMR.

La tarjeta de crédito CMR Falabella es la tarjeta de mayor emisión en el sistema financiero peruano, contando a junio del 2019 con 1.47 millones de tarjetas emitidas, representando 23.80% del mercado total de tarjetas de crédito en el sistema bancario local (21.14% a diciembre del 2018) y con colocaciones directas en el negocio consumo (incluyendo créditos en efectivo), que representan a junio del 2019, 5.76% del total del segmento consumo en el sistema bancario nacional (6.14% a diciembre del 2018).

Las actividades de bancarización de Banco Falabella se ven fortalecidas con la emisión de la tarjeta CMR Prepago que ha permitido captar nuevos clientes en Tottus y en HiperBodega Uno, accediendo a distintos beneficios que ofrece su uso. Lo anterior, junto a sus operaciones tradicionales, ha permitido al banco obtener ingresos financieros a junio del 2019 por S/ 458.81 millones (incluyendo S/ 4.69 millones de ganancia por diferencia cambiaria), y una utilidad neta de S/ 47.22 millones.

Banco Falabella atiende a sus clientes a través de los denominados centros financieros distribuidos en tres formatos: (i) agencias ubicadas en los locales comerciales de Saga Falabella, Tottus y TMH; (ii) agencias en los centros comerciales desarrollados por el grupo; y (iii) agencias independientes que operan en locales separados.

Los clientes cuentan con una red de cajeros automáticos del Banco ("Red F"), ubicados en los locales del grupo; y con las redes de cajeros a los que está afiliada la tarjeta CMR (Unibanca, GlobalNet, BCP y BBVA Banco Continental); y con los puntos de pago ubicados en las tiendas Saga Falabella, Hipermercados Tottus y TMH, correspondientes a las cajas registradoras de estos locales.

A junio del 2019 Banco Falabella Perú reportó activos por S/ 4,071 millones y un nivel patrimonial de S/ 803 millones (S/

4,036 millones y S/ 756 millones a diciembre del 2018, respectivamente a valores corrientes).

Diversos servicios complementan la oferta que desarrollan los negocios principales del Grupo Falabella: Corredores de Seguros Falabella, Falabella Servicios Generales, Contact Center y Servicios Informáticos Falabella.

3. Sector

De acuerdo al Reporte de Inflación del BCRP, las perspectivas de la economía mundial se han visto en deterioro, en correspondencia con la menor dinámica del comercio internacional (principalmente en Eurozona, Reino Unido, Japón y América Latina) por lo que las proyecciones de crecimiento han pasado de 3.4% a 3.3% en el 2019 y de 3.5% a 3.4% en el 2020. En ese contexto, América Latina también se han revisado a la baja (de 1.3% a 0.8% en el 2019), afectado por la evolución del PBI por debajo de su tasa potencial en la mayoría de economías de la región. En el caso específico de Perú, la proyección de crecimiento de su PBI pasó de 4.0% a 3.4% (Reporte de Inflación de junio 2019), debido al menor dinamismo de los primeros meses del 2019 ante una menor producción minera, pesquera y por el retroceso de la inversión pública. En los próximos meses se espera un mejor desempeño, considerando el incremento en la inversión minera, gracias a la construcción de 3 proyectos mineros de cobre: Quellaveco (US\$ 5.3 mil millones), Mina Justa (US\$ 1.6 mil millones), y la ampliación de Toromocho (US\$ 1.3 mil millones) y en menor escala proyectos actualmente en construcción por un total de US\$ 0.5 mil millones.

Los recientes eventos ocurridos en el proyecto Tía María (Arequipa), relacionados con la suspensión de su licencia por 120 días, luego de producirse conflictos sociales, genera un clima de incertidumbre para el sector, pudiendo generarse nuevas proyecciones a la baja, al sensibilizarse la confianza empresarial e inversión en general.

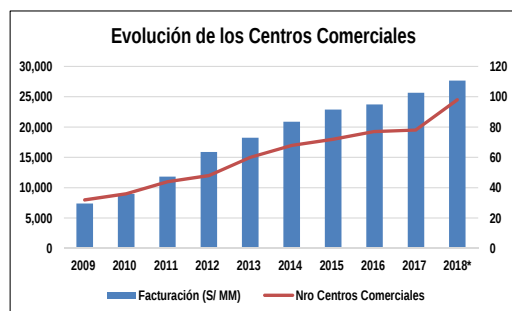
La inversión pública deberá crecer 1%, considerando el desarrollo de la modernización de la refinería de Talara y el desarrollo de proyectos vinculados a la reconstrucción del Norte, lo que compensará los gastos incurridos por la culminación de los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos, y el menor gasto de las autoridades subnacionales,

Destacan también los avances de la Línea 2 del Metro de Lima (a culminar en el 2024) y la ampliación del aeropuerto Jorge Chávez, así como inversiones en otros sectores como: *retail*, inmobiliario y servicios. En forma particular, se espera desarrollar nuevos proyectos de centros comerciales a cargo de Grupo Falabella, Intercorp y Grupo Ripley.

Las principales agencias clasificadoras internacionales han ratificado la clasificación crediticia de Perú: (i) Fitch (marzo 2019) y S&P (junio 2018) ratificaron el BBB+, con perspectivas estables, respectivamente; y (ii) Moody's mantuvo en agosto del 2018 la clasificación de A3 sustentado en el bajo nivel de deuda pública del país, la solidez de sus cuentas fiscales y externas, y en la credibilidad de la política monetaria en vigencia.

Centros Comerciales

De acuerdo con información de la Cámara de Comercio de Lima, entre los principales proyectos de comercio moderno para el periodo 2019-2021 se encuentran: Real Plaza Puruchuco (InRetail, Lima), La Molina Shopping (Cencosud, Lima), el LifeStyle Center La Molina (Parque Arauco, Lima), Mall Plaza Comas (Grupo Falabella, Lima), Mall Plaza Cusco (Grupo Falabella, Cusco), Mall Aventura San Juan de Lurigancho (Grupo Ripley, SJL) y Mall Aventura Iquitos (Grupo Ripley, Iquitos), los que demandarán una inversión aproximada de US\$ 625 millones. A ello se suma, nuevos inversionistas con 4 propuestas distintas dirigidas a modificar el concepto tradicional hacia un mix comercial moderno (Las Malvinas, Polvos Azules, El Hueco y Parque Cánepa), que demandarán inversiones por US\$ 360 millones. Actualmente existen 98 centros comerciales en todo el país, 53 de ellos ubicados en Lima Metropolitana, y 45 en el interior del país.



*Estimado. Fuente: Colliers International

De acuerdo con Colliers, los centros comerciales se pueden agrupar según su tamaño y/o características, destacando: Super Regionales (más de 50,000 m² de extensión), Regionales (de 20,000 m² a 50,000 m² de extensión, con una amplia combinación de tiendas), Comunitarios (de 3,000 m² a 10,000 m², cuentan con supermercado, son de un piso de altura, y tienen salas de cine) y De Estilo de Vida (dedicados principalmente a vestimenta y servicios). El último estudio de Colliers, al cierre del 2018, encontró un total de 3,153 locales (sin considerar tiendas anclas, módulos, ni patios de comida) en los 24 centros comerciales supervisados de Lima y Callao (3,042 locales al cierre del

2017). Al respecto, el indicador de vacancia total de locales es de 8.6% (equivalente a 270 locales), inferior al alcanzado en el 2017 (9.0%; equivalente a 274 locales).

A estos formatos se suman, de acuerdo a Colliers, las denominadas Tiendas de Conveniencia o Tiendas de Descuento, nuevos formatos en el canal moderno, las cuales responden a los requerimientos del "nuevo consumidor", presentando un mix de productos de fácil colocación como bebidas, alimentos, snacks y bazares. Destacan las marcas: Tambo+, Listo, MiMarket, Viva, Repsol y Oxxo.

CENTROS COMERCIALES EN LIMA

SUPER REGIONALES	Jockey Plaza
	Plaza San Miguel
	Mega Plaza Norte
	Mall Plaza Bellavista
	Plaza Lima Sur
	Plaza Norte
	Mall del Sur
REGIONAL	Real Plaza Salaverry
	Open Plaza Atocongo
	Open Plaza Angamos
	Mall Aventura Santa Anita
	Real Plaza Primavera
	Real Plaza Centro Cívico
	La Rambla San Borja
	La Rambla Brasil
	Minka
COMUNITARIOS	Caminos del Inca
	Molina Plaza
	Agustino Plaza
	Real Plaza Guardia Civil
	Real Plaza Pro
DE ESTILO DE VIDA	Larcomar
	El Polo

Fuente: Colliers International

Grandes Almacenes, Supermercados y Tiendas Especializadas

De acuerdo con Produce, a mayo del 2019, las ventas de comercio interno (que agrupa las ventas de los grandes almacenes, supermercados y tiendas especializadas) registraron un crecimiento de 5.28% respecto a mayo del 2018, como resultado de la buena performance de las actividades de supermercados (+5.93%), de artículos de ferretería (+6.41%), y de boticas y farmacias (+17.92%), que en conjunto participan con 74.81% de las ventas. Comportamiento contrario, registraron las ventas de la actividad de libros, periódicos y artículos de papelería (-19.53%), de las actividades de ferreterías y equipamiento del hogar (-6.46%) y tiendas por departamento (-1.08%) que en conjunto participan con 25.19% de las ventas. El positivo desempeño mostrado por el comercio interno se ha mantenido principalmente como resultado de las campañas de precios bajos, principalmente en el rubro de supermercados y tiendas por departamento, así como en boticas y farmacia. Esta tendencia va en línea con la recuperación de la demanda interna. En forma particular, se aprecia contracción en tiendas por departamento, por las

menores ventas de artículos de uso doméstico respecto al año 2018 (cuando se llevó a cabo el mundial de Rusia), así como las menores ventas en las líneas de prendas de vestir y calzado por la fuerte competencia en variedad y precio de otros canales de venta.

Entre las empresas que tuvieron un buen desempeño en la actividad destacan: Supermercados Peruanos, Cencosud Retail Perú, Hipermercados Tottus, Saga Falabella, Tiendas Ripley y Makro Supermayorista, las cuales representaron en conjunto 91.1% del total facturado en el mes de mayo del 2019.

A mayo del 2019 el nivel de ventas de la actividad de ferreterías y equipamiento del hogar mantuvo una tendencia creciente pese al menor dinamismo del sector construcción con el avance de las obras públicas y privadas (edificios, condominios, viviendas multifamiliares), los cuales demandan los productos asociados a esta actividad. Se espera que dicha tendencia pueda revertirse a partir del segundo semestre del 2019, favorecido por mayores proyectos inmobiliarios a ejecutarse en Lima y provincias. Las empresas *retail* que concentraron las mayores ventas fueron Maestro Homecenter, Promart Homecenter, Conecta Retail (Efe/ Curacao), Importaciones Hiraoka, Elektra del Perú, y Cemento y Acero, con una participación conjunta de 77.3% en las ventas totales del mes de mayo del 2019.

Por su parte, entre enero y mayo del 2019 el nivel de ventas de la actividad de productos farmacéuticos y cuidado personal ha mostrado un continuo dinamismo. Las principales farmacias que destacan en sus ventas son: MiFarma, Ekerd Perú, CETCO, ALBIS y Productos Avon, que concentran 88.00% de lo facturado en mayo del 2019. La tendencia positiva en las ventas fue resultado de la buena acogida que ha tenido en la población las campañas de precios bajos ofrecidas por las cadenas de farmacias, así como mayor tendencia para adquirir productos de cuidado personal, tanto en mujeres, como en hombres.

Las proyecciones para el sector *retail* son incrementales, considerando el comportamiento observado en el crecimiento de la clase media (+60 mil nuevas familias en el 2017; +50 mil nuevas familias en el 2018) y la expansión urbana-residencial (tanto en Lima, como en el interior del país), similares condiciones a las que han favorecido el desarrollo del sector en países como Brasil y México. A ello se agregan las condiciones políticas que atraen firmas internacionales, haciendo que el Perú se ubique en una posición atractiva para invertir, proyectándose en los próximos cuatro años una inversión aproximada de US\$ 458 millones que permitirá expandir el área arrendable total actual en cerca de 405,000 m2 adicionales, sin considerar los proyectos de ampliación en centros comerciales en operación.

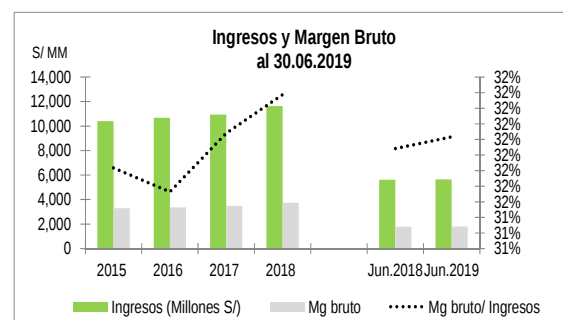
4. Situación Financiera

a. Resultados, Rentabilidad y Eficiencia

Al 30 de junio del 2019 Falabella Perú registró un incremento en sus ingresos de 0.62% respecto al periodo anterior (S/ 5,660.91 millones vs. S/ 5,625.93 millones a junio del 2018), favorecido por el desempeño de los rubros *retail*, inmobiliario y de servicios en que participa. En forma particular, la actividad *retail* mostró mayor recuperación, gracias al desempeño de supermercados (favorecido por el incremento en el número de locales), las ventas de las tiendas de mejoramiento del hogar y de tiendas por departamento (a través de la venta física y mediante el canal online). El costo de ventas de la actividad *retail* y no *retail* se ha presentado en línea con el desempeño de los negocios (S/ 3,854.15 millones; +0.51% respecto a junio del 2018), manteniendo un margen bruto histórico superior a 30% respecto a las ventas.

Las empresas vinculadas a la actividad *retail* llevan a cabo sus compras a través de una planificación conservadora, permitiendo con ello reducir liquidaciones y contribuir con un mejor mix de ventas.

El margen bruto alcanzó por tanto, S/ 1,806.76 millones (+0.86% respecto a junio del 2018), resultado que pudo absorber los gastos de administración y de ventas, así como otros gastos de orden operacional, que guardan relación con mayores gastos de personal, de servicios tomados de terceros, y siniestros, que fueron compensados por indemnizaciones por estos eventos, así como por los ingresos generados por la venta de la subsidiaria Viajes Falabella S.A.C. Considerando lo anterior, al cierre del 2018 la utilidad operacional de Falabella Perú fue de S/ 393.30 millones (+3.39% respecto a junio del 2018).



El EBITDA ajustado de los últimos doce meses presentó un comportamiento consistente respecto al desempeño del periodo (S/ 1,174.76 millones; S/ 1,258.64 millones al 30.06.2018), determinando que el margen EBITDA ajustado sobre los ingresos del Grupo sea ligeramente inferior respecto al obtenido a junio del 2018 (10.08% vs. 11.10% al 30.06.2018). Considerando la NIIF 16 en el EBITDA de los

últimos doce meses, la cifra alcanza S/ 1,284.37 millones, y el margen EBITDA, 11.02%.

Los gastos financieros del periodo (S/ 114.29 millones; +18.61%), relacionados con la estructura de financiamiento asumida, incluye S/ 39.31 millones por concepto de arrendamientos – NIIF 16), lo que sumado a la ganancia por diferencia en cambio (S/ 37.45 millones), de intereses de depósitos (S/ 3.83 millones), y al gasto por manejo de derivados (S/ 20.48 millones), determinaron una utilidad antes de impuestos de S/ 299.81 millones, 1.34% superior respecto a la generada a junio del 2018.

A junio del 2019 Falabella Perú pudo registrar una utilidad neta después de impuestos de S/ 208.44 millones (+3.40%; S/ 201.58 millones a junio del 2018), determinando que los niveles de rentabilidad medidos en términos de patrimonio y de activos, fueran semejantes respecto al periodo comparable del 2018.

b. Endeudamiento patrimonial y estructura financiera

A junio del 2019, los activos de Falabella Perú se incrementaron 6.68% (S/ 14,957 millones; S/ 14,021 millones a diciembre del 2018), debido a la adquisición de terrenos destinadas a la construcción de tiendas, así como a: actividades de construcción, remodelación e implementación de nuevas tiendas y centros comerciales. Contribuyeron también al aumento de activos, el mayor nivel de colocaciones (S/ 2,843.95 millones; -1.43%) e inversiones en valores (S/ 331.64 millones, +21.20%) proveniente del negocio bancario.

Falabella Perú adicionalmente, tiene participación en 3 empresas asociadas, que reportaron una valorización en el periodo de S/ 14.57 millones (S/ 15.41 al 31.12.2018). Las cobranzas comerciales ascendentes a S/ 115.31 millones (-11.03% respecto al cierre del 2018) están relacionadas con ventas de mercadería, así como con alquileres de locales comerciales. La naturaleza corriente de gran parte de sus operaciones, permite que el periodo promedio de cobranza sea de 4 días. Por su parte, el periodo promedio de pagos fue de 52 días, encontrándose ello de acuerdo a los indicadores de periodos anteriores.

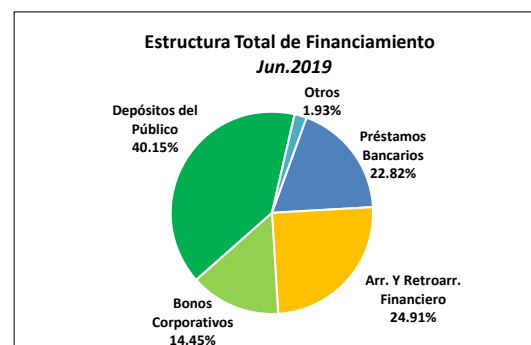
A junio del 2019 Falabella Perú registró un total de pasivos por S/ 8,608.48 millones (+14.68% respecto a diciembre del 2018), siendo los más relevantes en la estructura, los pasivos financieros de la Compañía (S/ 6,406.12 millones; S/ 5,216.12 millones a diciembre del 2018), que conforman 74.42% del total de pasivos.

A junio del 2019, los pasivos financieros crecieron 22.81% por concepto de reclasificación de la NIIF 16 por arriendos ascendentes a S/ 1,197.40 millones. Sin considerar dicho efecto, ésta se contrae en 0.14%, en correspondencia con el cumplimiento de sus obligaciones.

Los pasivos financieros de Falabella Perú consideran la deuda financiera (S/ 3,833.78 millones; S/ 2,546.52 millones a diciembre del 2018) y los depósitos del público pertenecientes a la actividad bancaria (S/ 2,572.34 millones; S/ 2,669.61 millones a diciembre del 2018), conformados principalmente por depósitos de ahorro, a plazo y CTS.

Los pasivos financieros están garantizados por hipotecas sobre ciertas propiedades de la Compañía por un total de US\$ 57.09 millones y S/ 62.16 millones.

La deuda financiera por su parte, se encuentra conformada por: (i) préstamos bancarios por S/ 1,188.13 millones (S/ 1,293.06 millones al 31.12.2018), atendiendo gran parte de estos recursos para requerimientos de capital de trabajo para el desarrollo de las actividades comerciales de las empresas dedicadas al negocio *retail*; (ii) bonos corporativos para financiamiento estructural de la Compañía por S/ 925.76 millones (S/ 949.10 millones al 31.12.2018); (iii) operaciones de arrendamiento y retroarrendamiento financiero por S/ 1,595.95 millones (S/ 271.48 millones al 31.12.2018); y (iv) otros, conformados por intereses, operaciones en trámite, compra de valores al BCRP, coberturas y derivados por S/ 123.94 millones (S/ 32.88 millones).



En referencia a los bonos en circulación, éstos corresponden a bonos corporativos por S/ 925.76 millones, y comprenden: (i) Primer Programa de Emisión Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A., hasta por un máximo en circulación de S/ 300 millones (emitidos en su totalidad) y Segundo Programa de Emisión Bonos Corporativos de Falabella Perú S.A.A. hasta por S/ 600 millones (emitidos S/ 400 millones); (ii) Primer Programa de Emisión de Bonos Corporativos de Banco Falabella del Perú S.A. (hasta por un monto máximo en circulación de S/ 250 millones); (iii) Primer Programa Privado de Bonos Corporativos Hipermercados Tottus S.A. (hasta por un monto máximo en circulación de S/ 180 millones); y (iv) Tercer Programa de Emisión de Bonos Corporativos de Saga Falabella S.A. (hasta por un monto máximo en circulación de S/ 300 millones). Los tres últimos programas de bonos corporativos mencionados tienen vigencia de dos años contados a partir de su inscripción en

Resumen de estados financieros consolidados y principales indicadores

(En miles de Soles)

	2015	2016	2017	2018	Jun.2019
Total de Ingresos	10,394,479	10,679,718	10,934,802	11,621,151	5,660,908
Resultado bruto	3,296,820	3,371,022	3,492,656	3,740,542	1,806,757
Margen financiero	-2,323,310	-2,547,570	-2,628,698	-2,901,298	-1,413,454
Resultado operacional	973,510	823,452	863,958	839,244	393,303
Gastos financieros	198,809	219,943	216,808	174,101	114,295
Resultado antes de impuestos	775,501	1,048,971	664,754	691,388	299,810
Utilidad neta	551,993	805,261	456,501	470,725	208,437
Total Activos	13,166,594	14,462,613	14,303,125	14,020,996	14,957,091
Disponible + Inv. fácil liq.	1,295,020	1,320,140	1,301,587	978,778	964,529
Cuentas por cobrar comerciales	78,133	115,244	132,068	129,602	115,311
Colocaciones	3,640,887	3,626,818	3,162,132	2,885,172	2,843,946
Existencias	1,687,798	1,710,204	1,845,439	1,979,645	1,988,214
Activo Fijo	4,146,206	4,645,767	4,690,146	4,738,144	5,686,964
Inversión en propiedades	451,800	1,291,883	1,397,929	1,472,290	1,597,172
Inversión en empresas relacionadas	327,990	15,341	15,081	15,408	14,573
Total Pasivos	8,364,757	8,684,581	8,112,384	7,506,618	8,608,481
Pasivos Financieros (1) + (2)	6,553,110	6,640,252	5,899,926	5,216,124	5,208,720
(1) Deuda Financiera	3,440,937	3,787,506	3,036,542	2,546,517	2,636,375 *
(2) Depósitos de clientes	3,112,173	2,852,746	2,863,384	2,669,607	2,572,345
Patrimonio	4,801,837	5,778,032	6,190,741	6,514,378	6,348,610
Result. Operacional / Ingresos	9.37%	7.71%	7.90%	7.22%	6.95%
Utilidad Neta / Ingresos	5.31%	7.54%	4.17%	4.05%	3.68%
Flujo depurado / Activos Prom.	10.89%	8.73%	8.91%	9.16%	8.81%
Rentabilidad patrimonial	12.06%	15.22%	7.63%	7.41%	6.48%
Liquidez corriente	1.10	1.21	1.35	1.26	1.25
Liquidez ácida	0.75	0.83	0.90	0.78	0.77
Pasivo / Patrimonio	1.74	1.50	1.31	1.15	1.36
Pasivo / Patrimonio (Sin Banco Falabella)	1.01	0.87	0.79	0.73	0.74 *
Deuda Financiera+Depósitos / Patrimonio	1.36	1.15	0.95	0.80	0.82 *
% de Pasivo de corto plazo	61.62%	54.88%	53.54%	59.15%	51.86%
Deuda Financiera+Depósitos / Flujo depurado	5.03	5.70	4.79	4.17	5.17
EBITDA U12M	1,279,957	1,148,108	1,229,236	1,246,624	1,174,762 *
Deuda Financiera (neto de Depósitos) / EBITDA U12M	2.69	3.30	2.47	2.04	2.60*
EBITDA / Gastos financieros U12M	6.44	5.22	5.67	7.16	7.69 *
Índice de Cobertura Histórica	4.19	5.22	6.16	6.37	5.62

* Neto del efecto de NIIF 16

el Registro Público del Mercado de Valores de la SMV, y son prorrogables por períodos similares.

En el caso particular de los Bonos de Hipermercados Tottus además de contar con garantía genérica del patrimonio del emisor, cuenta con dos garantías especiales vinculadas a: (i) fideicomisos de flujos provenientes de las ventas con tarjeta de débito y crédito Visa (que no incluyen las ventas de CMR Visa), American Express y Mastercard que se lleven a cabo en ciertas tiendas de Lima y provincias; y (ii) los inmuebles en los que operan algunas tiendas de Tottus, cuyo valor en libros ascendió a junio del 2019 a S/ 336.17 millones (S/ 348.17 millones al cierre del 2018).

Respecto a los contratos de arrendamiento financiero (para la adquisición de terrenos, construcción, implementación y remodelación de tiendas, así como de centros comerciales, tanto en Lima, como en provincias) y retroarrendamiento

financiero (destinados a la adquisición de equipos, muebles y enseres, así como la ejecución de obras suplementarias), a junio del 2019 el saldo alcanzó S/ 398.55 millones (+46.81% respecto al cierre del 2018) considerando que durante el 2019 se contrataron nuevas líneas, necesarios para implementar la expansión de sus operaciones. Estos contratos se encuentran garantizados por dos fideicomisos sobre los flujos obtenidos de las ventas realizadas con: (i) tarjetas de crédito y débito Visa (sin incluir CMR Visa), MasterCard y American Express en cuatro locales (Chorrillos, Jockey Plaza, Pachacútec y Crillón); y (ii) tarjetas de crédito y de débito Visa en los locales de San Miguel, San Isidro, SJM y Callao.

Las obligaciones contraídas por Falabella Perú con entidades financieras o a través del mercado de capitales peruano, deben cumplir con las siguientes obligaciones

financieras, a ser asumidas independientemente por cada una de las subsidiarias según corresponda: (i) mantener un índice de endeudamiento Pasivo/Patrimonio, con un límite máximo entre 1.6 veces y 3.0 veces; (ii) mantener un índice de cobertura de servicio de deuda (EBITDA/servicio de deuda), con un límite mínimo entre 1.2 veces y 1.6 veces; (iii) mantener un índice de deuda financiera neta (sin considerar los correspondientes a Banco Falabella)/ Patrimonio menor o igual a 1.3 veces; (iv) mantener un índice de deuda financiera/Patrimonio menor a 1.5 veces; (v) mantener un índice de deuda financiera/activo fijo menor a 0.75 veces; y (vi) mantener un índice de flujos/ servicio de deuda mayor a 1.5 veces. A junio del 2019, Falabella Perú declara cumplir estos ratios, al igual que otros compromisos de no hacer.

Por su parte, el patrimonio de la Compañía ascendente a S/ 6,348.61 millones (S/ 6,514.38 millones al cierre del 2018) está compuesto principalmente por la retención de los resultados acumulados, las primas de emisión y el capital social, lo que determina un nivel de apalancamiento (neto de la actividad bancaria) de 0.95 veces (0.73 veces al 31.12.2018). Sin el efecto de la NIIF 16, el ratio de apalancamiento es de 0.74 veces, similar a lo reportado en el ejercicio anterior.

c. Situación de Liquidez

A junio del 2019 Falabella Perú registró indicadores de liquidez estables respecto a periodos anteriores (liquidez de 1.25 veces y liquidez ácida de 0.77 veces; 1.26 veces y 0.78 veces al cierre del 2018 respectivamente) debido a la estructura actual del pasivo financiero de Falabella Perú que se encuentra 45.10% concentrada en el corto plazo. Esta corresponde principalmente a depósitos del público, a financiamiento de la compra de mercadería, a operaciones de capital de trabajo, así como para ejecutar el proceso de expansión planificado.

El resto de obligaciones corrientes registró mayor control, por lo que sumado a la contracción de sus activos corrientes, principalmente los de rápida realización, generaron indicadores de liquidez un poco más ajustados respecto a periodos anteriores.

d. Índice de Cobertura Histórica

Los ingresos obtenidos por Falabella Perú, permiten contar con fondos suficientes para respaldar las obligaciones financieras adquiridas en el mediano plazo, en base a la proyección de los ingresos a ser obtenidos con la consolidación de los negocios que actualmente están en proceso de expansión.

A junio del 2019 el índice de cobertura histórica de su deuda actual y proyectada en base al rendimiento histórico de sus activos fue 5.62 veces, algo inferior respecto a lo generado en el 2018 (6.37 veces) y a junio del 2018 (6.04 veces), encontrándose en niveles adecuados para los negocios que opera la Compañía.

Pese a que la actividad *retail* enfrenta cierto enfriamiento en sus indicadores de consumo, la gestión de compras de mercadería y la estrategia comercial empleada por la Compañía, de desarrollar importantes campañas comerciales conjuntamente con el proceso de incorporación de marcas (particularmente en el segmento de tiendas por departamentos) y de expansión de tiendas (principalmente en el caso de supermercados), así como la generación del negocio financiero proveniente de Banco Falabella, permitieron alcanzar una adecuada capacidad de cobertura de deuda en base al EBITDA ajustado generado por la empresa. En ese sentido, a junio del 2019, el EBITDA de los últimos 12 meses de Falabella Perú, ascendente a S/ 1,174.76 millones (S/ 1,246.62 millones a diciembre del 2018), cubrió 7.69 veces los gastos financieros de la empresa (nivel de cobertura de 7.16 veces al cierre del diciembre del 2018).

DETALLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS CLASIFICADOS

1. Primer Programa Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A.

El Primer Programa de Bonos Corporativos Falabella Perú S.A.A. comprende obligaciones a ser emitidas por un monto máximo de hasta S/ 300 millones en circulación (o su equivalente en dólares americanos), respaldados de manera genérica por el patrimonio del emisor. El plazo máximo del programa es de seis (6) años contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Público del Mercado de Valores de la CONASEV.

Emisiones	Monto	Fecha de Emisión	Plazo	Gracia	T.I.N.A.	Situación
Primera Emisión – Serie A	S/ 98'000,000	24.07.2015	20 años	10 años	8.06250%	Vigente
Tercera Emisión – Serie A	S/ 130'000,000	25.05.2016	7 años	3 años	7.18750%	Vigente
Tercera Emisión – Serie B	S/ 72'000,000	20.07.2016	7 años	3 años	6.25000%	Vigente

2. Segundo Programa Bonos Corporativos de Falabella Perú S.A.A.

El Segundo Programa de Bonos Corporativos de Falabella Perú S.A.A. comprende obligaciones a ser emitidas por un monto máximo de hasta S/ 600 millones en circulación (o su equivalente en dólares americanos), respaldados de manera genérica por el patrimonio del emisor. El plazo máximo del programa es de seis (6) años contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Público del Mercado de Valores de la CONASEV.

Emisiones	Monto	Fecha de Emisión	Plazo	Gracia	T.I.N.A.	Situación
Primera Emisión – Serie A	S/ 200'000,000*	07.04.2017	12 años	5 años	7.03125%	Vigente
Segunda Emisión – Serie A	S/ 200'000,000*	08.02.2018	10 años	-	5.78125%	Vigente

* La suma total de las emisiones y sus respectivas series, no deberá exceder en forma conjunta S/ 600 millones.

Simbología

Instrumentos de Deuda de Largo Plazo

Categoría AA: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

Adicionalmente, para las categorías de riesgo indicadas, **Class & Asociados S.A. Clasificadora de Riesgo** utiliza la nomenclatura (+) y (-), para otorgar una mayor graduación de riesgo relativa.

Principales fuentes de información

- Falabella S.A.
- Falabella Perú S.A.
- Banco Falabella S.A.
- Colliers International
- InRetail
- Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A.
- BBVA Research
- Ministerio de La Producción (PRODUCE)
- Maximixe Consult S.A.
- www.peru-retail.com
- Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)
- Asociación de Centros Comerciales del Perú (ACCEP)
- Cámara de Comercio de Lima (CCL)
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)
- Superintendencia del Mercado de Valores – SMV

La clasificación de riesgo del valor constituye únicamente una opinión profesional sobre la calidad crediticia del valor y/o de su emisor respecto al pago de la obligación representada por dicho valor. La clasificación otorgada o emitida no constituye una recomendación para comprar, vender o mantener el valor y puede estar sujeta a actualización en cualquier momento. Asimismo, la presente clasificación de riesgo es independiente y no ha sido influenciada por otras actividades de la Clasificadora. El presente informe se encuentra publicado en la página web de la empresa (<http://www.class.pe>), donde se puede consultar adicionalmente documentos como el código de conducta, las metodologías de clasificación respectiva y las clasificaciones vigentes.