

## **ANALISIS Y DISCUSION DE LA GERENCIA**

### **RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2006**

- ✓ **Incremento de los volúmenes de venta en 10.1%**
- ✓ **Aumento de las ventas netas en 8.3%.**
- ✓ **Utilidad neta de S/.60.9 millones, 34.4% superior a la alcanzada en el mismo periodo de 2005.**

#### **Ingresos Operativos y Utilidad Bruta**

Las ventas netas aumentaron en S/.74.2 millones (8.3%) en este primer semestre en comparación con los resultados obtenidos en el mismo periodo del año anterior, pasando de S/.897.8 millones a S/.972.0 millones, debido principalmente al incremento en la facturación de las exportaciones y de las nuevas categorías de alto valor agregado. Con relación a los volúmenes de venta, el crecimiento de 10.1% se dio en casi la totalidad de las categorías en que participamos.

La utilidad bruta en el primer semestre del año 2006 fue de S/.247.2 millones, superior en S/.7.7 millones a la obtenida el año anterior que fue de S/.239.5 millones. Los márgenes brutos disminuyeron de 26.7% a 25.4%, como consecuencia de las medidas tomadas para mantener a nuestros productos con precios competitivos.

#### **Utilidad Operativa**

La utilidad operativa fue de S/.71.7 millones (7.4% sobre las ventas), mostrando una disminución en comparación con el año anterior que fue de S/.91.8 millones (10.2% sobre las ventas). La reducción de la utilidad operativa en S/.20.1 millones, se debe principalmente a la mayor inversión publicitaria en S/.18.5 millones (S/.11.4 millones de mayor provisión), y a los gastos de ventas de Agassycorp en S/.2.7 millones por la consolidación de la fuerza de ventas en el mercado de Ecuador. Estas inversiones que están dentro de lo presupuestado por la empresa, son parte de nuestra estrategia de crecimiento basada en la consolidación en el mercado internacional y del desarrollo de nuevas categorías.

## **Gasto Financiero, EBITDA y Cobertura de Intereses**

El gasto financiero neto en relación al año anterior muestra una reducción considerable de S/.10.6 millones, pasando de S/.11.6 millones a S/.1.0 millón (1.3% y 0.1% sobre las ventas, respectivamente). Este menor gasto se debe principalmente al mayor ingreso por diferencia de cambio en S/.13.2 millones, como resultado de la reevaluación del nuevo sol que a junio del 2006 fue de 5.0% y en el mismo periodo del 2005 fue de 0.9%.

La utilidad antes de intereses, impuestos y depreciación (EBITDA) en el año 2006 fue de S/.106.1 millones y en el año 2005 fue de S/.124.9 millones, lo cual representa 10.9% y 13.9% sobre las ventas, respectivamente. Esta variación se explica por lo comentado en los párrafos anteriores sobre la utilidad operativa.

## **Otros Ingresos-Gastos**

En este rubro se incluye principalmente los siguientes eventos:

1. La conclusión del proceso administrativo seguido ante la Administración Tributaria para la devolución del Impuesto Mínimo a la Renta pagado por la sociedad en los meses de octubre, noviembre y diciembre de 1993. Al respecto, la Administración Tributaria ha procedido a devolver a nuestra empresa S/. 54.9 millones que corresponden al monto de capital pagado en los meses antes indicados más los intereses correspondientes. La devolución realizada ha generado un ingreso extraordinario para la empresa de S/.48.4 millones.
2. De acuerdo a la NIIF 3, NIC 36 y NIC 38 vigentes a la fecha, se ha procedido a dar de baja, principalmente la plusvalía mercantil de la planta Tejidos Ica por S/.23.2 millones, debido a encontrarse en proceso de venta.

Esta plusvalía mercantil ("goodwill") fue generada en Diciembre de 1997, por la diferencia entre el mayor valor del costo de adquisición de la planta Tejidos Ica correspondiente a Nicolini Hermanos S.A., y el valor razonable de sus activos netos a la fecha de adquisición. Hasta el año 2004, la amortización de esta plusvalía mercantil se efectuaba considerando una vida útil estimada de 20 años, bajo el método de línea recta, de acuerdo a la NIC 38 vigente a esa fecha. A partir del año 2005, debido a que la compañía adoptó la NIIF 3, la amortización se suspendió.

3. Provisión de desvalorización de activos realizables por un importe de S/. 5.3 millones.

## **Balance General**

El capital de trabajo a junio de 2006 asciende a S/.182.0 millones (ratio corriente 1.31) superior al de diciembre del 2005 que fue de S/.169.6 millones (ratio corriente 1.34).

El patrimonio tuvo un incremento de S/.15.7 millones (1.5%), pasando de S/.1,038.0 millones a diciembre de 2005 a S/.1,053.7 millones a junio de 2006. Esta variación se debe a: i) la utilidad neta del ejercicio por S/.60.9 millones, ii) la aplicación de utilidades por distribuir a dividendos por pagar de S/. (50.0) millones, iii) al incremento del valor de las inversiones en acciones disponibles para la venta en S/. 9.2 millones, y iv) a la variación del impuesto diferido a la renta en S/.(4.4) millones.

## **Flujo de Efectivo**

A junio 2006 se dieron los siguientes eventos: i) Pago de la cuota de regularización del Impuesto a la Renta del ejercicio 2005, ii) Pago de las participaciones de los trabajadores, y iii) incremento de existencias, principalmente de materias primas. A pesar de los eventos antes mencionados, el efectivo generado de las actividades de operación, fue de S/.43.2 millones.

Adicionalmente, la compañía destinó S/.14.4 millones a las actividades de inversión principalmente en inmuebles, maquinaria y equipo.

En relación a los flujos de efectivo relacionados a las actividades de financiamiento por S/.22.7 millones, cabe señalar que es el resultado neto del aumento de los sobregiros y prestamos bancarios en S/. 72.7 millones y del pago de dividendos por S/.50. 0 millones.

## **Asuntos de Interés**

### **▪ Junta Obligatoria Anual de Accionistas**

En la Junta Obligatoria Anual de Accionistas celebrada el día 20 de Marzo del 2006, entre otros acuerdos, se aprobó hacer entrega de un dividendo en efectivo por concepto de distribución de utilidades correspondiente al Ejercicio Económico 2004, el importe ascendió a S/.50'000,000.00 (Cincuenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), equivalente a 6.3607% de la tenencia accionaria de cada accionista, y a S/. 0.0636 por cada acción que posea, el mismo que se hizo efectivo a partir del miércoles 3 de mayo de 2006.

## ▪ **Lanzamiento de Nuevos Productos**

Continuando con la estrategia de la empresa de desarrollar nuevas categorías y/o productos de alto valor agregado, es de destacar los siguientes lanzamientos:

- (a) En enero, las nuevas Gelatinas Yaps, en los clásicos sabores de fresa y piña, y en los sabores innovadores únicos en la categoría como: granadilla, mandarina y manzana verde.
- (b) En junio, se realizó el lanzamiento del nuevo jabón Bolívar con Aloe Vera Sábila, especialmente formulado con extractos de Aloe Vera Sábila para cuidar y darle suavidad a las delicadas manos del ama de casa.

## ▪ **Crecimiento Internacional**

Continuando con la estrategia de la empresa de crecimiento a nivel internacional, es importante destacar los siguientes lanzamientos:

- (a) En marzo, el lanzamiento de nuestras galletas Glacitas, Mini Glacitas, Xplosión, Minichomp y Wafer Mix a los más altos representantes de las distintas cadenas del canal autoservicios de Colombia, gracias a la alianza estratégica con la empresa colombiana "Propersa".
- (b) En abril, nuestra marca líder en Fideos "Don Vittorio" ingresó al mercado de Colombia, debido a la alianza estratégica con el distribuidor "Grupo Tropi".

## ▪ **Premios EFFIE Perú 2006**

El 31 de mayo nuestra compañía fue premiada con el Max Effie de Oro en la categoría de Promociones, en conjunto con la agencia Publicis Asociados, por la campaña "Colecciona la vajilla Don Vittorio", distinción que premia la efectividad de una campaña en los resultados de una categoría o negocio.

## ▪ **Buen Gobierno Corporativo**

En mayo, en el Primer Concurso de Buen Gobierno Corporativo organizado por la Escuela de Postgrado de la Universidad de Ciencias Aplicadas (UPC) y Procapitales, obtuvimos el premio al "Mejor Sistema de Información al Público", por ser la empresa que presenta los mejores canales de comunicación hacia sus accionistas, inversionistas, clientes, proveedores y otros agentes con los cuales interactúa.

Para el segundo semestre del año 2006 esperamos continuar desarrollando las importantes mejoras alcanzadas a la fecha, aumentando las ventas mediante el desarrollo de nuevos mercados y el desarrollo de nuevas categorías y/o productos de valor agregado; y controlando los gastos operativos lo cual nos permitirá obtener mejores resultados.