



SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Lima, Perú

06 de septiembre de 2010

Clasificación	Categoría	Definición de Categoría
Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A. 1ª, 2ª y 3ª emisión	AA-.pe	Refleja muy alta capacidad de pagar el capital e intereses en los términos y condiciones pactados. Las diferencias entre esta clasificación y la inmediata superior son mínimas.
Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A. 4ª, 5ª, 6ª, 7ª y 8ª emisión	(nueva) AA-.pe	Refleja muy alta capacidad de pagar el capital e intereses en los términos y condiciones pactados. Las diferencias entre esta clasificación y la inmediata superior son mínimas.
Primer Programa de Bonos Subordinados Supermercados Peruanos S.A. 1ª, 2ª y 3ª emisión	A.pe	Refleja alta capacidad de pagar el capital e intereses en los términos y condiciones pactados. La capacidad de pago es más susceptible a posibles cambios adversos en las condiciones económicas que las categorías superiores.

“La clasificación que se otorga a los presentes valores no implica recomendación para comprarlos, venderlos o mantenerlos”

-----Información en millones de S/. al 30.06.10-----		
Activos: 1,224.6	Patrimonio: 370.9	Ingresos: 1,122.2
Utilidad: 20.6	ROAE(*): 13.1%	ROAA(*): 3.9%

(*) Anualizado

Historia de Clasificación: Primer Programa de Bonos de Subordinados – Primera Emisión → A-.pe (13.11.06). Segunda y tercera emisión → A-.pe (18.11.07). ↑A.pe (13.05.08). Primer Programa de Bonos Corporativos – Primera, Segunda y Tercera Emisión → AA-.pe (20.11.09). Cuarta, Quinta, Sexta, Séptima y Octava emisión → AA-.pe (28.05.10).

Para la presente evaluación se ha utilizado los estados financieros auditados de Supermercados Peruanos S.A. al 31 de diciembre del 2006, 2007, 2008 y 2009, así como estados financieros no auditados al 30 de junio de 2009 y 2010, e información adicional proporcionada por el Emisor.

Fundamento: Como resultado del análisis y la evaluación respectiva, el Comité de Clasificación de Equilibrium decidió mantener la clasificación de la primera, segunda y tercera emisión del Primer Programa de Bonos Subordinados en A.pe. A su vez se mantiene la clasificación de la primera, segunda y tercera emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos de Supermercados Peruanos S.A. (SP) en AA-.pe.

Tal decisión se fundamenta en los resultados obtenidos por la Compañía durante el año 2010, los cuales se encuentran dentro de las proyecciones estimadas en el agresivo plan de crecimiento previsto para este año, y a la vez el buen desempeño observado en los resultados de las tiendas recientemente inauguradas del formato Plaza Ve a que mejoró la generación de la Empresa (EBITDA). Importante resulta también el respaldo financiero que otorga el Grupo Intercorp al cual pertenece SP, así como su sólido y capacitado grupo gerencial de amplia experiencia y reconocida trayectoria en el sector, aunque se hayan generado rotaciones en el área comercial.

Equilibrium considera importante los niveles alcanzados en cuanto a eficiencia, desempeño de las ventas y la cobertura de intereses y servicio de deuda reflejados hasta el momento por SP, pero a la vez se observa un notable crecimiento en su nivel de apalancamiento de deuda con respecto al mercado producto de la agresiva expansión realizada. También se observa que se han realizado aportes de capital que no acompañan en la misma medida el incremento en los pasivos de SP para lograr sus objetivos

de expansión, estresando los ratios de endeudamiento y solvencia. Durante el año 2010 se ha inaugurado un local Plaza Ve a en el distrito de Chosica con un área aproximada de 5000m² y a la vez se ha aportado al capital S/28.4 millones.

Acompaña la evolución de resultados y márgenes de la Compañía, el repunte económico del sector retail cuyo crecimiento disminuyó considerablemente a principios del año 2009. La consolidación del mercado en provincias y en los conos de Lima se acentúa con proyectos en marcha y nuevos planes, retomando dinamismo el sector de supermercados a través de la apertura de nuevas tiendas.

En cuanto a la clasificación de la primera, segunda y tercera emisión de bonos corporativos (todas ellas a ser emitidas hasta por un máximo de S/.100 MM en su conjunto), dentro del marco del primer programa de bonos corporativos que totaliza S/.250 MM, se ha tomado en consideración la existencia de un fideicomiso en administración en garantía con el fin de priorizar del pago de intereses y capital de la emisión. Dicho fideicomiso contempla el ingreso de los flujos de ingresos provenientes de las ventas de un grupo de tarjetas de crédito elegidas, que respaldarán el pago tanto de los intereses como capital establecidos. Dicho ingreso se ha estimado en aproximadamente US\$10 MM mensuales. Adicionalmente se han establecido resguardos de cumplimiento por parte de SP a lo largo de la vigencia de dichos bonos.

En noviembre 2009 SP realizó la subasta pública de dichas emisiones por un monto total de S/85.5 millones, en la cual la tercera emisión fue desierta.

Cabe resaltar que se incorpora la facultad del emisor (SP) de derivar hacia los bonos titulizados previamente emitidos los flujos en exceso (liberación de tarjetas), siempre que estos sean mayores a la cobertura mínima establecida de 1.7 veces el saldo no amortizado de la presente emisión. Esto ocurriría eventualmente si es que los flujos de los grupos de tarjetas elegidas (que forman parte de los fideicomisos de los bonos titulizados previamente emitidos) no fueran suficientes para cubrir el saldo no amortizado de alguno de los programas de titulización vigente (actualmente se encuentran vigentes dos programas con determinadas tarjetas de crédito asignadas a cada uno de ellos).

Las tres emisiones del primer programa de bonos subordinados fueron colocadas durante el año 2007, por un total de US\$19 MM para el caso de la 1ra y 2da emisión y S/21.5 millones para el caso de la 3ra emisión, venciendo las tres en el año 2014. La amortización del principal se realizará al vencimiento de los bonos, los pagos de intereses se vienen realizando semestralmente según lo previsto y estos se encuentran garantizados genéricamente con el patrimonio de la Compañía.

Durante el año 2010 se observa un aumento en los niveles de crecimiento en la industria retail y en el sector de supermercados anunciándose aperturas de nuevos establecimientos por parte de la competencia. En consecuencia, se continuará monitoreando los resultados tanto en ventas como en generación de márgenes alcanzados por SP para el segundo semestre del año 2010 y a la vez el impacto de la posible reducción en las ventas de sus locales históricamente representativos, producto de su misma expansión y la mayor competencia. SP exhibe aún cierta dependencia al tipo de cambio, por lo que la volatilidad del mismo afecta en alguna medida sus resultados finales limitando la generación propia de capital.

Es importante mencionar que la rentabilidad observada ha mostrado una tendencia positiva a través de los últimos períodos, debido principalmente a sus niveles de generación de EBITDA.

Finalmente, de concretarse las proyecciones de crecimiento del emisor para este año, se espera que ésta sea acompañada gradualmente con aportes del accionista como parte del respaldo al crecimiento y a la estructura financiera de la Compañía y, que los estándares de riesgo de SP puedan ser mantenidos y a la vez continúe soportando el plan de expansión sin afectar la clasificación de los instrumentos vigentes y mantener un adecuado nivel de endeudamiento.

Fortalezas

1. Equipo profesional de amplia experiencia en retail.
2. Respaldo del Grupo Económico al que pertenece.
3. Imagen de marca.

Debilidades

1. Niveles de apalancamiento por sobre el promedio del mercado.
2. Capital de Trabajo negativo.

Oportunidades

1. Crecimiento de la penetración del retail moderno.
2. Potencialidad de provincias.
3. Nuevos formatos de tiendas.

Amenazas

1. Posible ingreso de operadores internacionales.
2. Planes de expansión de la competencia.

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

Supermercados Peruanos es una empresa peruana constituida como sociedad anónima el 1° de junio de 1979, bajo la razón social de Promociones Camino Real S.A., accionista mayoritario del grupo de empresas dueñas de la cadena de tiendas Scala. En 1993 la cadena de supermercados de origen chileno Santa Isabel adquirió la Empresa, cambiando su razón social a Supermercados Santa Isabel S.A.

En 1998, el grupo holandés Royal Ahold se convirtió en copropietario de Santa Isabel S.A. asumiendo el control de la Empresa en mayo del 2002, sin embargo a inicios del 2003, el grupo decidió vender sus operaciones en Sudamérica. Con fecha 11 de diciembre del 2003, Royal Ahold suscribió un contrato de Compra – Venta de las acciones representativas del capital social de Supermercados Peruanos S.A. con el Grupo Interbank (Banco Internacional del Perú S.A.A.-Interbank e Interseguro Compañía de Vida S.A.) y Compass Capital Partners Corp. En el mes de marzo del 2004, la Junta General de Accionistas decidió cambiar la denominación social de Supermercados Santa Isabel S.A. por Supermercados Peruanos S.A.

Supermercados Peruanos S.A. (SP) se dedica al negocio de compra-venta de bienes muebles a nivel general, representaciones, comisiones, distribución de bienes, e igualmente de acuerdo a sus estatutos podrá dedicarse a realizar inversiones en valores bursátiles y extra bursátiles de renta fija o variable, bienes muebles e inmuebles y acciones de personas jurídicas, pudiendo realizar cualquier otra actividad comercial vinculada a su objeto social.

Accionistas

Durante el año 2007, IFH Peru Ltd., Interseguro, Compañía de Seguros de Vida S.A. y el Banco Internacional del Perú S.A.A. transfirieron su participación accionaria en Supermercados Peruanos S.A. a favor de IFH Retail Corp. (IFH), empresa subsidiaria de IFH Perú Ltd.

Accionista	Nacionalidad	%
IFH Retail Corp	Panamá	99.61%
Otros		0.39%

Directorio y Plana Gerencial

Al 30 de junio de 2010, el Directorio de Supermercados Peruanos S.A., se encuentra integrado de la siguiente manera:

Cargo	Nombre
Presidente	Carlos Rodríguez - Pastor
Director	Juan Carlos Vallejo
Director	David Fischman
Director	Julio César Luque
Director	Pablo Turner

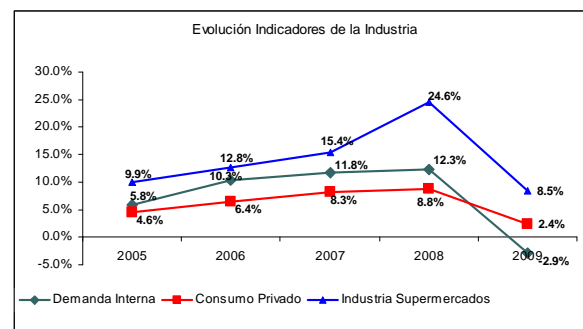
Actualmente, los principales funcionarios de la gerencia de Supermercados Peruanos S.A. son:

Directores Ejecutivos	Nombre
Gerente General	Rossi, Norberto.
Directora de Gestión y Desarrollo Humano	Sakihara, Karina.
Directora de Auditoria y Procesos	Prado, Mariela.
Directora de Administración, Finanzas	Bustamante, Delia.
Directora de Abastecimiento Logístico	Del Valle, Rocío.
Director Comercial Food	Vacante
Director de Marketing	Müller, Adelberto.
Director Comercial Non Food	Vacante
Directora de Ventas y Operaciones	Mayor, Jacqueline.
Director de Infraestructura	Reaño, Miguel.
Director de Desarrollo	Shimizu, Misael.

ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL NEGOCIO

Se observa una recuperación económica en lo que va del año 2010 y un gran movimiento en el sector retail. La consolidación de mercado en provincias y en los conos de Lima se acentúa con proyectos en marcha y nuevos planes, retomando dinamismo el sector de supermercados a través de aperturas de nuevas tiendas.

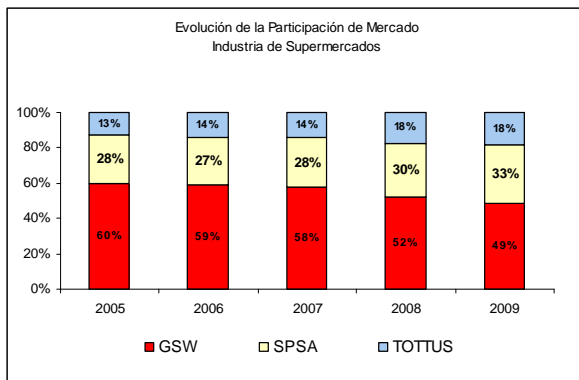
A continuación se presenta los principales indicadores de la industria de supermercados:



Como industria de supermercados se tomaron las ventas de GSW, SPSA y Tottus.

Fuente: INEI, BCR e información pública de cada empresa / Elaboración: Equilibrium

A la fecha del informe la industria de supermercados (en Lima Metropolitana) se encuentra concentrada en torno a tres operadores: Grupo de Supermercados Wong (Grupo Cencosud), Supermercados Peruanos (Grupo Interbank) e Hipermercados Tottus (Grupo Falabella), siendo el líder del mercado el Grupo Wong:



Fuente: Información pública de cada empresa. Elaborado de acuerdo a las ventas al 31 de diciembre de 2009 / *Elaboración: Equilibrium*

Descripción del negocio

Supermercados Peruano es la segunda cadena de supermercados en el Perú, con una participación de mercado de 33.3% a diciembre de 2009. Para la realización de sus actividades comerciales, la Compañía cuenta, al primer semestre del 2010, con una cadena de 59 tiendas (52 en Lima, 1 en Chiclayo, 2 en Trujillo, 1 en Chimbote, 1 en Ica, 1 en Arequipa y 1 en Huancayo) conformada por 35 hipermercados, los cuales operan bajo la razón comercial “Plaza Vea”, 15 supermercados, los cuales operan bajo las razones comerciales de “Plaza Ve Super”(8) y “Vivanda” (7) y 9 tiendas de descuento, las cuales operan bajo la razón comercial “Mass” (al 31 de diciembre 2009, la Compañía contaba con 34 hipermercados, 15 supermercados y 9 tiendas de descuento).

SP ha desarrollado tres formatos distintos que pretenden capturar a los diferentes tipos de consumidores peruanos adecuando las características propias de los locales de acuerdo con los mismos: i) El formato de hipermercados Plaza Vea está enfocado a ofrecer una gran variedad de productos a bajos precios, dirigido a clientes que realizan una compra semanal, ii) Supermercados Vivanda ofrece una experiencia diferente a la hora de comprar, enfocándose en la calidad de sus productos y ofreciendo servicios alternos a la hora de realizar las compras. Asimismo como parte del formato de supermercados se cuenta con Plaza Ve Super que se diferencia con el formato Plaza Ve por la menor área de ventas, contando con la misma variedad de productos (específicamente en perecibles y abarrotes) y tipo de servicio. Y por último, iii) se cuenta con el formato de tiendas de descuento Mass (Minisol), que a diferencia de los formatos anteriores, atiende a consumidores de ingresos bajos ofreciendo productos básicos a bajos precios, siendo sus principales competidores los mercados tradicionales. Este formato cuenta con una menor área destinada a las ventas, así como una variedad de productos adecuada al segmento objetivo.

Es importante destacar que el formato Vivanda, se encuentra orientado al segmento de mercado objetivo de más alto poder adquisitivo, mientras que Mass está orientado a cubrir la demanda de los niveles socioeconómicos de bajos recursos.

Capacidad Instalada

En el sector retail los formatos de mayor dimensión (Hipermercados) se caracterizan por ofrecer una mayor diversidad de productos respecto de las tiendas de menor tamaño, es decir que, adicionalmente a los alimentos y abarrotes se incluye además, electrodomésticos, calzado, ropa, perfumería e inclusive muebles para el hogar y artículos automotrices.

El crecimiento del número de tiendas de SP se inicia a partir del año 2005 debido al ingreso del grupo financiero Interbank. Las inversiones realizadas a partir de dicha adquisición han incluido tanto la incorporación de nuevos locales así como la conversión de antiguas tiendas Santa Isabel hacia los formatos Plaza Ve y Vivanda.

El centro de distribución de la Empresa está parcialmente tercerizado, sin embargo el software y la metodología de distribución fueron desarrollados por Ahold y SP (Sistema Local Logístico – SLL). Se espera en el corto plazo la implementación de un software especializado que optimizará el manejo de la información hacia los proveedores y de la planificación. El operador logístico (almacenaje) es Ransa, quien ha puesto a disposición de la Empresa un área de 15,650 m² donde se almacenan entre abarrotes, frescos, bazar, electro y textil aproximadamente 6,530 ítems, cuyo período de permanencia depende de cada producto.

Comercialización y Productos

SP trabaja con marcas de terceros y propias, así como productos elaborados por ellos para las líneas de pastelería, panadería, pastas y comida preparada. En cuanto a las marcas propias la Empresa mantiene 18 marcas propias, entre las cuales se encuentran: Bell’s, Suli, A-selection, La Florencia, Mass, Nube, Vivanda, entre otras. Cabe mencionar que toda la producción de bienes comercializados bajo estas marcas es elaborada por terceros, según las especificaciones y diseños de la empresa. Asimismo, durante el año 2009, SP cursó la auditoría de mantenimiento de la Certificación HACCP para sus procesos de producción garantizando la seguridad alimentaria.

Estrategia de Negocios y principales indicadores operativos

La estrategia de SP se basa en el plan de expansión del número de tiendas enfocado en el formato Plaza Ve, así como la consolidación del formato Vivanda. Además, la Empresa se encuentra ampliando y remodelando diferentes tiendas de acuerdo a las especificaciones de cada formato. Durante el primer semestre, se inauguró 1 tienda con el formato de hipermercados Plaza Ve en Chosica la cual ocupa un área aproximada de 5,000 m². Para ello se ha realizado una inversión de US\$ 7 millones, principalmente en activo fijo, construcción y equipamiento.

Es importante resaltar la fortaleza y visión de negocio de la gerencia de la Empresa que tiene una clara estrategia de crecimiento habiendo sido los primeros en incursionar en provincia. Esta expansión al interior del país continuará en base principalmente al formato Plaza Ve. En el caso de Lima, la estrategia se orientó a la reconversión del

formato Santa Isabel a otros formatos así como la apertura de hipermercados en las zonas periféricas de la ciudad.

Vale mencionar, que el crecimiento de SP está siendo soportado con herramientas tecnológicas que garanticen el funcionamiento adecuados de las operaciones de la compañía. A la fecha del informe se implementó el Sistema ERP SAP, cuyo proceso de instalación comenzó en octubre 2008 y culminó en junio 2010. Según lo mencionado por la Compañía, el sistema salió en vivo el 1ro de julio del 2010 y actualmente SP cuenta ya con un sistema totalmente integrado cubriendo todo el circuito retail.

ANÁLISIS FINANCIERO

Rentabilidad y ventas

La rentabilidad observada por SP ha mostrado una tendencia positiva a través de los últimos periodos. Esto debido principalmente a sus niveles de generación de EBITDA, dado el éxito en sus operaciones de apertura de nuevos establecimientos, los niveles de eficiencia en costos llevados a cabo y al nivel de apalancamiento financiero que muestra (esto último para el caso del ROAE).

Al 30 de junio de 2010 las ventas medidas en base a Same Store Sales – SSS (mismas tiendas existentes durante un último período de 12 meses) de SP han aumentado considerablemente en 3.2% con respecto a las ventas del mismo periodo del 2009, el cual fue golpeado por la crisis económica. Asimismo, las ventas producto de la apertura de nuevos locales durante los dos últimos años han logrado sustentar el crecimiento en término de recursos (Nuevos Soles) evidenciadas al cierre de junio de 2010.

Indicadores	2006	2007	2008	2009	Jun. 2010
ROAE (%)	2,40	6,07	8,32	13,25	13,14
ROAA (%)	0,64	1,70	2,38	3,62	3,94

Fuente: SP / Elaboración: Equilibrium

Se espera que con los planes de expansión de SP para el segundo semestre de 2010 los volúmenes de ventas aumenten en la proporción de esta nueva inversión dados los resultados obtenidos por la empresa en cada una de sus tiendas inauguradas. Cabe precisar que para el cierre del 2010 se espera un incremento similar en el número de tiendas como en el año 2009.

Durante el año 2010 las eficiencias alcanzadas en cuanto a costos podrán ayudar a que en los próximos periodos se continúe observando mayores niveles de generación de EBITDA con respecto a las ventas alcanzadas.

Un nivel de EBITDA anualizado alcanzado a junio de 2010 de S/. 146.0 millones (14% + vs. diciembre 2009) evidencia el crecimiento de SP, obteniendo un margen EBITDA de 6.2% el cual se mantiene desde el cierre del 2009.

	2006	2007	2008	2009	Jun. 2010
Tiendas	40	45	52	58	59
EBITDA* (MM S/.)	43,1	55,1	100,7	128,1	146,0
EBITDA / Vtas Netas	4,0%	4,2%	5,7%	6,2%	6,2%

Fuente: SP / Elaboración: Equilibrium

*Anualizado al 30 de junio de 2010

Solvencia y Endeudamiento

SP mantiene un poder de negociación frente a sus proveedores por lo que posee buena capacidad de maniobra en el manejo de su caja (importante porcentaje de sus ventas se realizan con tarjetas de crédito y efectivo, por lo que la generación de cuentas por cobrar como morosidad de las mismas es relativamente baja). No obstante el crecimiento observado en sus ventas en los últimos periodos y a la vez sus planes de expansión han generado un apalancamiento que supera a junio de 2010 la media del mercado retail en Perú.

El respaldo del grupo accionista a través de la Holding IFH Retail Corporation es importante en el análisis efectuado toda vez que SP hasta el 2009 arrastró una pérdida de años anteriores y su capacidad de generación de utilidades se ve determinada en una importante proporción por el resultado de su exposición monetaria a la moneda extranjera. Al 30 de junio de 2010, los resultados acumulados ascienden a S/17,4 millones.

Es importante mencionar que a la fecha del informe, se ha realizado aportes de capital por un monto ascendente a S/23.4 millones aprobado por la Junta de Accionistas.

SP ha mostrado generar por si misma importantes márgenes con respecto a las obligaciones a ser pagadas durante el año en cuanto a capital e intereses se refiere.

	2006	2007	2008	2009	Jun. 2010
Pasivo / Patrimonio	2.8	2.4	2.6	2.7	2.3
Pasivo – D. Subord. / Patrimonio + D. Subord.	2.8	1.6	1.7	2.0	1.7
D. Financ. ¹ / EBITDA*	3.5	3.4	2.0	2.6	2.1
EBITDA/ Gts. Financ.	3.7	4.3	5.0	4.9	4.4

*Anualizado al 30 de junio de 2010

Fuente: SP / Elaboración: Equilibrium

Vale mencionar que en noviembre 2009, SP realizó la subasta pública de las primeras tres emisiones dentro del Primer Programa de Bonos Corporativos en la cual la tercera emisión fue desierta. Se colocaron S/28.4 millones y S/57,1 millones, a 7 y 10 años, correspondientes a la primera y segunda emisión.

¹ Equilibrium considera como deuda financiera toda aquella que genere un costo financiero para la Empresa.

Liquidez y calidad de activos

El poder de negociación evidenciado en el manejo de sus cuentas por pagar con proveedores y las cuentas por cobrar reducidas (ya que todo pago es realizado ya sea en efectivo o crédito siendo este último trasladado a los bancos vía tarjeta de crédito / debito) hacen que los indicadores de liquidez puedan ser manejados por la gerencia de la Empresa con relativa holgura.

Asimismo se considera el acceso a líneas de crédito con que cuenta SP como adecuado y a la vez su pertenencia a un grupo económico financiero como factores de bajo riesgo en su manejo de liquidez en esta etapa de crecimiento.

Liquidez	2006	2007	2008	2009	Jun. 2010
Razón Cnte.	0.42	0.71	0.61	0.65	0.60
Prueba Ácida	0.07	0.34	0.20	0.32	0.21

Fuente: SP / Elaboración: Equilibrium

PRIMER PROGRAMA DE BONOS SUBORDINADOS SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Denominación: Primer Programa de Bonos Subordinados Supermercados Peruanos S.A.

Emisor: Supermercados Peruanos S.A.

Representante de los Obligacionistas: Banco Internacional del Perú S.A.A. – Interbank.

Moneda: Dólares y/o Nuevos Soles y/o Nuevos Soles VAC.

Monto del Programa: Hasta por US\$30 millones y/o su equivalente en Nuevos Soles.

Vigencia del Programa: Dos años.

Emissiones y Series: Cada una de las Emisiones no podrá tener un plazo mayor a veinte (20) años.

Intereses o Cupón: El monto correspondiente a los intereses será pagado a los Bonistas en las respectivas fechas de vencimiento. Los intereses se empezarán a acumular a partir de la fecha de emisión de las respectivas series.

Garantía Genérica: Todas las emisiones del Programa, estarán respaldados genéricamente por el patrimonio del Emisor y no contarán con garantías específicas.

Prelación: El pago del principal y de los intereses de los Bonos en caso de disolución y liquidación del Emisor, estará sujeto y subordinado al pago previo de las demás obligaciones y créditos del Emisor. La aplicación del orden de prelación en el pago de los Bonos, se realizará sin perjuicio que opere la aceleración automática de los plazos para el pago del principal y los intereses de los Bonos, la cual se generará desde (i) la oportunidad en que se produzca la Junta General de Accionistas del Emisor en donde se declare su disolución y liquidación, al amparo de la Ley General; o, (ii) en caso se inicie un procedimiento concursal válido al amparo de la Ley Concursal, sea por solicitud del Emisor o por solicitud de sus acreedores, incluyendo su declaratoria de insolvencia.

PRIMERA EMISIÓN

Denominación: Primera Emisión del Primer Programa de Bonos Subordinados Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Dólares Americanos.

Monto: US\$12 millones.

Plazo: 7 años amortización al vencimiento.

Fecha de Redención: 2014.

Opción de Rescate: No procede el pago del principal de los valores antes de las respectivas fechas del vencimiento de redención en las que se pagarán las cuotas semestrales de amortización del principal, ni rescate por sorteo.

Prelación: El pago del principal y de los intereses de los Bonos en caso de disolución y liquidación del Emisor, estará sujeto y subordinado al pago previo de las demás obligaciones y créditos con el Emisor, sin perjuicio de la aceleración de los plazos para el pago del principal y los intereses de los Bonos, que podrá ser determinado por la Asamblea General de Bonistas, en caso se produzcan los supuesto que conlleven a la disolución y liquidación del Emisor.

Garantías: Garantía genérica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para la expansión de sus operaciones.

Obligaciones del Emisor: Entre las principales obligaciones del Emisor se encuentran:

- Aplicar los fondos captados mediante la colocación de los Bonos a las finalidades señaladas.
- Cumplir con el pago puntual de los intereses y la redención del principal.
- Cumplir con todas sus obligaciones referidas a, entre otros (i) la obtención de licencias, certificados, permisos y otras autorizaciones gubernamentales necesarias para el normal desarrollo de las actividades que constituyen su objeto social; (ii) al medio ambiente; y, (iii) de salud y pensiones (ESSALUD, EPS, AFP, ONP) y las demás que fueren aplicables.

Restricciones del Emisor: Las restricciones del Emisor son:

- Durante el plazo en que el Emisor mantenga alguna obligación de pago proveniente de los Bonos, y mientras no hayan sido subsanadas, no podrá acordar el reparto de utilidades ni pagar dividendos.
- El Emisor no podrá realizar cambios sustanciales en el giro principal y la naturaleza de su negocio, salvo que cuente con la autorización expresa de la Asamblea General.
- El Emisor no podrá transferir o ceder parte de la deuda que asuma como consecuencia de las Emisiones que se realicen dentro del Programa, a menos que exista un acuerdo favorable adoptado por la Asamblea General.

SEGUNDA EMISIÓN

Denominación: Segunda Emisión del Primer Programa de Bonos Subordinados Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Dólares Americanos.

Monto: US\$7.0 millones.

Plazo: 7 años amortización al vencimiento.

Fecha de Redención: 2014.

Opción de Rescate: No procede el pago del principal de los valores antes de las respectivas fechas del vencimiento de redención, ni rescate por sorteo.

Garantías: Garantía genérica según Programa.

Prelación: El pago del principal y de los intereses de los Bonos en caso de disolución y liquidación del Emisor, estará sujeto y subordinado al pago previo de las demás obligaciones y créditos con el Emisor, sin perjuicio de la aceleración de los plazos para el pago del principal y los intereses de los Bonos, que podrá ser determinado por la Asamblea General de Bonistas, en caso se produzcan los supuesto que conlleven a la disolución y liquidación del Emisor.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para la expansión de sus operaciones.

TERCERA EMISIÓN

Denominación: Tercera Emisión del Primer Programa de Bonos Subordinados Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: nuevos soles.

Monto: S/. 21.5 millones.

Plazo: 7 años amortización al vencimiento.

Fecha de Redención: 2014.

Opción de Rescate: No procede el pago del principal de los valores antes de las respectivas fechas del vencimiento de redención, ni rescate por sorteo.

Garantías: Garantía genérica según Programa.

Prelación: El pago del principal y de los intereses de los Bonos en caso de disolución y liquidación del Emisor, estará sujeto y subordinado al pago previo de las demás obligaciones y créditos con el Emisor, sin perjuicio de la aceleración de los plazos para el pago del principal y los intereses de los Bonos, que podrá ser determinado por la Asamblea General de Bonistas, en caso se produzcan los supuesto que conlleven a la disolución y liquidación del Emisor.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para la expansión de sus operaciones.

PRIMER PROGRAMA DE BONOS CORPORATIVOS SUPERMERCADOS PERUANOS S.A.

Denominación: Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Emisor: Supermercados Peruanos S.A.

Representante de los Obligacionistas: Banco de Crédito del Perú S.A.A.

Moneda: Dólares y/o Nuevos Soles y/o Nuevos Soles VAC.

Monto del Programa: Hasta por S/. 250 millones y/o su equivalente en Dólares Americanos.

Vigencia del Programa: Dos años.

Emissiones y Series: Cada una de las Emisiones no podrá tener un plazo mayor a veinte (20) años.

Intereses o Cupón: El monto correspondiente a los intereses será pagado a los Bonistas en las respectivas fechas de vencimiento. Los intereses se empezarán a acumular a partir de la fecha de emisión de las respectivas series.

Garantía Genérica: Todas las emisiones del Programa, estarán respaldados genéricamente por el patrimonio del Emisor.

Garantía Específica: Será el Fideicomiso de Administración en Garantía.

Prelación: El pago del principal y de los intereses de los Bonos en caso de disolución y liquidación del Emisor, estará sujeto al orden de preferencia establecido en el numeral 42.1. del Artículo 42 de la Ley Concursal, todo ello sin perjuicio de la aceleración automática de los plazos para el pago del principal y los intereses de los Bonos, la cual se generará desde (i) la oportunidad en que se produzca la Junta General de Accionistas del Emisor en donde se declare su disolución y liquidación, al amparo de la Ley General; o, (ii) en caso se declare la insolvencia del Emisor al amparo de la Ley Concursal Los Bonos no estarán subordinados con respecto a otras obligaciones que mantenga el Emisor con terceros. Las distintas Emisiones de Bonos que sean realizadas por el Emisor, tendrán un orden de prelación en función al orden cronológico en que se realizó cada una de las Emisiones, de conformidad con el Artículo 309 de la Ley General.

Sin perjuicio de lo mencionado anteriormente, el Fideicomiso de Administración en Garantía, respaldará de manera específica a todas y cada una de las Emisiones de Valores del Programa.

Opción de Rescate: El Emisor podrá rescatar, una o más de las emisiones que conformen el Programa, si así lo estableciese el Contrato Complementario y/o en los documentos correspondientes a la emisión respectiva, siguiendo la forma y los plazos que para tal efecto se establezcan en los mismos, siempre que se respete lo dispuesto en el Artículo 89 de la Ley y el Artículo 330 de la Ley General.

Restricciones del Emisor: Las restricciones del Emisor son:

- Durante el plazo en que el Emisor incurra en algún evento de incumplimiento no podrá acordar el reparto de utilidades ni pagar dividendos.
- El Emisor no podrá realizar cambios sustanciales en el giro principal y la naturaleza de su negocio como son: i) reorganización societaria; ii) cambio de control efectivo; y iii) eliminar como parte de su objeto social el desarrollo del negocio de supermercados e hipermercados, salvo que cuente con la autorización expresa de la Asamblea General.
- El Emisor no podrá: i) otorgar financiamientos, directos o indirectos, por un monto acumulado mayor a S/.20,000,000.00 (Veinte Millones y 00/100 Nuevos Soles) por concepto de saldos insolutos; ii) constituir garantías reales o personales para respaldar obligaciones de terceros, con excepción de las garantías reales y/o personales que sean otorgadas o constituidas por el Emisor para garantizar préstamos, mutuos, créditos y financiamientos de cualquier tipo, bancarios o no bancarios, que sean concedidos a favor

de los propietarios o superficiarios de inmuebles, con el objeto de financiar la construcción, reconstrucción o remodelación de las edificaciones destinadas a ser utilizadas por el mismo; iii) afectar en garantía, ni ceder o transferir por cualquier título, incluyendo la transferencia de dominio fiduciario, los flujos futuros transferidos al Fideicomiso de Administración en Garantía.

- El Emisor se compromete a no transferir a terceros sus signos distintivos siempre que dicha transferencia pueda ocasionar un Efecto Sustancialmente Adverso; y salvo que la misma no sea realizada dentro de un proceso de reorganización empresarial.
- El Emisor se compromete, mientras el Programa se encuentre vigente, a no transferir a terceros sin la autorización de la Asamblea General activos no corrientes, cuya transferencia pudiese generar un Efecto Sustancialmente Adverso. Esta limitación no será de aplicación a las transferencias de activos que forman parte de la cadena de minimarkets Minisol, así como tampoco a las transferencias que se realicen con ocasión de operaciones de retroarrendamiento financiero (leaseback).
- El Emisor se obliga a cumplir los índices financieros:

Deuda Financiera / EBITDA(UDM)*	3.0x
Total Pasivo ** / Total Patrimonio	2.5x

* últimos 12 meses.

** La emisión contempla para el caso del cálculo del total Pasivo la extracción de la deuda subordinada (Bonos Subordinados) del mismo, la cual traslada al Total Patrimonio a manera de suma.

PRIMERA EMISIÓN

Denominación: Primera Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 100 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Primera Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Segunda y Tercera Emisión del Programa no excedan de S/.100,000,000.00 (Cien Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 7 años con amortización semestral.

Tasa: Fija

Fecha de Redención: 2016.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

SEGUNDA EMISIÓN

Denominación: Segunda Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 100 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Segunda Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Primera y Tercera Emisión del Programa no excedan de S/.100,000,000.00 (Cien Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 10 años con amortización semestral.

Tasa: Fija

Fecha de Redención: 2019.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

TERCERA EMISIÓN

Denominación: Tercera Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 100 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Tercera Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Primera y Segunda Emisión del Programa no excedan de S/.100,000,000.00 (Cien Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 5 años con amortización semestral.

Tasa: Fija

Fecha de Redención: 2014.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

CUARTA EMISIÓN

Denominación: Cuarta Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 80 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Cuarta Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Quinta, Sexta, Séptima y Octava Emisión del Programa no excedan de S/.80,000,000.00 (Ochenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 5 años con amortización semestral.

Tasa: Fija

Fecha de Redención: 2015.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

QUINTA EMISIÓN

Denominación: Quinta Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 80 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Quinta Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Cuarta, Sexta, Séptima y Octava Emisión del Programa no excedan de S/.80,000,000.00 (Ochenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 10 años con amortización semestral.

Tasa: Fija

Fecha de Redención: 2020.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

SEXTA EMISIÓN

Denominación: Sexta Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 80 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Sexta Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Cuarta, Quinta, Séptima y Octava Emisión del Programa no excedan de S/.80,000,000.00 (Ochenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 5 años con amortización semestral.

Tasa: Soles VAC

Fecha de Redención: 2015.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

SETIMA EMISIÓN

Denominación: Séptima Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 80 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Séptima Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Cuarta, Quinta, Sexta y Octava Emisión del Programa no excedan de S/.80,000,000.00 (Ochenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 10 años con amortización semestral.

Tasa: Soles VAC

Fecha de Redención: 2020.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

OCTAVA EMISIÓN

Denominación: Octava Emisión del Primer Programa de Bonos Corporativos Supermercados Peruanos S.A.

Moneda: Nuevos Soles.

Monto: Hasta por S/. 80 millones. Queda expresamente establecido que el monto máximo de la Octava Emisión del Programa estará sujeto a la limitación consistente en que el Emisor sólo podrá colocar un número de Valores cuyo valor nominal total sumado al valor nominal total de los Valores que se coloquen dentro del marco de la Cuarta, Quinta, Sexta y Séptima Emisión del Programa no excedan de S/.80,000,000.00 (Ochenta Millones y 00/100 Nuevos Soles), lo cual será determinado por el Emisor en la Fecha de Colocación.

Plazo: 15 años con amortización semestral.

Tasa: Soles VAC

Fecha de Redención: 2025.

Garantías: Garantía genérica y específica según Programa.

Destino de los Recursos: Los recursos provenientes de la colocación de los Valores serán utilizados por el Emisor para financiar la expansión de sus operaciones.

SUPERMERCADOS PERUANOS
Balance General
(Miles de nuevos soles)

ACTIVOS	Dic-06	%	Dic-07	%	Dic-08	%	Jun-09	%	Dic-09	%	Jun-10	%	Jun-10/ Dic-09
Activo Corriente													
Caja Bancos	7,441	1%	106,484	13%	58,921	6%	24,125	2%	135,264	11%	81,589	7%	-40%
Tarjeta de Crédito	8,653	1%	15,107	2%	11,910	1%	19,744	2%	11,465	1%	8,113	1%	-29%
Facturas	1,416	0%	3,354	0%	6,352	1%	2,228	0%	7,820	1%	6,380	1%	-18%
Letras	619	0%	152	0%	152	0%	152	0%	94	0%	94	0%	0%
Provisión por cobro dudosa	(152)	0%	(152)	0%	(152)	0%	(152)	0%	(94)	0%	(94)	0%	0%
Cuentas por cobrar Comerciales	10,536	2%	18,461	2%	18,262	2%	21,972	2%	19,285	2%	14,493	1%	-24.8%
Cuentas por cobrar accionistas	1,587	0%	1,891	0%	5,773	1%	4,919	0%	7,867	1%	2,717	0%	-65%
Préstamos a personal	661	0%	747	0%	746	0%	659	0%	1,027	0%	358	0%	-65%
Fondo retenido	776	0%	2,296	0%	4,147	0%	2,221	0%	2,446	0%	1,552	0%	-37%
Depósito por alquiler	691	0%	647	0%	730	0%	704	0%	647	0%	632	0%	-2%
Provisión para cuentas por cobranza dudosa	(607)	0%	(969)	0%	(969)	0%	(969)	0%	(1,674)	0%	(1,674)	0%	0%
Varias	2,515	0%	2,587	0%	6,208	1%	6,034	1%	10,791	1%	19,263	2%	79%
Otras cuentas por Cobrar	4,036	1%	5,308	1%	10,862	1%	8,649	1%	13,237	1%	20,131	2%	52%
Mercaderías	107,477	18%	129,417	16%	177,862	19%	167,518	17%	171,840	14%	202,547	17%	18%
Suministros Diversos	2,082	0%	2,050	0%	3,068	0%	3,225	0%	3,637	0%	1,443	0%	-60%
Existencias por Recibir	6,097	1%	5,381	1%	15,552	2%	8,612	1%	4,183	0%	4,964	0%	19%
Total de Existencias	115,656	19%	136,848	17%	196,482	21%	179,355	18%	179,660	15%	208,954	17%	16%
Impuestos por Recuperar	0	0%	0	0%	8,980	1%			884	0%	611	0%	-31%
Gastos pagados por anticipado	4,321	1%	5,262	1%	5,486	1%	5,919	1%	5,585	0%	7,695	1%	38%
Total Activo Corriente	143,577	24%	274,254	35%	304,766	32%	244,939	24%	361,782	30%	336,190	27%	-7%
Activo No Corriente													
Gastos Pagados por Anticipado-no corriente	1,372	0%	1,372	0%	1,217	0%	0	0%	2,429	0%	1,897	0%	-22%
Terrenos	91,630	15%	109,442	14%	126,393	13%	126,843	13%	129,351	11%	149,672	12%	16%
Edificios	284,148	47%	324,563	41%	393,519	41%	476,790	47%	525,798	44%	553,147	45%	5%
Muebles y Enseres	7,185	1%	7,955	1%	9,185	1%	9,827	1%	10,927	1%	11,453	1%	5%
Unidades de Transportes	1,249	0%	1,367	0%	1,212	0%	1,337	0%	1,337	0%	1,241	0%	-7%
Equipos Diversos y computo	211,272	35%	244,825	31%	319,254	34%	371,373	37%	407,257	34%	419,646	34%	3%
Unidades por recibir y reemplazo, trabajos en curso	0	0%	1,925	0%	4,765	1%	9,382	1%	2,809	0%	5,687	0%	102%
Depreciación acumulada	(190,296)	-32%	(213,412)	-27%	(243,819)	-26%	(263,570)	-26%	(284,387)	-24%	(308,102)	-25%	8%
Inmueble, maq. y equipo neto de deprec.	405,188	67%	476,665	60%	610,509	64%	731,982	72%	793,092	66%	832,744	68%	5%
Activo diferido neto	22,236	4%	16,644	2%	13,985	1%	9,482	1%	10,137	1%	11,155	1%	10%
Cuentas por cobrar Largo Plazo	5,609	1%	4,277	1%	4,813	1%	5,345	1%	2,578	0%	2,509	0%	-3%
Intangibles	15,351	3%	9,199	1%	13,323	1.4%	19,036	1.9%	29,658	2.5%	40,101	3.3%	35%
Impuestos por Recuperar	7,835	1%	10,343	1%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Total Activo No Corriente	457,591	76%	518,500	65%	643,847	68%	765,845	76%	837,894	70%	888,406	73%	6%
TOTAL ACTIVOS	601,168	100%	792,754	100%	948,613	100%	1,010,784	100%	1,199,676	100%	1,224,596	100%	2%
PASIVOS													
Pasivo Corriente													
Sobregiros y préstamos bancarios	46,595	8%	610	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0%
Cuentas por pagar comerciales- corriente	240,765	40%	312,136	39%	411,584	43%	383,685	38%	441,804	37%	438,967	36%	-1%
Impuestos y Contribuciones	6,980	1%	12,304	2%	8,746	1%	7,730	1%	12,849	1%	14,633	1%	14%
Remuneraciones y Particip.	2,146	0%	4,638	1%	1,118	0%	2,214	0%	880	0%	870	0%	-1%
Compensación por Tiempo Servicios	1,029	0%	1,145	0%	1,496	0%	1,617	0%	1,807	0%	1,760	0%	-3%
Provisiones	3,788	1%	4,336	1%	3,629	0%	10,637	1%	9,106	1%	14,730	1%	62%
Diversos	14,467	2%	16,371	2%	23,187	2%	27,766	3%	23,269	2%	22,277	2%	-4%
Otras cuentas por pagar	28,410	5%	38,794	5%	38,176	4%	49,964	5%	47,911	4%	54,270	4%	13%
Parte Corriente Obligac. de largo plazo	24,906	4%	31,955	4%	46,277	5%	56,013	6%	46,887	4%	59,634	5%	27%
Cuentas por Pagar a Vinculadas y accionistas	613	0%	526	0%	3,999	0%	13,036	1%	7,650	1%	3,743	0%	-51%
Impuesto a la Renta y participaciones corriente	0	0%	0	0%	2,157	0%	0	0%	10,052	1%	1,625	0%	-84%
Total Pasivo Corriente	341,289	57%	384,021	48%	502,193	53%	502,698	50%	554,304	46%	558,239	46%	1%
Cuentas por Pagar relacionadas-no corriente	46	0%											
Obligaciones de Largo Plazo	77,609	13%	155,890	20%	154,726	16%	160,560	16%	281,533	23%	250,076	20%	-11%
Ingresos e impuestos diferidos	21,124	4%	17,118	2%	22,796	2%	20,623	2%	36,274	3%	39,493	3%	9%
Depósitos en garantía	2,735	0%	2,867	0%	2,955	0%	2,825	0%	2,912	0%	2,707	0%	-7%
Instrumentos financieros derivados	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3,732	0%	3,137	0%	-16%
Total Pasivo No Corriente	101,514	17%	175,875	22%	180,477	19%	208,535	21%	324,451	27%	295,413	24%	-9%
TOTAL PASIVO	442,803	74%	559,896	71%	682,670	72%	711,233	70%	878,755	73%	853,652	70%	-3%
PATRIMONIO													
Capital Social	212,504	35%	289,804	37%	294,620	31%	301,716	30%	301,716	25%	310,586	25%	3%
Prima por emisión de acciones (pérdida)	0	0%	(14,689)	-2%	(7,177)	-1%	3,894	0%	3,894	0%	23,406	2%	501%
Resultados no realizados	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	(2,072)	0%	(1,029)	0%	-50%
Resultados Acumulados	(57,901)	-10%	(54,139)	-7%	(42,257)	-4%	(21,500)	-2%	(21,500)	-2%	17,383	1%	-181%
Utilidad (pérdida) neta	3,762	1%	11,882	1%	20,757	2%	15,441	2%	38,883	3%	20,598	2%	-47%
TOTAL PATRIMONIO NETO	158,365	26%	232,858	29%	265,943	28%	299,551	30%	320,921	27%	370,944	30%	16%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	601,168	100%	792,754	100%	948,613	100%	1,010,784	100%	1,199,676	100%	1,224,596	100%	2%

SUPERMERCADOS PERUANOS

Estado de Ganancias y Pérdidas

(Miles de nuevos soles)

	Dic-06	%	Dic-07	%	Dic-08	%	Jun-09	%	Dic-09	%	Jun-10	%	Jun-10/ Jun-09
Ventas netas	1,078,872	100%	1,313,389	100%	1,762,317	100%	967,706	100%	2,055,597	100%	1,122,208	100%	16%
Costo de Ventas	810,061	75%	990,652	75%	1,316,178	75%	722,642	75%	1,527,303	74%	846,014	75%	17%
UTILIDAD (PERDIDA) BRUTA	268,811	25%	322,737	25%	446,139	25%	245,064	25%	528,294	26%	276,194	25%	13%
Gastos de Administración	36,426	3%	41,208	3%	46,055	3%	23,429	2%	53,995	3%	24,904	2%	6%
Gastos de Ventas	222,318	21%	257,184	20%	335,660	19%	192,735	20%	395,598	19%	209,188	19%	9%
UTILIDAD DE OPERACION	10,067	1%	24,345	2%	64,424	4%	28,900	3%	78,701	4%	42,102	4%	46%
Ingresos Financieros	4,084	0%	507	0%	1,909	0%	388	0%	534	0%	1,369	0%	253%
Gastos Financieros	11,592	1%	12,938	1%	20,120	1%	10,294	1%	26,341	1%	15,809	1%	54%
Ingresos diversos	313	0%	0	0%	284	0%	0	0%	29	0%	0	0%	0%
Gastos diversos	3,292	0%	3,387	0%	1,981	0%	554	0%	2,416	0%	765	0%	38%
Utilidad antes del REI	(420)	0%	8,527	1%	44,516	3%	18,440	2%	50,507	2%	26,897	2%	46%
REI o Diferencia de Cambio	13,399	1%	12,787	1%	(8,587)	0%	6,487	1%	12,776	1%	5,944	1%	-8%
Utilidad antes del Impuesto a la renta	12,979	1%	21,314	2%	35,929	2%	24,927	3%	63,283	3%	32,841	3%	32%
Participaciones	2,054	0%	2,114	0%	3,206	0%	2,133	0%	5,484	0%	2,751	0%	29%
Impuesto a la Renta	7,163	1%	7,318	1%	11,966	1%	7,353	1%	18,916	1%	9,492	1%	29%
Utilidad Neta	3,762	0%	11,882	1%	20,757	1%	15,441	2%	38,883	2%	20,598	2%	33%

	Dic-06	Dic-07	Dic-08	Jun-09	Dic-09	Jun-10
Solvencia						
Pasivo/Patrimonio	2.80	2.40	2.57	2.37	2.74	2.30
Pasivo- D Subord /Patrim + D Subord	2.80	1.55	1.73	1.67	2.02	1.74
Liquidez						
Activo cte/Pasivo Cte	0.42	0.71	0.61	0.49	0.65	0.60
Prueba Acida	0.07	0.34	0.20	0.12	0.32	0.21
Capital de Trabajo (miles de S/.)	-197,712	-109,767	-197,427	-257,759	-192,522	-222,049
Gestión						
Gtos. Adm. y Generales/Ingresos Totales	0.24	0.23	0.22	0.22	0.22	0.21
Gtos. Financ./ Ingresos totales	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Rotación de cobranzas	3.5	5.06	3.7	4.1	3.4	2.3
Rotación de cuentas por pagar	109.9	115.9	117.9	97.5	103.0	96.7
Rotación de inventarios	51.4	49.7	53.7	44.7	42.3	44.5
Rentabilidad						
Utilidad Neta / Ingresos Totales	0.35%	0.90%	1.18%	1.60%	1.89%	1.84%
EBITDA/ventas	3.99%	4.19%	5.71%	5.38%	6.23%	6.24%
Utilidad de Operación / Ingresos Totales	0.93%	1.85%	3.66%	2.99%	3.83%	3.75%
ROAE	2.40%	6.07%	8.32%	6.12%	13.25%	13.14%
ROAA	0.64%	1.70%	2.38%	1.90%	3.62%	3.94%