Universidad Externado de Colombia
Facultad de Finanzas Gobierno y Relaciones Internacionales
Programa en Finanzas y Relaciones Internacionales
Análisis Financiero

TRABAJO FINAL

Letra Asignada	A	Fecha	09	11	2017

RECOMENDACIÓN (desarrolle en este espacio su recomendación. Máximo 100 palabras)

Grupo Familia es una empresa que posee una buena cobertura del servicio de la deuda, un apalancamiento total y un NET estable, además del que posicionamiento que posee en el sector. Así mismo, se ve como su KTNO disminuye del 2015 a 2016 en un -12,5% por lo que se considera que se otorgue el crédito solicitado por un monto de 100.000 millones de pesos para financiar su Capital de Trabajo.

ANÁLISIS MACROECONÓMICO (Máximo 100 palabras): PRINCIPALES RIESGOS / MITIGANTES

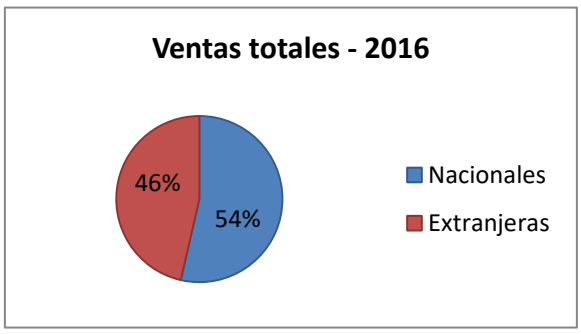
El Mercado de Grupo Familia está ubicado en las regiones de Suramérica y el caribe. Estas regiones presentaron un decrecimiento de 2,4% y 1,7% de su economía respectivamente, debido al entorno desconcertante a nivel global durante 2016. El Mercado principal de la compañía se ubica en Colombia, este país presentó una inflación del 5,75% para el año 2016 la cual estuvo fuera de las expectativas del Banco de la República. Lo anterior ocasionó un incremento de las tasas de interés que afectó el consume. Adicionalmente se presentaron sucesos como la reforma tributaria y la firma del acuerdo de paz.

ANÁLISIS DE LA GERENCIA (Máximo 100 palabras):

- Andrés Felipe Gómez Salazar: Gerente General de Grupo Familia S.A. Con una trayectoria de 14 años en la compañía y con más de tres en la gerencia.
- Juan Felipe Hoyos Botero: Gerente Financiero de Grupo Familia S.A.

La Junta Directiva de Grupo Familia S.A. está conformada por Álvaro Gómez, Pablo Caicedo Gómez, José Antonio Gómez, Kevin Gorman, Pablo Fuentes y Robert Sjostrom. Adicionalmente, se dividen en dos comités: Comité de Auditoria y Comité de Conducta.

ANÁLISIS DE INDUSTRIA Y FACTORES CLAVE DE ÉXITO (Máximo 200 palabras)



Grupo Familia se caracteriza por tener diferentes líneas de negocio (Cuidado de la familia, cuidado del bebé y del niño, cuidado de la mascota, cuidado de la piel, cuidado femenino, cuidado del adulto e higiene institucional) con lo cual ha logrado ser una marca líder en Colombia. Este país representa la mayoría de sus ingresos y en este mercado ha logrado obtener una participación cercana al 43,0%. Por otro lado, la competencia de precios no es hostil, pero mantiene fuerte competencia directa. La estrategia usada en busca del reconocimiento de sus marcas más importantes ha permitido una diversificación de las líneas de productos ofrecidos y así, el acercamiento a un mayor número y tipos de consumidores, junto con el uso de nuevas tecnologias como apps. Ademas, Grupo Familia ha logrado expandirse internacionalmente con plantas en Chile, Perù, Puerto Rico, entre otras, y acceder a nuevos mercados en centro America como Republica Dominicana a pesar de que su presencia es debil debido a que la competencia allì es mas fuerte que en el àmbito nacional, por presencia de la industria de cada pais con un mayor reconocimiento.

Fuente: elaboración propia

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA (Máximo 500 palabras)

La compañía tiene un crecimiento sostenible con comportamiento mixto, no obstante, este ha venido decreciendo a partir de 2014 (2014: 18,7% 2015: 14,6% 2016:8,5%), debido a factores como la disminución del ROE y la fluctuación del FCL.

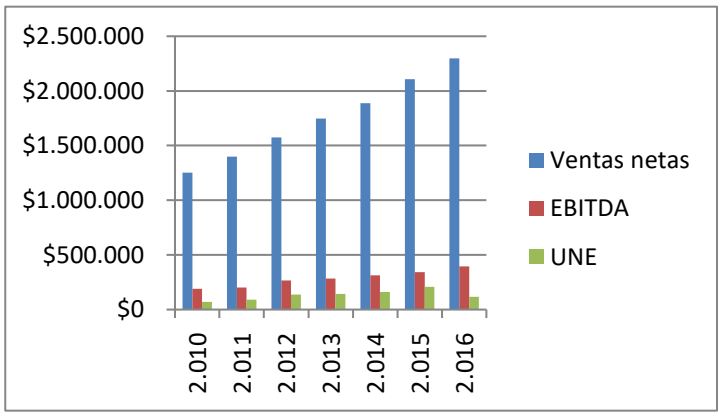
El ROS de la compañía para el 2016 es de 5,0%, siendo el menor del periodo de estudio (2014: 8,5% y 2015: 9,9%) como consecuencia de una disminución del EGO que pasa $47.231MM en el 2015 a $17.992MM en el 2016. Este comportamiento se generó por causa de un decrecimiento del último año del Margen EBIT (2014: 11,9% 2015: 13,9% y 2016: 9,2%) debido a un crecimiento de los gastos no operacionales en 159,0% y un gasto extraordinario de $96.575MM por un evento con la Superintendencia de Industria y Comercio, junto a esto, el crecimiento en los impuestos que pasa de 39,6% en el 2015 a 54,8% en el 2016 y el menor crecimiento de las ventas (2016: 9,0%) respecto al año anterior (2015: 11,7%).

El RAT tiene un comportamiento mixto siendo de 1,1x para el 2016 (2014: 1,4x 2015: 1,0x) debido a la fluctuación en la rotación de inventario (2014: 3,4x 2015: 2,9x y 2016: 3,7x) y la rotación de clientes (2014: 8,4x 2015: 7,4x y 2016: 8,1x) que se refleja en la venta de PP&E que tiene un menor crecimiento para el 2016 (3,9%) respecto al 2015 (6,0%) y por lo tanto una disminución de CAPEX de $85690MM. Adicionalmente, el CCE para el 2016 es de 54 días (2014: 51 días y 2016: 61 días) como consecuencia de una disminución en los días de cuentas por pagar que pasa de 132 días en el 2015 a 102 días en el 2016 por el menor plazo que brindan sus proveedores.

El apalancamiento se mantiene estable siendo de 0,45x para el 2016 (2014: 0,40x 2015: 0,50x) debido a una disminución del Total de la deuda financiera (TDF) que pasa de $129.658MM en el 2014 a $105.074MM en el 2016 generando un NET de 31,2% para el 2016 (2014: 28,6% y 2015: 33,4%). El cubrimiento del servicio de la deuda tiene una disminución pasando de 5,33x en el 2014 a 4,9x para los años 2015 y 2016 junto con la cobertura EBITDA que pasa de 16,9x y 17,8x en el 2014 y 2015 respectivamente a 12,5x en el 2016 y manteniendo la razón corriente estable (2014: 1,8x y 1,9x para 2015 y 2016), esto como consecuencia de la disminución de la concentración del endeudamiento que pasa de 79,7% y 66,7% en 2014 y 2015 respectivamente a 64,6% en el 2016.

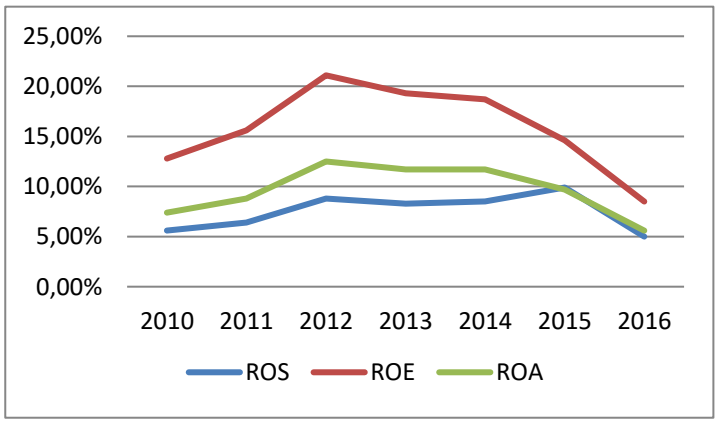
El ROE de la compañía disminuye, pasando de 18,7% y 14,6% en 2014 y 2015 respectivamente a 8,5% en el 2016 como consecuencia de la menor rentabilidad de las ventas, la fluctuación del apalancamiento y el Margen neto de la compañía.

GRÁFICA 1



Fuente: cifras de la empresa, elaboración propia

GRÁFICA 2



Fuente: cifras de la empresa, elaboración propia