

ANALISIS Y DISCUSION DE LA GERENCIA DE LOS RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2005

En el primer semestre del año 2005, Alicorp S.A.A. logro una utilidad antes de participaciones de los trabajadores e impuesto a la renta de S/.72.7 millones (8.1% sobre las ventas), cifra que representa tres veces la obtenida en el mismo periodo del año anterior que fue de S/. 24.6 millones (2.7% sobre las ventas). Este aumento se debió fundamentalmente a los mayores volúmenes de ventas, a los mejores márgenes y a la importante reducción de los gastos operativos y financieros.

La utilidad neta fue de S/.45.3 millones (5.0% sobre las ventas), muy superior a la alcanzada en el mismo periodo del 2004 que fue de S/. 24.6 millones (2.7% sobre las ventas), este incremento se da a pesar que en el 2005 se incluyó una provisión de participaciones e impuestos corrientes y diferidos por S/. 27.4 millones.

En relación al año 2004, en el primer trimestre la empresa logró un incremento de la utilidad neta del 69.9% pasando de S/. 12.0 millones a S/. 20.4 millones, y en el segundo trimestre se ha superado el incremento del primer trimestre alcanzando el 97.6%, pasando de S/. 12.6 millones a S/. 24.9 millones. En este primer semestre se ha logrado un aumento del 84.1%, a pesar de la provisión de participaciones e impuestos, lo que demuestra un crecimiento sostenible de los resultados con respecto al año anterior.

Ingresos Operativos

Cabe resaltar, que los volúmenes de venta en este primer semestre en comparación con los obtenidos en el mismo periodo del año anterior, subieron en 6.2%, principalmente en las divisiones de consumo masivo y nutrición animal, así como en las nuevas categorías de alto valor agregado. Sin embargo, la facturación pasó de S/. 904.2 millones a S/. 897.8 millones como consecuencia de los menores precios de venta ocasionado por el traslado de la disminución en los precios de las principales materias primas.

Utilidad Bruta

La utilidad bruta con respecto a similar periodo del año anterior, tuvo un incrementó en S/. 41.8 millones (21.1%), pasando de S/. 197.7 millones a S/. 239.5 millones. Los márgenes brutos aumentaron de 21.9% a 26.7% sobre ventas, crecimiento basado principalmente en el mayor margen de las nuevas categorías de alto valor agregado, en los menores costos de las

principales materias primas y en la consolidación de las eficiencias logradas en los procesos productivos.

Es importante destacar que las nuevas categorías desarrolladas en los últimos años han contribuido con el 35.6% del crecimiento de la Utilidad Bruta en este semestre. Asimismo, el incremento de la participación de las categorías de alto valor agregado en la utilidad bruta ha pasado de 4.4 % a junio del 2004 a 8.6% en el primer semestre de este año.

Utilidad Operativa

La utilidad operativa tuvo un incremento de S/. 52.8 millones (135.3%), pasando de S/.39.0 millones en el 2004 a S/. 91.8 millones en el 2005, representando el 4.3% y 10.2% sobre las ventas, respectivamente. Esta mejora se basa fundamentalmente en la mayor utilidad bruta en S/. 41.8 millones y en la reducción de los gastos operativos, los cuales disminuyeron en S/. 11.0 millones (6.9%). Esta reducción se debió al menor gasto de depreciación y amortización en S/. 4.2 millones, a los menores gastos administrativos y de ventas por S/. 4.0 millones y S/. 2.8 millones, respectivamente.

Gasto Financiero, EBITDA y Cobertura de Intereses

El gasto financiero neto, confrontado con el año anterior, muestra una reducción considerable de S/. 6.5 millones (35.9%), pasando de S/.18.1 millones a S/. 11.6 millones (2.0% y 1.3% sobre las ventas, respectivamente). Estos menores gastos son el resultado de la disminución de la deuda financiera producto de la cancelación de deudas de mediano plazo (US\$ 16.3 millones) y al hecho de que a partir de este año, la diferencia de cambio ha sido considerado en este rubro, siendo en el año 2004 parte del REI. A junio del 2005 la ganancia de cambio fue de S/. 1.5 millones como consecuencia de la revaluación del sol en 0.9%.

El EBITDA (utilidad antes de intereses, impuestos y depreciación), reflejó un incremento de S/. 42.8 millones (52.1%) en relación al mismo periodo del año 2004, pasando de S/. 82.1 millones a S/. 124.9 millones (9.1% y 13.9% sobre las ventas respectivamente). La disminución en los gastos financieros netos y el incremento del EBITDA, favorecieron a que el ratio de cobertura de intereses del primer semestre se ubique en niveles de 10.7, muy por encima del obtenido en similar periodo del año 2004 que fue de 4.5.

Otros Gastos

En este rubro se incluye principalmente una pérdida por venta de activos no operativos por S/. 8.5 millones.

Balance General

A junio del 2005 el capital de trabajo fue de S/. 219.6 millones, superior al de diciembre del 2004 que fue de S/. 172.5, los ratios de liquidez fueron 1.49 y 1.37 veces, respectivamente. La relación deuda patrimonio fue de 0.76, menor al obtenido a diciembre del 2004 que fue de 0.84.

La deuda financiera, en este primer semestre, disminuyo en US\$ 16.3 millones (S/.57.8 millones), pasando de US\$ 162.7 millones (S/. 534.2 millones) a US\$ 146.4 millones (S/. 476.4 millones).

El patrimonio vario de S/. 958.4 millones a diciembre del 2004 a S/. 1,004.0 millones a junio del 2005, esta variación se debe principalmente a la utilidad neta del ejercicio por S/. 45.3 millones.

Flujo de Efectivo

Con respecto al flujo de efectivo, la empresa generó S/. 70.6 millones provenientes de las actividades de operación, flujo que se utilizó principalmente en la reducción del endeudamiento en S/. 55.4 millones y el saldo en compra de activo fijo.

Política de Dividendos

Alicorp S.A.A. tiene aprobada la siguiente Política de Dividendos:

“La sociedad distribuirá dividendos una vez al año, los que deberán ser acordados por la Junta de Accionistas. Los dividendos no serán menores al 25% de las utilidades del ejercicio, los mismos que serán distribuidos en efectivo. La Junta de Accionistas podrá acordar la distribución de dividendos sólo si a la fecha del acuerdo, una vez deducido el monto de los dividendos, la sociedad mantiene una relación entre el patrimonio y el total de activos no menor al 55%.”

El Balance General al 30 de junio del 2005 tiene una relación entre el patrimonio y el total activos de 56.8%, por lo cual la sociedad se encuentra en condiciones de distribuir dividendos.

Asunto de Interés

▪ Lanzamiento de Nuevos Productos

- a) En el mes de enero se lanzó las nuevas Galletas Crikas Sándwich, rellenas con dos variedades de crema, Jamón con Queso y Pizza.
- b) En marzo, el nuevo Jabón Bolívar Bebé, formulado especialmente con glicerina para ropa delicada.

- c) En abril, Mimaskot Cordero y Cereales, un alimento balanceado hipoalergénico, especial para perros con piel sensible.
- d) Las nuevas salsas AlaCena, salsa golf y mayonesa picante, las cuales cuentan con el mismo concepto que la marca “el rico sabor de casa”, gracias a su elaboración con ingredientes naturales (pasta de tomate y pasta de ají, respectivamente), en el mes mayo.

- **Premios EFFIE Perú 2005**

El 31 de mayo, nuestra marca AlaCena fue premiada con el EFFIE Perú 2005 a la Marca Moderna, en reconocimiento a una de las mejores estrategias de marketing de los últimos años en el Perú.

Desde su lanzamiento, AlaCena obtuvo el liderazgo del mercado rápidamente, cuenta con el 92% de participación a nivel nacional, consagrándose como líder absoluto de la categoría y logrando triplicar el mercado de mayonesas; actualmente cuenta con siete extensiones y expandiéndose a nivel internacional.

- **Programas de Apoyo Social**

- a) **Programa Recuperar**

En el mes de marzo, se llevó a cabo en la Provincia Constitucional del Callao, el lanzamiento de programa de nutrición comunitaria denominado “Recuperar”, el cual surgió de la alianza de Alicorp S.A.A. con la institución Cáritas del Callao.

- b) **Siembra de Trigo Durum**

Desde el año 2002, Alicorp viene promoviendo la siembra de Trigo Durum en los valles de Andahuaylas y Cusco, con la finalidad de generar cadenas productivas rentables que impacten positivamente en el empleo rural de la zona y constituirse en un apoyo importante a los pequeños agricultores.

Este proyecto viene dando resultados óptimos para los más de 200 agricultores de la zona, los cuales han logrado rendimientos en promedio de 2,800 Kg. por hectárea con proyecciones a incrementarse, alcanzando el 106% de producción (antes se sembraba sólo Trigo Harinero con rendimientos de 2,000 Kg. por hectárea).

Para el segundo semestre del año 2005 esperamos continuar desarrollando los importantes avances alcanzados a la fecha, aumentando las ventas y siguiendo con el lanzamiento de nuevos productos de valor agregado que, como hemos mencionado anteriormente, están tomando cada vez mayor importancia y relevancia en la mejora de los resultados de la compañía.