

ANALISIS Y DISCUSION DE LA GERENCIA DE LOS RESULTADOS CONSOLIDADOS AL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2005

A Setiembre del año 2005, Alicorp S.A.A. logró una utilidad antes de participaciones de los trabajadores e impuesto a la renta de S/.103.6 millones (7.4% sobre las ventas), cifra que representa un incremento de 43.2% sobre la obtenida en el mismo periodo del año anterior que fue de S/. 72.4 millones (5.2% sobre las ventas). Este aumento se debió fundamentalmente a los mayores volúmenes de ventas locales y de exportación, a los mejores márgenes y a la importante reducción de los gastos operativos.

La utilidad neta fue de S/.64.7 millones (4.6% sobre las ventas), resultado que incluye una provisión de participaciones e impuestos corrientes y diferidos por S/. 38.9 millones.

Ingresos Operativos

Los volúmenes de venta acumulados a setiembre en comparación con los obtenidos en el mismo periodo del año anterior tuvieron un incremento de 5.8%, principalmente en las divisiones de consumo masivo y nutrición animal, destacando las nuevas categorías de alto valor agregado y las exportaciones. La facturación es similar, pasando de S/. 1,392.5 millones a S/. 1,393.5 millones, a pesar 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 al mismo periodo del año anterior, tuvo un incremento en S/. 45.8 millones (14.1%), pasando de S/. 324.4 millones a S/. 370.2 millones. Los márgenes brutos aumentaron de 23.3% a 26.6% sobre ventas, crecimiento basado fundamentalmente en los menores costos de las principales materias primas. Las nuevas categorías contribuyeron con el 37.8% de esta mejora. Asimismo, el incremento de la participación de las categorías de alto valor agregado en la utilidad bruta ha pasado de 4.3% a setiembre del 2004 a 8.4% a setiembre de este año.

Utilidad Operativa

La utilidad operativa tuvo un incremento de S/. 55.3 millones (64.0%), pasando de S/.86.6 millones en el 2004 a S/. 141.9 millones en el 2005, lo que representa el 6.2% y 10.2% sobre las ventas, respectivamente. Esta mejora se basa principalmente en la mayor utilidad bruta y en la reducción de los gastos operativos, los cuales disminuyeron en S/. 9.5 millones (4.0%). Esta reducción se debió al menor gasto de depreciación y amortización en S/. 6.6 millones, a los menores gastos administrativos por S/. 5.2 millones y al incremento de los gastos de venta en S/. 2.3 millones, principalmente por la mayor inversión publicitaria en S/. 6.7 millones.

Gasto Financiero, EBITDA y Cobertura de Intereses

El gasto financiero neto, comparado con el año anterior, muestra un ligero incremento de S/. 0.3 millones (1.1 %), pasando de S/.26.7 millones a S/. 27.0 millones (1.9% sobre las ventas en ambos años). Este incremento se da como consecuencia de considerar en este rubro la pérdida por diferencia de cambio, la cual en el año 2004 formó parte del REI. A setiembre del 2005 la pérdida de cambio neta fue de S/. 6.1 millones como consecuencia de la devaluación del sol en 1.9%.

Excluyendo la pérdida por diferencia de cambio de este rubro, obtendríamos menores gastos financieros en S/. 5.8 millones en relación a los obtenidos en el mismo periodo del año anterior, estos menores gastos se consiguieron como resultado de las mejores tasas de interés obtenidas por la reestructuración de la deuda de mediano plazo y a la menor deuda financiera.

El EBITDA (utilidad antes de intereses, impuestos y depreciación), reflejó un incremento de S/. 43.9 millones (29.7%) en relación al mismo periodo del año 2004, pasando de S/. 147.8 millones a S/. 191.7 millones (10.6% y 13.8% sobre las ventas respectivamente). El incremento del EBITDA favoreció a que el ratio de cobertura de intereses se ubique en niveles de 7.1 muy por encima del obtenido en similar periodo del año 2004 que fue de 5.5.

Otros Gastos

En este rubro se incluye principalmente una pérdida por venta de activos no operativos por S/. 9.2 millones.

Balance General

El capital de trabajo a setiembre del 2005 fue de S/. 245.0 millones, superior al de diciembre del 2004 que fue de S/. 172.5, los ratios de liquidez fueron 1.63 y 1.37 veces,

respectivamente. La relación deuda patrimonio fue de 0.68, menor al obtenido a diciembre del 2004 que fue de 0.84.

Al 30 de setiembre del 2005 la deuda financiera neta asciende a S/. 426.2 millones (S/. 476.4 millones a junio 2005) menor en S/. 108.0 millones en relación a la del 31 de diciembre del 2004. Cabe señalar que la deuda financiera neta esta pactada mayoritariamente en moneda extranjera (82.4% aproximadamente). Sin embargo, es importante mencionar que la empresa realiza operaciones de cobertura (forwards) destinadas a mitigar el riesgo de la devaluación. A setiembre del 2005 incluyendo los forwards se reduce la exposición cambiaria a 65.1% del total de la deuda, lo que equivale a US\$ 83.0 millones. Cabe mencionar que la empresa cuenta con inventarios “dolarizados” por un importe cercano a esta cifra, por lo que dicho riesgo estará de cierta forma mitigado.

El patrimonio tuvo un incremento de S/. 77.5 millones (8.1%), pasando de S/. 958.4 millones a diciembre del 2004 a S/. 1,035.9 millones a setiembre del 2005, esta variación se debe principalmente a la utilidad neta del ejercicio por S/. 64.7 millones.

Flujo de Efectivo

Con relación al flujo de efectivo, la empresa generó S/. 142.7 millones provenientes de las actividades de operación, flujo que se utilizó principalmente en la reducción del endeudamiento en S/. 107.9 millones y S/. 25.7 millones 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 setiembre del 2005 tiene una relación entre el patrimonio y el total activos de 60%, por lo cual la sociedad se encuentra en condiciones de distribuir dividendos.

Asunto de Interés

▪ Lanzamiento de Nuevos Productos

En el mes de agosto se lanzó el nuevo alimento para mascotas “Nutrican”, producto novedoso elaborado con la fórmula “Nutrición Total”, que contienen todas las vitaminas y minerales que las mascotas necesitan para estar saludables.

▪ Inicio de Operaciones en el Mercado Ecuatoriano

Continuando con la estrategia de expansión a nivel internacional, en el mes de agosto se inicio la operaciones de comercialización en Ecuador, a través de las oficinas de venta en Quito y Guayaquil, las mismas que atenderán de manera directa a cerca de 11 mil puntos minoristas, asegurando de esta manera la presencia en todas las cadenas de supermercados del país vecino del norte.

▪ Adquisiciones

El día 14 de setiembre, se concretó la compra de la planta de detergentes de Colgate Palmolive ubicada en el distrito de Rimac. Esta compra permitirá realizar la fabricación local del detergente Bolivar que hoy en día venimos importando desde Argentina, lo cual traerá importantes ahorros para la empresa y nos permitirá obtener una mayor competitividad en el mercado.

▪ Reconocimiento Internacional por Optimos Estándares de Seguridad

Alicorp obtuvo el nivel 5 de reconocimiento del Sistema de Clasificación Internacional de Seguridad de Det Norske (DNV), auditora internacional en seguridad y control de pérdidas, luego que DNV realizara una auditoria en todas las plantas, almacenes y áreas de Alicorp a nivel nacional, obteniendo así una mejora en 23% con relación al puntaje obtenido en la primera auditoria realizada en el año 2003.

Así mismo es de destacar que la planta Calixto Romero, ubicada en el caserío de La Legua, distrito de Catacaos – Piura, ha logrado el record de llegar a 1,000 días de trabajo sin registrar accidentes.

Para el ultimo trimestre del año 2005 esperamos continuar desarrollando los importantes mejoras alcanzadas a la fecha, aumentando las ventas y consolidando los lanzamiento de nuevos productos de valor agregado