

ANALISIS Y DISCUSION DE LA GERENCIA RESULTADOS CONSOLIDADOS DEL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2009

En el primer trimestre del año 2009, la compañía logró incrementar las ventas netas en 12.4% con respecto al mismo trimestre en el año 2008, cabe resaltar el incremento en las ventas de las nuevas categorías de alto valor agregado en 33.0%, y de las ventas en el mercado internacional en 175.6%, bases de nuestra estrategia de crecimiento.

La utilidad bruta tuvo un crecimiento de 5.5%, con un incremento de S/.11.9 millones con relación a la obtenida en el mismo periodo en el año anterior.

La utilidad neta fue de S/.11.4 millones (1.3% sobre las ventas), disminuyendo en S/.46.8 millones con relación al mismo periodo en el año 2008. Esta disminución en la utilidad es el resultado del incremento en la pérdida por diferencia de cambio en S/.63.8 millones.

Ingresos Operativos y Utilidad Bruta

Las ventas netas de este periodo fueron superiores a las logradas en el año anterior, pasando de S/.798.8 millones a S/.897.9 millones.

La utilidad bruta en el primer trimestre del año 2009 aumentó en S/.11.9 millones (5.5%) respecto al mismo periodo en el año 2008, pasando de S/.216.9 millones a S/.228.8 millones; siendo el margen bruto de 25.5%, menor al año anterior que fue de 27.2%, como consecuencia de las medidas tomadas para mantener a nuestros productos con precios competitivos.

Utilidad Operativa

La utilidad operativa fue de S/.57.5 millones (6.4% sobre las ventas), mostrando una disminución de S/.5.3 millones en comparación con el año anterior que fue de S/.62.8 millones (7.9% sobre las ventas). La disminución de la utilidad operativa se debe principalmente a los mayores gastos operativos en S/.34.7 millones, los cuales se vieron atenuados por la mayor utilidad bruta de S/.11.9 millones y los menores gastos diversos en S/.17.5 millones. El aumento de los gastos operativos se genera principalmente por la mayor inversión publicitaria

en S/.6.8 millones, y los gastos operativos de las empresas adquiridas posterior al 1er trimestre del año anterior en S/.22.2 millones.

Gasto Financiero y EBITDA

El gasto financiero neto respecto al año anterior se incrementó en S/.69.1 millones, pasando de S/.41.7 millones de ingreso a S/.27.4 millones de gasto (5.2% y 3.1% sobre las ventas, respectivamente). Esta variación es consecuencia de considerar en este rubro la diferencia de cambio, la cual a marzo de 2008 fue una ganancia por S/.49.6 millones y a marzo de 2009 fue una pérdida por S/.14.2 millones, como resultado de la devaluación del nuevo sol de 0.6%. Excluyendo el efecto de la diferencia de cambio, el gasto financiero fue mayor en S/.5.3 millones con relación al obtenido en el mismo periodo del año anterior.

La utilidad antes de intereses, impuestos y depreciación (EBITDA), muestra una disminución de S/.20.9 millones (20.9%) con relación a la obtenida en el mismo periodo del año 2008, pasando de S/.100.1 millones a S/.79.2 millones (12.5% y 8.8% sobre las ventas, respectivamente). Esta variación se explica por lo comentado en los párrafos anteriores sobre la utilidad operativa.

Balance General

El capital de trabajo a marzo de 2009 ascendió a S/.123.1 millones (ratio corriente 1.11), a diciembre de 2008 fue de S/.217.9 millones (ratio corriente 1.19). Asimismo, el ratio de apalancamiento a marzo de 2009 fue 1.21.

El patrimonio tuvo una disminución de S/.94.5 millones (7.1%), pasando de S/.1,327.7 millones a diciembre de 2008 a S/.1,233.2 millones a marzo de 2009. Esta variación se debe básicamente a la aplicación de utilidades por distribuir a dividendos por pagar de S/.95.0 millones.

Flujo de Efectivo

La Compañía generó un flujo de efectivo operativo de S/.50.2 millones, mayor a lo generado en el año anterior en S/.102.3 millones, debido principalmente a la disminución de las existencias.

Asuntos de Interés

▪ Lanzamiento de Nuevos Productos

Basados en la estrategia de la empresa de desarrollar nuestros productos, es de destacar los siguientes lanzamientos:

- (a) En enero, Lamborghini nos presentó 4 nuevas marcas de helado: el nuevo Flips, un delicioso helado de hielo sabor a piña con una gomita en forma de delfín en su interior; nuestra refrescante Chicha Morada Negrita, ahora también en helado; YinYang, el helado de crema bisabor que vuelve al mercado en dos deliciosas presentaciones: lúcumas - vainilla y chocolate – vainilla; y Casino Premium, el más delicioso sándwich de vainilla, bañado al 100% en puro chocolate.
- (b) En febrero, el nuevo Marsella Bebé, el único jabón de lavar con extractos naturales de manzanilla, lo que cuidará la delicada piel del bebé dejando su ropa naturalmente limpia, asimismo, el nuevo Marsella contará con un nuevo empaque perlado que refuerza su alta calidad.
- (c) En marzo, Nuevo Yaps Tres Litros, Refrescos Yaps se renueva y lanza al mercado sus nuevas presentaciones de 3 litros con fruta, manteniendo el mismo precio de venta al público, vienen en 6 deliciosos sabores: Durazno, Piña, Granadilla, Maracuyá, Naranja y Chicha.

También se presentó al mercado las nuevas salsas de Ají y Rocoto Molido AlaCena, los ajíes y rocotos más frescos, así como la auténtica receta casera, le dan a las nuevas salsas AlaCena, ese picantito que resalta al máximo el sabor de tus comidas.

Y Anua no se detiene, en este mes lanzó al mercado su nueva línea Nutrición Color, una variedad especial para el cabello teñido, su fórmula con extractos de coco y palta, y un exclusivo concentrado activo de cereales hacen que el nuevo Anua Advance Nutrición Color repare naturalmente el cabello maltratado por los efectos del tinte devolviéndole toda la fuerza y brillo, con este lanzamiento Anua sigue creciendo en nuevos segmentos, fortaleciendo su imagen con productos más especializados.

▪ Crecimiento Internacional

Continuando con nuestra estrategia de expansión internacional, a partir de marzo The Value Brands Company, empresa adquirida en el 2008, operará bajo el nombre de Alicorp Argentina.

Este cambio significa una nueva etapa de crecimiento para The Value Brands Company impulsado por los objetivos estratégicos que propone la compañía. La meta es convertirse en una de las diez primeras empresas de consumo masivo de Argentina antes del 2015.

Cabe recordar que Alicorp Argentina comercializa productos dentro de las categorías de cuidado personal y cuidado del hogar con las marcas “Plusbelle” (shampoo, cremas para el cabello y jabones de tocador), “Zorro” (detergentes), “Cristal” (lavavajillas) y “Suave” (suavizante para ropa).

▪ **Alianza Estratégica**

En febrero se hizo la presentación a la Fuerza de Ventas de nuestro nuevo socio comercial: la empresa Negociación Ganadera Bazo Velarde, quienes elaboran y comercializan productos lácteos como manjar blanco, fudge, queso fresco y mantequillas. En esta primera etapa, Alicorp estará a cargo de la distribución de la línea de manjar blanco en el canal tradicional.

▪ **Certificación BASC**

La planta Fideería Alianza recibió el certificado del sistema de gestión de seguridad y control "BASC" (Business Alliance for Secure Commerce - Alianza empresarial para el comercio seguro), con este logro reflejamos nuestro compromiso de conseguir que nuestra cadena logística de exportación sea cada vez más segura en nuestras operaciones.

También en Trujillo, nuestra planta logró obtener una opinión favorable para la recertificación BASC al demostrar el mantenimiento del sistema para evitar que nuestras operaciones de exportación sean utilizadas por organizaciones ilícitas.

▪ **Responsabilidad Social:**

(a) Alicorp Socialmente Responsable

En febrero presentamos la tercera etapa de la campaña: Lo que toda madre debe saber sobre nutrición infantil. Ésta se realiza en alianza con RPP, el medio de comunicación de mayor alcance y credibilidad de nuestro país.

Esta iniciativa ya va por su tercer año consecutivo y las dos primeras etapas trajeron muy buenos resultados al haber contribuido eficazmente en aumentar el conocimiento.

Sin embargo, hay otros temas por reforzar por eso en esta tercera etapa, lo que busca la campaña es llamar a las madres a la acción, y no dejar que estos consejos sean sólo teoría, queremos hacer que la comunicación sea menos conceptual y aterrizarla más a la realidad de la mamá.

Esta campaña es parte de la Inversión Social que efectuamos con nuestros Grupos de Interés, que como todos sabemos, tiene como foco la Educación en Nutrición Infantil.

Uno de estos programas es también “La Súper Mamá”, campaña que promueve buenas prácticas de nutrición infantil, que tenemos al aire en CPN Radio y cuya pieza principal es un programa diario a las 8.50 a.m.

De igual manera tenemos el programa “Recuperar” realizado en Pachacamac – Ventanilla, a través del cual atendemos a 800 niños y 500 madres al año.

El programa consta de tres etapas. En la primera nos dirigimos a las madres a través de 10 tópicos básicos sobre la Nutrición Infantil en los primeros 3 años de vida. En la segunda, hacemos el seguimiento clínico de los niños y en la tercera, establecemos la defensa legal, es decir, el registro de los niños para que tengan acceso a los servicios de salud que proporciona el Estado.

Finalmente, otro de los esfuerzos está enfocado en el desarrollo de material didáctico para ser repartido gratuitamente en radios rurales de la Sierra. Las últimas cifras de desnutrición crónica han alcanzado el 29% en el Perú y la mayor incidencia de estos casos están en la sierra. Lo que se busca es difundir masivamente entre los pobladores de las zonas más olvidadas de nuestro país, temas relacionados a la nutrición de sus hijos, para esto estamos trabajando con educadores, antropólogos y nutricionistas para hacer un trabajo consecuente con todas estas realidades.

(b) Trigo Durum se expande hacia los valles de la costa norte

Continuando con el proyecto Trigo Durum, se tiene prevista la siembra de este producto en Chiclayo, Trujillo, Chimbote e Ica.

Recordemos que el Trigo Durum es la principal variedad que emplea la industria harinera, aunque aún es poco cultivada en el país. En el 2008 su siembra alcanzó las 1200 hectáreas, tres veces más que las cultivadas en el 2007. Esto, motivado por los altos precios y favorecido por un “plus” de 12% que pagan las empresas locales.

La expectativa es que las siembras totales superen las 1500 hectáreas este año, con la incorporación de los nuevos valles, principalmente en el norte del país.

Se tiene previsto ingresar también este año a Piura, Huarí-Huaraz (Ancash) y Pataz (La Libertad). De igual manera, actualmente se evalúa la posibilidad de desarrollar otras cadenas productivas.

Para el año 2009 esperamos continuar desarrollando las importantes mejoras alcanzadas a la fecha, incrementando las ventas mediante el desarrollo de nuevos mercados, el desarrollo de nuevas categorías y/o productos de alto valor agregado y la renovación y mejora de nuestros productos tradicionales; adquiriendo y/o conformando nuevas empresas, expandiéndonos a nivel internacional, controlando los gastos operativos e incorporando las sinergias obtenidas en nuestro proceso de crecimiento, lo cual nos permitirá mejorar nuestros resultados.

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS
NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS
(Expresados en miles de nuevos soles)

1.- PRINCIPIOS Y PRACTICAS CONTABLES

Los estados financieros consolidados se preparan y presentan de acuerdo con principios de contabilidad generalmente aceptados en Perú (PCGA en Perú), los cuales comprenden las Normas e Interpretaciones emitidas o adoptadas por el IASB, las cuales incluyen las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), y las Interpretaciones emitidas por el Comité de Interpretaciones de las Normas Internacionales de Información Financiera (CINIIF), o por el anterior Comité Permanente de Interpretación (SIC) adoptadas por el IASB, oficializadas por el Consejo Normativo de Contabilidad (CNC) para su aplicación en Perú.

El CNC mediante Resolución No. 040-2008-EF/94.01 del 14 de marzo de 2008, publicada el 19 de marzo de 2008, aprobó oficializar para su aplicación en Perú las siguientes NIIF e Interpretaciones: (a) a partir del ejercicio 2008 las Interpretaciones 1 a la 12 emitidas por el CINIIF y (b) a partir del ejercicio 2009 las 7 y 8, la nueva versión de la NIC 32 modificada en 2006, así como las Interpretaciones 13 y 14.

En la indicada Resolución, el CNC también acordó dejar sin efecto las NIC 14, NIC 30 y NIC 32. La Gerencia se encuentra evaluando el efecto que resultará de la aplicación de las nuevas normas e interpretaciones antes mencionadas en los estados financieros consolidados de la Compañía en 2009, de haber alguno.

En la preparación y presentación de los estados financieros consolidados de 2009 y 2008, la Compañía y sus subsidiarias han observado el cumplimiento de las NIIF y NIC que le son aplicables, de acuerdo con las Resoluciones emitidas por el CNC.

Los estados financieros consolidados incluyen las cuentas de Alicorp S.A.A. y las de sus subsidiarias detalladas a continuación:

	Porcentaje de participación
• Consorcio Distribuidor Iquitos S.A.	98.904
• Patrimonio Fideicometido Alicorp 2004- Decreto Supremo N° 093-2002-EF-Título XI	100.000

• Agassycorp S.A.	100.000
• Alicorp Honduras S.A.	100.000
• Alicorp Colombia S.A.	94.000
• Molinera Inca S.A.	50.000
• Farmintong Enterprises Inc (Propietaria de 50% de acciones de Molinera Inca S.A.)	100.000
• Alicorp Ecuador S.A.	100.000
• Cernical Group S.A.	100.000
• Prooriente S.A.	99.990
• The Value Brands Company de Argentina S.C.A.	100.000
• TVBC S.C.A.	100.000
• The Value Brands Company de San Juan S.A.	100.000
• Sulfargen S.A.	100.000
• The Value Brands Company de Perú S.R.L.	100.000
• The Value Brands Company de Uruguay S.R.L.	100.000
• Productos Personales S.A.	100.000
• Downford Corporation	100.000
• Almacenes Económicos S.A.	99.997
• Comercializadora de Granos S.A.	99.980
• Distribuidora de Alimentos S.A.	99.999
• Distribuidora Lamborghini S.A.	99.998
• Hilandería Las Dunas S.A.	99.974
• Sudamerican Trading S.A.	99.985

2.- CAJA Y BANCOS

Este rubro comprende:

	Mar – 2009	Dic - 2008
Caja	4,056	3,406
Bancos	24,665	26,147
Depósitos a plazos	0	24,815
Valores Negociables	<u>267</u>	<u>319</u>
Total	28,988	54,687

3.- CUENTAS POR COBRAR A VINCULADAS

Este rubro comprende:

	Mar - 2009	Dic - 2008
Cypress Creek Corp.	3,941	3,913
Industrias del Aceite S.A.	0	0
Palmas del Espino S.A.	0	0
Otras menores	<u>278</u>	<u>223</u>
Total	4,219	4,136

4.- CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS

Este rubro comprende :

	Mar - 2009	Dic - 2008
Pago a cuenta del impuesto a la renta	39,825	19,068
Reintegro tributario	18,868	18,301
Adelantos a Proveedores	20,979	17,444
Crédito Fiscal IGV	0	17,403
Anticipos de Impuestos Colombia	15,579	15,804
Créditos de Impuestos TVB	8,728	9,250
Prestamos a accionistas y personal	3,455	2,873
Seguros	4,147	2,725
Reclamos tributarios	2,557	2,557
Drawback	4,117	2,336
Otros	<u>16,988</u>	<u>15,538</u>
Total	135,243	123,299

5.- EXISTENCIAS

Este rubro comprende a :

	Mar - 2009	Dic - 2008
Mercadería	22,789	24,757
Productos terminados	132,528	139,497
Subproductos	9,881	13,148
Van	165,198	177,402

Vienen	165,198	177,402
Productos en proceso	40,351	36,942
Materia prima y materiales auxiliares	326,499	385,949
Envases y embalajes y suministros diversos	35,836	36,936
Existencias por recibir	<u>14,676</u>	<u>18,890</u>
Total	582,560	656,119

6.- INVERSIONES FINANCIERAS

Inversiones Disponibles para la Venta comprende:

	Mar - 2009	Dic - 2008
Credicorp Ltda.	75,536	79,770
Inversiones Centenario S.A.	2,810	2,917
Inversiones Pacasmayo S.A.	1,458	1,458
Compañía Universal Textil S.A.	471	485
Otros	<u>534</u>	<u>548</u>
Total	80,809	85,178

Inversiones al Método de la Participación comprende:

	Mar - 2009	Dic - 2008
Panificadora Bimbo del Perú S.A.	19,984	19,984
Textil Piura S.A.	9,103	9,505
Bimar S.A.	4,212	4,212
Corporación General de Servicios S.A.	<u>1,525</u>	<u>1,525</u>
Total	34,824	35,226

7.- ACTIVOS INTANGIBLES (neto de amortización acumulada)

La variación de Activos Intangibles se explica por:

	Marcas	Software	Total
Saldo al 31 de diciembre de 2008	69,122	7,718	76,840
Amortización	(657)	(1,922)	(2,579)
Saldo al 31 de marzo de 2009	68,465	5,796	74,261

8.- CREDITO MERCANTIL

La variación del Crédito Mercantil se explica por:

	Saldo Dic – 2008	Movimiento	Saldo Mar -2009
Goodwill	277,131	(1,109)	276,022
Total	277,131	(1,109)	276,022

El "Goodwill" corresponde principalmente a la diferencia originada de comparar los valores razonables de los activos y pasivos determinados al 30 de noviembre de 1997 de Nicolini Hermanos S.A. y Compañía Molinera del Perú S.A., al 30 de octubre de 2006 de ASA Alimentos S.A., al 04 de mayo de 2007 de Eskimo S.A., al 30 de mayo de 2008 de The Value Brands Company de Argentina S.C.A. y The Value Brands Company de San Juan S.A., al 10 de julio de 2008 de Downford Corporation y sus correspondientes costos de adquisición.

9.- OTROS ACTIVOS

La variación de Otros Activos (Activos realizables, en un periodo no corriente) se explica por:

Saldo al 31 de diciembre de 2008	9,101
Provisión por comparación con el valor de tasación	13
Saldo al 31 de marzo de 2009	9,114

10.- OBLIGACIONES FINANCIERAS

Este rubro comprende:

	Mar - 2009	Dic – 2008
Financiamientos de importación	448,580	547,012
Papeles comerciales	60,000	0
Prestamos bancarios	21,485	26,332
Parte corriente de la deuda a largo plazo	<u>80,025</u>	<u>92,629</u>
Total	610,090	665,973

11.- PROVISIONES

Este rubro comprende:

	Mar - 2009	Dic – 2008
Compra de materia prima	32,422	28,735
Intereses financiamiento importación y bancarios	9,292	11,721
Intereses por pagar a Cypress	3,942	3,919
Compensación por tiempo de Servicios	5,711	2,971
Pasivos por instrumentos financieros derivados	1,875	3,048
Publicidad	18,074	1,521
Provisiones diversas	<u>14,110</u>	<u>13,099</u>
Total	85,426	65,014

12.- OTRAS CUENTAS POR PAGAR

Este rubro comprende:

	Mar - 2009	Dic – 2008
Tributos y contribuciones sociales	12,721	14,457
Van	12,721	14,457

Vienen	12,721	14,457
Remuneraciones por pagar	9,499	4,678
Dividendos por pagar	<u>95,222</u>	<u>188</u>
Total	117,442	19,323

13.- OBLIGACIONES FINANCIERAS (no corriente)

La variación corresponde principalmente al traslado de la cuota del préstamo recibido del Standard Bank Company por US\$1.6 millones de Deuda a Largo Plazo a Parte Corriente de la Deuda a Largo Plazo.

14.- PATRIMONIO NETO

a) Capital Social

Al 31 de marzo de 2009, el capital social de la Compañía esta representado por 847,191,731 acciones comunes de S/. 1.00 valor nominal cada una.

b) Acciones de Inversión

Al 31 de marzo de 2009 comprende 7,388,470 acciones de inversión de S/. 1.00 valor nominal cada una.

c) Resultados no Realizados

Este rubro comprende:

	Saldo Dic – 2008	Movimiento A Mar	Saldo Mar - 2009
Impuesto diferido	(126,679)	0	(126,679)
Inversiones disponibles para la venta	63,904	(4,615)	59,289
Ajuste inicial de las inversiones a su valor de participación patrimonial	18,748	0	18,748
Operaciones de cobertura	27,066	(7,068)	19,998
Excedente de revaluación	37,206	0	37,206
Total	20,245	(11,683)	8,562

d) Reservas Legales

De acuerdo a lo aprobado en la Junta Obligatoria Anual de Accionistas celebrada el 30 de marzo de 2009, se registró una detracción de S/.8,758 de los Resultados Acumulados para destinarlos a la Reserva Legal.

e) Resultados Acumulados

La variación en este rubro se explica por:

Saldo al 31 de diciembre de 2008	415,361
Distribución de Dividendos	(95,000)
Detracción Reserva Legal	(8,758)
Utilidad Neta del Ejercicio	11,418
Otros, neto	<u>759</u>
Saldo al 31 de marzo de 2009	323,780

15.- INFORMACION POR SEGMENTO

Saldo al 31 de marzo de :

Segmento	2009		2008	
	Ventas Netas	Utilidad Operativa	Ventas Netas	Utilidad Operativa
Consumo masivo	611,141	30,068	517,619	56,665
Prod. Industriales y otros	233,330	22,926	251,067	13,019
Nutrición Animal	53,477	4,519	30,145	(6,893)
Total	897,948	57,513	798,831	62,791

Saldo al 31 de marzo de:

Segmento	2009		2008	
	Activo Total	Depreciación y Amortización	Activo Total (*)	Depreciación y Amortización
Consumo masivo	1,199,084	14,231	1,267,927	12,591
Prod. Industriales y otros	1,476,108	4,737	1,395,596	4,750
Nutrición Animal	163,389	1,031	170,194	770
Total	2,838,581	19,999	2,833,717	18,111

(*) a diciembre 2008

16.- GASTOS FINANCIEROS, NETOS

Al 31 de marzo, comprenden:

Rubros	2009	2008
Ingresos Financieros		
Dividendos recibidos	2,493	3,390
Intereses por préstamos a terceros y afiliadas	5	5
Intereses "swaps"	0	218
Otros ingresos financieros	636	380
Ingresos Financieros	3,134	3,993
Gastos Financieros		
Intereses financiamiento de importación	(7,141)	(6,110)
Intereses de bonos corporativos y titulizados	(1,449)	(2,420)
Intereses IFC	(758)	(1,492)
Intereses por prestamos bancarios	(3,688)	(388)
Intereses papeles comerciales	(243)	(166)
Otros gastos financieros	(3,083)	(1,335)
Gastos Financieros	(16,362)	(11,911)
Diferencia de cambio, neta	(14,196)	49,616
Gastos Financieros, neto	(27,424)	41,698

17.- UTILIDAD BASICA Y DILUIDA POR ACCION

Adjuntamos los numeradores para calcular la utilidad básica por acción ó utilidad diluida por acción y la conciliación respecto a la utilidad neta del periodo, el promedio ponderado del numero de acciones empleado como denominador para calcular la utilidad básica y diluida por acción y la conciliación de estos denominadores al 31 de marzo de 2009 y al 31 de marzo de 2008.

UTILIDAD BASICA Y DILUIDA POR ACCION
PERIODO DEL 01.01.2009 AL 31.03.2009

Determinación del promedio ponderado del numero de acciones para
El calculo de la utilidad básica y diluida por acción

Acciones Comunes

FECHA	CONCEPTO	ACCIONES EMITIDAS	ACCIONES EN CIRCULACION
01/01/2009	Saldo Inicial	847,191,731	847,191,731
31/03/2009	Saldo Final	847,191,731	847,191,731

Acciones de Inversión

FECHA	CONCEPTO	ACCIONES EMITIDAS	ACCIONES EN CIRCULACION
01/03/2009	Saldo Inicial	7,388,470	7,388,470
31/03/2009	Saldo Final	7,388,470	7,388,470

Promedio ponderado # de acciones para el calculo de la utilidad básica y diluida
(ponderación considerando el valor nominal de las acciones)

TIPO DE ACCION	VN S/.	Nº Acciones x Factor de Tiempo	Nº
COMUNES	1.00	847,191,731 x 1.00	847,191,731
INVERSION	1.00	7,388,470 x 1.00	7,388,470
			854,580,201

Utilidad básica y diluida por acción

DESCRIPCION	UTILIDAD NETA	# DE ACCIONES	UTILIDAD POR ACCION
Utilidad	11,404		
Acciones en circulación		854,580,201	
Utilidad básica y diluida por acción :			
Acciones Comunes			0.013345
Acciones de Inversión			0.013345

Representante Legal

Contador General

UTILIDAD BASICA Y DILUIDA POR ACCION
PERIODO DEL 01.01.2008 AL 31.03.2008

Determinación del promedio ponderado del numero de acciones para
El calculo de la utilidad básica y diluida por acción

Acciones Comunes

FECHA	CONCEPTO	ACCIONES EMITIDAS	ACCIONES EN CIRCULACION
01/01/2008	Saldo Inicial	847,191,731	847,191,731
31/03/2008	Saldo Final	847,191,731	847,191,731

Acciones de Inversión

FECHA	CONCEPTO	ACCIONES EMITIDAS	ACCIONES EN CIRCULACION
01/01/2008	Saldo Inicial	7,388,470	7,388,470
31/03/2008	Saldo Final	7,388,470	7,388,470

Promedio ponderado # de acciones para el calculo de la utilidad básica y diluida
(ponderación considerando el valor nominal de las acciones)

TIPO DE ACCION	VN S/.	N° Acciones x Factor de Tiempo	N°
COMUNES	1.00	847,191,731 x 1.00	847,191,731
INVERSION	1.00	7,388,470 x 1.00	7,388,470
			854,580,201

Utilidad básica y diluida por acción

DESCRIPCION	UTILIDAD NETA	# DE ACCIONES	UTILIDAD POR ACCION
Utilidad	58,234		
Acciones en circulación		854,580,201	
Utilidad básica y diluida por acción :			
Acciones Comunes			0.068143
Acciones de Inversión			0.068143

Representante Legal

Contador General