

SEÑORES ACCIONISTAS

De acuerdo a lo establecido en el artículo vigésimo sexto de los Estatutos Sociales de la Empresa, nos es grato presentar a ustedes para su consideración y aprobación la Memoria Anual, correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2016.

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2016. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

La presente Memoria ha sido preparada de acuerdo a lo establecido en la Resolución CONASEV N° 141-98-EF/94.10, Resolución CONASEV N° 211-98-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 040-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 147-99-EF/94.11, Resolución CONASEV N° 094-2002-EF/94.10, Resolución Gerencia General N° 096-2003-EF/94.11 modificada por Resolución Gerencia General N° 140-2005-EF/94.11, Resolución SMV N° 012-2014-SMV/01 y Resolución SMV N° 033-2015-SMV/01.

| INDICE | PÁGINA |
|---|---------------|
| SECCION I | |
| DECLARACION DE RESPONSABILIDAD | 3 |
| SECCION II | |
| 1. DATOS GENERALES | 4 |
| 2. OPERACIONES Y DESARROLLO | 10 |
| 3. PROCESOS LEGALES | 27 |
| 4. DIRECTORIO Y GERENCIA | 28 |
| SECCION III | |
| RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y ESTADOS FINANCIEROS | 33 |
| SECCION IV | |
| INFORMACION RELATIVA A LOS VALORES | 48 |
| REPORTE SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL CODIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO PARA LAS SOCIEDADES PERUANAS | 51 |
| REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA | 106 |

SECCION I

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2016. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos aplicables.

NOMBRE: Alfredo Luis Miguel Eduardo Perez Gubbins

FIRMA:



Callao, 24 de febrero de 2017

SECCION II

1. DATOS GENERALES

1.1 Denominación

La denominación social de la empresa es Alicorp S.A.A.

1.2 Domicilio

El domicilio de la sociedad es Avenida Argentina N° 4793, Carmen de La Legua Reynoso, Callao. Su central telefónica es 315-0800, su fax el número 315-0850.

1.3 Constitución e inscripción

Alicorp S.A.A. se constituyó por Escritura Pública del 16 de julio de 1956 extendida ante el notario público Dr. Julio C. Berninson e inició sus actividades el 1 de agosto de 1956. La sociedad está registrada en la Partida Electrónica N° 70267718 del Registro de Personas Jurídicas de los Registros Públicos del Callao.

1.4 Grupo Económico

La sociedad forma parte del Grupo denominado Grupo Romero del cual son integrantes las siguientes empresas:

Agencias Ransa S.A.

Sociedad dedicada al negocio de Agencia de Aduanas y Embarques.

Agrícola del Chira S.A.

Sociedad dedicada al cultivo de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos. También se dedica a la prestación de servicios y asesoramiento en materia agrícola, comercial, administrativa y demás áreas vinculadas con el cultivo de productos agrícolas.

Alicorp Argentina S.C.A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal.

Alicorp Colombia S.A.

Empresa ubicada en la República de Colombia dedicada principalmente a la industria, exportación, importación, distribución y comercialización de productos de consumo masivo.

Alicorp Ecuador S.A.

Empresa ubicada en la República del Ecuador, dedicada principalmente a la importación, exportación, fabricación y comercialización de todo tipo de bienes de consumo y de capital.

Alicorp Holdco España S.L.

Empresa ubicada en España dedicada principalmente a la adquisición, tenencia, disfrute y administración, dirección y gestión de títulos valores y/o acciones representativos de los fondos propios de sociedades o entidades constituidas en territorio español o fuera de él, pudiendo realizar toda clase de inversión mobiliaria por cuenta propia, dejando fuera las actividades objeto de la legislación en España de instituciones de inversión colectiva y las del mercado de valores.

Alicorp Inversiones S.A.

Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones en el Perú y en el extranjero.

Alicorp San Juan S.A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal y del hogar.

Alicorp Uruguay S.R.L.

Empresa ubicada en Uruguay dedicada principalmente a la comercialización de mercaderías y materias primas.

Almacenera del Perú S.A.

Sociedad dedicada al depósito, conservación y custodia de todo tipo de mercadería pudiendo realizar operaciones como Almacén General de Depósito, Terminal de Almacenamiento y/o Depósito Aduanero Autorizado dentro del marco de la Ley aplicable.

Bioenergía del Chira S.A.

La sociedad tiene por objeto dedicarse a la producción, generación y comercialización de energía a partir de biomasa (bagazo, hojas y cáscara de arroz).

Compañía Almacenera S.A.

Sociedad que opera como Almacén General de Depósito y Depósito Aduanero Autorizado.

Corporación Pesquera Giuliana S.A.

La sociedad tiene como objeto dedicarse a la extracción, procesamiento, y comercialización de recursos hidrobiológicos destinados al consumo humano directo o indirecto. También podrá dedicarse a la conservación, almacenamiento, congelado, transformación, industrialización y exportación de recursos hidrobiológicos para el consumo humano directo o indirecto, así como a la realización de cualquier otra actividad vinculada directa o indirectamente a la pesquería.

Corporación Primax S.A.

El objeto de la sociedad es dedicarse a desarrollar, ya sea directa o indirectamente, operaciones de importación, industrialización, almacenamiento, depósito aduanero autorizado o depósito simple, distribución, transporte, comercialización al por mayor o menor y/o las demás operaciones, actividades y servicios vinculados con el sector hidrocarburos en general, así como de otros productos y subproductos derivados y relacionados con el sector de hidrocarburos, incluyendo gas natural.

Depósitos S.A. DEPSA

El objeto social principal de la sociedad es dedicarse al negocio de depósitos y almacenaje en general y específicamente al de almacén general de depósito y al depósito aduanero autorizado, y por consiguiente al almacenamiento, acarreo, empaque, transporte, conservación, acondicionamiento y custodia de toda clase de mercaderías y productos de origen nacional y/o extranjero, siendo parte de su objeto la realización de todo tipo de actividades en operaciones y la prestación de todo tipo de servicios, conexos, anexos relacionados a los mencionados y demás operaciones anexas y conexas. Podrá asimismo emitir y expedir certificados de depósito y warrants, conforme a lo dispuesto por la legislación vigente sobre la materia.

Global Alimentos S.A.C.

Sociedad dedicada principalmente, a la fabricación, producción, importación, exportación, distribución, comercialización y representación de productos agroindustriales y productos alimenticios de consumo humano y animal.

Grupo Piurano de Inversiones S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

Industrias del Espino S.A.

Sociedad dedicada a la producción, industrialización y envasado de aceites y grasas comestibles y derivados, así como a la producción de jabones y sus derivados.

Industrias del Shanusi S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la industrialización de palma aceitera y de caña de azúcar.

Industrias Teal S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la explotación de negocios de molinería, fabricación de fideos, galletas, panetones, caramelos y chocolates.

Inversiones Logicorp S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

Inversiones Piuranas S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

Inversiones Valle del Chira S.A.

Sociedad, dedicada principalmente a la administración de las acciones de diferentes empresas que sean de propiedad de la sociedad.

Ítalo Manera S.A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de pastas.

Maray S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

Masterbread S.A.

Sociedad dedicada a la formulación, producción, comercialización, distribución e importación de productos de panadería congelados, que incluyen pero no están limitados a panes tipo baguette, barrita, viena, hot dog, redondo, francés, burger, ciabatta, bollería, repostería y demás productos vinculados.

Nexo Lubricantes S.A.

Sociedad dedicada a las operaciones de importación, exportación, distribución y comercialización de aceites lubricantes.

Palmas del Espino S.A.

Sociedad que se dedica al cultivo de palma aceitera y otros cultivos en la zona de la selva peruana.

Palmas del Shanusi S.A.

Sociedad dedicada al cultivo e industrialización de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos y aquellos que se deriven. También se dedica a la prestación de servicios y asesoramiento agroindustrial, comercial y administrativo en sus más diversas áreas, relacionadas con su objeto principal.

Pastas Especiales S.A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de pasta

Pastificio Santa Amalía S.A.

Empresa ubicada en Brasil dedicada principalmente a la elaboración y producción de pastas, productos de cuidado personal y del hogar, producción de galletas, gelatinas, chocolates y otros.

Primax Comercial del Ecuador S.A.

Empresa ubicada en la República del Ecuador. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la venta al por menor de combustibles.

Procesadora Torre Blanca S.A.

Sociedad dedicada a la producción, enfriamiento de toda clase de productos alimenticios de origen vegetal, así como al procesamiento, selección, embalaje, envasado, enlatado, refrigeración, comercialización, almacenamiento y fumigación de frutas, verduras, pulpas y jugos y toda clase de productos alimenticios susceptibles de refrigeración, exportación de todos los productos procesados en su planta, así como todas las actividades permitidas por la ley de promoción agraria.

R. Trading S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la comercialización, importación y exportación de aceites y granos en general, productos agrícolas, maquinarias y herramientas e instrumentos para toda actividad agrícola, productos agro industriales y especies similares, así como a la agricultura y agroindustria, en especial el cultivo de productos agroindustriales, cultivo de soya, palma aceitera, girasol, cocotero y frutales.

La sociedad también se dedica a la prestación de toda clase de servicios en general, en especial a los relacionados con productos agroindustriales y de cualquier otra actividad. Asimismo, a la importación, exportación, distribución, comercialización y compra venta de toda clase de materiales de construcción y ferretería en general.

Ransa Colombia Colfrigos S.A.S.

Empresa ubicada en Colombia. La sociedad tiene por objeto dedicarse principalmente al procesamiento y conservación de productos cárnicos, pescados, crustáceos, moluscos, frutas, hortalizas y legumbres y alimentos que requieran mantenimiento de la cadena de frío. Asimismo, a la construcción, operación, manejo, utilización, compra, venta, importación y/o exportación de sistemas de refrigeración fijos o móviles para el almacenamiento, transporte, procesamiento, empaque, distribución, comercialización e industrialización de productos perecederos de cualquier origen y, a la prestación de servicios de refrigeración, almacenamiento, transporte, procesamiento, empaque, distribución o comercialización de productos de terceros, así como a la prestación de servicios logísticos con productos perecederos y secos.

Ransa Comercial S.A.

Sociedad que tiene como objetivo celebrar toda clase de actos y contratos civiles y comerciales sobre depósitos de su propiedad como almacenaje simple, depósito autorizado de aduana, operador de carga nacional e internacional. Además, brinda servicios de agencia marítima de primera clase y servicios de embarque, desembarque, trasbordo y movilización de carga además de la actividad terminal de almacenamiento.

La sociedad también se dedica a prestar servicios de transporte nacional e internacional de carga por carretera. Además, está dedicada a la producción de hielo, al enfriamiento y congelamiento de todo tipo de alimentos, al procesamiento y comercialización de productos alimenticios, a la exportación de todos los productos procesados en su planta y a la importación de todo tipo de productos que requieran de un proceso de refrigeración, así como la prestación de servicios de tratamiento y/o fumigación de productos agrícolas. Asimismo, la sociedad también brinda servicios de control, certificaciones, inspección, ajuste y recupero de toda clase de mercadería y carga en general.

Sanford S.A.C.I.F.I y A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de galletas.

Santa Sofía Puertos S.A.

Esta sociedad tiene como objeto dedicarse a las operaciones de recepción, despacho, avituallamiento de naves, transbordo, embarque y desembarque de pasajeros, estiba, desestiba, porteo y almacenaje de contenedores y mercaderías de las naves y descargas de mercaderías de las naves, trámites para operar embarcaciones de menor calado. En general dedicarse a todas las operaciones portuarias inherentes, conexas, afines y/o relacionadas con la actividad de agente general, agente portuario y agente marítimo de acuerdo con las disposiciones vigentes sin reserva ni limitación alguna. También es parte del objeto especial de la sociedad, dedicarse a la construcción, administración, operación, equipamientos y mantenimiento de puertos, terminales y muelles de cualquier tipo; prestar servicios de remolcadores y practicaje (piloto), sean marítimos, fluviales o lacustres; pudiendo para tal efecto, intervenir en todo tipo de licitaciones y contratos, incluidos los de privatización de empresas públicas. Asimismo, es objeto especial de la sociedad dedicarse como empresa de estiba y desestiba de puertos marítimos, fluviales o lacustres, en las faenas de embarque y desembarque, transbordo y movilización de carga en naves mercantes, de muelles a naves o viceversa y en bahía. Adicionalmente, es objeto de la sociedad la compra y venta de naves, así como su administración.

Sucroalcolera del Chira S.A.

Esta sociedad tiene como objeto dedicarse a la industrialización, fabricación y comercialización de azúcar, alcohol, etanol y cualquier otro derivado de la caña de azúcar.

Trabajos Marítimos S.A.

Dedicarse a las operaciones de recepción, despacho y avituallamiento de naves, de trasbordo, embarque y desembarque de pasajeros, de carga y descarga, estiba, desestiba, transporte, porteo y almacenaje de contenedores y de mercaderías de las naves, trámites para la operación de naves, así como a las operaciones portuarias inherentes, conexas, afines y/o relacionadas con la actividad de agente general, agente portuario o agente marítimo, fluvial o lacustre.

TVBC S.C.A.

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal.

Vitapro S.A.

Sociedad dedicada principalmente a la producción, manufactura, investigación, desarrollo, comercialización, distribución nacional e internacional de alimentos balanceados para camarón, langostinos, salmónidos y otras especies marinas adecuadas para la actividad acuicultora; así como a la investigación científica y desarrollo tecnológico de la industria de dichos alimentos balanceados.

Vitapro Chile S.A.

Empresa ubicada en la República de Chile. La sociedad se dedica a la producción y comercialización de alimentos para peces.

Vitapro Ecuador Cia. Ltda.

Empresa ubicada en la República del Ecuador, dedicada principalmente a comercialización, importación, exportación, distribución, representación, fabricación procesamiento e industrialización de productos alimenticios de consumo humano en general y de productos alimenticios balanceados y nutricionales para consumo animal.

Vitapro Honduras S.A. de C.F.

Empresa ubicada en la República de Honduras, dedicada principalmente a la importación, exportación, investigación, desarrollo, comercialización y distribución nacional e internacional de productos e insumos agroindustriales.

Witt S.A. Corredores de Seguros

Sociedad dedicada al asesoramiento y corretaje de seguros y reaseguros.

1.5. Capital Social

El capital social creado, suscrito y pagado de la sociedad asciende a S/ 847,191,731.00, representado por 847,191,731 acciones comunes de S/ 1.00 de valor nominal cada una.

La cuenta acciones de inversión asciende a S/ 7,388,470.00, representada por 7,388,470 acciones de inversión de S/ 1.00 de valor nominal cada una.

Al 31 de diciembre de 2016, la sociedad tiene creadas y emitidas las siguientes acciones:

| | |
|-----------------------|-------------|
| Acciones Comunes | 847,191,731 |
| Acciones de Inversión | 7,388,470 |

1.6. Estructura Accionaria

Alicorp S.A.A. es una Sociedad Anónima Abierta que cuenta al 31 de diciembre de 2016 con 1,560 accionistas comunes. Los accionistas que son titulares al 31 de diciembre de 2016 de más del 5% del capital suscrito y pagado de la sociedad son los siguientes:

| Accionista | Saldo | (%) | Nacionalidad | Grupo Economico |
|-----------------------------------|------------|--------|--------------|--------------------------------|
| BIRMINGHAM MERCHANT S.A. | 93,486,285 | 11.04% | Panameña | |
| AFP INTEGRA S.A. | 89,301,274 | 10.54% | Peruana | Grupo Inversiones Suramericana |
| PRIMA AFP | 71,050,370 | 8.39 % | Peruana | Credicorp Ltd. |
| GRUPO PIURANO DE INVERSIONES S.A. | 66,001,799 | 7.79% | Peruana | Grupo Romero |
| PROFUTURO AFP | 59,083,116 | 6.97% | Peruana | The Bank of Nova Scotia |
| ATLANTIC SECURITY BANK | 46,394,896 | 5.48% | Gran Caimán | Credicorp Ltd. |

Acciones con derecho a voto

| Tenencia | Número de Accionistas | Porcentaje de Participación |
|----------------|-----------------------|-----------------------------|
| Menor al 1% | 1,544 | 25.53 |
| Entre 1% - 5% | 10 | 24.26 |
| Entre 5% - 10% | 4 | 28.63 |
| Mayor al 10% | 2 | 21.58 |
| Total | 1,560 | 100.00 |

Acciones de inversión

| Tenencia | Número de Accionistas | Porcentaje de Participación |
|-----------------|------------------------------|------------------------------------|
| Menor al 1% | 1,496 | 50.82 |
| Entre 1% - 5% | 9 | 12.63 |
| Entre 5% - 10% | 1 | 5.43 |
| Mayor al 10% | 2 | 31.12 |
| Total | 1,508 | 100.00 |

1.7. Otras Inscripciones y Registros

Por Resolución CONASEV N° 010-80-EF/94.10 se autorizó la inscripción de las acciones de inversión de Alicorp S.A. en la Bolsa de Valores de Lima.

Por Resolución CONASEV N° 364-95-EF/94.10 se autorizó la inscripción de las acciones de capital de Alicorp S.A. en la Bolsa de Valores de Lima.

Mediante expediente N° 2013008530 presentado ante la SMV en el mes de marzo de 2013, se solicitó la autorización correspondiente para la emisión de un bono internacional hasta por US\$ 450 millones bajo la Regla 144A y la Regulación S del United States Securities Act de 1933 y sus modificatorias, lo que fue aprobado de manera automática por la SMV atendiendo a la condición de entidad calificada que tiene Alicorp S.A.A.

Mediante Resolución de Intendencia General de SMV N° 111-2014-SMV/11.1 de fecha 5 de diciembre de 2014, se dispuso la inscripción, en el marco de un trámite anticipado, del programa de emisión denominado "Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp", hasta por un monto máximo en circulación de S/ 1,000'000,000.00 (Mil Millones y 00/100 Soles) o su equivalente en Dólares de los Estados Unidos de América, y el registro del Prospecto Marco correspondiente en el Registro Público del Mercado de Valores. Asimismo, mediante la referida Resolución, se dispuso la inscripción de los valores denominados "Primera Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp", hasta por un monto máximo en circulación de S/ 300'000,000.00 (Trescientos Millones y 00/100 Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 14 de enero de 2015 se solicitó la inscripción de la Segunda Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp, hasta por un monto máximo en circulación de S/500'000,000.00 (Quinientos Millones y 00/100 Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 16 de marzo de 2016 se solicitó la inscripción de la Tercera y Cuarta Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp, hasta por un monto máximo en circulación de S/300'000,000.00 (Trescientos Millones y 00/100 Soles), cada una. Asimismo, se dispuso la inscripción de los Complementos del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

2. OPERACIONES Y DESARROLLO

2.1 Objeto Social

La sociedad tiene por objeto social dedicarse a la industria, exportación, importación, distribución y comercialización de productos de consumo masivo, principalmente alimenticios y de limpieza, en sus más variadas formas, en especial los que corresponde a la industria oleaginosa, de jabones, detergentes, grasas industriales, café, productos cosméticos, de higiene y limpieza personal, y productos afines y derivados de los citados.

Igualmente, a la industria y comercio del trigo y/o cualquier cereal, en sus más variadas formas de harinas, fideos, galletas y toda clase de productos y subproductos harineros; así como la compra, venta, transformación, distribución, importación y exportación de materias primas, frutos y productos, nacionales y extranjeros.

Constituye asimismo, parte del objeto social, la prestación de toda clase de servicios y asesoramiento industrial, comercial y administrativo en sus más diversas áreas; así como las actividades de desmote y comercialización de algodón, semillas oleaginosas y subproductos derivados de los mismos.

También dedicarse a la preparación, elaboración, distribución, explotación industrial y comercial de alimentos concentrados para consumo humano y/o animal, así como pastas alimenticias y alimentos balanceados para animales.

Igualmente, es parte del objeto social constituir depósitos aduaneros autorizados con el objeto de almacenar mercancías de propiedad exclusiva de la empresa y/o de terceros.

Conforme a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), a la empresa le corresponde el CIIU 1549.

2.2 Plazo de Duración

Conforme a lo establecido en el artículo segundo de sus Estatutos Sociales, la duración de la sociedad es indefinida.

2.3 Reseña Histórica

Alicorp S.A.A. constituida en 1956 bajo la denominación de Anderson Clayton & Company, se dedicaba principalmente a la producción de aceites y grasas comestibles. En 1971, el Grupo Romero adquirió Anderson Clayton, y modificó su denominación social por la Compañía Industrial Perú Pacífico S.A. (CIPPSA).

En diciembre de 1993, CIPPSA se fusionó con otras dos empresas del Grupo Romero: Calixto Romero S.A. dedicada a la producción de aceites y grasas comestibles, y Oleaginosas Pisco S.A. dedicada principalmente a la elaboración de jabón de lavar.

En febrero de 1995, CIPPSA adquirió el 100% de las acciones comunes de La Fabril S.A., empresa dedicada a la elaboración y comercialización de aceites y grasas comestibles, jabón de lavar, harina, fideos y galletas. El 31 de marzo de 1995 CIPPSA se fusionó absorbiendo a Consorcio Distribuidor S.A., empresa fundada en 1976 por el Grupo Romero, dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo nacionales e importados en todo el país.

El 1 de junio de 1995 CIPPSA se fusionó con La Fabril S.A. absorbiendo a dicha empresa.

El 30 de junio de 1995 CIPPSA modificó su denominación por Consorcio de Alimentos Fabril Pacífico S.A. (CFP).

Con fecha 2 de diciembre de 1996 CFP absorbió por fusión a las empresas Nicolini Hermanos S.A. y Compañía Molinera del Perú S.A. Estas empresas se dedicaban principalmente a la elaboración y comercialización de harinas, fideos, alimentos balanceados y cereales.

El 17 de febrero de 1997 CFP cambió su denominación por Alicorp S.A.

El 18 de enero de 2002 se acordó adecuar los estatutos de la Compañía a los de una Sociedad Anónima Abierta por contar con más de 750 accionistas al término del ejercicio anual 2001,

habiendo quedado posteriormente inscrita ante los Registros Públicos su nueva denominación social Alicorp S.A.A.

En enero de 2004, la Compañía adquirió el 100% de las acciones comunes de Alimentum S.A., empresa dedicada a la industrialización, comercialización y distribución de helados comestibles de la marca Lamborghini, así como el 100% de las acciones comunes de Distribuidora Lamborghini S.A., dedicada a la distribución de dicha marca. El 1° de junio de 2004, Alicorp S.A.A. absorbió por fusión a Alimentum S.A.

En el mes de agosto de 2005, la Compañía inició operaciones comerciales en Ecuador, a través de la empresa ecuatoriana Agassycorp S.A. (previa adquisición por la Compañía del 100% de las acciones comunes de esta empresa), para la venta de los productos que elabora y comercializa la Compañía.

En el mes de septiembre de 2005, la Compañía adquirió de Colgate-Palmolive Perú S.A. los inmuebles y equipos correspondientes a la planta de detergentes ubicada en el distrito del Rímac, Lima.

En el mes de noviembre de 2005, la Compañía adquirió de Industrias Pacocha S.A. las marcas Marsella en jabón de lavar y, Opal y Amigo en detergentes.

En el mes de septiembre de 2006 la Compañía inició operaciones comerciales en Colombia a través de la empresa colombiana Alicorp Colombia S.A., para la venta de los productos que elabora y comercializa la Compañía.

Con fecha 20 de octubre de 2006 la Compañía adquirió el 100% de las Acciones Clase B de Molinera Inca S.A., las cuales representan el 50% del capital social de esa empresa. Asimismo, en la misma fecha, la Compañía adquirió el 100% de las acciones de Farmington Enterprises Inc., empresa constituida y domiciliada en las Islas Vírgenes Británicas, que era propietaria del 100% de las Acciones Clase A de Molinera Inca S.A., las cuales representaban el 50% del capital social de Molinera Inca S.A.

Con fecha 30 de octubre de 2006, la Compañía adquirió el 100% de las acciones de ASA Alimentos S.A. El 1 de marzo de 2007, la Compañía absorbió por fusión a ASA Alimentos S.A.

En el mes de mayo de 2007, la Compañía adquirió el 100% de las acciones de Eskimo S.A., empresa ubicada en la República del Ecuador que posteriormente cambió su denominación social por la de Alicorp Ecuador S.A. La empresa se dedica a la producción y comercialización de helados, así como a la importación, exportación, fabricación y comercialización de todo tipo de bienes de consumo y de capital.

Con fecha 30 de mayo de 2008, la empresa adquirió el 100% de las acciones y/o participaciones de las empresas The Value Brands Company de Argentina S.C.A. (actualmente Alicorp Argentina S.C.A.), TVBC S.C.A., The Value Brands Company de San Juan S.A. (actualmente Alicorp San Juan S.A.) y Sulfargén S.A., todas ellas constituidas en la República de Argentina; así como The Value Brands Company de Perú S.R.L. y The Value Brands Company de Uruguay S.R.L.

Las empresas argentinas adquiridas se dedican principalmente a la fabricación y comercialización de productos de cuidado personal y limpieza del hogar, con marcas que son líderes en las categorías en las que participa en el mercado argentino. Dichas empresas tienen plantas industriales en las provincias de San Juan y de Buenos Aires en Argentina.

Para efecto del pago del precio de venta de la adquisición, la empresa suscribió con el ABN AMRO Bank N.V, un contrato de préstamo por 60 millones de dólares.

El 10 de julio de 2008 la Compañía adquirió el 100% de las acciones de la empresa Productos Personales S.A. (Propersa), empresa ubicada en la República de Colombia. La adquisición se realizó a través de la subsidiaria Alicorp Colombia S.A. que adquirió el 46.2% de Propersa, y mediante la adquisición por parte de Alicorp S.A.A. del 100% de las acciones de la empresa Downford Corporation, propietaria del 53.8% de Propersa.

En el mes de abril de 2010 la subsidiaria Alicorp Ecuador S.A. acordó asociarse con la empresa Heladosa S.A., empresa ubicada en la República del Ecuador para desarrollar en forma conjunta el negocio de producción, distribución y comercialización de helados en la República del Ecuador. Para este efecto, Alicorp Ecuador S.A. realizó el aporte de todos sus activos vinculados al negocio de helados a la empresa Heladosa S.A., recibiendo a cambio acciones de dicha compañía.

Con fecha 31 de mayo de 2010, la subsidiaria Alicorp Argentina S.C.A. adquirió el 100% de las acciones de la empresa Sanford S.A.C. I. F. I. y A., empresa ubicada en la República Argentina dedicada a la producción y venta de galletas.

Con fecha 26 de mayo de 2011, se constituyó la empresa Alicorp Inversiones S.A. dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones en el Perú y en el extranjero, cuya propiedad es 100% de Alicorp S.A.A.

Con fecha 21 de junio de 2011, la subsidiaria Alicorp Argentina S.C.A. adquirió el 100% de las acciones de las empresas Ítalo Manera S.A. y Pastas Especiales S.A., empresas ubicadas en la República de Argentina dedicadas a la producción y venta de pastas.

Con fecha 9 de septiembre de 2011, se transfirió a Nestlé del Perú S.A., los activos vinculados al negocio de helados en el Perú.

Con fecha 31 de enero de 2012, se transfirió a la empresa ONC (Perú) S.A.C los activos vinculados a las actividades de procesamiento de aceite de pescado con Omega 3 ubicados en la Planta situada en Fundo San Miguel ubicado en el distrito de Catacaos, provincia y departamento de Piura.

Con fecha 22 de mayo de 2012 la empresa subsidiaria Alicorp Inversiones S.A., constituyó una nueva sociedad en España denominada Alicorp Holdco España S.L., cuyo objeto social es dedicarse principalmente a la adquisición, tenencia, disfrute y administración, dirección y gestión de títulos valores y/o acciones representativos de los fondos propios de sociedades o entidades constituidas en territorio español o fuera de él, pudiendo realizar toda clase de inversión mobiliaria por cuenta propia, dejando fuera las actividades objeto de la legislación en España de instituciones de inversión colectiva y las del mercado de valores.

Con fecha 28 de mayo de 2012, se adquirió el inmueble compuesto por 2 lotes del Fundo Santa Genoveva con frente a la Calle F del Distrito de Lurín, con un área de 12 Hectáreas, por un precio de US\$ 20.4 millones de dólares.

Con fecha 5 de septiembre de 2012 la empresa subsidiaria Alicorp Holdco España S.L. adquirió el 100% de las acciones de la empresa Salmofood S.A., por un precio de US\$ 62 millones.

Con fecha 31 de octubre de 2012 se adquirió de la empresa UCISA S.A., ciertos activos relacionados con las actividades de producción de aceites, mantecas y grasas, las marcas "LIDER", "TRI-A", "CLAROL", "RICOMER", "NOR CHEF", "RICOTONA", "SABROPAN" "UCITO", "UCISOL", "3 AS" y "CALORY", así como el inventario de productos terminados e insumos relacionados a dichas marcas, por un precio de S/ 17'876,963 más el IGV.

Con fecha 20 de diciembre de 2012, se adquirió el 100% de las acciones de las empresas Industria Nacional de Conservas Alimenticias S.A. (INCALSA), Alimentos Peruanos S.A. (ALPESA), Garuza Transportes S.A.C. y S.G.A. & CO. S.A., por un precio total de US\$ 23'590,374.00.

Con fecha 27 de diciembre de 2012, la empresa subsidiaria Salmofood S.A., suscribió un contrato de préstamo con el JP Morgan Chase Bank N.A., por US\$ 40 millones denominado "Term Loan and Guaranty Agreement", el cual se encuentra garantizado por Alicorp S.A.A.

Con fecha 27 de diciembre de 2012 se firmó el contrato de compra venta por el 99.11% de las acciones comunes y por el 93.68% de las acciones de inversión de Industrias Teal S.A; por un precio de S/ 413'881,107.63. Con fecha 4 de enero de 2013 se produjo el cierre de la transacción con el pago del precio antes mencionado y transferencia de las acciones antes indicadas

Con fecha 23 de enero de 2013 Alicorp S.A.A. adquirió a la empresa INDUPARK S.A.C. 300,000 m2 de un inmueble ubicado en el Fundo San Carlos, en el distrito de Chilca, Cañete, por un precio de US\$ 22 millones.

Con fecha 28 de enero de 2013 la empresa subsidiaria Alicorp Ecuador S.A. transfirió a la empresa Industrias Lácteas Toni S.A. el íntegro de las acciones que mantenía en la empresa Heladosa S.A., por un precio de US\$ 4 millones.

Con fecha 6 de febrero de 2013, a través de la empresa subsidiaria Alicorp Do Brasil Participações S.A. se adquirió el 100% de las acciones de la empresa Pastificio Santa Amalia S.A. en Brasil, por un precio de 190'000,000 de reales brasileiros.

En el mes de marzo de 2013, la sociedad emitió bonos en el mercado de capitales internacional hasta por un máximo de US\$ 450 millones bajo la Regla 144ª y la Regulation S de la U.S. Securities Act.

Igualmente, en el mes de marzo de 2013, se inauguró la planta de alimentos balanceados en Ecuador, bajo la razón social de Industrias Balanceadas del Norte (Inbalnor).

Con fecha 3 de diciembre de 2013 se transfirieron a Empresas Carozzi S.A. las marcas MIMASKOT y NUTRICAN tanto en el Perú como en el extranjero. Asimismo, en la misma fecha, se transfirieron a Molitalia S.A. los activos vinculados al negocio de alimento balanceado para mascotas. El precio de venta de las marcas y de los activos antes indicados ascendió a US\$ 36'725,624.

En el mes de abril de 2014, se constituyó la empresa Masterbread S.A. dedicada a la formulación, producción, comercialización, distribución e importación de productos de panadería congelados. En esta nueva sociedad, Alicorp S.A.A. participa con el 75% del capital social y la empresa Naturpan S.A.C., participa con el 25% del capital social.

Con fecha 30 de abril de 2014, Alicorp adquirió el 100% de las acciones de Global Alimentos S.A.C. y Molino Saracolca SAC por un precio de US\$ 107.7 millones. Global Alimentos S.A.C. es una empresa dedicada a la elaboración y venta de cereales listos para comer y barras a base de cereales bajo la marca "ANGEL" y Molino Saracolca S.A.C. es una empresa que se dedica a la compra, procesamiento y venta de maíz amarillo duro.

Con fecha 1° de mayo de 2014, Alicorp absorbió mediante fusión simple a las empresas Industria Nacional de Conservas Alimenticias S.A. y Farmington Enterprises S.A.

Con fecha 1° de julio de 2014, Alicorp y Molinera Inca S.A. aportaron a Vitapro S.A., mediante Reorganización Simple, ciertos activos relacionados al negocio de Nutrición Animal.

Con fecha 28 de noviembre de 2014, las empresas subsidiarias Global Alimentos S.A.C. y Molino Saracolca S.A.C., acordaron fusionarse, de tal forma que Global Alimentos S.A.C. absorbió a Molino Saracolca S.A.C. Dicha fusión entró en vigencia el 1 de diciembre de 2014.

En el mes de Febrero de 2016, se constituyó en la República de Honduras la empresa Vitapro Honduras S.A. de C.F. dedicada a la producción y comercialización de productos e insumos agroindustriales, en la cual nuestra subsidiaria Alicorp Holdco España S.L. participa con el 99.7% del capital social y nuestra subsidiaria Vitapro S.A. participa con el 0.3% del capital social.

Con fecha 1 de setiembre de 2016, Industrias Teal S.A. absorbió mediante fusión simple a Molinera Inca S.A., la cual quedó disuelta sin liquidarse.

Con fecha 1 de setiembre de 2016, Pastificio Santa Amalia S.A. absorbió mediante fusión inversa a Alicorp Do Brasil Participações S.A., la cual quedó disuelta sin liquidarse.

2.4 Descripción del Sector

| Participación de mercado Alicorp en las categorías (%): | VOLUMEN | | | VALOR | | |
|---|---------|-------------|-------------|-------|-------------|-------------|
| | 2015 | 2016 | Dfcia. pp. | 2015 | 2016 | Dfcia. pp. |
| Oleaginosos | | | | | | |
| Aceites Domésticos (con maquilas) | 56.5 | 58.9 | +2.4 | 59.3 | 61.1 | +1.8 |
| Aceites Domésticos (sin maquilas)* | 51.9 | 50.9 | -1.0 | 55.5 | 55.1 | -0.4 |
| Margarinas Domésticas | 65.7 | 65.7 | 0.0 | 62.5 | 64.4 | +1.9 |
| Lavandería | | | | | | |
| Detergentes | 58.5 | 58.3 | -0.2 | 58.0 | 58.4 | +0.4 |
| Jabón de Lavar | 80.9 | 81.1 | +0.2 | 83.9 | 84.4 | +0.5 |
| Suavizantes | 17.1 | 16.8 | -0.3 | 17.1 | 17.2 | +0.1 |
| Quitamanchas | 0.0 | 1.1 | +1.1 | 0.0 | 1.8 | +1.8 |
| Farináceos | | | | | | |
| Fideos | 50.1 | 50.1 | 0.0 | 54.0 | 54.5 | +0.5 |
| Harinas Domésticas | 42.8 | 43.0 | +0.2 | 54.1 | 54.0 | -0.1 |
| Cereales ** | 75.7 | 75.5 | -0.2 | 70.0 | 70.2 | +0.2 |
| Premezclas*** | 76.0 | 82.8 | +6.8 | 57.8 | 66.6 | +8.8 |
| Salsas | | | | | | |
| Mayonesa | 95.2 | 94.9 | -0.3 | 96.3 | 96.6 | +0.3 |
| Ketchup | 43.3 | 45.7 | +2.4 | 48.0 | 51.0 | +3.0 |
| Picantes | 99.0 | 98.8 | -0.2 | 99.2 | 99.1 | -0.1 |
| Salsas Rojas | 27.7 | 30.4 | +2.7 | 25.7 | 28.6 | +2.9 |
| Impulso | | | | | | |
| Galletas | 35.4 | 33.7 | -1.7 | 31.3 | 31.1 | -0.2 |
| Panetones **** | 8.8 | 8.6 | -0.2 | 9.6 | 9.3 | -0.3 |
| Chocolates | 1.2 | 2.2 | +1.0 | 0.8 | 1.8 | +1.0 |
| Caramelos***** | 3.0 | 3.5 | +0.5 | 2.8 | 3.2 | +0.4 |
| Instantáneos | | | | | | |
| Refrescos Instantáneos | 67.8 | 69.6 | +1.8 | 64.7 | 63.2 | -1.5 |
| Gelatina | 28.0 | 28.2 | +0.2 | 33.2 | 36.5 | +3.3 |
| Mazamorra | 81.6 | 78.3 | -3.3 | 82.5 | 80.8 | -1.7 |

Fuente: reportes expandidos por Alicorp en base a información del panel de hogares de Kantar World Panel Lima+13 ciudades, excepto Galletas, Golosinas (Caramelos, Chupetes, Gomas de mascar) y Chocolates con CCR.

*Aceites: no incluye maquilas

** Cereales: Ene-Ago'16, incluye insuflados, Lima+13 ciudades (sin expandir)

***Premezclas: AASS Lima CCR

**** Panetones: Oct-Nov-Dic Kantar World Panel

*****Caramelos: Ene-Ago'16 CCR Lima

La Compañía efectúa sus ventas principalmente en el mercado nacional; así también, exporta sus productos a Ecuador, Chile, Panamá, Honduras, Bolivia, Haití, Papúa Nueva Guinea, Nicaragua, Guatemala, Estados Unidos de América, Colombia, Costa Rica, Venezuela, Belice, Canadá, Japón, República Dominicana, Países Bajos, Alemania y Filipinas. Al respecto, en los años 2016 y 2015, las exportaciones representaron 3.9% y 3.8% de sus ventas netas, respectivamente.

Por otro lado, durante el año 2016 el monto de las Ventas Internacionales Consolidadas disminuyeron en S/.77,401 miles de nuevos soles o 2.9% con relación al año 2015, representando el 38.4% del total de Ventas Consolidadas. La disminución en mención se dio principalmente en Argentina, debido a la inflación y volatilidad cambiaria.

Variables exógenas:

- **Alta competitividad de la industria**

La compañía opera en una industria altamente competitiva. Debido a ello, compete en base a precio, innovación y calidad de producto, reconocimiento de marca, eficacia del marketing y capacidad para identificar y satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor. Los principales competidores regionales de Alicorp son: Mondelez, Unilever, Nestlé, Procter & Gamble y Carozzi.

En algunas ocasiones, es posible que la compañía reduzca precios en respuesta a la competencia y presiones de mercado para poder mantener su participación de mercado. Igualmente, estas presiones también pueden restringir la habilidad de la compañía para aumentar precios ante un incremento en los precios de commodities u otros costos. La utilidad operativa de la compañía se vería afectada si los márgenes se redujeran como consecuencia de una reducción de precios o un aumento de costos y; especialmente si no somos capaces de poder aumentar volumen de ventas para contrarrestar esta disminución en márgenes.

Si la compañía no es capaz de mantener o mejorar su propuesta de valor o imagen de sus marcas, podría tener un efecto material en su participación de mercado y rentabilidad. Es posible que la empresa tenga que aumentar sus gastos en publicidad, marketing e innovación de producto para proteger su participación de mercado o incrementarla. Si estos mayores gastos no logran mantener o aumentar la participación de mercado, ello podría resultar en una menor rentabilidad para la compañía.

- **Aumento en el precio de los commodities**

Alicorp es uno de los principales compradores de materia primas como trigo, aceite crudo de soya, harina de pescado, aceites vegetales, entre otros. Además, utiliza grandes cantidades de plásticos y cartón para empacar sus productos, y gas natural para sus fábricas y almacenes. Los incrementos en precios y volatilidad de los commodities se dan por factores externos que no se pueden controlar como condiciones económicas, fluctuaciones monetarias, disponibilidad de suministro, clima, demanda y cambios en los programas agrícolas gubernamentales. A pesar de que la empresa monitorea constantemente su exposición al precios de los commodities, una continua volatilidad en los precio puede generar un incremento en los costos de los productos y la rentabilidad de la

compañía podría disminuir. El trigo y el aceite crudo de soya son principales insumos para productos de la compañía, por lo que una variación de precio por cambios en políticas gubernamentales, regulación, condiciones del clima u otras circunstancias puede afectar significativamente en la compañía si no se logra incrementar precios o cubrir adecuadamente los cambios en los precios de estas materias primas.

- **Altas devaluaciones de la región**

La compañía tiene operaciones en países donde se han registrado altas devaluaciones de sus divisas. La volatilidad del Tipo de Cambio en la región se ve reflejado en nuestros resultados no sólo en la exposición de nuestra deuda en Dólares Americanos que genera una ganancia o pérdida por Diferencia de Cambio, y que intentamos reducirla mediante instrumentos financieros derivados; sino también en el mayor costo de nuestras principales materias primas que son importadas y dolarizadas, y que no podemos trasladar al precio en su totalidad lo que deteriora nuestros márgenes; además, tenemos el impacto por el traslado de los resultados de nuestras operaciones en monedas de cada país al sol, generando un menor patrimonio consolidado cada vez que la devaluación de las divisas de estos países donde operamos es mayor a la devaluación del sol.

2.5 Ventas

Al 31 de diciembre de 2016, las ventas netas de la sociedad en miles de nuevos soles por segmentos de negocio respecto de los productos de mayor incidencia, fueron las siguientes:

Consolidadas

| | 2016 S/.000 | 2015 S/.000 |
|----------------|------------------------------|------------------------------|
| Consumo Masivo | 3,684,789 | 3,703,851 |
| B2B | 1,512,218 | 1,459,016 |
| Acuicultura | 1,430,370 | 1,417,621 |
| Otros | 1,412 | - |

Individuales

| | 2016 S/.000 | 2015 S/.000 |
|----------------|------------------------------|------------------------------|
| Consumo Masivo | 2,547,464 | 2,470,525 |
| B2B | 1,493,267 | 1,443,353 |

2.6 Descripción de la Competencia y Posicionamiento en la Industria

Al 31 de diciembre de 2016, la competencia que enfrentó la sociedad y su posicionamiento en la industria, fue la siguiente:

NEGOCIO DE CONSUMO MASIVO

Aceites Domésticos

En el 2016, el mercado en volumen de aceites domésticos según Kantar World Panel (KWP) se contrae -2.7% vs. 2015, mientras que Alicorp, desconsiderando el negocio de maquilas institucionales, se contrae a un menor ritmo decreciendo -1.8% en volumen vs. 2015.

A pesar de ello, Alicorp (sin maquilas) continúa liderando la categoría con 50.9% de participación en volumen y 55.1% de participación en valor al cierre del 2016, con lo cual se observa una rentabilización de la categoría principalmente impulsada por precios en un contexto de aumento de su principal materia prima, la soya. Específicamente en diciembre del 2016 alcanza un 53.6% de participación en volumen y 57.4% en valor. Este resultado se da fundamentalmente por el buen desempeño de marcas como Primor y Nor Cheff que aceleran su crecimiento dentro de su tier de precios.

Primor crece +6.3% en volumen vs. 2015 y consolida su liderazgo en el mercado alcanzando una participación histórica de 21.7% en volumen y 24.2% en valor a Diciembre. Además como marca se ubica entre las 20 marcas más reconocidas del Perú en el ranking de BrandZ de Millward Brown recientemente publicado. Este crecimiento volumétrico y reconocimiento se logra gracias al esfuerzo de construcción de marca, innovación y promoción que se ha tenido a lo largo del 2016 tanto en el canal tradicional como en el canal moderno.

Por parte, Nor cheff continúa liderando el segmento de marcas súper económicas creciendo +47% en volumen vs. 2015. Adicionalmente para esta marca, rediseñamos el *Road To Market*, con el objetivo de incrementar las ventas en las ciudades donde el segmento es relevante, mejorando también la rentabilidad de los canales de venta utilizados.

Finalmente nuestra marca Cocinero obtiene un *Effie de Plata* por su campaña "Frito, bien Frito" en la categoría de Productos y Servicios de Bajo Presupuesto. Este premio se obtiene como resultado del lanzamiento de papas fritas congeladas que llevan la marca y que en poco tiempo se han consolidado como líder absoluto de la categoría, alcanzando un 57% de participación en volumen y haciendo crecer + 80% el mercado de papas congeladas en el Perú.

Margarinas Domésticas

En el 2016, el mercado de margarinas domésticas según KWP se contrae en -3.9% en volumen, mientras que Alicorp decrece a un menor ritmo en -1.4% (sin maquilas) ganando participación de mercado.

En este mercado de dinámica muy competitiva, Alicorp logra incrementar su participación alcanzando 65.7% en volumen y 64.4% en valor (+1.9 pp.) en el 2016, fortaleciendo su liderazgo de la categoría.

En marcas, Manty continúa liderando el mercado creciendo su participación a 44.7% de la categoría en el 2016 (+0.6 pp vs. 2015.), gracias a su fortalecido posicionamiento como la mejor margarina para el untado y a la consolidación de la variedad Manty Plus que alcanza 2.6% de participación (+2.1 pp.), que con su nueva campaña en medios masivos (Jul'16) reforzó los tres principales beneficios del producto: 1) sabor, gracias al contenido de leche que posee; 2) salud, pues contiene Omegas, y 3) economía, por el lanzamiento de su nuevo pote de 120g a desembolso de S/.2.40.

Finalmente, Sello de Oro mantiene su participación de mercado y su posicionamiento como la segunda marca más importante con 21% de participación en el 2016, incluso con las alzas de precio aplicadas desde Agosto'16.

Fideos

En el 2016, el mercado de la categoría de fideos según KWP se contrae -4.3% en volumen vs. 2015 mientras que Alicorp crece +0.8%. Alicorp continúa fortaleciendo su liderazgo en cada uno de los segmentos de precio, alcanzando 50.1% de la participación en volumen y 54.5% en valor al cierre del 2016.

Don Vittorio, marca líder de la categoría con 20.8% de participación en volumen en el 2016 continúa con su campaña “El placer de dar lo mejor”, que por segundo año tiene como objetivo el de fortalecer a la marca en su posicionamiento Premium cumpliendo la promesa de consumir una pasta deliciosamente perfecta. Además, con el objetivo de incrementar las ventas de la marca, se ejecutó una promoción masiva al consumidor denominada “La Vajilla Don Vittorio” en Junio’16 con excelentes resultados de redención de premios. Finalmente, la marca Don Vittorio también se ubica entre las 20 marcas más reconocidas del Perú en el ranking de BrandZ de Millward Brown recientemente publicado y comentado anteriormente.

Lavaggi, nuestra segunda marca del mercado, crece en participación alcanzando 16.6% (+1.6 pp. vs. 2016) que representa una participación histórica, impulsada por un aumento en sus volúmenes de venta que crecen 6.2% vs. el año pasado. Este crecimiento se obtiene gracias a la nueva campaña “Lavaggi, los fideos oficiales de la Selección”, la cual tuvo como objetivo el reforzar el contenido nutricional de nuestro producto a través de una alianza estratégica con la Federación Peruana de Fútbol (FPF). Asimismo, la campaña nos dio la oportunidad de vivir el compromiso de la marca, otorgando un apoyo tangible al deporte, a la juventud y a la nutrición del país a través del patrocinio de la Copa Federación Lavaggi para menores de edad.

Harinas Domésticas

A cierre del 2016, el mercado según KWP se contrae -1.9%, mientras que Alicorp se mantiene en volumen versus el año anterior, consolidando su participación en 43% del volumen y 54% del valor de la categoría a nivel nacional.

En el segmento de harinas preparadas, Blanca Flor continúa liderando el mercado con 64.6% de participación en volumen, manteniendo sus volúmenes de ventas en el 2016 vs. el año anterior. Esto se da gracias a que se continuó con la campaña “Pon tu casa en Modo Keke”, en alianza con la marca Sello de Oro y con Sandra Plevisani como aval repostera por segundo año consecutivo. Esta campaña busca incrementar la frecuencia en la preparación de postres en el hogar además de fortalecer el posicionamiento de Blanca Flor como la marca experta en repostería. La campaña contó también con el desarrollo del “Dulce Libro de Recetas Blanca Flor” que con más de 170,000 ejemplares vendidos, se consolidó como un *Best Seller* a nivel nacional y es reconocido como lo mejor de la industria en el ámbito promocional. Gracias a este libro Alicorp obtuvo el Effie de Plata en la Categoría “Promoción de Productos”.

En el segmento de harinas sin preparar, Favorita incrementa su volumen de venta en +2.7% y gana participación logrando 26.2% (+2.2 pp.) en el 2016, obteniendo así la participación más alta entre las marcas envasadas dentro de este segmento.

Cereales

En el 2016, Alicorp continúa liderando el mercado de Cereales y alcanza 75.5% de participación en volumen y 70.2% en valor en la medición acumulada de Enero a Agosto’16 según KWP. Esto se logra gracias a su extenso portafolio bajo la marca Angel, ofreciendo productos para toda la familia: cereales naturales, saborizados, rellenos y dietéticos. En Junio del 2016, Alicorp lanzó Cereales Life con 6 variedades (cero, fibra, granola, multigrano, proteína, granos enteros con miel) enfocados al segmento joven/adulto que constantemente busca opciones nutritivas para los distintos estilos de vida saludable.

Premezclas

Premezclas Blanca Flor al segundo semestre alcanzó 82.8% de participación en volumen, creciendo +6.8 pp vs. el mismo periodo del año anterior, y 66.6% en valor, +8.8 pp. vs. el segundo semestre del año anterior. Esto fue impulsado por el lanzamiento de dos nuevos sabores: Plátano y Zanahoria, con el objetivo de continuar derrumbando las barreras de preparación de la repostería en el Perú. Este lanzamiento fue acompañado con el comercial de "Mamitis" bajo la campaña de "ModoKeke" que también fue complementada con medios digitales. Todas estas iniciativas lograron capitalizar al segundo semestre +13 pp. de participación de mercado en Autoservicios de Lima.

Detergentes

En el 2016, Alicorp continúa fortaleciendo su liderazgo en la categoría, manteniendo su participación en volumen de 58.3%, aumentando la brecha a +33 pp. en volumen versus su principal competidor P&G, y alcanzando 58.4% de participación en valor. Esto se logra gracias a una correcta implementación de nuestra estrategia de segmentación y un adecuado manejo del portafolio de marcas en todos los segmentos de precio. A total año 2016, Bolívar alcanzó 14.6% de participación en volumen y continúa consolidándose como líder del mercado en el segmento Premium. Para consolidar su liderazgo en el segmento, en Julio del 2016 se realizó el lanzamiento de Bolívar Evolution, producto destinado a fortalecer el posicionamiento de la marca en el atributo desempeño en limpieza. Este lanzamiento alcanzó +2.6 pp. de participación a Diciembre, permitiendo así fortalecer el liderazgo de Bolívar dentro del segmento Premium. Bolívar también se ubica entre las 20 marcas más reconocidas del Perú en el ranking de BrandZ de Millward Brown.

Dentro del segmento Mainstream, Opal se consolida como la marca líder con 20% de participación al cierre del año 2016. Adicionalmente gana el premio Effie de Plata por la campaña "Riete de las Manchas" desarrollada en 2015 y que contó con una nueva ejecución en 2016.

Finalmente, la coyuntura económica robusteció al segmento económico, el cual crece +3 pp., en el mix de volumen. Dentro de este contexto, Marsella a partir del tercer bimestre del 2016, se convierte en la marca líder del mercado a nivel nacional, alcanzando 20.6% de participación.

Jabón de Lavar

Alicorp continúa consolidando su liderazgo en la categoría y por segundo año consecutivo alcanza 81.1% de participación en volumen y 84.4% en valor a total año 2016.

Adicionalmente, en Septiembre del 2016 se realizó el relanzamiento de "Jabón Bolívar con Glicerina", comunicando el poder de la limpieza de siempre y el beneficio de la suavidad que otorga la glicerina, este relanzamiento se realizó junto con un cambio en el empaque.

Suavizantes

Suavizante Bolívar alcanza 16.8% de participación en volumen y 17.2% de participación en valor en el 2016, logrando picos de participación en Diciembre de 18.9% en volumen y 19.8% en valor. Esto se da gracias a dos lanzamientos enfocados en diferentes canales: Bolívar Plus Regular (Mar'16) dirigido originalmente al canal Moderno, y con el objetivo de ingresar al segmento "Regular" de Suavizantes (producto sin capacidad corta espuma) a través de una superioridad de aroma. Este lanzamiento fue acompañado con dos pautas en televisión en Marzo y Mayo, televisión por cable y anuncios en las revistas "Somos" y "Cosas", y alcanzó 6.6% de participación en Lima impulsando el crecimiento de la marca en 3.3 pp. en este canal. Finalmente, Bolívar Plus Libre Enjuague 90ml. (Octubre'16) dirigido al canal tradicional, logró un pico de toneladas desde su lanzamiento.

Quitamanchas

En Septiembre del 2016, Alicorp lanzó al mercado la nueva línea de Quitamanchas bajo la marca Opal. Este lanzamiento, aportó a la expansión de la plataforma de cuidado del hogar, completando el portafolio de lavandería y dando el primer paso para la construcción de Opal como megamarca. A Diciembre del 2016, el lanzamiento alcanzó +6.4% de participación de mercado en volumen y +10.1% en valor.

Galletas

A cierre del 2016, el mercado de Galletas según KWP crece en +0.8% en volumen y Alicorp mantiene su liderazgo en la categoría con 33.7% de participación en volumen y 31.1% en valor. Este resultado se logra gracias a la estrategia de foco en distribución horizontal para las marcas CORE y mejora en los precios por kilo de las principales marcas. A nivel consumidor, se tuvo una promoción Multimarca que permitió en ese periodo alcanzar el share de valor más alto de los últimos 12 meses, así como apoyos puntuales para Casino, Zas, Tentación y Margarita.

Golosinas

Caramelos Alicorp incrementa sus ventas en el 2016 en +10.6% vs. 2015.

Asimismo, se logra record histórico con 29.5% de participación en valor (+1 pp. vs. Enero a Agosto'15) en el sub segmento de Caramelos Duros - Frutados, como consecuencia de mejorar la oferta de valor a nuestros clientes. Esto se logra a través de las modificaciones tácticas del portafolio a nivel producto y empaque que permitieron recuperar la competitividad del portafolio y la optimización de la estrategia comercial. A nivel total categoría, alcanzamos el 3.5% de participación en volumen y 3.2% en valor de Enero a Agosto'16.

En la categoría de chocolates (Ago'16) en el segmento de grageas bajo la marca Tentación, Alicorp alcanzó 2.2% (+1.0 pp.) de participación en volumen (+3.7% vs. 2015) y 1.8% (+1.0 pp.) en valor vs. Agosto'15. Específicamente en el 2016 alcanzó 1.5% (+6.6% en el segmento de grageas) de participación en volumen.

Panetones

Alicorp alcanza 8.6% de participación en volumen y 9.3% de participación en valor de Octubre a Diciembre'16.

La marca Premium Blanca Flor, lanzó "Blanca Flor con chispas de chocolate" y alcanza 3.4% de participación en volumen y 3.7% en valor. Adicionalmente trabajó en reforzar su posicionamiento de "recuerdo" apelando a "momentos únicos" y a "ofrecer lo mejor" sin descuidar el tema de calidad avalado por Sandra Plevisani.

Sayón alcanza 4.8% de participación en volumen y 5.3% en valor de Octubre a Diciembre'16 gracias a su campaña que une a las familias peruanas.

Salsas de Mesa

En el 2016, el mercado se contrae -3.6%, mientras que Alicorp crece +2.0% impulsado principalmente por mayonesa, Tarí y el lanzamiento de mostaza Alacena. Alacena continúa como líder absoluto del mercado de Salsas Frías envasadas con el 96% de participación en volumen.

El mercado de Mayonesa decrece, mientras que Alicorp presenta un crecimiento de +2.6% y mantiene su posición de líder absoluto en la categoría con 94.9% de participación en volumen y 96.6% en valor en el 2016. Basado en la estrategia de incrementar frecuencia de uso de la

categoría, a mediados de año 2016 se lanzó la campaña de usos, cuyo objetivo era incentivar la incorporación de la mayonesa en platos cotidianos.

El mercado de mostaza crece +10.8% impulsado por el lanzamiento de la nueva mostaza Alacena que logra alcanzar una participación en volumen de 14.7% y valor de 16.4% durante los meses de Nov'16 y Dic'16.

Entre las salsas picantes, Alicorp mantiene el liderazgo con 98.8% de participación en volumen y 99.1% en valor a total año 2016 impulsado principalmente por Tarí con un incremento de +3.2% y Uchucuta +1.8% en ventas vs. 2015, sumado al portafolio actual que componen Rocoto, Ají amarillo y Crema Huancaína bajo la marca Alacena.

Salsas Rojas

Alicorp, que está en busca de liderar la categoría de Salsas Rojas, alcanza 30.4% (+2.7 pp. vs. 2015) de participación en volumen y 28.6% en valor (+2.9 pp.) a total 2016.

Salsa Roja completa Don Vittorio alcanza 26.1% de participación en volumen a total 2016 (+0.8 pp.) y Salsa de Tomate Alacena alcanza 4.0% de participación en volumen a total 2016 (+2.0 pp.), la cual siendo una salsa de tomate base busca darle a la ama de casa un producto con versatilidad de usos.

Refrescos Instantáneos

En el 2016, el mercado de Refrescos se muestra estable +0.1% en volumen vs. 2015, mientras que Alicorp crece +4.4% en volumen, reforzando su liderazgo en el mercado con 69.6% (+1.8 pp.) de participación en volumen como promedio del 2016 alcanzando al cierre de Diciembre 70.2%. En participación en valor Alicorp alcanza 63.2% en el 2016.

Negrita continúa siendo la marca líder del mercado con 62.0% de participación en volumen a total 2016 (+4.5 pp.). Este desempeño se debe a los buenos resultados de Frutísimos de Negrita, que a total año alcanza 28.4% del mercado (+6.4 pp. vs. 2015). Basado en su estrategia de comunicación para incrementar el consumo de refrescos en el almuerzo, hacia fines de año se completó el portafolio de Frutísimos con el sabor Mandarina para ofrecer "7 sabores para los 7 días de la semana". Asimismo continúa con la estrategia de reducir la barrera de artificialidad basada en su propuesta de naturalidad (pulpa de fruta y Stevia).

Kanú, complementa el portafolio de Alicorp, alcanza 7.6% de participación de mercado a total 2016.

Postres Instantáneos

El mercado de Postres crece +1.9%, mientras que Alicorp crece por encima con +6.7% en el 2016.

La categoría de Gelatinas crece +2.3% en volumen vs. 2015, mientras que Alicorp crece en mayor medida con +15.1%. Por quinto año consecutivo, Alicorp mantiene el liderazgo en el dinámico mercado de Gelatinas con 28.2% de participación en volumen (+0.2 pp.) y 36.5% (+3.3 pp.) en valor. Estos resultados se generan a partir del posicionamiento como la gelatina más rica que engríe a las familias peruanas.

En Mazamoras, el mercado crece +2.7% y Alicorp mantiene el liderazgo en el mercado con 78.3% de participación en volumen y 80.8% en valor a total 2016. Negrita es la auténtica mazamorra, preferida por las familias peruanas que por su sabor único y consistencia espesita.

NEGOCIO DE B2B (ex Negocio de Productos Industriales)

Panificación

En el 2016 el negocio ha facturado S/. 742.9 millones de soles, incrementando el volumen de venta en toneladas en 3.7% y el EBITDA en +8% vs 2015. Las bases que han soportado estos resultados han sido: (1) la agresiva recuperación de Harinas industriales (+3.8% vs. 2015) como resultado de la redefinición de la estrategia de calidad y precio, y la consolidación el portafolio en el T3; (2) el crecimiento de +4.9% en Mantecas a pesar de mantener una brecha de precio por encima del 11%; y (3) alcanzar el pico histórico en volumen y participación de mercado en Margarinas gracias a la constante migración de manteca a margarina en pastelería y al incremento de SOM en repostería.

Con respecto a las categorías más grandes:

Harinas Industriales

Este año Harinas revirtió la tendencia negativa que tuvo los 3 últimos años y logró un crecimiento de 3.8% en volumen vs AA. Estos resultados positivos se han visto en todas las zonas: Lima Norte y Lima Sur han crecido en 13%, Centro-Oriente +2.4%, Sur +0.5%, Norte 2 +6.6% y si bien es cierto Norte 1 ha decrecido en 2.3%, el último trimestre revirtió la tendencia negativa creciendo en 8.4%.

La base de este crecimiento se sustenta en 4 grandes pilares: (1) producto con calidad competitiva y constante; (2) corrección de la plataforma de precios a NN desde febrero, lo que nos permitió estar en estrategia y hacer frente a la competencia que está cada vez más agresiva; (3) consolidarnos en el T3, en Lima y anexos con Don Lucciano, en el Norte con Sayón y en el Sur con Blanca Nieve; (4) recuperar participación en el canal Codis/May creciendo en 7.3%; y (5) crecimiento de 4.1% con Nicolini en Lima apalancado en Dex y Codis aun cuando hemos enfrentado un entorno competitivo agresivo y la migración de volumen al T3.

Al último trimestre de 2016, hemos recuperado 3.40 pp de participación de embarques vs el último trimestre de 2015.

Mantecas Industriales

Este año ha sido muy bueno en volumen para Mantecas, creciendo en 4.9% vs AA. A nivel de tiers, el crecimiento viene impulsado por el T2 con Gordito (+9.9%) y T3 principalmente por Sabropan (+16.1%); además el volumen de Famosa se mantiene constante por más que ha mantenido brechas de precios que superan el 11% vs Manpan.

Premezclas

La categoría Premezclas Industriales cerró el año con un volumen total de 6,580 TM (-11.8% vs 2015), debido principalmente al corte de venta de SKU's poco rentables para el negocio, y a resultados negativos en todas las familias (incremento de precios, quiebres de stock y desabastecimiento en DEX, y diseño de producto en ciertos SKUs). Sin embargo, a nivel financiero, el EBITDA registró un crecimiento de +1.9% vs 2015.

Margarinas

En el 2016 la categoría Margarinas Industriales logró un volumen record de 8,040 TM (+10% vs 2015), alcanzando así una participación de mercado de 66.8% en Ene-Set 16 (+8.3 pp vs 2015) pico histórico para Alicorp, principalmente restando participación a La Danesa y a las marcas importadas.

Food Service

El 2016 fue nuevamente un gran año para este negocio logrando S/. 543 millones de soles en ventas con un crecimiento de +8% vs. el año anterior. Este crecimiento en ventas es importante considerando que el rubro de restaurantes se desacelera y crece sólo en un 1.7% en el 2016. La rentabilidad (EBITDA) del negocio creció de manera significativa, en 15% vs. el 2016, ayudado por una correcta gestión de precios, una muy buena estrategia de compra de Materias Primas y ahorros en nuestros gastos comerciales.

Estos resultados se dieron a consecuencia del: a) fortalecimiento de los negocios core de aceites y salsas detrás de un aumento de participación de mercado, b) crecimientos importantes de doble dígitos en las categorías complementarias, principalmente papas fritas, arroz, aderezos, pastas y harinas, y c) sostenimiento de nuestra cobertura a nivel nacional (20,000 restaurantes) a pesar de incrementos en los pedidos mínimos.

Todo esto es soportado por el acompañamiento y las promociones que le seguimos dando a los principales giros de negocio de nuestra gastronomía. Estas han resultado ser un vehículo exitoso para acercarnos a nuestros clientes al capacitarlos, premiarlos y fidelizarlos. El día del Pollo a la Brasa lo venimos haciendo por 7 años seguidos, es el 4to año del Año nuevo Chino (Chifas) y el 2do año del Cebiche Emprendedor.

Con respecto a las categorías más grandes:

Aceites

La categoría ha presentado un crecimiento en volumen del 3.2%, por encima del crecimiento del mercado, lo que le permite ganar 3 puntos de participación de mercado alcanzando un 67% a nivel nacional. El volumen de aceites crece impulsado por el tier 4 (marcas económicas), quienes crecen 23% en volumen vs el 2015.

Salsas

El 2016 fue un muy buen año para la categoría de Salsas alcanzando un crecimiento de 8% vs. el 2015 y manteniendo su participación de mercado por encima del 75% a nivel nacional. Uno de los factores claves de este crecimiento fue el relanzamiento de la marca de ketchup y mostaza Alpessa, que logró ser la marca líder en provincias (ya era líder en Lima) tras una reformulación y el lanzamiento de nuevos empaques que han sido bien aceptados por nuestros clientes. Asimismo Macbel continuó incrementando su penetración en restaurantes que preparan salsas con el método tradicional con lo que logró crecimientos de doble dígito vs. el año anterior.

Congelados

La categoría de papas fritas congeladas creció 15% en el 2016. Esto se debió a crecimientos importantes en las grandes cadenas destacando Norkys, Rokys, Pardos Chicken, Las Tinajas y Leña & Carbón. Cada vez un mayor número de clientes reconoce los beneficios de nuestra papa vs. la papa informal; calidad, rapidez de preparación y practicidad. Adicionalmente, en la plataforma de Congelados, nuestros Picarones Pre Fritos Congelados NEGRITA, listos para freír, obtuvieron una patente (primera patente de Alicorp) por su novedosa fórmula y proceso productivo.

Grandes Industrias

Aceites

El año 2016 fue un año de éxito para la categoría de aceites industriales, inicia con grandes proyectos y retos que logran ser superados con excelentes resultados. El incremento en el precio

internacional de los crudos reduce los márgenes en la categoría; pero se soporta con la implementación de una estrategia de cobertura. La captura de nuevos clientes del rubro de pesca, snacks e industriales permiten un incremento de más de 20% en la cartera de clientes y un crecimiento de más de 70% en volumen. A cierre de año, el negocio aún mantiene el liderazgo en el mercado de aceites de soya y girasol.

Harinas industriales

La fuerte reducción del precio internacional del trigo durante el 2016 generó un año muy propicio para las estrategias de la categoría de harinas industriales. El negocio alcanzó una propuesta de precios súper competitiva que permitió lograr la renovación de todos sus acuerdos comerciales y aprovechar las ventas spot por oportunidad que el mercado presentaba. Así también, se logró afianzar las relaciones con los clientes actuales gracias al refuerzo de una propuesta de valor integral con un servicio ad hoc y superior para cada industria.

Insumos nutricionales

Durante el primer semestre del año, la categoría mantuvo una estrategia de precios acorde al mercado que permitió una oportuna rotación de inventarios y retorno de beneficios esperados. A partir del segundo semestre, la fuerte reducción del precio internacional del trigo obliga al negocio a incrementar la oferta local y a cerrar el año con un precio similar al alcanzado el año pasado.

NEGOCIO DE ACUICULTURA (ex Negocio de Nutrición Animal)

El 2016 se caracterizó por una mayor oferta de camarón, principalmente en Ecuador y en Tailandia, impulsado por mejores precios y por mayor demanda por parte de China, quién al contrario del resto de países asiáticos, disminuyó su producción. Así el mercado de alimento balanceado de Ecuador, que es el principal mercado donde competimos creció en 3%.

Lo que se espera para el 2017, es que China sea un comprador muy agresivo de camarón de todos los orígenes, compitiendo con EEUU y con Europa por el producto, lo cual beneficiará a los productores, que tendrán más opciones para la venta del camarón.

Por otro lado, EEUU sigue siendo el mercado principal para muchos países productores, las importaciones se han mantenido débiles durante todo el año, tratando de mantener los stocks al mínimo en espera de mejores precios. La demanda en el mismo período en Europa se ha comportado de manera similar, considerando además, que el camarón rosado de pesca ha impactado el comercio en dicho continente, al aumentar sus volúmenes de importación a un precio menor.

Respecto a peces, el salmón chileno sufrió una inesperada caída en su producción a inicios del 2016 debido al efecto climático del Bloom del Algas que además trajo como consecuencia la mortalidad de salmón, además de problemas sociales en dicho país. El mercado de alimento balanceado de Chile, decreció en 18%.

Esto afectó también el comercio internacional y por lo tanto la industria. Noruega también experimentó menores volúmenes de producción por menores siembras. Como consecuencia de ello los precios del salmón se mantuvo alto durante el año con un promedio de 30% por encima del 2015.

Para el año 2017 se espera una ligera mejora del mercado con un precio de salmón por encima del promedio histórico de los últimos años.

Nuestra subsidiaria Vitapro S.A. disminuyó sus volúmenes frente al año anterior en alrededor -4%. En participación de mercados crecimos en salmónes en Chile casi 2ptos de share al ingresar a

nuevos centros productos y clientes, mientras que en camarones en Ecuador perdimos 2ptos de share, esto principalmente porque importantes clientes tuvieron menos biomasa y por otro lado mejoraron su factor de conversión.

2.7 Política de Dividendos

La sociedad 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 10% de las utilidades del ejercicio, serán distribuidos en efectivo y se determinarán en función de los requerimientos de inversión y de la situación financiera de la empresa.”

2.8 Políticas de Inversión

La sociedad tiene aprobado un Plan de Inversiones para el año 2017 de US\$ 84.5 millones de dólares americanos.

2.9 Relaciones especiales entre la Sociedad y el Estado

La Ley del Impuesto a la Renta grava la ganancia de capital proveniente de la enajenación, redención o rescate según sea el caso, de acciones y participaciones representativas del capital, acciones de inversión, certificados, títulos, bonos y papeles comerciales y otros valores mobiliarios.

2.10 Descripción de los principales activos

Los principales activos de la sociedad se encuentran ubicados en las plantas industriales del Callao, Piura y Arequipa. Los valores de los activos a presentarse a continuación están expresados en miles de nuevos soles.

En la Planta COPSA, ubicada en el Callao, se encuentran los activos dedicados a la elaboración de los aceites, grasas alimenticias, salsas y jabones producidos por la empresa. El valor contable de dichos activos asciende a S/. 424,897.

En la Planta Faucett ubicada en el Callao se encuentran ubicados los activos dedicados a la elaboración de harinas, pastas alimenticias y galletas producidas por la empresa. El valor contable de dichos activos asciende a S/. 358,317.

En Arequipa se encuentra la Planta Sid-Sur y el Molino Arequipa, dedicados a la elaboración de harinas, pastas alimenticias y galletas. El valor contable de dichos activos asciende a S/.71,867.

El valor total contable consolidado de los activos de la sociedad asciende a S/.6,134,071.

El saldo de los préstamos y deudas a largo plazo consolidado asciende al 31 de diciembre de 2016 a S/.1,375,824.

Financiamientos a Mediano Plazo

Con fecha 24 de junio de 2015, Alicorp S.A.A suscribió un contrato de préstamo de mediano plazo con el BBVA Banco Continental por S/ 316'000,000.00 (Trescientos dieciséis Millones y 00/100 Soles). El plazo de vigencia del préstamo es de 3 años y 6 meses.

Con fecha 27 de agosto de 2015, Alicorp S.A.A. celebró un contrato de préstamo de mediano plazo con el Banco Internacional del Perú S.A.A. El monto de dicho financiamiento es de S/160'000,000.00 (Ciento sesenta Millones y 00/100 Soles), y el plazo es de 4 años. En setiembre de 2016, se pre canceló la totalidad de este préstamo.

Con fecha 05 de noviembre de 2015, Alicorp S.A.A. y el Banco Scotiabank S.A.A. firmaron un contrato de préstamo de mediano plazo por S/ 150'000,000.00 (Ciento cincuenta Millones y 00/100 Soles) por un periodo de vigencia de 3 años. Al cierre del 2016, el saldo de este préstamo es de S/ 51'000,000.00.

2.11 Personal

Al 31 de diciembre de 2016, el número de trabajadores de la empresa es el siguiente:

| | <u>2015</u> | <u>2016</u> | <u>AUMENTO</u> <u>DISMINUCION</u> |
|---------------------------|-------------|-------------|--------------------------------------|
| <u>PERMANENTES</u> | | | |
| FUNCIONARIOS | 10 | 9 | -1 |
| EMPLEADOS | 1,032 | 1,053 | +21 |
| OBROS | 1,720 | 1,734 | +14 |
| <u>TEMPORALES</u> | | | |
| EMPLEADOS | 22 | 15 | -7 |
| OBROS | 446 | 239 | -207 |

2.12 Relación Económica con otras empresas

La sociedad mantiene relación comercial con Unilever Andina Perú S.A. para la fabricación, envase y empaque de margarinas domésticas y a granel.

2.13 Sistema de Información y Registro Contable

El registro contable de las operaciones de la empresa se soporta en el sistema SAP R/3 Versión ECC 6.0, el cual ha estandarizado e integrado las funciones de todos los procesos de la empresa.

3. PROCESOS LEGALES

Alicorp S.A.A. es parte en algunos procesos administrativos y laborales.

Al 31 de diciembre de 2016, la sociedad tenía procesos ante la SUNAT, ESSALUD y diversas Municipalidades.

A la misma fecha, la sociedad tenía procesos laborales seguidos por ex-trabajadores.

La sociedad considera que ninguno de estos procesos puede afectar significativamente a la empresa respecto a su nivel de activos, ni tener un impacto significativo sobre los resultados de operación y la posición financiera.

4. DIRECTORIO Y GERENCIA

El Directorio de la sociedad está compuesto por las siguientes personas:

| Nombre | Cargo |
|----------------------------------|--|
| Dionisio Romero Paoletti | Presidente |
| Luis Enrique Romero Belismelis | Vicepresidente |
| Jose Antonio Onrubia Holder | Director |
| Calixto Romero Guzmán | Director |
| Angel Manuel Irazola Arribas | Director |
| Jose Raymundo Morales Dasso | Director |
| Arístides de Macedo Murgel | Director |
| Jorge Luis Brake Valderrama | Director hasta el 30 de Marzo de 2016 |
| Fernando Martín Zavala Lombardi | Director hasta el 11 de Julio de 2016 |
| Juan Carlos Escudero Velando | Director desde el 30 de Marzo de 2016 |
| Carlos Miguel Heeren Ramos | Director desde el 8 de Noviembre de 2016 |
| Manuel Antonio Romero Belismelis | Director Suplente |
| Rafael Ernesto Romero Guzmán | Director Suplente |

Dionisio Romero Paoletti

Director de Alicorp desde 2001. Es Presidente de Alicorp desde 2002. Asimismo, es Director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Es Bachiller en Economía y Relaciones Internacionales de Brown University y cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de Stanford University.

Luis Enrique Romero Belismelis

Director alterno del señor Ronald Campbell García desde el año 2001 hasta el 1 de agosto de 2006. Es Vice-Presidente de Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es Director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Gerente Central de Administración y Finanzas desde 1992. Gerente Central de Finanzas, Administración y Sistemas desde 2002 hasta el mes de diciembre de 2005. Grado de Bachiller de la Universidad de Boston (USA).

Jose Antonio Onrubia Holder

Director alterno del señor Ernesto Romero Belismelis desde marzo de 2001 hasta marzo de 2004. Director alterno del señor Javier Beeck Onrubia desde marzo de 2004 hasta el 1 de agosto de 2006. Director titular de Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es Director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Gerente Central de Ventas y Distribución desde 1995. Gerente Central de Ventas desde 2002 hasta el mes de diciembre de 2005. Grado de Bachiller en Administración de Negocios en Saint Michaels College (USA) y Maestría en Babson College (USA).

Calixto Romero Guzmán

Director de Alicorp desde 2002. Es Director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios.

Angel Manuel Irazola Arribas

Director de Alicorp desde marzo de 2005. Es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y servicios. Gerente General de Industrias del Espino S.A. y Palmas del Espino S.A. hasta el mes de junio de 2006. Ostenta el título de Ingeniero Agrónomo de la Universidad Agraria La

Molina, Grado de Magister en Administración de Negocios en la Escuela Superior de Negocios (ESAN) y Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de Stanford (USA).

Jose Raimundo Morales Dasso

Director de Alicorp desde marzo de 2008. Es Vicepresidente del Directorio de Credicorp Ltd. miembro del Directorio de Atlantic Security Bank, Banco de Crédito de Bolivia, El Pacifico-Peruano Suiza, Pacifico Vida y Cementos Pacasmayo. Ocupó el cargo de Gerente General del Banco de Crédito BCP hasta marzo de 2008. Es Bachiller en Economía y Administración de la Universidad del Pacífico, con Master en Administración de Negocios de la Universidad de Pennsylvania- Wharton Business School. El Sr. Raimundo Morales no tiene vinculación de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Arístides de Macedo Murgel

Director de Alicorp desde marzo de 2010. Se desempeñó como Director Ejecutivo de Kraft Perú desde 1999 hasta 2001 y como Director Ejecutivo de Kraft Venezuela desde 2001 al 2003. También se desempeñó como Presidente de Kraft Brasil de 2003 a 2006 y como Presidente de Kraft Andina desde 2007 a 2009. Es Licenciado en Administración de Empresas de la Escuela Administración de Empresas de Sao Paulo - Fundación Getulio Vargas. El Sr. Arístides de Macedo Murgel no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Fernando Martín Zavala Lombardi

Director de la Compañía desde el mes de marzo 2013 hasta el 11 de Julio de 2016. Ha sido Director y Gerente General de Unión de Cervecerías Backus & Johnston y director de diversas empresas y ONGs dedicadas al sector educación. Es Bachiller en Economía de la Universidad del Pacífico, tiene un Master en Negocios Internacionales de la Universidad de Birmingham y un MBA de la Universidad de Piura. Ha desempeñado varios cargos en la administración pública: Ministro de Economía y Finanzas, Vice Ministro de Economía, Gerente General de Indecopi, entre otros. El Sr. Fernando Martín Zavala Lombardi no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Jorge Luis Brake Valderrama

Director de la Compañía desde el mes de marzo 2013 hasta el 30 de Marzo de 2016. Ha sido Presidente de Procter & Gamble para México y Centroamérica desempeñando con anterioridad diversos cargos en dicha empresa. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima con una Maestría en Negocios del Harrington College en Gran Bretaña. Adicionalmente, es consultor de empresas y empresario. El Sr. Jorge Luis Brake Valderrama no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Juan Carlos Escudero Velando

Director de la Compañía desde el 30 de Marzo de 2016. Es Socio Director del Estudio Grau Abogados desde 1998. Es Abogado por la Pontificia Universidad Católica del Perú con una Maestría en Derecho LL.M de la Universidad de Connecticut – EEUU. El Sr. Juan Carlos Escudero Velando no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Carlos Miguel Heeren Ramos

Director de la Compañía desde el 8 de Noviembre de 2016. Es Director Ejecutivo de la Universidad de Ingeniería y Tecnología y TECSUP. Se desempeñó como Socio y Gerente a cargo de la práctica de consultoría de negocios en Apoyo Consultoría S.A.C. desde 1996 hasta 2013. Es Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico, tiene un Master en Ciencias Económicas de la Universidad de Texas - EEUU. El Sr. Carlos Miguel Heeren Ramos no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

Manuel Antonio Romero Belismelis

Director alterno del señor Javier Beeck Onrubia desde marzo del 2001 hasta marzo de 2004. Director alterno del señor Ernesto Romero Belismelis desde 2004 hasta el 1 de agosto de 2006. Director suplente de Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es Director de diferentes empresas del sector industrial, comercio y de servicios.

Rafael Ernesto Romero Guzmán

Director alterno del señor Calixto Romero Guzmán desde marzo de 2004 hasta el 1° de agosto de 2006. Director suplente de Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Bachiller de Administración y Finanzas graduado en North Eastern University de Boston.

La estructura de la alta gerencia de la sociedad se encuentra conformada por 8 personas y es la siguiente:

| Nombre | Cargo |
|---|--|
| Alfredo Luis Miguel Eduardo Perez Gubbins | Gerente General |
| Pedro Jose Malo Rob | Vicepresidente Corporativo de Finanzas |
| Jaime Eduardo Butrich Velayos | Vicepresidente de Supply Chain Corporativo |
| Hugo Carrillo Goyoneche | Vicepresidente de Negocio de Productos Industriales hasta el 1° de Abril de 2016 |
| Stefan Stern Uralde | Vicepresidente de Negocio B2B desde el 1° de Abril de 2016 |
| Patricio David Jaramillo Saá | Vicepresidente de Consumo Masivo Perú |
| Salvador Renato Falbo | Vicepresidente de Consumo Masivo Internacional |
| Paola Ruchman Lazo | Vicepresidente de Recursos Humanos Corporativo |

Alfredo Luis Miguel Eduardo Perez Gubbins

Gerente Central de Finanzas de Alicorp S.A.A desde agosto de 2005 hasta junio del 2009. Gerente General Adjunto a partir del 01 de junio de 2015 hasta el 30 de setiembre de 2015. Gerente General desde el 01 de octubre de 2015. Ha sido Gerente General de Limtek Servicios Integrales S.A. y de Corporación de Servicios GR S.A. Economista egresado de la Universidad del Pacífico, Master en Administración de Negocios (MBA) en la Universidad de Pensilvania, EEUU.

Pedro Jose Malo Rob

Vicepresidente Corporativo de Finanzas desde el 18 de noviembre del 2015. Grado de Bachiller en Economía por la Universidad de Cuenca Ecuador) y Maestría en Finanzas por la Brandeis International Business School (Massachusetts - USA).

Jaime Eduardo Butrich Velayos

Gerente Central de Golosinas y Balanceados desde el año 1998, Gerente Central de Planeamiento y Logística desde 2002. Gerente Central de Manufactura desde el año 2005 hasta junio de 2009. Vicepresidente de Supply Chain Corporativo desde julio de 2009. Grado de Bachiller en Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Ingeniería (Perú) y Maestría en Administración de Negocios en ESAN.

Hugo Carrillo Goyoneche

Gerente de Marketing desde 2002 hasta junio 2009. Vicepresidente de Marketing Corporativo Consumo Masivo desde julio 2009 hasta julio 2011. Vicepresidente de Negocio Productos Industriales desde agosto 2011 hasta el 1° de Abril de 2016. Grado de Bachiller en Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional de Ingeniería y Maestría en Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico.

Stefan Stern Uralde

Vicepresidente de Negocio B2B desde el 1° de Abril de 2016. Ha sido Director de Grandes Industrias y Servicios de Alimentos desde enero 2013 hasta marzo 2016. Director de la Unidad de Servicios de Alimentos desde marzo 2011 hasta diciembre 2012. Director de Desarrollo de Nuevos Negocios - Productos Industriales desde abril 2009 hasta febrero 2011. Ha sido gerente de operaciones de la Región Latino América de Starbucks Coffee Company desde enero del 2006 hasta marzo del 2009. Es Administrador de Negocios de la Universidad del Pacífico y tiene un MBA de la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill – EEUU.

Patricio David Jaramillo Saá

Vicepresidente de Consumo Masivo desde Mayo del 2014. Graduado en Administración de Empresas y Marketing por la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador) con estudios en Kellogg School of Management (Evanston, Illinois – USA).

Salvador Renato Falbo

Vice-Presidente Consumo Masivo – Mercosur desde julio de 2009 hasta junio 2012. Vice-Presidente Consumo Masivo Internacional desde julio de 2012. Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa.

Paola Ruchman Lazo

Gerente Corporativo de Investigación de Mercado y Director de Conocimiento del Consumidor desde 2007. Vicepresidente Corporativo de Recursos Humanos desde agosto 2013. Grado de Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico y Masters of Arts Communication Management, University of Southern California.

Vinculación entre miembros del Directorio y la Plana Gerencial

Dionisio Romero Paoletti

Pariente consanguíneo en 4° grado con Luis Romero Belismelis, con Manuel Romero Belismelis, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán, pariente por afinidad en 2° grado con Paolo Sacchi Giurato.

Calixto Romero Guzmán

Pariente consanguíneo en 2° grado con Rafael Romero Guzman, pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Luis Romero Belismelis, y con Manuel Romero Belismelis.

Luis Enrique Romero Belismelis

Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 2° grado con Manuel Romero Belismelis.

Manuel Antonio Romero Belismelis

Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 2° grado con Luis Romero Belismelis.

Rafael Ernesto Romero Guzmán

Pariente consanguíneo en 2° grado con Calixto Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Luis Romero Belismelis y con Manuel Romero Belismelis.

Vinculación entre miembros del Directorio, la Alta Gerencia y los accionistas principales de la Compañía

Los señores Dionisio Romero Paoletti, Luis Romero Belismelis y José Antonio Onrubia Holder son miembros del Directorio de Grupo Piurano de Inversiones S.A.

Directores Independientes

Arístides de Macedo Murgel
Juan Carlos Escudero Velando
Carlos Miguel Heeren Ramos

SECCION III

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACION ECONOMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2016 (en miles de soles)

Al 31 de diciembre de 2016 Alicorp S.A.A. y subsidiarias han mostrado un aumento en la utilidad neta de 91.9% aumentando de S/ 157,473 (2.4% de las ventas netas en el año 2015) a S/ 302,139 (4.6% de las ventas netas en el año 2016) debido principalmente a: i) una mayor contribución operativa de la división de Consumo Masivo Perú y el negocio de B2B, y ii) una disminución en los gastos financieros netos. De esta forma, en el año 2016 la utilidad por acción fue de S/ 0.354 en comparación con S/ 0.180 por acción alcanzado el año 2015.

Las ventas netas durante el año 2016 alcanzaron los S/ 6,628,789 mayores a las obtenidas en el año 2015 que fueron S/ 6,580,488.

Las ventas internacionales alcanzaron los S/ 2,546,414 disminuyendo en 2.9 % con respecto al año 2015. Al cierre del año 2016, las ventas internacionales representan el 38.4% de las ventas consolidadas totales de Alicorp y subsidiarias (39.9% en el 2015).

Con respecto a la utilidad bruta, ésta aumentó en 7.5%, alcanzando en el año 2016 S/ 2,007,986 en comparación a los S/ 1,867,380 del año 2015. El incremento de la utilidad bruta se explica principalmente por la estrategia de posicionamiento de marcas, menores precios de las principales materias primas y la generación de eficiencias productivas. Los principales generadores de la mayor utilidad bruta fueron: i) la división de Consumo Masivo Perú con un incremento de 10.4%, ii) el negocio de B2B con un incremento de 7.5% y iii) las operaciones en Brasil con un incremento de 2%. El margen bruto se incrementó en 1.9 p.p., llegando a 30.3% en el año 2016, en comparación del 28.4% logrado durante el 2015.

La utilidad operativa en 2016 fue de S/ 632,276 (9.5% de las ventas netas), superior a la obtenida en el año 2015, la cual fue de S/ 560,615 (8.5% de las ventas netas). Este crecimiento se debe a una mayor utilidad bruta y a una menor pérdida por resultados de operaciones con derivados de materia prima, contrarrestados con mayores gastos operativos. Los gastos de ventas y distribución, y los gastos administrativos se incrementaron en S/ 63,006 debido principalmente a mayores gastos de publicidad, comisiones, así como gastos extraordinarios relacionados a consultorías. Finalmente, los otros gastos, netos aumentaron en S/ 27,683, debido principalmente a que en el 2016 se reconocieron los siguientes gastos: i) mayor pérdida neta por venta de activos fijos y activos disponibles para la venta de S/ 7,684, ii) gastos de reorganización de sociedades de S/ 6,782 y iii) pérdida por deterioro de plantas inoperativas de S/ 4,175. Adicionalmente, durante el 2015 la subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. reconoció una ganancia por compra de créditos tributarios de S/ 13,371.

En relación a los resultados no operativos, el gasto financiero neto disminuyó en S/ 139,266 respecto al año anterior, principalmente por: i) menor pérdida por derivados de tipo de cambio y tasa de interés de S/ 16,919 ii) menores intereses por préstamos y sobregiros bancarios de S/ 40,233, iii) menores intereses por bonos de S/ 23,716, iv) pérdida en el 2015 por cancelación del "call spread" de S/ 10,594 y v) pérdida en el 2015 por venta de bonos en Argentina de S/ 5,513. Estos menores gastos fueron compensados parcialmente por: i) ganancia en el 2015 por cancelación del "swap" de cupones de S/ 29,585, ii) menor ganancia por recompra de bonos de S/ 16,158 y ii) ganancia en el 2015 de beneficios por reducción de intereses en Pastificio Santa Amalia S.A. de S/ 11,110. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/ 11,536. Finalmente, en el 2016 se registró una mayor ganancia de S/ 7,600 en el rubro "Participación en los resultados netos de las asociadas".

El capital de trabajo al 31 de diciembre de 2016 aumentó en 27.4%, de S/ 344,296 a diciembre de 2015 a S/ 438,743 a diciembre de 2016, debido principalmente a un menor saldo en los otros pasivos financieros de S/ 272,380. En términos de liquidez, el ratio corriente aumento de 1.17 en 2015 a 1.25 en 2016. Asimismo, el ratio de apalancamiento a diciembre de 2016 fue 1.38, menor al de diciembre de 2015 que fue de 1.80.

El patrimonio aumentó en S/ 355,534 (16.0%), de S/ 2,223,006 al 31 de diciembre de 2015 a S/ 2,578,540 al 31 de diciembre de 2016. Esta variación se debe principalmente a la utilidad neta del año, la cual fue de S/ 302,139.

Alicorp y subsidiarias generaron en el año 2016 un flujo de efectivo operativo de S/ 929,409, S/ 151,820 menor al generado en el año 2015. Dicha variación se explica por un ingreso de efectivo no recurrente de S/ 86,054 registrados durante el 2015 y asociado a la cobertura de materias primas. La posición de efectivo de la Compañía cerró en S/ 273,483 a diciembre de 2016.

ALICORP S.A.A. y SUBSIDIARIAS
Estado Consolidado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|--|------------------------------------|------------------------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Activo | | |
| Activo corriente | | |
| Efectivo y equivalente de efectivo | 273,483 | 112,529 |
| Cuentas por cobrar comerciales, neto | 970,736 | 986,522 |
| Fondo de garantía para operaciones con derivados | 966 | 2,491 |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 75,007 | 75,893 |
| Cuentas por cobrar a partes relacionadas | 171 | 1,882 |
| Anticipos a proveedores | 23,203 | 20,624 |
| Instrumentos financieros derivados | 12,571 | 50,276 |
| Activos por impuestos a las ganancias | 26,705 | 93,903 |
| Inventarios, neto | 779,036 | 1,010,787 |
| Otros activos no financieros | 23,011 | 33,244 |
| | <u>2,184,889</u> | <u>2,388,151</u> |
| Activos clasificados como mantenidos para la venta, neto | <u>39,797</u> | <u>30,033</u> |
| Total activo corriente | <u>2,224,686</u> | <u>2,418,184</u> |
| Activo no corriente | | |
| Cuentas por cobrar comerciales, neto | 55,126 | - |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 45,210 | 51,074 |
| Instrumentos financieros derivados | 35,118 | 45,787 |
| Otros activos financieros | 274,650 | 177,180 |
| Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación | 18,898 | 17,890 |
| Activos por impuesto a las ganancias | 6,083 | 7,345 |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 1,946,249 | 2,022,448 |
| Activos intangibles, neto | 567,589 | 545,268 |
| Activos biológicos, neto | 932 | 790 |
| Activo por impuesto a las ganancias diferido | 91,536 | 102,353 |
| Plusvalía | 867,994 | 825,347 |
| | <u>3,909,385</u> | <u>3,795,482</u> |
| Total activo no corriente | <u>3,909,385</u> | <u>3,795,482</u> |
| Total activo | <u><u>6,134,071</u></u> | <u><u>6,213,666</u></u> |

ALICORP S.A.A. y SUBSIDIARIAS
Estado Consolidado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|---|------------------|------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Pasivo y patrimonio neto | | |
| Pasivo corriente | | |
| Otros pasivos financieros | 243,251 | 515,631 |
| Cuentas por pagar comerciales | 1,247,380 | 1,315,393 |
| Otras cuentas por pagar | 103,702 | 93,835 |
| Cuentas por pagar a partes relacionadas | 851 | 91 |
| Beneficios a los empleados | 128,953 | 101,737 |
| Instrumentos financieros derivados | 11,454 | 7,836 |
| Pasivos por impuestos a las ganancias | 16,540 | 12,699 |
| Provisiones | 33,812 | 26,666 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total pasivo corriente | 1,785,943 | 2,073,888 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Pasivo no corriente | | |
| Otros pasivos financieros | 1,375,824 | 1,565,831 |
| Otras cuentas por pagar | 11,209 | 13,867 |
| Beneficios a los empleados | 4,985 | 3,593 |
| Instrumentos financieros derivados | - | 46 |
| Provisiones | 3,060 | 2,810 |
| Pasivo por impuesto a las ganancias diferido | 374,510 | 330,625 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total pasivo no corriente | 1,769,588 | 1,916,772 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total pasivo | 3,555,531 | 3,990,660 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Patrimonio | | |
| Capital emitido | 847,192 | 847,192 |
| Acciones de inversión | 7,388 | 7,388 |
| Otras reservas de capital | 169,438 | 169,438 |
| Resultados acumulados | 1,305,034 | 1,048,526 |
| Otras reservas de patrimonio | 227,043 | 127,665 |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 2,556,095 | 2,200,209 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Participaciones no controladoras | 22,445 | 22,797 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total Patrimonio | 2,578,540 | 2,223,007 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total Pasivo y patrimonio | 6,134,071 | 6,213,667 |
| | <hr/> <hr/> | <hr/> <hr/> |

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2016 y 2015

(en miles de soles)

| | 31/12/2016 | 31/12/2015 |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Ingresos operativos | 6,628,789 | 6,580,488 |
| % de aumento | 0.7% | |
| Ganancia operativa | 632,276 | 560,615 |
| % de los ingresos | 9.5% | 8.5% |
| Ganancia neta del ejercicio | 302,139 | 157,473 |
| % de los ingresos | 4.6% | 2.4% |

ALICORP S.A.A. y SUBSIDIARIAS
Estado Consolidado de Resultados
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2016 y de 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|--|--------------------|--------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Ingresos netos de actividades ordinarias | | |
| Ventas a terceros | 6,566,100 | 6,524,637 |
| Ventas a partes relacionadas | 62,689 | 55,851 |
| Total ingresos netos de actividades ordinarias | <u>6,628,789</u> | <u>6,580,488</u> |
| Costo de ventas | <u>(4,620,803)</u> | <u>(4,713,108)</u> |
| Utilida bruta | 2,007,986 | 1,867,380 |
| Gastos de ventas y distribución | (937,378) | (910,178) |
| Gastos administrativos | (409,166) | (373,360) |
| Resultado de operaciones con derivados de materias primas | (8,296) | (30,040) |
| Otros ingresos y gastos, neto | <u>(20,870)</u> | <u>6,813</u> |
| Utilidad Operativa | 632,276 | 560,615 |
| Ingresos financieros | 13,883 | 77,427 |
| Gastos financieros | (163,842) | (366,652) |
| Diferencias de cambio neta | (20,381) | (31,917) |
| Participación en los resultados netos de las asociadas | <u>1,065</u> | <u>(6,535)</u> |
| Utilidad antes del impuesto a las ganancias | 463,001 | 232,938 |
| Gasto por impuesto a las ganancias | <u>(160,862)</u> | <u>(75,465)</u> |
| Utilidad neta | <u>302,139</u> | <u>157,473</u> |
| Utilidad neta atribuible a: | | |
| Propietarios de la controladora | 302,491 | 153,588 |
| Participaciones no controladoras | <u>(352)</u> | <u>3,885</u> |
| Utilidad neta | <u>302,139</u> | <u>157,473</u> |
| Utilidad neta por acción | | |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión (S/) | 0.354 | 0.180 |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones continuas (S/) | 0.354 | 0.180 |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones discontinuadas (S/) | (0.000) | (0.000) |

INDICADORES FINANCIEROS CONSOLIDADOS

| | 31/12/2016 | 31/12/2015 |
|---|------------|------------|
| Índices de liquidez | | |
| Prueba corriente | 1.25 | 1.17 |
| Prueba ácida | 0.77 | 0.65 |
| Índices de gestión | | |
| Margen bruto | 0.30 | 0.28 |
| Margen operativo | 0.10 | 0.09 |
| Índices de solvencia | | |
| Endeudamiento Patrimonial | 1.38 | 1.80 |
| Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo | 0.91 | 0.95 |
| Índices de rentabilidad | | |
| Rentabilidad neta sobre patrimonio | 0.12 | 0.07 |
| Rentabilidad neta sobre ingresos | 0.05 | 0.02 |

Prueba corriente

Activos corrientes / Pasivos corrientes

Prueba acida

Activos corrientes - inventarios - gastos pagados por anticipado – activos clasificados como mantenidos para la venta / Pasivos corrientes

Margen bruto

Ganancia bruta / Ingresos de actividades ordinarias

Margen operativo

Ganancia operativa / Ingresos de actividades ordinarias

Endeudamiento patrimonial

Total pasivos / Total patrimonio

Endeudamiento largo plazo / Activo fijo

Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto

Rentabilidad neta sobre patrimonio

Ganancia neta del ejercicio / Total patrimonio

Rentabilidad neta sobre ventas

Ganancia neta del ejercicio / Ingresos de actividades ordinarias

A continuación se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de Alicorp y subsidiarias terminados al 31 de diciembre de 2016 con respecto al 2015, expresados en miles de soles.

Ingresos Totales

Entre los años 2015 y 2016 los ingresos operativos se incrementaron de S/ 6,580,488 a S/ 6,628,789, lo que significa un crecimiento de 0.7%.

Utilidad Bruta

Entre los años 2015 y 2016 la utilidad bruta aumentó de S/ 1,867,380 a S/ 2,007,986; originado fundamentalmente por la estrategia de posicionamiento de marcas, menores precios de las principales materias primas y la generación de eficiencias productivas.

Utilidad Operativa

Entre los años 2015 y 2016 la utilidad operativa aumentó de S/ 560,615 a S/ 632,276. Este crecimiento se debe a una mayor utilidad bruta y a una menor pérdida por resultados de operaciones con derivados de materia prima, contrarrestados con mayores gastos operativos.

Gastos financieros, neto, Diferencia de cambio, neta y Participación en los resultados de las asociadas

El gasto financiero neto disminuyó en S/ 139,266 respecto al año anterior, principalmente por: i) menor pérdida por derivados de tipo de cambio y tasa de interés de S/ 16,919 ii) menores intereses por préstamos y sobregiros bancarios de S/ 40,233, iii) menores intereses por bonos de S/ 23,716, iv) pérdida en el 2015 por cancelación del "call spread" de S/ 10,594 y v) pérdida en el 2015 por venta de bonos en Argentina de S/ 5,513. Estos menores gastos fueron compensados parcialmente por: i) ganancia en el 2015 por cancelación del "swap" de cupones de S/ 29,585, ii) menor ganancia por recompra de bonos de S/ 16,185 y ii) ganancia en el 2015 de beneficios por reducción de intereses en Pastificio Santa Amalia S.A. de S/ 11,110. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/ 11,536. Finalmente, en el 2016 se registró una mayor ganancia de S/ 7,600 en el rubro "Participación en los resultados netos de las asociadas"

ALICORP S.A.A.

RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACION ECONOMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2016 (en miles de soles)

A Diciembre de 2016, Alicorp S.A.A. ha mostrado una utilidad neta de S/ 302,491 (7.5% de las ventas netas), mayor a los S/ 153,588 (3.9% de las ventas netas) obtenidos a diciembre 2015. De esta forma, en el año 2016 la utilidad por acción fue de S/ 0.354 en comparación con S/ 0.180 por acción alcanzado en el año 2015.

Las ventas netas durante el año 2016 alcanzaron S/ 4,040,731, un ligero incremento a las obtenidas en el año 2015 que fueron S/ 3,913,878.

Las exportaciones en el año 2016 alcanzaron S/ 155,853, superior a los S/ 151,117 del año 2015. En los años 2016 y 2015, las exportaciones representaron el 3.9% y 3.8% de las ventas netas, respectivamente. La compañía exportó principalmente a Chile, Bolivia, Haití, Ecuador y Colombia.

Con respecto a la utilidad bruta, en el año 2016 ésta fue de S/ 1,257,045, incrementándose en comparación con el año 2015 que alcanzó S/ 1,085,147.

La utilidad operativa fue de S/ 413,661 (10.2% de las ventas netas), aumentando en 42.2% en comparación con el año 2015, en el cual alcanzó S/ 290,888 (7.4% de las ventas netas). Este aumento se debió principalmente a la mayor utilidad bruta.

Adicionalmente, los gastos de ventas y distribución, y los gastos administrativos se incrementaron en S/ 59,129 debido principalmente a mayores gastos de almacenaje, publicidad, comisiones, acarreos, así como gastos extraordinarios relacionados a consultorías. Finalmente, los otros ingresos netos aumentaron ligeramente en S/ 1,786.

En relación a los resultados no operativos, el gasto financiero neto disminuyó en S/ 111,758 respecto al año anterior, principalmente por: i) menor pérdida por resultados de derivados de tipo de cambio de S/ 124,457, ii) menores gastos por intereses por bonos de S/ 23,716 y iii) pérdida en el 2015 por cancelación del "call spread" de S/ 10,594. Estos menores gastos fueron compensados parcialmente por: i) ganancia en el 2015 por cancelación del "swap" de cupones de S/ 29,585 y ii) menor ganancia por recompra de bonos de S/ 16,158. El gasto por diferencia de cambio, neta tuvo una ligera disminución de S/ 639. Finalmente, los ingresos por participación en los resultados netos de subsidiarias y asociada disminuyeron en S/ 5,961.

El capital de trabajo a diciembre de 2016 aumentó en 84.6%, de S/ -256,694 a diciembre de 2015 a S/ -39,619 a diciembre de 2016 debido principalmente a una disminución de los otros pasivos financieros por S/ 207,906 y una disminución de las cuentas por pagar comerciales de S/ 93,695. En términos de liquidez, el ratio corriente aumentó de 0.83 en diciembre de 2015 a 0.97 en diciembre de 2016. Asimismo, el ratio de apalancamiento a diciembre del 2016 fue de 1.05, menor al de diciembre del 2015 que fue de 1.32.

El patrimonio aumentó en S/ 355,886 (16.2%), de S/ 2,200,209 al 31 de diciembre de 2015 a S/ 2,556,095 al 31 de diciembre de 2016. Esta variación se debe principalmente a la utilidad neta del año, la cual fue de S/ 302,491.

Alicorp generó un flujo de efectivo operativo de S/ 570,828, menor al generado en el año 2015 que fue S/ 734,876.

ALICORP S.A.A.
Estado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Activo | | |
| Activo corriente | | |
| Efectivo y equivalente de efectivo | 155,058 | 15,175 |
| Cuentas por cobrar comerciales, neto | 518,231 | 482,166 |
| Fondo de garantía para operaciones con derivados | 966 | 1,919 |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 8,017 | 12,213 |
| Cuentas por cobrar a partes relacionadas | 139,039 | 98,546 |
| Anticipos a proveedores | 2,781 | 10,419 |
| Instrumentos financieros derivados | 9,750 | 23,897 |
| Activos por impuestos a las ganancias | - | 76,580 |
| Inventarios, neto | 374,300 | 522,384 |
| Otros activos no financieros | 17,316 | 27,225 |
| | <u>1,225,458</u> | <u>1,270,524</u> |
| Activos clasificados como mantenidos para la venta, neto | <u>35,248</u> | <u>24,087</u> |
| Total activo corriente | <u>1,260,706</u> | <u>1,294,611</u> |
| Activo no corriente | | |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 3,127 | 2,155 |
| Instrumentos financieros derivados | 14,244 | 12,674 |
| Otros activos financieros | 342 | 342 |
| Cuentas por cobrar a partes relacionadas | 165,759 | - |
| Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación | 2,387,302 | 2,311,073 |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 1,128,195 | 1,201,554 |
| Activos intangibles, neto | 117,246 | 117,519 |
| Plusvalía | 154,739 | 154,739 |
| | <u>3,970,954</u> | <u>3,800,056</u> |
| Total activo no corriente | <u>3,970,954</u> | <u>3,800,056</u> |
| Total activo | <u><u>5,231,660</u></u> | <u><u>5,094,667</u></u> |

ALICORP S.A.A.
Estado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|--|------------------|------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Pasivo y patrimonio neto | | |
| Pasivo corriente | | |
| Otros pasivos financieros | 142,732 | 350,638 |
| Cuentas por pagar comerciales | 971,072 | 1,064,767 |
| Otras cuentas por pagar | 69,172 | 63,137 |
| Cuentas por pagar a partes relacionadas | 12,816 | 10,172 |
| Beneficios a los empleados | 72,526 | 45,108 |
| Instrumentos financieros derivados | 6,214 | 6,022 |
| Pasivos por impuestos a las ganancias | 13,489 | - |
| Provisiones | 12,304 | 11,461 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total Pasivo corriente | 1,300,325 | 1,551,305 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Pasivo no corriente | | |
| Otros pasivos financieros | 1,287,621 | 1,264,508 |
| Otras cuentas por pagar | 11,209 | 13,867 |
| Beneficios a los empleados | 2,277 | 1,687 |
| Pasivo por impuesto a las ganancias diferido | 74,133 | 63,091 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total Pasivo no corriente | 1,375,240 | 1,343,153 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total Pasivo | 2,675,565 | 2,894,458 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Patrimonio | | |
| Capital emitido | 847,192 | 847,192 |
| Acciones de inversión | 7,388 | 7,388 |
| Reserva legal | 169,438 | 169,438 |
| Resultados acumulados | 1,305,034 | 1,048,526 |
| Otras reservas de patrimonio | 227,043 | 127,665 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total patrimonio | 2,556,095 | 2,200,209 |
| | <hr/> | <hr/> |
| Total pasivo y patrimonio | 5,231,660 | 5,094,667 |
| | <hr/> <hr/> | <hr/> <hr/> |

ESTADOS DE RESULTADOS

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(en miles de soles)

| | 31/12/2016 | 31/12/2015 |
|-----------------------------|-------------------|-------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Ingresos operativos | 4,040,731 | 3,913,878 |
| % de aumento | 3.2% | |
| Ganancia operativa | 413,661 | 290,888 |
| % de los ingresos | 10.2% | 7.4% |
| Ganancia neta del ejercicio | 302,491 | 153,588 |
| % de los ingresos | 7.5% | 3.9% |

ALICORP S.A.A.
Estado de Resultados
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2016 y de 2015
(En miles de soles)

| | 2016 | 2015 |
|---|-----------------------|-----------------------|
| | S/ 000 | S/ 000 |
| Ingresos netos de actividades ordinarias | | |
| Ventas a terceros | 3,908,330 | 3,751,680 |
| Ventas a partes relacionadas | 132,401 | 162,198 |
| Total ingresos netos de actividades ordinarias | <u>4,040,731</u> | <u>3,913,878</u> |
| Costo de ventas | <u>(2,783,686)</u> | <u>(2,828,731)</u> |
| Utilida bruta | 1,257,045 | 1,085,147 |
| Gastos de ventas y distribución | (621,803) | (596,447) |
| Gastos administrativos | (245,460) | (211,687) |
| Resultado de operaciones con derivados de materias primas | (413) | (8,631) |
| Otros ingresos y gastos, neto | <u>24,292</u> | <u>22,506</u> |
| Utilidad Operativa | 413,661 | 290,888 |
| Ingresos financieros | 8,764 | 50,588 |
| Gastos financieros | (105,483) | (259,065) |
| Diferencias de cambio neta | (12,700) | (13,339) |
| Participación en los resultados netos de subsidiarias y asociada | <u>104,305</u> | <u>110,266</u> |
| Utilidad antes del impuesto a las ganancias | 408,547 | 179,338 |
| Gasto por impuesto a las ganancias | <u>(106,056)</u> | <u>(25,750)</u> |
| Utilidad neta | <u><u>302,491</u></u> | <u><u>153,588</u></u> |
| Utilidad neta por acción | | |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión (S/) | 0.354 | 0.180 |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones continuas (S/) | 0.354 | 0.180 |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones discontinuadas (S/) | (0.000) | (0.000) |

INDICADORES FINANCIEROS

| | 31/12/2016 | 31/12/2015 |
|---|------------|------------|
| Índices de liquidez | | |
| Prueba corriente | 0.97 | 0.83 |
| Prueba ácida | 0.64 | 0.46 |
| Índices de gestión | | |
| Margen bruto | 0.31 | 0.28 |
| Margen operativo | 0.10 | 0.07 |
| Índices de solvencia | | |
| Endeudamiento Patrimonial | 1.05 | 1.32 |
| Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo | 1.22 | 1.12 |
| Índices de rentabilidad | | |
| Rentabilidad neta sobre patrimonio | 0.12 | 0.07 |
| Rentabilidad neta sobre ingresos | 0.07 | 0.04 |

| | |
|--|---|
| <i>Prueba corriente</i> | <i>Activos corrientes / Pasivos corrientes</i> |
| <i>Prueba acida</i> | <i>Activos corrientes - inventarios - gastos pagados por anticipado – activos clasificados como mantenidos para la venta / Pasivos corrientes</i> |
| <i>Margen bruto</i> | <i>Ganancia bruta / Ingresos de actividades ordinarias</i> |
| <i>Margen operativo</i> | <i>Ganancia operativa / Ingresos de actividades ordinarias</i> |
| <i>Endeudamiento patrimonial</i> | <i>Total pasivos / Total patrimonio</i> |
| <i>Endeudamiento largo plazo / Activo fijo</i> | <i>Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto</i> |
| <i>Rentabilidad neta sobre patrimonio</i> | <i>Ganancia neta del ejercicio / Total patrimonio</i> |
| <i>Rentabilidad neta sobre ventas</i> | <i>Ganancia neta del ejercicio / Ingresos de actividades ordinarias</i> |

A continuación se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de la empresa terminados al 31 de diciembre de 2016 con respecto al 2015, expresados en miles de soles.

Ingresos Totales

Entre los años 2015 y 2016 las ventas netas alcanzaron los S/ 3,913,878 y S/ 4,040,731, respectivamente, lo que significa un incremento de 3.2%.

Utilidad Bruta

En el año 2016 la utilidad bruta fue de S/ 1,257,045, incrementándose ligeramente en comparación con el año 2015 en que alcanzó S/ 1,085,147.

Utilidad Operativa

La utilidad operativa de 2016 fue de S/ 413,661 (10.2 % de las ventas netas), aumentando en 42.2% en comparación con el año 2015, el cual alcanzó S/ 290,888 (7.4% de las ventas netas). Los gastos de operación presentaron una variación de S/ 808,134 en el 2015 a S/ 867,263 en el 2016, es decir se incrementaron en 7.3%.

Gastos Financieros, neto y Diferencia de Cambio, neta

El gasto financiero neto disminuyó en S/ 111,758 respecto al año anterior, principalmente por: i) menor pérdida por resultados de derivados de tipo de cambio de S/ 124,457, ii) menores gastos por intereses por bonos de S/ 23,716 y iii) pérdida en el 2015 por cancelación del "call spread" de S/ 10,594. Estos menores gastos fueron compensados parcialmente por: i) ganancia en el 2015 por cancelación del "swap" de cupones de S/ 29,585 y ii) menor ganancia por recompra de bonos de S/ 16,158. El gasto por diferencia de cambio, neta tuvo una ligera disminución de S/ 639.

Cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información financiera

A partir del 1ro de enero de 2014 el servicio de contabilidad empezó a formar parte de Alicorp S.A.A. actuando como Contadora General, la Srta. Cecilia Casseas Pérez, anteriormente la contabilidad estaba a cargo de la empresa Centro de Servicios Compartidos S.A. (PRIOX),

A partir del ejercicio 2014 se ha designado como auditores externos a Paredes, Burga & Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada, firma miembro de Ernst & Young (EY), cuya opinión acerca de los estados financieros consolidados e individuales de Alicorp S.A.A., han sido emitidas sin salvedad.

SECCION IV

INFORMACION RELATIVA A LOS VALORES DE LA SOCIEDAD INSCRITOS EN EL REGISTRO PUBLICO DEL MERCADO DE VALORES

Al 31 de diciembre de 2016 la sociedad tenía inscritos los siguientes valores en el Registro Público del Mercado de Valores:

Acciones Comunes

Las acciones representativas del capital social de la sociedad, se encuentran inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores desde 1995 y ascienden a 847'191,731.

Acciones de Inversión

Las acciones de Inversión (antes acciones del trabajo) se encuentran inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores desde 1980 y ascienden a 7,388,470 acciones de Inversión.

Con relación a la variación de la cotización de las acciones comunes y de inversión en la Bolsa de Valores de Lima, ésta se desarrolló de la siguiente forma:

ALICORP S.A.A.

Renta Variable

| Código ISIN | Nemónico | Año - Mes | COTIZACIONES 2016 | | | | Precio Promedio |
|--------------|----------|-----------|-------------------|--------------|--------------|--------------|-----------------|
| | | | Apertura S/ | Cierre S/ | Máxima S/ | Mínima S/ | |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-01 | 5.75 | 5.10 | 5.75 | 5.00 | 5.21 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-02 | 5.15 | 5.47 | 5.55 | 5.00 | 5.09 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-03 | 5.47 | 6.00 | 6.05 | 5.43 | 5.72 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-04 | 6.03 | 6.23 | 6.85 | 5.77 | 6.35 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-05 | 6.23 | 6.50 | 6.60 | 6.23 | 6.43 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-06 | 6.50 | 6.45 | 6.50 | 6.10 | 6.32 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-07 | 6.45 | 7.50 | 7.50 | 6.35 | 6.75 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-08 | 7.53 | 7.50 | 7.85 | 7.40 | 7.70 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-09 | 7.50 | 7.33 | 8.00 | 7.33 | 7.63 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-10 | 7.32 | 7.80 | 7.80 | 7.32 | 7.60 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-11 | 7.85 | 7.34 | 7.96 | 7.10 | 7.44 |
| PEP214001005 | ALICORC1 | 2016-12 | 7.34 | 7.30 | 7.35 | 7.00 | 7.24 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-01 | .- | .- | .- | .- | .- |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-02 | .- | .- | .- | .- | .- |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-03 | 3.50 | 3.10 | 3.50 | 3.10 | 3.27 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-04 | 3.50 | 4.55 | 4.55 | 3.50 | 4.39 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-05 | 4.60 | 4.70 | 4.70 | 4.60 | 4.66 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-06 | .- | .- | .- | .- | .- |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-07 | 4.70 | 5.50 | 5.50 | 4.70 | 4.97 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-08 | 5.75 | 5.30 | 5.83 | 5.25 | 5.64 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-09 | 5.54 | 5.80 | 5.80 | 5.54 | 5.75 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-10 | 5.60 | 5.80 | 5.80 | 5.60 | 5.78 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-11 | 5.80 | 5.80 | 6.00 | 5.80 | 5.88 |
| PEP214005006 | ALICORI1 | 2016-12 | 5.50 | 5.80 | 5.85 | 5.50 | 5.79 |

Renta Fija

| Código ISIN | Nemónico | Año - Mes | COTIZACIONES 2016 | | | | Precio Promedio |
|--------------|------------|-----------|-------------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|
| | | | Apertura % | Cierre % | Máxima % | Mínima % | |
| PEP21400M056 | ALICO3BC1A | 2016-05 | 98.6009 | 98.6009 | 98.6009 | 98.6009 | 98.6009 |
| PEP21400M064 | ALICO3BC2A | 2016-03 | 90.1026 | 90.7706 | 90.7706 | 90.1026 | 90.3253 |

Bono Internacional – US\$450 Millones

El Bono Internacional se emitió bajo la Regla 144A y la Regulación S de la United States Securities Act de 1993. Se obtuvo el grado de inversión de las clasificadoras de riesgo internacionales Fitch Ratings (“BBB”) y Moody’s (“Baa2”). Fue colocado en el mes de marzo de 2013 por un monto en dólares americanos de US\$450 millones, equivalente a S/. 1,233 millones, con una tasa cupón de 3.875% nominal anual (la tasa más baja para una empresa corporativa peruana a dicha fecha). El bono se amortizará en una sola cuota al vencimiento y los intereses se pagarán semestralmente hasta su vencimiento en marzo 2023.

Durante el 2015, Alicorp S.A.A. compró parte de sus bonos internacionales con la finalidad de reducir la exposición de la compañía a fluctuaciones de tipo de cambio. El 12 de enero de 2015 se dio inicio a una oferta privada de compra del bono internacional, hasta por un monto máximo del principal de US\$150'000,000. Dicha oferta se realizó bajo la regulación de las leyes del estado de Nueva York. La propuesta de compra fue a un valor de US\$972.50 por cada US\$1,000 del monto principal, además de los intereses no pagados y devengados. La oferta expiró el 9 de febrero de 2015 teniendo como resultado la adquisición de US\$ 89'159,000 del monto principal. Asimismo, durante los meses de marzo a junio de 2015, la Compañía realizó compras privadas adicionales por US\$60'841,000 del monto principal.

Posteriormente, el 19 de octubre de 2015 se dio inicio a una nueva oferta privada de compra, ya sea del total o de una parte, de los bonos internacionales que aún se encontraban en circulación. La propuesta de compra de dichos bonos fue a un valor de US\$990.00 por cada US\$1,000 del monto principal además de los intereses no pagados y devengados. Dicha oferta expiró el 2 de noviembre de 2015 tendiendo como resultado la adquisición de US\$237'218,000 del monto principal de los bonos internacionales.

En julio de 2016 se realizó una recompra privada adicional por US\$400,000.

Al cierre del 2016, el saldo vigente de bonos internacionales en circulación asciende a US\$ 62'382,000.

Bonos Corporativos – Alicorp - Tercer Programa

En diciembre del 2014, Alicorp colocó S/116 millones de bonos locales a 3 años. La emisión obtuvo una tasa de 4.96875% (spread de 79 puntos básicos sobre el soberano), representando la tasa más baja obtenida por un emisor corporativo durante el 2014. El bono se amortizará en una sola cuota al vencimiento y los intereses se pagarán semestralmente hasta su vencimiento en diciembre 2017.

En enero del 2015, Alicorp colocó S/ 500 millones de bonos locales a 15 años, esta segunda emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 7.0%. A la fecha de la emisión, representó la más grande colocación en soles de un emisor corporativo en el mercado de capitales peruano. El bono se amortizará en 10 partes iguales a partir del 2025.

En marzo del 2016, Alicorp colocó S/ 70 millones de bonos locales a 3 años. Esta tercera emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 6.84375%. Asimismo, en la misma fecha, Alicorp colocó S/ 160 millones de bonos locales a 7 años. Esta cuarta emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 7.81250%.

Estas emisiones corresponden al Tercer Programa de Bonos Corporativos por S/ 1,000 millones, dirigido a reestructurar pasivos de corto plazo. Asimismo, este programa mantiene actualmente una calificación de “AAA” de las clasificadoras Apoyo & Asociados Internacionales y Pacific Credit Rating.