



PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Febrero 2026

RESUMEN EJECUTIVO



Nuestra Compañía

Empresa líder de consumo masivo, enfocada en la Región Andina, con más de 60 años de experiencia



Estrategia corporativa

Posición líder en el mercado, impulsada por nuestra estrategia corporativa y una sólida propuesta de valor



Nuestras unidades de negocio

Modelo de negocio exitoso, diversificado en cuatro unidades diferenciadas y en distintos países



Solidez en posición financiera y liquidez

Sólido desempeño financiero, impulsado por nuestro enfoque en la creación de valor para el accionista



Innovación y desarrollo

Portafolio *top-of-mind* y marcas líderes, con un historial comprobado de iniciativas de innovación exitosas

1 NUESTRA COMPAÑÍA



UNIDADES DE NEGOCIO

CONSUMO MASIVO PERÚ

Marcas emblemáticas en nuestras plataformas de alimentos, cuidado del hogar y cuidado personal

- Estrategia multisegmento y portafolio diversificado
- Productos de alta calidad
- Sólida cadena de distribución

ALICORP SOLUCIONES

Insumos para panificación y gastronomía, y productos de limpieza y otras industrias

- Enfoque centrado en el cliente
- Liderazgo en categorías clave
- Estrategia de crecimiento impulsada por la transformación

NEGOCIO INTERNACIONAL

Principalmente productos de alimentos y cuidado del hogar, fortaleciendo nuestra presencia en la Región Andina

- Consumo Masivo Bolivia
- Consumo Masivo Ecuador
- Nuevas Geografías

VITAPRO

Alimento balanceado para camarones y peces

- Propuesta de valor integral
- Calidad nutricional
- Asesoría y tecnología para nuestros clientes

+150
Marcas

+6,000
Empleados

+30
Plantas productivas

+20
Países

Casa matriz

Presencia directa (producción)

Principales exportaciones



Líder regional, con un modelo de negocio exitoso diversificado en categorías de productos y países

PORTAFOLIO *TOP-OF-MIND* Y MARCAS LÍDERES, CON UN SÓLIDO HISTORIAL DE ACEPTACIÓN EXITOSA EN EL MERCADO

CONSUMO MASIVO PERÚ

Detergentes	
Pastas	
Aceites domésticos	
Galletas	
Jabones de lavar	
Salsas	
Cuidado personal	

NEGOCIO INTERNACIONAL

Aceites domésticos	
Lavandería	
Mantecas	
Margarinas	
Lavandería	
Alimentos	
Lavavajillas	

ALICORP SOLUCIONES - B2B

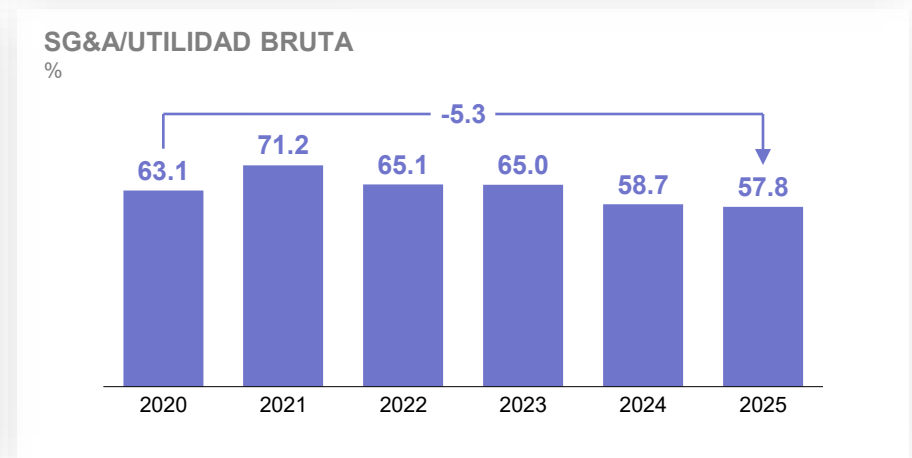
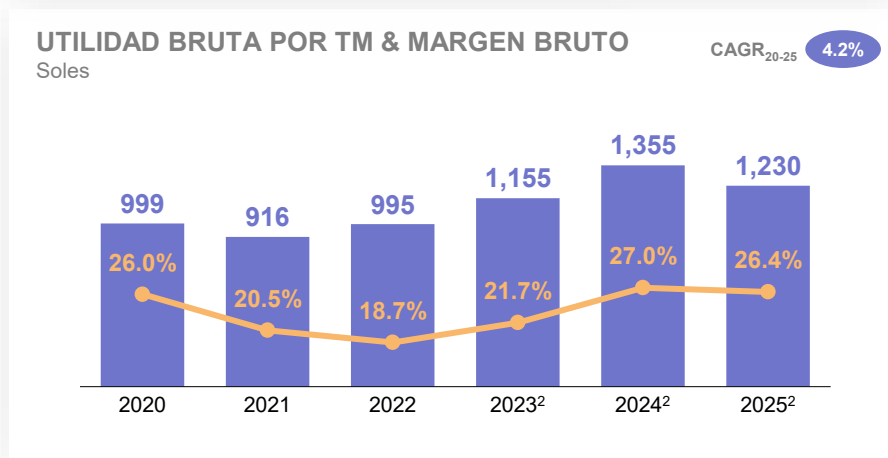
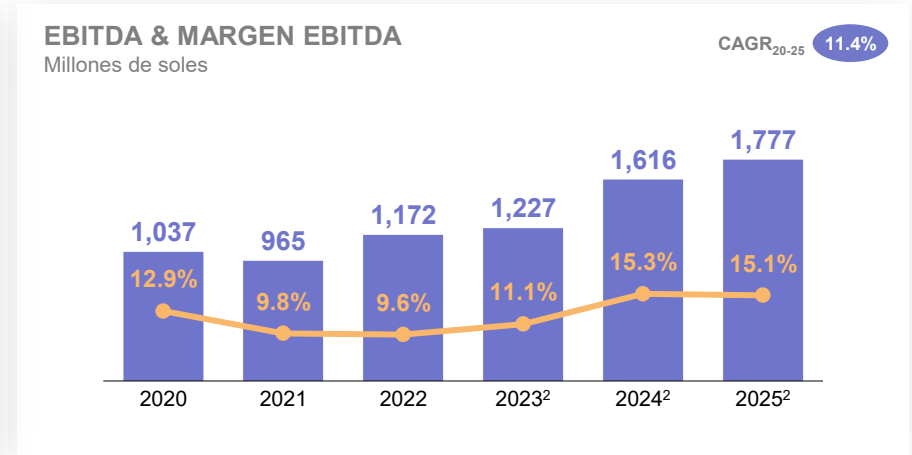
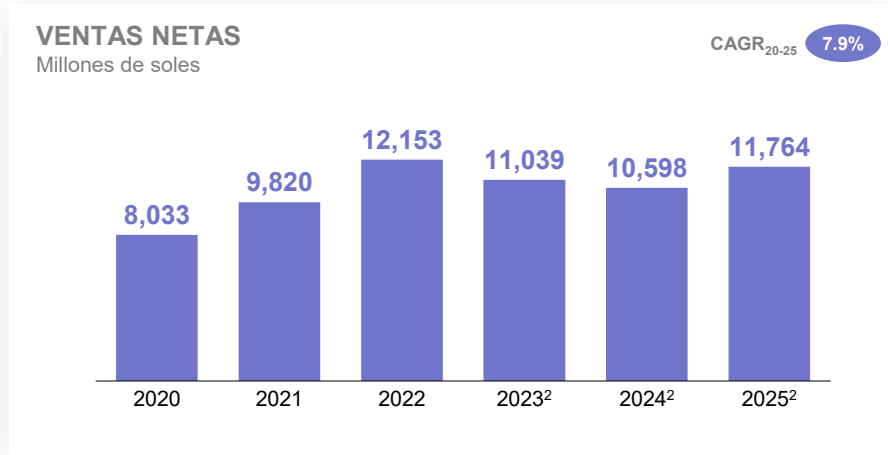
Harinas	
Mantecas	
Aceites	
Salsas	
Margarinas industriales	
Detergentes	

VITAPRO

Camarón	
Peces	
Peces	

SÓLIDO DESEMPEÑO FINANCIERO, APALANCADO EN NUESTRO PORTAFOLIO Y ESTRATEGIA CORPORATIVA

NUESTROS ESFUERZOS ESTÁN ORIENTADOS A GENERAR VALOR CONTINUO PARA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS



(1) Cifras a diciembre de 2025
(2) Cifras ajustadas, excluyen impactos no recurrentes (one-offs)

2

ESTRATEGIA CORPORATIVA



WINNING ASPIRATION

Alimentamos un mañana mejor con propuestas de valor relevantes para cada uno de nuestros consumidores y clientes en la **Región Andina**, transformando mercados con nuestras **marcas líderes**, nuestra **capacidad de innovación**, una **gestión eficiente** y el **talento de nuestra gente**.

HOW TO WIN?



Gestión de marcas relevantes, distintivas y memorables, basada en un profundo conocimiento del consumidor, el enfoque en marcas clave y el canal tradicional



Una **sólida estrategia go-to-market**, apalancada en un alcance superior al cliente y un profundo entendimiento tanto del cliente como del *shopper*



Gestión **eficiente** y **flexible** de la cadena de suministro



Disciplina estratégica mediante una gestión activa del portafolio y una asignación eficiente de recursos

WHERE TO PLAY?



Seguimos avanzando en nuestro camino hacia una empresa más sostenible, mediante nuestros cuatro pilares

Bienestar e inclusión
para nuestra gente y
consumidores



**OLLAS que
DESARROLLAN**

Desarrollo comunitario
con enfoque en la creación
de valor compartido con
clientes y proveedores



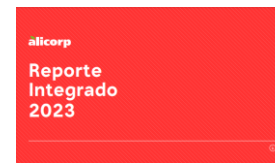
insuma
PROGRAMA
**PALMA
SOS/ENIBLE**

Cuidado del **medio
ambiente** mediante la
ecoeficiencia operativa y
el uso de empaques
sostenibles



Reporte de Acción
Climática

Factores estructurales
que integran la
sostenibilidad y facilitan el
monitoreo de impactos y
avances



Reporte Intergado

Indicadores clave 2024:

- **S&P Sustainability Yearbook**
✓ Top 20 global en nuestra industria
- **Organizational Health Index (OHI)**
✓ Decil superior global
- **Horas de capacitación de empleados**
✓ +50,000
- **Huella de carbono**
✓ Reducción de 14%
- **Huella hídrica**
✓ Reducción de 15%

Programas e iniciativas clave

Equipo directivo altamente experimentado, respaldado por un grupo accionista líder en Perú

PLANA GERENCIAL DESTACADA QUE COMBINA UN SÓLIDO HISTORIAL EN ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO ORGÁNICO E INORGÁNICO CON UNA AMPLIA EXPERIENCIA EN EL SECTOR



GONZALO URIBE
Chief Executive Officer



LUIS BANCHERO
VP – Finanzas y Estrategia



ALVARO ROJAS
VP – Marketing Consumo Masivo Perú



ALDO HIDALGO
VP – Comercial Consumo Masivo Perú



LUIS ESTRADA
VP – Alicorp Soluciones y Materias Primas



FRANCISCO GUERRERO
Country Manager – Ecuador



PAOLA RUCHMAN
VP – Recursos Humanos



MAGDALENA MORALES
VP – Asuntos Corporativos



VINICIUS BARBOSA
VP – Supply Chain



FABRICIO VARGAS
Gerente General – Vitaporo



JAIME PAREDES
MD – Tecnología y Transformación

EQUIPO AMPLIAMENTE RECONOCIDO:



3

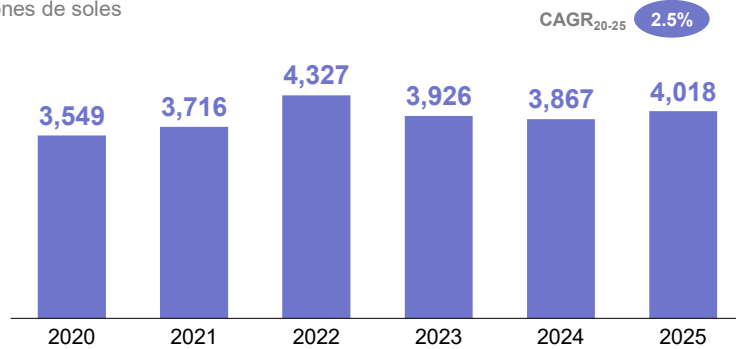
NUESTRAS UNIDADES DE NEGOCIO



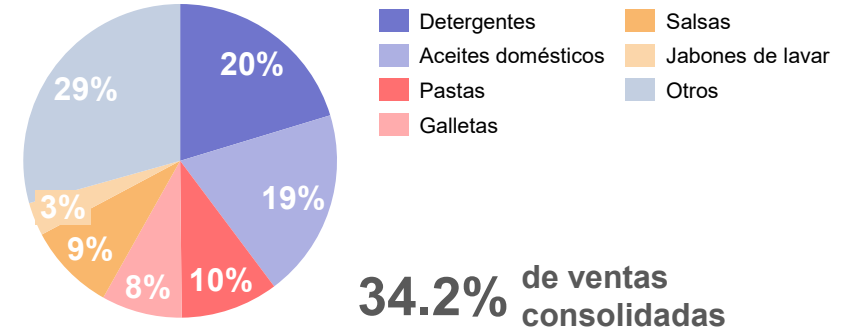
**NUESTRA UNIDAD DE
CMP FABRICA Y
COMERCIALIZA
PRODUCTOS DE
ALIMENTOS, CUIDADO
DEL HOGAR Y
PERSONAL**

**NUESTRA ESTRATEGIA
MULTISEGMENTO Y
MULTICANAL SOSTIENE
NUESTRA POSICIÓN DE
LIDERAZGO,
APALANCADA EN
NUESTRA PRINCIPAL
PLANTA PRODUCTIVA**

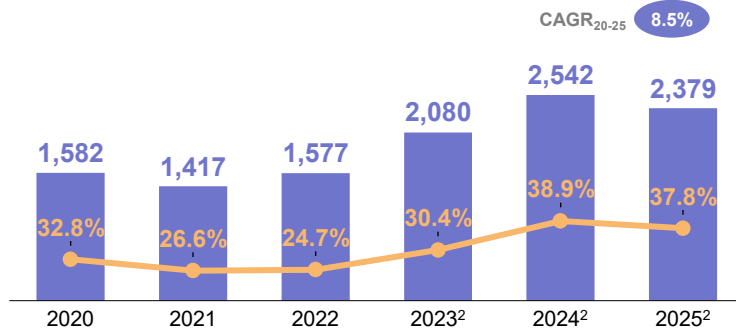
VENTAS NETAS
Millones de soles



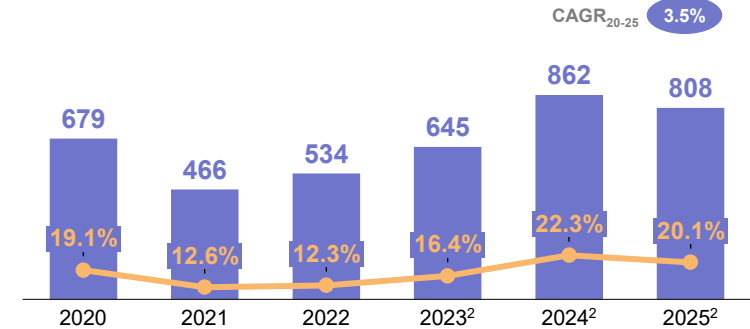
DETALLE DE VENTAS NETAS POR CATEGORÍA



UTILIDAD BRUTA POR TM & MARGEN BRUTO
Soles



EBITDA & MARGEN EBITDA
Millones de soles

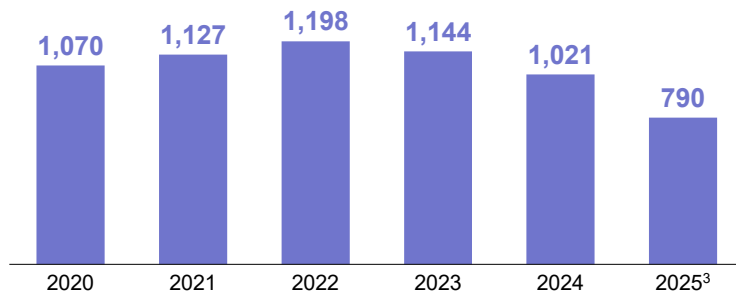


(1) Cifras a diciembre de 2025
(2) Cifras ajustadas, excluyen impactos no recurrentes (one-offs)

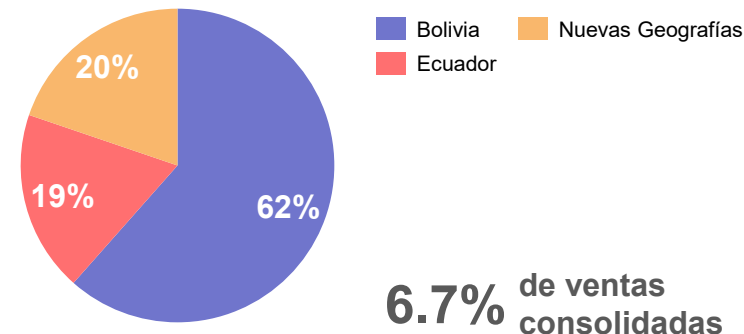
PRESENCIA RELEVANTE EN LA REGIÓN ANDINA, PRINCIPALMENTE A TRAVÉS DE NUESTRO PORTAFOLIO DE ALIMENTOS Y CUIDADO DEL HOGAR

CONTAMOS CON PLANTAS DE PRODUCCIÓN EN BOLIVIA Y ECUADOR Y OPERAMOS BAJO UN MODELO EXPORTADOR HACIA OTROS PAÍSES

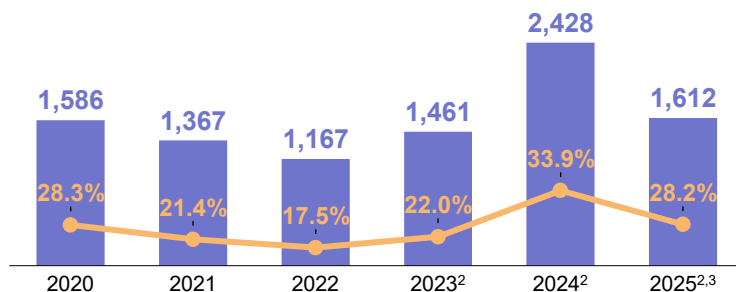
VENTAS NETAS
Millones de soles



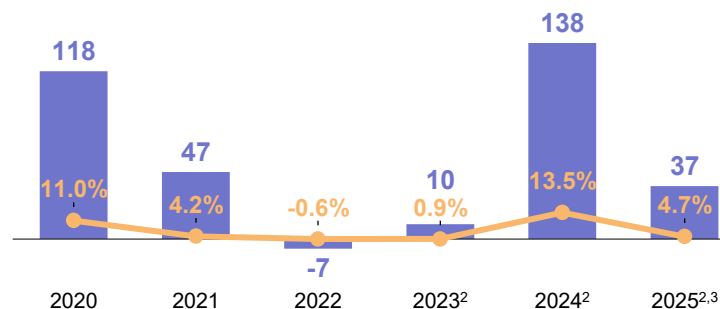
DETALLE DE VENTAS NETAS POR GEOGRAFÍA



UTILIDAD BRUTA POR TM & MARGEN BRUTO
Soles



EBITDA & MARGEN EBITDA
Millones de soles



(1) Cifras a diciembre de 2025

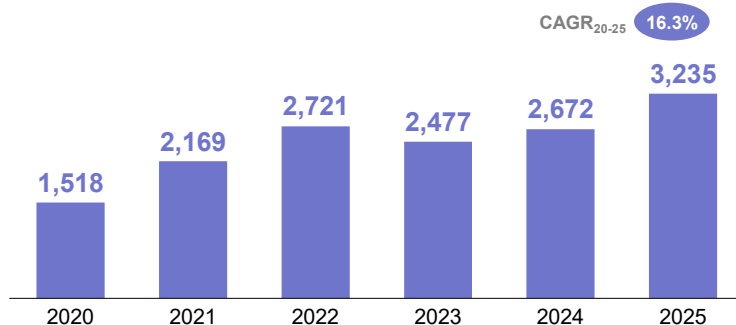
(2) Cifras ajustadas, excluyen impactos no recurrentes (*one-offs*)

(3) Cifras de 2025 actualizadas con el tipo de cambio estimado de mercado para Bolivia, de acuerdo con la implementación de las modificaciones a la NIC 21

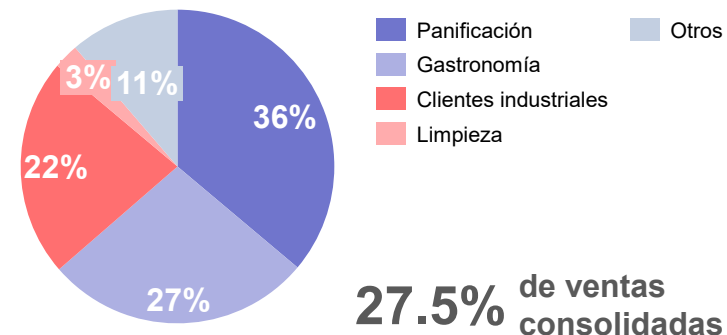
**NUESTRO NEGOCIO B2B
ATIENDE CUATRO
PLATAFORMAS
PRINCIPALES:
PANIFICACIÓN,
GASTRONOMÍA,
CLIENTES
INDUSTRIALES Y
LIMPIEZA**

**GENERAMOS VALOR
PARA NUESTROS
CLIENTES A TRAVÉS DE
PRODUCTOS DE ALTA
CALIDAD Y SOLUCIONES
DIGITALES**

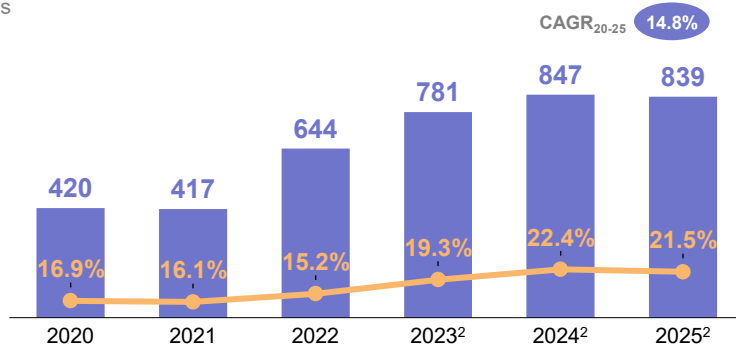
VENTAS NETAS
Millones de soles



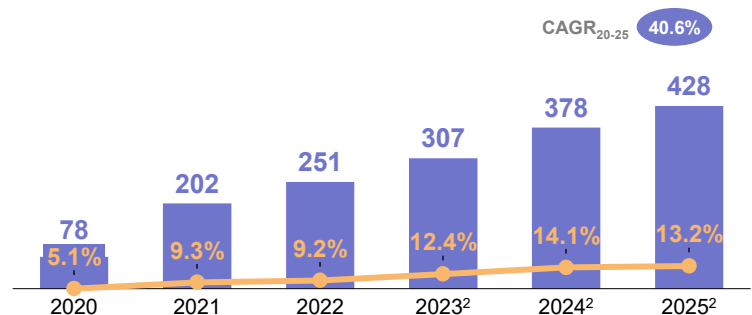
DETALLE DE VENTAS NETAS POR SUBNEGOCIO



UTILIDAD BRUTA POR TM & MARGEN BRUTO
Soles



EBITDA & MARGEN EBITDA
Millones de soles



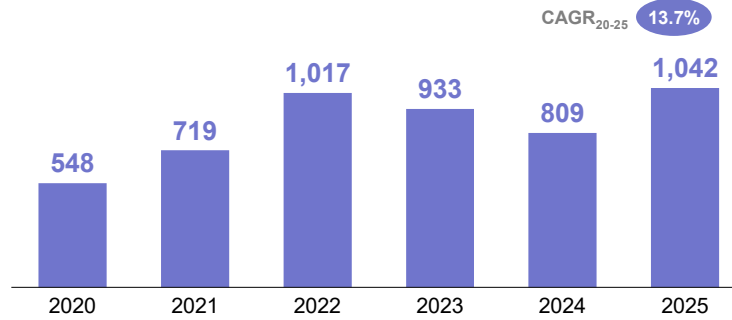
(1) Cifras a diciembre de 2025

(2) Cifras ajustadas, excluyen impactos no recurrentes (one-offs)

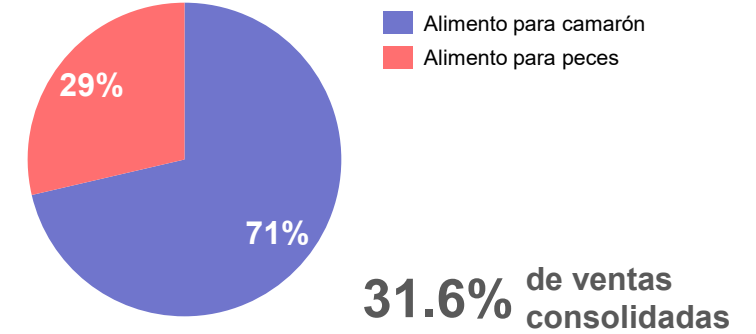
NUESTRO NEGOCIO DE NUTRICIÓN ACUÍCOLA PRODUCE PRINCIPALMENTE ALIMENTO PARA CAMARÓN EN ECUADOR Y PARA SALMÓN EN CHILE

ATENDEMOS A DOS DE LAS INDUSTRIAS DE EXPORTACIÓN MÁS IMPORTANTES EN ECUADOR Y CHILE

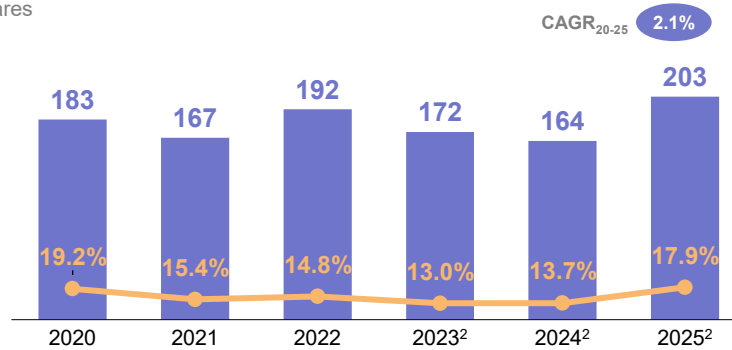
VENTAS NETAS
 Millones de dólares



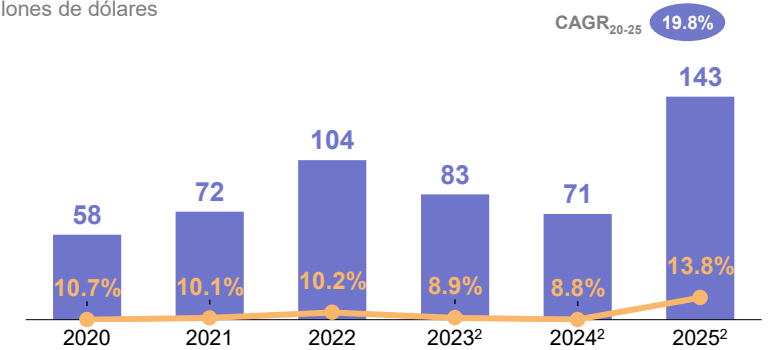
DETALLE DE VENTAS NETAS POR SUBNEGOCIO



UTILIDAD BRUTA POR TM & MARGEN BRUTO
 Dólares



EBITDA & MARGEN EBITDA
 Millones de dólares



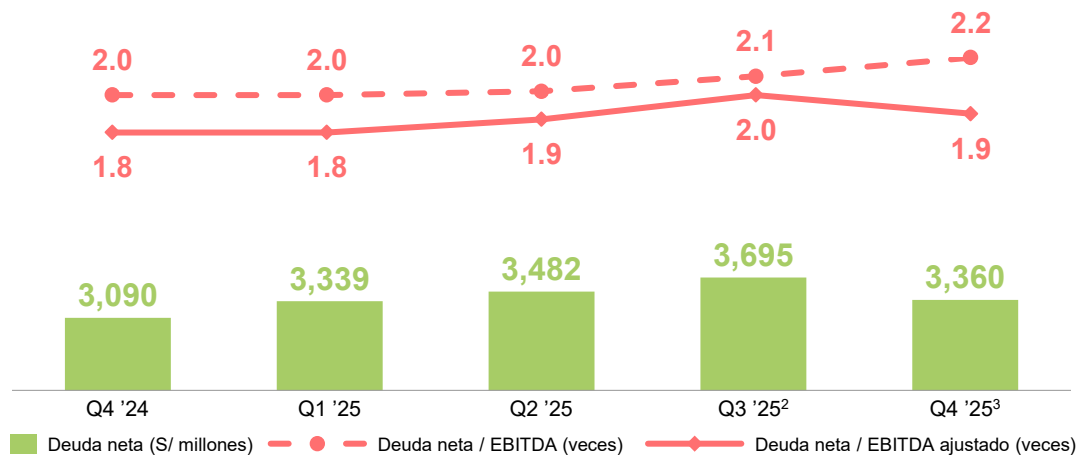
(1) Cifras a diciembre de 2025
 (2) Cifras ajustadas, excluyen impactos no recurrentes (one-offs)

4 LIQUIDEZ Y BALANCE



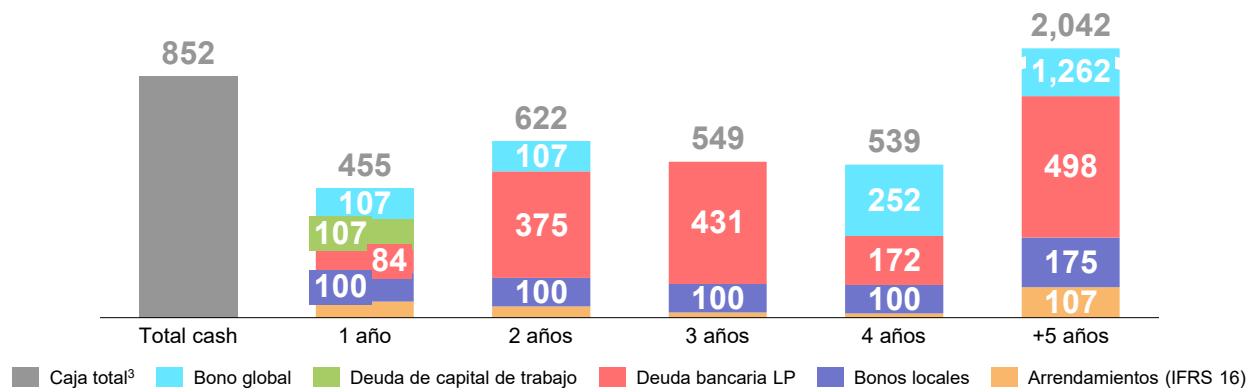
A PESAR DE LA ACTIVIDAD DE M&A Y LAS RECOMPRAS DE ACCIONES, EL APALANCAMIENTO SE MANTIENE ESTABLE, RESPALDADO POR UN CRECIMIENTO SOSTENIDO DEL EBITDA, UNA GENERACIÓN CONSTANTE DE FLUJO DE CAJA Y UNA GESTIÓN EFICIENTE DEL CAPITAL DE TRABAJO

EVOLUCIÓN DEL ENDEUDAMIENTO¹



PERFIL DE VENCIMIENTOS A DICIEMBRE 2025

Millones de soles



COBERTURA DE DEUDA^{4,5}

2.7x en los próximos 12 meses
1.2x en los próximos 24 meses



ACCESO A FINANCIAMIENTO

S/ 404 millones en líneas de crédito comprometidas disponibles

S/ 6.0 billones en líneas de crédito no comprometidas disponibles



CALIFICACIÓN CREDITICIA

S&P **BBB-** Estable

Fitch **BBB** Estable

Apoyo (Fitch) **AAA** (pe) Estable

Moody's Local **AAA** (pe) Estable

Moody's BOL **AA** Estable

(1) Solo capital de la deuda menos efectivo y equivalentes de efectivo

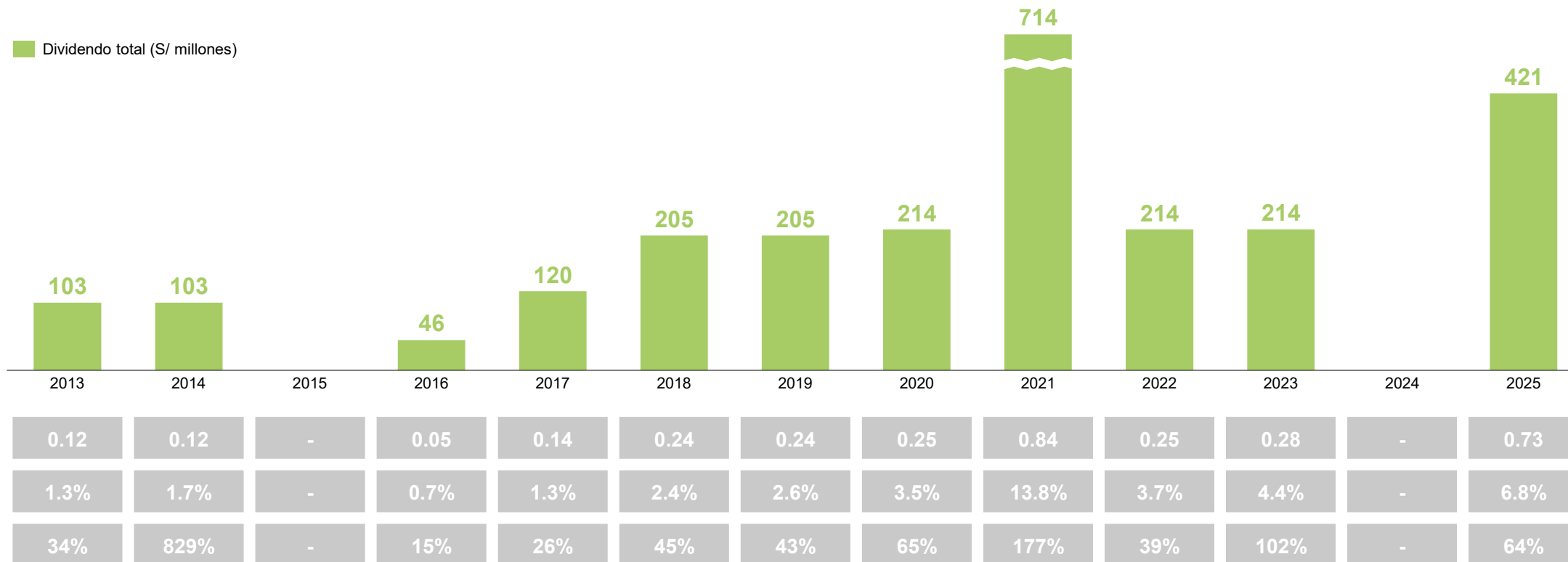
(2) En términos pro forma, incluyendo el EBITDA LTM de adquisiciones recientes, el ratio de apalancamiento se mantiene sin cambios

(3) El 4Q 2025 incluye la devaluación derivada del tipo de cambio de mercado estimado de Bolivia

(4) Solo capital

(5) Incluye líneas de crédito comprometidas. Excluyendo estas líneas, los ratios serían 1.9x en los próximos 12 meses y 0.8x en los próximos 24 meses

Evolución de dividendos



(1) Rendimiento por dividendo calculado para las acciones comunes (ALICORC1) con base en el precio de la acción al cierre del año
 (2) Considerando la utilidad neta de operaciones continuas

5

INNOVACIÓN Y DESARROLLO



ASIGNACIÓN DE CAPITAL CUIDADOSA, ENFOCADA EN NUESTROS CLIENTES Y CONSUMIDORES



La primera línea de productos para el cuidado del cabello especialmente diseñada para mujeres peruanas

- ✓ Amplio portafolio de productos, diseñado específicamente para la consumidora local
- ✓ Posicionada como la quinta marca más relevante de la categoría en menos de un año desde su lanzamiento (finales de 2022)
- ✓ Actualmente, tercera marca en el canal moderno con aproximadamente 6-7% de participación de mercado

~65 socios comerciales venden sus productos a través de nuestra plataforma



diadia

Acelerar el crecimiento de las bodegas mediante la digitalización y la diversificación de productos

- ✓ 67K clientes con compra
- ✓ Independencia digital 24%



insuma

Ecosistema digital para atender mejor a nuestros clientes de las plataformas de Panificación y Gastronomía

- ✓ 19K clientes con compra
- ✓ Independencia digital 22%
- ✓ Entrega directa en 24 horas y 800 productos en el portafolio



PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Febrero 2026