

A large, stylized graphic on the left side of the page, consisting of several overlapping leaf-like shapes filled with a white dot pattern on a red background.

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS CUARTO TRIMESTRE 2021

Reporte de Resultados

Lima - Peru, 15 de febrero de 2022. Alicorp S.A.A. (“la Compañía” o “Alicorp”) (BVL: ALICORC1 y ALICORI1) anunció hoy sus resultados financieros no auditados correspondientes al Cuarto Trimestre de 2021 (4T21). Las cifras financieras son reportadas de manera consolidada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF”) en Soles Peruanos nominales, con base en las siguientes declaraciones, que deben leerse en conjunto con los Estados Financieros y Notas a los Estados Financieros publicados a la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV).

ÍNDICE

1. HITOS 4T 2021

2. INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 Estado de Resultados

2.2 Balance General

2.3 Estado de Flujo de Efectivo

3. EVENTOS RECIENTES

3.1 Investigación y Desarrollo de Productos

3.2 Reconocimientos y Responsabilidad Social

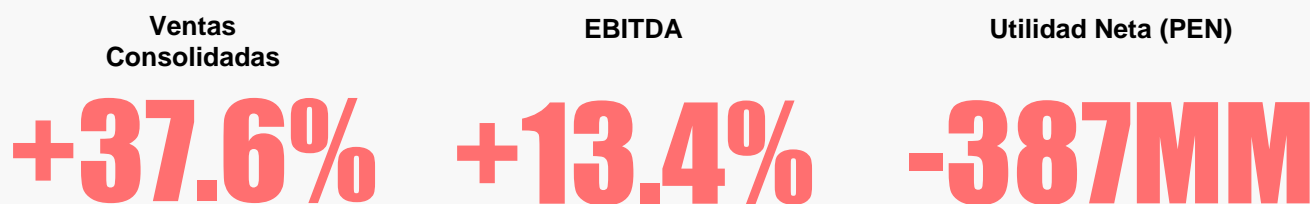
4. ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

5. DESEMPEÑO POR UNIDAD DE NEGOCIO Y REGIÓN



HITOS 4T 2021

1.1 HITOS 4T 2021



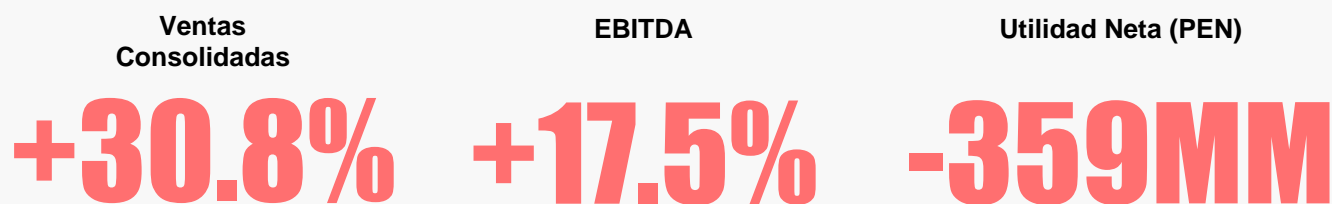
- **Las ventas consolidadas crecieron 37.6% AaA en el 4T21**, debido al sólido desempeño de nuestros negocios de Molienda, Acuicultura y B2B y al incremento de precios en los negocios de Consumo Masivo debido a las presiones de costos. El **volumen aumentó 16.4% AaA**, debido al sólido desempeño de nuestras unidades de Molienda y Acuicultura y a la continua recuperación de nuestro negocio de B2B, parcialmente contrarrestado por reducciones en el volumen de nuestros negocios de Consumo Masivo Perú e Internacional.
- **La utilidad bruta incrementó 5.9% AaA** y el **margen bruto perdió 5.1 p.p** en comparación con el 4T20, explicado principalmente por el incremento de los precios internacionales de materias primas, mayores costos de fletes internacionales y la devaluación del Sol Peruano (S/).
- **El EBITDA creció 13.4% AaA**, por el aumento de la utilidad bruta y de los gastos de ventas, administrativos y generales explicados por las medidas de reestructuración de la compañía, parcialmente compensada por nuestros esfuerzos de eficiencias.
- **La utilidad neta de operaciones continuas totalizó S/ 81 millones en el 4T21, un incremento de 6.8% AaA** debido a una mayor utilidad operativa y menor gasto por impuesto a la renta.
- **La utilidad neta mostró una pérdida de S/ 308 millones en el 4T21** debido a la venta de nuestras operaciones en Brasil y Argentina durante el último trimestre del año.
- A diciembre de 2021, La **Deuda Neta**¹ alcanzó los S/ 5,245 millones, un incremento de S/ 1,284 millones respecto a diciembre de 2020, explicado principalmente por los fondos usados para financiar nuestras mayores necesidades de capital de trabajo y al dividendo extraordinario. Excluyendo el inventario de materia prima del negocio de Molienda, el ratio de **Deuda Neta-EBITDA**² aumentó de 2.84x³ en diciembre 2020 a 2.93x⁴ en diciembre de 2021.

1 Deuda Neta es deuda financiera menos caja y equivalentes de caja al 4T21 (incluye el efecto de NIIF 16)

2 Ratio Deuda Neta-EBITDA excluye Brasil y Argentina, cuyos resultados se incluyen en la línea de Operaciones Discontinuas

3 El ratio Deuda Neta-EBITDA excluye el efecto por deterioros por S/ 48 millones (Marzo-20)

4 A diciembre 2021, el ratio Deuda Neta-EBITDA incluye empresas recientemente adquiridas en los 12 meses previos



- **Las ventas consolidadas crecieron 30.8% AaA en 2021** explicado por todos nuestros negocios, especialmente por los notables resultados de los negocios de Molienda, Acuicultura y B2B. El **volumen aumentó 9.1% AaA**, debido al sólido desempeño de nuestras unidades de Molienda y Acuicultura y a la recuperación continua de nuestra plataforma de B2B, parcialmente contrarrestado por reducciones en el volumen de nuestros negocios de Consumo Masivo Perú e Internacional.
- **La utilidad bruta incrementó 8.2% AaA** y el **margen bruto perdió 4.1 p.p** en comparación con el 2020, explicado principalmente por los impactos de los altos precios internacionales de las materias primas, mayores costos de fletes internacionales, la devaluación del Sol Peruano (S/) y a una preferencia hacia marcas más económicas, parcialmente mitigada por la reducción de costos relacionados a COVID-19. La utilidad bruta por tonelada se mantuvo estable (-0.8%) AaA.
- **El EBITDA creció 17.5% AaA** debido principalmente al incremento de la utilidad bruta.
- **La utilidad neta de operaciones continuas totalizó S/ 403 millones en 2021, +11.2% AaA** debido a una mayor utilidad operativa, parcialmente compensada por mayores gastos financieros netos.
- **La utilidad neta mostró una pérdida de S/ 28 millones en 2021** por la venta de nuestras operaciones en Brasil y Argentina durante el último trimestre del año.
- **La utilidad por acción (UPA)** disminuyó de S/ 0.383 en 2020 a S/ (0.04) en 2021.

1.3 VENTA DE NUESTRAS SUBSIDIARIAS DE BRASIL Y ARGENTINA

Durante el 4T21, Alicorp anunció el exitoso cierre de la venta de sus subsidiarias en Brasil y Argentina. Ambas transacciones están alineadas con la meta estratégica de la compañía de enfocarse en la Región Andina, donde puede replicar mejor sus ventajas competitivas, y reflejar el compromiso de Alicorp de una eficiente asignación de capital.

En estricto cumplimiento con las normas contables, en los estados financieros de 2021 los activos netos de las operaciones de Brasil y Argentina han sido dados de baja del balance, mientras que cualquier ganancia o pérdida resultante ha sido reconocida en el estado consolidado de resultados, en el rubro "Ganancia (Pérdida) por Operaciones Discontinuas". En adición, los ingresos y gastos originados por estas operaciones hasta la fecha de su venta son presentados también en el rubro indicado. Los resultados del 2020 fueron también reformulados para efectos comparativos.

El cierre de las transacciones de venta tuvieron impactos no recurrentes en nuestros resultados consolidados que son presentados a continuación:

Venta de la subsidiaria Brasileira (PSA)

Ganancia por la operación de venta: S/ 2 millones

Reclasificación por la pérdida acumulada por efecto de traslación de moneda extranjera: S/ 140 millones

Venta de la subsidiaria Argentina

Pérdida por la operación de venta: S/ 220 millones

Reclasificación por la pérdida acumulada por efecto de traslación de moneda extranjera y ajuste por inflación: S/ 36 millones

Todos estos impactos no representan un movimiento de flujo de la compañía, y en el caso de la reclasificación de la pérdida acumulada por traslación de moneda extranjera, estos ya han sido reconocidos en el patrimonio y se reflejan en el estado de resultados después de la venta.



2

INFORMACIÓN FINANCIERA



2. INFORMACIÓN FINANCIERA

2.1 ESTADO DE RESULTADOS

RESULTADOS CONSOLIDADOS

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	908	780	16.4%	3,189	2,924	9.1%
Ventas netas	3,579	2,601	37.6%	12,228	9,348	30.8%
Utilidad bruta	609	575	5.9%	2,396	2,215	8.2%
<i>Margen bruto</i>	17.0%	22.1%	-5.1 p.p.	19.6%	23.7%	-4.1 p.p.
Gastos de ventas, generales y administrativos	-424	-373	13.8%	-1,519	-1,399	8.6%
Utilidad operativa	199	185	7.8%	917	802	14.3%
<i>Margen operativo</i>	5.6%	7.1%	-1.5 p.p.	7.5%	8.6%	-1.1 p.p.
EBITDA	310	273	13.4%	1,315	1,119	17.5%
<i>Margen EBITDA</i>	8.6%	10.5%	-1.8 p.p.	10.8%	12.0%	-1.2 p.p.
Gasto financiero neto	-90	-64	39.7%	-305	-233	30.8%
Utilidad antes de impuestos	103	116	(11.5%)	583	542	7.6%
Impuesto a la renta	-22	-40	(45.9%)	-180	-179	0.1%
<i>Tasa impositiva efectiva</i>	21.2%	34.7%	-13.5 p.p.	30.8%	33.1%	-2.3 p.p.
Utilidad neta de operaciones continuas	81	76	6.8%	403	362	11.2%
Resultado Neto de operaciones discontinuadas	-389	3	-S/ 391.8	-432	-32	13.6x
Utilidad neta del periodo	-308	78	-S/ 386.6	-28	331	-S/ 359.1
<i>Margen neto</i>	(8.6%)	3.0%	-11.6 p.p.	(0.2%)	3.5%	-3.8 p.p.

- El 2021 estuvo caracterizado por la recuperación parcial de la actividad económica en nuestras principales geografías luego de la fase inicial por la crisis del COVID-19 durante el 2020. El desempleo aún se encuentra por encima de los niveles pre-pandemia y los salarios reales han sido afectados por la inflación. En este contexto, el traslado de los mayores costos a precio, a raíz de las presiones inflacionarias a lo largo de la cadena de suministro, ha representado un reto.
- El **volumen consolidado** alcanzó las 908 mil toneladas en el 4T21, un aumento de 16.4% AaA, debido al sólido desempeño de nuestras unidades de Molienda y Acuicultura con 40.7% y 36.4% de crecimiento, respectivamente, y la continua recuperación de nuestro negocio de B2B que obtuvo un crecimiento de 5.1% AaA. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por una reducción de 13.1% en el volumen de nuestra unidad de Consumo Masivo Perú. El volumen de ventas de Consumo Masivo Internacional disminuyó 4.8% AaA. En términos anuales, el volumen consolidado se incrementó en 9.1% AaA, explicado principalmente por nuestros negocios de Acuicultura y Molienda.
- Las **ventas consolidadas** alcanzaron los S/ 3,579 millones en el 4T21, un aumento de 37.6% AaA, impulsados por los crecimientos sobresalientes de nuestros negocios de Acuicultura, Molienda y B2B con 85.0%, 73.4% y 51.1% AaA, respectivamente. Consumo Masivo Internacional creció 12.6% AaA. Este gran desempeño fue contrarrestado por una reducción de 1.3% AaA de las ventas de nuestro negocio de Consumo Masivo Perú. En términos anuales, las ventas aumentaron 30.8% AaA, principalmente por el buen desempeño de nuestros negocios de Molienda, Acuicultura y B2B.
- La **utilidad bruta** alcanzó los S/ 609 millones en el 4T21, un incremento de 5.9% AaA, explicado por el crecimiento (2.6x) de nuestro negocio de Molienda, adicionalmente a un crecimiento de 54.5% AaA en B2B y de 44.7% en Acuicultura. Estos incrementos fueron parcialmente contrarrestados por los desempeños de Consumo Masivo Perú e Internacional con reducciones de 35.6% y 21.3% AaA, respectivamente. El **margen bruto** se redujo 5.1 p.p, por el continuo aumento de precios de las materias primas, costos logísticos internacionales, así como la

depreciación del Sol Peruano (S/). En términos anuales, la utilidad bruta creció 8.2% AaA, mientras que el margen bruto perdió 4.1 p.p. AaA.

- Los **gastos de ventas, generales y administrativos (SG&A por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 424 millones, un incremento de 13.8% AaA explicado por un incremento en la depreciación relacionada con nuestra inversión en la plataforma SAP S/4 HANA, gastos de reestructuración no recurrentes y a la depreciación del Sol peruano que encareció los gastos de bienes y servicios dolarizados.
- **Las ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 310 millones en el 4T21, un incremento de 13.4% AaA, explicado principalmente por una contribución importante de nuestros negocios de B2B (3.3x), Molienda (3.2x) y Acuicultura (+62.5%). Estos efectos fueron compensados por menores resultados en nuestras unidades de Consumo Masivo Perú (-71.2% AaA) e Internacional (-62.7% AaA), resultando en una caída de 1.8 p.p en el margen EBITDA. En términos anuales, el EBITDA alcanzó S/ 1,315 millones con un 17.5% AaA de incremento, mientras que el margen EBITDA perdió 1.2 p.p AaA.
- La **utilidad operativa** fue S/ 199 millones en el 4T21, un aumento de 7.8% AaA, mientras que el **margen operativo** perdió 1.5 p.p., principalmente como resultado de que la disminución en el margen bruto fue parcialmente mitigada por la reducción en los gastos de venta, generales y administrativos como porcentaje de las ventas.
- Los **gastos financieros netos** aumentaron 39.7% AaA, principalmente por mayor gastos por intereses debido a una mayor deuda neta, menores ingresos por intereses por parte de agricultores y menores incentivos por ingreso de divisas.
- El **impuesto a las ganancias** disminuyó 45.9% AaA y la tasa efectiva de impuestos alcanzó 21.2% debido principalmente a una mayor participación en la utilidad antes de impuestos por parte de: i) Bolivia (Molienda) sin pago de impuestos por el reconocimiento de pérdidas pasadas y ii) Ecuador (Acuicultura) con una la menor tasa de impuesto.
- La **utilidad neta de operaciones continuas** alcanzó S/ 81 millones, incrementando un 6.8% AaA principalmente por una mayor utilidad operativa y un menor impuesto a la renta, parcialmente compensado por mayores gastos financieros. En términos del año 2021, la utilidad neta por operaciones continuas aumentó en 11.2% AaA mostrando la recuperación de nuestra operación después de los impactos del COVID-19 en 2020.
- La **utilidad neta** registró una pérdida de S/ 308 millones, cayendo S/ 387 millones AaA, explicado por la venta de nuestras operaciones en Brasil y Argentina durante el último trimestre de 2021. En términos anuales, la utilidad neta registró una pérdida de S/ 28 millones, cayendo S/ 359 millones AaA.

RESULTADOS POR NEGOCIO

Consumo Masivo Perú

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	170	195	(13.1%)	705	743	(5.1%)
Ventas netas	942	954	(1.3%)	3,722	3,549	4.9%
Utilidad bruta	192	297	(35.6%)	985	1,162	(15.3%)
Margen bruto	20.3%	31.1%	-10.8 p.p.	26.5%	32.8%	-6.3 p.p.
EBITDA	48	168	(71.2%)	464	679	(31.7%)
Margen EBITDA	5.1%	17.6%	-12.5 p.p.	12.5%	19.1%	-6.7 p.p.

- En Perú, la fuerte recuperación macroeconómica no ha podido ser trasladada completamente al ingreso disponible de los hogares. Asimismo, la inestabilidad política representa una fuente adicional de incertidumbre. Mientras categorías como aceite domésticos sufrieron presiones inflacionarias relevantes que generaron una menor rentabilidad entre agosto y noviembre, hacia fines de año observamos claros signos de recuperación en términos de volúmenes y mix de *tiers*.
- El **volumen** disminuyó 13.1% AaA, alcanzando las 170 mil toneladas. Esto se explica por las acciones de precio tomadas para mitigar la subida de precio de materias primas, la devaluación del Sol Peruano (S/) y los costos elevados de logística. En términos anuales, el volumen disminuyó 5.1% AaA.
- Las **ventas** cayeron 1.3% AaA debido a la caída del volumen y a una preferencia en el mercado por productos más accesibles, parcialmente compensado por acciones de precio tomadas durante el año. En términos del año 2021, las ventas aumentaron 4.9% AaA.
- La **utilidad bruta**, disminuyó 35.6% AaA debido a los menores volúmenes y a los continuos incrementos en los precios internacionales de las materias primas y a la devaluación del Sol Peruano (S/), solo compensado parcialmente por las acciones de precio tomadas durante el año. Como resultado, el **margen bruto** perdió 10.8 p.p. En 2021, la utilidad bruta disminuyó 15.3% y el margen bruto perdió 6.3 p.p.
- El **EBITDA** disminuyó 71.2% AaA en el 4T21, como resultado de i) menor volumen de ventas ii) presión de costos, ya que el impacto no fue trasladado completamente a los precios y iii) mayores gastos de ventas, generales y administrativos (GAV), debido a gastos no recurrentes de reestructuración. Como resultado, el margen EBITDA perdió 12.5 p.p. AaA. En términos anuales, el EBITDA disminuyó 31.7% AaA y el margen EBITDA cayó 6.7 p.p. AaA.

Consumo Masivo Internacional

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	49	52	(4.8%)	177	192	(7.6%)
Ventas netas	335	298	12.6%	1,132	1,074	5.4%
Utilidad bruta	65	83	(21.3%)	241	303	(20.4%)
Margen bruto	19.5%	27.9%	-8.4 p.p.	21.3%	28.2%	-6.9 p.p.
EBITDA	7	19	(62.7%)	46	116	(60.2%)
Margen EBITDA	2.1%	6.3%	-4.2 p.p.	4.1%	10.8%	-6.7 p.p.

- Los resultados de nuestro negocio de Consumo Masivo Internacional no incluyen los resultados de Argentina y Brasil para 2021 ni 2020.
- El **volumen** cayó un 4.8% AaA a causa del desempeño de nuestras dos principales geografías (Bolivia y Ecuador), las cuales se vieron afectadas por la competencia de productos de contrabando en Bolivia y la pérdida de volumen fabricado por terceros en Ecuador. En términos anuales, el volumen disminuyó 7.6% AaA.
- Las **ventas** incrementaron 12.6% AaA impulsadas principalmente por acciones de precio destinadas a contrarrestar parcialmente la subida en los precios de las materias primas. Las ventas anuales crecieron 5.4% AaA.
- La **utilidad bruta** disminuyó 21.3% AaA debido a que las acciones de precio no lograron compensar la continua presión de costos por mayores precios de materias primas y costos logísticos. El **margen bruto** cayó 8.4 p.p., impactado por la presión en costos y control de precios en Bolivia. En términos anuales, la utilidad bruta cayó 20.4% AaA y el margen bruto perdió 6.9 p.p. AaA.
- El **EBITDA** cayó 62.7% AaA debido a una menor utilidad bruta parcialmente compensada por menores gastos en Bolivia. El **margen EBITDA** perdió 4.2 p.p. El EBITDA anual disminuyó 60.2% AaA, mientras que el margen EBITDA cayó 6.7 p.p.

Bolivia

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	29	30	(3.3%)	103	102	0.4%
Ventas netas	216	194	11.3%	719	695	3.5%
Utilidad bruta	39	54	(28.2%)	135	193	(30.3%)
Margen bruto	17.8%	27.7%	-9.8 p.p.	18.7%	27.8%	-9.1 p.p.
EBITDA	10	22	(53.5%)	39	98	(60.4%)
Margen EBITDA	4.6%	11.1%	-6.5 p.p.	5.4%	14.1%	-8.7 p.p.

- En Bolivia, el control de precios para aceites limitan el espacio para recuperar márgenes. Adicionalmente, la importante brecha entre los tipos de cambio oficial y paralelo en Argentina ha causado mayores incentivos para el contrabando afectando las ventas locales.
- El **volumen** en Bolivia cayó un 3.3% AaA debido a la fuerte caída en aceites domésticos, la cual fue parcialmente compensada por el buen crecimiento en las categorías de manteca, margarina y detergentes. En el caso de aceites, a pesar de que se observa una reactivación por parte de clientes B2B, se evidencia un desplazamiento de la demanda hacia productos de contrabando. Por el contrario, nuestra categoría de detergentes muestra un continuo incremento de participación de mercado, especialmente con las marcas de *tier 3* y 4. En términos anuales, el volumen se mantiene estable (+0.4% AaA).
- Las **ventas** crecieron 11.3% AaA principalmente como resultado acciones de precio, con el objetivo de compensar parcialmente los precios más altos de materias primas. Las ventas anuales aumentaron en 3.5%.
- La **utilidad bruta** disminuyó 28.2% AaA, principalmente debido a la subida de precios del aceite de soya y el trigo, la preferencia por productos más accesibles -especialmente en nuestras categorías de aceites domésticos y detergentes- y las restricciones de precios para nuestras marcas de valor en la categoría de aceites domésticos. El **margen bruto** perdió 9.8 p.p. AaA. En términos anuales, la utilidad bruta cayó 30.3% AaA y el margen bruto disminuyó 9.1 p.p.
- EBITDA** cayó 53.5% AaA, explicado principalmente por la reducción de la utilidad bruta, parcialmente mitigada por la priorización de esfuerzos en gastos administrativos y de marketing. El **margen EBITDA** cayó 6.5 %. En 2021, el EBITDA cayó 60.4% AaA y el margen EBITDA perdió 8.7 p.p. Cabe destacar que la caída en EBITDA fue largamente compensada por los resultados del negocio de Molienda. Es importante mencionarlo, ya que nuestro negocio de Consumo Masivo en Bolivia está integrado verticalmente con el negocio de Molienda, como es el caso de otros competidores en el mercado que observan sus resultados de manera consolidada.

Ecuador

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	9	10	(12.3%)	33	38	(13.6%)
Ventas netas	50	46	7.4%	183	166	10.2%
Utilidad bruta	13	17	(26.0%)	57	60	(5.0%)
Margen bruto	25.1%	36.5%	-11.4 p.p.	31.2%	36.2%	-5.0 p.p.
EBITDA	-0.4	5.6	-S/ 5.9	7	21	(66.3%)
Margen EBITDA	(0.7%)	12.0%	-12.7 p.p.	3.9%	12.9%	-8.9 p.p.

- En Ecuador, la exitosa campaña de vacunación y el mayor nivel de confianza a raíz del cambio de gobierno alientan el entorno para la recuperación económica. Sin embargo, la preferencia por productos de menor precio en pastas, detergentes y salsas impactan negativamente nuestras plataformas de Consumo Masivo y B2B.

- El **volumen** en Ecuador cayó 12.3% AaA, principalmente por menores volúmenes en la categoría de detergentes maquilados. Excluyendo el volumen de maquilas, el volumen creció, principalmente debido a nuestra plataforma de Cuidado del Hogar impulsado por detergentes, lavavajillas, productos para el cuidado del aire y lejía.
- Las **ventas** aumentaron 7.4% AaA, debido a incrementos de precios con el objetivo de compensar el incremento en precios de materias primas. En términos anuales, las ventas aumentaron 10.2% AaA.
- La **utilidad bruta** cayó 26.0% AaA, ya que las acciones de precio no pudieron compensar las significativas subidas en los costos relacionados a materias primas, logística y energía con una pérdida de **margen bruto** de 11.4 p.p. AaA. La utilidad bruta anual disminuyó en 5.0% AaA y el margen bruto perdió 5.0 p.p. AaA.
- El **EBITDA** cayó hasta registrar una pérdida de S/ 0.4 millones debido a una menor utilidad bruta y mayores gastos de ventas, generales y administrativos, parcialmente relacionados con la reestructuración; el **margen EBITDA** perdió 12.7 p.p. En términos anuales, el EBITDA disminuyó 66.3% AaA y el margen EBITDA cayó 8.9 p.p.

B2B

En millones de soles	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	163	155	5.1%	660	617	6.8%
Ventas netas	612	405	51.1%	2,169	1,518	42.9%
Utilidad bruta	94	61	54.5%	350	254	37.5%
Margen bruto	15.4%	15.1%	0.3 p.p.	16.1%	16.8%	-0.6 p.p.
EBITDA	64	19	3.3x	202	78	2.6x
Margen EBITDA	10.5%	4.8%	5.7 p.p.	9.3%	5.1%	4.2 p.p.

- La industria de restaurantes en Perú continua su recuperación, operando muy cerca de niveles pre-pandemia. Nuestra plataforma de Gastronomía supera el desempeño mostrado por la industria gracias a nuestra fuerte relación con nuestros clientes actuales y a nuestra exitosa prospección de clientes nuevos.
- El **volumen** aumentó 5.1% AaA principalmente por nuestra plataforma de Panificación (+7.5%), mientras que las plataformas de Clientes Industriales y Gastronomía permanecieron bastante estables. Nuestra plataforma de Panificación se vio impulsada por el desempeño de las harinas *value* que ganaron participación de mercado. El volumen anual creció 6.8% como consecuencia del desempeño positivo de las tres plataformas.
- Las **ventas** incrementaron 51.1% AaA debido a un mayor volumen y graduales acciones de precio durante 2021, con la finalidad de compensar los mayores costos de materias primas y la devaluación del Sol Peruano (S/); esto fue parcialmente contrarrestado por una preferencia por marcas más económicas. En términos anuales, las ventas se incrementaron en 42.9% AaA.
- La **utilidad bruta** creció 54.5% AaA debido al incremento en volumen y al traspaso de costos incrementales al precio. El **margen bruto** ganó 0.3 p.p. AaA debido a una mayor participación en los ingresos de los productos oleaginosos con mayor rentabilidad y la racionalización de productos y clientes de bajo rendimiento. La utilidad bruta anual aumentó un 37.5% y el margen bruto decreció 0.6 p.p.
- El **EBITDA** creció 3.3x AaA debido a una mayor utilidad bruta y al recupero de cobranza dudosa, lo cual mitigó con creces el impacto de cualquier gasto de reestructuración no recurrente. El **margen EBITDA** ganó 5.7 p.p. En términos anuales, el EBITDA se incrementó 2.6x y el margen EBITDA recuperó 4.2 p.p. AaA.

Acuicultura

En millones de dólares	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	180	132	36.4%	663	543	22.0%
Ventas netas	204	132	55.1%	719	548	31.3%
Utilidad bruta	28	21	29.5%	111	105	5.5%
Margen bruto	13.6%	16.3%	-2.7 p.p.	15.4%	19.2%	-3.8 p.p.
EBITDA	18	12	45.5%	72	58	23.9%
Margen EBITDA	8.7%	9.3%	-0.6 p.p.	10.1%	10.7%	-0.6 p.p.

- La recuperación notable de la industria camaronera en Ecuador impulsó los resultados de nuestro negocio de Acuicultura. Adicionalmente, los precios en el mercado de salmón se recuperaron sobre niveles pre-pandemia así como la demanda en los mercados internacionales.
- El **volumen** incrementó 36.4% AaA, principalmente por nuestra plataforma de alimento para camarones en Ecuador, debido al crecimiento significativo del mercado y al incremento de participación de mercado por parte de Alicorp. Asimismo, la plataforma de alimento para salmones alcanzó un elevado crecimiento de volumen de un solo dígito. El volumen anual se incrementó en 22.0% debido a la recuperación de la demanda tras la reanudación de actividades fuera del hogar a nivel global.
- Las **ventas** aumentaron 55.1% AaA en dólares estadounidenses, explicado por un mayor volumen, una migración a fórmulas con mayor valor agregado y acciones de precio destinadas a compensar los altos precios de materias primas. Durante el 2021, las ventas aumentaron 31.3% AaA.
- La **utilidad bruta** creció 29.5% AaA como resultado de un volumen más alto y de acciones de precio parcialmente contrarrestadas por la presión de costos y el deterioro de nuestro portafolio *mix*, mientras que el **margen bruto** perdió 2.7 p.p. En términos anuales, la utilidad bruta incrementó en 5.5% y el margen bruto perdió 3.8 p.p. AaA.
- El **EBITDA** aumentó en 45.5% AaA debido a una mayor utilidad bruta. El **margen EBITDA** disminuyó 0.6 p.p., a medida que el menor margen bruto fue parcialmente compensado por la dilución de gastos de venta, generales y administrativos. El EBITDA anual creció 23.9% AaA, mientras que el margen EBITDA perdió 0.6 p.p.

Molienda

En millones de dólares	4T21	4T20	Var. AaA	FY '21	FY '20	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	347	246	40.7%	985	829	18.8%
Ventas netas	215	130	65.5%	609	368	65.6%
Utilidad bruta	36	16	2.3x	99	36	2.7x
Margen bruto	16.9%	12.1%	4.8 p.p.	16.3%	9.9%	6.4 p.p.
EBITDA	32	11	2.8x	91	24	3.8x
Margen EBITDA	14.9%	8.7%	6.2 p.p.	15.0%	6.6%	8.4 p.p.

- Nuestro negocio de Molienda tuvo otro trimestre destacado, principalmente explicado por el efecto positivo del ciclo de los precios de materias primas y por la mayor producción de grano de soya en Bolivia, en donde Alicorp registró un récord en participación de mercado.
- El **volumen** vendido a terceros se incrementó en 40.7% AaA en línea con la mayor recolección de soya explicada por una mejor cosecha y la participación de mercado récord de Alicorp. Esto último es una consecuencia de nuestro trabajo cercano junto a los productores con una propuesta de valor diferenciada. Además, se alcanzó un volumen récord de exportación, con mayores volúmenes para

comerciantes internacionales y para clientes del sector avícola en Perú. El volumen anual se incrementó en 18.8% AaA.

- Las **ventas** crecieron 65.5% AaA en dólares estadounidenses debido al incremento de los precios internacionales de materias primas así como a un mayor volumen de venta. En términos anuales, las ventas crecieron 65.6% AaA. Consideramos importante resaltar que nuestra nueva línea de suministros agrícolas alcanzó ventas equivalentes a 29 millones de dólares estadounidenses en 2021, lo cual significa un aumento de 2.2x AaA.
- EI EBITDA** creció 2.8x AaA como resultado de una mayor utilidad bruta explicada por un mayor volumen y mejores márgenes de molido. El EBITDA anual creció 3.8x con una contribución de 5 millones de dólares estadounidenses por parte de nuestra nueva línea de suministros agrícolas. Esta extraordinaria generación de EBITDA ayudó a compensar las presiones de costos de las materias primas en todos nuestros negocios de consumo masivo.

2.2 BALANCE GENERAL

En millones de soles	4T21	4T20	Var.
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	905	571	58.6%
Activos Corrientes	6,510	4,619	40.9%
Activos Totales	13,388	11,650	14.9%
Deuda Corriente	571	454	25.9%
Pasivos Corrientes	4,646	3,604	28.9%
Deuda No Corriente	4,674	3,508	33.2%
Pasivos Totales	10,063	7,969	26.3%
Patrimonio	3,325	3,681	-9.7%
Capital de Trabajo¹	1,864	1,015	83.8%
Deuda Financiera Neta	4,340	3,390	28.0%
Ratios			
Ratio Corriente	1.40x	1.28x	9.4%
Deuda Neta / EBITDA^{2,3}	2.93x	2.84x	
Ratio de Apalancamiento⁴	3.03x	2.17x	39.8%

ACTIVOS

A diciembre de 2021, los Activos Totales aumentaron S/ 1,738 millones en comparación con el cierre de 2020. Este incremento fue principalmente impulsado por: i) mayores Inventarios por S/ 969 millones pasando de S/ 2,092 millones a diciembre de 2020 a S/ 3,061 millones a diciembre de 2021 como resultado del aumento en los precios de los commodities, incrementando su valor en libras; y ii) mayor Efectivo y Equivalentes de Efectivo por S/ 334 millones pasando de S/ 571 millones en diciembre de 2020 a S/ 905 millones a diciembre de 2021.

¹ El Capital de Trabajo está definido como activos corrientes menos pasivos corrientes

² Deuda Neta-EBITDA definido como Deuda Financiera Total menos Efectivo y Equivalentes de Efectivo dividido por el EBITDA de los últimos 12 meses.

El ratio Deuda Neta-EBITDA a diciembre 2020 excluye el efecto del deterioro por S/ 48 millones y a diciembre 2021 incluye las empresas recién adquiridas en los últimos 12 meses.

³ Excluye deuda relacionada al inventario de materias primas del negocio de Molienda.

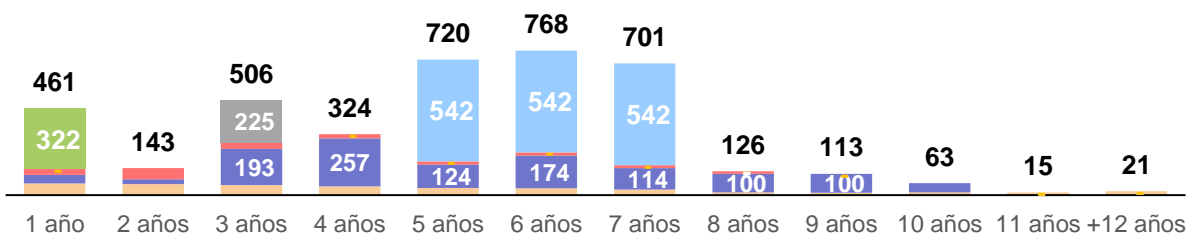
⁴ Ratio de Apalancamiento definido como Pasivos Totales dividido entre Patrimonio.

PASIVOS

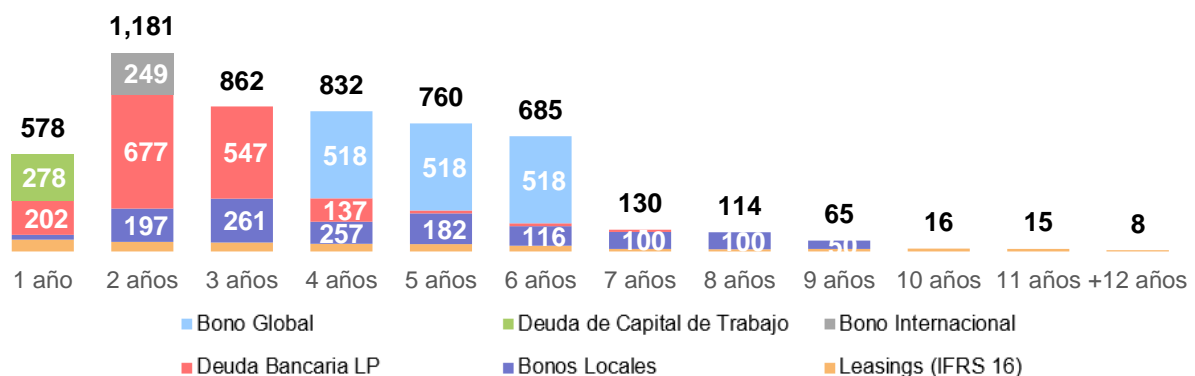
A diciembre de 2021, los Pasivos Totales aumentaron S/ 2,094 millones en comparación con el cierre del año 2020.

La Deuda Financiera Corriente Total a diciembre de 2021 fue S/ 571 millones, S/ 118 millones mayor al cierre de diciembre de 2020, mientras que la Deuda Financiera No Corriente Total a diciembre 2021 fue S/ 4,674 millones, S/ 1,166 millones mayor al cierre de 2020. El aumento en la Deuda Financiera Total está principalmente explicado por los fondos necesarios para financiar las mayores necesidades de capital de trabajo en nuestras unidades de Molienda, Acuicultura y B2B. A diciembre de 2021, la Deuda Financiera No Corriente representó el 89.1% de la Deuda Financiera Total en comparación con el 88.5% al cierre de 2020.

Diciembre 2020: Deuda Total: S/ 3,961 millones



Diciembre 2021: Deuda Total: S/ 5,245 millones



A diciembre de 2021, el desglose por moneda de nuestra Deuda Financiera después de operaciones de cobertura fue: i) 61.8% en Soles Peruanos, ii) 23.0% en Dólares Americanos, iii) 15.0% en Bolivianos, y iv) 0.2% en otras monedas. No obstante, la Deuda Financiera con exposición al tipo de

cambio (las obligaciones financieras no cubiertas en una moneda diferente a la funcional de la subsidiaria) fue 5.5%. A diciembre de 2021, la duración de la Deuda Total se mantuvo en 2.78 años, igual que al cierre del 2020. Actualmente, solo el 14% de nuestros pasivos presentan tasa flotante.

PATRIMONIO

El Patrimonio disminuyó S/ 355 millones a S/ 3,325 millones a diciembre de 2021, de S/ 3,681 millones al cierre de 2020. Esta caída se explica principalmente por el pago de dividendos y la pérdida neta del año, parcialmente compensado por las diferencias de conversión de moneda extranjera.

2.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN

Para los doce meses terminados el 31 de diciembre de 2021, el Flujo de Caja neto proveniente de las Actividades de operación fue S/ 522 millones, S/ 550 millones menos que los flujos obtenidos en el mismo periodo de 2020. Si bien nuestras cobranzas por ventas se incrementaron en S/ 2,185 millones comparado con el mismo periodo de 2020, este incremento fue contrarrestado por mayores pagos a proveedores de bienes y servicios por S/ 2,822.

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN

El Flujo de Caja neto usado en Actividades de Inversión para el 2021 alcanzó los S/ 220 millones, S/ 152 millones menos en comparación con el mismo periodo de 2020. Esta disminución se debió principalmente a: i) el monto recibido por la venta de nuestra subsidiaria en Brasil por S/ 125 millones, y a ii) otros ingresos relacionados al pago de la deuda intercompañía de nuestra subsidiaria en Brasil por S/ 120 millones. Ambos ingresos de fondos fueron parcialmente contrarrestados por el desembolso en activos intangibles -que incrementó en S/ 86 millones, de S/ 139 millones en diciembre de 2020 a S/ 225 millones en diciembre 2021- que en mayor parte correspondió al desarrollo de nuestra plataforma SAP S/4HANA y a la adquisición de Vegetalia, que ascendió a S/ 25 millones.

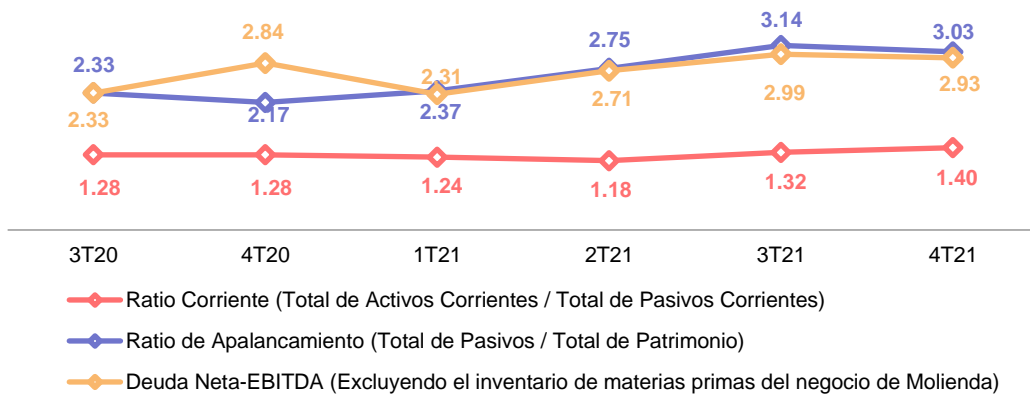
ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

El Flujo de Caja neto de Actividades de Financiamiento para el 2021 fue una salida de S/ 1 millón, S/ 1,006 millones menor a la salida de S/ 1,007 millones en el mismo periodo de 2020, principalmente debido a mayores desembolsos de préstamos para financiar nuestra necesidad de capital de trabajo y una reducción en los pagos de deuda por menores vencimientos. Esto fue compensado parcialmente por el pago del dividendo extraordinario.

RATIOS DE LIQUIDEZ Y SOLVENCIA

Los indicadores de solvencia y liquidez estuvieron dentro del rango esperado, mostrando la resiliencia de nuestro negocio, nuestra prudente gestión financiera y nuestro esfuerzo por crear eficiencias en capital de trabajo continuamente.

La Deuda Neta¹ aumentó S/ 949 millones a S/ 4,340 millones a diciembre 2021, de S/ 3,390 millones al cierre de 2020. Este incremento se explica principalmente por una mayor deuda, utilizada para financiar nuestras necesidades de capital de trabajo y al dividendo extraordinario. Excluyendo el inventario de materias primas de nuestro negocio de Molienda, el ratio de Deuda Neta-EBITDA aumentó de 2.84x en diciembre de 2020 a 2.93x^{2,3} en diciembre de 2021.



¹ Deuda Neta es la Deuda Financiera menos efectivo y equivalentes de efectivo al 4T21 (incluye el efecto de IFRS 16).
² A diciembre 2021, el ratio Deuda Neta-EBITDA incluye las recientes adquisiciones de empresas de los últimos 12 meses.
³ Excluyendo operaciones discontinuas.

àlicorp



3

EVENTOS
RECIENTES



3. EVENTOS RECIENTES

3.1 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO

Durante el cuarto trimestre de 2021, Alicorp realizó 15 lanzamientos de productos, como parte de su estrategia de innovación. A continuación, les presentamos 12 de ellos.



SAPOLIO

En la **categoría de Desinfectantes Líquidos, en Perú**, “Sapolio” lanzó dos nuevos tamaños (300ml y 600ml) para el canal tradicional, con el objetivo de mejorar la distribución numérica del portafolio de productos.



SAPOLIO

En la **categoría de Ambientadores, en Perú**, “Sapolio” relanzó tres nuevos aromas (Lavanda Silvestre, Potpourri de Flores y Arrullos de Bebé), con la finalidad de rediseñar la línea gráfica y resaltar la mayor perdurabilidad del aroma.



DON VITTORIO

En la **categoría de Salsas, en Perú**, “Don Vittorio” lanzó una nueva salsa blanca bajo la estrategia de reafirmar su imagen de experto en salsas, diversificando el portafolio.



AMOR

En la **categoría de Suavizantes, en Perú**, “Amor” relanzó su presentación en sachet, con la finalidad de ofrecer una nueva imagen y ampliar el portafolio.



ALACENA

En la **categoría de Salsas, en Perú**, “Alacena” lanzó dos nuevas vinagretas (Pollera & Mostaza y Pimienta) en dos formatos (85gr y 190gr), con el objetivo de fortalecer el portafolio.



BOLÍVAR

En la **categoría de Jabones, en Bolivia**, “Bolívar” incorporó un nuevo formato Dúo Pack de 380gr en todas las variedades disponibles, con el fin de seguir liderando la categoría a través de la innovación.



ESPIGA DE ORO

En la **categoría de Pastas**, en Perú, “Espiga de Oro” reemplazó las presentaciones de Macarrón y Corbata por Canuto Rayado y Rigatoni. El principal objetivo es lanzar dos nuevas presentaciones que generen mayor rentabilidad.



MASTER BREAD

En la **división de B2B**, en la **plataforma de Panificación**, “Master Bread” lanzó dos nuevas variedades de pan congelado (integral y miniyema) a fin de incrementar su participación de mercado y potenciar el portafolio de productos B2C.



NICOVITA (KATAL Y TÉRAP EXTRUIDO)

En la **división de Acuicultura**, “Nicovita” lanzó “Katal y Téráp Extruido”, el cual reemplaza al producto actual por un formato más adecuado a la nueva modalidad de alimentación automática de los clientes. Su principal propósito es lograr una menor generación de finos en el producto.



NICOVITA (KATAL REFORZADO)

En la **división de Acuicultura**, “Nicovita” lanzó “Katal Reforzado”, un producto con refuerzo nutritivo a través de atractantes, palatantes, sales y minerales, cuyo objetivo es incrementar el crecimiento de camarones durante la etapa de engorde.



ALACENA

En la **división de Consumo Masivo Chile**, “Alacena” lanzó dos nuevos formatos (190gr y 950gr), con el objetivo de enriquecer el portafolio, ofreciendo al consumidor una mayor cantidad de alternativas.



ALACENA

En la **división de Consumo Masivo Norteamérica**, “Alacena” lanzó una nueva mayonesa exclusiva para Estados Unidos en una presentación Doypack de 200gr, con la finalidad de, a través de este formato más pequeño, fomentar la prueba de producto y capturar nuevos consumidores.

3.2 RECONOCIMIENTOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

En Perú, durante el cuarto trimestre de 2021, Alicorp recibió dos grandes reconocimientos.

Primero, en octubre, logramos posicionarnos dentro del ranking Merco como una de las empresas con mejor reputación corporativa. Además, nuestro CEO, Alfredo Perez, ocupó el primer puesto en el segmento de Alimentos, y nuestro Vicepresidente de Consumo Masivo, Patricio Jaramillo, formó parte del ranking de líderes empresariales mejor valorados del país. Segundo, en noviembre, nuestro CEO fue reconocido dentro de la lista “Top CEO Digital Perú 2021”, publicada por Diario El Comercio y Café Taipá.



En Bolivia, durante el cuarto trimestre de 2021, Alicorp recibió dos grandes reconocimientos.

Primero, en octubre, recibimos el reconocimiento de la “Semilla de Oro” por su participación en la Feria VIDAS 2021. Segundo, en noviembre, recibimos el "Reconocimiento a la Resiliencia 2021" en la categoría Tecnología e Innovación, entregado por GMG, RSE, la Cámara Nacional de Industrias y la Unión Europea.





4 ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Estado de Resultados Consolidados
para los periodos terminados al 31 de Diciembre, 2021, 2020 (en miles de soles)

	Notas	Por el trimestre del 1 de Octubre de 2021 al 31 de Diciembre de 2021	Por el trimestre del 1 de Octubre de 2020 al 31 de Diciembre de 2020	Por el periodo del 1 de Enero de 2021 al 31 de Diciembre de 2021	Por el periodo del 1 de Enero del 2020 al 31 de Diciembre de 2020
Ingresos de Actividades Ordinarias	17	3,579,430	2,600,810	12,227,663	9,347,525
Costo de Ventas	17	-2,970,247	-2,025,369	-9,831,454	-7,132,955
Ganancia (Pérdida) Bruta		609,183	575,441	2,396,209	2,214,570
Gastos de Ventas y Distribución		-205,743	-209,839	-786,246	-757,339
Gastos de Administración		-218,190	-162,758	-732,928	-641,318
Otros Ingresos Operativos		20,315	-13,260	54,386	-2,729
Otros Gastos Operativos		0	0	0	0
Otras Ganancias (Pérdidas)		-6,304	-4,655	-14,855	-11,557
Ganancia (Pérdida) Operativa		199,261	184,929	916,566	801,627
Ingresos Financieros	18	5,948	9,199	24,534	51,817
Gastos Financieros	19	-104,641	-74,365	-337,756	-298,536
Diferencias de Cambio Neto	20	2,485	-4,318	-18,632	-12,906
Participación en los Resultados de Asociadas		-414	538	-1,954	-208
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos		102,639	115,983	582,758	541,794
Ingreso (Gasto) por Impuesto		-21,763	-40,214	-179,596	-179,379
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas		80,876	75,769	403,162	362,415
Ganancia (Pérdida) de Operaciones Discontinuas	21	-389,156	2,587	-431,562	-31,768
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio		-308,280	78,356	-28,400	330,647
Ganancias (Pérdida) por Acción:					
Ganancias (Pérdida) Básica por Acción:					

Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	22	0.093	0.088	0.465	0.420
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Continuas	22	0.093	0.088	0.465	0.420
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		-0.455	0.003	-0.505	-0.037
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		-0.455	0.003	-0.505	-0.037
Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Ordinaria		-0.362	0.091	-0.040	0.383
Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Inversión		-0.362	0.091	-0.040	0.383
Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción:					
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	22	0.093	0.088	0.465	0.420
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Continuas	22	0.093	0.088	0.465	0.420
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		-0.455	0.003	-0.505	-0.037
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		-0.455	0.003	-0.505	-0.037
Total ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Ordinaria		-0.362	0.091	-0.040	0.383
Total de Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Inversión		-0.362	0.091	-0.040	0.383

Estado de Situación Financiera Consolidado
al cierre de 31 de Diciembre de 2021 y 31 de Diciembre de 2020 (en miles de soles)

	Notas	Al 31 de Diciembre 2021	Al 31 de Diciembre 2020		Notas	Al 31 de Diciembre 2021	Al 31 de Diciembre 2020
Activos				Pasivos			
Activos Corrientes				Pasivos Corrientes			
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3	905,041	570,803	Otros Pasivos Financieros	12	639,174	558,545
Otros Activos Financieros	4	105,626	188,872	Cuentas por Pagar Comerciales	13	3,522,803	2,550,048
Cuentas por Cobrar Comerciales	5	1,354,429	1,064,708	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		0	13,456
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Otras Cuentas por Pagar	14	176,540	190,505
Otras Cuentas por Cobrar	6	673,650	342,835	Ingresos Diferidos		3,765	1,290
Anticipos		245,582	215,379	Provisión por Beneficios a los Empleados	15	216,113	206,994
Inventarios	7	3,061,053	2,091,572	Otras Provisiones		74,986	59,554
Activos Biológicos		0	0	Pasivos por Impuestos a las Ganancias		12,170	23,939
Activos por Impuestos a las Ganancias		82,768	68,152	Otros Pasivos No Financieros		0	0
Otros Activos no Financieros		70,420	46,129	Total Pasivos Corrientes		4,645,551	3,604,331
Activos No Corrientes Disponible para venta		11,281	30,318				
Total Activos Corrientes		6,509,850	4,618,768				

Activos No Corrientes				Pasivos No Corrientes			
Otros Activos Financieros	4	44,714	29,801	Otros Pasivos Financieros	12	4,676,131	3,515,304
Inversiones	8	18,249	19,963	Cuentas por Pagar Comerciales		0	0
Cuentas por Cobrar Comerciales		0	0	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		0	0
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Otras Cuentas por Pagar	14	3,882	6,537
Otras Cuentas por Cobrar	6	166,494	148,653	Ingresos Diferidos		0	41
Anticipos		0	0	Provisión por Beneficios a los Empleados	15	30,375	23,625
Inventarios		0	0	Otras Provisiones		65,577	83,082
Activos Biológicos		0	243	Pasivos por Impuestos Diferidos		641,538	736,367
Propiedades de Inversión		0	0	Pasivos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	0
Propiedades, Planta y Equipo		3,651,375	3,754,208	Otros Pasivos no Financieros		0	0
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	10	1,585,956	1,525,559	Total Pasivos No Corrientes		5,417,503	4,364,956
Activos por Impuestos Diferidos		156,660	207,248	Total Pasivos		10,063,054	7,969,287
Activos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	125				
Plusvalía	11	1,255,133	1,345,543				
Otros Activos no Financieros		0	0				
Total Activos No Corrientes		6,878,581	7,031,343				

Patrimonio

Capital Emitido	16	847,192	847,192
Acciones de Inversión	16	7,388	7,388
Otras Reservas de Capital	16	163,361	169,309
Resultados Acumulados		1,771,071	2,540,993
Otras Reservas de Patrimonio		496,944	80,687
Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora		3,285,956	3,645,569
Participaciones no Controladoras		39,421	35,255
Total Patrimonio		3,325,377	3,680,824

TOTAL ACTIVOS	13,388,431	11,650,111	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	13,388,431	11,650,111
----------------------	-------------------	-------------------	-----------------------------------	-------------------	-------------------

Estado de Flujo de Efectivo Consolidado (Método Directo)
para los periodos terminados al 31 de Diciembre de 2021 y 2020 (en miles de soles)

	Notas	Del 1 de Enero de 2021 al 31 de Diciembre de 2021	Del 1 de Enero de 2020 al 31 de Diciembre de 2020
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación			
Cobros provenientes de (debido a):			
Venta de Bienes y Prestación de Servicios		12,540,165	10,354,908
Otros Cobros de Efectivo		362,851	130,983
Pagos a (debido a):			
Proveedores de Bienes y Servicios		-10,652,948	-7,830,542
Salarios		-939,121	-1,000,947
Impuestos a las Ganancias (Pagados) Reembolsados		-261,652	-271,047
Otros Pagos de Efectivo		-209,390	-193,681
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-317,696	-117,257
Flujos de Efectivo Actividades de Operación		522,209	1,072,417
Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión			
Cobros provenientes de (debido a):			
Venta de Propiedades, Planta y Equipo		15,754	2,279
Intereses Recibidos		25,345	38,263
Venta de Instrumentos Financieros de Patrimonio o deuda de Otras Entidades		6,408	0
Venta de otros Activos de Largo Plazo		125,404	0
Pagos a (debido a):			
Compra de Subsidiarias		-27,427	0
Compra de Propiedades, Planta y Equipo		-276,314	-255,589
Compra de Activos Intangibles		-225,080	-139,323
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		135,493	-17,793
Flujos de Efectivo de Actividades de Inversión		-220,417	-372,163
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiación			
Cobros provenientes de (debido a):			
Obtención de Préstamos		3,906,644	3,142,100
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-4,794	-1,978
Pagos a (debido a):			

Amortización o Pago de Préstamos	-2,856,378	-3,638,127
Pasivos por Arrendamiento Financiero	0	0
Dividendos Pagados	-714,512	-213,374
Intereses Pagados	-332,348	-295,699
Flujos de Efectivo de Actividades de Financiación	-1,388	-1,007,078
Aumento (Disminución) Neto de Efectivo, Antes de las Variaciones en las Tasas de Cambio	300,404	-306,824
Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio sobre el Efectivo	33,834	37,606
Aumento (Disminución) Neto de Efectivo	334,238	-269,218
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Inicio del Ejercicio	570,803	840,021
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Finalizar el Ejercicio	905,041	570,803



DESEMPEÑO POR UNIDAD DE NEGOCIO Y REGIÓN



Consolidado

Consolidado	2020					2021					Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	4T	FY	4T21
PEN MM											
Ventas	2,256	2,061	2,430	2,601	9,348	2,478	2,863	3,308	3,579	12,228	37.6%
Utilidad Bruta	570	486	584	575	2,216	617	542	628	609	2,396	5.9%
GAV	396	320	310	373	1,398	360	370	365	424	1,519	13.8%
EBITDA	247	247	352	273	1,119	352	283	370	310	1,315	13.4%
Margen Bruto	25.3%	23.6%	24.0%	22.1%	23.7%	24.9%	18.9%	19.0%	17.0%	19.6%	-5.1 p.p.
GAV (% de ventas)	17.6%	15.5%	12.7%	14.3%	15.0%	14.5%	12.9%	11.0%	11.8%	12.4%	-2.5 p.p.
Margen EBITDA	11.0%	12.0%	14.5%	10.5%	12.0%	14.2%	9.9%	11.2%	8.6%	10.8%	-1.8 p.p.

Perú

Consumo Masivo Perú	2020					2021					Variación
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY
PEN MM											
Ventas	848	756	991	954	3,549	910	952	918	942	3,722	-1.3%
Utilidad Bruta	285	255	325	297	1,162	299	255	239	192	985	-35.6%
GAV	161	140	147	161	610	161	174	161	185	681	14.8%
EBITDA	155	146	210	168	679	175	120	121	48	464	-71.2%
Margen Bruto	33.6%	33.8%	32.8%	31.1%	32.8%	32.9%	26.8%	26.1%	20.3%	26.5%	-10.8 p.p.
GAV (% de ventas)	19.0%	18.6%	14.9%	16.9%	17.2%	17.7%	18.3%	17.6%	19.6%	18.3%	2.8 p.p.
Margen EBITDA	18.3%	19.4%	21.2%	17.6%	19.1%	19.2%	12.6%	13.1%	5.1%	12.5%	-12.5 p.p.

B2B

B2B	2020					2021					Variación
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY
PEN MM											
Ventas	389	308	416	405	1,518	420	531	606	612	2,169	51.1%
Utilidad Bruta	81	45	67	61	254	71	80	104	94	350	54.5%
GAV	72	42	43	47	204	52	47	49	51	198	8.1%
EBITDA	16	10	32	19	78	29	40	68	64	202	3.3x
Margen Bruto	20.9%	14.6%	16.1%	15.1%	16.8%	16.8%	15.1%	17.2%	15.4%	16.1%	0.3 p.p.
GAV (% de ventas)	18.5%	13.7%	10.2%	11.6%	13.4%	12.3%	8.9%	8.0%	8.3%	9.1%	-3.3 p.p.
Margen EBITDA	4.2%	3.3%	7.7%	4.8%	5.1%	7.0%	7.5%	11.3%	10.5%	9.3%	5.7 p.p.

Gastronomía	2020					2021					Variación
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY
PEN MM											
Ventas	141	70	130	137	478	150	182	190	203	725	48.4%
Utilidad Bruta	34	12	27	31	105	31	34	40	34	138	8.7%
GAV	33	17	17	20	87	20	19	18	21	79	7.6%
EBITDA	4	-3	13	13	27	14	17	25	23	80	87.4%
Margen Bruto	24.2%	16.8%	21.2%	22.9%	21.9%	20.6%	18.4%	21.1%	16.7%	19.1%	-6.1 p.p.
GAV (% de ventas)	23.1%	24.7%	13.1%	14.5%	18.2%	13.4%	10.5%	9.7%	10.5%	10.9%	-4.0 p.p.
Margen EBITDA	2.6%	-4.3%	10.3%	9.1%	5.6%	9.6%	9.5%	13.2%	11.5%	11.1%	2.4 p.p.

Panificación	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	179	177	196	180	732
Utilidad Bruta	37	27	31	20	114
GAV	29	17	17	18	81
EBITDA	11	13	16	4	44
Margen Bruto	20.6%	15.3%	15.5%	10.9%	15.6%
GAV (% de ventas)	16.1%	9.5%	8.7%	10.2%	11.1%
Margen EBITDA	6.2%	7.4%	8.1%	2.2%	6.0%

2021					Variación	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	4T21	YoY
180	229	260	261	929		45.0%
23	28	43	37	132		91.1%
23	21	23	23	88		22.4%
6	10	26	22	63		5.6x
13.0%	12.2%	16.6%	14.4%	14.2%		3.5 p.p.
12.5%	9.0%	8.8%	8.6%	9.5%		-1.6 p.p.
3.2%	4.4%	9.9%	8.4%	6.8%		6.2 p.p.

Clientes Industriales	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	66	59	88	86	298
Utilidad Bruta	11	7	10	12	41
GAV	9	7	7	7	31
EBITDA	2	1	4	5	13
Margen Bruto	16.7%	12.5%	11.8%	14.0%	13.6%
GAV (% de ventas)	14.2%	11.7%	8.2%	8.5%	10.3%
Margen EBITDA	3.6%	2.4%	4.8%	6.3%	4.5%

2021					Variación	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	4T21	YoY
89	118	153	145	504		69.1%
17	20	22	24	83		96.3%
8	6	6	6	26		-15.4%
10	14	18	20	63		3.6x
19.6%	17.0%	14.4%	16.2%	16.5%		2.2 p.p.
8.7%	5.2%	4.2%	4.2%	5.2%		-4.2 p.p.
11.8%	12.0%	12.1%	13.5%	12.4%		7.2 p.p.

Internacional

Consumo Masivo Internacional	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	231	264	280	298	1,074
Utilidad Bruta	64	75	80	83	303
GAV	54	56	52	73	235
EBITDA	24	34	40	19	116
Margen Bruto	27.8%	28.5%	28.5%	27.9%	28.2%
GAV (% de ventas)	23.6%	21.1%	18.6%	24.4%	21.9%
Margen EBITDA	10.2%	13.0%	14.1%	6.3%	10.8%

2021					Variación	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	4T21	YoY
231	256	309	335	1,132		12.6%
61	55	60	65	241		-21.3%
59	62	63	73	257		0.1%
16	7	16	7	46		-62.7%
26.2%	21.4%	19.5%	19.5%	21.3%		-8.4 p.p.
25.6%	24.2%	20.3%	21.7%	22.7%		-2.7 p.p.
7.0%	2.7%	5.2%	2.1%	4.1%		-4.2 p.p.

CMI Bolivia	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	150	174	176	194	695
Utilidad Bruta	40	50	49	54	193
GAV	31	31	29	42	134
EBITDA	18	28	29	22	98
Margen Bruto	26.8%	28.7%	27.8%	27.6%	27.8%
GAV (% de ventas)	20.4%	18.0%	16.5%	21.9%	19.2%
Margen EBITDA	12.3%	16.3%	16.5%	11.1%	14.0%

2021					Variación	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	4T21	YoY
147	161	195	216	719		11.3%
33	30	32	39	134		-28.2%
33	33	35	39	141		-8.5%
11	10	9	10	39		-53.5%
22.8%	18.7%	16.7%	17.8%	18.7%		-9.8 p.p.
22.7%	20.7%	18.0%	18.0%	19.6%		-3.9 p.p.
7.3%	6.0%	4.4%	4.6%	5.4%		-6.5 p.p.

CMI Ecuador	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	39	35	46	46	166
Utilidad Bruta	14	12	17	17	60
GAV	11	10	11	14	46
EBITDA	5	4	6	6	21
Margen Bruto	35.6%	35.8%	36.5%	36.5%	36.1%
GAV (% de ventas)	28.0%	29.4%	22.8%	31.0%	27.7%
Margen EBITDA	13.7%	12.3%	13.4%	12.0%	12.9%

2021					Variación	
2021					4T21	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY	
38	44	52	50	184	7.4%	
15	14	15	13	57	-26.0%	
14	14	13	15	57	6.5%	
3	-1	6	0	7	-S/5.9	
39.0%	32.7%	29.9%	25.1%	31.2%	-11.4 p.p.	
37.2%	32.7%	25.8%	30.8%	31.2%	-0.3 p.p.	
7.2%	-1.5%	10.7%	-0.7%	3.9%	-12.7 p.p.	

CMI Otras Geografías	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	42	55	58	58	213
Utilidad Bruta	10	13	14	13	50
GAV	13	14	13	16	56
EBITDA	0	2	4	-8	-3
Margen Bruto	24.1%	23.4%	24.1%	21.9%	23.3%
GAV (% de ventas)	31.1%	25.8%	21.6%	27.4%	26.1%
Margen EBITDA	-0.7%	2.9%	7.0%	-14.4%	-1.4%

2021					Variación	
2021					4T21	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY	
47	50	63	70	230	20.8%	
12	10	13	14	49	14.4%	
12	14	14	18	58	16.5%	
3	-2	2	-2	1	-70.1%	
26.4%	20.0%	19.9%	20.7%	21.5%	-1.2 p.p.	
24.7%	27.8%	21.8%	26.5%	25.3%	-1.0 p.p.	
6.3%	-3.9%	3.6%	-3.6%	0.3%	10.8 p.p.	

Acuicultura

Acuicultura	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	530	478	430	475	1,913
Utilidad Bruta	112	101	76	77	366
GAV	75	53	43	52	223
EBITDA	51	60	48	44	203
Margen Bruto	21.1%	21.2%	17.6%	16.3%	19.1%
GAV (% de ventas)	14.2%	11.0%	9.9%	11.0%	11.6%
Margen EBITDA	9.5%	12.6%	11.2%	9.3%	10.6%

2021					Variación	
2021					4T21	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY	
474	613	909	824	2,820	73.4%	
81	100	141	112	434	44.7%	
56	57	59	73	245	38.9%	
44	63	105	72	284	62.5%	
17.1%	16.3%	15.5%	13.6%	15.4%	-2.7 p.p.	
11.8%	9.2%	6.5%	8.8%	8.7%	-2.2 p.p.	
9.3%	10.3%	11.6%	8.7%	10.1%	-0.6 p.p.	

Molienda

Molienda	2020				
	Q1	Q2	Q3	Q4	FY
PEN MM					
Ventas	256	256	313	468	1,293
Utilidad Bruta	28	9	35	57	129
GAV	23	20	18	28	89
EBITDA	12	7	27	41	86
Margen Bruto	10.9%	3.7%	11.1%	12.1%	10.0%
GAV (% de ventas)	9.0%	7.9%	5.7%	6.0%	6.9%
Margen EBITDA	4.5%	2.5%	8.5%	8.7%	6.6%

2021					Variación	
2021					4T21	
Q1	Q2	Q3	Q4	FY	YoY	
442	511	565	866	2,384	85.0%	
106	53	82	146	387	2.6x	
23	19	22	28	92	0.0%	
98	55	73	129	355	3.2x	
24.0%	10.3%	14.5%	16.8%	16.2%	4.8 p.p.	
5.2%	3.7%	3.9%	3.2%	3.8%	-2.7 p.p.	
22.2%	10.8%	12.9%	14.9%	14.9%	6.2 p.p.	

Información de Contacto

InvestorRelations@alicorp.com.pe

Gisele Remy Ferrero

Directora de Finanzas Corporativas y Relación con el Inversionista

GremyF@alicorp.com.pe

Paola Alva Aliaga

Jefe de Relación con el Inversionista

EAlvaA@alicorp.com.pe

César Miranda Samamé

Analista Senior de Relación con el Inversionista

PMirandaS@alicorp.com.pe



alicorp