



Earnings Call Cuarto Trimestre 2019

21 de febrero del 2020



Esta presentación puede contener proyecciones financieras y de negocio con respecto a las adquisiciones recientes, su impacto financiero y de negocio, las expectativas y objetivos de la Gerencia con respecto a las mismas y las expectativas actuales de la Gerencia sobre el desempeño operativo y financiero de la compañía, basándose en supuestos que actualmente se consideran válidos. Las proyecciones financieras y de negocio son estimaciones mas no declaraciones de hechos históricos. Las palabras “anticipa,” “podría,” “puede,” “planea,” “cree,” “estima,” “espera,” “proyecta,” “pretende,” “probable,” “hará,” “debería,” “será,” y otra expresión similar o cualquier palabra con un significado similar pretenden identificar esas afirmaciones como proyecciones. Es incierto si los eventos anticipados van a suceder y en caso ocurran, el impacto que van a tener en los resultados de las operaciones y la condición financiera individual o consolidada de Alicorp. Alicorp no asume ninguna obligación de actualizar las proyecciones financieras y de negocio incluidas en esta presentación para reflejar eventos o circunstancias que puedan suceder.

Agenda

Resumen de Desempeño Consolidado 4T y FY 2019	[1]
------------------------------------------------------	--------------

Resultados Operativos por Unidad de Negocio 4T 2019	[2]
------------------------------------------------------------	--------------

Perspectiva FY 2020	[3]
----------------------------	--------------

Q&A	[4]
----------------	--------------

Anexos	[5]
---------------	--------------

1 Perspectiva Macro LatAm FY 2019

En un contexto macroeconómico desafiante para la región LatAm en 2019, Alicorp tuvo éxito en capturar oportunidades de crecimiento y consolidar su liderazgo en los mercados de LatAm. En el 2020, esperamos que Alicorp continúe superando a la región en términos de crecimiento.



Ecuador

Anuncio del gobierno sobre un programa de reforma económica en acuerdo con el FMI desató protestas desde Septiembre hasta mediados de Octubre, que afectó temporalmente las ventas y la distribución en el mercado.

	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	1.6%	-0.2%
Crecimiento del Consumo Privado	2.2%	0.9%
Inflación	1.8%	0.3%



Perú

Crisis política y la disolución del Congreso retrasó reformas y ralentizó la inversión, afectando la confianza del consumidor. Estos efectos disuadieron el consumo privado que resultó en una tendencia de *tiering-down*.

	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	4.0%	2.2%
Crecimiento del Consumo Privado	3.6%	2.9%
Inflación	2.2%	2.1%
Tipo de cambio	3.29	3.34



Chile

Disturbios en contra de la agenda económica del gobierno desde octubre impactaron el canal moderno y los costos de distribución.

	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	3.3%	1.4%
Inflación	2.9%	2.5%
Tipo de cambio	675	703



Brasil

El Consumo y la Inversión fueron impactados por la incertidumbre respecto a la sostenibilidad fiscal. El mercado de Pastas de Minas Gerais se contrajo durante el año, con presiones en los márgenes debido a elevados costos de las materias primas.

	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	2.5%	1.1%
Crecimiento del Consumo Privado	2.6%	1.7%
Inflación	4.3%	3.7%
Tipo de cambio	3.7	4.0



Bolivia

Elecciones presidenciales causaron bloqueos de carreteras y protestas generalizadas, impactando la producción y la distribución en el mercado.

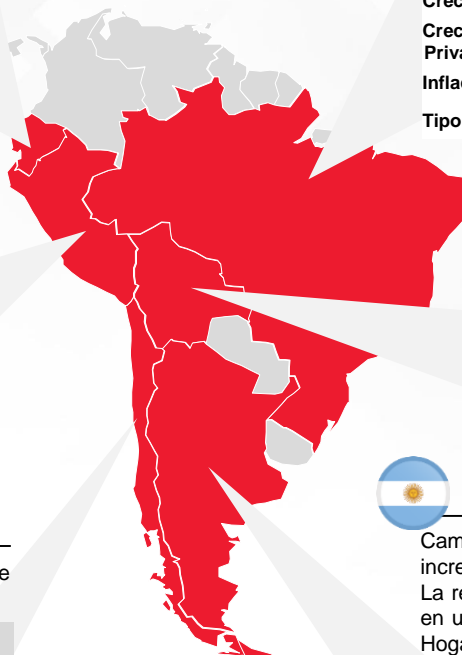
	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	4.2%	2.8%
Inflación	4.0%	1.8%
Tipo de cambio	7.0	6.9



Argentina

Cambio en la dirección política tras las elecciones causaron un incremento del riesgo país y la aceleración de la hiperinflación. La reducción del poder de compra de los consumidores resultó en un efecto de *tiering-down* en los segmentos de Cuidado del Hogar y Cuidado Personal.

	Estimados Iniciales 2019	2019 ¹
Crecimiento del PBI	1.6%	-2.7%
Crecimiento del Consumo Privado	1.3%	-5.1%
Inflación	23.5%	53.5%
Tipo de Cambio	48.7	48.2



Directa presencia de Alicorp

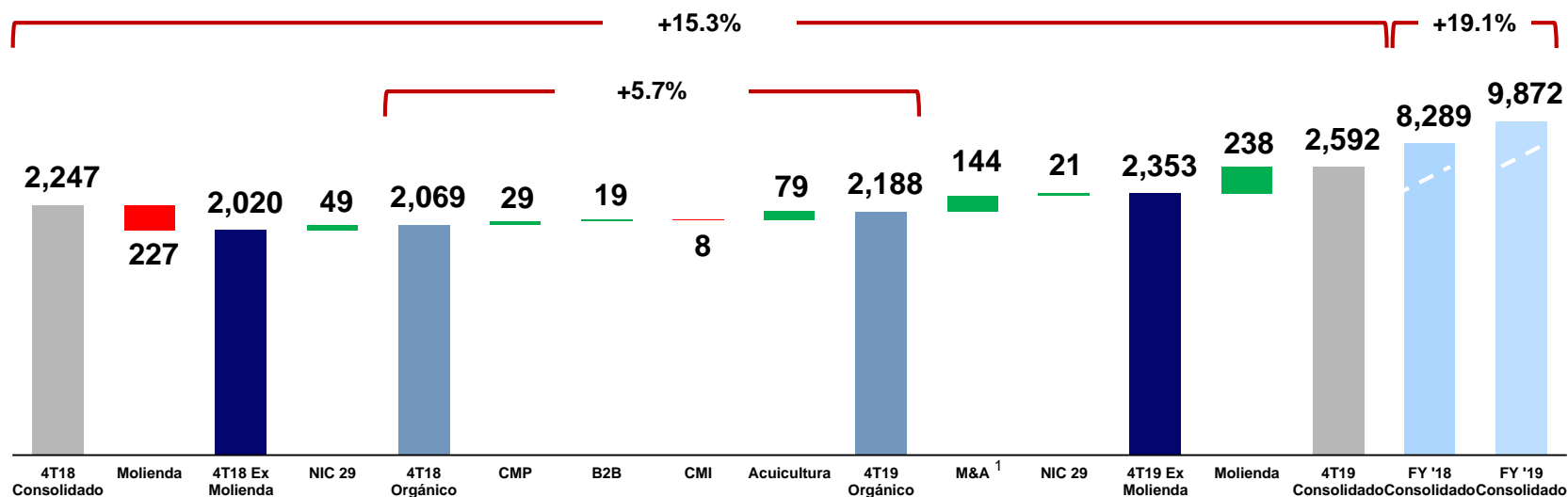
¹ Mediana de los estimados de *research* a Enero 2020

RESUMEN DE DESEMPEÑO 4T 2019 – CRECIMIENTO DE VENTAS (AaA %)

Las Ventas Consolidadas Totales aumentaron 15.3% AaA (+S/ 345 millones) en el 4T19, explicado principalmente por la adquisición de Intradevco en Perú y una aceleración del crecimiento orgánico TaT. Esta adquisición representó S/ 145 millones del total del crecimiento en Ventas para el trimestre.

Orgánicamente, las Ventas aumentaron 5.7% AaA (+S/ 118 millones), respaldado por i) un fuerte crecimiento de nuestra unidad en Perú (CMP +3.9% AaA y B2B +4.5% AaA), ii) resultados excepcionales de nuestro negocio de Acuicultura (15.5% AaA), debido a mayor Volumen vendido en nuestro negocio de Alimento para Peces en Chile y un fuerte desempeño de nuestro negocio de Alimento para Camarones en Ecuador, y iii) la recuperación en nuestra unidad de Cono Sur (+11.9% AaA), impulsado por mayor Volumen vendido en las plataformas de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar.

(En millones de soles)



¹ M&A: Intradevco

Las Ventas Totales en el 2019 aumentaron 19.1% AaA y las Ventas Orgánicas crecieron 3.3% AaA, superando el crecimiento del consumo privado en todos nuestros mercados

RESUMEN DE DESEMPEÑO FY 2019 – CRECIMIENTO DE VENTAS

Las Ventas Consolidadas Totales en el 2019 ascendieron a S/ 9,872 millones (+19.1%, +S/ 1,583 millones AaA), principalmente explicado por la adquisición de Intradevco en el Perú, y Fino y Sao en Bolivia, así como una aceleración del crecimiento orgánico.

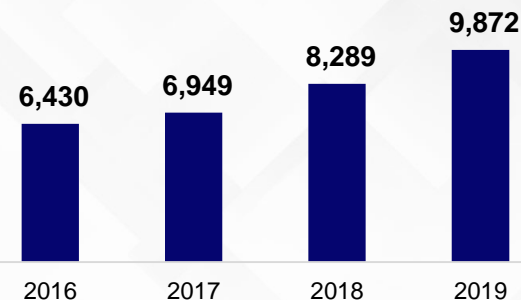
Orgánicamente, las Ventas aumentaron 3.3% AaA (+S/ 249 millones), pese un año desafiante, superando el crecimiento del consumo privado en todos nuestros mercados. Estos resultados se obtuvieron respaldados en un sólido desempeño en nuestras unidades de Consumo Masivo Perú (+3.1% AaA) y Consumo Masivo Internacional (+2.2% AaA), además de un desempeño sobresaliente en nuestra unidad de B2B (+3.8% AaA) y nuestra unidad de Acuicultura (+3.9% AaA).

Estos resultados anuales continúan con la tendencia de fuerte crecimiento de los últimos cuatro años, impulsados por un sólido crecimiento orgánico y una exitosa integración de nuestras adquisiciones (Fino, Sao e Intradevco), que consolida nuestro liderazgo en la región Andina, logrando un **CAGR de las Ventas Consolidadas de 15.4% desde el 2016 al 2019.**

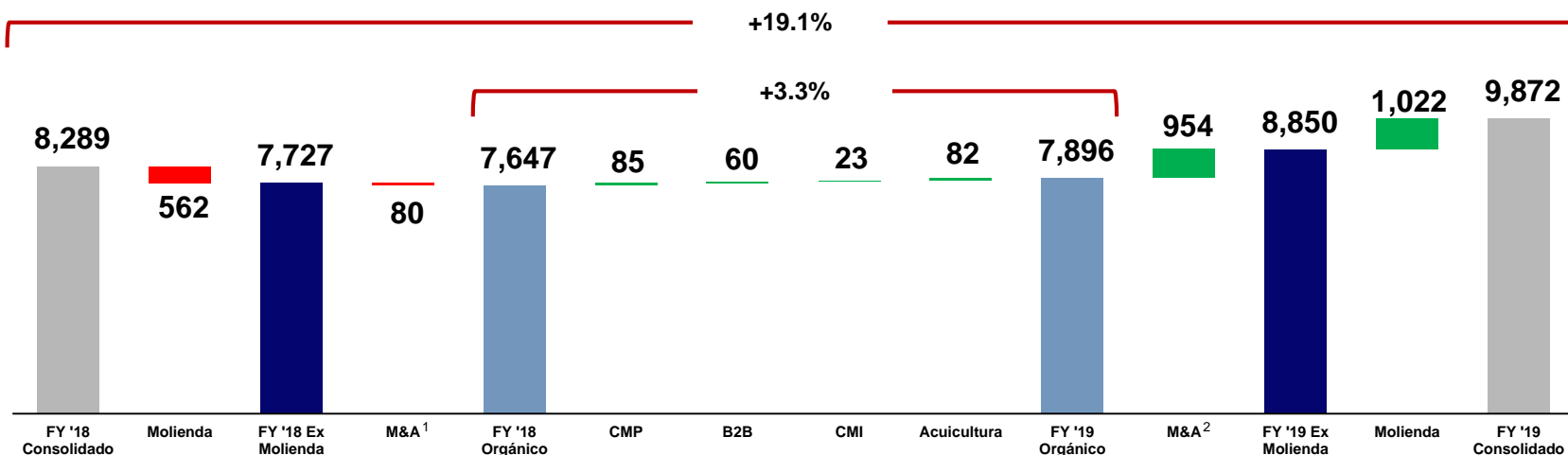
VENTAS NETAS

(En millones de soles)

CAGR¹⁶⁻¹⁹: 15.4%



(En millones de soles)



¹ M&A: Fino y Sao en el 2T18

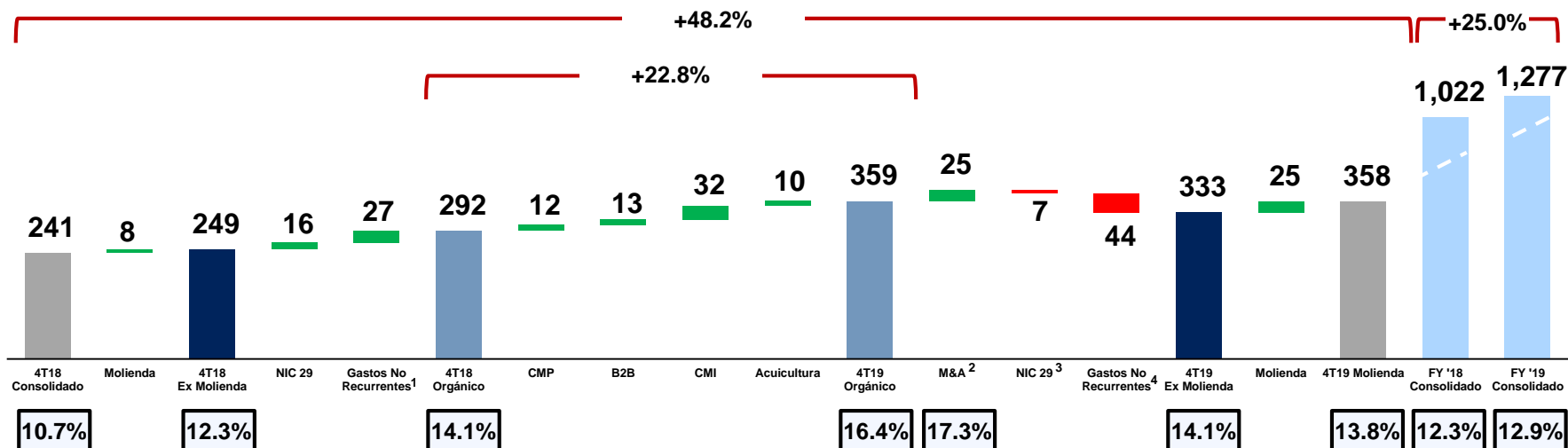
² M&A: Fino y Sao en el 1T19 y 2T19, e Intradevco FY '19

RESUMEN DE DESEMPEÑO 4T 2019 –CRECIMIENTO DE EBITDA (AaA %)

El EBITDA Consolidado en el 4T19 aumentó 48.2% AaA (+S/ 116 millones), con un margen expandiéndose de 10.7% a 13.8% (+3.1 p.p. AaA), principalmente explicado por i) la consolidación de los resultados de Intradevco, ii) el desempeño de los negocios de CMP y B2B, iii) la recuperación de nuestro negocio de CM Cono Sur, y iv) nuestro negocio de Alimento para Camarones en Ecuador.

El crecimiento de EBITDA Orgánico alcanzó +22.8% AaA (+S/ 67 millones) con un margen aumentando de 14.1% a 16.4% (+2.3 p.p. AaA), como resultado de i) una mejora en la rentabilidad de nuestro negocio de CMP, ii) mayor margen bruto en nuestro segmento de Alimento para Camarones en Ecuador y en todos los segmentos de nuestro negocio de B2B, y iii) mayor rentabilidad en nuestras operaciones de CM Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por i) menores márgenes en nuestro negocio de Alimento para Peces en Chile debido a la estrategia agresiva de precios iniciada por nuestros competidores, y ii) mayores gastos GAV en nuestra unidad de CMP debido a mayores inversiones en nuevas capacidades como innovación CoE, proyectos digitales y la consolidación de nuestros programas de Sostenibilidad en Perú.

(En millones de soles)



Margen EBITDA

¹ Gastos no recurrentes relacionados a i) las adquisiciones de Fino y Sao, y ii) las iniciativas de reestructuración aplicadas en Argentina

² M&A 2019: Intradevco. Incluye gastos no recurrentes relacionados a las adquisiciones

³ Incluye la adopción de NIC 29 y NIIF 21 en Argentina

⁴ Gastos no recurrentes en el 4T19 incluyen el impacto de deterioro en nuestras unidades de Brasil y Argentina por S/ 37 millones

RESUMEN DE DESEMPEÑO FY 2019 – CRECIMIENTO DE EBITDA

El EBITDA Consolidado Total en el 2019 aumentó 25.0% AaA (+S/ 255 millones), con un margen expandiéndose de 12.3% a 12.9% (+0.6 p.p. AaA), principalmente explicado por la consolidación de Intradevco en el Perú, y Fino y Sao en Bolivia, además del sólido crecimiento orgánico en nuestros negocios, especialmente B2B (+20.8% AaA) y CMI (+40.2% AaA).

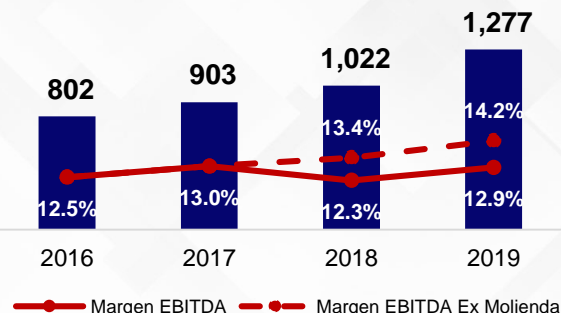
El crecimiento del EBITDA Orgánico fue +6.4% AaA en el 2019 (+S/ 70 millones) con un margen expandiéndose de 14.2% a 14.6% (+0.4 p.p. AaA), como resultado de i) mayores márgenes brutos en todos los segmentos de nuestra unidad de B2B, especialmente en nuestra plataforma de Gastronomía, ii) mayor rentabilidad de nuestras operaciones en CM Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur, iii) mayores márgenes en nuestro segmento de Alimento para Camarones en Ecuador, y iv) una mejora en la rentabilidad de nuestra unidad de CMP. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por menores márgenes en nuestro negocio de Alimento para Peces en Chile, y mayores gastos GAV en nuestra unidad de CMP debido a inversiones de largo plazo en nuevas capacidades.

Nuestras estrategias de gestión de ingresos y los programas de eficiencia entre todas nuestras unidades de negocio nos han permitido aumentar la rentabilidad pese a la desaceleración y las tendencias de *tiering-down* en los mercados, alcanzando un **CAGR de EBITDA Consolidado de 16.8% desde 2016 a 2019.**

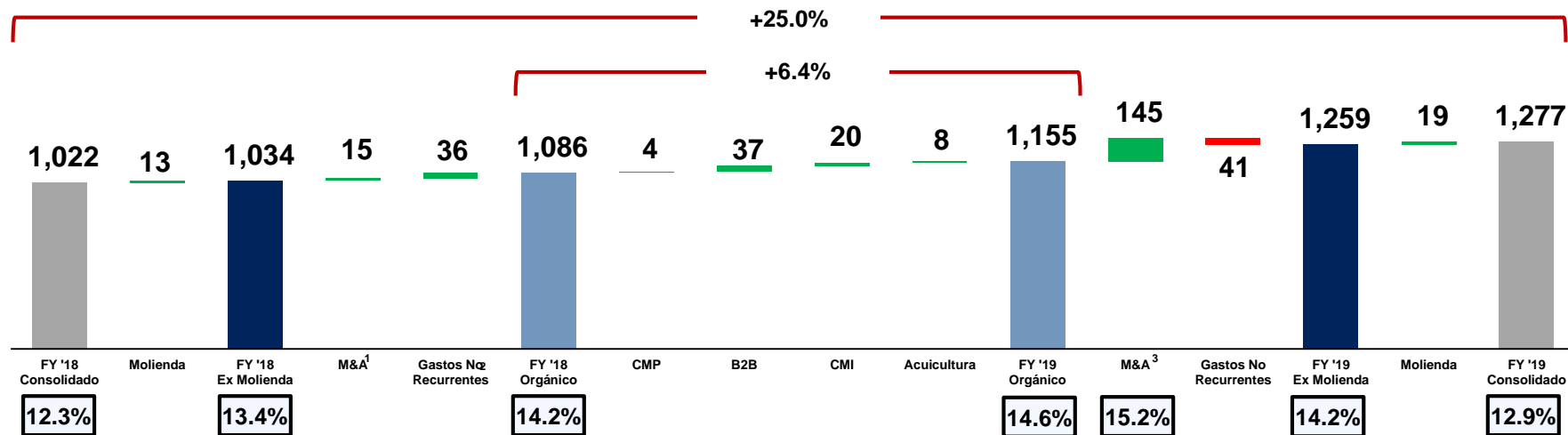
EBITDA Y MARGEN EBITDA

(En millones de soles)

CAGR¹ '16-'19: 16.8%



(En millones de soles)



Margen EBITDA






¹ M&A: Fino y Sao en el 2T18. Incluye gastos no recurrentes relacionados a las adquisiciones de Fino y Sao

² Gastos no recurrentes relacionados a las iniciativas de restructuración aplicados en Argentina

³ M&A: Fino y Sao en el 1T19 e Intradevco FY '19

⁴ Gastos no recurrentes para el 2019 incluyen el impacto de deterioro en nuestras unidades de Brasil y Argentina por S/ 37 millones

Para asegurar nuestro liderazgo, hemos incorporado facilitadores a nuestra estrategia que nos permiten i) lograr nuestros objetivos de largo plazo y ii) enfrentar la cambiante dinámica empresarial

	OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	FACILITADORES
 Crecimiento	<p>Centrarse en las oportunidades dentro de la region Andina aprovechando nuestras ventajas competitivas</p> <p>Invertir en negocios rentables donde podamos replicar nuestro modelo</p>	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar el valor de nuestras categorías principales Impulsar el crecimiento en plataformas de alto potencial en todos los negocios Impulsar la creación y el fortalecimiento de nuevos negocios y desarrollar nuevas plataformas Expandir a través innovación y continuar explorando iniciativas inorgánicas 	<p>Digital y Análisis</p>  <ul style="list-style-type: none"> Uso de análisis Avanzado para crear valor en todo nuestro Negocio Construir plataformas digitales para conectarnos mejor con nuestro grupos de interés Implementar la última plataforma de TI Desarrollar una mentalidad ágil para ganar velocidad y escalabilidad
 Eficiencia	<p>Reforzar la cultura de eficiencia para continuar mejorando la rentabilidad del negocio</p>	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar el valor de los negocios con menor rendimiento Impulsar el programa de eficiencia y replicarlo en otras geografías Asegurar la captura de sinergia en nuestras adquisiciones 	<p>Innovación</p>  <ul style="list-style-type: none"> Utilizar <i>design thinking</i> para resolver los desafíos del Negocio e identificar nuevas maneras para hacer las cosas Desarrollar nuevos productos y modelos de Negocio Promover nuevos espacios de trabajo para impulsar la innovación
 Personas	<p>Asegurar el talento y las capacidades para cumplir los objetivos corporativos</p>	<ul style="list-style-type: none"> Asegurar la disponibilidad de talento en el corto, mediano y largo plazo Desarrollar capacidades funcionales y liderazgo a través de la compañía Fortalecer la ayuda organizacional y la mentalidad de "Un Solo Alicorp" 	

1 Fenix – Un proyecto transformacional para Alicorp

En el 2018, nos embarcamos en una transformación ERP multianual en Alicorp, y en este año nos acercamos a la salida en vivo con SAP4Hana (S4H) en Perú, y en los siguientes años lo estaremos implementando en todas las regiones y/o negocios

Después de 20 años, Alicorp está actualizando su ERP para poder...

—... apoyar y acelerar los procesos de **gestión de data y transformación digital** (nuevas capacidades)

—... mantener actualizada una **plataforma operativa confiable para el futuro** – evitando posibles interrupciones y/o obsolescencia del SAP R/3

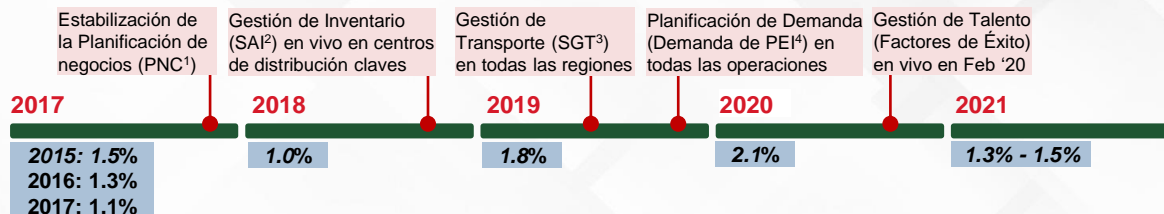
—... **actualizar los principales procesos de Alicorp** para apoyar la expansión – orgánica e inorgánica –

—... **reducir los costos actuales de TI** – debido a mantenimiento y desarrollos heredados – para **reinvertir en nuevas funcionalidades**

Hoja de Ruta de la salida en vivo de S4H

Máxima Prioridad

Diseñar y seguir plan ágil de implementación del ERP que **garantice la continuidad del negocio antes, durante y después de la salida en vivo** en cada región y/o negocio



Fase de "Descubrimiento"

Principales actividades

- Reconocimiento de las funcionalidades S4H
- Diseño de la Hoja de Ruta de la implementación S4H
- Cuantificar el *business case* de S4H (inversión y potencial impacto)
- Reclutamiento del equipo a cargo (~250) y consultores (~150) para apoyar la implementación del proyecto

Fase de "Realización"

Principales actividades

- Desarrollo y parametrización de las funcionalidades del ERP para las operaciones de Alicorp
- Actualización y control del *business case*
- Capex de US\$ 33 millones en 2020

Fase de "Prueba, Migración de Data y Salida en Vivo"

Principales actividades

- Evaluar los riesgos y el diseño de planes de acción para garantizar la continuidad del negocio antes, durante y después de cada fase de la migración (por negocio/país)
- Definir mecanismos para garantizar la ejecución del *business case* y la captura de valor

Hitos Clave

- Pruebas integrales y pruebas del usuario final
- Pilotar la "Salida en Vivo" con las funcionalidades completas del ERP (operaciones de TEAL)
- "Salida en Vivo" Alicorp Perú
- "Salida en Vivo" Vitapro + países (ECU, BOL, ARG y BRA)



Hitos Clave alineados con la implementación de S4H
(Capex+Opex) / Ventas (%)

¹ PNC: Planificación de negocios y consolidación

² SAI: Sistema de Administración de Inventario

³ SGT: Sistema de Gestión de Transporte

⁴ PEI: Planificación Empresarial Integrada

Buen Gobierno Corporativo

Nuestro propósito es fomentar el **desarrollo de Alicorp** a través de **una gestión efectiva y prudente**, para lograr competitividad y un éxito sostenible en el largo plazo.

- Proteger los derechos de todos los inversionistas
- Transparencia en la información
- Condiciones que faciliten invertir en Alicorp

Logros y Reconocimientos

- ✓ Consistentemente incluido en el Índice de Buen Gobierno Corporativo de la Bolsa de Valores de Lima desde su creación
- ✓ La Compañía de Consumo Masivo mejor calificada en el mercado Peruano²
- ✓ Top 5 en el *ranking* "La Voz del Mercado" en el 2019, definido por especialistas de mercado de capitales
- ✓ Compañía de Alimentos mejor calificada y dentro del Top 10 de toda las compañías en el *ranking* de Merco Perú
- ✓ Alfredo Pérez Gubbins (CEO) dentro del Top 10 de Líderes en el *ranking* de Merco Peru



Nuestra Estrategia para Desarrollo Sostenible

Promoción del Bienestar

Portafolio de Productos y Nutrición

Marketing Responsable

Educación del Consumidor

Cuidado Ambiental

Ecoeficiencias de Producción y Distribución

Ecoeficiencias en Empaquetamiento

Desarrollo de una Cadena de Valor Sostenible

Trabajadores

Proveedores

Comunidades

Clientes

- Desarrollo Sostenible incluido en el comité de Gobierno Corporativo en la Junta de Directores
- Comité Multidisciplinario Interno para Desarrollo Sostenible
- Principales Iniciativas:
 - Prevención de anemia: alcanza a 4 millones de personas. Aliados: el Ministerio de Salud y diario El Comercio
 - Desarrollo de habilidades socioemocionales: 4 mil estudiantes. Aliados: Ministerio de la Educación y la asociación cultural D1



¹ ESG: Environmental, Social and Governance

² Fuente: Bolsa de Valores de Lima (BVL)

1 Evolución del Endeudamiento

- El ratio de Deuda Neta / EBITDA¹ al 4T19 sobre una base proforma (incluyendo LTM Intradevco) ascendió a 2.52x^{1,2}
- Las agencias de calificación crediticia locales e internacionales reafirmaron nuestro grado de inversión con una perspectiva “estable”.

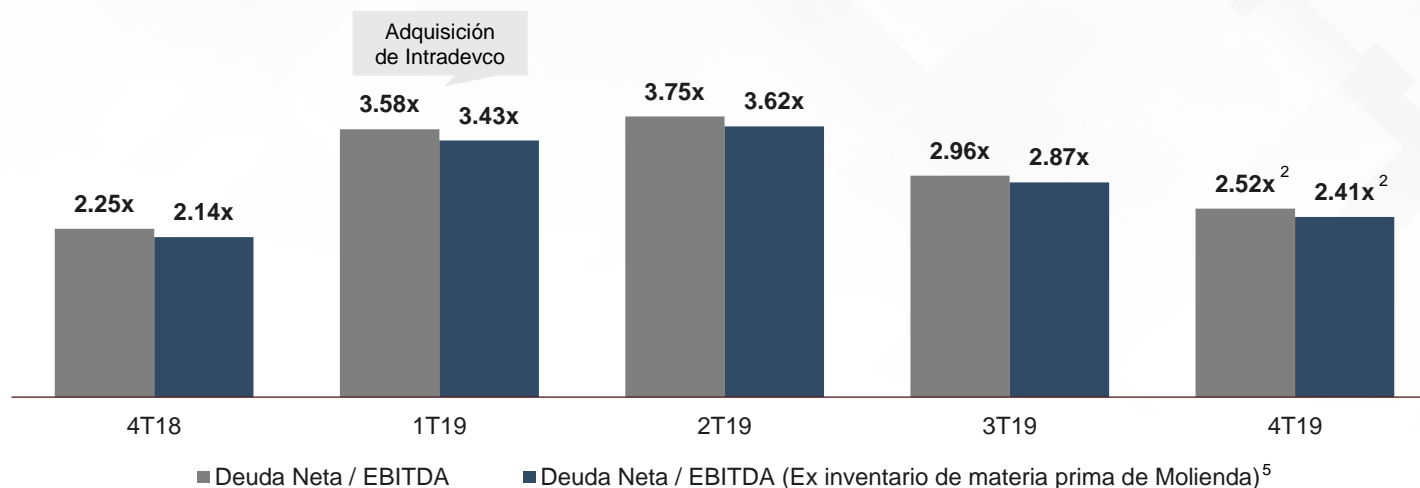
Calificación Crediticia al 4T19

Global			Local ^{3,4}		
STANDARD & POOR'S RATINGS SERVICES	FitchRatings	MOODY'S	APOYO & ASOCIADOS INTERNACIONALES S.A.C.	MOODY'S LOCAL	PCR PACIFIC CREDIT RATING
BBB- / Estable	BBB / Estable	Baa3 / Estable	AAA / CP1+ / Estable	AAA / ML1+	BAA
			Perú	Perú	Bolivia

Ratio Deuda Neta / EBITDA

(En millones de soles)

- El ratio Deuda Neta / EBITDA cayó durante el 4T19, principalmente debido a: i) una reducción de nuestra deuda financiera y ii) el crecimiento de nuestro EBITDA proforma.



¹Los ratios de Deuda Neta / EBITDA desde 4T18 al 4T19 incluyen: i) Fino, SAO e Intradevco en los últimos 12 meses, y ii) ajustes por NIIF 16

²El ratio de Deuda Neta / EBITDA al 4T19 excluye el efecto de deterioro por S/ 37 millones.

³Moody's Local no publica perspectivas para instrumentos calificados

⁴PCR califica solo los bonos locales de Alicorp Bolivia

⁵Excluye el efecto de financiamiento de inventario de nuestro negocio de Molienda

Agenda

Resumen de Desempeño Consolidado 4T y FY 2019 [1]

Resultados Operativos por Unidad de Negocio 4T 2019 [2]

Perspectiva FY 2020 [3]

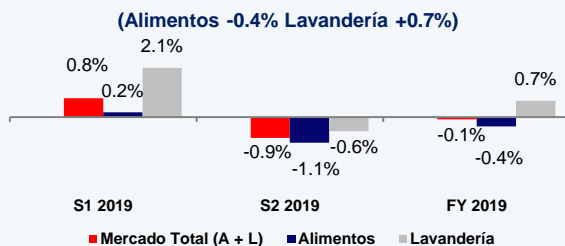
Q&A [4]

Anexos [5]

El PBI de Perú creció menos de lo esperado en el 2019, debido a la desaceleración de la inversión total y del consumo doméstico, así como una caída en la confianza del consumidor, que resultó en un menor crecimiento de mercado y *tiering-down*. Sin embargo, **Alicorp continuó entregando resultados sólidos que superaron el crecimiento del consumo privado y económico.**

A Entorno Macro y Dinámicas del Sector

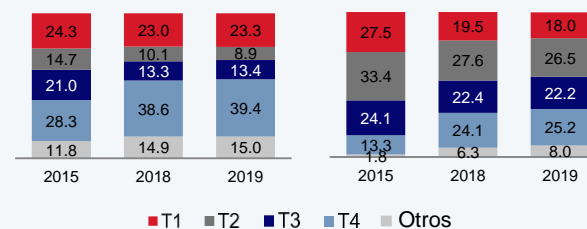
KWP disminuyó -0.1%¹ en volumen FY en “canasta de categorías” de Alicorp, debido a la contracción en el S2 2019



Menor crecimiento acompañado por una tendencia de *tiering-down* en el mercado

Aceites Domésticos

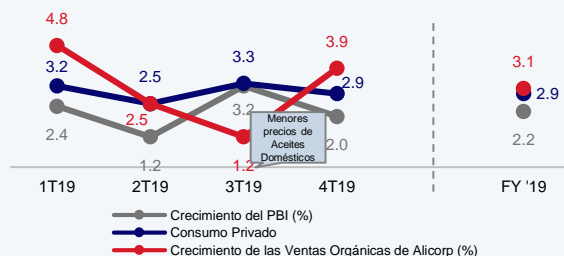
Detergentes



Pese a un entorno competitivo y desafiante y a las contracciones de ciertos mercados, **Alicorp continua ganando participación en categorías clave contra los principales competidores** debido a su estrategia de marca multinivel y al posicionamiento de megamarcas en el mercado.

B Desempeño de Alicorp vs. Competencia

Alicorp superó el crecimiento económico y del consumo privado orgánicamente en el 2019

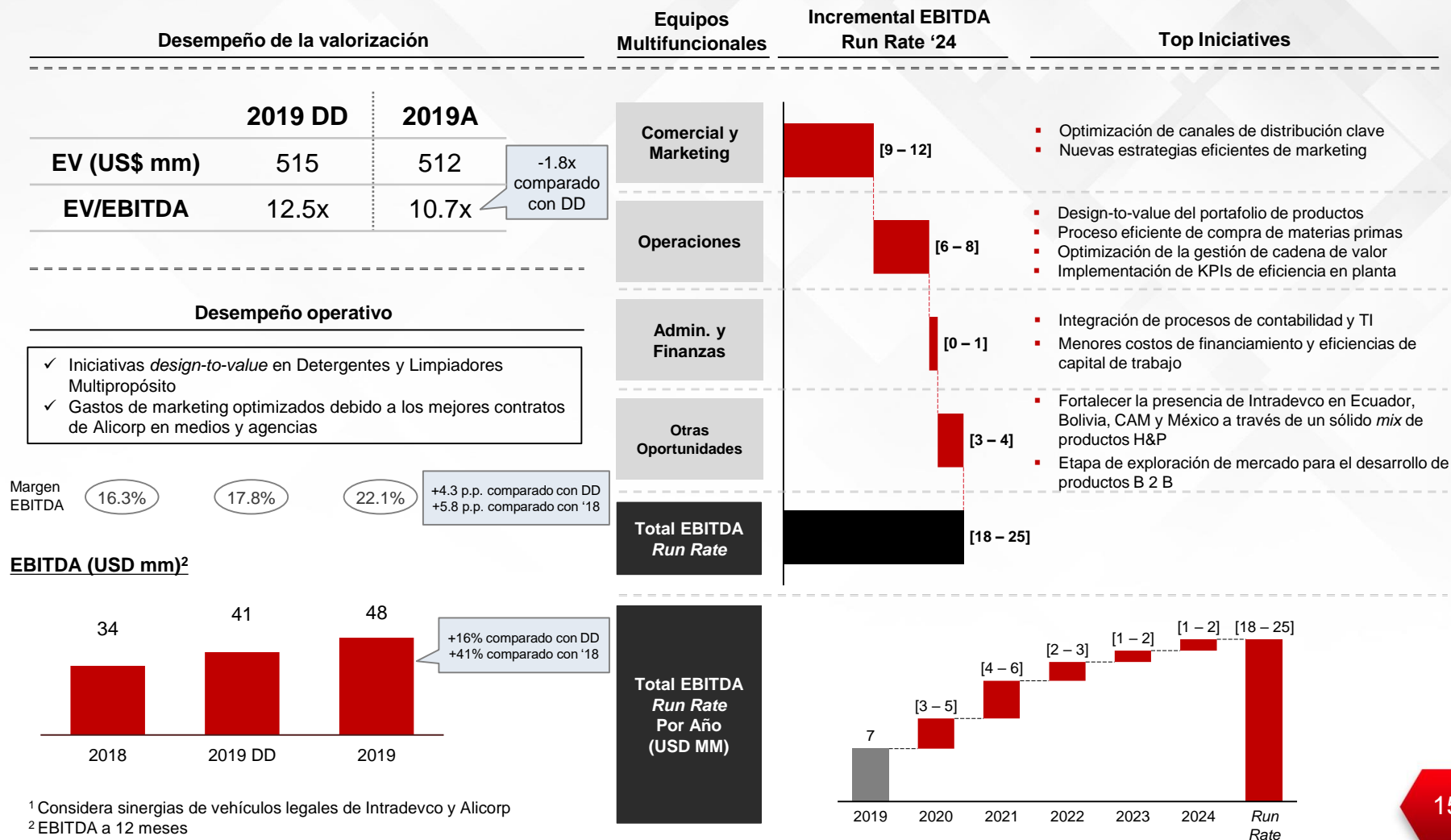


Compensando la contracción del mercado¹

	Crecimiento del Mercado	Crecimiento de Alicorp
Pasta	-1.4%	+5.7%
Margarinas	-2.5%	+10.6%
Conservas	+10.5%	+32.4%
Quitamanchas	-0.4%	+2.1x
Galletas	-0.9%	+6.4%
Detergentes	+0.6%	+39.0%

¹ Kantar World Panel FY 2019 vs FY 2018

Las sinergias e iniciativas de creación de valor en Intradevco progresaron mejor de lo esperado en nuestro DD en el 2019. Iniciativas aceleradas comerciales y de DTV, y una mejor ejecución del *business-as-usual*, en CMP y CMI, dan como resultado un EBITDA incremental de ~US\$ 18 a US\$ 25 millones para 2024 con un rango de VPN entre ~US\$ 180 y US\$ 250 millones



¹ Considera sinergias de vehículos legales de Intradevco y Alicorp

² EBITDA a 12 meses

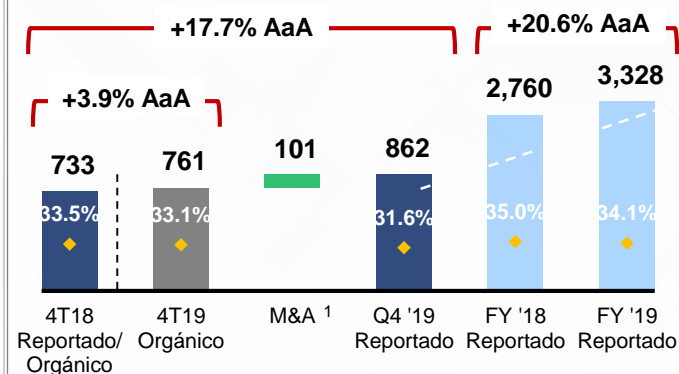
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- **Las Ventas y Volumen reportados en 4T19 crecieron 17.7% AaA y 24.8% AaA, respectivamente** debido a la adquisición de Intradevco. Orgánicamente, las Ventas y el Volumen crecieron 3.9% AaA y 6.7% AaA, respectivamente, pese a un mercado en contracción y una tendencia *tiering-down*.
- **El Margen Bruto reportado disminuyó 2.0 p.p. AaA**, como resultado de un ajuste contable relacionado a la adquisición de Intradevco. Excluyendo la adquisición de Intradevco, la Utilidad Bruta creció 2.8% AaA y el Margen Bruto permaneció relativamente estable.
- **El EBITDA reportado ascendió a S/ 165 millones con un Margen EBITDA de 19.2%**. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el EBITDA alcanzó S/ 150 millones (+7.7% AaA) con un Margen EBITDA de 19.7%. Adicionalmente, excluyendo las inversiones a largo plazo realizadas en el 2019 en transformación digital, la creación de nuestro Centro de Excelencia en Innovación y la consolidación de nuestro programa de Sostenibilidad, **el EBITDA en el 4T19 se ubicó en S/ 161 millones (+15.7% AaA) con un Margen EBITDA de 21.2%**.
- **Las Ventas reportadas en el 2019 aumentaron 20.6% AaA, mientras que el EBITDA ganó 15.7% AaA y el Margen EBITDA ascendió a 19.3%** explicado por la adquisición de Intradevco. Orgánicamente, las Ventas y el Volumen crecieron 3.1% AaA y 4.1% AaA, respectivamente, impulsado por el crecimiento en i) Detergentes, ii) Conservas, iii) Pastas, y iv) Galletas que contrarresta i) los menores ingresos en la categoría de Aceites Domésticos debido a la reducción de precios en línea con menores precios de los *commodities*, y ii) el efecto *tiering-down* en algunas de nuestras categorías como consecuencia de las tendencias de mercado. El Margen Bruto permaneció estable gracias a las iniciativas *design-to-value*.

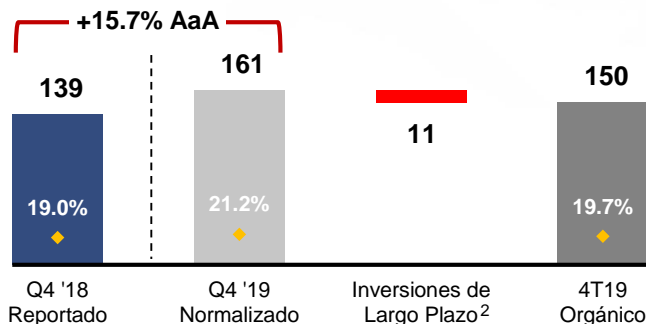
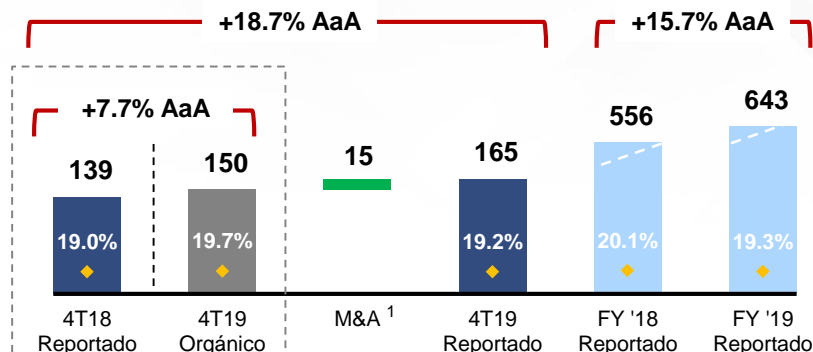
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(En millones de soles)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

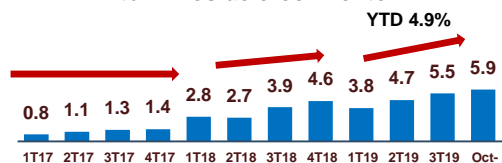
(En millones de soles)

Cifras Normalizadas**Cifras Reportadas**¹ M&A incluye gastos no recurrentes relacionados a la adquisición de Intradevco² Inversiones de largo plazo incluyen gastos en transformación digital, la creación de nuestro Centro de Excelencia en Innovación y la consolidación de nuestro programa de Sostenibilidad en el Perú

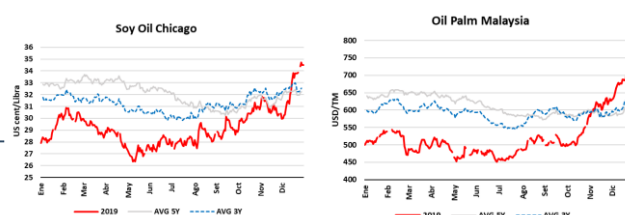
El desempeño de B2B está altamente correlacionado con el PBI de restaurantes peruanos (%): este sector continua creciendo desde el primer trimestre alcanzando 4.9% YTD a Noviembre. Los márgenes de Aceites Domésticos¹ disminuyeron debido a mayores precios de *commodities* comparado a trimestres anteriores, mientras que los precios del trigo permanecieron debajo del promedio de los últimos 3 años. Estrategias exitosas de precios y distribución nos permitió incrementar el margen EBITDA pese al *tiering-down* y la competencia intensa.

A Entorno Macro y Dinámica del Sector

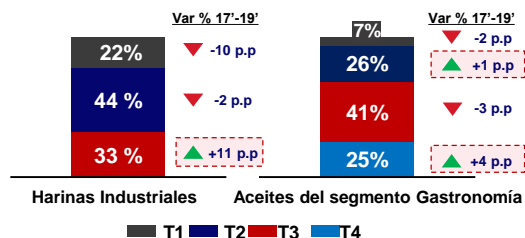
Dinámica de los restaurantes en términos de crecimiento



Tendencias de los Precios de los Commodities



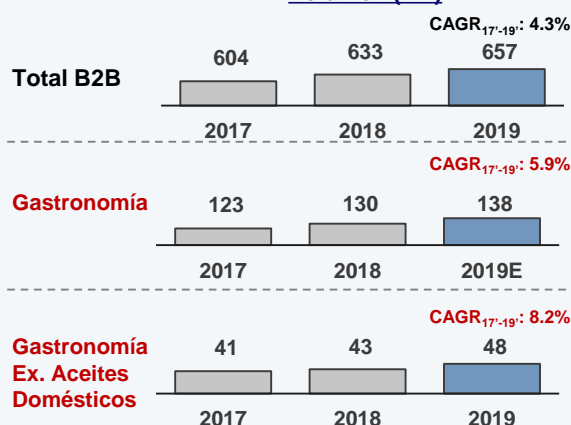
La tendencia *tiering-down* continúa (Mix de productos 4T 2019)



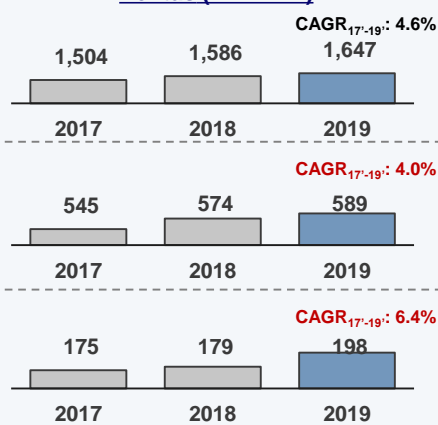
Nuestro negocio de B2B continua siendo líder de mercado ganando o manteniendo participaciones de mercado en todas las principales categorías en donde competimos como Harinas Industriales (-0.04pp.¹) y Aceites Domésticos (+1.5pp.¹). El Volumen creció 3.7% AaA logrando crecer en todas sus plataformas. En particular, el negocio de Gastronomía creció 5.5%, 0.7 p.p. por encima del PBI de restaurantes e incluso logró márgenes más altos respaldados en su estrategia de marca multinivel y planes de eficiencia.

B Desempeño de Alicorp

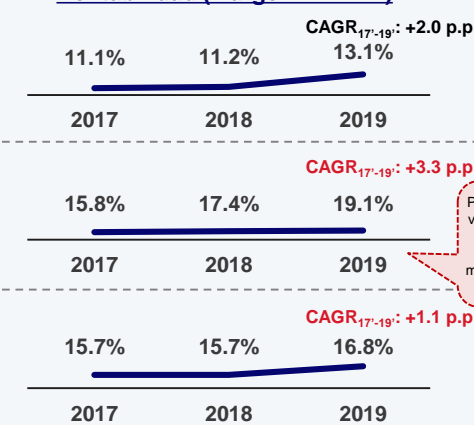
Volumen (TM)



Ventas (PEN mm)



Rentabilidad (Margen EBITDA)



Portfolio con el mayor valor en B2B. Aceites Domésticos gana margen mientras mantiene liderazgo de mercado

¹ Fuente: TMS Lima +6, Noviembre-Diciembre vs Setiembre-Octubre 2019

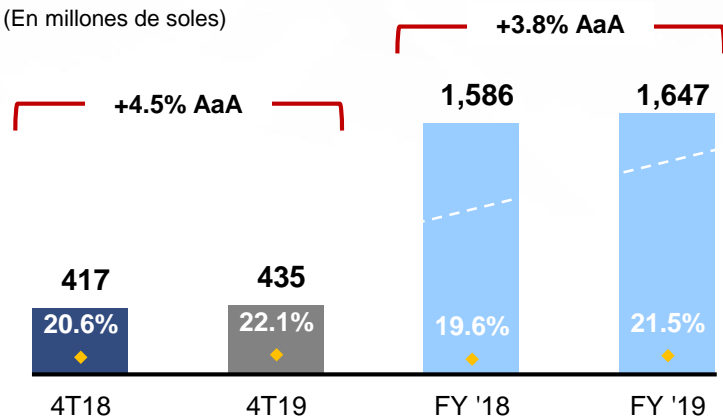
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- **Las Ventas aumentaron 4.5% AaA**, creciendo entre todas las plataformas de B2B: Panificación (+4.9%), Clientes Industriales (+7.5%) y Gastronomía (+2.0%). Excluyendo el segmento de Aceites Domésticos en la unidad de Gastronomía, el crecimiento alcanzó 8.6%.
- **El Margen Bruto aumentó 1.5 p.p. AaA** principalmente debido a i) la estrategia de gestión de precios e ingresos implementada, ii) el impacto positivo de nuestro programa de eficiencia, iii) iniciativas costo eficientes en el empaquetado de materiales, mezclado y cambio de tamaño de aceites, y iv) la ventaja en los precios de materias primas en Aceites a granel y Derivados de aceites
- **El EBITDA alcanzó S/ 61 millones (+23.2% AaA) y el Margen EBITDA alcanzó 14.1%**, explicado principalmente por un mayor Margen Bruto.
- **Las Ventas Totales reportadas en el 2019 aumentaron 3.8% AaA, mientras que el EBITDA aumentó 21.0% AaA y el Margen EBITDA ascendió a 13.1%, un incremento de 1.9 p.p. AaA.** Estos resultados fueron logrados debido a ciertas iniciativas puestas en marcha durante el año, en particular i) la estrategia de precios implementada para beneficiarse de los precios de la soya y de la palma, ii) programas de eficiencia, y iii) la consolidación de nuestro modelo de gobierno *gross-to-net*

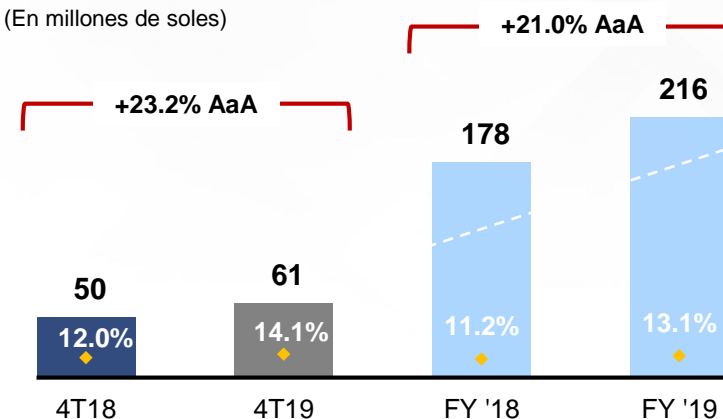
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(En millones de soles)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(En millones de soles)



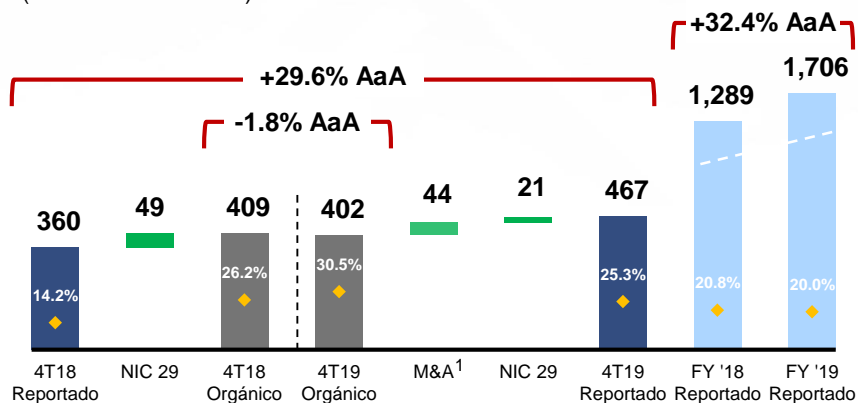
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- Las Ventas reportadas ascendieron a **S/ 467 millones** mientras que el Volumen alcanzó **105 mil toneladas**, creciendo 29.6% y 15.0% AaA, respectivamente, principalmente debido a la adquisición de Intradevco.
- El Margen Bruto Orgánico alcanzó **30.5% (+4.3 p.p. AaA)**, principalmente debido a nuestras exitosas estrategias de gestión en reducción de costos y gestión de ingresos.
- El EBITDA ascendió a **S/ 48 millones**, creciendo **S/ 68 millones AaA**, explicado por la adquisición de Intradevco y el crecimiento orgánico, especialmente en nuestra unidad de Cono Sur. **Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el EBITDA orgánico aumentó 2.0x AaA** principalmente debido a las estrategias de gestión de ingresos y reducción de costos mencionadas anteriormente, adicionalmente a las eficiencias logradas en el 4T19
- Las Ventas Totales reportadas en el 2019 aumentaron **32.4% AaA**, mientras que el EBITDA aumentó **S/ 90 millones AaA** y el Margen EBITDA ascendió a **5.2%**, explicado por las adquisiciones de Fino, Sao e Intradevco, y crecimiento orgánico de todos nuestros negocios internacionales, excepto Brasil

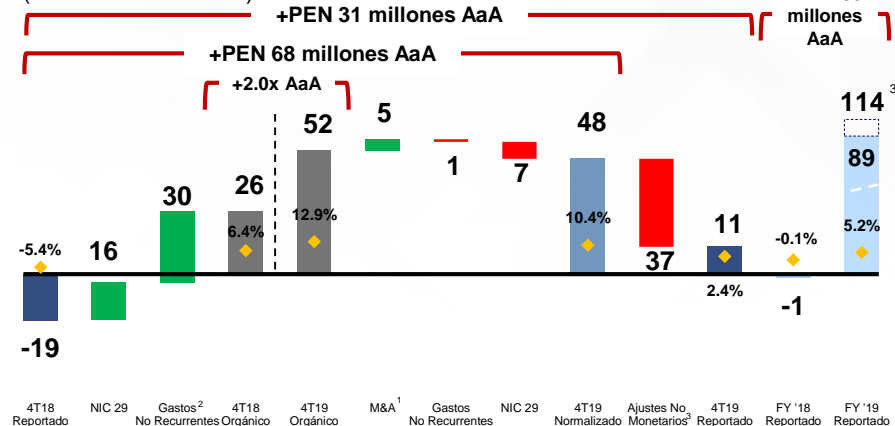
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(En millones de soles)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(En millones de soles)



¹ M&A incluye gastos no recurrentes relacionados a la adquisición de Intradevco.

² Gastos no recurrentes relacionados a i) las adquisiciones de Fino y Sao, y ii) las iniciativas de restructuración aplicadas en Argentina

³ Ajustes no monetarios se refieren al impacto de los deterioros en Brasil y Argentina por S/ 29.9 millones y S/ 7.1 millones, respectivamente

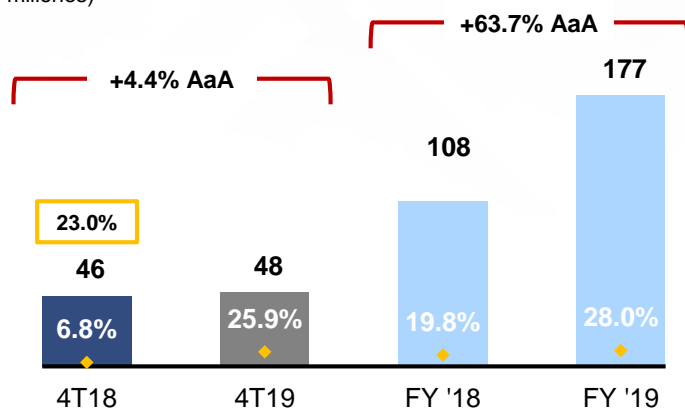
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- Las Ventas aumentaron 4.4% y ascendieron a USD 48 millones, principalmente explicado por incrementos en Volumen por Intradevco. Orgánicamente, las Ventas disminuyeron 3.7% AaA, debido a protestas causadas por bloqueos de carreteras que afectaron la producción y distribución en Octubre y Noviembre.
- La Utilidad Bruta ascendió a USD 12 millones (+4.0x AaA), con un Margen Bruto de 25.9%, un incremento del margen de 6.8% en el 4T18, principalmente explicado por un ajuste no monetario debido a la Asignación de Precio de Compra (APC) de Fino y Sao en el 4T18. Excluyendo este efecto, el Margen Bruto aumentó 2.9 p.p., mientras que el Margen Bruto Orgánico aumentó 4.7 p.p.
- El EBITDA fue USD 8 millones (+USD 11 millones AaA), mientras que el Margen EBITDA alcanzó 15.6%. El crecimiento del EBITDA también es explicado por el ajuste no monetario en el 4T18 mencionado anteriormente, así como los gastos no recurrentes en el 4T18 relacionados a las adquisiciones de Fino y Sao. Excluyendo el ajuste no monetario, el crecimiento del EBITDA fue +81.7% AaA, mientras que el crecimiento del EBITDA Orgánico, excluyendo la adquisición de Intradevco y los gastos no recurrentes del 4T18, fue de 27.1% AaA.
- Las Ventas Totales reportadas en el 2019 aumentaron 63.7% AaA, mientras que el EBITDA aumentó 27.5x AaA y el Margen EBITDA ascendió a 14.0%, principalmente explicado por las adquisiciones de Fino, Sao e Intradevco

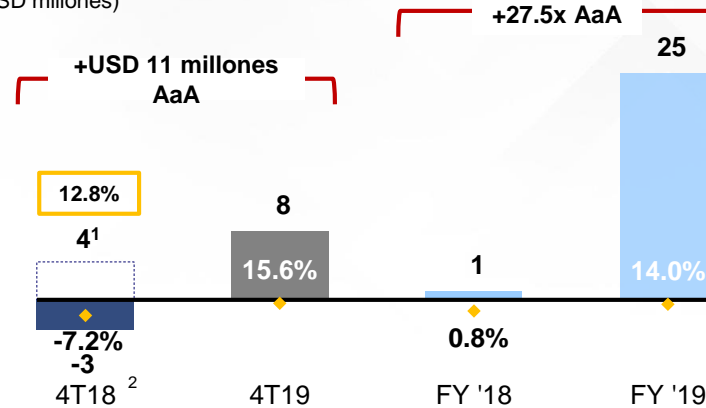
REVENUE & Margen Bruto

(USD millones)



EBITDA & Margen EBITDA

(USD millones)



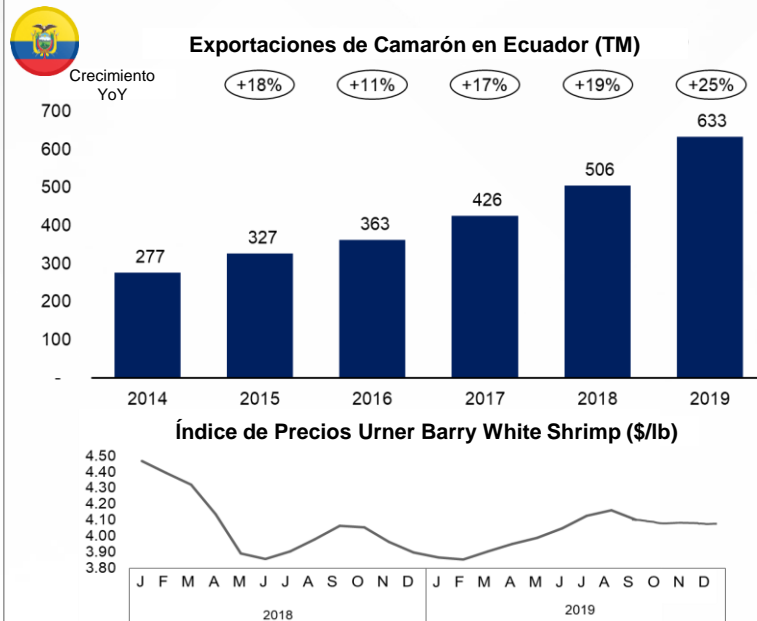
 Márgenes Bruto y EBITDA que excluyen el ajuste no monetario debido a la APC de Fino y Sao en el 4T18

¹ EBITDA excluye el ajuste no monetario debido al APC de Fino y Sao en el 4T18

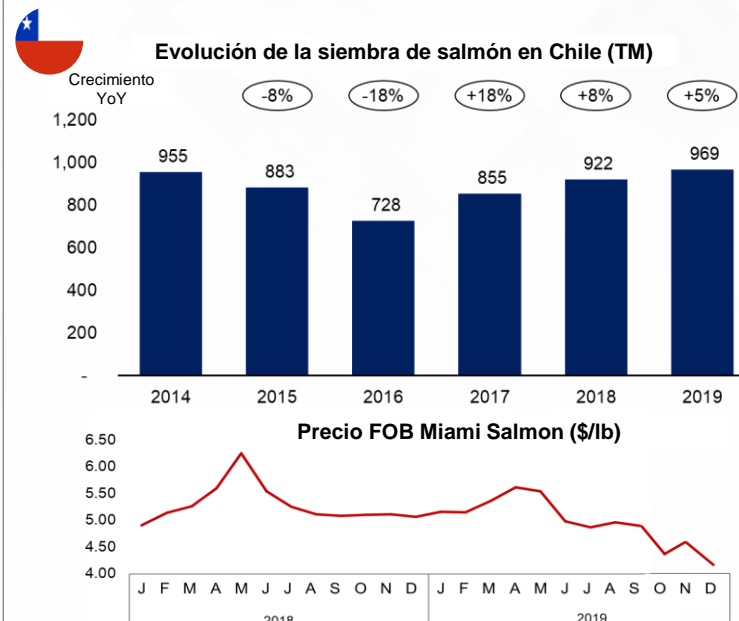
² Incluye gastos no recurrentes relacionados a las adquisiciones de Fino y Sao

La industria de Acuicultura permanece saludable con una fuerte demanda en Ecuador y un proceso de consolidación de mercado en Chile

CAMARÓN



SALMÓN



DESEMPEÑO DE ALICORP

- Vitapro mantuvo su **liderazgo de mercado (#1)** con un 33.7% de participación de mercado en el 2019
- Las Ventas crecieron +9% AaA mientras que las exportaciones de camarones en Ecuador crecieron +25% AaA, principalmente por restricciones de capacidad debido al crecimiento de la demanda muy fuerte
- Para asegurar el crecimiento, completamos una expansión de capacidad por 60K TM (+25% de capacidad) y empezamos una mayor expansión por 105K TM (+35% de capacidad)
- Vitapro implementa servicios de análisis avanzados, herramientas digitales y experimentación con IOT
- En el 2020, se espera que la demanda global de camarón continúe su tendencia de crecimiento, con China siendo el principal impulsor de consumo. Se espera que Ecuador, como principal proveedor de camarón de China, mantenga su tasa de crecimiento entre +15% y +20%

- Vitapro mantuvo su **posición en el mercado (#4)** con una participación de mercado de 11.6% en el 2019
- Precios y Margen Bruto fueron afectados debido a la consolidación de mercado y la competencia agresiva
- Completamos la expansión de nuestra capacidad en la planta de alimento para salmón (+66% más en capacidad)
- Implementación de herramientas de análisis avanzado que sugieren una estrategia específica de alimentación que nos permite comprometer a nuestro producto a entregar resultados para nuestros clientes, buscando migrar de una metodología de fijación de precios basada en costos a una metodología de precios basada en desempeño
- Se espera que el crecimiento de la cosecha de salmón en Chile se mantenga entre +3% y +5% en el 2020, en línea con el crecimiento de la demanda global

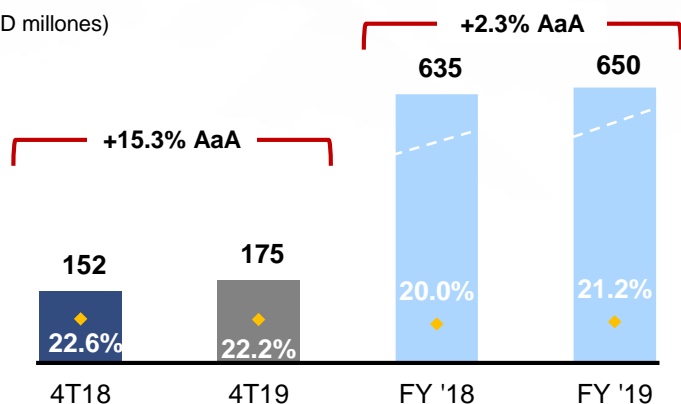
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- **Las Ventas y el Volumen aumentaron 15.3% y 19.5% AaA, respectivamente.** El crecimiento de las Ventas fue principalmente debido al incremento en Volumen relacionado a una fuerte recuperación en nuestro negocio de Alimento para Peces en Chile y al crecimiento sostenido en nuestro negocio de Alimento para Camarones en Ecuador.
- **El Margen Bruto disminuyó 0.3 p.p. AaA a 22.2%,** debido a menores márgenes en el negocio de Alimento para Peces en Chile.
- **El EBITDA alcanzó USD 28 millones (+9.5% AaA) y el Margen EBITDA fue 16.2% (-0.9 p.p.),** dado el fuerte crecimiento y márgenes altos en el negocio de Alimentos para Camarones, parcialmente contrarrestado por el menor Margen Bruto en el negocio de Alimento para Peces y el efecto de menores reversiones de provisiones por deudas incobrables en el 4T19 comparado al 4T18.
- **Las Ventas reportadas en el 2019 aumentaron 2.3% AaA, mientras que el EBITDA aumentó 1.2% AaA y el Margen EBITDA ascendió a 14.6%,** principalmente como consecuencia de resultados positivos en el último trimestre del año. El Volumen anual en nuestro negocio de Alimentos para Camarones creció 6%, mientras que en nuestro negocio de Alimentos para Peces creció 5%.
- **Desarrollo de modelos predictivos de crecimiento y alimentación** basado en análisis avanzado como herramienta para el futuro crecimiento.

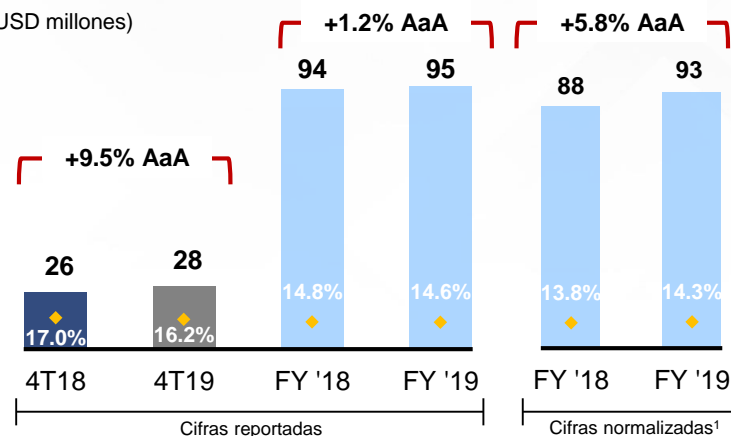
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(USD millones)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(USD millones)



¹ EBITDA excluye reversiones de provisiones por deudas incobrables por USD 6.3 millones en el 2018 y USD 2.3 millones en el 2019

ASPECTOS CLAVE

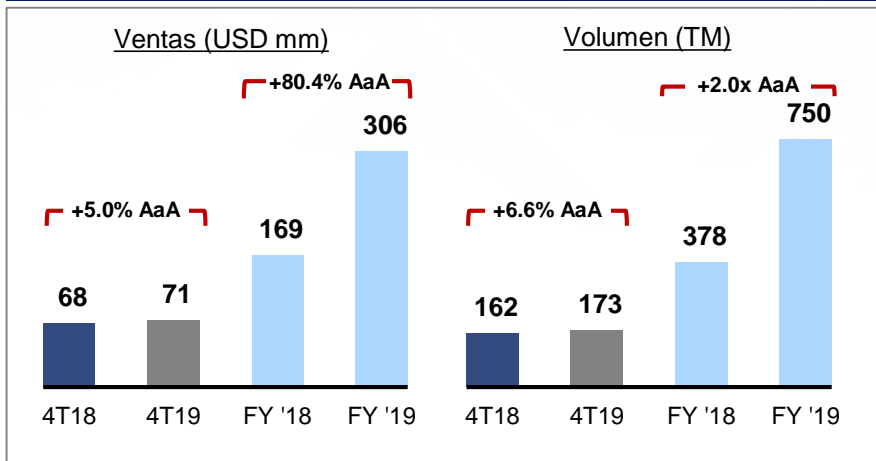
DETALLE 4T Y FY 2019

- El Volumen y las Ventas crecieron 6.6% AaA y 5.0% AaA, respectivamente, principalmente debido a una mayor cosecha de soya y un incremento en los precios internacionales de la torta de soya y aceite.
- El EBITDA reportado ascendió a USD 7 millones debido a mejores márgenes de Molienda.
- En el primer año completo de nuestra unidad de Molienda, hemos consolidado las operaciones de Fino y Sao e incluso ganamos participación de mercado
- Este proceso de integración nos permitió identificar sinergias generales adicionales de USD 8 millones
- Las Ventas reportadas en el 2019 aumentaron 80.4% AaA, mientras que el EBITDA aumentó USD 9 millones AaA, principalmente debido a las adquisiciones

PALANCAS DE MEJORA DE RENTABILIDAD

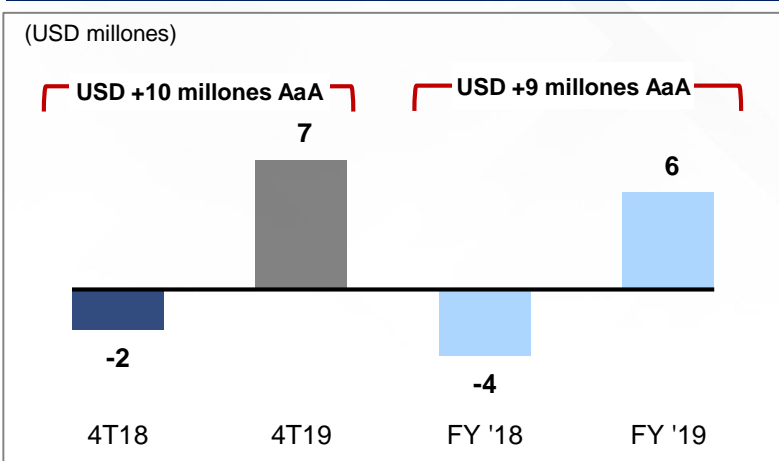


VENTAS Y VOLUMEN



¹ Aceite de Soya y Torta de Soya

EBITDA



Agenda

Resumen de Desempeño Consolidado 4T y FY 2019	[1]
-----------------------------------------------	-------

Resultados Operativos por Unidad de Negocio 4T 2019	[2]
-----------------------------------------------------	-------

Perspectiva FY 2020	[3]
---------------------	-------







Q&A	[4]
-----	-------

Anexos	[5]
--------	-------

3 Expectativas del Mercado para el 2020

Después de un año desafiante, se espera que el crecimiento económico de LatAm se recupere en el 2020, apoyado principalmente por mayor actividad, especialmente en Perú, Brasil y Bolivia.

LATAM 2019 & 2020E

PAÍS	CRECIMIENTO DEL PBI ¹	Δ ²	TASA DE INFLACIÓN ³	EVOLUCIÓN DEL TIPO DE CAMBIO ⁴
 Perú	2.2% 2.7%	■	2.1% 2.1%	3.34 3.35
 Bolivia	2.8% 3.2%	▼	1.8% 3.1%	6.91 6.93
 Ecuador	-0.2% 0.3%	▼	0.3% 0.5%	N.A.
 Brasil	1.1% 2.2%	▲	3.7% 3.8%	3.95 4.06
 Argentina	-2.7% -1.5%	▲	53.5% 48.4%	48.22 69.73
 Chile	1.4% 1.7%	▼	2.5% 3.0%	703 759

■ 2019 ■ 2020E

PRINCIPALES INSIGHTS

Estimados de crecimiento en 2020 por encima del desempeño en 2019 en todos los mercados, impulsado por una recuperación de la demanda interna y mejora del sentimiento.

- En Perú, se espera que el crecimiento del PBI mejore en el 2020 debido a una demanda interna más fuerte impulsado por mayor consumo. La incertidumbre política podría evitar una fuerte recuperación de la inversión.
- Estimados del crecimiento del PBI de Bolivia permanecen sólidos para este año, apoyados por mayor gasto del hogar y una recuperación de la inversión. Incertidumbre política debido a elecciones presidenciales serán una fuente de incertidumbre.
- En Ecuador, se espera que la economía se recupere ligeramente este año, impulsado por mayor inversión y consumo privado. Recortes en salarios por parte del gobierno podrían provocar nuevas protestas.
- Estimados del crecimiento del PBI de Brasil alcanzan un máximo de más de cinco años para el 2020, respaldado en la recuperación de la confianza del consumidor y mayor inversión. El ritmo de las reformas será clave para apoyar la recuperación en curso.
- En Argentina, se espera que la economía se contraiga a una menor tasa, aunque la inflación y las tasas de interés deberían permanecer en niveles altos. Políticas intervencionistas de la administración actual podrían obstaculizar la recuperación.
- En Chile, los estimados de crecimiento para el 2020 permanecen ligeramente por encima del 2019. La incertidumbre generada por la nueva constitución desacelera la actividad empresarial.

¹ Mediana de los estimados de *research* a Enero 2020.

² Contra estimados anteriores a Octubre 2019.

³ Promedio del periodo

⁴ Tipo de cambio en unidad de moneda local versus USD (promedio del periodo)

⁵ Fuente: *Chicago Board of Trade* – Índice basado en los precios futuros de cierre

⁶ Promedio *year to go*.

	FY 2019	Guidance 2020
CRECIMIENTO DE LAS VENTAS (PEN) (%)	19.1%	4% - 6%
MARGEN EBITDA (%)	12.9%	12.5% - 13.5%
	13.3%	
MARGEN NETO (%)	4.9%	4.5% - 5.5%
	5.3%	
DEUDA NETA / EBITDA¹	2.5x	2.5x - 2.6x
DEUDA NETA / EBITDA^{1,2} (Ex Inventario de Materia Prima de Molienda)	2.4x	2.4x - 2.5x
UPA (PEN)	0.6	0.6 - 0.8
CAPEX (PEN millones)	302	530 - 560

¹ El ratio de Deuda Neta / EBITDA excluye el efecto de deterioros por S/ 37 millones

² Excluyendo inventarios de granos de soya y girasol del negocio de Molienda

3 Perspectiva FY 2020 de Ventas

	FY2019 ¹	Guidance 2020
CONSUMO MASIVO PERÚ	20.6%	3% - 5%
B2B	3.8%	3% - 5%
CONSUMO MASIVO INTERNACIONAL	32.4%	4% - 7%
	30.6%	4% - 7%
ACUICULTURA	3.9%	6% - 8%
	2.3%	6% - 8%
Total Excl. Molienda	14.5%	4% - 6%
MOLIENDA	81.9%	5% - 10%
	80.4%	5% - 10%
Consolidado	19.1%	4% - 6%

¹ Incluye cifras orgánicas e inorgánicas

3 Perspectiva FY 2020 del Márgen EBITDA

	FY 2019	Guidance 2020
CONSUMO MASIVO PERÚ	19.3%	18.0% - 20.0%
B2B	13.1%	10.0% - 12.0%
CONSUMO MASIVO INTERNACIONAL	5.2% 7.2%	7.0% - 9.0%
ACUICULTURA	14.6%	12.0% - 14.0%
<hr/>		
Total Excl. Molienda	14.7%	13.5% - 14.5%
MOLIENDA	1.8%	0.5% - 1.5%
<hr/>		
Consolidado	12.9% 13.3%	12.5% - 13.5%

Agenda

Resumen de Desempeño Consolidado 4T y FY 2019	[1]
-----------------------------------------------	-------

Resultados Operativos por Unidad de Negocio 4T 2019	[2]
-----------------------------------------------------	-------

Perspectiva FY 2020	[3]
---------------------	-------

Q&A	[4]
-----	-------

Anexos	[5]
--------	-------

Agenda


Resumen de Desempeño Consolidado 4T y FY 2019	[1]
-----------------------------------------------	-------

Resultados Operativos por Unidad de Negocio 4T 2019	[2]
-----------------------------------------------------	-------

Perspectiva FY 2020	[3]
---------------------	-------

Q&A	[4]
-----	-------

Anexos	[5]
--------	-------

A photograph of four Alicorp employees in a factory setting. They are wearing white lab coats and hairnets. The image is split by a diagonal red line. The left side is dark grey with white text. The right side shows the workers in a brightly lit factory. The woman in the foreground has her arms crossed and is smiling. The man next to her is also smiling. Two other workers are visible in the background.

Consumo Masivo Centro América & Ecuador: Desempeño 4T 2019

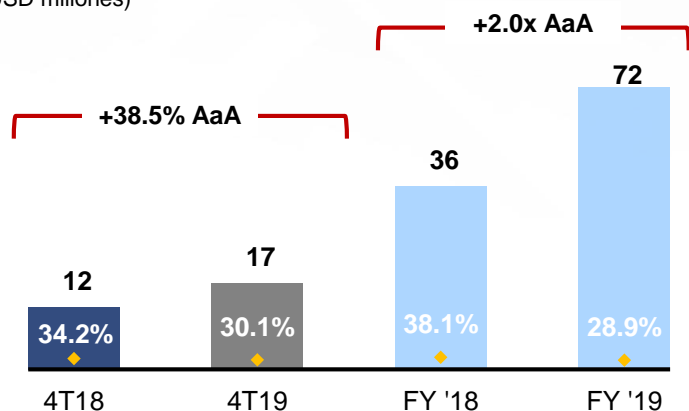
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- **La region de CAM-Ec incluye los resultados financieros de Ecuador y la region de Centro América**
- **Las Ventas y el Volumen fueron USD 17 millones (+38.5% AaA) y 13 mil toneladas** impulsado principalmente por la adquisición de Intradevco. Excluyendo este efecto, las Ventas disminuyeron, principalmente explicado por un efecto extraordinario debido a la pre-venta de Aceites Domésticos en Colombia en el 4T18, que resultaron en mayor Volumen vendido en este trimestre en particular.
- **El EBITDA fue USD 3 millones (+95.8% AaA) y el Margen EBITDA fue 17.7% comparado al 12.5% en el 4T18**

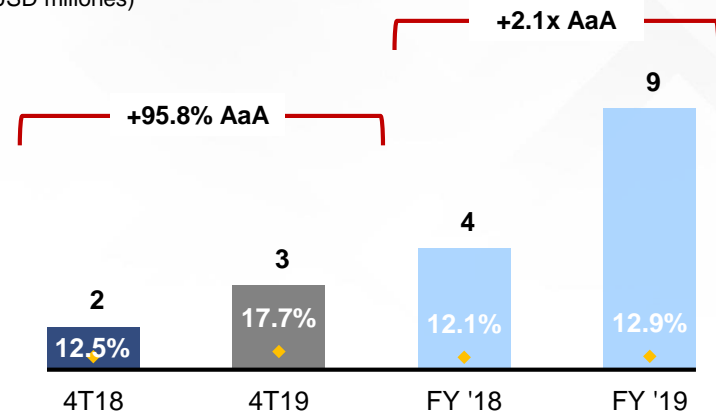
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(USD millones)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(USD millones)





Consumo Masivo Brasil: Desempeño 4T 2019

ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- El programa de restructuración está en marcha y estamos esperando lograr cifras normalizadas positivas en el 2020.
- Las Ventas reportadas ascendieron a BRL 118 millones mientras que el Volumen alcanzó 27 mil toneladas, aumentando 1.8% y 4.2% AaA, respectivamente. El incremento en Volumen fue impulsado por la recuperación del mercado de Pasta en los últimos dos meses del año.
- En cuanto a rentabilidad, el Margen Bruto disminuyó 2.3 p.p. AaA, alcanzando 29.2%, debido a mayores costos por tonelada. Sin embargo, el desempeño TaT ha estado mejorando, como resultado de un mayor volumen vendido y un mejor mix.
- El Margen EBITDA disminuyó a -28.1% en el 4T19, debido a un ajuste no monetario relacionado a deterioros por BRL 36.6 millones. Excluyendo este efecto no monetario, el EBITDA fue BRL 4 millones y el Margen EBITDA fue 3.1%.
- Las Ventas reportadas en 2019 permanecieron relativamente estables AaA, mientras el EBITDA disminuyó BRL 49.6 millones AaA y el Margen EBITDA fue a -9.5%, principalmente debido a un ajuste no monetario relacionado a los deterioros mencionados anteriormente, además de los gastos relacionados a nuestro programa de restructuración. Excluyendo el efecto no monetario, el EBITDA fue BRL -6 millones y el Margen EBITDA fue -1.3%

INNOVACIÓN DE PRODUCTOS



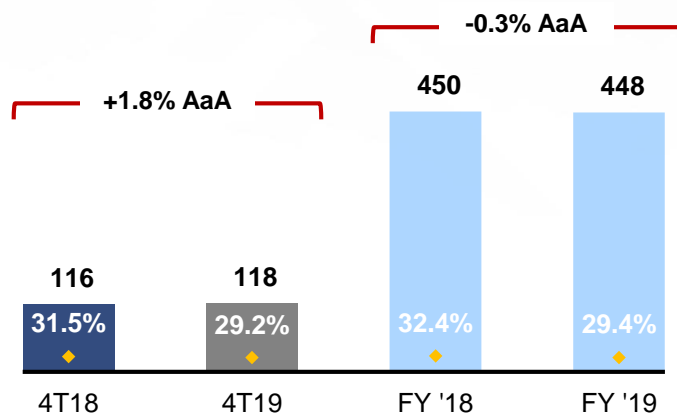
Refresco Instantáneo



Gelatina

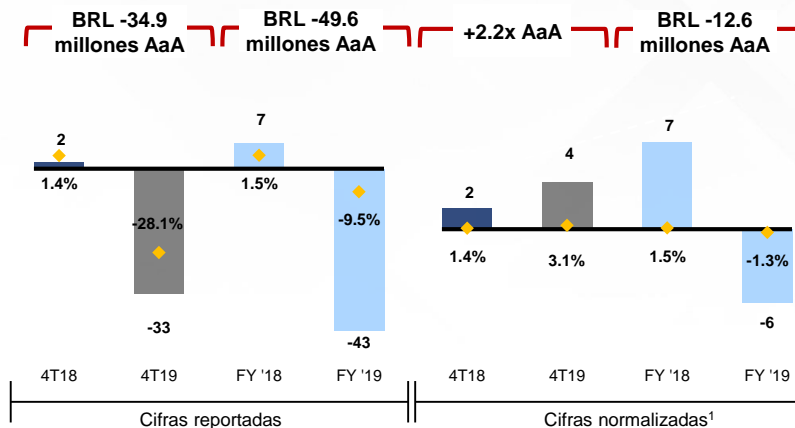
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(BRL millones)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(BRL millones)



¹ EBITDA excluyendo el ajuste no monetario del impacto por deterioros en Brasil por BRL 36.6 millones



Consumo Masivo Cono Sur: Desempeño 4T 2019

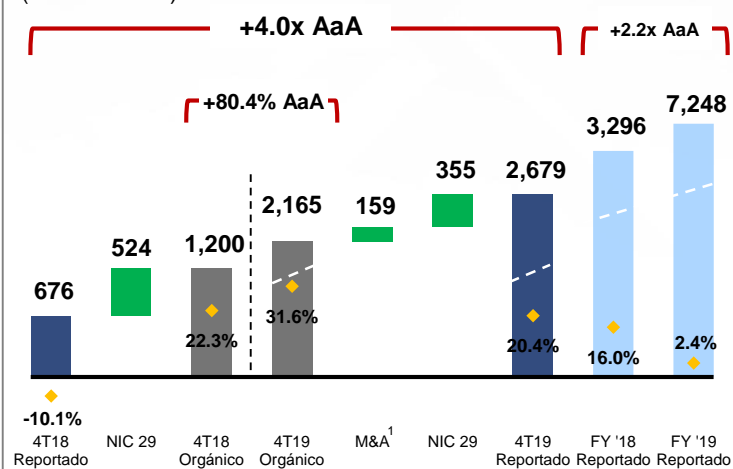
ASPECTOS CLAVE

DETALLE 4T Y FY 2019

- La región de Cono Sur incluye los resultados financieros de Argentina, Chile, Uruguay, y Paraguay
- Los resultados de las elecciones y las políticas intervencionistas del nuevo gobierno resultaron en una mayor contracción del mercado de bienes de consumo básico. Sin embargo, continuamos ganando participación de mercado en nuestras categorías de Cuidado Personal y Detergentes.
- Las Ventas reportadas aumentaron 4.0x AaA, principalmente debido al incremento significativo de precios, así como al crecimiento orgánico de nuestras plataformas de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar. El Margen Bruto fue 20.4%, comparado al -10.1% en el 4T18, también como resultado de mayores precios, en adición a eficiencias en costos como parte de nuestro programa de restructuración.
- El EBITDA reportado fue ARS 64 millones y el Margen EBITDA fue 2.4%. Excluyendo NIC 29, el efecto de la adquisición de Intradevco y gastos no recurrentes, el Margen EBITDA alcanzó +14.7%, un incremento de 14.6 p.p AaA, principalmente como resultado de mayor Margen Bruto y el impacto positivo de las iniciativas transformacionales implementadas bajo nuestro programa de restructuración.
- Las Ventas reportadas en el 2019 aumentaron 2.2x AaA, mientras que el EBITDA aumentó ARS 406 millones AaA y el Margen EBITDA fue 2.5%.

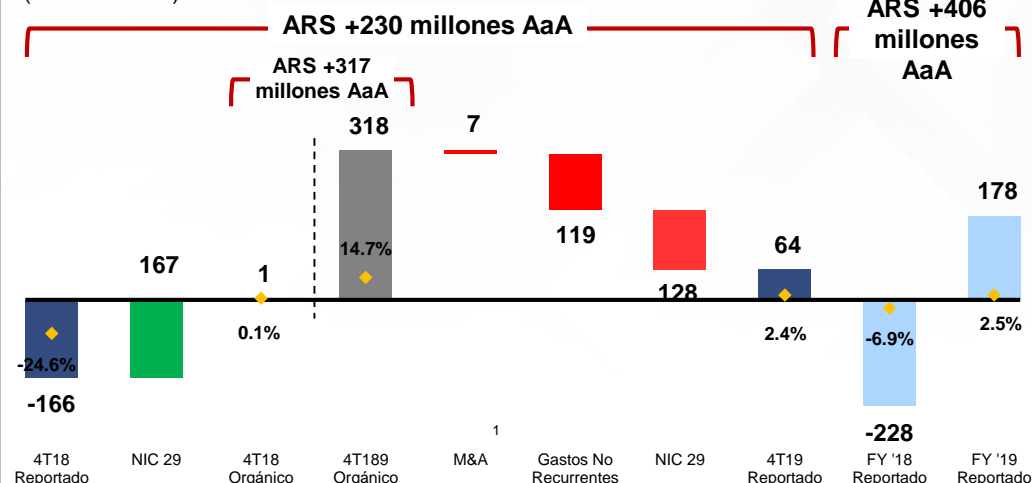
VENTAS Y MARGEN BRUTO

(ARS millones)



EBITDA Y MARGEN EBITDA

(ARS millones)



¹ M&A incluye gastos no recurrentes relacionados a la adquisición de Intradevco.

Gestión de Caja y Deuda

3 Aspectos Clave Financieros del 4T 2019

I

APALANCAMIENTO FINANCIERO

- **A diciembre 2019, el ratio Deuda Neta / EBITDA¹ se incrementó a 2.52x² de 2.25x a diciembre 2018, y disminuyó de 3.58x al 1T19 (adquisición de Intradevco).**
- En el mismo periodo, la Deuda Neta³ se incrementó a S/ 3,351 millones, de S/ 2,334 millones (un aumento de S/ 1,016 millones) como resultado de la deuda tomada para financiar la adquisición de Intradevco.
- **A diciembre 2019, el costo promedio de nuestra deuda, luego de operaciones de cobertura, fue 6.3%, incrementándose desde 5.4%⁴ a diciembre 2018 (+0.9 p.p.), principalmente debido a nuestra reciente emisión a largo plazo para financiar la adquisición de Intradevco.**

II

CAPITAL DE TRABAJO

- **El Ciclo de Conversión de Efectivo (CCE), considerando los últimos 12 meses (LTM), se incrementó a 34.2 días (a diciembre 2019) de 26.5 días (a diciembre 2018), y disminuyó de 37.4 días al 1T19 (adquisición de Intradevco).**
- **Excluyendo Fino, SAO e Intradevco, se habría reducido a 6.9 días.**

III

UTILIDAD NETA

- **La Utilidad Neta alcanzó S/ 123 millones (+37.4% AaA) principalmente debido a mayor Utilidad Bruta, parcialmente contrarrestada por mayores gastos GAV y gastos financieros, mientras que el Margen Neto fue 4.7% (+0.7 p.p.)**

IV

COBERTURA DE TIPO DE CAMBIO

- **A diciembre 2019, solo el 7.1% del total de nuestra deuda financiera tiene exposición al tipo de cambio, mientras que la exposición a tasa de interés variable es cercana a 0%.**
- **En enero, nuestra subsidiaria Alicorp Bolivia refinanció S/ 119 millones de deuda bancaria de largo plazo, a través de bonos locales. Con esta transacción hemos mejorado nuestro perfil de amortizaciones y nuestra duración de la deuda consolidada.**

V

RATING CREDITICIO

- **Las clasificadoras de riesgo locales e internacionales han reafirmado el Grado de Inversión con perspectiva “estable”.**
- **Perú:** las clasificadoras locales “Apoyo & Asociados” y “Moody’s Local” reafirmaron el rating “AAA” para los bonos locales.
- **Bolivia:** la clasificadora local “PCR” reafirmó el rating “BAA” para los bonos locales de Alicorp Bolivia.

¹El ratio de Deuda Neta / EBITDA incluye: i) Fino, SAO e Intradevco en los últimos 12 meses y ii) el efecto de NIIF 16

²El ratio de Deuda Neta / EBITDA a 4T19 excluye el efecto por deterioro (S/ 37 millones).

³Deuda Neta definida como Deuda Financiera menos efectivo y equivalentes de efectivo a 4T19 (bajo NIIF 16).

⁴El costo promedio de la deuda a diciembre 2018 no incluye el efecto de NIIF 16.

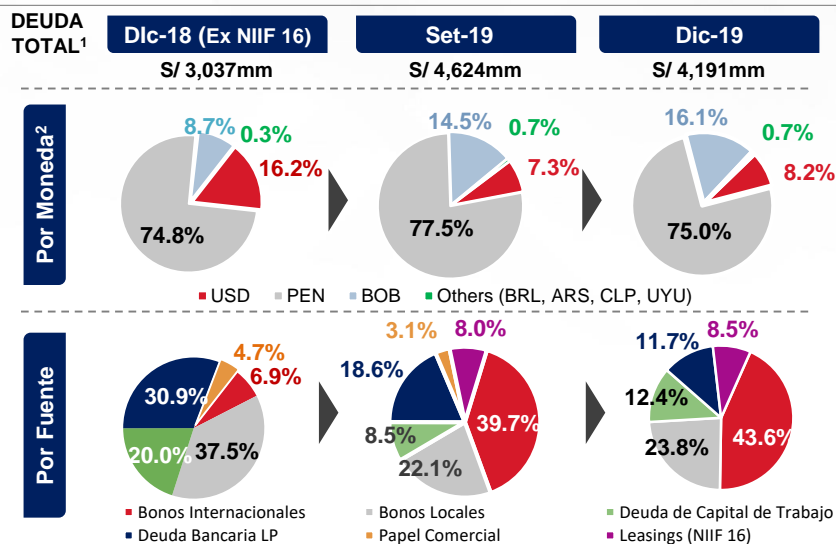
- El ratio de Deuda Neta / EBITDA se incrementó al 4T19 desde el 4T18, principalmente debido a la deuda tomada para financiar la adquisición de Intradevco.
- A diciembre 2019, 7.1% del total de nuestra deuda financiera tiene exposición al dólar.

ESTRATEGIA FINANCIERA

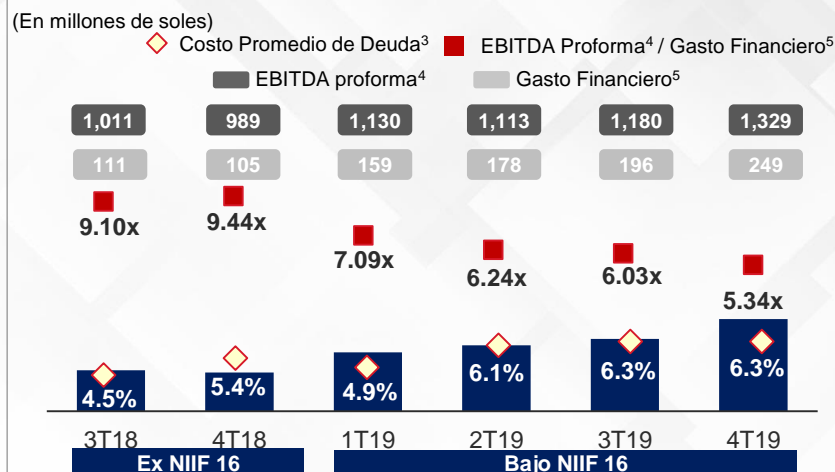
La estrategia financiera de Alicorp consiste en:

- Mantener nuestro *rating* de Grado de Inversión,
- Reducción de gastos financieros,
- Convertir nuestra deuda a moneda funcional con el fin de mitigar las pérdidas por tipo de cambio,
- Uniformizar el perfil de deuda, y
- Expandir nuestras fuentes de financiamiento

BREAKDOWN DE DEUDA



RATIO DE GASTO FINANCIERO



RATING CREDITICIO

	Agencia	Dic-18	Dic-19
Global	STANDARD & POORS	BBB- / Estable	BBB- / Estable
	FitchRatings	BBB / Estable	BBB / Estable
	MOODY'S	Baa3 / Estable	Baa3 / Estable
Perú ⁶	APOYO & ASOCIADOS INTERNACIONALES S.A.C.	AAA / CP1+ / Estable	AAA / CP1+ / Estable
	MOODY'S LOCAL	AAA / EQL1+	AAA / ML1+
Bolivia	PCR	BAA	BAA

¹ Deuda antes de operaciones de cobertura, al costo amortizado / ² Deuda después de operaciones de cobertura

³ Definido como el costo promedio de nuestras obligaciones financieras

⁴ EBITDA incluye Fino, SAO e Intradevco en los últimos 12 meses. EBITDA al 4T19 excluye el efecto por deterioro (S/ 37 millones).

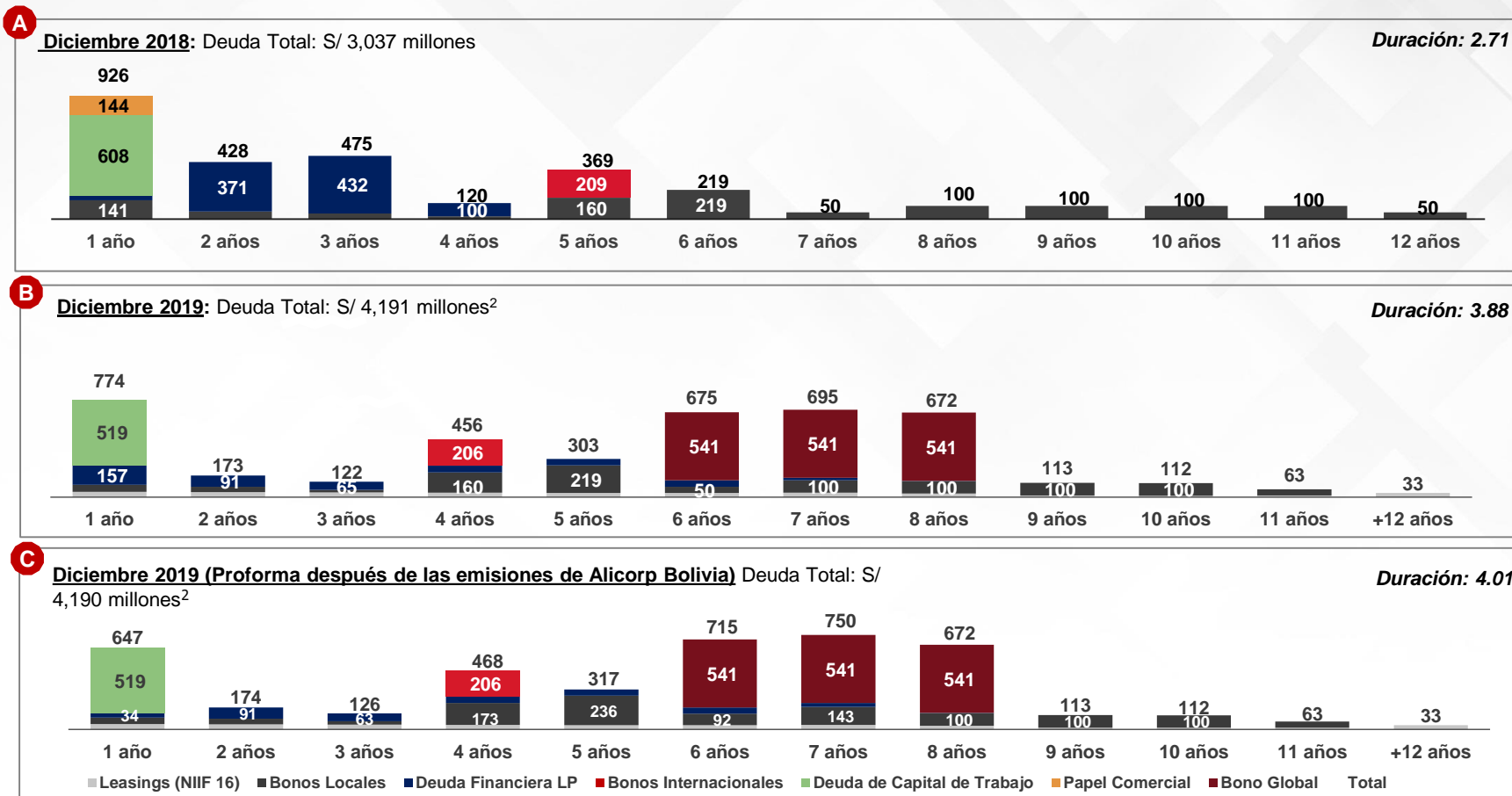
⁵ Gasto Financiero incluye: gastos por interés, instrumentos financieros derivados y diferencia en tipo de cambio de Fino, SAO e Intradevco en los últimos 12 meses

⁶ Moody's Local no publica perspectivas para instrumentos calificados

3 Perfil de Amortizaciones al 4T 2019

- A** Durante 2018, Alicorp tomó un financiamiento de largo plazo por USD 400MM (*Club Deal*) para adquirir Fino y SAO. Al cierre de 2018, el *outstanding* del *Club Deal* era USD 222MM, como resultado del refinanciamiento realizado a través del mercado de capitales local.
- B** A diciembre 2019, nuestra deuda total fue PEN 4,191MM. Al 4T19, nuestro efectivo y equivalentes de efectivo cubren nuestra deuda financiera corriente por at 1.09x.
- C** A diciembre 2020, nuestra subsidiaria Alicorp Bolivia refinanció PEN 119 MM de una deuda financiera de largo plazo, a través de bonos locales.

PERFIL DE AMORTIZACIONES¹: DURACIÓN A DICIEMBRE 2019 FUE 3.88 AÑOS VS. 2.71 AÑOS A DICIEMBRE 2018



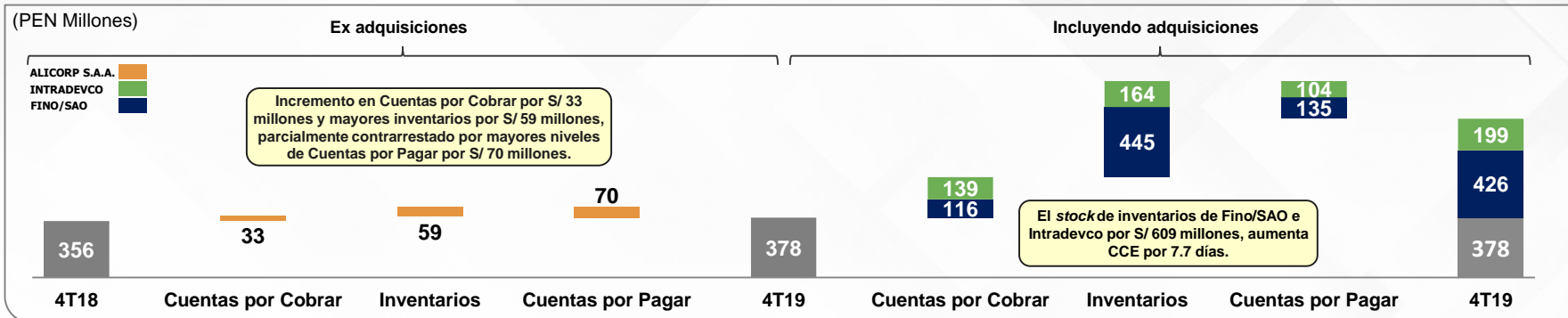
¹Deuda antes de operaciones de cobertura, a un costo amortizado. / ²Deuda Total incluye *leasings* bajo NIIF 16.

3 Capital de Trabajo y Gestión de CAPEX al 4T 2019

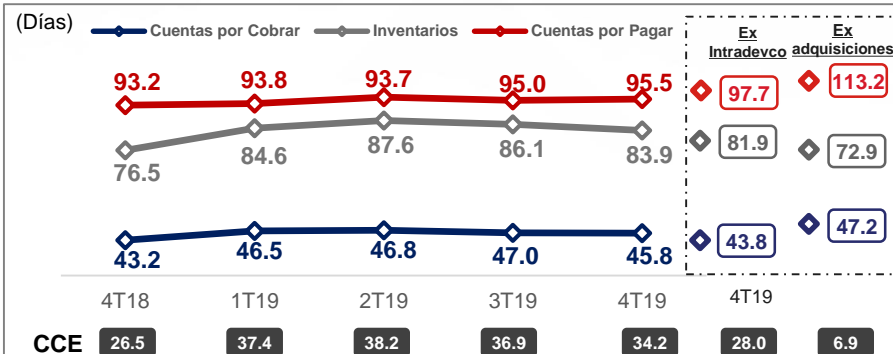
HITOS CLAVE

- A** Alicorp, incrementó su Ciclo de Conversión de Efectivo (CCE) de 26.5 días en el 4T18 a 34.2 días en el 4T19 como resultado de mayores días de inventario de las adquisiciones (FINO/SAO e Intradevco). Ex adquisiciones, el CCE se ubica en 6.9 días.
- B** La Compañía incrementó su CAPEX orgánico durante el 4T19 como resultado de inversiones en propiedad, planta y equipos, y activos intangibles.

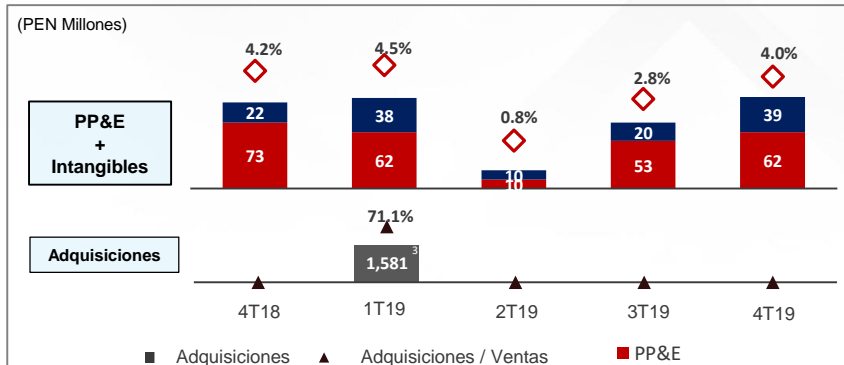
EVOLUCIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO¹



A DÍAS DE CAPITAL DE TRABAJO²



B EVOLUCIÓN DEL CAPEX



¹ El Capital de Trabajo es definido como el promedio de los últimos doce meses de las cuentas por cobrar sumado al promedio de inventarios menos el promedio de cuentas por pagar.

² Promedio de días como un promedio de los últimos doce meses de las cuentas por balance.

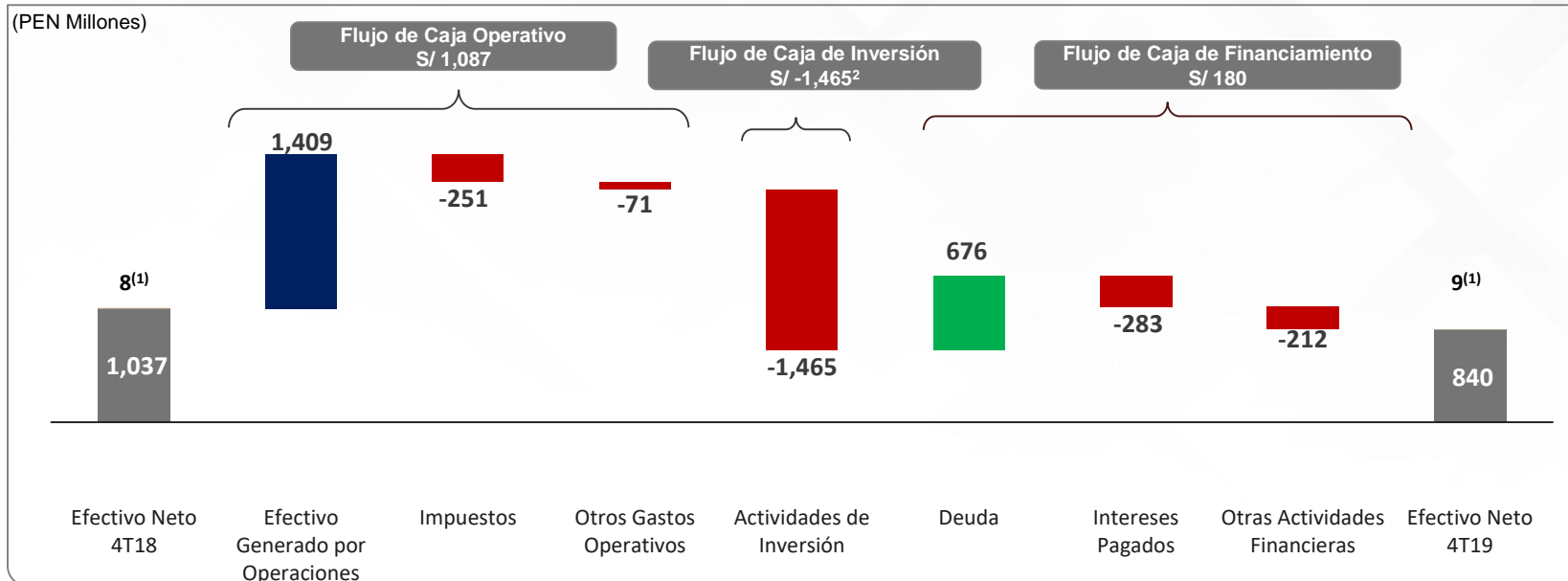
³ Adquisición de Intradevco concluyó en enero 2019 por USD 490.5 millones.

3 Flujo de Caja al 4T19

PUNTOS A RESALTAR

- **Flujo de Caja proveniente de las Actividades de Operaciones** fue S/ 1,087 millones, S/167 millones sobre el monto al 4T18 principalmente explicado por menores impuestos y mayores ventas.
- **Flujo de Caja utilizado en las Actividades de Inversión** fue S/ 1,465 millones; comparado a S/ 1,203 millones al 4T18, principalmente explicado por S/ 1,581 millones utilizados en la adquisición de Intradevco y S/ 294 millones de gasto en CAPEX (PP&E and Intangibles), parcialmente contrarrestados por la venta de acciones BAP por S/ 343 millones.
- **Flujo de Caja proveniente de las Actividades de Financiamiento** fue S/ 180 millones, menor comparado a S/ 276 million al 4T18, principalmente debido a mayores pagos de interés de la deuda tomada para la adquisición de Intradevco.

PRINCIPALES COMPONENTES DE LA EVOLUCIÓN DEL FLUJO DE EFECTIVO

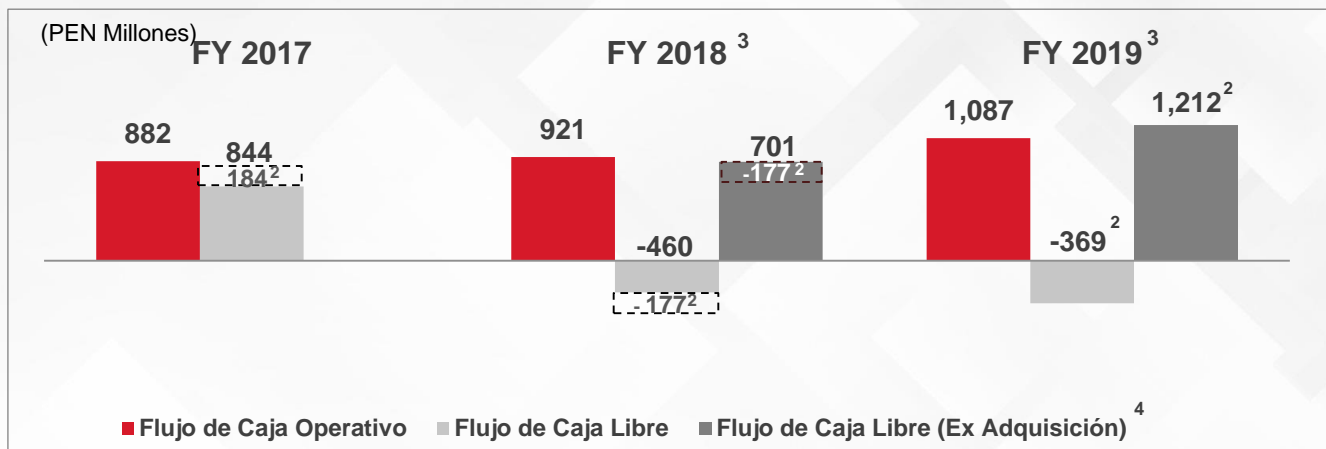


¹ Inversiones: depósitos a plazo con vencimiento entre 90 días y 360 días y fondos mutuos.

² Incluye PP&E, adquisiciones, software y la adquisición de Intradevco por S/ 1,581, neto de efectivo.

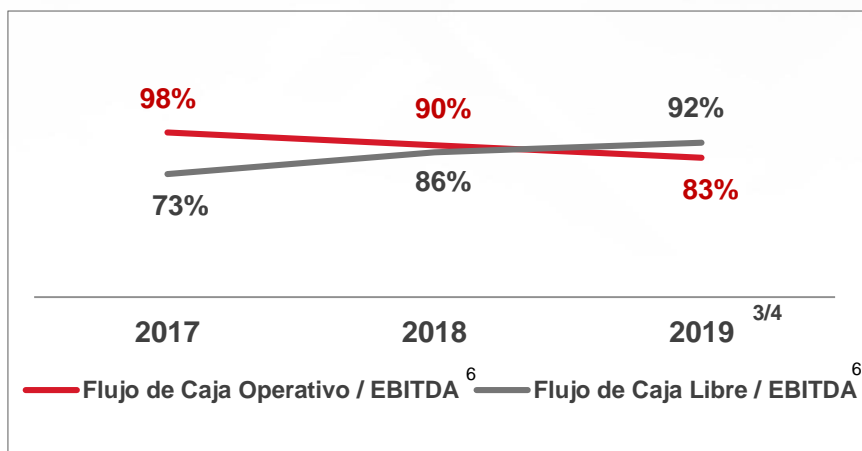
3 Evolución de FCO y FCL al 4T 2019

FLUJO DE CAJA OPERATIVO Y LIBRE¹

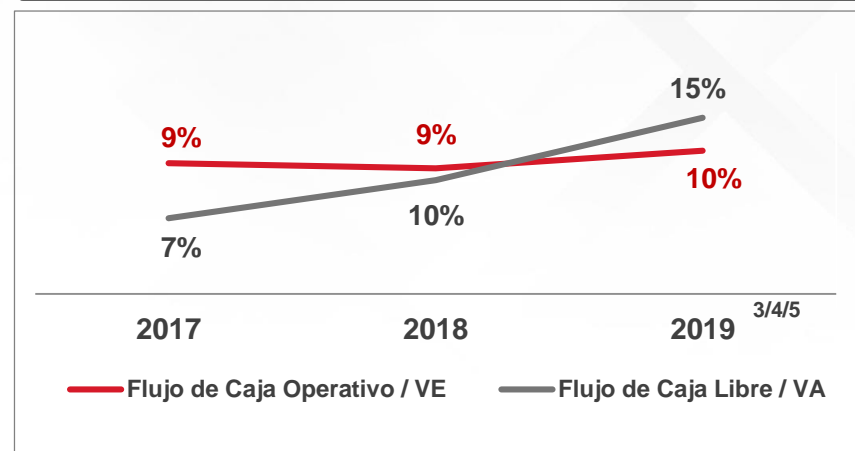


- El Flujo de Caja Libre para el 2019 fue mayor que en el 2018 debido principalmente a: i) mayores ingresos y ii) la venta de acciones BAP

CONVERSIÓN DE FLUJO DE CAJA OPERATIVO Y LIBRE¹



RENDIMIENTO DEL FLUJO DE CAJA OPERATIVO Y LIBRE¹



¹ Flujo de Caja Operativo: EBITDA – Impuestos – Variación de Capital de Trabajo

Flujo de Caja Libre: Flujo de Caja Operativo – Flujo de Caja de Inversión

² Considera reclasificación de depósitos con vencimiento entre 90 y 360 días y fondos mutuos de Flujo de Caja de Inversión a Flujo de Caja de Financiamiento (2017: +PEN 184MM, 2018: -PEN 177MM y 2019: +PEN 9MM)

³ Considera el Flujo de Caja Operativo y Libre en los últimos 12 meses (bajo NIIF 16)

⁴ Flujo de Caja Libre no incluye el monto de adquisición de Fino, SAO e Intradevco (2018: PEN 1,160MM and 2019: PEN 1,581MM)

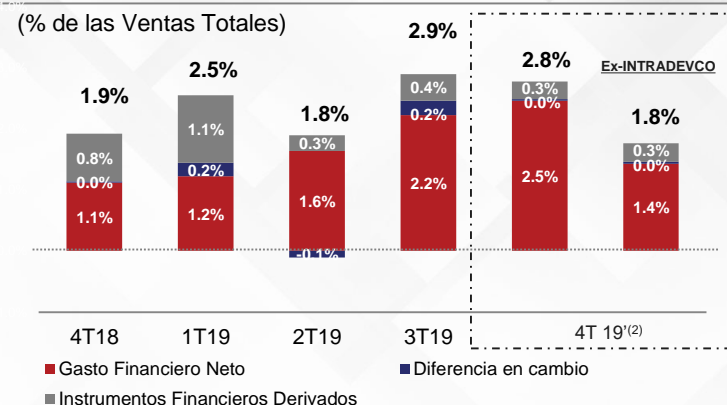
⁵ Valor Empresa (VE) y Valor Accionista (VA) basado en la capitalización de mercado y deuda al 31 de diciembre 2019

⁶ EBITDA al 2019 excluye el efecto por deterioros (S/ 37 millones).

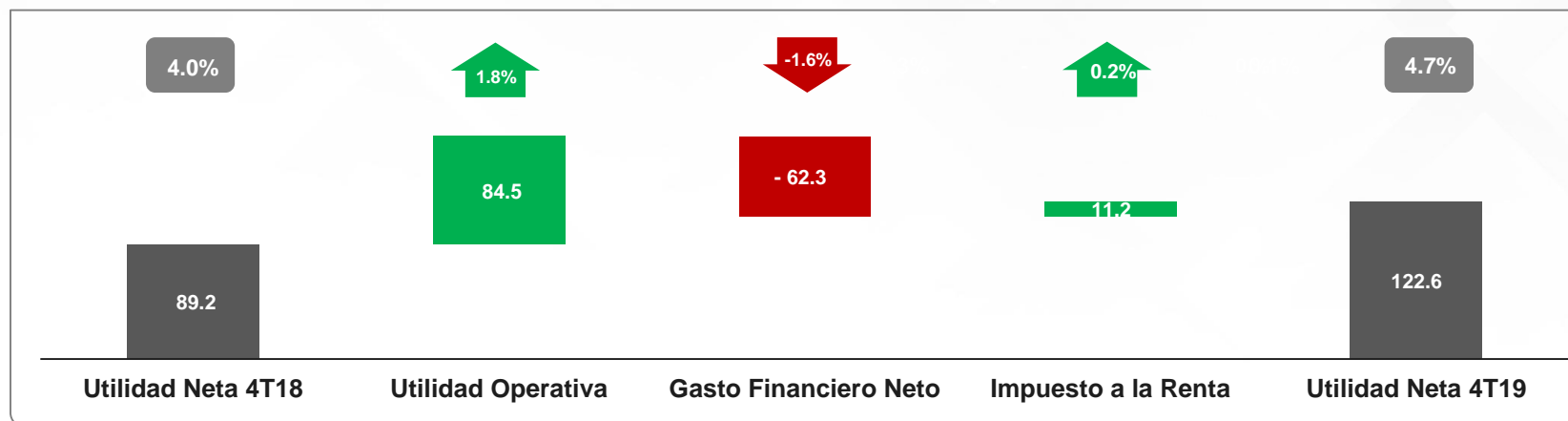
3 Evolución de Utilidad Neta y Margen Neto (%)

- La Utilidad Neta aumentó S/ 33.3 millones, alcanzando S/ 122.6 millones en el 4T19. El Margen Neto se ubicó en 4.7% (+0.7 p.p. AaA) debido a un incremento en la utilidad operativa y menores impuestos que fueron parcialmente contrarrestados por mayores gastos financieros (explicados por un incremento en la deuda relacionada a la adquisición de Intradevco).
- Excluyendo la adquisición de Intradevco, la Utilidad Neta alcanzó S/ 136.5 millones con un Margen Neto de 5.64%⁽²⁾

EVOLUCIÓN DEL GASTO FINANCIERO⁽¹⁾



PRINCIPALES COMPONENTES DE LA UTILIDAD NETA (AaA)



¹Excluyendo NIC 29

²La Utilidad Neta y Margen Neto fueron calculados excluyendo Ventas y Gasto Financiero Neto relacionado a la adquisición de Intradevco (incluyendo Global Pen).

Hitos 4T 2019



PRINCIPALES HITOS

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTOS

9 productos fueron lanzados como parte de nuestra estrategia de innovación, siendo los más notables:

Un nuevo limpiador multisuperficie bajo la marca "Sapolio"



Un nuevo suavizante con aroma a tulipán bajo la marca "Bolivar"



Un nuevo panetón con sabor a dulce de leche bajo la marca "Blanca Flor"



Nuevos sabores de refrescos instantáneos bajo la marca "Santa Amalia"



EFICIENCIAS EN CAPITAL DE TRABAJO

Se incrementó el Ciclo de Conversión de Efectivo (CCC) a 34.2 días LTM a diciembre 2019, de 26.5 días a diciembre 2018. Excluyendo las adquisiciones de Fino, Sao e Intradevco, el CCE habría sido 6.9 días

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

REPUTACIÓN



Alicorp fue reconocida por **Merco Perú** dentro del **Top 10** en el ranking general de empresas y el **primer lugar** en el sector Alimentos

Asimismo, nuestro CEO, Alfredo Pérez Gubbins, fue reconocido dentro del **Top 10** en el ranking de **Líderes**

Desempeño por Unidad de Negocio y Región



àlicorp

5 Desempeño por Negocio y Región (1)

CONSOLIDADO

Consolidado	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	1,711	2,123	2,208	2,247	8,289
Utilidad Bruta	471	518	555	504	2,048
GAV	292	299	343	341	1,275
EBITDA	215	275	290	241	1,022
Margen Bruto	27.6%	24.4%	25.1%	22.4%	24.7%
GAV (% de Ventas)	17.1%	14.1%	15.6%	15.2%	15.4%
Margen EBITDA	12.6%	13.0%	13.1%	10.7%	12.3%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
2,226	2,461	2,593	2,592	9,872	15.3%
545	607	658	643	2,452	27.7%
353	384	363	353	1,454	3.7%
244	293	383	358	1,277	48.2%
24.5%	24.7%	25.4%	24.8%	24.8%	2.4 p.p.
15.9%	15.6%	14.0%	13.6%	14.7%	-1.5 p.p.
11.0%	11.9%	14.8%	13.8%	12.9%	3.1 p.p.

PERÚ

Consumo Masivo Perú	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	624	678	725	733	2,760
Utilidad Bruta	226	243	250	246	965
GAV	121	126	124	126	497
EBITDA	125	137	155	139	556
Margen Bruto	36.2%	35.8%	34.5%	33.5%	35.0%
GAV (% de Ventas)	19.3%	18.5%	17.2%	17.2%	18.0%
Margen EBITDA	20.0%	20.2%	21.3%	19.0%	20.1%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
753	828	885	862	3,328	17.7%
255	289	318	272	1,133	10.8%
138	162	165	151	615	19.3%
140	157	181	165	643	18.7%
33.8%	34.9%	35.9%	31.6%	34.1%	-2.0 p.p.
18.3%	19.6%	18.6%	17.5%	18.5%	0.2 p.p.
18.6%	18.9%	20.5%	19.2%	19.3%	0.2 p.p.

B2B	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	351	397	422	417	1,586
Utilidad Bruta	68	75	81	86	310
GAV	43	40	40	45	167
EBITDA	33	46	49	50	178
Margen Bruto	19.5%	19.0%	19.1%	20.6%	19.6%
GAV (% de Ventas)	12.2%	10.0%	9.5%	10.7%	10.6%
Margen EBITDA	9.3%	11.6%	11.7%	12.0%	11.2%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
374	399	438	435	1,647	4.5%
80	85	92	96	354	12.0%
41	40	41	43	164	-3.6%
41	52	61	61	216	23.2%
21.5%	21.3%	21.1%	22.1%	21.5%	1.5 p.p.
10.9%	9.9%	9.4%	9.9%	10.0%	-0.8 p.p.
10.9%	13.1%	13.9%	14.1%	13.1%	2.1 p.p.

¹ GAV doesn't include other expenses and raw material hedging expenses

5 Desempeño por Negocio y Región (2)

Gastronomía	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	136	138	148	153	574
Utilidad Bruta	34	35	37	40	146
GAV	14	14	14	16	57
EBITDA	23	24	26	27	100
Margen Bruto	25.2%	25.3%	24.8%	26.5%	25.5%
GAV (% de Ventas)	10.5%	9.9%	9.1%	10.2%	9.9%
Margen EBITDA	16.8%	17.2%	17.6%	17.9%	17.4%

Panificación	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	156	190	194	185	726
Utilidad Bruta	26	31	33	34	123
GAV	19	19	19	21	79
EBITDA	9	17	17	17	60
Margen Bruto	16.4%	16.1%	16.8%	18.2%	16.9%
GAV (% de Ventas)	12.4%	10.1%	10.0%	11.5%	10.9%
Margen EBITDA	6.0%	8.9%	8.9%	8.9%	8.3%

Clientes Industriales	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	57	65	77	76	275
Utilidad Bruta	9	10	12	12	44
GAV	7	5	5	6	23
EBITDA	3	6	8	8	24
Margen Bruto	16.5%	15.2%	15.6%	16.4%	15.9%
GAV (% de Ventas)	11.6%	7.7%	7.1%	7.8%	8.4%
Margen EBITDA	5.6%	9.4%	9.9%	10.0%	8.9%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
141	142	151	156	589	2.0%
38	40	44	43	166	5.7%
17	15	16	17	66	12.0%
24	28	31	29	113	7.1%
27.1%	28.4%	29.5%	27.4%	28.1%	0.9 p.p.
11.9%	10.8%	10.8%	11.2%	11.2%	1.0 p.p.
17.2%	19.6%	20.8%	18.8%	19.1%	0.9 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
166	186	205	194	751	4.9%
32	33	35	40	139	17.3%
17	17	17	18	70	-14.3%
11	18	23	24	76	45.6%
19.1%	17.8%	17.1%	20.4%	18.6%	2.2 p.p.
10.5%	9.2%	8.2%	9.4%	9.3%	-2.1 p.p.
6.9%	9.9%	11.0%	12.4%	10.2%	3.5 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
65	68	78	81	292	7.5%
11	12	13	14	51	15.4%
5	6	6	6	23	-4.5%
7	7	8	9	30	21.6%
17.8%	17.1%	16.8%	17.6%	17.3%	1.2 p.p.
7.9%	8.4%	8.1%	6.9%	7.8%	-0.9 p.p.
10.6%	9.8%	9.9%	11.3%	10.4%	1.3 p.p.

¹ GAV doesn't include other expenses and raw material hedging expenses

5 Desempeño por Negocio y Región (3)

CMI	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	250	313	366	360	1,289
Utilidad Bruta	75	90	103	51	320
GAV	88	86	107	99	380
EBITDA	-5	17	6	-19	-1
Margen Bruto	30.1%	28.8%	28.2%	14.2%	24.8%
GAV (% de Ventas)	35.0%	27.5%	29.2%	27.5%	29.5%
Margen EBITDA	-2.0%	5.4%	1.6%	-5.4%	-0.1%

CMI Bolivia	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	9	69	126	155	358
Utilidad Bruta	4	20	36	11	70
GAV	3	12	35	39	89
EBITDA	1	10	3	-11	3
Margen Bruto	42.3%	29.8%	28.5%	6.8%	19.7%
GAV (% de Ventas)	33.1%	18.2%	27.6%	25.2%	24.9%
Margen EBITDA	15.3%	14.3%	2.1%	-7.2%	0.7%

CMI CAMEC	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	16	29	32	41	118
Utilidad Bruta	8	10	12	14	45
GAV	7	8	9	10	34
EBITDA	2	4	4	5	14
Margen Bruto	52.1%	36.1%	37.6%	34.1%	38.0%
GAV (% de Ventas)	44.9%	26.3%	28.9%	24.5%	28.9%
Margen EBITDA	10.4%	12.8%	11.6%	12.5%	12.1%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
394	439	406	467	1,706	29.6%
109	119	113	118	459	131.2%
104	109	93	102	409	2.5%
17	23	37	11	89	-158.9%
27.7%	27.0%	27.8%	25.3%	26.9%	11.1 p.p.
26.5%	24.9%	22.9%	21.8%	24.0%	-5.8 p.p.
4.4%	5.2%	9.2%	2.4%	5.2%	7.8 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
136	139	153	162	590	4.5%
42	39	42	42	165	298.6%
28	31	28	27	114	-31.4%
21	13	24	25	83	-325.7%
31.0%	28.0%	27.4%	25.9%	28.0%	19.1 p.p.
20.8%	22.3%	18.3%	16.5%	19.3%	-8.7 p.p.
15.1%	9.7%	15.3%	15.6%	14.0%	22.9 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
54	53	77	56	240	38.6%
15	16	21	17	69	22.1%
12	12	15	14	54	45.2%
5	7	9	10	31	96.0%
28.6%	31.0%	27.0%	30.1%	28.9%	-4.1 p.p.
22.8%	23.2%	19.5%	25.7%	22.5%	1.2 p.p.
9.7%	12.4%	11.9%	17.7%	12.9%	5.2 p.p.

¹ GAV doesn't include other expenses and raw material hedging expenses

5 Desempeño por Negocio y Región (4)

CMI Brasil	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	103	100	99	103	405
Utilidad Bruta	34	32	33	32	131
GAV	39	35	33	36	143
EBITDA	-1	2	3	1	6
Margen Bruto	33.0%	32.2%	32.9%	31.5%	32.4%
GAV (% de Ventas)	37.7%	35.1%	33.2%	35.0%	35.3%
Margen EBITDA	-0.6%	2.0%	2.8%	1.4%	1.4%

CMI Cono Sur	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	123	116	109	62	409
Utilidad Bruta	29	27	23	-6	73
GAV	39	31	30	14	114
EBITDA	-7	1	-3	-15	-24
Margen Bruto	23.9%	23.5%	20.8%	-9.0%	18.0%
GAV (% de Ventas)	31.7%	26.7%	27.5%	23.2%	27.9%
Margen EBITDA	-6.0%	1.3%	-2.9%	-23.7%	-5.8%

Acuicultura	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	485	576	516	510	2,088
Utilidad Bruta	102	107	95	115	419
GAV	41	41	40	39	161
EBITDA	63	78	81	87	309
Margen Bruto	21.0%	18.5%	18.3%	22.6%	20.1%
GAV (% de Ventas)	8.4%	7.1%	7.8%	7.7%	7.7%
Margen EBITDA	13.0%	13.5%	15.8%	17.0%	14.8%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
90	98	95	97	379	-5.6%
27	30	27	28	111	-12.5%
37	34	30	29	130	-20.0%
-7	-1	0	-27	-36	-1958.8%
29.7%	30.3%	28.3%	29.2%	29.4%	-2.3 p.p.
41.6%	34.8%	32.1%	29.7%	34.4%	-5.3 p.p.
-7.7%	-1.5%	0.0%	-28.1%	-9.4%	-29.5 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
114	150	82	152	497	144.3%
25	34	23	31	113	-652.5%
27	32	20	32	110	120.9%
-2	4	5	3	11	-122.6%
21.6%	22.5%	28.6%	20.4%	22.7%	29.4 p.p.
23.3%	21.5%	24.2%	20.9%	22.2%	-2.2 p.p.
-1.5%	2.8%	5.8%	2.2%	2.1%	26.0 p.p.

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
490	548	541	590	2,169	15.5%
102	116	111	131	460	13.7%
50	45	48	44	187	12.9%
57	85	80	95	317	9.7%
20.7%	21.2%	20.5%	22.2%	21.2%	-0.3 p.p.
10.2%	8.2%	8.8%	7.5%	8.6%	-0.2 p.p.
11.6%	15.4%	14.8%	16.2%	14.6%	-0.9 p.p.

¹ GAV doesn't include other expenses and raw material hedging expenses

5 Desempeño por Negocio y Región (5)

Molienda

Molienda	Bajo NIIF 16				
	2018				
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY
Ventas	-	158	177	227	562
Utilidad Bruta	-	2	26	6	33
GAV	-	7	30	24	61
EBITDA	-	-3	-2	-8	-13
Margen Bruto	-	1.2%	14.6%	2.5%	6.0%
GAV (% de Ventas)	-	4.4%	16.9%	10.6%	10.8%
Margen EBITDA	-	-1.7%	-1.3%	-3.4%	-2.2%

Bajo NIIF 16					Variación
2019					4T19
1T	2T	3T	4T	FY	AaA
213	247	323	238	1,022	5.1%
-2	-2	24	26	46	345.8%
18	27	13	11	68	-54.3%
-12	-23	28	25	19	-423.5%
-0.8%	-0.6%	7.4%	10.7%	4.5%	8.2 p.p.
8.4%	10.7%	3.9%	4.6%	6.7%	-6.0 p.p.
-5.4%	-9.2%	8.7%	10.4%	1.8%	13.8 p.p.

¹ GAV doesn't include other expenses and raw material hedging expenses

5 Desempeño por Negocio y Región (6)

FX RATES¹

Año	2018					2019				
Quarter	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	4T	FY
USD/PEN	3.24	3.26	3.29	3.36	3.29	3.32	3.32	3.34	3.36	3.34
USD/ARS	19.7	23.53	32.09	37.11	28.11	39.1	43.96	50.54	59.38	48.25
USD/BRL	3.24	3.61	3.96	3.81	3.65	3.77	3.92	3.98	4.12	3.95
ARS/PEN	6.08	7.21	9.74	11.05	8.52	11.76	13.23	15.10	17.65	14.44
BRL/PEN	1.00	1.11	1.2	1.13	1.11	1.13	1.18	1.19	1.22	1.18

¹ Average FX rate for the period