

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

# **ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS TERCER TRIMESTRE 2022**

Reporte de Resultados



Lima - Perú, 31 de octubre de 2022. Alicorp S.A.A. ("la Compañía" o "Alicorp") (BVL: ALICORC1 y ALICORI1) anunció hoy sus resultados financieros no auditados correspondientes al Tercer Trimestre de 2022 (3T22). 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 3T 2022**
- 2. ACTUALIZACIÓN DE NUESTRO MARCO ESTRATÉGICO**
- 3. INFORMACIÓN FINANCIERA**
  - 3.1** Estado de Resultados
  - 3.2** Balance General
  - 3.3** Estado de Flujo de Efectivo
- 4. EVENTOS RECIENTES**
  - 4.1** Investigación y Desarrollo de Productos
  - 4.2** Reconocimientos y Responsabilidad Social
- 5. ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS**
- 6. DESEMPEÑO POR UNIDAD DE NEGOCIO Y REGIÓN**



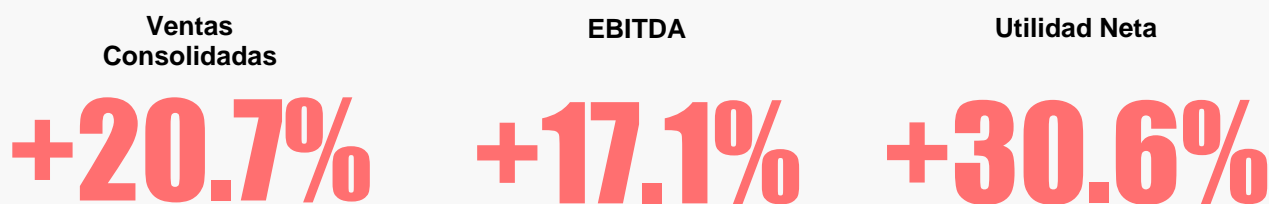


# HITOS 3T 2022





## 1. HITOS 3T 2022



- **Las ventas consolidadas crecieron 20.7% AaA en el 3T22**, debido al sólido desempeño de nuestros negocios de Molienda y Consumo Masivo Perú, y al desempeño positivo de nuestras unidades de Acuicultura, B2B y Consumo Masivo Internacional. El **volumen disminuyó 1.1% AaA**, explicado principalmente por los negocios de B2B y Acuicultura, parcialmente contrarrestado por Molienda y Consumo Masivo Perú.
- **La utilidad bruta incrementó 19.3% AaA**, impulsado principalmente por el notable desempeño de nuestra unidad de Molienda. Nuestros negocios de Consumo Masivo Perú y Acuicultura también presentan resultados positivos. El **margen bruto disminuyó 0.2 p.p** en comparación con el 3T21 debido a la continua presión en nuestra estructura de costos.
- **El EBITDA se incrementó en 17.1% AaA**, debido al crecimiento de la utilidad bruta.
- **La utilidad neta totalizó S/ 131 millones en el 3T22, aumentando 30.6% AaA**, debido al incremento de nuestra utilidad operativa, parcialmente contrarrestado por nuestros costos de cobertura de divisas.
- A septiembre de 2022, la **Deuda Neta**<sup>1</sup> alcanzó los S/ 3,974 millones, una disminución de S/ 366 millones comparado con diciembre de 2021, explicado principalmente por i) nuestra estrategia de reducción de apalancamiento, ii) por una gestión proactiva del capital de trabajo, y iii) un aumento de nuestro EBITDA en los últimos doce meses como resultado del buen desempeño de nuestras unidades de Molienda, Acuicultura y Consumo Masivo Perú. El ratio de **Deuda Neta-EBITDA**<sup>2</sup> disminuyó de 3.3x<sup>3</sup> en diciembre 2021 a 2.5x<sup>3</sup> en septiembre de 2022.

<sup>1</sup> Deuda Neta es deuda financiera menos caja y equivalentes de caja al 3T22 (incluyendo el efecto de NIIF 16)

<sup>2</sup> Ratio Deuda Neta-EBITDA excluye los efectos de las operaciones de Brasil y Argentina, cuyos resultados se incluyen en la línea de Operaciones Discontinuas

<sup>3</sup> Incluye nuevas empresas adquiridas en los últimos 12 meses



àlicorp



# 2

## ACTUALIZACION DE NUESTRO MARCO ESTRATÉGICO





## 2. ACTUALIZACIÓN DE NUESTRO MARCO ESTRATÉGICO

Desde finales del año pasado, hemos llevado a cabo un diligente ejercicio de priorización, el cual se refleja en el actual marco estratégico centrado en iniciativas clave por unidad de negocio. Este comienza con una actualización de nuestra aspiración ganadora:

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

Para cumplir con esta desafiante aspiración, nos centraremos en estos tres frentes específicos: i) Productos y marcas diferenciadas, ii) Excelencia en productividad, y iii) Cadena de suministro flexible. Todo ello, sumado a nuestras actuales ventajas competitivas, a la experiencia local en la región y a nuestras capacidades de clase mundial, nos permitirá implementar con éxito iniciativas clave y proyectos estratégicos en cada una de nuestras unidades de negocio:

- Consumo Masivo: impulsar nuestra estrategia de distribución en la región Andina; acelerar el crecimiento de nuestras plataformas de cuidado personal y del hogar, al tiempo que ampliamos nuestras iniciativas digitales; y fortalecer nuestro negocio de Cuidado del Hogar en Bolivia, buscando aumentar la competitividad a través de la fabricación local.
- B2B: mejorar nuestra estrategia de distribución mediante iniciativas digitales y reforzar nuestros servicios de asesoramiento, situando a nuestros clientes en el centro de todos nuestros esfuerzos.
- Acuicultura: el aumento de la capacidad de producción de nuestra planta de alimento para camarón en Ecuador y nuestra continua digitalización del negocio nos llevarán a reforzar nuestra presencia en el mercado.
- Molienda: maximizar la rentabilidad centrándonos en la generación de flujo de caja, explorando flujos de ingresos menos dependientes de las materias primas.

Confiamos en nuestra comprobada capacidad para seguir generando valor para nuestros clientes, consumidores, accionistas y la sociedad en general, para seguir alimentando un mañana mejor.





# 3

## INFORMACIÓN FINANCIERA





### 3. INFORMACIÓN FINANCIERA

## 3.1 ESTADO DE RESULTADOS

#### RESULTADOS CONSOLIDADOS

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
<b>Volumen (miles de TM)</b>	851	860	(1.1%)	2,604	2,423	7.5%
<b>Ventas netas</b>	3,990	3,305	20.7%	11,243	8,639	30.1%
<b>Utilidad bruta</b>	749	628	19.3%	2,097	1,789	17.2%
<i>Margen bruto</i>	18.8%	19.0%	-0.2 p.p.	18.7%	20.7%	-2.1 p.p.
<b>Utilidad bruta por TM</b>	881	730	20.6%	805	738	9.1%
<b>Gastos de ventas, generales y administrativos</b>	-398	-365	9.1%	-1,121	-1,093	2.6%
<b>Utilidad operativa</b>	325	266	22.0%	955	720	32.5%
<i>Margen operativo</i>	8.2%	8.1%	0.1 p.p.	8.5%	8.3%	0.2 p.p.
<b>EBITDA</b>	433	370	17.1%	1,270	1,006	26.3%
<i>Margen EBITDA</i>	10.9%	11.2%	-0.3 p.p.	11.3%	11.6%	-0.3 p.p.
<b>EBITDA por TM</b>	509	430	18.4%	488	415	17.5%
<b>Gasto financiero neto</b>	-79	-82	(3.9%)	-228	-215	6.1%
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	206	180	14.1%	626	483	29.5%
<b>Impuesto a la renta</b>	-55	-63	(13.1%)	-171	-159	7.6%
<i>Tasa impositiva efectiva</i>	26.8%	35.2%	-8.4 p.p.	27.3%	32.8%	-5.5 p.p.
<b>Utilidad neta de operaciones continuas</b>	151	117	28.8%	455	325	40.2%
<b>Resultado Neto de operaciones discontinuadas</b>	-19	-16	18.3%	-22	-45	(51.3%)
<b>Utilidad neta del periodo</b>	131	101	30.6%	433	280	54.8%
<i>Margen neto</i>	3.3%	3.0%	0.3 p.p.	3.9%	3.2%	0.7 p.p.

- El **volumen consolidado** alcanzó las 851 mil toneladas en el 3T22, una disminución de 1.1% AaA, debido a la reducción del volumen de ventas de nuestros negocios de B2B, Acuicultura y Consumo Masivo Internacional con 8.6%, 3.6% y 0.8% de decrecimiento, respectivamente. Esto fue parcialmente contrarrestado por el positivo desempeño de nuestras unidades de Molienda y Consumo Masivo Perú con 5.6% y 3.4% de crecimiento, respectivamente. En términos acumulados, el volumen consolidado ganó 7.5%.
- Las **ventas consolidadas** alcanzaron los S/ 3,990 millones en el 3T22, un aumento de 20.7% AaA, impulsados por los importantes crecimientos AaA de nuestros negocios de Molienda y Consumo Masivo Perú de 43.8% y 23.5%, respectivamente. B2B, Acuicultura y Consumo Masivo Internacional también demostraron un desempeño positivo con un crecimiento de 16.0%, 12.1% y 4.8% AaA, respectivamente. En términos acumulados, las ventas consolidadas crecieron 30.1%.
- La **utilidad bruta** alcanzó los S/ 749 milones en el 3T22, un incremento de 19.3% AaA, explicado por el crecimiento de 75.2% de nuestro negocio de Molienda, adicionalmente a un crecimiento de 22.4% AaA en Consumo Masivo Perú y de 8.9% AaA en Acuicultura. Esto fue parcialmente contrarrestado por nuestras unidades de Consumo Masivo Internacional y B2B, las cuales presentan reducciones de 5.2% y 3.4% AaA, respectivamente. El **margen bruto** se redujo 0.2 p.p presionado por el impacto de la inflación de los precios de las materias primas en nuestras ventas, mientras que la **utilidad bruta por TM** creció 20.6%. En términos acumulados, la utilidad bruta creció 17.2%, mientras que el margen bruto cayó 2.1 p.p. La utilidad bruta por TM acumulada también aumentó 9.1%.
- Los **gastos de ventas, generales y administrativos (SG&A por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 398 millones, un incremento de 9.1% AaA, explicado principalmente por mayores gastos de venta y de marketing. En términos acumulados, los gastos de ventas, generales y administrativos aumentaron 2.6%.



- Las **ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 433 millones en el 3T22, un incremento de 17.1% AaA, explicado principalmente por una contribución importante de nuestros negocios de Molienda (+85.3%) y Consumo Masivo Perú (+37.4%). Nuestros negocio de Acuicultura (+3.5% AaA) también presenta un mayor EBITDA. El **margen EBITDA** disminuyó 0.3 p.p., de 11.2% en el 3T21 a 10.9% en el 3T22, mientras que el **EBITDA por TM** aumentó 18.4%. En términos acumulados, el EBITDA creció 26.3%, mientras que el margen EBITDA cayó 0.3 p.p. El EBITDA por TM acumulado también aumentó 17.5%.
- La **utilidad operativa** fue S/ 325 millones en el 3T22, un aumento de 22.0% AaA, y el **margen operativo** se mantuvo estable. En términos acumulados, la utilidad operativa creció 32.5% y el margen operativo se incrementó en 0.2 p.p.
- Los **gastos financieros netos** disminuyeron 3.9% AaA, **explicado** principalmente por una menor deuda financiera neta -como resultado de nuestro esfuerzo por prepagar la deuda con nuestra generación de caja- que compensó el efecto de las mayores tasas de interés sobre nuestros pasivos financieros. En términos acumulados, los gastos financieros netos se incrementaron en 6.1% debido a mayores tasas de interés.
- El **impuesto a la renta** decreció 13.1% AaA debido a la disminución de la tasa efectiva de 35.2% en el 3T21 a 26.8% en el 3T22, principalmente explicada por menores tasas efectivas de impuesto a la renta en Bolivia y Ecuador.
- La **utilidad neta** alcanzó los S/ 131 millones, creciendo 30.6% AaA, principalmente explicado por una mayor utilidad operativa y menor impuesto a la renta, parcialmente contrarrestado por costos de cobertura de divisas. En términos acumulados, la utilidad neta creció 54.8%.

## RESULTADOS POR NEGOCIO

### Consumo Masivo Perú

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
<b>Volumen (miles de TM)</b>	169	163	3.4%	521	535	(2.7%)
<b>Ventas netas</b>	1,132	916	23.5%	3,221	2,775	16.1%
<b>Utilidad bruta</b>	294	240	22.4%	814	796	2.3%
<b>Margen bruto</b>	25.9%	26.2%	-0.2 p.p.	25.3%	28.7%	-3.4 p.p.
<b>Utilidad bruta por TM</b>	1,739	1,470	18.3%	1,563	1,487	5.1%
<b>EBITDA</b>	166	121	37.4%	444	417	6.5%
<b>Margen EBITDA</b>	14.7%	13.2%	1.5 p.p.	13.8%	15.0%	-1.2 p.p.
<b>EBITDA por TM</b>	985	742	32.8%	852	778	9.5%

- A pesar de que el panorama político y económico del Perú continúa siendo retador, nuestra unidad de Consumo Masivo Perú presentó resultados positivos en términos de volúmenes y rentabilidad en 3T22. Continuamos por el buen camino para recuperar los márgenes históricos y los niveles de volumen. Esto confirma que nuestra estrategia diseñada e implementada al término del 2021 sigue ganando tracción, logrando una mejora en el desempeño de esta unidad de negocio y fortaleciendo nuestras marcas.
- El **volumen** aumentó 3.4% AaA, alcanzando las 169 mil toneladas métricas explicado por el sólido desempeño de nuestras categorías de alimentos tales como aceites comestibles (+47.4% AaA) y galletas (+28.6% AaA). En términos acumulados, el volumen cayó un 2.7%.
- Las **ventas** crecieron 23.5% AaA predominantemente impulsado por i) iniciativas de precios en diversas categorías para compensar parcialmente el aumento de los precios internacionales de las materias primas, ii) una continua recuperación de nuestro *mix* de productos premium y económicos, y iii) la mejora del *mix* de canales. En términos acumulados, las ventas netas se incrementaron en 16.1%.



- La **utilidad bruta** se incrementó en 22.4% AaA como consecuencia de nuestras exitosas estrategias de precio y *design-to-value* para compensar parcialmente el aumento de los precios de las materias primas y la volatilidad del tipo de cambio, mientras que el **margen bruto** disminuyó ligeramente en 0.2 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta creció 2.3% AaA y el margen bruto disminuyó 3.4 p.p. AaA. Sin embargo, la **utilidad bruta por TM** creció un notable 18.3% en 3T22 y 5.1% en términos acumulados.
- El **EBITDA** creció 37.4% AaA debido al incremento de utilidad bruta. Además, el **margen EBITDA** ganó 1.5 p.p. AaA y el **EBITDA por TM** incrementó en 32.8%. En términos acumulados, el EBITDA aumentó 6.5% AaA, mientras que el margen EBITDA cayó 1.2 p.p. AaA. El EBITDA por TM acumulado también creció 9.5%.

## Consumo Masivo Internacional

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	47	48	(0.8%)	130	127	2.1%
Ventas netas	323	308	4.8%	855	793	7.8%
Utilidad bruta	57	61	(5.2%)	165	176	(6.2%)
Margen bruto	17.8%	19.7%	-1.9 p.p.	19.3%	22.2%	-2.9 p.p.
Utilidad bruta por TM	1,210	1,265	(4.4%)	1,267	1,380	(8.2%)
EBITDA	-7	16	-S/ 22.9	8	40	(79.9%)
Margen EBITDA	(2.1%)	5.3%	-7.3 p.p.	0.9%	5.0%	-4.1 p.p.
EBITDA por TM	-142	338	-S/ 480.7	61	310	(80.3%)

- Las cifras de nuestro negocio de Consumo Masivo Internacional no incluyen los resultados de las operaciones de Argentina y Brasil (ventas en el 4T21) para 2022 ni 2021.
- Continuamos enfocando nuestros esfuerzos en la expansión de nuestra plataforma de cuidado del hogar en Bolivia y en el fortalecimiento de nuestras iniciativas de distribución en Ecuador.
- El **volumen** disminuyó 0.8% AaA principalmente explicado por nuestra unidad de Consumo Masivo Bolivia. En el acumulado, el volumen creció 2.1% AaA.
- Las **ventas** crecieron 4.8% AaA principalmente explicado por acciones de precio destinadas a compensar parcialmente los incrementos de los precios de materias primas. En el acumulado, las ventas netas se incrementaron en 7.8% AaA.
- La **utilidad bruta** decreció en 5.2% AaA debido a los precios más altos de materias primas, a un menor volumen vendido y a la preferencia de marcas más económicas en diversas categorías en Bolivia. El **margen bruto** disminuyó 1.9 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta cayó 6.2% y el margen bruto disminuyó 2.9 p.p. AaA.
- El **EBITDA** disminuyó S/ 22.9 million AaA principalmente explicado por una provisión por deuda incobrable, además de menor utilidad bruta y mayores gastos de ventas, generales y administrativos. Adicionalmente, el **margen EBITDA** cayó 7.3 p.p. AaA. En términos acumulados, el EBITDA disminuyó 79.9% AaA y el margen EBITDA disminuyó 4.1 p.p. AaA.

## Bolivia

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	26	27	(4.8%)	73	74	(0.8%)
Ventas netas	195	194	0.2%	528	502	5.3%
Utilidad bruta	31	33	(4.3%)	97	96	0.7%
Margen bruto	16.0%	16.8%	-0.7 p.p.	18.3%	19.2%	-0.8 p.p.
Utilidad bruta por TM	1,194	1,187	0.6%	1,328	1,308	1.6%
EBITDA	2	9	(79.4%)	18	29	(37.3%)
Margen EBITDA	0.9%	4.4%	-3.5 p.p.	3.4%	5.8%	-2.3 p.p.
EBITDA por TM	68	313	(78.4%)	249	393	(36.8%)

- En Bolivia, continuamos enfocados en la expansión de nuestra plataforma de cuidado del hogar con la finalidad de reducir el impacto negativo de los controles de precios en nuestra plataforma



de aceites domésticos. Adicionalmente, estamos enfrentando una preferencia por productos más accesibles en diversas categorías clave, un panorama retador debido a la volatilidad del tipo de cambio y el paro generalizado en la provincia de Santa Cruz.

- El **volumen** disminuyó 4.8% AaA explicado por nuestra categoría de aceites comestibles, parcialmente compensado por el sólido desempeño de nuestra categoría de detergentes (+30%). En el acumulado, el volumen cayó 0.8%.
- Las **ventas** crecieron ligeramente en 0.2% AaA como resultado de acciones de precio, con el objetivo de compensar parcialmente los precios más altos de materias primas. En el acumulado, las ventas netas se incrementaron en 5.3%.
- La **utilidad bruta** disminuyó en 4.3% AaA, principalmente debido a los precios más altos de materias primas, a un menor volumen vendido y a la preferencia de marcas más económicas en diversas categorías. El **margen bruto** cayó 0.7 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta creció 0.7% AaA, mientras que el margen bruto cayó 0.8 p.p. AaA.
- El **EBITDA** disminuyó 79.4% AaA debido a mayores gastos de ventas, generales y administrativos no recurrentes, principalmente explicados por una provisión por deuda incobrable y mayores gastos de nómina. Además, el **margen EBITDA** disminuyó 3.5 p.p. AaA. En términos acumulados, el EBITDA cayó un 37.3% AaA y el margen EBITDA cayó 2.3 p.p. AaA.

## Ecuador

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
<b>Volumen (miles de TM)</b>	10	9	8.6%	27	24	10.5%
<b>Ventas netas</b>	63	52	21.4%	153	133	14.7%
<b>Utilidad bruta</b>	16	16	6.3%	41	45	(7.4%)
<b>Margen bruto</b>	26.4%	30.1%	-3.7 p.p.	27.1%	33.5%	-6.5 p.p.
<b>Utilidad bruta por TM</b>	1,605	1,640	(2.1%)	1,554	1,855	(16.2%)
<b>EBITDA</b>	3	6	-42.5%	8	8	4.3%
<b>Margen EBITDA</b>	5.1%	10.8%	-5.7 p.p.	5.2%	5.8%	-0.5 p.p.
<b>EBITDA por TM</b>	311	587	-47.0%	300	318	(5.7%)

- En Ecuador, estamos enfocados en nuestra estrategia de distribución, la cual nos ha permitido llegar a 50.000 clientes frente a 5.000 a principios de 2022 y con presencia en el 80% del canal moderno.
- El **volumen** en Ecuador creció 8.6% AaA, principalmente explicado por categorías como lejías, y detergentes, respaldado por exitosas campañas de marketing. En términos acumulados, el volumen creció 10.5% AaA.
- Las **ventas** aumentaron 21.4% AaA principalmente debido a un mayor volumen vendido. Acciones de precio y eficiencias *gross-to-net* también fueron implementadas con la finalidad de compensar los altos precios de las materias primas. En términos acumulados, las ventas netas crecieron 14.7%.
- La **utilidad bruta** creció 6.3% AaA y el **margen bruto** disminuyó 3.7 p.p. AaA principalmente debido al continuo incremento de los costos relacionados a materias primas. En términos acumulados, la utilidad bruta disminuyó en 7.4% AaA y el margen bruto cayó 6.5 p.p. AaA.
- El **EBITDA** cayó 42.5% AaA debido a un incremento en los gastos de ventas, generales y administrativos, especialmente en gastos de marketing y de administración con la finalidad de impulsar el crecimiento futuro. El **margen EBITDA** cayó 5.7 p.p., y el **EBITDA por TM** también cayó 47.0% AaA. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó 4.3% AaA, mientras que el margen EBITDA y el EBITDA por TM también cayeron 0.5 p.p. y 5.7% AaA, respectivamente.



## B2B

En millones de soles	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	209	229	(8.6%)	636	639	(0.5%)
Ventas netas	703	606	16.0%	2,005	1,557	28.8%
Utilidad bruta	101	104	(3.4%)	299	255	17.2%
Margen bruto	14.3%	17.2%	-2.9 p.p.	14.9%	16.4%	-1.5 p.p.
Utilidad bruta por TM	482	456	5.6%	470	399	17.8%
EBITDA	60	68	(12.3%)	180	138	30.9%
Margen EBITDA	8.5%	11.3%	-2.7 p.p.	9.0%	8.8%	0.1 p.p.
EBITDA por TM	286	298	(4.1%)	283	215	31.6%

- El PBI de Restaurantes y el consumo fuera de los hogares han mostrado una importante desaceleración durante los últimos meses, explicada principalmente por la presión inflacionaria sobre las familias que tienen que priorizar sus gastos. Sin embargo, nuestro negocio B2B ha mostrado una fuerte resistencia defendiendo y en algunos casos ganando participación de mercado debido a nuestra estrategia multinivel, nuestro enfoque centrado en el cliente y la fortaleza de nuestras marcas.
- El **volumen** disminuyó 8.6% AaA debido a una reducción en el volumen vendido de nuestra plataforma de Panificación (-12.0% AaA), siendo la categoría de harinas la que presenta el decrecimiento más relevante. En el acumulado del año, el volumen cayó un 0.5% AaA.
- Las **ventas** crecieron 16.0% AaA debido a las acciones de precio, destinadas a compensar el aumento de los precios de las materias primas. En términos acumulados, las ventas netas crecieron 28.8%.
- La **utilidad bruta** disminuyó 3.4% AaA principalmente debido a menor volumen y a un escenario de preferencia por categorías más económicas. El **margen bruto** cayó 2.9 p.p., mientras que la **utilidad bruta por TM** aumentó en 5.6% AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta se incrementó en 17.2% AaA, mientras que el margen bruto cayó 1.5 p.p. AaA. La utilidad bruta por TM acumulada también creció 17.8%.
- El **EBITDA** disminuyó 12.3% AaA debido a una menor utilidad bruta y a un incremento de los gastos de marketing y de venta. El **margen EBITDA** cayó 2.7 p.p. AaA y el **EBITDA por TM** decreció 4.1%. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó en 30.9%, el margen EBITDA ganó 0.1 p.p. AaA y el EBITDA por TM también creció 31.6%.

## Acuicultura

En millones de dólares	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	194	201	(3.6%)	569	483	17.7%
Ventas netas	262	224	16.7%	725	515	40.8%
Utilidad bruta	39	35	13.4%	108	83	29.3%
Margen bruto	15.1%	15.5%	-0.4 p.p.	14.8%	16.2%	-1.3 p.p.
Utilidad bruta por TM	204	173	17.7%	189	172	9.9%
EBITDA	28	26	7.7%	73	55	34.0%
Margen EBITDA	10.7%	11.6%	-0.9 p.p.	10.1%	10.6%	-0.5 p.p.
EBITDA por TM	144	129	11.8%	129	113	13.8%

- Continuamos observando un crecimiento tanto en la industria del camarón como en la del salmón, y esperamos que esta tendencia continúe a lo largo de este año y también en el 2023. El comercio internacional del camarón sigue mejorando a pesar de algunas restricciones en China relacionadas con la COVID-19 y de la inflación en los Estados Unidos y la Unión Europea. A pesar de las condiciones económicas retadoras, el camarón ecuatoriano parece estar en una buena posición debido a los menores costos en comparación con sus competidores asiáticos. En cuanto al negocio de alimento para salmón, se espera que las exportaciones de salmón de Chile aumenten debido a la estacionalidad en la segunda mitad del año.



- El **volumen** disminuyó en 3.6% AaA, principalmente explicado por nuestra plataforma de alimento para salmones, debido a un entorno más competitivo en el mercado chileno. En términos acumulados, el volumen creció un 17.7%.
- Las **ventas** aumentaron 16.7% AaA explicado por las acciones de precio, las cuales están destinadas a compensar los altos precios de materias primas, y una migración a fórmulas con mayor valor agregado principalmente en Ecuador. En el acumulado, las ventas se incrementaron en 40.8%.
- La **utilidad bruta** creció 13.4% AaA como resultado del incremento de las ventas netas, mientras que el **margen bruto** disminuyó 0.4 p.p. AaA como consecuencia del incremento de los precios de materias primas. Sin embargo, la **utilidad bruta por TM** ganó un 17.7% AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta se incrementó en 29.3% AaA, mientras que el margen bruto cayó 1.3 p.p. AaA. La utilidad bruta por TM acumulada también creció un 9.9%.
- El **EBITDA** aumentó en 7.7% AaA debido a una mayor utilidad bruta, parcialmente contrarrestada por mayores gastos administrativos. El **margen EBITDA** disminuyó en 0.9 p.p. AaA y el **EBITDA por TM** ganó 11.8% AaA. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó en 34.0% AaA, mientras que el margen EBITDA disminuyó 0.5 p.p. AaA. El EBITDA por TM acumulado también creció 13.8%.

## Molienda

En millones de dólares	3T22	3T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
<b>Volumen (miles de TM)</b>	232	219	5.6%	748	638	17.3%
<b>Ventas netas</b>	209	139	49.7%	627	394	59.3%
<b>Utilidad bruta</b>	37	20	83.0%	107	63	69.3%
<b>Margen bruto</b>	17.7%	14.5%	3.2 p.p.	17.0%	16.0%	1.0 p.p.
<b>Utilidad bruta por TM</b>	159	92	73.3%	143	99	44.3%
<b>EBITDA</b>	35	18	93.5%	99	59	67.1%
<b>Margen EBITDA</b>	16.7%	12.9%	3.8 p.p.	15.8%	15.1%	0.7 p.p.
<b>EBITDA por TM</b>	150	82	83.2%	133	93	42.5%

- Nuestro negocio de Molienda continúa registrando excelentes resultados principalmente debido a los altos precios de las materias primas y a la mejor cosecha de soya en 2022. Adicionalmente, consideramos importante destacar que el negocio de Soluciones Agrícolas alcanzó los 3.8 millones de dólares en términos acumulados, con un crecimiento del 71% AaA. Es importante mencionar que este negocio nos ayudará a reducir la volatilidad de nuestro negocio de Molienda.
- El **volumen** vendido a terceros se incrementó en 5.6% AaA principalmente explicado por un mejor desempeño de nuestro negocio de soya. En nuestros estados financieros solo se considera el volumen vendido a terceros, sin embargo, nos gustaría destacar que el volumen para consumo interno aumentó 2% AaA, alcanzando 105 mil TM, debido al mayor volumen de harina de soya vendido al negocio de Acuicultura. En términos acumulados, el volumen a terceros creció 17.3%.
- Las **ventas** crecieron 49.7% AaA debido al incremento de los precios internacionales de materias primas así como a un mayor volumen de venta. En el acumulado, las ventas se incrementaron en 59.3%.
- El **EBITDA** se incrementó en 93.5% AaA como resultado de una mayor utilidad bruta explicada por un mayor volumen y por nuestra habilidad para negociar precios. Esta generación de EBITDA continúa compensando las presiones de costos de las materias primas en todos nuestros negocios de consumo masivo. El **margen EBITDA** creció 3.8 p.p. AaA y el **EBITDA por TM** aumentó un 83.2% AaA. En términos acumulados, el EBITDA, margen EBITDA y EBITDA por TM crecieron un 67.1%, 0.7 p.p. y 42.5% AaA, respectivamente.



## 3.2 BALANCE GENERAL

En millones de soles	3T22	4T21	Var.
<b>Efectivo y Equivalentes de Efectivo</b>	1,269	905	40.2%
<b>Activos Corrientes</b>	8,447	6,510	29.8%
<b>Activos Totales</b>	15,075	13,408	12.4%
<b>Deuda Corriente</b>	1,153	571	2.0x
<b>Pasivos Corrientes</b>	6,894	4,646	48.4%
<b>Deuda No Corriente</b>	4,089	4,674	-12.5%
<b>Pasivos Totales</b>	11,676	10,083	15.8%
<b>Patrimonio</b>	3,399	3,325	2.2%
<b>Capital de Trabajo<sup>1</sup></b>	1,553	1,864	-16.7%
<b>Deuda Financiera Neta</b>	3,974	4,340	-8.4%
<b>Ratios</b>			
<b>Ratio Corriente</b>	1.23x	1.40x	-0.17x
<b>Deuda Neta / EBITDA<sup>2</sup></b>	2.51x	3.30x	-0.79x
<b>Ratio de Apalancamiento<sup>3</sup></b>	3.44x	3.03x	0.41x

### ACTIVOS

A septiembre de 2022, los Activos Totales aumentaron S/ 1,667 millones en comparación con diciembre de 2021. Este incremento fue principalmente impulsado por i) el nivel de Inventarios, los cuales crecieron en S/ 1,250 millones, pasando de S/ 3,061 millones en diciembre de 2021 a S/ 4,311 millones en septiembre de 2022 debido a la compra de semillas de soya y girasol, así como al aumento de los precios de las materias primas en general, ii) Cuentas por cobros comerciales, las cuales se incrementaron en S/ 66 millones, de S/ 1,354 millones en diciembre de 2021 a S/ 1,420 millones en septiembre de 2022 como resultado de las mayores ventas a nuestros clientes en nuestra unidad de Acuicultura, las cuales fueron parcialmente compensadas por los mayores cobros a clientes en nuestra unidad de Molienda, y iii) Otros activos financieros, tales como instrumentos financieros y fondos en garantía con derivados, los cuales crecieron en S/ 191 millones, de S/ 106 millones en diciembre de 2021 a S/ 297 millones en septiembre de 2022 debido a la volatilidad de los precios de las materias primas.

### PASIVOS

A septiembre de 2022, los Pasivos Totales aumentaron S/ 1,593 millones en comparación con el cierre del año 2021.

La Deuda Financiera Corriente a septiembre de 2022 fue S/ 1,153 millones, S/ 582 millones mayor al cierre de diciembre de 2021, debido principalmente a las necesidades de capital de trabajo en nuestro negocio de Molienda. Por otro lado, la Deuda Financiera No Corriente a septiembre de 2022 fue S/ 4,089 millones, S/ 585 millones menor al cierre de 2021. Esta disminución se explica principalmente por el prepago de la deuda a largo plazo con el efectivo disponible, lo que nos permitió mitigar el efecto del aumento de las tasas de interés sobre nuestro costo promedio de deuda. A septiembre de 2022, la Deuda Financiera No Corriente representó el 78.0% de la Deuda

<sup>1</sup> El Capital de Trabajo está definido como activos corrientes menos pasivos corrientes.

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

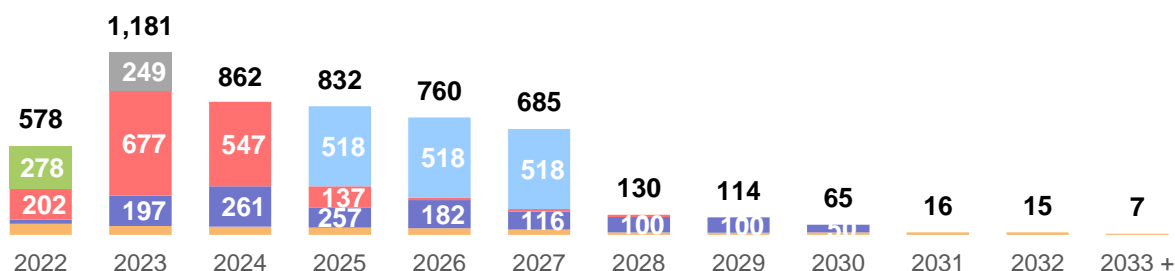
El ratio Deuda Neta-EBITDA a diciembre 2021 incluye el efecto las empresas recién adquiridas en los últimos 12 meses.

<sup>3</sup> Ratio de Apalancamiento definido como Pasivos Totales dividido entre Patrimonio.

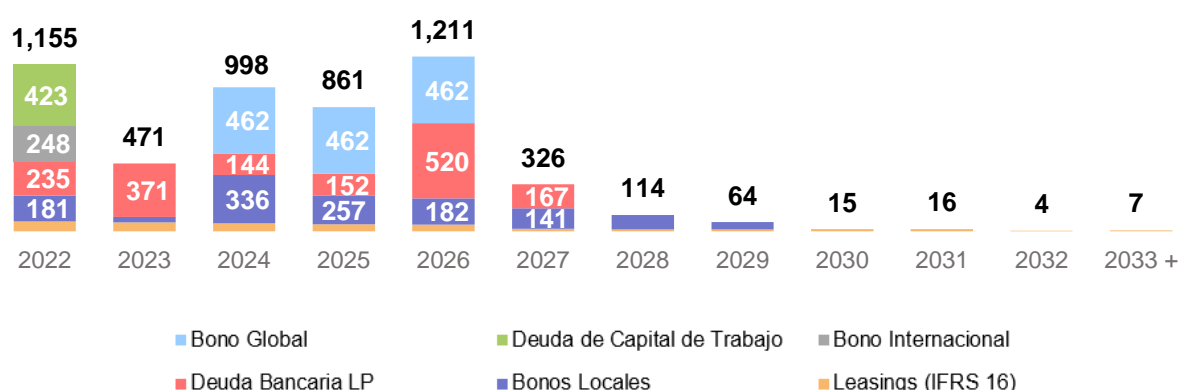


Financiera Total en comparación con el 89.1% al cierre de 2021. Esta reducción se explica principalmente por la financiación de las compras de materias primas en nuestro negocio de Molienda con deuda de corto plazo.

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



**Septiembre 2022:** Deuda Total: S/ 5,242 millones



A septiembre de 2022, el desglose por moneda de nuestra Deuda Financiera después de operaciones de cobertura fue: i) 51.2% en Soles Peruanos, ii) 26.9% en Dólares Americanos, iii) 21.8% en Bolivianos, y iv) 0.1% 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 7.9%. La duración de la Deuda Total se incrementó de 2.37 años al cierre de junio de 2022 a 2.67 años al cierre de septiembre de 2022, como resultado de nuestra gestión proactiva de los pasivos. Actualmente, solo el 15.14% de nuestros pasivos presentan tasa flotante.

## PATRIMONIO

El Patrimonio se incrementó en S/ 74 millones a S/ 3,399 millones en septiembre de 2022, de S/ 3,325 millones al cierre de 2021. Este aumento se explica principalmente por un crecimiento de nuestras utilidades retenidas debido a nuestros resultados financieros, los cuales fueron parcialmente compensados por la distribución de dividendos y nuestro programa de recompra de acciones.



## 3.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

### ACTIVIDADES DE OPERACIÓN

Para el periodo terminado el 30 de septiembre de 2022, el Flujo de Caja neto proveniente de las Actividades de operación fue S/ 1,188 millones, S/ 687 millones más que los flujos obtenidos en el mismo periodo de 2021. Nuestras cobranzas por ventas se incrementaron en S/ 2,546 millones comparado con el mismo periodo de 2021, contrarrestado por S/ 1,488 millones por mayores pagos a proveedores de bienes y servicios y S/ 265 millones por mayores desembolsos por otros pagos operativos; ambos como resultado de mayores ventas impulsadas por el sólido desempeño de la mayoría de nuestras unidades de negocio.

### ACTIVIDADES DE INVERSIÓN

El Flujo de Caja neto usado en Actividades de Inversión para el periodo terminado el 30 de septiembre de 2022, alcanzó los S/ 135 millones, S/ 234 millones menos en comparación con el mismo periodo de 2021. La disminución se debió principalmente a: i) menores desembolsos por activos intangibles, los cuales disminuyeron de S/ 179 millones a septiembre de 2021 a S/ 59 millones a septiembre de 2022 debido a menores pagos por nuestro nuevo SAP/4 HANA, ii) menores desembolsos por planta y equipo por S/ 77 millones, iii) el importe recibido por la venta de activos no esenciales por S/ 47 millones, y iv) la ausencia de pagos por adquisiciones (S/ 27 millones menos) ya que no tuvimos adquisiciones (M&A, por sus siglas en inglés) durante estos nueve meses.

### ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

El Flujo de Caja neto de Actividades de Financiamiento para el periodo terminado el 30 de septiembre de 2022 fue un desembolso de S/ 681 millones, mientras que en el mismo periodo de 2021 se registró una entrada de S/ 669 millones. En línea con nuestra estrategia para reducir nuestros niveles de apalancamiento, el desembolso se debe principalmente al incremento de prepagos de deuda y a una disminución de la deuda incurrida al 30 septiembre de 2022, en comparación con el mismo periodo de 2021.

### 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 nuestros esfuerzos continuos por crear eficiencias en capital de trabajo.

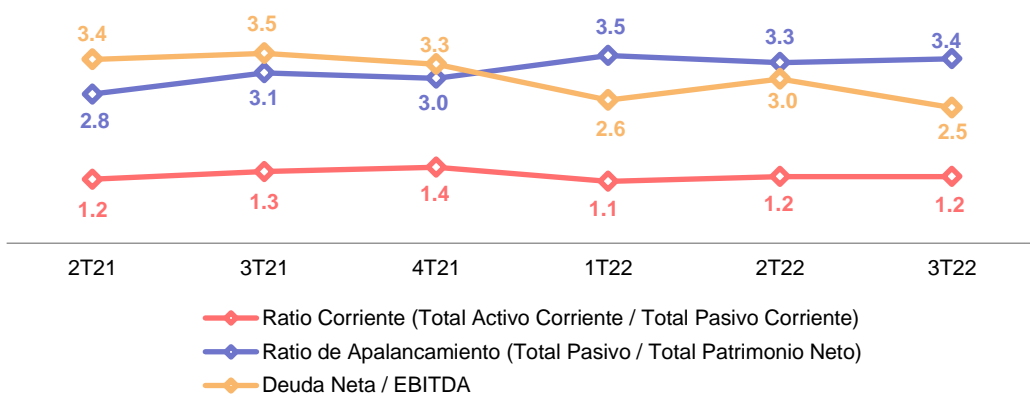
La Deuda Neta<sup>1</sup> disminuyó en S/ 366 millones a S/ 3,974 millones a septiembre de 2022, de S/ 4,340 millones al cierre de 2021. Este decrecimiento se explica principalmente por i) nuestra estrategia de reducción de apalancamiento, ii) por una gestión proactiva del capital de trabajo, y iii) un aumento de nuestro EBITDA en los últimos doce meses como resultado del buen desempeño de nuestras unidades de Molienda, Acuicultura y Consumo Masivo Perú. Nuestro ratio de Deuda Neta-EBITDA se redujo de 3.3x en diciembre de 2021 a 2.5x<sup>2,3</sup> en septiembre de 2022.

<sup>1</sup> Deuda Neta es la Deuda Financiera menos efectivo y equivalentes de efectivo al 3T22 (incluye el efecto de IFRS 16).

<sup>2</sup> A septiembre 2022, el ratio Deuda Neta-EBITDA incluye las recientes adquisiciones de empresas de los últimos 12 meses.

<sup>3</sup> Excluyendo operaciones discontinuas.







àlicorp



# 4 EVENTOS RECIENTES





#### 4. EVENTOS RECIENTES

### 4.1 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO

Durante el tercer trimestre de 2022, Alicorp realizó 4 lanzamientos de productos, como parte de nuestra estrategia de innovación.



#### AMARÁS

En la **categoría de Cuidado del cabello, en Perú**, "Amarás" es una nueva marca accesible de cuidado del cabello, la cual ofrece productos elaborados con ingredientes peruanos altamente nutritivos. Estos son reconocidos mundialmente por sus beneficios para la salud y no son utilizados aún por ninguna de las marcas disponibles. "Amarás" está diseñada especialmente para los consumidores locales debido a que responde a las condiciones climáticas y a las características del agua muy específicas de la zona.



#### DON VITTORIO

En la **categoría de Pastas, en Perú**, "Don Vittorio" lanzó una nueva presentación de Spaguetti en formato de 250g dirigida al canal tradicional, con el fin de reforzar la propuesta de valor de la marca y nuestra participación de mercado.



#### CASINO

En la **categoría de Cereales, en Perú**, "Casino" lanzó un nuevo formato de 25g en tres sabores (vainilla, fresa, y menta) dirigido al canal tradicional, con el objetivo de diversificar el portafolio de la marca ofreciendo una presentación altamente demandada por nuestros consumidores.



#### SAPOLIO

En la **categoría de Lavavajillas, en Perú**, "Sapolio" relanzó tres presentaciones (limón, lima limón y manzana) con una fórmula mejorada para el segmento de líquidos, con la finalidad de ofrecer productos con mejor rendimiento (más espuma, más viscosidad y mejor eliminación de la grasa) e incrementar nuestra participación de mercado.



## 4.2 RECONOCIMIENTOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante el tercer trimestre de 2022, Alicorp obtuvo cinco reconocimientos importantes:

En primer lugar, las campañas “Marcas a tu lado” y “Umsha” de Alicorp fueron reconocidas en los Stevie International Business Awards 2022, uno de los premios empresariales más importantes a nivel mundial que reconoce logros de organizaciones y profesionales de todo el mundo.



En segundo lugar, nuestra compañía fue reconocida por onceavo año consecutivo por Diario Gestión y PwC como una de las empresas más admiradas (EMA) en Perú.



En tercer lugar, cinco de nuestras marcas en Bolivia se encuentran en el Ranking Kantar 2022 entre las 50 preferidas por los consumidores bolivianos.





En cuarto lugar, Jesarella Alarcón (Jefe Legal de Competencia, Regulatorio y Cumplimiento Normativo) y Marcel Cordero (Director Corporativo de Legal y Cumplimiento) han sido incluidos en The Legal 500 GC Powerlist Peru 2022, un directorio donde se destaca a los principales profesionales en derecho del país.



Por último, Cynthia Valencia, nuestra Gerente de Asuntos Corporativos en Bolivia, ha sido incluida en The Legal 500 GC Powerlist Bolivia 2022, destacando entre los mejores abogados del país.





# ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS





**Estado de Resultados Consolidados**  
para los periodos terminados al 30 de Septiembre, 2022, 2021 (en miles de soles)

	Notas	Por el trimestre del 1 de Julio de 2022 al 30 de Septiembre de 2022	Por el trimestre del 1 de Julio de 2021 al 30 de Septiembre de 2021	Por el periodo del 1 de Enero de 2022 al 30 de Septiembre de 2022	Por el periodo del 1 de Enero de 2021 al 30 de Septiembre de 2021
<b>Ingresos de Actividades Ordinarias</b>	16	3,989,503	3,304,734	11,242,816	8,639,367
Costo de Ventas	16	-3,240,262	-2,676,660	-9,145,692	-6,849,988
<b>Ganancia (Pérdida) Bruta</b>		<b>749,241</b>	<b>628,074</b>	<b>2,097,124</b>	<b>1,789,379</b>
Gastos de Ventas y Distribución		-218,981	-204,485	-588,751	-578,946
Gastos de Administración		-178,895	-160,181	-532,392	-514,210
Otros Ingresos Operativos		5,051	16,414	57,077	35,437
Otros Gastos Operativos		-29,977	-9,249	-68,588	-2,700
Otras Ganancias (Pérdidas)		-1,309	-4,092	-9,627	-8,551
<b>Ganancia (Pérdida) Operativa</b>		<b>325,130</b>	<b>266,481</b>	<b>954,843</b>	<b>720,409</b>
Ingresos Financieros	17	10,837	4,644	24,920	19,437
Gastos Financieros	18	-121,726	-85,657	-325,855	-233,889
Diferencias de Cambio Neto	19	-8,370	-4,347	-27,613	-21,298
Participación en los Resultados de Asociadas		0	-656	-635	-1,540
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos</b>		<b>205,871</b>	<b>180,465</b>	<b>625,660</b>	<b>483,119</b>
Ingreso (Gasto) por Impuesto		-55,165	-63,498	-170,576	-158,513
<b>Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuas</b>		<b>150,706</b>	<b>116,967</b>	<b>455,084</b>	<b>324,606</b>
Ganancia (Pérdida) de Operaciones Discontinuas		-19,400	-16,402	-21,766	-44,724
<b>Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio</b>		<b>131,306</b>	<b>100,565</b>	<b>433,318</b>	<b>279,882</b>
<b>Ganancias (Pérdida) por Acción:</b>					
<b>Ganancias (Pérdida) Básica por Acción:</b>					



Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	20	0.169	0.134	0.524	0.375
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Continuas	20	0.169	0.134	0.524	0.375
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		-0.023	-0.019	-0.026	-0.052
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		-0.023	-0.019	-0.026	-0.052
<b>Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Ordinaria</b>		<b>0.146</b>	<b>0.115</b>	<b>0.498</b>	<b>0.323</b>
<b>Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Inversión</b>		<b>0.146</b>	<b>0.115</b>	<b>0.498</b>	<b>0.323</b>
<b>Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción:</b>					
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	20	0.169	0.134	0.524	0.375
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Continuas	20	0.169	0.134	0.524	0.375
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		-0.023	-0.019	-0.026	-0.052
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		-0.023	-0.019	-0.026	-0.052
<b>Total ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Ordinaria</b>		<b>0.146</b>	<b>0.115</b>	<b>0.498</b>	<b>0.323</b>
<b>Total de Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Inversión</b>		<b>0.146</b>	<b>0.115</b>	<b>0.498</b>	<b>0.323</b>



**Estado de Situación Financiera Consolidado**  
al cierre de 30 de Septiembre de 2022 y 31 de Diciembre de 2021 (en miles de soles)

	Notas	Al 30 de Septiembre 2022	Al 31 de Diciembre 2021		Notas	Al 30 de Septiembre 2022	Al 31 de Diciembre 2021
<b>Activos</b>				<b>Pasivos</b>			
<b>Activos Corrientes</b>				<b>Pasivos Corrientes</b>			
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3	1,268,524	905,041	Otros Pasivos Financieros	11	1,222,365	639,174
Otros Activos Financieros	4	297,252	105,626	Cuentas por Pagar Comerciales	12	4,770,000	3,522,803
Cuentas por Cobrar Comerciales	5	1,420,294	1,354,429	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		1,459	0
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Otras Cuentas por Pagar	13	537,979	176,540
Otras Cuentas por Cobrar	6	807,989	722,234	Ingresos Diferidos		10,326	3,765
Anticipos		201,356	245,582	Provisión por Beneficios a los Empleados	14	228,416	216,113
Inventarios	7	4,311,353	3,061,053	Otras Provisiones		77,931	74,986
Activos Biológicos		0	0	Pasivos por Impuestos a las Ganancias		45,959	12,170
Activos por Impuestos a las Ganancias		81,740	82,768	Otros Pasivos No Financieros		0	0
Otros Activos no Financieros		50,972	21,836	<b>Total Pasivos Corrientes</b>		<b>6,894,435</b>	<b>4,645,551</b>
Activos No Corrientes Disponible para venta		7,474	11,281				
<b>Total Activos Corrientes</b>		<b>8,446,954</b>	<b>6,509,850</b>				



Activos No Corrientes				Pasivos No Corrientes			
Otros Activos Financieros	4	17,953	49,577	Otros Pasivos Financieros	11	4,088,799	4,676,131
Inversiones		0	13,386	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	13	4,352	3,882
Otras Cuentas por Cobrar	6	178,173	166,494	Ingresos Diferidos		71	0
Anticipos		0	0	Provisión por Beneficios a los Empleados	14	31,238	30,375
Inventarios		0	0	Otras Provisiones		65,340	65,577
Activos Biológicos		0	0	Pasivos por Impuestos Diferidos		591,985	661,410
Propiedades de Inversión		0	0	Pasivos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	0
Propiedades, Planta y Equipo	8	3,478,542	3,651,375	Otros Pasivos no Financieros		0	0
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	9	1,526,656	1,585,956	<b>Total Pasivos No Corrientes</b>		<b>4,781,785</b>	<b>5,437,375</b>
Activos por Impuestos Diferidos		157,676	176,532	<b>Total Pasivos</b>		<b>11,676,220</b>	<b>10,082,926</b>
Activos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	0				
Plusvalía	10	1,269,084	1,255,133				
Otros Activos no Financieros		0	0				
<b>Total Activos No Corrientes</b>		<b>6,628,084</b>	<b>6,898,453</b>				



### Patrimonio

Capital Emitido	15	847,192	847,192
Acciones de Inversión	15	7,388	7,388
Acciones Propias en Cartera	15	-27,069	0
Otras Reservas de Capital	15	160,618	163,361
Resultados Acumulados		1,858,675	1,771,071
Otras Reservas de Patrimonio		503,680	496,944
<b>Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora</b>		<b>3,350,484</b>	<b>3,285,956</b>
Participaciones no Controladoras		48,334	39,421
<b>Total Patrimonio</b>		<b>3,398,818</b>	<b>3,325,377</b>

<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>15,075,038</b>	<b>13,408,303</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>15,075,038</b>	<b>13,408,303</b>
----------------------	-------------------	-------------------	-----------------------------------	-------------------	-------------------



**Estado de Flujo de Efectivo Consolidado (Método Directo)**  
**por los periodos terminados al 30 de Septiembre de 2022 y 2021 (en miles de soles)**

	Notas	Del 1 de Enero de 2022 al 30 de Septiembre de 2022	Del 1 de Enero de 2021 al 30 de Septiembre de 2021
<b>Flujo de Efectivo de Actividades de Operación</b>			
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>			
Venta de Bienes y Prestación de Servicios		11,483,177	8,936,951
Otros Cobros de Efectivo		93,469	314,639
<b>Pagos a (debido a):</b>			
Proveedores de Bienes y Servicios		-8,894,399	-7,406,454
Salarios		-775,335	-684,372
Impuestos a las Ganancias (Pagados)		-191,019	-207,255
Otros Pagos de Efectivo		-411,442	-146,812
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-116,563	-306,050
<b>Flujos de Efectivo Actividades de Operación</b>		<b>1,187,888</b>	<b>500,647</b>
<b>Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión</b>			
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>			
Venta de Propiedades, Planta y Equipo		47,433	15,153
Intereses Recibidos		19,994	12,991
Venta de Instrumentos Financieros de Patrimonio o deuda de Otras Entidades		0	6,408
Venta de otros Activos de Largo Plazo		0	0
<b>Pagos a (debido a):</b>			
Compra de Subsidiarias		0	-27,427
Compra de Propiedades, Planta y Equipo		-147,120	-223,641
Compra de Activos Intangibles		-59,478	-178,947
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		4,421	26,611
<b>Flujos de Efectivo de Actividades de Inversión</b>		<b>-134,750</b>	<b>-368,852</b>
<b>Flujo de Efectivo de Actividades de Financiación</b>			
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>			
Obtención de Préstamos		2,190,176	3,360,777
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-7,007	5,906
<b>Pagos a (debido a):</b>			



Amortización o Pago de Préstamos	-2,261,416	-1,767,137
Recompra de acciones	-148,928	0
Pasivos por Arrendamiento Financiero	0	0
Dividendos Pagados	-213,645	-714,446
Intereses Pagados	-240,359	-215,896
<b>Flujos de Efectivo de Actividades de Financiación</b>	<b>-681,179</b>	<b>669,204</b>
<b>Aumento (Disminución) Neto de Efectivo, Antes de las Variaciones en las Tasas de Cambio</b>	<b>371,959</b>	<b>800,999</b>
Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio sobre el Efectivo	-8,476	55,061
<b>Aumento (Disminución) Neto de Efectivo</b>	<b>363,483</b>	<b>856,060</b>
<b>Efectivo y Equivalente al Efectivo al Inicio del Ejercicio</b>	<b>905,041</b>	<b>570,803</b>
<b>Efectivo y Equivalente al Efectivo al Finalizar el Ejercicio</b>	<b>1,268,524</b>	<b>1,426,863</b>



# DESEMPEÑO POR UNIDAD DE NEGOCIO Y REGIÓN





## Consolidado

Consolidado	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	754	809	860	961	3,384	846	907	851	-1.1%
Ventas	2,475	2,859	3,305	3,577	12,216	3,346	3,908	3,990	20.7%
Utilidad Bruta	619	542	628	611	2,400	651	697	749	19.3%
GAV	359	369	365	423	1,516	351	372	398	9.1%
EBITDA	353	283	370	311	1,317	417	420	433	17.1%
Margen Bruto	25.0%	19.0%	19.0%	17.1%	19.6%	19.5%	17.8%	18.8%	-0.2 p.p.
GAV (% de ventas)	14.5%	12.9%	11.0%	11.8%	12.4%	10.5%	9.5%	10.0%	-1.1 p.p.
Margen EBITDA	14.3%	9.9%	11.2%	8.7%	10.8%	12.5%	10.7%	10.9%	-0.3 p.p.

## Perú

Consumo Masivo Perú	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	184	188	163	169	705	171	181	169	3.4%
Ventas	909	950	916	940	3,716	984	1,106	1,132	23.5%
Utilidad Bruta	301	255	240	193	989	242	278	294	22.4%
GAV	160	173	161	184	679	147	167	164	2.2%
EBITDA	176	120	121	50	466	131	147	166	37.4%
Margen Bruto	33.1%	26.8%	26.2%	20.5%	26.6%	24.6%	25.1%	25.9%	-0.2 p.p.
GAV (% de ventas)	17.6%	18.3%	17.6%	19.6%	18.3%	15.0%	15.1%	14.5%	-3.0 p.p.
Margen EBITDA	19.4%	12.6%	13.2%	5.3%	12.6%	13.3%	13.3%	14.7%	1.5 p.p.

## B2B

B2B	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	190	221	229	216	856	207	220	209	-8.6%
Ventas	420	531	606	612	2,169	611	692	703	16.0%
Utilidad Bruta	71	80	104	94	350	86	112	101	-3.4%
GAV	52	47	49	51	198	49	48	54	10.0%
EBITDA	29	40	68	64	202	48	72	60	-12.3%
Margen Bruto	16.8%	15.1%	17.2%	15.4%	16.1%	14.1%	16.2%	14.3%	-2.9 p.p.
GAV (% de ventas)	12.3%	8.9%	8.0%	8.3%	9.1%	8.0%	7.0%	7.6%	-0.4 p.p.
Margen EBITDA	7.0%	7.5%	11.3%	10.5%	9.3%	7.9%	10.4%	8.5%	-2.7 p.p.



Gastronomía	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	29	32	27	29	118
Ventas	148	181	188	200	718
Utilidad Bruta	30	34	40	34	138
GAV	20	19	18	21	78
EBITDA	14	18	25	24	80
Margen Bruto	20.5%	18.6%	21.1%	17.0%	19.2%
GAV (% de ventas)	13.3%	10.5%	9.8%	10.6%	10.9%
Margen EBITDA	9.6%	9.7%	13.1%	11.8%	11.2%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
29	29	27	-3.1%
203	222	214	13.8%
35	35	32	-19.4%
18	18	19	2.0%
20	21	18	-28.3%
17.5%	15.9%	15.0%	-6.1 p.p.
9.0%	7.9%	8.7%	-1.0 p.p.
10.0%	9.5%	8.3%	-4.9 p.p.

Panificación	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	98	115	120	110	443
Ventas	180	230	260	261	930
Utilidad Bruta	23	29	43	38	133
GAV	23	21	23	23	89
EBITDA	6	11	26	22	64
Margen Bruto	13.0%	12.5%	16.6%	14.4%	14.3%
GAV (% de ventas)	12.6%	9.0%	8.7%	8.6%	9.5%
Margen EBITDA	3.2%	4.8%	9.9%	8.4%	6.9%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
109	115	105	-12.1%
270	322	324	24.8%
29	52	49	13.3%
19	19	20	-11.4%
15	36	33	29.4%
10.8%	16.3%	15.1%	-1.5 p.p.
6.9%	5.8%	6.2%	-2.5 p.p.
5.5%	11.2%	10.3%	0.4 p.p.

Clientes Industriales	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	62	72	81	76	291
Ventas	88	118	153	145	504
Utilidad Bruta	17	20	22	24	83
GAV	7	5	6	6	24
EBITDA	11	15	19	20	65
Margen Bruto	19.6%	17.0%	14.4%	16.2%	16.4%
GAV (% de ventas)	8.3%	4.6%	3.8%	3.9%	4.8%
Margen EBITDA	12.2%	12.6%	12.5%	13.8%	12.8%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
68	74	76	-6.4%
132	140	142	-7.1%
22	25	20	-10.9%
10	10	11	86.8%
14	17	11	-40.9%
16.8%	18.0%	13.8%	-0.6 p.p.
7.6%	6.9%	7.6%	3.8 p.p.
10.9%	12.1%	7.9%	-4.5 p.p.



## Internacional

Consumo Masivo Internacional	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	37	42	48	49	177	38	45	47	-0.8%
Ventas	230	254	308	334	1,127	247	285	323	4.8%
Utilidad Bruta	61	55	61	66	241	50	58	57	-5.2%
GAV	59	62	62	73	256	59	64	79	26.7%
EBITDA	16	7	16	7	47	5	9	-7	-S/ 22.9
Margen Bruto	26.3%	21.5%	19.7%	19.6%	21.4%	20.1%	20.3%	17.8%	-1.9 p.p.
GAV (% de ventas)	25.7%	24.3%	20.3%	21.7%	22.7%	23.7%	22.3%	24.5%	4.3 p.p.
Margen EBITDA	7.1%	2.8%	5.3%	2.1%	4.1%	2.2%	3.3%	-2.1%	-7.3 p.p.

CMI Bolivia	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	22	24	27	29	103	22	25	26	-4.8%
Ventas	146	161	194	216	718	160	174	195	0.2%
Utilidad Bruta	33	30	33	39	135	31	35	31	-4.3%
GAV	33	33	35	39	141	34	36	40	12.2%
EBITDA	11	10	9	10	39	7	9	2	-79.4%
Margen Bruto	22.8%	18.8%	16.8%	17.9%	18.8%	19.4%	20.0%	16.0%	-0.7 p.p.
GAV (% de ventas)	22.8%	20.7%	18.1%	18.0%	19.6%	21.2%	20.6%	20.3%	2.2 p.p.
Margen EBITDA	7.3%	6.0%	4.4%	4.7%	5.4%	4.6%	5.2%	0.9%	-3.5 p.p.

CMI Ecuador	2021					2022			Variación
	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	3T	3T22
PEN MM									AaA
Volumen (miles de TM)	6	8	9	9	33	7	10	10	8.6%
Ventas	38	44	52	50	183	40	51	63	21.4%
Utilidad Bruta	15	14	16	13	57	13	12	16	6.3%
GAV	14	14	13	15	57	12	13	16	18.2%
EBITDA	3	-1	6	0	7	3	2	3	-42.5%
Margen Bruto	39.1%	32.8%	30.1%	25.2%	31.3%	31.7%	24.3%	26.4%	-3.7 p.p.
GAV (% de ventas)	37.2%	32.7%	25.8%	30.8%	31.2%	29.4%	25.5%	25.1%	-0.7 p.p.
Margen EBITDA	7.3%	-1.5%	10.8%	-0.7%	4.0%	7.7%	3.4%	5.1%	-5.7 p.p.



CMI Otras Geografías	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	9	10	11	11	41
Ventas	46	49	62	68	226
Utilidad Bruta	12	10	12	14	49
GAV	12	14	14	18	58
EBITDA	3	-2	2	-3	0
Margen Bruto	26.8%	20.4%	20.1%	20.9%	21.8%
GAV (% de ventas)	25.3%	28.4%	22.4%	27.0%	25.7%
Margen EBITDA	6.4%	-4.1%	3.3%	-3.9%	0.1%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
9	11	11	1.1%
47	61	65	5.3%
6	11	10	-22.0%
13	15	24	72.0%
-5	-2	-12	-S/ 13.8
12.6%	18.0%	14.9%	-5.2 p.p.
27.4%	24.5%	36.6%	14.2 p.p.
-10.4%	-2.5%	-18.0%	-21.3 p.p.

## Acuicultura

Acuicultura	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	127	155	201	180	663
Ventas	474	613	909	824	2,819
Utilidad Bruta	81	100	141	112	434
GAV	56	57	59	73	245
EBITDA	44	63	105	72	284
Margen Bruto	17.1%	16.3%	15.5%	13.6%	15.4%
GAV (% de ventas)	11.8%	9.2%	6.5%	8.8%	8.7%
Margen EBITDA	9.3%	10.3%	11.6%	8.7%	10.1%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
177	198	194	-3.6%
797	951	1,019	12.1%
113	144	154	8.9%
72	69	72	22.1%
70	101	109	3.5%
14.2%	15.1%	15.1%	-0.4 p.p.
9.0%	7.3%	7.1%	0.6 p.p.
8.7%	10.6%	10.7%	-0.9 p.p.

## Molienda

Molienda	2021				
	1T	2T	3T	4T	FY
PEN MM					
Volumen (miles de TM)	216	202	219	347	985
Ventas	442	511	565	866	2,384
Utilidad Bruta	106	53	82	146	386
GAV	23	19	22	28	92
EBITDA	98	55	73	129	356
Margen Bruto	24.0%	10.3%	14.5%	16.8%	16.2%
GAV (% de ventas)	5.2%	3.7%	3.9%	3.2%	3.8%
Margen EBITDA	22.2%	10.8%	12.9%	14.9%	14.9%

2022			Variación
			3T22
1T	2T	3T	AaA
254	263	232	5.6%
707	874	813	43.8%
160	105	144	75.2%
23	21	26	20.1%
150	94	135	85.3%
22.6%	12.0%	17.7%	3.2 p.p.
3.2%	2.4%	3.2%	-0.6 p.p.
21.2%	10.8%	16.7%	3.7 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

**Mario Guerrero Rojas**

**Jefe de Relación con el Inversionista**

MGuerreroR@alicorp.com.pe

**César Miranda Samamé**

**Analista Senior de Relación con el Inversionista**

PMirandaS@alicorp.com.pe





**alicorp**