

## Cuarto Trimestre 2019 Estados Financieros Consolidados

### CONTACTO RELACIÓN CON EL INVERSIONISTA

Equipo de Relación con el  
Inversionista

T: (511) 315-0800 Ext.444411

E-mail:

[investorrelations@alicorp.com.pe](mailto:investorrelations@alicorp.com.pe)

Lima - Peru, 17 de Febrero, 2020. Alicorp S.A.A. ("la Compañía" o "Alicorp") (BVL: ALICORC1 y ALICORI1) publicó hoy los estados financieros no auditados correspondientes al Cuarto Trimestre 2019 (4T19). Los estados financieros se reportan en forma consolidada y de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Soles nominales, con base en las siguientes declaraciones, que deben leerse en conjunto con los Estados Financieros y las Notas a los Estados Financieros publicados en la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV). Los estados financieros consolidados incluyen i) los resultados de Intradevco Industrial S.A. o "Intradevco", compañía adquirida en enero 2019, ii) el efecto de la aplicación de la Norma Internacional Contable 29 & 21, (o NIC 29 & 21, Información Financiera en Economías Hiperinflacionarias) en Argentina y iii) la aplicación de la NIIF 16 (Arrendamientos). En adelante, referencias a la aplicación de la NIC 29, también incluyen la aplicación de la NIC 21.

### RESUMEN EJECUTIVO

**Los resultados del trimestre incluyen 2 efectos: i) la aplicación de la Norma Internacional Contable 29 (NIC 29) en Argentina, actualmente considerada como economía Hiperinflacionaria y ii) la aplicación de la Norma Internacional de Información Financiera 16 (NIIF 16), aplicada a los arrendamientos.** Se realizó una reexpresión de la información financiera 4T18 para cumplir con la aplicación de la NIIF 16. Asimismo, la NIC 29 se adoptó por primera vez en diciembre 2018, lo que resultó en un ajuste para todo el año contabilizado en el 4T18. Por lo tanto, el efecto de la NIC 29 se excluye en los resultados del 4T19 cuando sea necesario, para hacer una comparación apropiada en términos de variaciones y desempeño. **Adicionalmente, es necesario resaltar que el 4T18 no incluye los resultados financieros de Intradevco, adquirida en enero 2019.**

- 1. Las Ventas Consolidadas en el 4T19 alcanzaron los S/ 2,592 millones (+15.3% AaA), mientras que el Volumen alcanzó 803 mil toneladas (+13.5% AaA). Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio Molienda y la NIC 29, las ventas orgánicas alcanzaron los S/ 2,188 millones, un aumento de 5.7% comparado con el 4T18.** Las Ventas Consolidadas reflejan el crecimiento en todos los negocios: i) Consumo Masivo Perú (+17.7%, +S/ 129 millones), principalmente por la adquisición de Intradevco, ii) Consumo Masivo Internacional (+29.6%, +S/ 107 millones), también explicado por la adquisición de Intradevco, así como un incremento de las Ventas orgánicas de Cono Sur, iii) Acuicultura (+15.5%, +S/ 79 millones) debido a un crecimiento sostenido en el negocio de alimento para camarones en Ecuador, además del recupero de Volumen en el negocio de

alimento para peces en Chile, iv) B2B (+4.5%, +S/ 19 millones) debido al crecimiento de Ventas en todas las plataformas (Panificación, Clientes Industriales y Gastronomía), y v) Molienda (+5.1%, +S/ 12 millones) explicado por un mayor cultivo de soya e incrementos del precio internacional de la harina y aceite de soya.

**Las Ventas Consolidadas Totales de 2019 ascendieron a S/ 9,872 millones (+19.1% AaA)**, principalmente explicado por la adquisición de Intradevco en el Perú, mientras que **las Ventas Orgánicas Totales alcanzaron S/ 7,896 millones (+3.3% AaA) en el 2019**, respaldado por un desempeño sólido en nuestras unidades de Consumo Masivo Perú (+3.1% AaA), B2B (+3.8% AaA), Acuicultura (+3.9% AaA) y Consumo Masivo Internacional (+2.2% AaA).

- 2. Durante el 4T19, las Ventas del Negocio de Consumo Masivo Perú alcanzaron los S/ 862 millones (+17.7% AaA) mientras que el Volumen alcanzó 184 mil toneladas (+24.8% AaA).** Excluyendo Intradevco, las Ventas y el Volumen crecieron 3.9% AaA y 6.7% AaA, respectivamente. El crecimiento orgánico fue impulsado por el incremento en Ventas de Pastas (+11.6% AaA), Galletas (+9.2% AaA), Detergentes (+7.7% AaA), Conservas (+6.3% AaA), Margarinas (+5.8% AaA) y Salsas (+4.2% AaA). Estos resultados son notables dada la actual desaceleración del mercado peruano. Asimismo, se logró aumentar la participación de mercado en categorías como Conservas (+5.1 p.p. AaA), Galletas (+2.8 p.p. AaA), Quitamanchas (+1.9 p.p. AaA), Pastas (+1.8 p.p. AaA), Lejía (+1.6 p.p. AaA), y Margarinas (+0.6 p.p. AaA). **Las Ventas Totales del negocio de Consumo Masivo Perú en el 2019 ascendieron a S/ 3,328 millones (+20.6% AaA)**, principalmente explicado por la adquisición de Intradevco. **Adicionalmente, las Ventas Orgánicas Totales crecieron 3.1% AaA en el 2019** impulsado principalmente por el crecimiento en Detergentes, Pastas, Galletas, Salsas y Conservas.
- 3. Respecto a la innovación en productos, durante el 4T19 la Compañía lanzó 9 productos/líneas (7 en Consumo Masivo Perú y 2 en Consumo Masivo Internacional).** Entre las más significativas se incluyen: el nuevo suavizante "Bolivar Plus", buscando mantener el liderazgo en la categoría, y "Don Vittorio Tornillos de Colores", buscando incrementar volumen en el formato de pasta corta y fortalecer el liderazgo de la marca. En la división de Consumo Masivo Internacional, hubo dos lanzamientos en Brasil. Estos lanzamientos fueron dos nuevos sabores de refrescos instantáneos y dos nuevos sabores de gelatina, ambos bajo la marca "Santa Amalia".
- 4. La Utilidad Bruta alcanzó S/ 643 millones (+27.7% AaA) mientras el margen bruto aumentó en 2.4 p.p., comparado al 4T18. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda y el efecto de la NIC 29, el Margen Bruto fue 27.5%, un incremento de 0.8 p.p. AaA**, principalmente explicado por i) estrategias de gestión de precios e ingresos, así como el impacto positivo del programa de eficiencia implementado en el negocio de B2B, ii) menores precios de materias primas que benefició al aceite a granel y derivados del aceite en el negocio de B2B, y iii) mayores márgenes bruto en las unidades de Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur. **La Utilidad Bruta Total en el 2019 totalizó S/ 2,452 millones (+19.7% AaA)**, principalmente como resultado de la adquisición de Intradevco.

5. **El EBITDA alcanzó S/ 358 millones (+48.2% AaA) mientras el Margen EBITDA fue 13.8%, un aumento de 3.1 p.p. en comparación al 4T18. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda, NIC 29 y gastos no recurrentes, el EBITDA ascendió a S/ 359 millones (+22.8% AaA) mientras que el Margen EBITDA se incrementó en 2.3 p.p., en comparación al 4T18.** El incremento en el EBITDA orgánico se explica principalmente por i) una mejora en el desempeño en nuestro negocio de Consumo Masivo Perú, ii) mayor margen bruto en nuestro segmento de alimento para camarones en Ecuador y en todas las plataformas de nuestro negocio de B2B, y iii) mayores resultados en nuestras operaciones de Consumo Masivo Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur. **El EBITDA Consolidado Total para todo el 2019 ascendió a S/ 1,277 millones (+25.0% AaA)** debido a la consolidación de Intradevco en Perú, y Fino y Sao en Bolivia. Adicionalmente, **el EBITDA Orgánico Total alcanzó S/ 1,155 millones (+6.4% AaA)**, como resultado de i) mayor margen bruto en todos los segmentos de nuestra unidad de B2B, especialmente en nuestra plataforma de Gastronomía, ii) mayor EBITDA en nuestras operaciones de Consumo Masivo Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur, iii) mayores márgenes en nuestro segmento de alimento balanceado para camarones en Ecuador, y iv) una mejora en el EBITDA de nuestra unidad de Consumo Masivo Perú.
6. **Consecuentemente, la Utilidad Neta alcanzó los S/ 123 millones durante el 4T19, (+37.4% AaA), mientras el Margen Neto fue 4.7%, un incremento de 0.8 p.p. en comparación al 4T18.** La Utilidad por Acción (UPA) aumentó de S/ 0.103 en 4T18 a S/ 0.143 en 4T19. **Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda, NIC 29 y gastos no recurrentes, la Utilidad Neta alcanzó los S/ 207 millones (+65.6% AaA), mientras el Margen Neto alcanzó 9.5% (+3.4 p.p.).** Así, la Utilidad por Acción "Orgánica" fue S/ 0.242 en el 4T19. **La Utilidad Neta Total en el 2019 ascendió a S/ 481 millones (+8.2% AaA)** debido a una mayor Utilidad Bruta.
7. **El Flujo de Efectivo proveniente de las Actividades de Operación a diciembre 2019 fue S/ 1,087 millones, S/ 167 millones por encima de la cifra del 2018.** El mayor Flujo de Caja Operativo se explica principalmente por i) un incremento en las cobranzas de ventas netas por S/ 1,373 millones y ii) menores pagos por impuestos por S/ 55 millones, en comparación a 2018. Estos efectos fueron parcialmente contrarrestados por mayores pagos a proveedores y empleados por S/ 1,066 millones y S/ 177 millones, respectivamente. **El Flujo de Efectivo usado en Actividades de Inversión a diciembre 2019 fue S/ 1,465 millones, comparado a los S/ 1,203 millones de 2018.** El mayor Flujo de Caja de Inversión usado se explica por i) la adquisición de Intradevco por un monto de S/ 1,581 millones, y ii) las inversiones en CAPEX (activo fijo) que ascendieron a S/ 187 millones a diciembre 2019, compensado parcialmente por la venta de las acciones de Credicorp Ltd. la cual ascendió a S/ 343 millones.
8. **A diciembre 2019, la Deuda Neta<sup>1</sup> se incrementó en S/ 1,016 millones comparado con diciembre 2018, alcanzando S/ 3,351 millones,** principalmente reflejando la deuda tomada por la adquisición de Intradevco. **El ratio Deuda Neta-EBITDA incrementó de 2.3x a diciembre 2018 a 2.5x<sup>2</sup> a diciembre 2019. Excluyendo el inventario de materias primas de nuestro negocio de**

**Molienda, el ratio Deuda Neta-EBITDA se incrementó de 2.1x a diciembre de 2018 a 2.4x<sup>2</sup> a diciembre de 2019.**

<sup>1</sup> Deuda Neta se define como Deuda Financiera menos Efectivo y equivalentes de efectivo a diciembre 2019 e incluye el efecto de NIIF 16.

<sup>2</sup> El ratio Deuda Neta-EBITDA a diciembre 2019 excluye el efecto de deterioros por S/ 37 millones.

## INFORMACIÓN FINANCIERA

Según reportado

RESUMEN FINANCIERO (En Millones de Soles)					
	4T19	4T18	AaA	3T19	QoQ
Ventas	2,592	2,247	15.3%	2,593	0.0%
Utilidad Bruta	643	504	27.7%	658	-2.2%
Utilidad Operativa	245	161	52.6%	300	-18.3%
EBITDA	358	241	48.2%	383	-6.7%
EBITDA últimos 12 meses	1,277	1,022	25.0%	1,161	10.0%
Utilidad Neta	123	89	37.4%	159	-23.0%
Utilidad por Acción (UPA) <sup>1</sup>	0.143	0.103	38.8%	0.185	-22.7%
Activos Corrientes	4,491	4,104	9.4%	4,728	-5.0%
Pasivos Corrientes	3,463	3,120	11.0%	3,531	-1.9%
Total Pasivos	7,784	6,144	26.7%	7,817	-0.4%
Capital de Trabajo <sup>2</sup>	1,028	984	4.5%	1,197	-14.1%
Efectivo y Equivalentes a Efectivo	840	1,037	-19.0%	1,129	-25.6%
Total Deuda Financiera Neta	3,351	2,334	43.6%	3,495	-4.1%
Deuda Corriente	774	961	-19.5%	896	-13.6%
Deuda no Corriente	3,417	2,410	41.8%	3,728	-8.3%
Patrimonio	3,459	3,225	7.2%	3,377	2.4%
<b>RATIOS</b>					
Margen Bruto	24.8%	22.4%	2.4 p.p.	25.4%	-0.6 p.p.
Margen Operativo	9.5%	7.2%	2.3 p.p.	11.6%	-2.1 p.p.
Margen EBITDA	13.8%	10.7%	3.1 p.p.	14.8%	-1.0 p.p.
Ratio Corriente	1.3x	1.3x	0.0	1.3x	0.0
Deuda Neta-EBITDA <sup>3</sup>	2.5x	2.3x	0.2	3.0x	-0.5
Apalancamiento <sup>4</sup>	2.3x	1.9x	0.3	2.3x	-0.1

1. Utilidad por Acción (UPA) definido como Utilidad Neta dividido entre el número de acciones comunes en un base dilutiva

2. Capital de trabajo definido como Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes

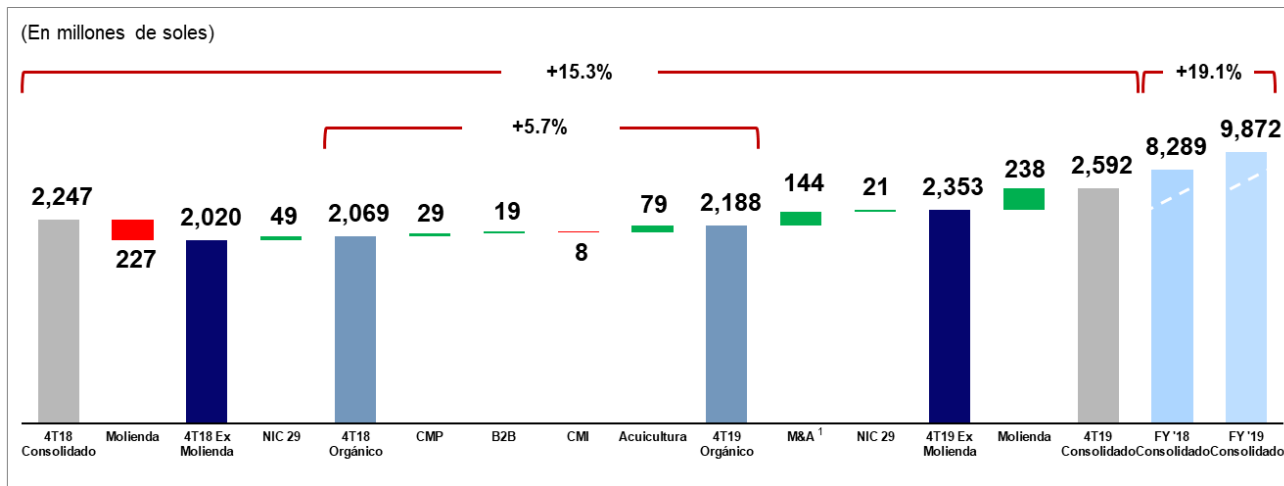
3. Deuda Neta/ EBITDA se define como Total Deuda Financiera menos Efectivo y Equivalente de Efectivo dividido entre el EBITDA de los últimos 12 meses

4. Apalancamiento se define como Total Pasivo dividido entre Patrimonio

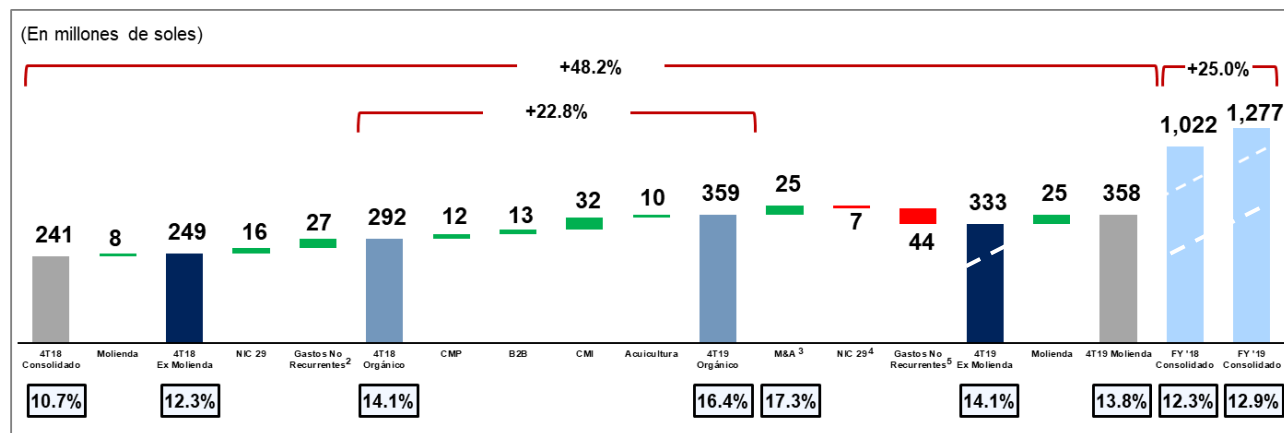
## RESUMEN DEL DESEMPEÑO

Con la finalidad de resumir los diferentes efectos que afectan los resultados antes mencionados, presentamos el desglose de i) Ventas Consolidadas y ii) componentes EBITDA.

### VENTAS



### EBITDA



<sup>1</sup> M&A: Intradevco

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

<sup>3</sup> M&A 2019: Intradevco. Incluye gastos no recurrentes relacionados a las adquisiciones

<sup>4</sup> Incluye la adopción de NIC 29 y NIIF 21 en Argentina

<sup>5</sup> Gastos no recurrentes en el 4T19 incluyen el impacto de deterioro en nuestras unidades de Brasil y Argentina por S/ 37 millones

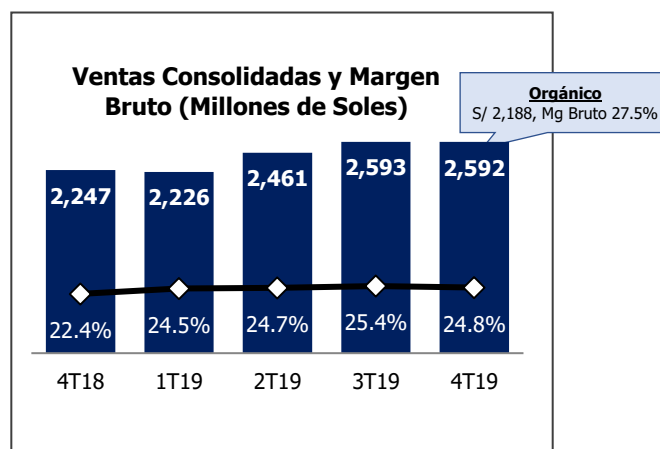
## I. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

### VENTAS CONSOLIDADAS

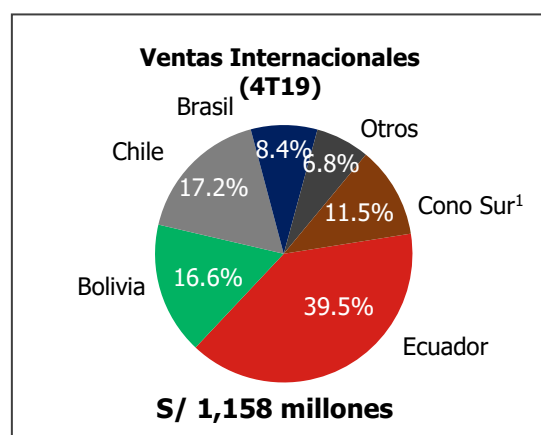
**Durante el 4T19, las Ventas Consolidadas alcanzaron los S/ 2,592 millones, un incremento de 15.3% AaA.**

Considerando todos los negocios en Perú, las Ventas y el Volumen se incrementaron en 9.4% AaA y 7.8% AaA mientras las Ventas Internacionales y el Volumen se incrementaron en 23.6% AaA y 21.8% AaA, respectivamente. Durante el 4T19, las Ventas Internacionales representaron el 44.7% de las Ventas Consolidadas, comparado al 41.7% en el 4T18.

**Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda y de la NIC 29, las ventas orgánicas ascendieron a S/ 2,188 millones, un aumento de 5.7% en comparación al 4T18.** A pesar de la desaceleración del mercado en Perú en el segundo semestre del 2019, los negocios de Consumo Masivo Perú y B2B han mostrado resultados notables. Consumo Masivo Perú creció 3.9% AaA en Ventas orgánicas con contribuciones sobresalientes en Pastas, Galletas, Detergentes, Conservas, Margarinas y Salsas.



Las Ventas en B2B crecieron 4.5%, debido a un incremento en todas sus plataformas: Clientes Industriales (+7.5% AaA, +S/6 millones), Panaficación (+4.9% AaA, +S/ 9 millones) y Gastronomía (+2.0%, +S/ 3 millones). El desempeño del negocio de B2B está altamente correlacionado con el PBI de restaurantes, el cual ha continuado creciendo a un ritmo superior al del PBI y al del consumo privado a lo largo del 2019. En este contexto, nuestra plataforma de B2B continua creciendo y consolidándose como líder en categorías clave, como la Harina de Panadería, Aceites Domésticos y Salsas.



En Consumo Masivo Internacional, las ventas orgánicas cayeron 1.8% AaA explicado por el desempeño de CAM-Ec (-21.9% AaA), Brasil (-5.6% AaA) y Bolivia (-3.6% AaA), lo cual fue parcialmente contrarrestado por un crecimiento de 11.9% en Cono Sur.

Para el negocio de Acuicultura, las Ventas en soles crecieron 15.5% AaA debido principalmente a un crecimiento sostenido en el negocio de Alimento Balanceado para Camarones en Ecuador (+11.4%, +S/ 35.9

<sup>1</sup>Incluye Argentina, Uruguay y Paraguay.

millones), respaldado por un mercado creciente, así como el recupero de Volumen en el segmento de Alimento Balanceado para Peces en Chile (+52.2% AaA, +16.4 mil toneladas).

Los principales contribuidores al crecimiento de las Ventas Orgánicas del segmento Consumo Masivo, tomando en cuenta todas las geografías, fueron Detergentes (+19.9% AaA), productos para el Cuidado del Cabello (+3.1x AaA), productos para el Cuidado de la Piel (+4.7x AaA), Galletas (+17.9% AaA), Pasta (+4.6% AaA), Suavizantes (+19.0% AaA), Salsas (+2.7% AaA) y Conservas (+6.3% AaA). En B2B, los principales contribuyentes fueron Harina Industrial (+6.1% AaA), Insumos Nutricionales (+12.4% AaA), Margarinas Industriales (+17.2% AaA), y Salsas Gastronómicas (+9.5% AaA).

**Las Ventas Consolidadas Totales en el 2019 ascendieron a S/ 9,872 millones (+19.1% AaA)**, explicado principalmente por la adquisición de Intradevco en Perú, mientras que **las Ventas Orgánicas Totales alcanzaron S/ 7,896 millones (+3.3% AaA)**, respaldado por un sólido desempeño en nuestras unidades de Consumo Masivo Perú (+3.1% AaA), B2B (+3.8% AaA), Acuicultura (+3.9% AaA) y Consumo Masivo Internacional (+2.2% AaA).

## **UTILIDAD BRUTA**

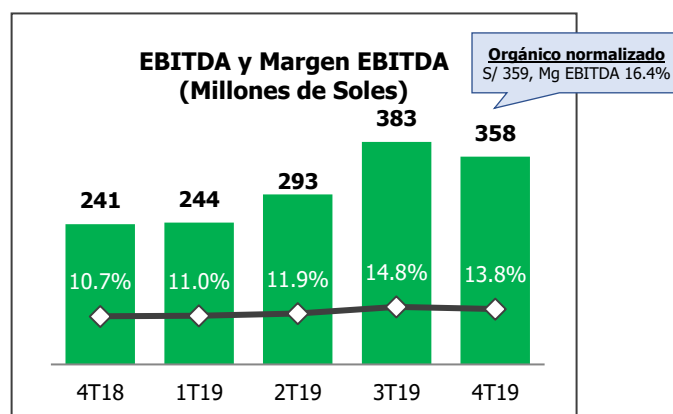
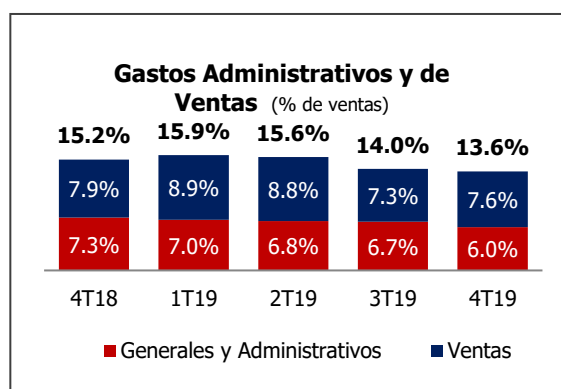
**La Utilidad Bruta alcanzó los S/ 643 millones (+27.7% AaA) mientras el Margen Bruto fue 24.8%, un incremento de 2.4 p.p. en comparación al 4T18. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda y la NIC 29, el Margen Bruto fue 27.5%, un incremento de 0.8 p.p.**, explicado principalmente por i) estrategias de gestión de precios e ingresos, así como el impacto positivo del programa de eficiencia implementado en nuestro negocio de B2B, ii) menores precios de las materias primas que beneficia a los Aceites a granel y derivados del aceite en el negocio de B2B, y iii) mayor margen bruto en las unidades de Bolivia, CAM-Ec y Cono Sur. El Margen Bruto de la unidad de Consumo Masivo Perú decreció 2.0 p.p. AaA principalmente a través de Panetones, Cereales, Detergentes, Suavizantes y Galletas, mientras que B2B incrementó su Margen Bruto en 1.5 p.p. AaA principalmente a través de Harina Industrial y Aceite a granel, así como Salsas Gastronómicas. El Margen Bruto del negocio de Acuicultura decreció 0.3 p.p. AaA principalmente debido a menores márgenes en nuestro negocio de Alimento Balanceado para Peces en Chile. **La Utilidad Bruta Total en el 2019 alcanzó S/ 2,452 millones (+19.7% AaA)** principalmente como resultado de la adquisición de Intradevco.



## UTILIDAD OPERATIVA Y EBITDA

La Utilidad Operativa alcanzó S/ 245 millones en el 4T19 (+52.6% AaA). Asimismo, el Margen Operativo alcanzó 9.5% (+2.3 p.p. AaA). Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda, NIC 29 y gastos no recurrentes, el Margen Operativo fue 13.5%, un incremento de 2.4 p.p. AaA. **La Utilidad Operativa Total en el 2019 ascendió a S/ 949 millones (+18.8% AaA).**

La Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización (EBITDA) alcanzó S/ 358 millones (+48.2% AaA) con un Margen EBITDA de 13.8%. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda, NIC 29 y gastos no recurrentes, el EBITDA fue S/ 359 millones (+22.8% AaA), mientras el Margen EBITDA fue 16.4%, un incremento de 2.3 p.p. en comparación con el 4T18. **El EBITDA Consolidado Total en el 2019 ascendió a S/ 1,277 millones (+25.0% AaA), mientras que el EBITDA Orgánico Total alcanzó S/ 1,155 millones (+6.4% AaA).**



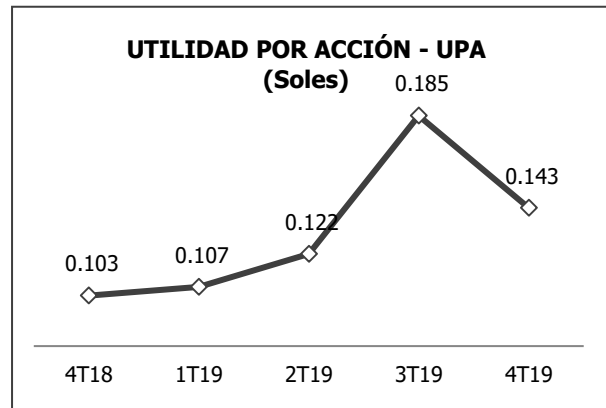
## GASTOS FINANCIEROS NETOS

En el 4T19, los Gastos Financieros Netos registraron un incremento de S/ 75 millones AaA, principalmente explicado por mayores gastos de intereses relacionados con la financiación adicional tomada para la adquisición de Intradevco. Las pérdidas por tipo de cambio y gastos de cobertura disminuyeron en S/ 16 millones, como resultado de nuestra estrategia de coberturas implementado.

## UTILIDAD NETA

La Utilidad Neta ascendió a S/ 123 millones en el 4T19, mientras el Margen Neto fue 4.7% (+0.8 p.p. AaA) explicado por el incremento de los Gastos Financieros Netos. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el negocio de Molienda, la NIC 29 y gastos no recurrentes, el Margen Neto fue 9.5%. La Utilidad por Acción (UPA) para el 4T19 fue S/ 0.143 (+38.8% AaA), mientras la UPA "orgánica" fue S/ 0.242.

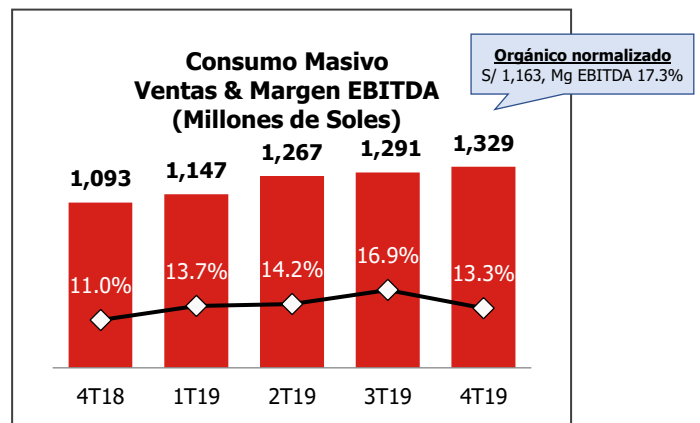
**La Utilidad Neta Total en el 2019 alcanzó S/ 481 millones (+8.2% AaA).**



## RESULTADOS POR NEGOCIO

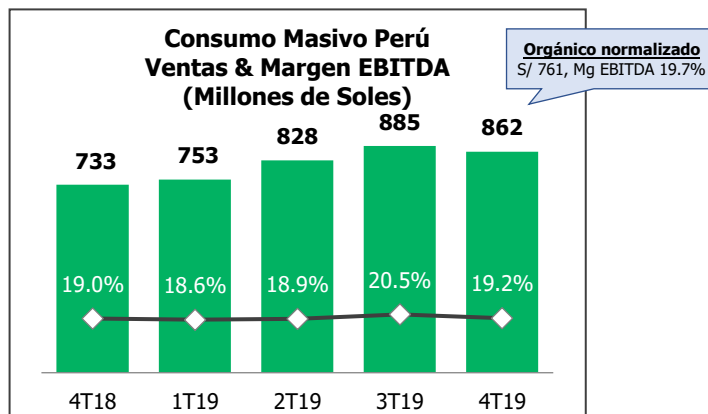
### CONSUMO MASIVO CONSOLIDADO

En el 4T19, las Ventas de Consumo Masivo Consolidado crecieron en 21.6% AaA, mientras el Volumen se incrementó en 21.0% AaA. El EBITDA alcanzó S/ 177 millones, un incremento de 47.4% AaA, mientras que el Margen EBITDA alcanzó 13.3%, una aumento de 2.3 p.p AaA. Excluyendo el impacto de las adquisiciones, la NIC 29 y gastos no recurrentes, las Ventas crecieron 1.8% AaA con un Margen EBITDA de 17.3%, principalmente explicado por i) mayor contribución de Cono Sur, con un incremento de 80.4% AaA en Ventas, y ii) un crecimiento en Ventas de 3.9% AaA en Perú, parcialmente contrarrestado por una disminución en las Ventas de CAM-Ec, Brasil y Bolivia.



## CONSUMO MASIVO PERÚ

Como se mencionó anteriormente, las Ventas y el Volumen del Negocio de Consumo Masivo Perú aumentaron en 17.7% AaA y 24.8% AaA, respectivamente, alcanzando S/ 862 millones y 184 mil toneladas, principalmente debido a la adquisición de Intradevco. Orgánicamente, las Ventas y el Volumen crecieron 3.9% AaA y 6.7% AaA, respectivamente. Asimismo, el crecimiento en Ventas fue impulsado por: i) Detergentes (+7.7% AaA, +S/ 12 millones) debido a mayor inversión en medios y puntos de



venta de las principales marcas, ii) Pasta (+11.6% AaA, +S/ 11 millones) explicado por mayor Volumen que resulta en mayor participación de mercado de las marcas "Nicolini" y "Alianza", iii) Galletas (+9.2% AaA, +S/ 6 millones) respaldado por la contribución de innovaciones en el portafolio durante el año, como el lanzamiento de la galleta bañada en chocolate "Soda V" bajo la marca "Victoria", iv) Salsas (+4.2% AaA, +S/ 3 millones), debido a dinámicas promocionales e innovación de productos que resultan en mayor Volumen vendido, y v) Conservas (+6.3% AaA, +S/ 2 millones), debido a las estrategias de innovación de productos implementadas durante el año bajo las marcas "Primor" y "Nicolini". Estos incrementos fueron parcialmente contrarrestados por menor contribución de Ventas de i) Aceites Domésticos (-2.0% AaA, S/ -3 millones) debido a menores precios en línea con menores precios de commodities, ii) Cereales (-6.5% AaA, S/ -2 millones) y iii) Panetones (-4.0%, S/ -1 millón) ambos explicados por la implementación de la Ley de Nutrición Saludable. Asimismo, **las Ventas Totales para esta unidad en el 2019 ascendió a S/ 3,328 millones (+20.6% AaA)**, explicado por la adquisición de Intradevco. Excluyendo este efecto, las Ventas Orgánicas Totales alcanzaron S/ 2,845 millones (+3.1% AaA), ligeramente por encima del crecimiento del consumo privado peruano en el 2019.

Con respecto a las tendencias de consumo, de acuerdo a Kantar World Panel, la canasta de consumo se contrajo durante el segundo semestre del 2019. Adicionalmente, la Canasta de Consumo que comprende las categorías donde Alicorp compite ("CC Alicorp") decreció ligeramente en el 2019. Los principales aspectos que afectaron el crecimiento de CC Alicorp son los bajos niveles de confianza del consumidor, que resultan de un menor crecimiento del mercado y un efecto *tiering-down*.

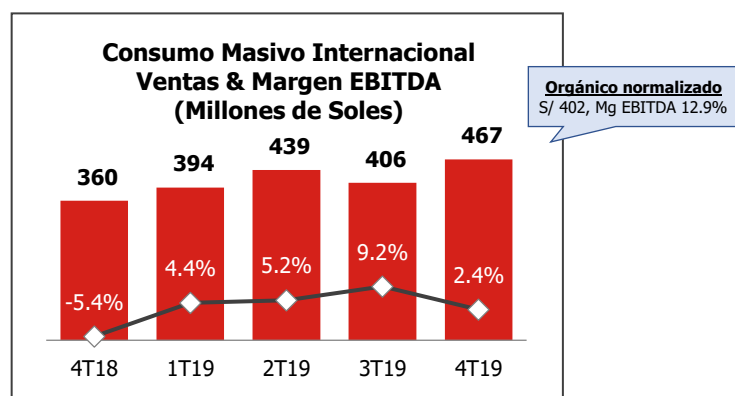
A pesar de esta contracción, Alicorp superó el crecimiento económico y del consumo privado del Perú, creciendo orgánicamente a una tasa de 3.1% en 2019. Además, la compañía continúa ganando participación de mercado frente a sus principales competidores debido a su estrategia de marca de varios niveles. Por ejemplo, el mercado de Pastas se contrajo 1.4% en 2019, mientras que Alicorp ganó 1.8 p.p en participación de volumen, respaldado por su dinámica de portafolio de productos de varios niveles. Asimismo, nuestra estrategia Mega Marcas logró incrementar la participación de mercado en todas las categorías. Ejemplos de

esta estrategia son las conservas bajo la marca "Primor" y el quitamanchas bajo la marca "Opal", donde Alicorp logró un aumento de +5.1 p.p y +1.9 p.p en la participación en el mercado, respectivamente.

En términos de rentabilidad, la Utilidad Bruta se incrementó en 10.8% AaA mientras el Margen Bruto disminuyó en 2.0 p.p. AaA, alcanzando 31.6%. Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el Margen Bruto fue 33.1%, una disminución de 0.4 p.p. en comparación al 4T18. Igualmente, el EBITDA alcanzó S/ 165 millones, un incremento de 18.7% comparado a los S/ 139 millones reportados en el 4T18, mientras el Margen EBITDA fue 19.2% (+0.2 p.p. AaA). Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, el EBITDA fue S/ 150 millones y el Margen EBITDA fue 19.7% (+0.7 p.p. AaA). Además, el EBITDA Total en el 2019 ascendió a S/ 643 millones (+15.7% AaA) con una disminución del Margen EBITDA en 0.8 p.p. AaA, alcanzando 19.3% debido a menores márgenes de Intradevco. El EBITDA Orgánico alcanzó S/ 561 millones (+0.8% AaA).

### CONSUMO MASIVO INTERNACIONAL

Las Ventas alcanzaron S/ 467 millones (+29.6% AaA) mientras que el Volumen alcanzó 105 mil toneladas (+15.0% AaA). Con respecto a rentabilidad, la Utilidad Bruta ascendió a S/ 118 millones (+2.3x AaA) con un Margen Bruto de 25.3% (+11.1 p.p. AaA) y un Margen EBITDA de 2.4% (+7.8 p.p. AaA). Excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, la NIC 29 y gastos no recurrentes, las Ventas disminuyeron en 1.8% AaA mientras que el Margen Bruto



fue 30.5% (+4.3 p.p. AaA) y el Margen EBITDA fue 12.7% (+8.1 p.p. AaA). **En términos de resultados consolidados para el 2019, las Ventas Totales para esta unidad ascendieron a S/ 1,706 millones (+32.4% AaA),** principalmente explicado por la adquisición de Intradevco, mientras que las **Ventas Orgánicas alcanzaron S/ 1,237 millones (+2.2% AaA).** **El EBITDA Total ascendió a S/ 89 millones mientras que el EBITDA Orgánico ascendió a S/ 66 millones.**

**Con respecto a Bolivia,** las Ventas y el Volumen alcanzaron USD 48 millones y 25 mil toneladas en el 4T19, explicado principalmente por el buen desempeño de las plataformas de Cuidado del Hogar y Cuidado Personal debido a la adquisición de Intradevco. Sin embargo, excluyendo el impacto de la adquisición de Intradevco, las Ventas disminuyeron 3.7% AaA, principalmente debido al efecto *tiering-down* en Detergentes y menores precios de Aceites Domésticos. En términos de rentabilidad, la Utilidad Bruta ascendió a USD 12 millones con un Margen Bruto de 25.9%. El EBITDA alcanzó USD 8 millones con un Margen EBITDA de 15.6% AaA, un crecimiento de USD 11 millones explicado por mayor Utilidad Bruta.

**Con respecto a Brasil,** las Ventas en moneda local aumentaron 1.8% AaA, alcanzando BRL 118 millones. Asimismo, el Volumen aumentó en 4.2% AaA, alcanzando 27 mil toneladas. El incremento en Volumen fue

impulsado por la recuperación del mercado de Pastas en los dos últimos meses del año, una mejora de las principales variables macroeconómicas e iniciativas comerciales implementadas al final de 3T19 para aumentar el Volumen en el mercado de Minas Gerais.

Con respecto a la rentabilidad, el Margen Bruto disminuyó en 2.3 p.p. AaA, alcanzando 29.2%, principalmente explicado por mayores precios de materias prima (harina de trigo). Sin embargo, el desempeño trimestre a trimestre ha ido mejorando, como resultado de mayor Volumen vendido y un mejor *mix*. El EBITDA fue BRL - 33 millones con un Margen Bruto de -28.1% (-29.5 p.p. AaA) explicado por i) una provisión por deterioro que ascendió a BRL 36.6 millones, y ii) gastos no recurrentes relacionados a nuestro programa de restructuración.

**En relación a Cono Sur**, que incluye Argentina, Paraguay, Uruguay y Chile. Las Ventas en Pesos Argentinos ascendieron a ARS 2,679 millones, un aumento de 4.0x AaA, mientras que el Volumen alcanzó 40 mil toneladas, un incremento de 15.0% AaA. Excluyendo el impacto de las adquisiciones y la NIC 29, las Ventas y Volumen aumentaron 80.4% y 8.7%, respectivamente. Las mayores Ventas se explicaron por los aumentos de precios en Argentina que se observan desde 2018, así como mayor Volumen en nuestros segmentos de Cuidado Personal y Cuidado del Hogar. En Argentina, pese al deterioro de los indicadores económicos como resultado del desafiante contexto macroeconómico y político, Alicorp pudo crecer 22.5% AaA en productos para el Cuidado de Cabello, 14.8% AaA en Detergentes, y 24.6% AaA en Galletas en términos de Volumen.

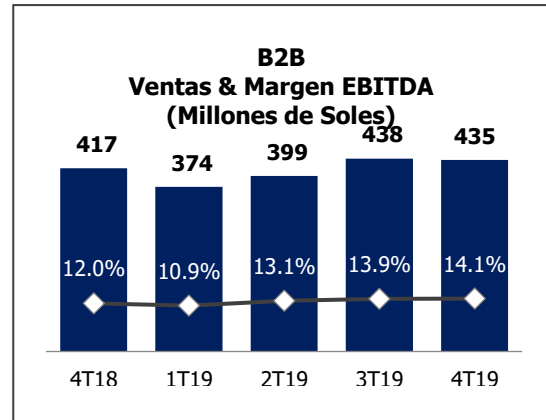
En términos de rentabilidad, el Margen Bruto fue 20.4% (+30.5 p.p. AaA) mientras que, excluyendo la adquisición de Intradevco, la NIC 29 y los gastos no recurrentes, el Margen Bruto fue de 31.6% (+9.3 p.p. AaA). Asimismo, el EBITDA fue de ARS 64 millones con un Margen EBITDA de 2.4% (+27.0 p.p. AaA) mientras que, excluyendo adquisiciones, NIC 29 y gastos no recurrentes, el Margen EBITDA fue 14.7% (+14.6 p.p. AaA). La mejora de este margen se explica por un mayor Margen Bruto, así como los impactos positivos de las iniciativas transformacionales aplicados bajo el programa de restructuración.

**Siguiendo con Centro América y Ecuador (CAM-Ec)**, las Ventas y el Volumen alcanzaron los USD 17 millones y 13 mil toneladas, respectivamente. Excluyendo la adquisición de Intradevco, el Volumen disminuyó 37.6% AaA, principalmente impulsado por un efecto no recurrente por la pre-venta de Aceites Domésticos en Colombia en el 4T18, que resultó en un mayor Volumen vendido en ese trimestre en particular.

En términos de rentabilidad, el Margen Bruto y EBITDA fueron 30.1% y 17.7% respectivamente, en comparación estos alcanzaron de 34.2% y 12.5% respectivamente en el 4T18. El aumento del margen EBITDA es principalmente explicado por las reducciones en los gastos de ventas como resultado de la implementación del programa de eficiencia.

## B2B

Las Ventas y el Volumen alcanzaron S/ 435 millones (+4.5% AaA) y 172 mil toneladas (+4.2% AaA) en el 4T19. El EBITDA alcanzó S/ 61 millones, un incremento de 23.2% AaA, mientras el Margen EBITDA ascendió a 14.1%, un incremento de 2.1 p.p. AaA. Las Ventas crecieron debido a la plataforma de Clientes Industriales (+7.5% AaA), Panificación (+4.9% AaA), y Gastronomía (+2.0% AaA). **Las Ventas Totales en nuestra unidad de B2B en el 2019 ascendieron a S/ 1,647 millones (+3.8% AaA), mientras que el EBITDA Total ascendió a S/ 216 millones (+21.0% AaA) en el 2019.**



Con respecto a las dinámicas de mercado, el PBI de restaurantes peruanos se aceleró en comparación a los primeros tres trimestres del año, mientras que Alicorp continua liderando el mercado B2B.

**En la plataforma de Panificación,** las Ventas y el Volumen alcanzaron S/ 194 millones (+4.9% AaA) y 113 mil toneladas (+3.7% AaA) en el 4T19, respectivamente. El aumento fue principalmente explicado por i) Harina Industrial, creciendo 4.1% AaA en Volumen y 5.8% AaA en Ventas, y ii) Margarinas Industriales, que aumentó 13.8% AaA en Volumen y 17.2% en Ventas, explicado por el volumen capturado adicional y la rentabilidad de la categoría a través de incrementos en precios. Para la Utilidad Bruta de la plataforma, esta aumentó 17.3% AaA a S/ 40 millones, alcanzando un Margen Bruto de 20.4% (+2.2 p.p. AaA), principalmente debido a mayor Volumen en Harina Industrial y Margarinas. El EBITDA alcanzó S/ 24 millones (+45.6% AaA), mientras el Margen EBITDA alcanzó 12.4% AaA (+3.5 p.p. AaA), debido a un mayor Margen Bruto.

**Respecto a la plataforma de Gastronomía,** las Ventas ascendieron a S/ 156 millones, y el Volumen alcanzó 37 mil toneladas, creciendo 2.0% AaA y 5.9% AaA, respectivamente. Los principales contribuidores a este crecimiento fueron i) Salsas (+9.1% AaA en Volumen y +9.5% AaA en Ventas), ii) Socios Comerciales (+2.7x AaA en Ventas), iii) Pasta (+29.2% AaA en Volumen y +28.7% AaA en Ventas), iv) Harinas Industriales (+18.8% AaA en Volumen y +18.1% en Ventas), y v) Ayudas Culinarias (+31.3% AaA en Volumen y +21.9% AaA en Ventas). El aumento en Salsas fue impulsado por estrategias de dimensionamiento, mientras que el crecimiento de la categoría de Socios Comerciales se debió a los lanzamientos de café y salsa de soya a través de alianzas con nuestros socios comerciales "Cafetal" y "Kikko". Adicionalmente, Pasta creció a través de la gestión promocional enfocada por giros de restaurantes, y Harina Industrial creció debido a la captura de cadenas de restaurantes importantes. La Utilidad Bruta de la plataforma aumentó 5.7% AaA, alcanzando un Margen Bruto de 27.4% (+0.9 p.p. AaA) debido a menores precios de materias primas en Aceites Domésticos,

en adición a las estrategias de gestión de precios e ingresos. El EBITDA alcanzó S/ 29 millones, un incremento de 7.1% AaA, mientras el Margen EBITDA fue 18.8% (+0.9 p.p. AaA), debido al mayor Margen Bruto.

**Finalmente, en la plataforma de Clientes Industriales,** las Ventas y el Volumen alcanzaron S/ 81 millones (+7.5% AaA) y 22 mil toneladas (+2.9% AaA), respectivamente. Los principales contribuidores al crecimiento de Ventas fueron los Insumos Nutricionales (+12.4% AaA) y Harinas Industriales (+7.3% AaA). Los Insumos Nutricionales se incrementaron debido a mayores precios, mientras que las Harinas Industriales crecieron explicado por la captura de nuevos clientes. Con respecto a rentabilidad, la Utilidad Bruta aumentó 15.4% AaA, mientras que el Margen Bruto alcanzó 17.6%, un aumento de 1.2 p.p. AaA, principalmente explicado por un mayor margen en Aceites, Derivados de Aceites e Insumos Nutricionales. El EBITDA alcanzó S/ 9 millones (+21.6% AaA), mientras que el Margen EBITDA fue 11.3%, un incremento de 1.3 p.p. AaA, principalmente explicado por un mayor Margen Bruto, contrarrestado por mayores gastos de cobertura, administrativos y *go-to-market*.

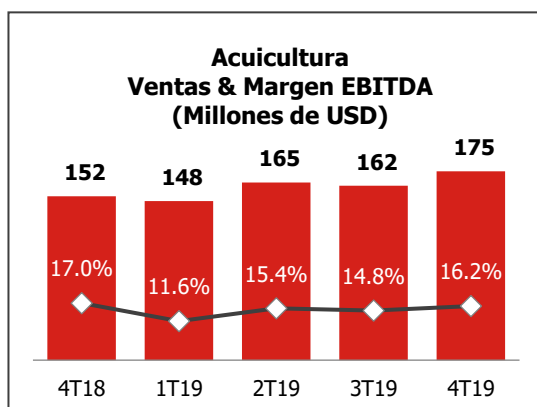
## ACUICULTURA

Las Ventas y el Volumen alcanzaron USD 175 millones (+15.3% AaA), y 169 mil toneladas (+19.5% AaA).

**La plataforma de Alimento para Camarones** aumentó 8.7% AaA en Ventas, explicado principalmente por la contribución de Ecuador, el cual creció USD 11 millones (+11.3% AaA), como resultado del mayor crecimiento en Volumen con el respaldo de un mercado en expansión, pese a i) el contexto desafiante para las exportaciones de Camarones a China en el trimestre, ii) mayor competencia, y iii) menores precios en el mercado.

**La plataforma de Alimento para Peces** presentó una fuerte recuperación comparado al 4T18, apoyado por nuestra operación de Alimento para Peces en Chile, el cual aumentó 30.9% AaA o USD 14 millones en Ventas, principalmente explicado por el recupero de los contratos de licitación y mayor Volumen vendido a ciertos clientes, parcialmente contrarrestado por menores precios debido a mayor competencia.

La Utilidad Bruta del negocio de Acuicultura ascendió a USD 39 millones (+13.6% AaA), mientras que el Margen Bruto fue 22.2% (-0.3 p.p. AaA), debido a nuevas licitaciones obtenidas en Chile. El EBITDA ascendió a USD 28 millones (+9.5% AaA) con un Margen EBITDA de 16.2% (-0.9 p.p. AaA), debido al menor Margen Bruto en el negocio de Alimentos para Peces y el efecto de menores reversiones de las provisiones por deudas incobrables en el 4T19 en comparación al 4T18.



En términos de **resultados consolidados para el 2019, las Ventas Totales ascendieron a USD 650 millones (+2.3% AaA)**, principalmente como resultado de mayor crecimiento en Volumen en nuestra plataforma de Camarones. Adicionalmente, **el EBITDA Total en el 2019 alcanzó USD 95 millones (+1.2% AaA) con un Margen EBITDA de 14.6% (-0.2 p.p. AaA)**.

## **MOLIENDA**

Las Ventas y el Volumen ascendieron a USD 71 millones y 173 mil toneladas, incrementos de 5.0% y 6.6% AaA. respectivamente. Con respecto a la rentabilidad, la Utilidad Bruta fue USD 7 millones. El incremento en Ventas fue explicado por un mayor Volumen de Soya en el mercado debido a un mayor cultivo, en adición a un incremento en el precio internacional de la Harina de Soya y Aceite. Adicionalmente, el EBITDA aumentó principalmente debido a la mayor Utilidad Bruta y a los resultados de nuestro programa de eficiencia. Asimismo, **las Ventas y Volumen Total en el 2019 ascendieron a USD 306 millones (+80.4% AaA) y 750 mil toneladas (+98.7% AaA), respectivamente, mientras que el EBITDA Total alcanzó USD 6 millones.**



### **III. BALANCE**

#### **ACTIVOS**

Para finales del 2019, el total de Activos aumentó en S/ 1,874 millones en comparación al cierre del 2018, como resultado de un incremento en Activos no Corrientes de S/ 1,487 millones y Activos Corrientes de S/ 387 millones. Estos incrementos fueron impulsados principalmente por la adquisición de Intradevco.

Los Activos no Corrientes aumentaron debido a un incremento de S/ 769 millones en Propiedad, Planta y Equipo, un incremento de S/ 565 millones en Activos Intangibles y un incremento de S/ 404 millones en Plusvalía, parcialmente compensado por una disminución de S/ 383 millones en Otros Activos Financieros.

El Efectivo y Equivalentes a Efectivo disminuyeron en S/ 197 millones, de S/ 1,037 millones en diciembre 2018 a S/ 840 millones a diciembre 2019. Las Cuentas por Cobrar se incrementaron en S/ 338 millones, de S/ 1,026 millones al 31 de diciembre 2018 a S/ 1,365 millones al 31 de diciembre 2019. Los días de Cuentas por Cobrar fueron en promedio 45.8 días en el 2019, comparado con los 43.2 días registrados en el 2018.

Los Inventarios se incrementaron en S/ 166 millones, de S/ 1,457 millones de diciembre 2018 a S/ 1,623 millones a diciembre 2019. Los días de Inventarios se incrementaron de 76.5 días en el 2018 a 83.9 días en el 2019.

La Propiedad, Planta y Equipo, neto se incrementó en S/ 769 millones, de S/ 2,880 millones al 31 de diciembre 2018 a S/ 3,649 millones al 31 de diciembre 2019, principalmente debido a la adquisición de Intradevco.

#### **PASIVOS**

Al cierre del 2019, el total de Pasivos se incrementó en S/ 1,640 millones en comparación a diciembre 2018, como resultado de un incremento en Pasivos no Corrientes por S/ 1,297 millones y un incremento en Pasivos Corrientes de S/ 343 millones. Los Pasivos no Corrientes aumentaron debido a un incremento de S/ 1,005 millones en Obligaciones Financieras no Corrientes, mientras que los Pasivos Corrientes se incrementaron en S/ 383 millones en Cuentas por Pagar Comerciales, parcialmente contrarrestados por una disminución de S/ 171 millones en Obligaciones Financieras Corrientes. Los días de Cuentas por Pagar se incrementaron de 93.2 días en 2018 a 95.5 días en 2019.

El total de Deuda Financiera Corriente al 31 de diciembre 2019 fue S/ 774 millones, S/ 187 millones menos comparado a diciembre 2018, mientras el total de Deuda Financiera no Corriente a fines del 2019 fue S/ 3,417 millones, S/ 1,007 millones más que al cierre del 2018. Este incremento en Deuda Financiera Total es principalmente explicado por la deuda tomada para financiar la adquisición de Intradevco. Al cierre del 2019,

la Deuda Financiera No Corriente representó 81.5% del total de la Deuda Financiera, comparado con 71.5% al cierre del 2018.

A diciembre 2019, la composición de la Deuda Financiera luego de operaciones de cobertura estuvo denominada de la siguiente manera: i) 75.0% en Soles, ii) 16.1% en Bolivianos, iii) 8.2% en Dólares Estadounidenses y iv) 0.7% en otras monedas. Sin embargo, la Deuda Financiera con exposición al tipo de cambio (pasivos financieros sin cobertura financiera en distinta moneda a la moneda funcional) fue de 7.1%. La duración total de Deuda cerró en 3.88 años a diciembre 2019, comparado a 2.71 años registrados a diciembre 2018. La duración de la Deuda a Largo Plazo a diciembre 2019 fue 4.39 años. Durante este trimestre, se negociaron 61 operaciones de forward para cubrir la exposición del flujo de caja neto. Actualmente, la mayoría de los Pasivos son a tasa fija, ya sea directamente o mediante transacciones derivadas.

## **PATRIMONIO**

El Patrimonio aumentó en S/ 234 millones a S/ 3,459 millones a diciembre 2019, de S/ 3,225 millones a diciembre 2018. Este incremento fue explicado por la contribución de la Utilidad Neta, la cual ascendió a S/ 481 millones, parcialmente contrarrestado por una distribución de dividendos de S/ 205 millones pagados en Mayo de 2019.

## **IV. ESTADOS DE FLUJO DE EFECTIVO**

### **ACTIVIDADES DE OPERACIÓN**

Al 31 de diciembre del 2019, el Flujo de Caja proveniente de las Actividades de Operación fue S/ 1,087 millones, S/ 167 millones mayor comparado al mismo periodo del 2018. Esto se debe principalmente a: i) aumento de Cobranzas por S/ 1,373 millones y ii) menores pagos de impuestos por S/ 55 millones comparados al mismo periodo del 2018. Estos efectos fueron parcialmente compensados por: i) mayores pagos a proveedores por S/ 1,066 millones y ii) mayores pagos a empleados por S/ 177 millones comparados al mismo periodo del 2018.

### **ACTIVIDADES DE INVERSIÓN**

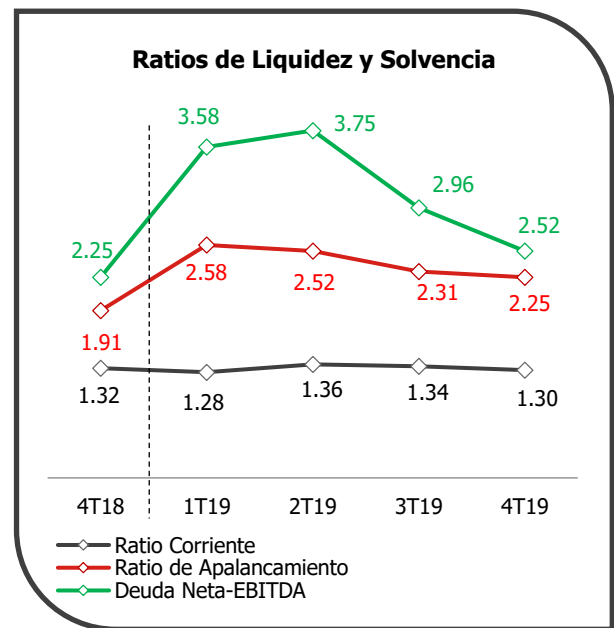
El Flujo de Efectivo utilizado en Actividades de Inversión al 31 de diciembre del 2019 fue S/ 1,465 millones, S/ 262 millones mayor comparado al mismo periodo de 2018. El incremento fue principalmente relacionado a la adquisición de Intradevco que alcanzó S/ 1,581 millones. Además, el monto desembolsado para CAPEX (activo fijo) fue S/ 187 millones, S/ 35 millones menor que en el mismo periodo 2018. Las inversiones clave se destinaron a: i) innovación tecnológica corporativa asociada con nuestro nuevo sistema ERP, y ii) mejorar nuestra capacidad de producción en el negocio de Acuicultura. Este incremento en Actividades de Inversión fue parcialmente contrarrestado por la Venta de las acciones de Credicorp Ltd., el cual ascendió a S/ 343 millones.

### **ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO**

El Flujo de Efectivo proveniente de las Actividades de Financiamiento al 31 de Diciembre 2019 fue de S/ 188 millones, S/ 88 millones menos comparado a los S/ 276 millones en el mismo periodo de 2018, principalmente debido a un mayor monto por cancelación de deuda.

## RATIOS DE LIQUIDEZ Y SOLVENCIA

El ratio Corriente (Total de Activos Corrientes/Total de Pasivos Corrientes) cayó de 1.32x a diciembre 2018 a 1.30x al 4T19. El ratio de Apalancamiento (Pasivo Total/Patrimonio) incrementó de 1.91x a diciembre 2018 a 2.25x al 4T19. El ratio Deuda Neta-EBITDA incrementó de 2.25x a diciembre 2018 a 2.52x a diciembre 2019<sup>1,2</sup>. La Deuda Neta<sup>3</sup> se incrementó a S/ 3,351 millones (un incremento de S/ 1,016 millones), como resultado de la adquisición de Intradevco. Excluyendo el inventario de materias primas de nuestro negocio de Molienda, el ratio Deuda Neta-EBITDA incrementó de 2.1x a diciembre de 2018 a 2.4x<sup>2</sup> a diciembre de 2019.



<sup>1</sup> A diciembre 2019, el ratio Deuda Neta-Ebitda incluye: i) cifras proforma de los últimos 12 meses de Intradevco y ii) el efecto de la NIIF 16

<sup>2</sup> El ratio de Deuda Neta-EBITDA al 4T19 excluye el efecto de deterioro (S/ 37 millones).

<sup>3</sup> La Deuda Neta es Deuda Financiera menos Efectivo y Equivalentes a Efectivo al 4T19 (Incluye el efecto de la NIIF 16)

## V. EVENTOS RECIENTES

### INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO



En la **división de Consumo Masivo Perú**, Alicorp lanzó 7 productos durante este trimestre. En la **categoría de Limpiadores multipropósito**, se lanzó un limpiador multisuperficie en una presentación de 648 ml bajo la marca "Sapolio", buscando incrementar la participación de mercado dentro de esta categoría.

En la **categoría de Suavizantes** se lanzó el suavizante "Bolivar Plus" con aroma a tulipán en tres presentaciones bajo la marca "Bolivar", con el objetivo de seguir innovando y mantener el liderazgo en la categoría.



Adicionalmente, la marca "Bolivar" lanzó "Bolivar Baby & Kids" en dos nuevas presentaciones, buscando ampliar el portafolio de la línea de suavizantes Baby & Kids con los formatos de mayor venta.

En la **categoría de Quitamanchas**, bajo la marca "Opal" se lanzó "Opal Quitamanchas" para ropa de color en dos nuevas presentaciones, con el propósito de incrementar la presencia de la marca con los formatos más relevantes dentro del segmento de quitamanchas líquidos.



En la **categoría de Pastas**, se lanzó un nuevo formato de pastas cortas "Don Vittorio Tornillo de Colores" bajo la marca "Don Vittorio", con el objetivo de incrementar el volumen de la marca en formatos cortos y fortalecer su liderazgo dentro este segmento.

Adicionalmente, en la **categoría de Panetones**, la marca "Blanca Flor" lanzó un panetón con sabor a dulce de leche, buscando fortalecer el posicionamiento de la marca en esta categoría.



En la **categoría de Premezclas**, se lanzó la premezcla muffin con sabor a vainilla bajo la marca "Blanca Flor", buscando aumentar la penetración en la repostería en el hogar.

En la **división de Consumo Masivo Brasil**, se lanzaron 2 productos durante este trimestre. En la **categoría de Refrescos**, se lanzaron refrescos instantáneos con sabores a té negro con durazno y guaraná, en edición limitada por verano bajo la marca "Santa Amália", con el objetivo de generar mayor dinamismo en la categoría en una época de alta demanda.



Asimismo, en la **categoría de Gelatinas**, se lanzó gelatina con sabor a frutos rojos y maracuyá con naranja bajo la marca "Santa Amália", con el objetivo de capturar la mayor demanda en la categoría por el verano.

## RECONOCIMIENTOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante el 4T19, Alicorp fue reconocida por Merco Perú dentro del Top 10 en el ranking general de empresas y en el primer lugar en el sector Alimentos. Asimismo, Alfredo Pérez Gubbins (CEO) fue reconocido dentro del Top 10 en el ranking de Líderes.



## **SOBRE ALICORP**

Alicorp es una empresa líder en Consumo Masivo con sede en Perú, con operaciones en otros países latinoamericanos como: Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y exportaciones a otros países. La Compañía se especializa en cuatro líneas de negocio: 1) Consumo Masivo (alimentos, cuidado personal y del hogar) en el Perú, Brasil, Argentina, Ecuador, Colombia, Chile y otros países 2) B2B (harinas industriales, mantecas industriales, pre-mezclas y productos de *Food Service*), 3) Acuicultura (alimento balanceado para peces y camarones) Y 4) Molienda de granos de oleaginosas (Soya y Girasol), el cual es parte del negocio de consumo verticalmente integrado en Bolivia. Alicorp cuenta con más de 7,600 colaboradores en sus operaciones en el Perú y a nivel internacional. Las acciones comunes y de inversión de Alicorp se encuentran listadas en la Bolsa de Valores de Lima bajo los símbolos de ALICORC1 y ALICORI1, respectivamente.

## **DISCLAIMER**

Esta nota de prensa puede contener información proyectada, referente a las adquisiciones recientes, su impacto financiero y de negocios, creencias de la dirección y objetivos con respecto a las mismas y las expectativas actuales de la dirección del desempeño financiero y operativo en el futuro, con base en supuestos que se consideran actualmente válidos. Las declaraciones a futuro son declaraciones que no incluyan hechos históricos. Las palabras "anticipa", "podría", "puede", "planea", "cree", "estima", "espera", "proyecta", "pretende", "probablemente", "hará", "debería", "ser" y expresiones similares o cualesquiera otras palabras de significado similar ayudan a identificar esas afirmaciones como declaraciones a futuro. No hay certeza sobre si los eventos previstos ocurrirán, o el impacto que tendrán en los resultados de operación y situación financiera de Alicorp o de la Compañía consolidada, en caso ocurriesen. Alicorp no asume obligación alguna de actualizar las declaraciones a futuro incluidas en esta nota de prensa para reflejar eventos o circunstancias posteriores.

## ALICORP S.A.A.

**Estado de Situación Financiera Consolidado**  
**Al 31 de Diciembre de 2019 y 31 de Diciembre de 2018**  
(en miles de Soles Peruanos)

	Notas	31 de Diciembre 2019	31 de Diciembre 2018		Notas	31 de Diciembre 2019	31 de Diciembre 2018
<b>Activos</b>				<b>Pasivos y Patrimonio</b>			
<b>Activos Corrientes</b>				<b>Pasivos Corrientes</b>			
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	2	840,021	1,037,185	Otros Pasivos Financieros	11	803,799	974,515
Otros Activos Financieros	3	75,713	61,743	Cuentas por Pagar Comerciales	12	2,143,411	1,759,968
Cuentas por Cobrar Comerciales, Neto	4	1,364,877	1,026,443	Otras Cuentas por Pagar	13	182,894	139,548
Otras Cuentas por Cobrar, Neto	5	287,848	261,173	Cuentas por Pagar a Relacionadas		0	890
Cuentas por Cobrar a Relacionadas		0	0	Pasivo por Ingreso Diferido		3,043	2,752
Anticipos a Proveedores		216,915	181,061	Provisiones		48,662	40,665
Inventarios	6	1,622,919	1,456,952	Pasivo por Impuesto a la Renta		54,013	11,566
Activos Biológicos		0	0	Provisión por Beneficios a los Empleados	14	226,731	189,912
Activo por Impuesto a la Renta		37,482	29,152	<b>Total Pasivo Corriente</b>		<b>3,462,553</b>	<b>3,119,816</b>
Otros Activos no Financieros		18,403	13,639				
Activos mantenidos para la venta		26,639	36,638	<b>Pasivo No Corriente</b>			
<b>Total Activos Corrientes</b>		<b>4,490,817</b>	<b>4,103,986</b>	Otros Pasivos Financieros	11	3,422,911	2,418,199
				Otras Cuentas por Pagar	13	0	0
<b>Activos No Corrientes</b>				Cuentas por Pagar a Relacionadas		0	0
Otros Activos Financieros	3	19,167	401,803	Pasivos por Ingreso Diferidos		2,958	2,594
Inversiones en Asociadas	7	17,323	17,444	Pasivo por Impuesto Diferido		774,113	534,026
Cuentas por Cobrar	4	0	8,844	Provisiones		96,230	43,987
Otras Cuentas por Cobrar	5	140,994	77,984	Provisión por Beneficios a los empleados	14	25,010	25,053
Activos Biológicos		286	788	<b>Total Pasivos No Corrientes</b>		<b>4,321,222</b>	<b>3,023,859</b>
Propiedades de Inversión		7,492	0	<b>Total Pasivos</b>		<b>7,783,775</b>	<b>6,143,675</b>
Propiedad, Planta y Equipo, Neto	8	3,649,211	2,880,335				
Activos Intangibles, Neto	9	1,318,649	753,318	<b>Patrimonio</b>			
Activo Diferido		201,586	131,885	Capital Emitido	15	847,192	847,192
Activo por Impuesto a la Renta		3,492	3,292	Acciones de Inversión	15	7,388	7,388
Plusvalía	10	1,393,264	988,971	Reservas	15	165,368	168,329
<b>Total Activos No Corrientes</b>		<b>6,751,464</b>	<b>5,264,664</b>	Utilidad retenida		2,415,276	1,874,236
				Otras Reservas		-8,719	311,284
				<b>Patrimonio atribuido a accionistas controladores</b>		<b>3,426,505</b>	<b>3,208,429</b>
				Participación no controladora		32,001	16,546
				<b>Total Patrimonio</b>	15	<b>3,458,506</b>	<b>3,224,975</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>11,242,281</b>	<b>9,368,650</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>		<b>11,242,281</b>	<b>9,368,650</b>



## ALICORP S.A.A.

## Estado de Resultados Consolidado

Trimestres terminados el 31 de Diciembre, 2019, 2018

(en miles de Soles Peruanos)

	Notas	Para el Trimestre terminado el 31 de Diciembre, 2019	Para el Trimestre terminado el 31 de Diciembre, 2018	Para el periodo acumulado desde 01 de Enero y 31 de Diciembre, 2019	Para el periodo acumulado desde 01 de Enero y 31 de Diciembre, 2018
Ventas		0	0	0	0
Otras Ventas		0	0	0	0
<b>Ventas Netas</b>	16	<b>2,591,930</b>	<b>2,247,383</b>	<b>9,872,187</b>	<b>8,288,702</b>
Costo de Ventas	16	-1,948,936	-1,743,743	-7,420,013	-6,240,926
<b>Utilidad Bruta (Pérdida)</b>		<b>642,994</b>	<b>503,640</b>	<b>2,452,174</b>	<b>2,047,776</b>
Gastos de Venta y Distribución		-198,210	-177,158	-801,905	-673,419
Gastos Administrativos		-154,949	-163,543	-651,838	-601,726
Utilidad (Pérdida) de la bajas de activos financieros medidos al costo amortizado		0	0	0	0
Otro Ingreso Operativo		-10,801	-16,975	16,730	35,429
Otro Gasto Operativo		-33,360	14,536	-50,284	-12,638
Otros Ingresos (Gastos)		-459	246	-16,302	3,268
<b>Utilidad Operativa (Pérdida)</b>		<b>245,215</b>	<b>160,746</b>	<b>948,575</b>	<b>798,690</b>
Ingreso Financiero	17	30,186	66,386	92,428	114,168
Gasto Financiero	18	-103,185	-72,756	-346,100	-232,549
Diferencia de cambio, Neto	19	-1,014	-8,603	5,326	-20,045
Participación en Utilidades de Asociadas		-1,496	1,747	-1,814	1,747
Utilidad (Pérdida) proveniente de la diferencia entre Valor en Libros y Valor Razonable de los Activos Financieros Reclasificados a ser medidos a Valor Razonable		0	0	0	0
<b>Utilidad (Pérdida) antes de Impuesto a la Renta</b>		<b>169,706</b>	<b>147,520</b>	<b>698,415</b>	<b>662,011</b>
Gasto por Impuesto a la Renta		-47,172	-58,332	-217,230	-217,201
<b>Utilidad del año proveniente de Operaciones Continuas</b>		<b>122,534</b>	<b>89,188</b>	<b>481,185</b>	<b>444,810</b>
Utilidad (Pérdida) del año proveniente de Operaciones Descontinuadas		0	0	0	0
<b>Utilidad (Pérdida) del Periodo/Año (Valor Neto)</b>		<b>122,534</b>	<b>89,188</b>	<b>481,185</b>	<b>444,810</b>
<b>Utilidad (Pérdida) Neta atribuida a:</b>					
Propietarios de la compañía		122,192	88,221	476,231	442,881
Accionistas no controladores		342	967	4,954	1,929
<b>Utilidad (Pérdida) del Periodo/Año</b>		<b>122,534</b>	<b>89,188</b>	<b>481,185</b>	<b>444,810</b>
<b>Básica (céntimos por acción):</b>					
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	20	0.143	0.103	0.557	0.518
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Continuas		0.000	0.000	0.000	0.000
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuadas		0.000	0.000	0.000	0.000
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuadas		0.000	0.000	0.000	0.000
<b>Utilidad por acción</b>	20	<b>0.143</b>	<b>0.103</b>	<b>0.557</b>	<b>0.518</b>
<b>Utilidad por acción de inversión</b>		0.000	0.000	0.000	0.000
<b>Diluido (céntimos por acción):</b>					
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Continuas	20	0.143	0.103	0.557	0.518
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Continuas		0.000	0.000	0.000	0.000
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuadas		0.000	0.000	0.000	0.000
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuadas		0.000	0.000	0.000	0.000
<b>Utilidad por acción</b>	20	<b>0.143</b>	<b>0.103</b>	<b>0.557</b>	<b>0.518</b>
<b>Utilidad por acción de inversión</b>		0.000	0.000	0.000	0.000

**ALICORP S.A.A.**  
**Estado de Flujo de Efectivo Consolidado**  
**Método Directo**  
**Para los periodos terminados el 31 de Diciembre, 2019, 2018**  
**(en miles de Soles Peruanos)**

Notas	Para el periodo entre el 01 de Enero y el 31 de Diciembre, 2019	Para el periodo entre el 01 de Enero y el 31 de Diciembre, 2018
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>		
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>		
Venta de Bienes y Prestación de Servicios	9,736,274	8,363,671
Comisiones	0	0
Regalías, Cuotas, Comisiones, Otros Ingresos de Actividades Ordinarias	0	0
Intereses y Retornos (no incluidos en Actividades de Inversión)	0	0
Reembolso de Impuesto a la Renta	0	0
Dividendos Recibidos (no incluidos en Actividades de Inversión)	0	0
Otros Cobros relacionados a Actividades de Operación	108,986	138,600
<b>Pagos a (debido a):</b>		
Proveedores de Bienes y Servicios	-7,437,835	-6,371,899
Pagos a Empleados	-925,620	-748,653
Pago de Impuesto a la Renta	-251,008	-306,024
Intereses y Retornos (no incluidos en Actividades de Inversión)	0	0
Dividendos Pagados (no incluidos en Actividades de Inversión)	0	0
Royalties	0	0
Otros Pagos Operativos	-72,501	-24,004
Otros Pagos Relacionados a Actividades de Operación	-70,920	-131,071
<b>Flujo Neto proveniente de Actividades de Operación</b>	<b>1,087,376</b>	<b>920,620</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>		
Reembolso de Adelantos de Préstamos y Préstamos Concedidos a Terceros	0	0
Reembolsos Recibidos de Préstamos a Entidades Relacionadas	0	0
Venta de Instrumentos Financieros de Patrimonio o Deuda de Otras Entidades	342,930	0
Contratos Derivados (Futuro, a Término, Opciones)	0	0
Venta de Participaciones en Asociadas	0	0
Venta de Participaciones en Negocios Conjuntos, Neto Del Efectivo Desapropiado	0	0
Venta de Propiedades de Inversión	0	0
Venta de Propiedades, Planta y Equipo	26,992	3,794
Venta de Activos Intangibles	0	0
Venta de Otros Activos de Largo Plazo	0	0
Intereses Recibidos	39,178	45,112
Dividendos Recibidos	10,257	7,168
Reembolso de Impuesto a la Renta	0	0
Otros Cobros relacionados a Actividades de Inversión	0	0
<b>Pagos a (debido a):</b>		
Préstamos concedidos a Terceros	0	0
Préstamos concedidos a Relacionados	0	0
Compra de Instrumentos Financieros de Patrimonio o Deuda de Otras Entidades	0	0
Compra de Derivados (Futuro, a Término, Opciones)	0	0
Compra de Subsidiaria, Neto del Efectivo Adquirido	-1,581,495	-1,111,838
Compra de Participaciones en Negocios Conjuntos, Neto del Efectivo Adquirido	0	0
Compra de Participaciones no controladoras	0	0
Compra de Propiedades de Inversión	0	0
Compra de Propiedades, Planta y Equipos	-187,134	-222,404
Adelantos por trabajos en Propiedad, Planta y Equipos	0	0
Compra de Activos Intangibles	-107,153	-102,169
Compra de Activos de Largo Plazo	0	0
Pago de Impuesto a la Renta	0	0
Otros Pagos relacionados a Actividades de Inversión	-8,564	177,084
<b>Flujo Neto proveniente de Actividades de Inversión</b>	<b>-1,464,989</b>	<b>-1,203,253</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Cobros provenientes de (debido a):</b>		
Préstamos de Corto y Largo Plazo	6,303,566	4,130,901
Préstamos de Entidades Relacionadas	0	0
Emisión de acciones y otros Instrumentos de patrimonio	0	0
Venta de acciones en tesorería	0	0
Reembolso de Impuesto a la Renta	0	0
Otros Cobros relacionados a Actividades de Financiamiento	0	0
<b>Pagos a (debido a):</b>		
Amortizaciones de préstamos de corto y largo plazo	-5,628,036	-3,469,137
Préstamos de Entidades Relacionadas	0	0
Pasivos por Arrendamiento Financiero	0	0
Recompra de acciones	0	0
Adquisición de Otras Participaciones en el Patrimonio	0	0
Intereses Pagados	-282,932	-177,318
Dividendos Pagados	-204,715	-204,950
Pago por el Impuesto a la Renta	0	0
Otros Pagos relacionados a Actividades de Financiamiento	191	-3,620
<b>Flujo Neto proveniente de Actividades de Financiamiento</b>	<b>188,074</b>	<b>275,876</b>
<b>Aumento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalente de Efectivo, antes de variaciones en tipo de cambio</b>	<b>-189,539</b>	<b>-6,757</b>
Efecto de las variaciones en tipo de cambio	-7,625	561
<b>Aumento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalente de Efectivo</b>	<b>-197,164</b>	<b>-6,196</b>
<b>Efectivo y Equivalente de Efectivo a inicio del periodo</b>	<b>1,037,185</b>	<b>1,043,381</b>
<b>Efectivo y Equivalente de Efectivo a fines del periodo</b>	<b>840,021</b>	<b>1,037,185</b>