ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS SEGUNDO TRIMESTRE 2022

Reporte de Resultados

Lima - Perú, 1 de agosto de 2022. Alicorp S.A.A. (“la Compañía” o “Alicorp”) (BVL: ALICORC1 y ALICORI1) anunció hoy sus resultados financieros no auditados correspondientes al Segundo Trimestre de 2022 (2T22). 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 2T 2022
2. ACTUALIZACIÓN DE IMPACTOS EN NUESTRA ESTRUCTURA DE COSTOS
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

alicorp

1 HITOS 2T 2022

1. HITOS 2T 2022

Ventas Consolidadas	EBITDA	Utilidad Neta
+36.6%	+48.0%	+3.2x

- **Las ventas consolidadas crecieron 36.6% AaA en el 2T22**, debido al sólido desempeño de nuestros negocios de Molienda, Acuicultura y B2B, y al desempeño positivo de nuestras unidades de Consumo Masivo Perú e Internacional. El **volumen aumentó 12.2% AaA**, impulsado principalmente por los negocios de Molienda y Acuicultura, y parcialmente contrarrestado por Consumo Masivo Perú.
- **La utilidad bruta incrementó 28.4% AaA,** explicado por la recuperación de todas nuestras unidades de negocio, mientras que el **margen bruto perdió 1.1 p.p** en comparación con el 2T21 debido a la inflación de los precios de las materias primas, la cual continúa impactando nuestras ventas.
- **El EBITDA se incrementó en 48.0% AaA**, debido al crecimiento de la utilidad bruta y como resultado de nuestros continuos esfuerzos de eficiencias.
- **La utilidad neta totalizó S/ 142 millones en el 2T22, aumentando 3.2x AaA**, debido principalmente al efecto base positivo por la pérdida neta de nuestras subsidiarias de Brasil y Argentina durante el 2T21. Excluyendo nuestras operaciones discontinuas, la utilidad neta creció 2.7x, explicado principalmente por los mejores resultados operativos.
- A junio de 2022, La **Deuda Neta**[1] alcanzó los S/ 4,590 millones, un incremento de S/ 250 millones comparado con diciembre de 2021, explicado principalmente por una mayor deuda para financiar necesidades más altas de capital de trabajo. El ratio de **Deuda Neta-EBITDA**[2] disminuyó de 3.3x[3] en diciembre 2021 a 3.0x[3] en junio de 2022.

[1] Deuda Neta es deuda financiera menos caja y equivalentes de caja al 2T22 (incluyendo el efecto de NIIF 16)
[2] Ratio Deuda Neta-EBITDA excluye los efectos de las operaciones de Brasil y Argentina, cuyos resultados se incluyen en la línea de Operaciones Discontinuas
[3] Incluye nuevas empresas adquiridas en los últimos 12 meses

2

ACTUALIZACION DE IMPACTOS EN NUESTRA ESTRUCTURA DE COSTOS

2. ACTUALIZACIÓN DE IMPACTOS EN NUESTRA ESTRUCTURA DE COSTOS

En los últimos 18 meses, los precios internacionales de las materias primas han aumentado de forma constante debido a los efectos de la pandemia del COVID-19. Esta situación se agravó con el estallido del conflicto internacional entre Rusia y Ucrania. Como consecuencia, nuestros márgenes han sido presionados, situándonos en un contexto retador.

Como consecuencia de la tendencia en los precios, las materias primas agrícolas adquirieron mayor relevancia en nuestra estructura de costos, incrementando su participación sobre el total del costo de ventas, de 53% en el primer trimestre de 2021 a 63% a finales del segundo trimestre de 2022.

A pesar de este panorama negativo, nuestra rentabilidad muestra una tendencia positiva desde principios de año. Excluyendo el negocio de Molienda, en el segundo trimestre de 2022 nuestro costo de ventas por tonelada métrica aumentó 4% con respecto al trimestre previo, mientras que nuestra utilidad bruta por tonelada métrica aumentó un 11% en el mismo periodo. Estos resultados reflejan la resiliencia de nuestra compañía, respaldada por la fortaleza de nuestras marcas, nuestra red de distribución única y nuestras capacidades de primer nivel para la adquisición y cobertura de materias primas, gestionadas por un equipo altamente experimentado.

Continuamos monitoreando de cerca la dinámica de los mercados internacionales de materias primas con la finalidad de garantizar una óptima adquisición de las mismas y, de esta manera, minimizar futuros aumentos en nuestro costo de ventas. Esto, junto con nuestros esfuerzos de eficiencias e iniciativas *design-to-value*, nos permite seguir ofreciendo a nuestros clientes y consumidores una amplia variedad de productos con una calidad y un servicio confiable. Nuestra mentalidad centrada en el cliente nos ha permitido seguir fortaleciendo relaciones y posicionamiento en el mercado en estos tiempos retadores.

Al igual que en nuestro último reporte, este informe incluye referencias a las métricas de utilidad bruta por tonelada métrica y EBITDA por tonelada métrica, ya que consideramos que los márgenes no son comparables a los de años anteriores debido a las tasas de inflación de los precios de los commodities experimentadas durante los últimos trimestres, que impactan nuestras ventas.

3

INFORMACIÓN FINANCIERA

3.1 ESTADO DE RESULTADOS

RESULTADOS CONSOLIDADOS

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	907	809	12.2%	1,753	1,563	12.2%
Ventas netas	3,909	2,862	36.6%	7,258	5,340	35.9%
Utilidad bruta	696	542	28.4%	1,347	1,160	16.1%
Margen bruto	*17.8%*	*18.9%*	*-1.1 p.p.*	*18.6%*	*21.7%*	*-3.2 p.p.*
Gastos de ventas, generales y administrativos	-373	-370	0.7%	-725	-730	(0.7%)
Utilidad operativa	315	192	64.6%	627	452	38.7%
Margen operativo	*8.1%*	*6.7%*	*1.4 p.p.*	*8.6%*	*8.5%*	*0.2 p.p.*
EBITDA	419	283	48.0%	836	635	31.5%
Margen EBITDA	*10.7%*	*9.9%*	*0.8 p.p.*	*11.5%*	*11.9%*	*-0.4 p.p.*
EBITDA por TM	462	350	31.9%	477	407	17.2%
Gasto financiero neto	-74	-74	0.2%	-150	-133	12.3%
Utilidad antes de impuestos	191	99	91.8%	417	301	38.6%
Impuesto a la renta	-48	-46	4.7%	-115	-95	21.6%
Tasa impositiva efectiva	*25.4%*	*46.6%*	*-21.1 p.p.*	*27.6%*	*31.4%*	*-3.9 p.p.*
Utilidad neta de operaciones continuas	142	53	2.7x	302	206	46.4%
Resultado Neto de operaciones discontinuadas	0	-9	S/ 8.8	0	-27	S/ 27.0
Utilidad neta del periodo	142	44	3.2x	302	179	68.4%
Margen neto	*3.6%*	*1.5%*	*2.1 p.p.*	*4.2%*	*3.4%*	*0.8 p.p.*

- El **volumen consolidado** alcanzó las 907 mil toneladas en el 2T22, un aumento de 12.2% AaA, debido al sólido desempeño de nuestras unidades de Molienda y Acuicultura con 30.0% y 27.7% de crecimiento, respectivamente. Consumo Masivo Internacional también muestra un importante desempeño con un crecimiento de 6.5%. Esto fue parcialmente contrarrestado por la reducción de 3.7% en volumen de ventas de nuestra unidad de Consumo Masivo Perú, mientras que nuestro negocio de B2B se mantuvo estable (-0.4% AaA). En términos acumulados, el volumen consolidado ganó 12.2%.
- Las **ventas consolidadas** alcanzaron los S/ 3,909 millones en el 2T22, un aumento de 36.6% AaA, impulsados por los crecimientos sobresalientes de nuestros negocios de Molienda, Acuicultura y B2B de 71.2%, 55.2% y 30.2% AaA, respectivamente. Consumo Masivo Perú e Internacional también demostraron un desempeño importante con un crecimiento de 16.3% y 11.6% AaA, respectivamente. En términos acumulados, las ventas consolidadas crecieron 35.9%.
- La **utilidad bruta** alcanzó los S/ 696 milones en el 2T22, un incremento de 28.4% AaA, explicado por el crecimiento de 99.5% de nuestro negocio de Molienda, adicionalmente a un crecimiento de 44.0% AaA en Acuicultura y de 39.6% AaA en B2B. Nuestras unidades de Consumo Masivo Perú e Internacional también presentan incrementos de 8.9% y 5.5% AaA, respectivamente. El **margen bruto** se redujo 1.1 p.p presionado por el impacto de la inflación de los precios de las materias primas en nuestras ventas. En términos acumulados, la utilidad bruta creció 16.1%, mientras que el margen bruto cayó 3.2 p.p.
- Los **gastos de ventas, generales y administrativos (SG&A por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 373 millones, un incremento de 0.7% AaA, explicado principalmente por mayores gastos de marketing y de depreciación, parcialmente compensados por una reducción en los gastos administrativos y de almacenamiento. En términos acumulados, los gastos de ventas, generales y administrativos cayeron 0.7%.
- **Las ganancias antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (EBITDA por sus siglas en inglés)** alcanzaron los S/ 419 millones en el 2T22, un incremento de 48.0% AaA,

explicado principalmente por una contribución importante de nuestros negocios de B2B (+80.1%), Molienda (+70.9%) y Acuicultura (+59.6%). Nuestros negocios de Consumo Masivo Internacional (+30.5% AaA) y Consumo Masivo Perú (+21.9% AaA) también presentan un mayor EBITDA. El margen EBITDA ganó 0.8 p.p., de 9.9% en el 2T21 a 10.7% en el 2T22. En términos acumulados, el EBITDA creció 31.5%, mientras que el margen EBITDA cayó 0.4 p.p.

- La **utilidad operativa** fue S/ 315 millones en el 2T22, un aumento de 64.6% AaA, y el **margen operativo** ganó 1.4 p.p., principalmente como resultado del incremento de la utilidad bruta. En términos acumulados, la utilidad operativa creció 38.7% y el margen operativo se incrementó en 0.2 p.p.
- Los **gastos financieros netos** se mantuvieron estables (+0.2% AaA). En términos acumulados, los gastos financieros netos se incrementaron en 12.3% debido a mayores tasas de interés y un aumento de la deuda relacionado principalmente con mayores requerimientos de capital de trabajo para el negocio de Molienda.
- El **impuesto a la renta** aumentó 4.7% AaA explicado por una mayor utilidad antes de impuesto, parcialmente contrarrestado por la disminución de la tasa efectiva de 46.6% en el 2T21 a 25.4% en el 2T22 debido a ajustes del impuesto a la renta diferido.
- La **utilidad neta** alcanzó los S/ 142 millones, creciendo 3.2x AaA, principalmente explicado por el efecto base positivo por la pérdida en el 2T21 de nuestras operaciones en Brasil y Argentina (ambas vendidas durante el 4T21) y por una mayor utilidad operativa. En términos acumulados, la utilidad neta creció 68.4%.

RESULTADOS POR NEGOCIO

Consumo Masivo Perú

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	181	188	(3.7%)	352	372	(5.4%)
Ventas netas	1,107	952	16.3%	2,092	1,862	12.4%
Utilidad bruta	277	255	8.9%	519	554	(6.3%)
Margen bruto	*25.1%*	*26.8%*	*-1.7 p.p.*	*24.8%*	*29.8%*	*-4.9 p.p.*
EBITDA	146	120	21.9%	276	295	(6.3%)
Margen EBITDA	*13.2%*	*12.6%*	*0.6 p.p.*	*13.2%*	*15.8%*	*-2.6 p.p.*
EBITDA por TM	807	637	26.6%	785	793	(0.9%)

- A pesar de que el panorama político y económico del Perú continúa siendo retador, nuestra unidad de Consumo Masivo Perú continuó mejorando significativamente en comparación con los trimestres anteriores, mostrando mejores resultados en términos de volúmenes y rentabilidad. Esto confirma que nuestra estrategia desplegada durante el 2022 sigue ganando tracción, logrando una mejora en el desempeño de esta unidad de negocio.
- Con respecto a innovación, lanzamos nuevas presentaciones en categorías clave como aceites domésticos, salsas y detergentes; y continuamos impulsando el rendimiento de los nuevos productos lanzados durante el 1T22.
- El **volumen** disminuyó 3.7% AaA, alcanzando las 181 mil toneladas métricas explicado por la elasticidad de la demanda a las acciones de precio tomadas para compensar el impacto de la subida de precios de materias primas y la devaluación del Sol Peruano. Además, la demanda de productos de higiene decreció en términos interanuales. En términos acumulados, el volumen cayó un 5.4%.
- Las **ventas** crecieron 16.3% AaA predominantemente impulsado por i) iniciativas de precios en diversas categorías para compensar parcialmente el aumento de los precios de las materias

primas, ii) un mejor *mix* de productos premium y económicos, y iii) la mejora del *mix* de canales. En términos acumulados, las ventas netas se incrementaron en 12.4%.

- La **utilidad bruta** se incrementó en 8.9% AaA como consecuencia de nuestras exitosas estrategias de precio, redimensionamiento y *design-to-value*, mientras que el margen bruto perdió 1.7 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta cayó 6.3% AaA y el margen bruto perdió 4.9 p.p. AaA, lo que refleja el aumento de los precios de las materias primas y la volatilidad del tipo de cambio a lo largo de 2022. Sin embargo, y tal vez un mejor indicador de desempeño, la utilidad bruta por TM creció un notable 13.1% y, en términos acumulados, actualmente se encuentra muy cerca del primer semestre de 2021, con una caída inferior al 1%.
- El **EBITDA** creció 21.9% AaA debido al incremento de utilidad bruta y a menores gastos de ventas, generales y administrativos principalmente relacionados a gastos administrativos y de almacenamiento, y el **margen EBITDA** ganó 0.6 p.p. AaA. En términos acumulados, el EBITDA decreció 6.3% AaA y el margen EBITDA cayó 2.6 p.p. AaA.

Consumo Masivo Internacional

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	45	42	6.5%	83	80	3.8%
Ventas netas	286	256	11.6%	534	487	9.6%
Utilidad bruta	58	55	5.5%	107	115	(7.0%)
Margen bruto	*20.2%*	*21.4%*	*-1.2 p.p.*	*20.1%*	*23.7%*	*-3.6 p.p.*
EBITDA	9	7	30.5%	14	23	(38.6%)
Margen EBITDA	*3.2%*	*2.7%*	*0.5 p.p.*	*2.7%*	*4.8%*	*-2.1 p.p.*
EBITDA por TM	199	163	22.5%	172	290	(40.8%)

- Las cifras de nuestro negocio de Consumo Masivo Internacional no incluyen los resultados de las operaciones de Argentina y Brasil (vendidas 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 distribución en Ecuador.
- El **volumen** creció 6.5% AaA principalmente explicado por el desempeño positivo de nuestra unidad de Consumo Masivo Ecuador. En el acumulado, el volumen creció 3.8% AaA.
- Las **ventas** crecieron 11.6% AaA principalmente explicado por el mayor volumen y por acciones de precio destinadas a compensar parcialmente los incrementos de los precios de las materias primas. En el acumulado, las ventas netas se incrementaron en 9.6% AaA.
- La **utilidad bruta** se incrementó en 5.5% AaA debido a un mejor *mix* de productos en Bolivia y a iniciativas de gestión de los ingresos. El **margen bruto** perdió 1.2 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta cayó 7.0% y el margen bruto perdió 3.6 p.p. AaA.
- El **EBITDA** creció 30.5% AaA debido a una mayor utilidad bruta, y el **margen EBITDA** ganó 0.5 p.p. AaA. En términos acumulados, el EBITDA cayó 38.6% AaA y el margen EBITDA perdió 2.1 p.p. AaA.

Bolivia

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	25	24	1.7%	47	46	1.7%
Ventas netas	174	161	7.6%	334	308	8.5%
Utilidad bruta	35	30	14.1%	66	64	3.0%
Margen bruto	*19.9%*	*18.7%*	*1.1 p.p.*	*19.6%*	*20.7%*	*-1.0 p.p.*
EBITDA	9	10	(7.0%)	16	20	(20.2%)
Margen EBITDA	*5.2%*	*6.0%*	*-0.8 p.p.*	*4.8%*	*6.6%*	*-1.7 p.p.*
EBITDA por TM	363	397	(8.6%)	344	438	(21.5%)

- 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, continuamos desarrollando nuestro modelo de distribución con un nuevo distribuidor exclusivo en Cochabamba que ha comenzado a operar recientemente. Asimismo, nuestros distribuidores exclusivos en La Paz y Santa Cruz continúan expandiendo nuestra red de distribución directa alcanzando ahora más de 10 mil puntos de venta.
- El **volumen** creció 1.7% AaA explicado por nuestra plataforma de cuidado del hogar con un destacado desempeño de nuestra categoría de detergentes (+46%). En el acumulado, el volumen se incrementó en 1.7%.
- Las **ventas** crecieron 7.6% 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 8.5%.
- La **utilidad bruta** se incrementó en 14.1% AaA, principalmente debido a la eficacia de las acciones de precio y comerciales y por un mejor *mix* de productos con una mayor participación de detergentes, y el **margen bruto** ganó 1.1 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta creció 3.0% AaA, mientras que el margen bruto cayó 1.0 p.p. AaA.
- El **EBITDA** disminuyó 7.0% AaA debido a un aumento de los gastos de ventas, generales y administrativos no recurrentes, que se explican por una mayor remuneración extraordinaria pagada a los trabajadores por ley y por provisiones de malas deudas excepcionales. Además, el **margen EBITDA** perdió 0.8 p.p. AaA. En términos acumulados, el EBITDA cayó un 20.2% AaA y el margen EBITDA perdió 1.7 p.p. AaA.

Ecuador

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	10	8	15.0%	16	15	11.7%
Ventas netas	51	44	15.1%	90	82	10.3%
Utilidad bruta	12	14	(14.5%)	25	29	(14.7%)
Margen bruto	*24.3%*	*32.7%*	*-8.4 p.p.*	*27.5%*	*35.6%*	*-8.1 p.p.*
EBITDA	2	-1	S/ 2.4	5	2	2.3x
Margen EBITDA	*3.4%*	*(1.5%)*	*4.9 p.p.*	*5.3%*	*2.5%*	*2.8 p.p.*
EBITDA por TM	175	-78	S/ 253.7	291	141	2.1x

- En Ecuador, estamos enfocados en nuestra estrategia de distribución, la cual nos permitirá expandir nuestro negocio en el canal tradicional. Alicorp tiene más de 15 nuevos distribuidores territoriales en Ecuador y, además, está mejorando su presencia en nuevas categorías del canal moderno.
- El **volumen** en Ecuador creció 15.0% AaA, principalmente explicado por categorías como pastas, salsas y detergentes maquilados. En términos acumulados, el volumen creció 11.7% AaA.
- Las **ventas** aumentaron 15.1% AaA principalmente debido a un mayor volumen vendido. En términos acumulados, las ventas netas crecieron 10.3%.
- La **utilidad bruta** cayó 14.5% AaA explicado por un cambio en nuestro *mix* de productos, con una mayor participación de volumen maquilado. Asimismo, las acciones de precios no pudieron compensar el significativo aumento de los costos de materias primas. El **margen bruto** perdió 8.4 p.p. AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta disminuyó en 14.7% AaA y el margen bruto cayó 8.1 p.p. AaA.
- El **EBITDA** creció S/ 2.4 millones AaA alcanzando S/ 1.7 millones debido a las eficiencias en gastos de ventas, generales y administrativos, especialmente en gastos de marketing y de almacenamiento. El **margen EBITDA** se recuperó alcanzando 3.4% (+4.9 p.p. AaA), y el

EBITDA por TM se incrementó en S/ 253.7 AaA. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó 2.3x AaA, el margen EBITDA ganó 2.8 p.p. y el EBITDA por TM también creció 2.1x.

B2B

En millones de soles	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	220	221	(0.4%)	427	410	4.0%
Ventas netas	692	531	30.2%	1,302	951	36.9%
Utilidad bruta	112	80	39.6%	198	151	31.5%
Margen bruto	*16.2%*	*15.1%*	*1.1 p.p.*	*15.2%*	*15.9%*	*-0.6 p.p.*
EBITDA	72	40	80.1%	120	69	73.4%
Margen EBITDA	*10.4%*	*7.5%*	*2.9 p.p.*	*9.2%*	*7.3%*	*1.9 p.p.*
EBITDA por TM	328	182	80.7%	282	169	66.7%

- La industria gastronómica en Perú continúa mostrando resiliencia con el PBI Restaurantes cerca de los niveles pre-pandemia y nuestra plataforma de Gastronomía continúa su recuperación con ventas, volumen y utilidad bruta por encima de los niveles pre-pandemia a pesar de la preferencia por productos más accesibles en diversas categorías clave. Nuestro enfoque en la prospección de clientes nos está permitiendo continuar nuestro camino de recuperación logrando 22,000 clientes totales frente a los 21,200 del último trimestre y 10,000 en el segundo trimestre de 2020.
- El **volumen** permaneció estable (-0.4% AaA) con un comportamiento diverso entre las plataformas. Mientras que nuestra plataforma de Clientes Industriales creció ligeramente, principalmente debido a categorías como aceites a granel y mantecas; la plataforma de Panadería se mantuvo estable, y la plataforma de Gastronomía disminuyó debido a la desaceleración de la industria de restaurantes. En el acumulado del año, el volumen aumentó un 4.0%.
- Las **ventas** crecieron 30.2% AaA debido a la recuperación del mercado, la prospección de clientes y la subida de los precios, destinada a compensar el aumento de los precios de las materias primas. En términos acumulados, las ventas netas crecieron 36.9%.
- La **utilidad bruta** creció 39.6% AaA y el **margen bruto** ganó 1.1 p.p. debido al mejor desempeño de nuestras categorías de harinas, aceites a granel y mantecas. En términos acumulados, la utilidad bruta se incrementó en 31.5% AaA, mientras que el margen bruto cayó 0.6 p.p. AaA.
- El **EBITDA** creció 80.1% AaA debido a una mayor utilidad bruta y a la dilución de los gastos de ventas, generales y administrativos como porcentaje de la utilidad bruta. El **margen EBITDA** se incrementó 2.9 p.p. AaA. El **EBITDA por TM** aumentó 80.7% reflejando la impresionante recuperación y el fuerte posicionamiento del negocio luego de la crisis de COVID-19. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó en 73.4%, el margen EBITDA ganó 1.9 p.p. AaA y el EBITDA por MT también creció 66.7%.

Acuicultura

En millones de dólares	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	198	155	27.7%	375	282	33.0%
Ventas netas	253	161	57.2%	463	290	59.4%
Utilidad bruta	38	26	45.6%	68	48	40.8%
Margen bruto	*15.1%*	*16.3%*	*-1.2 p.p.*	*14.7%*	*16.6%*	*-1.9 p.p.*
EBITDA	27	17	61.7%	45	29	57.6%
Margen EBITDA	*10.6%*	*10.3%*	*0.3 p.p.*	*9.8%*	*9.9%*	*-0.1 p.p.*
EBITDA por TM	136	107	26.6%	120	102	18.6%

- Continuamos observando una recuperación tanto en la industria del camarón como en la del salmón, y esperamos que esta tendencia continúe a lo largo del año. El comercio internacional del camarón sigue mejorando a pesar de algunas dificultades logísticas y de las restricciones e China relacionadas con la COVID-19. Un escenario de demanda positivo ha mantenido los precios de exportación mundiales relativamente altos en comparación con los niveles históricos. En cuanto al negocio de alimento para salmón, las exportaciones de salmón de Chile aumentaron en el segundo trimestre de 2022 con respecto al trimestre previo, y se espera que sigan recuperándose en los meses restantes del año.
- El **volumen** se incrementó 27.7% AaA, principalmente explicado por nuestra plataforma de alimento para camarones en Ecuador, debido al crecimiento significativo del mercado en general. En términos acumulados, el volumen creció un 33.0%.
- Las **ventas** aumentaron 57.2% AaA explicado por un mayor volumen y 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 59.4%.
- La **utilidad bruta** creció 45.6% AaA como resultado del incremento de las ventas netas, mientras que el **margen bruto** perdió 1.2 p.p. AaA como consecuencia del incremento de los precios de materias primas. Sin embargo, el margen bruto por TM ganó un 14.4% AaA. En términos acumulados, la utilidad bruta se incrementó en 40.8% AaA, mientras que el margen bruto perdió 1.9 p.p. AaA.
- El **EBITDA** aumentó en 61.7% AaA debido a un mayor volumen, una mayor utilidad bruta y a la dilución de gastos de ventas, generales y administrativos. El **margen EBITDA** aumentó ligeramente en 0.3 p.p. AaA y el **EBITDA por TM** ganó 26.6% AaA. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó en 57.6% AaA, mientras que el margen EBITDA perdió 0.1 p.p. AaA. El EBITDA por TM acumulado también creció 18.6%.

Molienda

En millones de dólares	2T22	2T21	Var. AaA	YTD '22	YTD '21	Var. AaA
Volumen (miles de TM)	263	202	30.0%	516	418	23.4%
Ventas netas	233	134	74.0%	419	255	64.5%
Utilidad bruta	28	14	2.0x	70	43	62.8%
Margen bruto	*12.0%*	*10.3%*	*1.7 p.p.*	*16.7%*	*16.9%*	*-0.2 p.p.*
EBITDA	25	14	74.2%	64	41	55.6%
Margen EBITDA	*10.8%*	*10.7%*	*0.1 p.p.*	*15.4%*	*16.2%*	*-0.9 p.p.*
EBITDA por TM	95	71	34.0%	125	99	26.1%

- 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 (cosecha de verano). Nuestra unidad de Molienda se centra en establecer relaciones más sólidas con los productores y en ampliar el negocio de soluciones agrícolas con el objetivo de fortalecer la relación con los productores y reducir la volatilidad en los resultados.
- El **volumen** vendido a terceros se incrementó en 30.0% AaA principalmente explicado por un mejor desempeño de nuestra categoría de soya, debido a los mayores volúmenes de exportación a *traders* y clientes del sector avícola en Perú. En nuestros estados financieros solo se considera el volumen vendido a terceros, sin embargo, nos gustaría destacar que el volumen para consumo interno aumentó 15% AaA, alcanzando 69 mil TM, debido al mayor volumen de harina de soya vendido al negocio de Acuicultura. En términos acumulados, el volumen a terceros creció 23.4%.
- Las **ventas** crecieron 74.0% 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 64.5%.

- El **EBITDA** se incrementó en 74.2% AaA como resultado de una mayor utilidad bruta explicada por un mayor volumen y mejores márgenes de Molienda *(crush margins*) (+75% AaA). Esta generación de EBITDA continúa compensando las presiones de costos de las materias primas en todos nuestros negocios de consumo masivo. El **margen EBITDA** se mantuvo estable (+0.1 p.p. AaA) y el **EBITDA por TM** aumentó un 34.0% AaA. En términos acumulados, el EBITDA se incrementó un 55.6% AaA, mientras que el margen EBITDA perdió 0.9 p.p. AaA. El EBITDA por TM acumulado creció un 26.1%.

3.2 BALANCE GENERAL

En millones de soles	2T22	4T21	Var.
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	825	905	-8.9%
Activos Corrientes	7,970	6,510	22.4%
Activos Totales	14,587	13,408	8.8%
Deuda Corriente	1,395	571	2.4x
Pasivos Corrientes	6,481	4,646	39.5%
Deuda No Corriente	4,020	4,674	-14.0%
Pasivos Totales	11,215	10,083	11.2%
Patrimonio	3,372	3,325	1.4%
Capital de Trabajo[1]	1,489	1,864	-20.1%
Deuda Financiera Neta	4,590	4,340	5.8%
Ratios			
Ratio Corriente	1.23x	1.40x	-0.17x
Deuda Neta / EBITDA[2]	3.03x	3.30x	-0.27x
Ratio de Apalancamiento[3]	3.33x	3.03x	0.30x

ACTIVOS

A junio de 2022, los Activos Totales aumentaron S/ 1,179 millones en comparación con diciembre de 2021. Este incremento fue principalmente impulsado por i) el nivel de Inventarios, los cuales crecieron en S/ 1,057 millones, pasando de S/ 3,061 millones en diciembre de 2021 a S/ 4,118 millones en junio de 2022, principalmente explicado por el crecimiento de volumen y también por el aumento de los precios de las materias primas, lo cual repercutió en todos nuestros negocios, especialmente en nuestro negocio de Molienda, ii) Cuentas por cobras comerciales, las cuales se incrementaron en S/ 149 millones, de S/ 1,354 millones en diciembre de 2021 a S/ 1,504 millones en junio de 2022 como resultado de acciones de fijación de precios destinados a compensar el incremento en los precios de las materias primas y, y iii) Otros activos financieros, tales como instrumentos financieros y fondos de garantía con derivados, los cuales crecieron en S/ 279 millones, de S/ 106 millones en diciembre de 2021 a S/ 385 millones en junio de 2022.

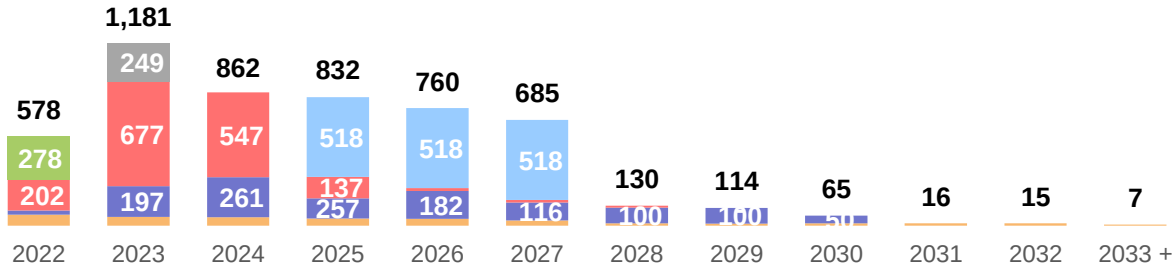
PASIVOS

A junio de 2022, los Pasivos Totales aumentaron S/ 1,132 millones en comparación con el cierre del año 2021.

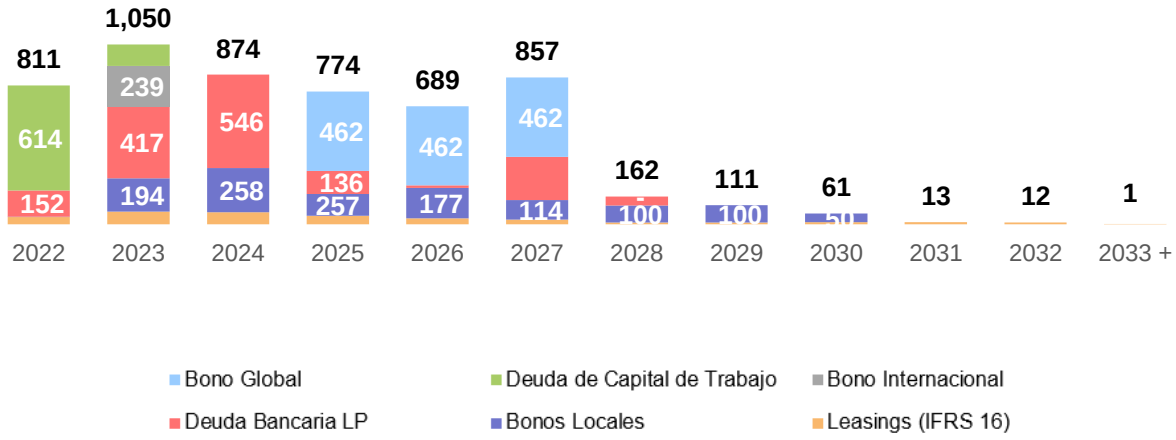
La Deuda Financiera Corriente a junio de 2022 fue S/ 1,395 millones, S/ 824 millones mayor al cierre de diciembre de 2021, debido principalmente a las mayores necesidades de capital de trabajo, mientras que la Deuda Financiera No Corriente a junio de 2022 fue S/ 4,020 millones, S/ 654 millones menor al cierre de 2021. Esta disminución se explica principalmente por el prepago de la deuda a largo plazo con el efectivo disponible, lo que resulta en una reducción de nuestro costo de financiación. A junio de 2022, la Deuda Financiera No Corriente representó el 74.2% de la Deuda Financiera Total en comparación con el 89.1% al cierre de 2021.

[1] El Capital de Trabajo está definido como activos corrientes menos pasivos corrientes.
[2] Deuda Neta-EBITDA definido como Deuda Financiera Total menos Efectivo y Equivalentes de Efectivo dividido por el EBITDA de los últimos 12 meses.
El ratio Deuda Neta-EBITDA a diciembre 2021 incluye el efecto las empresas recién adquiridas en los últimos 12 meses.
[3] Ratio de Apalancamiento definido como Pasivos Totales dividido entre Patrimonio.

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



Junio 2022: Deuda Total: S/ 5,415 millones



A junio de 2022, el desglose por moneda de nuestra Deuda Financiera después de operaciones de cobertura fue: i) 54.0% en Soles Peruanos, ii) 28.5% en Dólares Americanos, iii) 17.4% 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 8.0%. A junio de 2022, la duración de la Deuda Total se redujo a 2.37 años. Actualmente, solo el 14.1% de nuestros pasivos presentan tasa flotante.

PATRIMONIO

El Patrimonio se incrementó en S/ 47 millones a S/ 3,372 millones en junio de 2022, de S/ 3,325 millones al cierre de 2021. Este crecimiento se explica principalmente por nuestro resultado del ejercicio (S/ 302MM), el cual fue parcialmente compensado por el pago de dividendos de este año (S/ 214MM) y por la reducción en otras reservas de patrimonio (S/ -34MM), debido a las diferencias de conversión de moneda extranjera (S/ -138MM) que fueron compensadas en parte por un incremento en nuestros instrumentos financieros derivados (S/ 105MM).

3.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ACTIVIDADES DE OPERACIÓN

Para el periodo terminado el 30 de junio de 2022, el Flujo de Caja neto proveniente de las Actividades de operación fue S/ 162 millones, S/ 299 millones más que los flujos obtenidos en el mismo periodo de 2021. Nuestras cobranzas por ventas se incrementaron en S/ 1,843 millones comparado con el mismo periodo de 2021, lo cual fue contrarrestado por S/ 1,360 millones por mayores pagos a proveedores de bienes y servicios, y S/ 225 millones por mayores desembolsos por otros pagos operativos; ambos como resultado de i) mayor volumen de ventas impulsado por el sólido desempeño de nuestros negocios de Acuicultura, Molienda y B2B, y ii) el incremento de nuestros costos de bienes vendidos dada la presión sobre precios como resultado de la inflación de los precios de las materias primas y de la energía.

ACTIVIDADES DE INVERSIÓN

El Flujo de Caja neto usado en Actividades de Inversión para el periodo terminado el 30 de junio de 2022, alcanzó los S/ 56 millones, S/ 196 millones menos en comparación con el mismo periodo de 2021. Esta disminución se debió principalmente a: i) el monto recibido por la venta de activos no estratégicos por S/ 47 millones, ii) menores desembolsos por activos intangibles, los cuales disminuyeron en S/ 72 millones, de S/ 118 millones a junio de 2021 a S/ 46 millones a junio de 2022, iii) menores desembolsos por planta y equipo por S/ 61 millones, y iv) la ausencia de pagos por adquisiciones (S/ 26 millones menos) ya que no tuvimos adquisiciones (M&A, por sus sigles en inglés) en este año.

ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

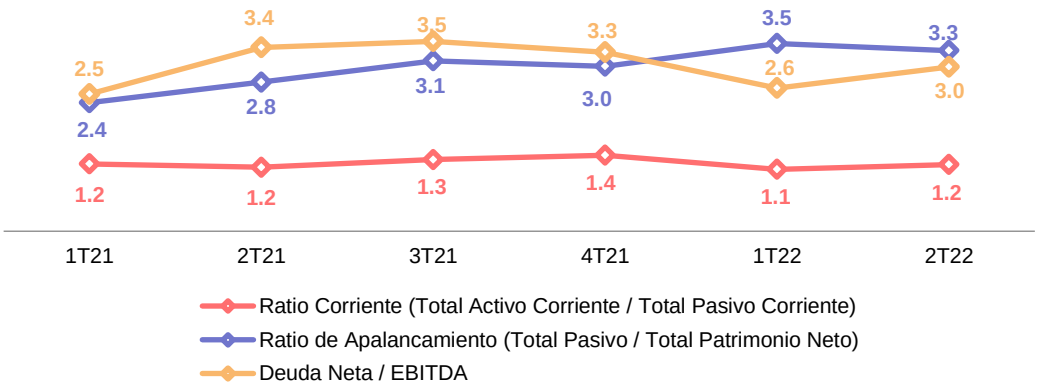
El Flujo de Caja neto de Actividades de Financiamiento para el periodo finalizado el 30 de junio de 2022 fue un desembolso de S/ 161 millones, mientras que en el mismo periodo de 2021 se registró una entrada de S/ 1,233 millones. El desembolso se debe principalmente al incremento de los prepagos de deuda anteriormente mencionados y a una disminución de la deuda incurrida durante el primer semestre de 2022 en comparación con el mismo periodo de 2021, en línea con nuestra estrategia para reducir nuestros niveles de apalancamiento.

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[1] se incrementó en S/ 250 millones a S/ 4,590 millones a junio de 2022, de S/ 4,340 millones al cierre de 2021. Este crecimiento se explica principalmente por una mayor deuda para financiar mayores necesidades de capital de trabajo. Nuestro ratio de Deuda Neta-EBITDA mejoró de 3.3x en diciembre de 2021 a 3.0x[2,3] en junio de 2022.

[1] Deuda Neta es la Deuda Financiera menos efectivo y equivalentes de efectivo al 2T22 (incluye el efecto de IFRS 16).
[2] A junio 2022, el ratio Deuda Neta-EBITDA incluye las recientes adquisiciones de empresas de los últimos 12 meses.
[3] Excluyendo operaciones discontinuas.


2.5
3.4
3.5
3.3
2.6
3.0
2.4
2.8
3.1
3.0
3.5
3.3
1.2
1.2
1.3
1.4
1.1
1.2
1T21
2T21
3T21
4T21
1T22
2T22
Ratio Corriente (Total Activo Corriente / Total Pasivo Corriente)
Ratio de Apalancamiento (Total Pasivo / Total Patrimonio Neto)
Deuda Neta / EBITDA

4 EVENTOS RECIENTES

4.1 INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE PRODUCTO

Durante el segundo trimestre de 2022, Alicorp realizó 8 lanzamientos de productos, como parte de nuestra estrategia de innovación .

OPAL

En la **categoría de Detergentes en Polvo, en Perú**, “Opal” relanzó su producto "Opal Ultra Capa Antimanchas" con una nueva campaña publicitaria, con el objetivo de destacar su característica de eliminación de manchas y mejorar su posicionamiento.

MIRASOL

En la **categoría de Aceites Domésticos, en Perú**, "Mirasol" lanzó un nuevo formato de 200ml, con el fin de diversificar el portafolio de la marca ofreciendo una presentación más económica a nuestros consumidores.

BOLÍVAR

En la **categoría de Detergentes en Polvo, en Perú**, "Bolívar" relanzó "Bolívar Active Care" reforzando su beneficio de mantenimiento del color, con la finalidad de fortalecer nuestra ventaja competitiva.

PRIMOR

En la **categoría de Aceites Domésticos, en Perú**, "Primor" lanzó dos de sus variedades (Premium y Clásico) en dos nuevas presentaciones (200ml y 500ml) para el canal tradicional. El objetivo es ofrecer alternativas más económicas a nuestros consumidores.

BOLÍVAR

En la **categoría de Suavizantes, en Perú**, "Bolívar" lanzó un nuevo producto que renueva los colores y las fibras de la ropa, con el fin de ganar participación de mercado y diversificar la cartera de la marca.

UNO

En la **categoría de Detergentes en Polvo, en Bolivia**, "Uno" lanzó un nuevo formato de 250g, con la finalidad de ofrecer una presentación más económica y con más gramaje que el producto de nuestro principal competidor.

GORDITO

En la **división de B2B, en la plataforma de Panificación**, "Gordito" lanzó una nueva presentación de 10kg, cuyo objetivo es mitigar la preferencia por productos más económicos en la categoría de mantecas industriales.

NICOVITA (KATAL 1.2 EXTRUIDO)

En la **división de Acuicultura,** "Nicovita" lanzó "Katal 1.2 Extruido", con la finalidad de ofrecer un producto extruido similar al producto peletizado en cuanto a forma y tamaño, con la finalidad de ganar aceptación entre los clientes.

4.2 RECONOCIMIENTOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante el segundo trimestre de 2022, Alicorp fue reconocido en tres categorías de los Premios Effie Peru 2022:

1. Categoría de Extensiones de Línea: Effie de Oro por nuestra campaña “Coleccionismo Compulsivo Vinagretero" de AlaCena.
2. Categoría de Alimentos: Effie de Plata por nuestra campaña “Mezclismo” de AlaCena.
3. Categoría de Belleza y Cuidado Personal: Effie de Bronce por nuestra campaña “La Nueva Frescura” de Dento.

Adicionalmente, nuestra compañía fue reconocida en el ranking Merco Talento 2022 como una de las 10 mejores empresas para atraer y retener talento en el Perú.

merco
MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

Finalmente, Alicorp ha sido incorporada en el S&P/BVL Perú General ESG Index, elaborado por S&P Dow Jones Índices y la Bolsa de Valores de Lima (BVL). Este índice evalúa que las empresas listadas cumplan con los criterios ambientales, sociales y de buen gobierno corporativo definidos por el DJSI a través del “Corporate Sustainability Assessment”.

Nuevo Índice
ESG
Índice S&P/BVL Peru General ESG

5

ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

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

	Notas	Por el trimestre del 1 de Abril de 2022 al 30 de Junio de 2022	Por el trimestre del 1 de Abril de 2021 al 30 de Junio de 2021	Por el periodo del 1 de Enero de 2022 al 30 de Junio de 2022	Por el periodo del 1 de Enero de 2021 al 30 de Junio de 2021
Ingresos de Actividades Ordinarias	16	3,909,390	2,862,279	7,257,884	5,339,927
Costo de Ventas	16	-3,213,274	-2,319,997	-5,911,130	-4,180,402
Ganancia (Pérdida) Bruta		**696,116**	**542,282**	**1,346,754**	**1,159,525**
Gastos de Ventas y Distribución		-199,641	-196,451	-371,082	-375,499
Gastos de Administración		-172,988	-173,460	-353,703	-354,381
Otros Ingresos Operativos		5,386	24,319	52,333	35,731
Otros Gastos Operativos		-12,100	-2,461	-38,865	-8,870
Otras Ganancias (Pérdidas)		-1,381	-2,664	-8,318	-4,459
Ganancia (Pérdida) Operativa		**315,392**	**191,565**	**627,119**	**452,047**
Ingresos Financieros	17	5,479	5,228	14,083	14,793
Gastos Financieros	18	-103,767	-78,436	-204,264	-148,287
Diferencias de Cambio Neto	19	-26,506	-18,570	-19,239	-16,798
Participación en los Resultados de Asociadas		0	-436	-635	-884
Ganancia (Pérdida) antes de Impuestos		**190,598**	**99,351**	**417,064**	**300,871**
Ingreso (Gasto) por Impuesto		-48,423	-46,253	-115,051	-94,606
Ganancia (Pérdida) Neta de Operaciones Continuadas		**142,175**	**53,098**	**302,013**	**206,265**
Ganancia (Pérdida) de Operaciones Discontinuas		0	-8,748	0	-26,948
Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio		**142,175**	**44,350**	**302,013**	**179,317**
Ganancias (Pérdida) por Acción:					
Ganancias (Pérdida) Básica por Acción:					

Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Continuadas	20	0.165	0.062	0.350	0.240
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Continuadas	20	0.165	0.062	0.350	0.240
Básica por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		0.000	-0.010	0.000	-0.031
Básica por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		0.000	-0.010	0.000	-0.031
Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Ordinaria		**0.165**	**0.052**	**0.350**	**0.209**
Total de Ganancias (Pérdida) Básica por Acción Inversión		**0.165**	**0.052**	**0.350**	**0.209**
Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción:					
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Continuadas	20	0.165	0.062	0.350	0.240
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Continuadas	20	0.165	0.062	0.350	0.240
Diluida por Acción Ordinaria en Operaciones Discontinuas		0.000	-0.010	0.000	-0.031
Diluida por Acción de Inversión en Operaciones Discontinuas		0.000	-0.010	0.000	-0.031
Total ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Ordinaria		**0.165**	**0.052**	**0.350**	**0.209**
Total de Ganancias (Pérdida) Diluida por Acción Inversión		**0.165**	**0.052**	**0.350**	**0.209**

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

	Notas	Al 30 de Junio 2022	Al 31 de Diciembre 2021		Notas	Al 30 de Junio 2022	Al 31 de Diciembre 2021
Activos				**Pasivos**			
Activos Corrientes				**Pasivos Corrientes**			
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	3	824,501	905,041	Otros Pasivos Financieros	11	1,496,396	639,174
Otros Activos Financieros	4	384,902	105,626	Cuentas por Pagar Comerciales	12	3,877,517	3,522,803
Cuentas por Cobrar Comerciales	5	1,503,613	1,354,429	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas		1,336	0
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Otras Cuentas por Pagar	13	779,923	176,540
Otras Cuentas por Cobrar	6	805,909	722,234	Ingresos Diferidos		12,549	3,765
Anticipos		153,111	245,582	Provisión por Beneficios a los Empleados	14	179,944	216,113
Inventarios	7	4,117,570	3,061,053	Otras Provisiones		87,028	74,986
Activos Biológicos		0	0	Pasivos por Impuestos a las Ganancias		45,828	12,170
Activos por Impuestos a las Ganancias		88,750	82,768	Otros Pasivos No Financieros		0	0
Otros Activos no Financieros		89,568	21,836	**Total Pasivos Corrientes**		**6,480,521**	**4,645,551**
Activos No Corrientes Disponible para venta		1,899	11,281				
Total Activos Corrientes		**7,969,823**	**6,509,850**				

Activos No Corrientes				Pasivos No Corrientes			
Otros Activos Financieros	4	339	44,714	Otros Pasivos Financieros	11	4,019,740	4,676,131
Inversiones		17,609	18,249	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	4,223	3,882
Otras Cuentas por Cobrar	6	166,055	166,494	Ingresos Diferidos		0	0
Anticipos		0	0	Provisión por Beneficios a los Empleados	14	29,850	30,375
Inventarios		0	0	Otras Provisiones		64,301	65,577
Activos Biológicos		0	0	Pasivos por Impuestos Diferidos		616,347	661,410
Propiedades de Inversión		0	0	Pasivos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	0
Propiedades, Planta y Equipo	8	3,505,745	3,651,375	Otros Pasivos no Financieros		0	0
Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía	9	1,529,483	1,585,956	**Total Pasivos No Corrientes**		**4,734,461**	**5,437,375**
Activos por Impuestos Diferidos		150,970	176,532	**Total Pasivos**		**11,214,982**	**10,082,926**
Activos por Impuestos Corrientes, no Corrientes		0	0				
Plusvalía	10	1,246,830	1,255,133				
Otros Activos no Financieros		0	0				
Total Activos No Corrientes		**6,617,031**	**6,898,453**				

			Patrimonio			
			Capital Emitido	15	847,192	847,192
			Acciones de Inversión	15	7,388	7,388
			Otras Reservas de Capital	15	155,628	163,361
			Resultados Acumulados		1,856,565	1,771,071
			Otras Reservas de Patrimonio		463,361	496,944
			Patrimonio Atribuible a los Propietarios de la Controladora		**3,330,134**	**3,285,956**
			Participaciones no Controladoras		41,738	39,421
			Total Patrimonio		**3,371,872**	**3,325,377**
TOTAL ACTIVOS	**14,586,854**	**13,408,303**	**TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO**		**14,586,854**	**13,408,303**

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

	Notas	Del 1 de Enero de 2022 al 30 de Junio de 2022	Del 1 de Enero de 2021 al 30 de Junio de 2021
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación			
Cobros provenientes de (debido a):			
Venta de Bienes y Prestación de Servicios		7,709,089	5,865,725
Otros Cobros de Efectivo		53,368	58,655
Pagos a (debido a):			
Proveedores de Bienes y Servicios		-6,293,307	-4,933,243
Salarios		-540,760	-467,938
Impuestos a las Ganancias (Pagados)		-107,722	-135,289
Otros Pagos de Efectivo		-526,901	-302,074
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-131,964	-223,029
Flujos de Efectivo Actividades de Operación		**161,803**	**-137,193**
Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión			
Cobros provenientes de (debido a):			
Venta de Propiedades, Planta y Equipo		47,375	3,474
Intereses Recibidos		11,944	14,317
Venta de Instrumentos Financieros de Patrimonio o deuda de Otras Entidades		0	6,408
Venta de otros Activos de Largo Plazo		0	0
Pagos a (debido a):			
Compra de Subsidiarias		0	-25,427
Compra de Propiedades, Planta y Equipo		-69,240	-130,292
Compra de Activos Intangibles		-46,323	-118,114
Otros Pagos de Efectivo		-9	-2,357
Flujos de Efectivo de Actividades de Inversión		**-56,253**	**-251,991**
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiación			
Cobros provenientes de (debido a):			
Obtención de Préstamos		1,480,573	2,057,284
Otros Cobros (Pagos) de Efectivo		-6,104	1,940
Pagos a (debido a):			

Amortización o Pago de Préstamos	-1,257,721	-465,691
Pasivos por Arrendamiento Financiero	0	0
Dividendos Pagados	-213,645	-214,491
Intereses Pagados	-163,817	-146,231
Flujos de Efectivo de Actividades de Financiación	**-160,714**	**1,232,811**
Aumento (Disminución) Neto de Efectivo, Antes de las Variaciones en las Tasas de Cambio	**-55,164**	**843,627**
Efectos de las Variaciones en las Tasas de Cambio sobre el Efectivo	-25,376	3,445
Aumento (Disminución) Neto de Efectivo	**-80,540**	**847,072**
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Inicio del Ejercicio	**905,041**	**570,803**
Efectivo y Equivalente al Efectivo al Finalizar el Ejercicio	**824,501**	**1,417,875**

6 DESEMPENO POR UNIDAD DE NEGOCIO Y REGIÓN

Consolidado

Consolidado	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	754	809	861	961	3,385	846	907	12.2%
Ventas	2,478	2,862	3,308	3,579	12,228	3,348	3,909	36.6%
Utilidad Bruta	617	542	628	609	2,396	651	696	28.4%
GAV	360	370	365	424	1,519	352	373	0.7%
EBITDA	352	283	370	310	1,315	416	419	48.0%
Margen Bruto	24.9%	18.9%	19.0%	17.0%	19.6%	19.4%	17.8%	-1.1 p.p.
GAV (% de ventas)	14.5%	12.9%	11.0%	11.8%	12.4%	10.5%	9.5%	-3.4 p.p.
Margen EBITDA	14.2%	9.9%	11.2%	8.6%	10.8%	12.4%	10.7%	0.8 p.p.

Perú

Consumo Masivo Perú	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	184	188	163	170	705	171	181	-3.7%
Ventas	910	952	918	942	3,722	985	1,107	16.3%
Utilidad Bruta	299	255	239	192	985	242	277	8.9%
GAV	161	174	161	185	681	148	168	-3.6%
EBITDA	175	120	121	48	464	130	146	21.9%
Margen Bruto	32.9%	26.8%	26.1%	20.3%	26.5%	24.5%	25.1%	-1.7 p.p.
GAV (% de ventas)	17.7%	18.3%	17.6%	19.6%	18.3%	15.0%	15.2%	-3.1 p.p.
Margen EBITDA	19.2%	12.6%	13.1%	5.1%	12.5%	13.2%	13.2%	0.6 p.p.

B2B

B2B	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	190	221	229	216	856	207	220	-0.4%
Ventas	420	531	606	612	2,169	611	692	30.2%
Utilidad Bruta	71	80	104	94	350	86	112	39.6%
GAV	52	47	49	51	198	49	48	2.5%
EBITDA	29	40	68	64	202	48	72	80.1%
Margen Bruto	16.8%	15.1%	17.2%	15.4%	16.1%	14.1%	16.2%	1.1 p.p.
GAV (% de ventas)	12.3%	8.9%	8.0%	8.3%	9.1%	8.0%	7.0%	-1.9 p.p.
Margen EBITDA	7.0%	7.5%	11.3%	10.5%	9.3%	7.9%	10.4%	2.9 p.p.

Gastronomía								Variación
	2021					2022		2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	30	32	28	30	121	30	29	-9.9%
Ventas	148	181	188	200	718	203	222	22.7%
Utilidad Bruta	30	34	40	34	138	35	35	4.6%
GAV	20	19	18	21	78	18	18	-8.0%
EBITDA	14	18	25	24	80	20	21	19.8%
Margen Bruto	20.5%	18.6%	21.1%	17.0%	19.2%	17.5%	15.9%	-2.7 p.p.
GAV (% de ventas)	13.3%	10.5%	9.8%	10.6%	10.9%	9.0%	7.9%	-2.6 p.p.
Margen EBITDA	9.6%	9.7%	13.1%	11.8%	11.2%	10.0%	9.5%	-0.2 p.p.

Panificación								Variación
	2021					2022		2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	98	115	120	110	443	109	115	-0.4%
Ventas	180	230	260	261	930	270	322	40.1%
Utilidad Bruta	23	29	43	38	133	29	52	81.9%
GAV	23	21	23	23	89	19	19	-8.9%
EBITDA	6	11	26	22	64	15	36	3.3x
Margen Bruto	13.0%	12.5%	16.6%	14.4%	14.3%	10.8%	16.3%	3.7 p.p.
GAV (% de ventas)	12.6%	9.0%	8.7%	8.6%	9.5%	6.9%	5.8%	-3.1 p.p.
Margen EBITDA	3.2%	4.8%	9.9%	8.4%	6.9%	5.5%	11.2%	6.4 p.p.

Clientes Industriales								Variación
	2021					2022		2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	62	72	81	76	291	68	74	2.6%
Ventas	88	118	153	145	504	132	140	19.4%
Utilidad Bruta	17	20	22	24	83	22	25	26.4%
GAV	7	5	6	6	24	10	10	79.1%
EBITDA	11	15	19	20	65	14	17	15.3%
Margen Bruto	19.6%	17.0%	14.4%	16.2%	16.4%	16.8%	18.0%	1.0 p.p.
GAV (% de ventas)	8.3%	4.6%	3.8%	3.9%	4.8%	7.6%	6.9%	2.3 p.p.
Margen EBITDA	12.2%	12.6%	12.5%	13.8%	12.8%	10.9%	12.1%	-0.4 p.p.

Internacional

Consumo Masivo Internacional	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	37	42	48	49	177	38	45	6.5%
Ventas	231	256	309	336	1,132	248	286	11.6%
Utilidad Bruta	61	55	60	65	241	50	58	5.5%
GAV	59	62	63	73	257	59	64	2.9%
EBITDA	16	7	16	7	46	5	9	30.6%
Margen Bruto	26.2%	21.4%	19.5%	19.5%	21.3%	19.9%	20.2%	-1.2 p.p.
GAV (% de ventas)	25.6%	24.2%	20.3%	21.7%	22.7%	23.7%	22.4%	-1.9 p.p.
Margen EBITDA	7.0%	2.7%	5.2%	2.1%	4.1%	2.1%	3.2%	0.5 p.p.

CMI Bolivia	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	22	24	28	29	103	22	25	1.7%
Ventas	147	161	195	216	719	160	174	7.6%
Utilidad Bruta	33	30	32	39	135	31	35	14.1%
GAV	33	33	35	39	141	34	36	7.0%
EBITDA	11	10	9	10	39	7	9	-7.0%
Margen Bruto	22.8%	18.7%	16.7%	17.8%	18.7%	19.3%	19.9%	1.1 p.p.
GAV (% de ventas)	22.8%	20.7%	18.1%	18.0%	19.6%	21.2%	20.6%	-0.1 p.p.
Margen EBITDA	7.3%	6.0%	4.4%	4.6%	5.4%	4.5%	5.2%	-0.8 p.p.

CMI Ecuador	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	6	8	9	9	33	7	10	15.0%
Ventas	38	44	52	50	183	40	51	15.1%
Utilidad Bruta	15	14	15	13	57	13	12	-14.6%
GAV	14	14	13	15	57	12	13	-10.2%
EBITDA	3	-1	6	0	7	3	2	S/ 2.4
Margen Bruto	39.0%	32.7%	29.9%	25.1%	31.2%	31.7%	24.3%	-8.4 p.p.
GAV (% de ventas)	37.3%	32.7%	25.8%	30.8%	31.2%	29.4%	25.5%	-7.2 p.p.
Margen EBITDA	7.2%	-1.5%	10.7%	-0.7%	3.9%	7.7%	3.4%	4.9 p.p.

CMI Otras Geografías	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	9	10	11	12	42	9	11	11.0%
Ventas	47	51	63	70	230	48	61	21.1%
Utilidad Bruta	12	10	13	14	49	6	11	8.4%
GAV	12	14	14	19	59	13	15	6.7%
EBITDA	3	-2	2	-3	0	-5	-2	-19.9%
Margen Bruto	26.4%	20.0%	19.9%	20.7%	21.5%	12.3%	17.9%	-2.1 p.p.
GAV (% de ventas)	25.2%	28.1%	22.4%	26.8%	25.5%	27.4%	24.7%	-3.3 p.p.
Margen EBITDA	6.2%	-4.1%	3.3%	-3.8%	0.1%	-10.4%	-2.7%	1.4 p.p.

Acuicultura

Acuicultura	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	127	155	201	180	663	177	198	27.7%
Ventas	474	613	909	824	2,819	797	951	55.2%
Utilidad Bruta	81	100	141	112	434	113	144	44.0%
GAV	56	57	59	73	245	72	69	22.2%
EBITDA	44	63	105	72	284	70	101	59.6%
Margen Bruto	17.1%	16.3%	15.5%	13.6%	15.4%	14.2%	15.1%	-1.2 p.p.
GAV (% de ventas)	11.8%	9.2%	6.5%	8.8%	8.7%	9.0%	7.3%	-2.0 p.p.
Margen EBITDA	9.3%	10.3%	11.6%	8.7%	10.1%	8.7%	10.6%	0.3 p.p.

Molienda

Molienda	2021					2022		Variación 2T22
PEN MM	1T	2T	3T	4T	FY	1T	2T	AaA
Volumen (miles de TM)	216	202	219	347	985	254	263	30.0%
Ventas	442	511	565	866	2,384	707	874	71.1%
Utilidad Bruta	106	53	82	146	386	160	105	99.5%
GAV	23	19	22	28	92	23	21	10.0%
EBITDA	98	55	73	129	356	150	94	70.9%
Margen Bruto	24.0%	10.3%	14.5%	16.8%	16.2%	22.6%	12.0%	1.7 p.p.
GAV (% de ventas)	5.2%	3.7%	3.9%	3.2%	3.8%	3.2%	2.4%	-1.3 p.p.
Margen EBITDA	22.2%	10.8%	12.9%	14.9%	14.9%	21.2%	10.8%	0.0 p.p.

Información de Contacto

InvestorRelations@alicorp.com.pe

Gisele Remy Ferrero
Directora de Finanzas Corporativas, Eficiencias y Relación con el Inversionista
GremyF@alicorp.com.pe

César Miranda Samamé
Analista Senior de Relación con el Inversionista
PMirandaS@alicorp.com.pe

alicorp