

## Primer Trimestre 2017 Estados Financieros Consolidados

Las Ventas alcanzaron los S/ 1,590.3 millones, (+10.6% YoY). El EBITDA se incrementó en S/ 22.5 millones y alcanzó los S/ 185.8 millones (+13.8% YoY), el Margen EBITDA fue 11.7% (+0.3 p.p. YoY). Adicionalmente, la Utilidad Neta alcanzó los S/ 82.6 millones y el Margen Neto alcanzó 5.2%, un incremento de 1.3 p.p. en comparación con el 3.9% reportado en 1T16. El ratio Deuda Neta/EBITDA decreció de 1.66x a 1.35x de diciembre 2016 a marzo 2017.

### CONTACTO INVERSIONISTAS

Alexander Pendavis  
Director de Finanzas Corporativas y  
Relación con el Inversionista  
T: (511) 315-0800 Ext.444410  
F: (511) 315-0867  
E-mail: [apendavish@alicorp.com.pe](mailto:apendavish@alicorp.com.pe)

Lima, Perú, 28 de Abril de 2017. Alicorp S.A.A. ("la Compañía" o "Alicorp") (BVL: ALICORC1 y ALICORI1) publicó los estados financieros correspondientes al Primer Trimestre de 2017 ("1T17"). Los estados financieros se reportan en forma consolidada y de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Soles nominales. Esta Nota de Prensa debe ser revisada en conjunto con los Estados Financieros y las Notas a los Estados Financieros publicados en la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV).

## I. RESUMEN EJECUTIVO

1. **Las Ventas alcanzaron los S/ 1,590.3 millones, incrementándose en 10.6% YoY, mientras que el Volumen alcanzó las 410.8 mil toneladas, incrementándose en 7.2% YoY.** Las mayores Ventas se deben principalmente a: i) un incremento de 6.8% YoY en nuestra división de Consumo Masivo Perú, ii) un incremento de 30.7% en la plataforma de Alimento Balanceado para Peces como resultado de la recuperación del fenómeno de Algas Nocivas, iii) un incremento de 28.3% YoY la operación de consumo masivo en Brasil debido principalmente a la apreciación del Real Brasileiro contra el Sol Peruano y iv) un incremento de 14.0% YoY en la plataforma de Alimento Balanceado para Camarones debido a la recuperación del sector después del Fenómeno de "El Niño", el incremento en la participación de mercado y el cambio en el mix de ventas hacia productos de mayor valor agregado.
2. **Las Ventas y Volumen de la división de Consumo Masivo Perú alcanzaron S/ 584.7 millones (+6.8% YoY) y 115.4 mil toneladas (+3.2% YoY) en el 1T17, respectivamente.** Este incremento es explicado por el crecimiento en categorías *core* como Aceites Domésticos, Detergentes y



Pastas. La estrategia de posicionamiento de marcas permitió mantener o incrementar la participación de mercado en valor en 11 de 15 categorías.

3. **Durante el 1T17 la Compañía lanzó y relanzó 9 productos (3 en Consumo Masivo Perú, 3 en Consumo Masivo Internacional, 2 en B2B y 1 en Acuicultura).** Estos lanzamientos incluyen:
  - i) Fettuccini "Don Vittorio", un nuevo formato de pasta, con el objetivo de expandir el portafolio de esta Mega marca y al mismo tiempo ofrecer una propuesta de valor con una alta relación precio/calidad y
  - ii) "Nicovita Finalis", una dieta para camarones con un perfil nutricional especializado, con el objetivo de ampliar el portafolio de la marca participando en el segmento económico.
4. **El Margen Bruto se incrementó en 0.5 p.p. YoY (30.9% en el 1T17 versus 30.4% en el 1T16) y la Utilidad Bruta alcanzó los S/ 491.8 millones, un incremento de 12.4%** en comparación con los S/ 437.7 millones reportados en el 1T16. Este incremento se explica principalmente por i) una adecuada gestión de ingresos, ii) menor precio de materias primas y otros insumos para la plataforma de Alimento Balanceado para Peces y iii) ahorros en compras y producción como resultado del programa de eficiencias.
5. **El EBITDA alcanzó los S/ 185.8 millones (+13.8% YoY) y el margen EBITDA se incrementó en 0.3 p.p. YoY (11.7% en el 1T17 versus 11.4% en el 1T16).**
6. **La Utilidad Neta alcanzó los S/ 82.6 millones en el 1T17, incrementándose en 45.8% YoY, mientras que el Margen Neto alcanzó 5.2% (+1.3 p.p. YoY).** El incremento en la Utilidad Neta se explica por: i) una mayor contribución operativa de las divisiones de Consumo Masivo Perú, Acuicultura y la operación de Brasil y ii) una disminución en gastos financieros y menor pérdida por diferencia en cambio. Consecuentemente, la utilidad por acción ("UPA") se incrementó de S/ 0.066 en el 1T16 a S/ 0.096 en el 1T17.
7. **El Flujo de Efectivo proveniente de las Actividades de Operación a marzo de 2017 fue de S/ 270.0 millones, S/ 219.7 millones mayor al generado a marzo 2016.** Esto se explica principalmente por: i) una reducción del Ciclo de Conversión de Efectivo (menores Cuentas por Cobrar por S/ 82.8 millones y mayores Cuentas por Pagar por S/ 106.5 millones), y ii) mayores Ventas Consolidadas. **El Flujo de Efectivo utilizado en Actividades de Inversión a marzo de 2017 fue de S/ 15.3 millones, mientras que a marzo 2016 fue de S/ 29.9 millones.** El CAPEX a marzo de 2017 fue de S/ 19.3 millones.
8. **A marzo 2017, la Deuda Neta alcanzó los S/ 1,110.6 millones, S/ 222.3 millones menor en comparación con diciembre 2016.** La Deuda Total fue de S/ 1,643.5 millones a marzo 2017, S/ 37.1 millones mayor relativo a diciembre 2016. Esto fue el resultado de la fuerte generación de efectivo en Perú, gracias a eficiencias en Capital de Trabajo y una mayor rentabilidad. **El ratio Deuda Neta / EBITDA disminuyó de 1.66x a diciembre de 2016 a 1.35x a marzo 2017.**



## INFORMACIÓN FINANCIERA

RESUMEN FINANCIERO (En millones de Soles)					
	1T 2017	1T 2016	YoY	4T 2016	QoQ
Ventas Netas	1,590.3	1,437.7	10.6%	1,811.2	-12.2%
Utilidad Bruta	491.8	437.7	12.4%	544.9	-9.8%
Utilidad Operativa	143.9	122.9	17.2%	175.2	-17.9%
EBITDA	185.8	163.3	13.8%	218.7	-15.1%
EBITDA últimos 12 Meses	824.7	736.3	12.1%	802.3	2.8%
Ganancia Neta del Ejercicio	82.6	56.6	45.8%	80.2	3.0%
Ganancia por Acción	0.096	0.066	45.5%	0.095	1.1%
Activos Corrientes	2,490.9	2,258.4	10.3%	2,224.7	12.0%
Pasivos Corrientes	2,283.4	1,663.1	37.3%	1,785.9	27.9%
Total Pasivo	3,827.5	3,829.5	-0.1%	3,555.5	7.7%
Capital de Trabajo	207.5	595.3	-65.2%	438.8	-52.7%
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	532.9	175.9	203.0%	273.5	94.9%
Total Deuda Financiera Neta	1,110.6	1,951.7	-43.1%	1,332.9	-16.7%
Total Deuda Financiera	1,643.5	2,127.6	-22.8%	1,606.4	2.3%
Deuda de Corto Plazo	487.3	325.1	49.9%	241.8	101.5%
Deuda de Largo Plazo	1,156.2	1,802.4	-35.9%	1,364.6	-15.2%
Patrimonio	2,511.1	2,255.5	11.3%	2,578.5	-2.6%
<b>RATIOS</b>					
Margen Bruto	30.9%	30.4%	1.6%	30.1%	2.7%
Margen Operativo	9.1%	8.5%	7.1%	9.7%	-6.2%
Margen EBITDA	11.7%	11.4%	2.6%	12.1%	-3.3%
Ratio Corriente	1.09	1.36	-20.0%	1.25	-12.8%
Deuda Neta a EBITDA	1.35	2.65	-49.1%	1.66	-18.7%
Apalancamiento	1.52	1.70	-10.6%	1.38	10.1%

1. Capital de trabajo definido como Activos Corrientes menos Pasivos Corrientes
2. Deuda Neta a EBITDA se define como Total Deuda Financiera menos Efectivo y Equivalente de Efectivo dividido entre EBITDA de los últimos 12 meses
3. Apalancamiento se define como Total Pasivo dividido entre Patrimonio



## II. ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

### VENTAS

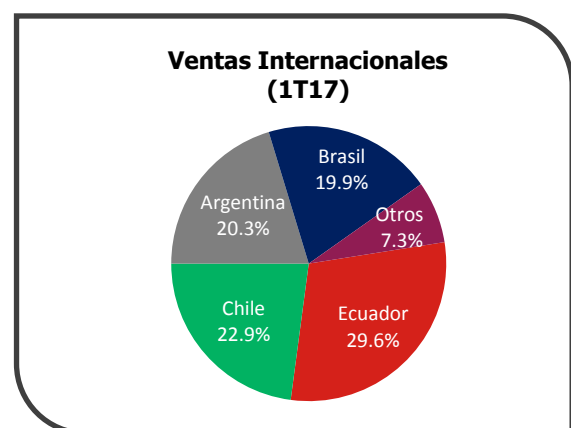
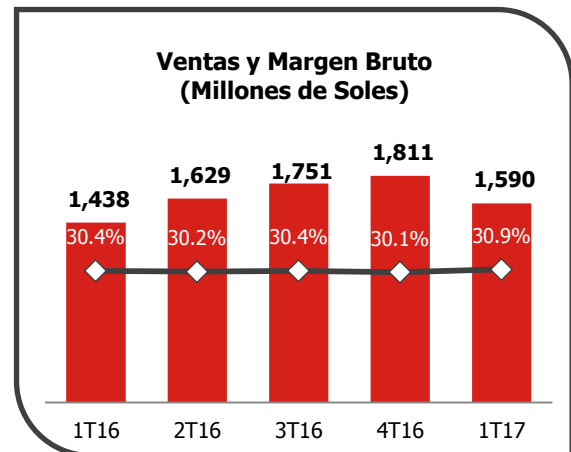
Durante el 1T17, las Ventas alcanzaron S/ 1,590.3 millones, incrementándose en 10.6% YoY. Las Ventas y el Volumen en Perú crecieron 6.9% YoY y 4.2% YoY, respectivamente. Las Ventas Internacionales aumentaron en 16.8% YoY y el Volumen aumentó en 12.9% YoY. Durante el trimestre, las Ventas Internacionales representaron el 39.3% de las Ventas Totales, comparado al 37.3% del 1T16.

El incremento en Ventas en el 1T17 es explicado por los siguientes incrementos: i) 6.8% YoY en Consumo Masivo Perú, ii) 30.7% YoY en la plataforma de Alimento Balanceado para Peces, iii) 28.3% YoY en la operación de Consumo Masivo Brasil, iv) 14.0% YoY en la plataforma de Alimento Balanceado para Camarones, v) 31.7% YoY en la plataforma de Grandes Industrias y vi) 9.8% YoY en la plataforma de *Food Service*.

Adicionalmente, los principales contribuyentes a las Ventas Consolidadas del 1T17 fueron las plataformas de Alimento Balanceado para Peces (+30.7% YoY) y Alimento Balanceado para Camarones (+14.0% YoY); y las categorías de: i) Aceites Domésticos (+21.4% YoY), ii) Aceites a Granel (+16.2% YoY), y iii) Pasta (+7.9% YoY).

### UTILIDAD BRUTA

La Utilidad Bruta alcanzó los S/ 491.8 millones durante el 1T17, incrementándose en S/ 54.1 millones (+12.4% YoY). Esto se explica por una mayor contribución de: i) la división de Consumo Masivo Perú (+11.4% YoY), ii) las operaciones en Brasil (+77.3%) y iii) la división de Acuicultura (+25.1%). El Margen Bruto se incrementó en 0.5 p.p. YoY, alcanzando 30.9% durante el 1T17, en comparación con el 30.4% obtenido durante el 1T16.

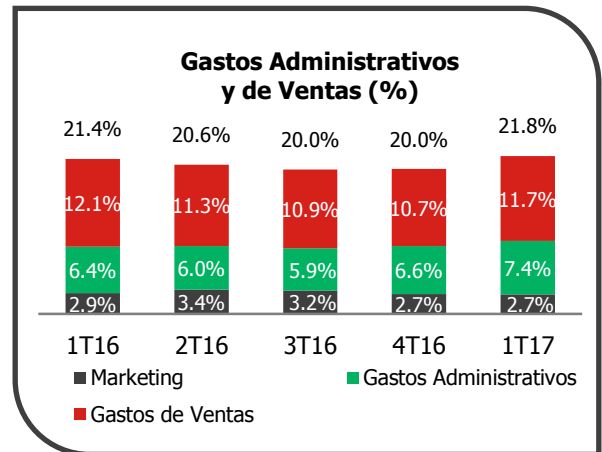




## UTILIDAD OPERATIVA Y EBITDA

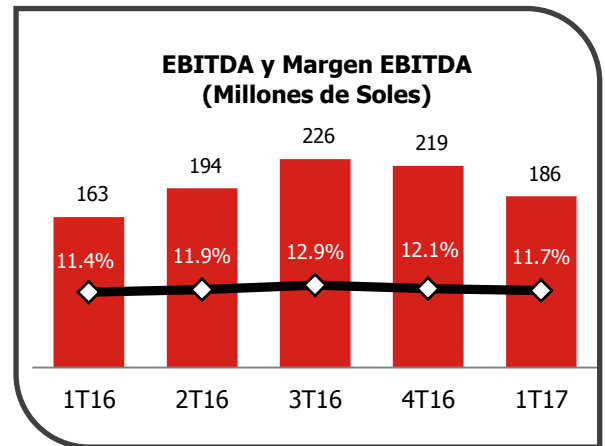
La Utilidad Operativa alcanzó los S/ 143.9 millones en el 1T17, en comparación con los S/ 122.9 millones reportados en el 1T16. El Margen Operativo fue 9.1%, mayor en 0.6 p.p. comparado con el 8.5% obtenido en el 1T16.

En el 1T17, la Utilidad Operativa antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización ("EBITDA") se incrementó en S/ 22.5 millones y alcanzó los S/ 185.8 millones (+13.8% YoY) con un Margen EBITDA de 11.7%.



## GASTOS FINANCIEROS NETOS

Durante el 1T17, los Gastos Financieros Netos alcanzaron los S/ 18.0 millones, lo cual representó una disminución de S/ 8.4 millones YoY, explicada por el programa de reducción y refinanciamiento de deuda. Adicionalmente, las pérdidas por Diferencia en Cambio alcanzaron los S/ 3.3 millones, una disminución de S/ 3.5 millones, asociados al programa antes mencionado.



## UTILIDAD NETA

La Utilidad Neta alcanzó S/ 82.6 millones en el 1T17, incrementándose en S/ 26.0 millones comparado con los S/ 56.6 millones reportados en el 1T16. Este incremento es explicado por: i) una mayor contribución operativa de las divisiones Consumo Masivo Perú, Acuicultura y la operación de Brasil y ii) menores Gastos Financieros y menores pérdidas por Diferencia en Cambio. Consecuentemente, la Utilidad por Acción "UPA" se incrementó de S/ 0.066 en el 1T16 a S/ 0.096 en el 1T17.



## NEGOCIOS

### CONSUMO MASIVO

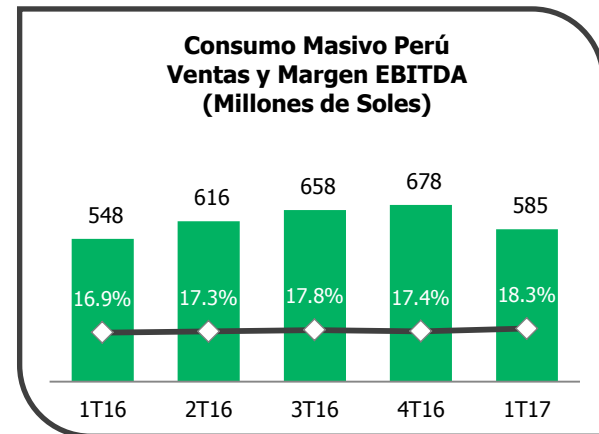
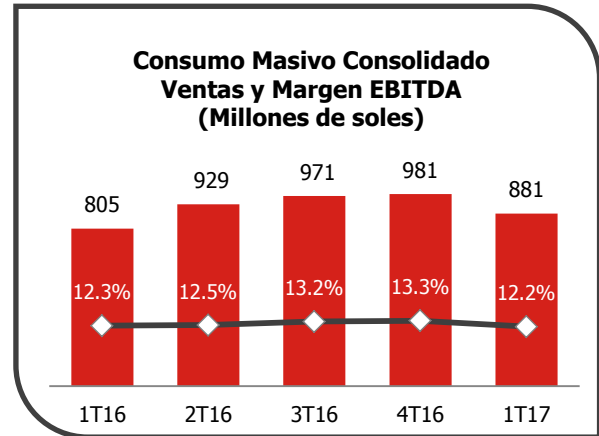
Durante el 1T17, las Ventas del negocio de Consumo Masivo se incrementaron en 9.5% YoY y el Volumen en 1.6% YoY. El EBITDA alcanzó S/ 107.2 millones, incrementándose en 7.9% YoY. Consecuentemente, el Margen EBITDA alcanzó 12.2% durante el 1T17, similar al 12.3% reportado en el 1T16.

Las Ventas y Volumen de la división de Consumo Masivo Perú alcanzaron S/ 584.7 millones (+6.8% YoY) y 115.4 mil toneladas (+3.2% YoY) en el 1T17, respectivamente. Esto se debe principalmente a mayores ventas de las siguientes categorías: i) Aceites Domésticos (+21.4% YoY), ii) Detergentes (+4.9% YoY), iii) Ayudas Culinarias (+622.8% YoY), iv) Suavizantes (+45.0% YoY) v) Jabones de Lavar (+5.2% YoY), vi) Pastas (+1.8% YoY) y vii) Cereales (+7.1% YoY).

Durante este trimestre el mercado agregado de las categorías *core* de Consumo Masivo Perú (Aceites Domésticos, Pastas, Detergentes y Galletas) decreció en 1.7%. Esto fue principalmente debido a la caída en la categoría de Pastas y Aceites Domésticos en 3.8% y 1.1%, respectivamente. El actual entorno macroeconómico continúa afectando a los hogares peruanos, los cuales reducen su consumo de Pastas y Aceites Domésticos. En contrapartida, Detergentes y Galletas registraron un crecimiento de 0.5% cada uno.

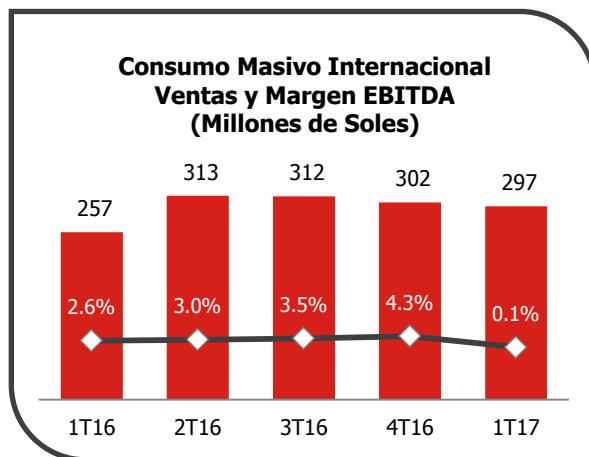
Sin embargo, la estrategia de posicionamiento de permitió mantener o incrementar la participación de mercado en valor en 11 de 15 categorías, entre las cuales se encuentran: i) Detergentes (+3.0 p.p. YoY), ii) Aceites Domésticos (+0.3 p.p. YoY), iii) Galletas (+0.6 p.p. YoY), iv) Margarinas (+3.3 p.p. YoY), v) Gelatinas (+9.3%YoY) y vi) Suavizantes (+3.3 p.p. YoY).

El EBITDA de Consumo Masivo Perú alcanzó los S/ 106.9 millones, un incremento de 15.4% YoY comparado a los S/ 92.6 millones reportados en el 1T16, mientras que el Margen EBITDA fue de 18.3% (+1.4 p.p. YoY). Dicho incremento se explica por un mayor Margen Bruto (+1.7 p.p. YoY), parcialmente contrarrestado por mayores Gastos Administrativos y de Ventas. Por su parte, el incremento en la Utilidad Bruta es explicado



por: i) una adecuada gestión de ingresos, y ii) el ahorro en compras y manufactura como resultado del programa de eficiencias.

En la división de Consumo Masivo Internacional, las Ventas crecieron 15.4% YoY mientras que el Volumen decreció en 1.2% YoY. El incremento en las Ventas se debió principalmente a la recuperación de la operación de Brasil y a la apreciación del Real Brasileiro contra el Sol Peruano. El Margen EBITDA fue de 0.1%, disminuyendo 2.5 p.p. YoY en comparación con el 2.6% reportado en el 1T16.

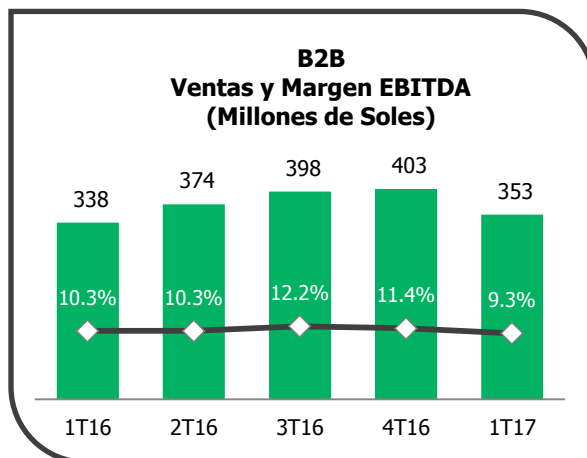


En Argentina, las Ventas en moneda local se incrementaron en 20.9% YoY y el Volumen decreció en 1.0 mil toneladas (-3.4% YoY). El menor Volumen se explica principalmente por la contracción de los mercados de consumo masivo debido a la reducción del poder adquisitivo de la población, producto de los altos niveles de inflación. Las Ventas reportadas en soles se incrementaron en S/ 7.9 millones (+6.6% YoY) debido a la devaluación del Peso Argentino. El EBITDA disminuyó en S/ 16.6 millones, en comparación con el reportado en el 1T16.

En Brasil, las Ventas en moneda local y el Volumen se incrementaron en 8.5% YoY y 0.3% YoY, respectivamente. Esto se debió principalmente a la normalización de la operación de consumo masivo en Brasil. Las Ventas en soles se incrementaron en S/ 27.5 millones (+28.3% YoY) como resultado de la apreciación de Real Brasileiro contra el Sol Peruano. Adicionalmente, el EBITDA alcanzó S/ 8.7 millones, mientras que el Margen EBITDA fue de 7.0%, aumentando 8.2 p.p. YoY comparado con el 1T16.

## B2B

Las Ventas y el Volumen alcanzaron S/ 353.4 millones (+4.5% YoY) y 135.9 mil toneladas (+3.5% YoY) en el 1T17, respectivamente. Asimismo, el EBITDA alcanzó S/ 32.8 millones, una caída de S/ 2.1 millones en comparación con el 1T16, mientras que el margen EBITDA alcanzó 9.3% en el 1T17, decreciendo 1.0 p.p. en comparación con el 10.3% reportado en el 1T16. La caída del margen EBITDA es principalmente explicada por mayores precios de materia prima.



Las Ventas en la plataforma de Panificación alcanzaron los S/ 156.9 millones, decreciendo 5.2% YoY. El Volumen fue de 90.9 mil toneladas, decreciendo en 2.9% YoY. El menor Volumen es explicado principalmente por una caída en la categoría de Harinas Industriales (-2.8% YoY) como resultado de: i) la reclasificación de las cuentas de supermercados a la plataforma de Grandes Industrias, ii) el impacto de "El Niño Costero" en el norte del Perú, y iii) los altos niveles de inventario en el canal mayorista. Adicionalmente, el volumen de Mantecas Industriales se contrajo a consecuencia de: i) el traspaso de los incrementos en el costo del aceite de palma al precio final, y ii) el impacto de "El Niño Costero" en el norte del Perú. El EBITDA alcanzó S/ 12.0 millones (-26.8% YoY), mientras que el margen EBITDA fue de 7.7%, disminuyendo 2.2 p.p. en comparación con el 9.9% obtenido en el 1T16. Esta caída se explica por un menor Margen Bruto como resultado de: i) mayores precios de las materias primas, y ii) mayores gastos de distribución relacionados al abastecimiento de la región norte.

La plataforma de *Food Service* mantiene un crecimiento estable. Las Ventas alcanzaron S/ 138.2 millones (+9.8% YoY), mientras que el Volumen fue de 29.7 mil toneladas (+5.9% YoY). El crecimiento en Volumen es consecuencia del crecimiento en las siguientes categorías: i) Congelados (+27.2% YoY), ii) Aceites a Granel (+2.7% YoY) y iii) Salsas Industriales (+9.8% YoY). A su vez, el crecimiento en el Volumen de Congelados y Aceites a Granel se debió al incremento de la base de clientes, mientras que el crecimiento en Salsas Industriales respondió a la promoción de la marca "Macbel" (+14.6% YoY) y a mayores ventas de "Alpesa" (+21.7% YoY) fuera de Lima. El EBITDA alcanzó S/ 17.1 millones (-15.2% YoY), mientras que el Margen EBITDA fue 12.4%, 3.6 p.p. menor al 16.0% obtenido durante el 1T16. Esta caída es explicada por mayores precios en las materias primas, los cuales impactaron negativamente en el Margen Bruto de la plataforma.

Finalmente, las Ventas en la plataforma de Grandes Industrias se incrementaron en 31.7% YoY, de S/ 43.3 millones a S/ 57.0 millones. El Volumen se incrementó en 68.1% YoY, alcanzando 15.1 mil toneladas. Esto se explica principalmente por un incremento de S/ 8.8 millones YoY en las ventas de Aceites a Granel y al incremento de S/ 3.7 millones en Harinas Industriales. El EBITDA alcanzó los S/ 6.3 millones (+1.2% YoY), mientras que el Margen EBITDA fue de 11.1%, decreciendo en 3.3 p.p en comparación con el 14.4% obtenido en el 1T16. Esta caída en el margen es explicada por el menor Margen Bruto (-3.4 p.p. YoY), resultado de: i) mayores precios de materia prima y ii) cambios en el mix de ventas.

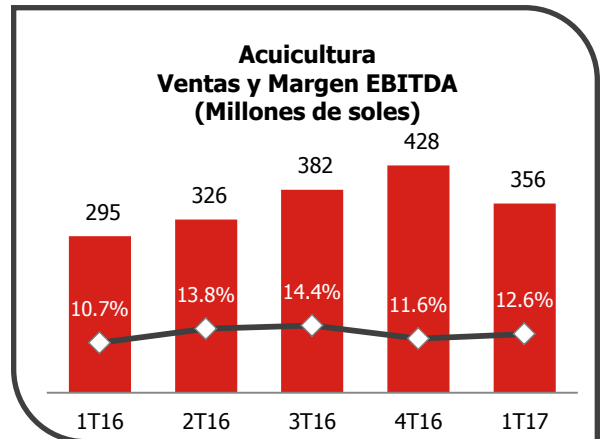




## ACUICULTURA "VITAPRO"

Las Ventas y Volumen alcanzaron S/ 355.7 millones (+20.7% YoY) y 95.0 mil toneladas (+27.0% YoY) en el 1T17. El EBITDA alcanzó los S/ 44.9 millones, un incremento de 41.8% comparado con el 1T16, mientras que el Margen EBITDA alcanzó 12.6% en el 1T17, mayor al 10.7% reportado en el 1T16.

El Volumen de la plataforma de Alimento Balanceado para Camarones alcanzó las 57.1 mil toneladas, un incremento de 15.6% respecto al 1T16. Las Ventas alcanzaron los S/ 202.2 millones, un incremento de 14.0% respecto de los S/ 177.3 millones de Ventas reportadas en el 1T16. El incremento en Ventas es explicado principalmente por la recuperación del sector tras el Fenómeno de "El Niño". En términos de rentabilidad, el Margen EBITDA se mantuvo estable en 16.5%.



En cuanto a nuestra plataforma de Alimento Balanceado para Peces, el Volumen alcanzó 37.8 mil toneladas, incrementándose 49.3% YoY. Dicho incremento se explica por la recuperación de la biomasa de salmones en Chile luego del Fenómeno de "El Niño" y del Fenómeno de "Algas Nocivas" en el 2016. Como resultado, las Ventas se incrementaron en 30.7% YoY en comparación con el 1T16, alcanzando los S/ 153.5 millones. Durante el 1T17, el EBITDA alcanzó los S/ 11.5 millones, un incremento de 390.0% YoY mientras que el margen EBITDA alcanzó el 7.5%, superior al 2.0% reportado en el 1T16.



### III. BALANCE GENERAL

#### ACTIVOS

A marzo de 2017, el Total de Activos se incrementó en S/ 204.5 millones en comparación con diciembre 2016, debido a un aumento de S/ 266.2 millones en Activos Corrientes, parcialmente compensada por un disminución en Activos No Corrientes de S/ 61.7 millones. Este incremento en Activos se explica principalmente por: i) un mayor saldo de Efectivo y Equivalentes de Efectivo y ii) un mayor nivel de Inventarios.

La cuenta Efectivo y Equivalentes de Efectivo aumentó de S/ 273.5 millones a diciembre 2016 a S/ 532.9 millones a marzo 2017. Las Cuentas por Cobrar Comerciales se redujeron de S/ 970.7 millones a diciembre 2016 a S/ 887.9 millones a marzo 2017. Los días de cobranza promedio (LTM) disminuyeron de 50.3 días durante el 4T16 a 48.9 días durante el 1T17.

Los inventarios aumentaron en S/ 69.5 millones, de S/ 779.0 millones a diciembre 2016 a S/ 848.5 millones a marzo 2017. Los días promedio de inventarios (LTM) disminuyeron de 72.1 días a 66.6 días del 4T16 al 1T17.

La Propiedad, Planta y Equipo Neto disminuyó en S/ 26.7 millones, de S/ 1,946.2 millones a diciembre 2016 a S/ 1,919.5 millones a marzo 2017 ya que el CAPEX fue superado por la depreciación del periodo.

#### PASIVOS

A marzo de 2017, el Total de Pasivos aumentó en S/ 272.0 millones principalmente debido a un aumento en los Pasivos Corrientes, parcialmente compensado por un menor saldo en la cuenta de Otros Pasivos Financieros no Corrientes.

Los Pasivos Corrientes aumentaron en S/ 497.5 millones principalmente por un incremento de S/ 260.6 millones en los Pasivos Financieros Corrientes, de S/ 126.4 millones en Otras Cuentas por Pagar y de S/ 106.5 millones en las Cuentas por Pagar Comerciales. Los días de Cuentas por Pagar promedio (LTM) aumentaron de 89.2 a 91.3 días entre el 4T16 y 1T17.

Los Pasivos no Corrientes disminuyeron en S/ 225.5 millones, principalmente debido a menores Pasivos Financieros no Corrientes por S/ 209.2 millones, como resultado del programa de reducción y refinanciamiento de deuda.

La Deuda Financiera Corriente a marzo 2017 fue de S/ 487.3 millones, registrando un aumento de S/ 245.5 millones en comparación con el 4T16.



La Deuda Financiera no Corriente totalizó S/ 1,156.2 millones a marzo 2017, representando el 70.3% de la Deuda Financiera total, en comparación con el 85.0% a diciembre 2016.

La composición de monedas de la Deuda Financiera a marzo 2017, después de coberturas con derivados, es de: i) 90.9% en Soles Peruanos, ii) 4.7% en Dólares Americanos, y iii) 4.4% en Reales Brasileños. Solo el 0.1% de la Deuda Total mantiene exposición a la fluctuación del Sol Peruano contra el Dólar Americano. La duración promedio de la Deuda Total a marzo 2017 es de 3.90 años, en comparación con los 4.25 años a diciembre 2016. La duración de la deuda de largo plazo a marzo 2017 es de 4.63 años. Durante el 1T17, se realizaron un total de 34 operaciones forward de tipo de cambio con la finalidad de cubrir la exposición cambiaria del flujo de caja neto. En la actualidad, la mayor parte de los financiamientos son nominados a tasa fija ya sea directamente o a través de operaciones de derivados.

## **PATRIMONIO**

El Patrimonio disminuyó S/ 67.5 millones, de S/ 2,578.5 millones a diciembre 2016 a S/ 2,511.0 millones a marzo 2017, principalmente debido a los S/ 119.6 millones en dividendos por pagar en mayo 2017, parcialmente compensados por la contribución de la Utilidad Neta por S/ 82.6 millones.



## IV. ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

### ACTIVIDADES DE OPERACIÓN

A marzo de 2017, el Flujo de Efectivo proveniente de las Actividades de Operación fue de S/ 270.0 millones, S/ 219.7 millones superior al flujo del mismo periodo en el 2016. El incremento fue principalmente explicado por: i) una reducción del Ciclo de Conversión de Efectivo (menores Cuentas por Cobrar por S/ 82.8 millones y mayores Cuentas por Pagar por S/ 106.5 millones) y ii) mayores Ventas Consolidadas.

### ACTIVIDADES DE INVERSIÓN

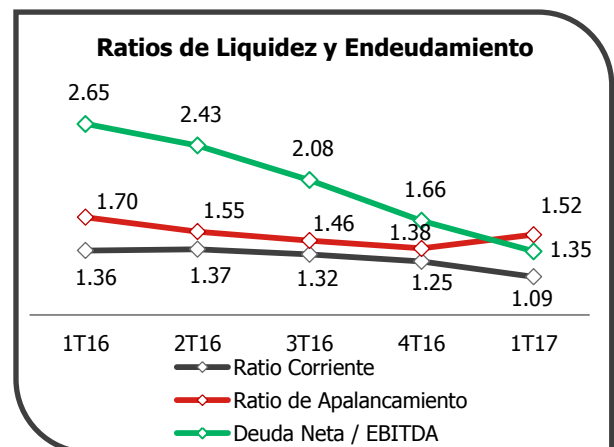
El Flujo de Efectivo proveniente de Actividades de Inversión a marzo de 2017 fue de S/ 15.3 millones, S/ 14.6 millones menor al flujo del mismo periodo de 2016. La reducción se explica principalmente por un menor CAPEX. Las principales inversiones fueron asignadas a los siguientes proyectos: i) incremento de la capacidad de la planta de Inbalnor en Ecuador y ii) adquisición de nueva maquinaria para las líneas de Harinas y Salsas.

### ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

El Flujo de Efectivo proveniente de Actividades de Financiamiento a marzo 2017 fue de S/ 7.0 millones, S/ 38.4 millones menor a los S/ 45.4 millones a marzo de 2016; explicado principalmente por una menor deuda financiera.

### RATIOS DE LIQUIDEZ Y ENDEUDAMIENTO

El ratio corriente (Total de Activos Corrientes / Total de Pasivos Corrientes) disminuyó de 1.25x a diciembre 2016, a 1.09x a marzo 2017. El ratio de apalancamiento (Pasivo Total / Patrimonio) se incrementó de 1.38x a diciembre 2016 a 1.52x a marzo 2017, debido a un mayor saldo de Pasivos Corrientes.



El ratio de Deuda Neta / EBITDA decreció de 1.66x a diciembre 2016 a 1.35x a marzo 2017 debido a una reducción de la Deuda Neta en S/ 222.3 millones y a un incremento en el EBITDA de los últimos 12 meses de S/ 22.4 millones.





## V. EVENTOS RECIENTES

### LANZAMIENTO DE NUEVOS PRODUCTOS Y RELANZAMIENTO DE PRODUCTOS EXISTENTES

En la División de Consumo Masivo Perú, Alicorp lanzó y relanzó tres productos. En la categoría de Detergentes, se lanzó un nuevo formato de 5.8 kg bajo la marca "Bolivar" y "Opal", enfocado en incrementar la participación de mercado de estas marcas en el canal moderno.



En la categoría de pastas, Alicorp lanzó Fettuccini "Don Vittorio", un nuevo formato de pasta que busca fortalecer el alcance de esta Mega marca al ofrecer una propuesta de valor con alta relación precio / calidad. Asimismo, Alicorp relanzó la marca "Lavaggi" comunicando su superioridad nutricional entre otras marcas de similar precio.



En Argentina, los esfuerzos de Alicorp en el 1T17 se enfocaron en ganar participación de mercado en la categoría de Lavandería a través de la marca "Zorro 3D". En ese sentido, Alicorp relanzó la presentación regular de lava vajilla con el objetivo de incrementar su valor percibido.



Asimismo, Alicorp lanzó un formato "combo" incluyendo detergente en polvo y suavizante de ropa con la finalidad de publicitar la marca en la categoría de suavizantes. Finalmente, la compañía lanzó dos nuevas presentaciones de 0.9 kg de detergente.



En el negocio de B2B, Alicorp lanzó una nueva presentación de harina industrial para pasta a granel, para incrementar la penetración de este producto, ganar escala e incrementar competitividad.



Asimismo, en la categoría de Harinas Industriales, Alicorp lanzó una nueva variedad de harina de trigo vitaminada bajo la marca "Blanca Nieve" para ser comercializada tanto dentro y fuera de Perú (México, Ecuador, Bolivia y Colombia).



En el negocio de Acuicultura, Alicorp ingresó a un nuevo segmento en el mercado de Alimento Balanceado para Camarones con el lanzamiento de "Nicovita Finalis", una dieta con un perfil nutricional especializado.



### RECONOCIMIENTOS Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Durante el 1T2017, "Primor", "Bolivar" y "Don Vittorio" fueron incluidas dentro del top 20 de las marcas más valiosas de 2016. Esto se dio a conocer en el último Ranking "BrandZ" organizado por Kantar Millward Brown y el Grupo WPP. En este evento, Alicorp recibió un reconocimiento especial por su efectividad en construir marcas sólidas en distintas categorías.



## **SOBRE ALICORP**

Alicorp es una empresa líder en Consumo Masivo con casa matriz en Perú. La Compañía cuenta con operaciones en otros países latinoamericanos: Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y exportaciones a otros países. La Compañía se especializa en tres 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*) y 3) Acuicultura (alimento balanceado para peces y camarones). 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 declaraciones a futuro referentes 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.

