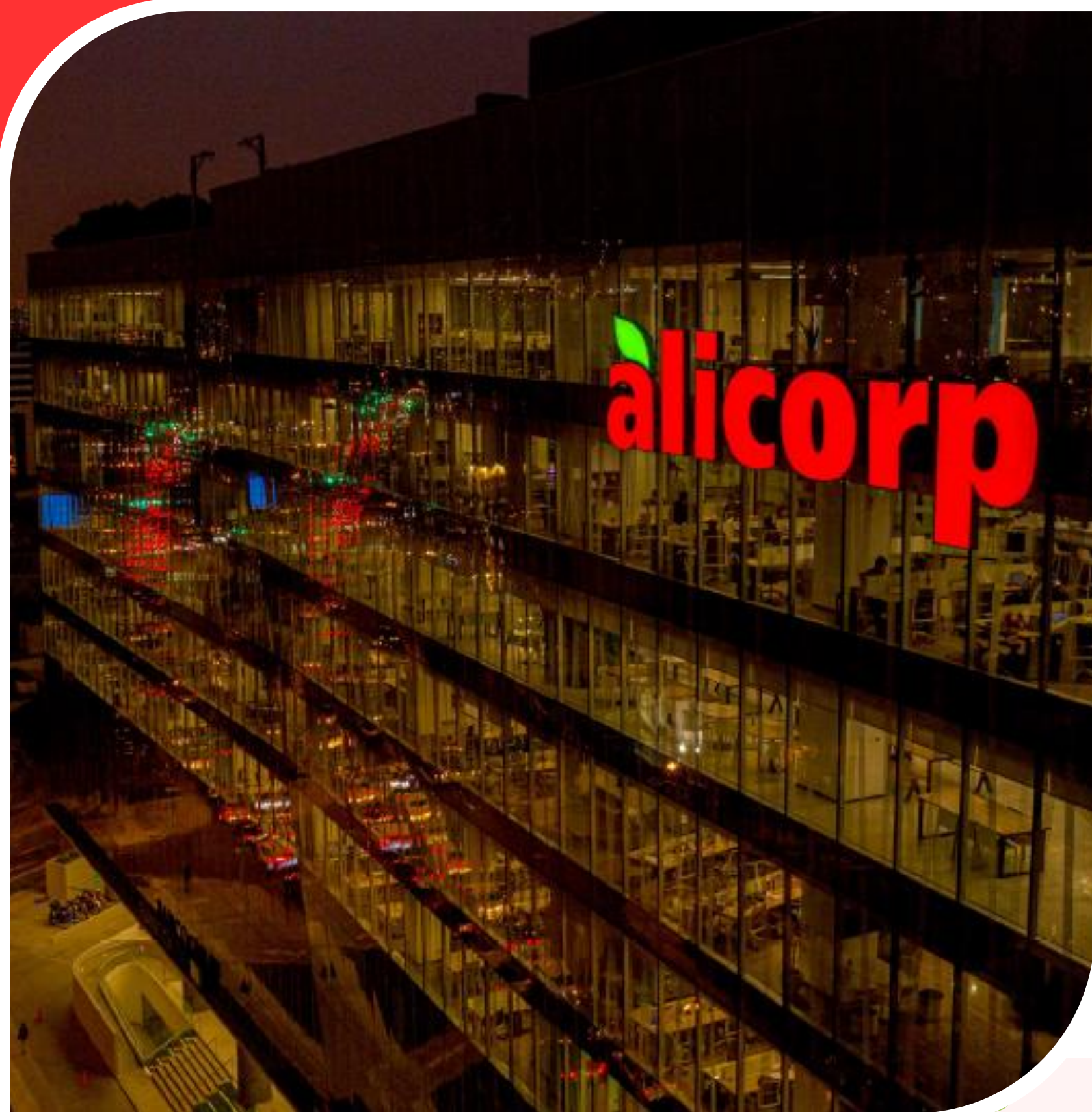




Segundo Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo

JULIO 2026

STRICTLY PRIVATE AND CONFIDENTIAL



Disclaimer

“La información contenida en esta presentación ha sido elaborada exclusivamente con fines informativos y ha sido extraída o resumida de la Actualización N° 1 del Prospecto Marco del Segundo Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp, difundida con fecha 3 de julio de 2026, así como de otra información de carácter público de Alicorp S.A.A. En caso de cualquier discrepancia, inconsistencia u omisión entre el contenido de esta presentación y el referido Prospecto o sus anexos, prevalecerá el contenido de estos últimos. Esta presentación no incorpora información distinta de aquella que ha sido previamente puesta a disposición del público conforme a la normativa aplicable. Si bien Alicorp S.A.A. ha adoptado medidas razonables para que el contenido de esta presentación refleje fielmente la información contenida en los documentos públicos antes indicados, no garantiza que la misma sea exhaustiva ni que se encuentre libre de errores u omisiones involuntarias. En consecuencia, los destinatarios son responsables de realizar su propia evaluación de la información disponible, de verificar la exactitud de la información presentada y de consultar la documentación oficial correspondiente.

Se deja expresa constancia de que este documento tiene un propósito exclusivamente informativo y no constituye una oferta de venta ni una solicitud de oferta de compra de valores, ni debe ser considerado como base para una decisión de inversión. Los inversionistas deberán realizar su propia evaluación independiente. Ninguna de la información contenida en esta presentación constituye asesoría legal, financiera o de inversión.

Este documento es estrictamente confidencial. Las personas que reciban este documento acuerdan que ni ellos, ni sus representantes, directores, agentes o empleados podrán copiar, reproducir o distribuir, total o parcialmente, su contenido a terceros, sin previo consentimiento expreso y escrito del Alicorp S.A.A.”

01

OVERVIEW DEL EMISOR

Overview del Emisor

Consumo Masivo

Consumo Masivo en Perú

Marcas emblemáticas en el segmento de alimentos, hogar y cuidado personal

- Estrategia multisegmento
- Productos de alta calidad
- Sólida cadena de distribución
- Marcas centradas en los consumidores



Negocio Internacional

Principalmente productos de alimentos y cuidado del hogar, fortaleciendo su presencia en la región andina

- Bienes de consumo en Bolivia
- Bienes de consumo en Ecuador
- Otras geografías



B2B

Panadería, gastronomía, productos de limpieza y otros sectores industriales 

- Enfoque centrado en el cliente
- Liderazgo de mercado en categorías clave
- Estrategia de crecimiento por transformación



Acuicultura

Alimentos especializados para camarón y salmón 

- Propuesta de valor integral
- Calidad nutricional
- Asesoría y tecnología para clientes



1Q26 LTM¹



PEN 11,861 mm
Ingresos



PEN 1,801 mm
EBITDA Ajust.²



+150
Marcas



+6,000
Trabajadores



37
Plantas de producción



+20
Países



Estrategia Corporativa

Aspiración Ganadora

Alicorp alimenta un mañana mejor con propuestas de valor relevantes para cada uno de nuestros consumidores y clientes, transformando mercados con nuestras marcas líderes, capacidad de innovación, gestión eficiente y el talento de nuestra gente

¿Cómo competimos?

Gestión de marcas relevantes, distintivas y memorables

- Profundo conocimiento del consumidor
- Implementación de Human Centered Brand Building (HCBB)
- Foco en marcas core en el canal tradicional
- Gestión de marcas de valor con rol flanker, con niveles mínimos de rentabilidad

Go-to-market robusto

- Amplia cobertura de clientes y mercado a un costo eficiente
- Conocimiento profundo de clientes y compradores

Cadena de suministro eficiente y flexible

- Modelo flexible y optimizado en costos, con adecuados niveles de servicio
- Modelo replicable y adaptable a nuestros distintos negocios/geografías

Ejecución disciplinada de la estrategia

- Enfoque simplificado (gestión activa del portafolio)
- Foco y asignación de recursos
- Eficiencia y gestión ágil
- Gestión de gastos y eficiencia de costos

¿Dónde participamos?



02

KEY CREDIT HIGHLIGHTS

KEY CREDIT HIGHLIGHTS

01

Líder regional con un portafolio de productos top-of-mind y una destacada satisfacción del consumidor

02

Capacidad de manufactura única, con activos de vanguardia propios, respaldada por una extensa red de distribución multicanal

03

Sólido desempeño financiero y generación de caja en las distintas líneas de negocio, combinado con un perfil saludable de endeudamiento

04

Equipo directivo altamente experimentado, respaldado por un accionista de primer nivel y un robusto marco ESG

05

Crecimiento inorgánico mediante una estrategia de M&A exitosa y disciplinada, fortalecida por la implementación de las mejores prácticas de integración

01

Líder regional con un modelo de negocio exitoso y diversificado por categorías de producto y países...

Líder regional indiscutido en sus más de 25 categorías, con presencia en Perú, Ecuador, Bolivia y otros países de la región

	Categoría	Ranking	Market Share ¹	Marcas de Alicorp	# de Marcas	% de Ingresos ²
Consumo Masivo Peru (35% ingresos)	Detergentes para ropa	1	55.1%	Detergentes para ropa  	47	7.1%
	Aceites domésticos	1	54.4%	Aceites domésticos   		6.6%
	Fideos	1	45.5%	Fideos   		3.4%
	Galletas	2	25.2%	Galletas     		2.8%
	Salsas frías (mayonesa)	1	78.7%	Salsas frías 		2.2%
	Salsas picantes	1	83.6%	Salsas picantes 		0.5%
	Jabón de lavar	1	95.8%	Jabón de lavar   		1.7%
	Cereales	1	80.1%	Cereales 		1.1%
	Margarinas	1	64.2%	Margarinas  		0.9%
	Conservas de atún	2	15.4%	Atún en cons.  		1.3%
	Postres instantáneos	1	21.5%	Postres inst. 		0.5%
	Harinas domésticas	1	18.8%	Harinas domésticas 		0.5%
	Lavavajillas	1	41.3%	Lavavajillas 		0.8%
	Limpiadores	1	33.3%	Limpiadores 		0.5%
Consumo Masivo Internacional (7% ingresos)	Aceites domésticos	1 	39.2%	Aceites domésticos 	15	1.3%
	Margarinas	1 	50.9%	Margarinas 		0.2%
	Jabón de lavar	1 	40.5%	Jabón de lavar   		0.2%
	Detergentes	1 	34.5%	Detergentes   		1.3%
	Fideos	4 	8.2%	Fideos 		0.5%
	Salsas	3 	12.9%	Salsas  		0.3%
B2B (27% ingresos)	Harinas industriales	1	49.0%	Harinas industriales  	29	6.7%
	Aceites industriales	1	81.0%	Aceites industriales  		7.6%
	Mantecas industriales	1	81.0%	Mantecas industriales   		3.1%
	Salsas	1	62.0%	Salsas  		1.5%
	Margarinas industriales	1	80.0%	Margarinas   		1.3%
	Premezclas industriales	1	41.0%	Premezclas  		0.2%
Acuicultura (31% ingresos)	Alimentos para camarón	1  1 	26% 38%	Alimentos para camarón y peces  	2	22.4%
	Alimento para peces	1 	36%			8.5%

01

...respaldado por un portafolio de productos top-of-mind y marcas líderes con una trayectoria comprobada de sólida aceptación en el mercado

Marcas

Lavandería y Cuidado Personal



Harina industrial para panificación



Aceite doméstico



Pasta



Salsas



Galletas



Aceite industrial



Margarina industrial



Mantecas



Alimento para camarones y peces



Estrategia de pricing alineada con las necesidades del consumidor



Alicorp maneja una estrategia de precios bajo un enfoque integrado y multisegmento, orientado a maximizar la rentabilidad mientras favorece una presencia de mercado sólida y diversificada



El portafolio de productos se divide en segmentos premium, mainstream y de valor a fin de asegurar una estrategia de precios adecuada según los niveles socioeconómicos de sus clientes



Asimismo, la estrategia de precios sigue un enfoque centrado en marcas, clasificando su portafolio en dos grupos estratégicos: core brands y value brands



Alicorp concentra sus esfuerzos comerciales en sus core brands para resguardar la rentabilidad, manteniendo sus value brands como un buffer competitivo estratégico

- La estrategia de Alicorp **se basa en un profundo conocimiento del consumidor** y la construcción de marcas centradas en este
- Los formatos de producto, tamaños de empaque y precios **se adaptan a las necesidades del consumidor** según el tipo de canal
- La innovación basada en datos permite **responder oportunamente a cambios en los hábitos de consumo**

Estrategia exitosa de lanzamiento de nuevos productos con +500 lanzamientos desde 2011, alcanzando +100 marcas líderes en distintas categorías

Capacidad de manufactura única, con activos propios de última generación...

Manufactura como ventaja competitiva

37
instalaciones
productivas en Alicorp



8
instalaciones productivas
fuera del Perú



Principales commodities



Trigo



Aceite crudo
de soya



Aceite crudo de
palma y girasol



Minimización de residuos y pérdidas de alimentos

- Uso de subproductos en las plantas del segmento acuícola o ventas hacia el B2B
- Desarrollo de estrategias para minimizar las pérdidas de alimentos, las cuales han permitido recuperar el 89.7% a través del reprocesamiento de residuos de aceite y otros procesos¹



Sólidas capacidades de innovación y foco en operaciones ágiles

- Alicorp implementa continuamente sistemas innovadores para incrementar la capacidad, calidad y potencial productivo de sus líneas de manufactura
- En 2024, invirtió \$2.9 mm en I+D para la generación de nuevos productos



Automatización para incrementar la eficiencia

- En 2024, Alicorp invirtió \$0.4 mm en sistemas para mejorar su proceso de manufactura e incrementar la eficiencia bajo una estructura de costos competitiva

Activos propios en ubicaciones estratégicas



Predio central (14)

Aceites

Salsas

Mantequilla y margarina

Jabón

Pastas

Galletas

Productos instantáneos

Panetón

Molino Faucett

Detergentes Callao



Intradevco (5)



Inkacrops



Molino Callao



Masterbread Global (2)

Cereales

Cajamarquilla



Molino Paita



Vitapro Trujillo



Arequipa (3)

Sidsur

Molino Arequipa



Palmawasi – San Martin

Vitapro Honduras

Honduras

Vitapro Ecuador

Inbalnor

Jabonería Wilson

Vitapro Chile

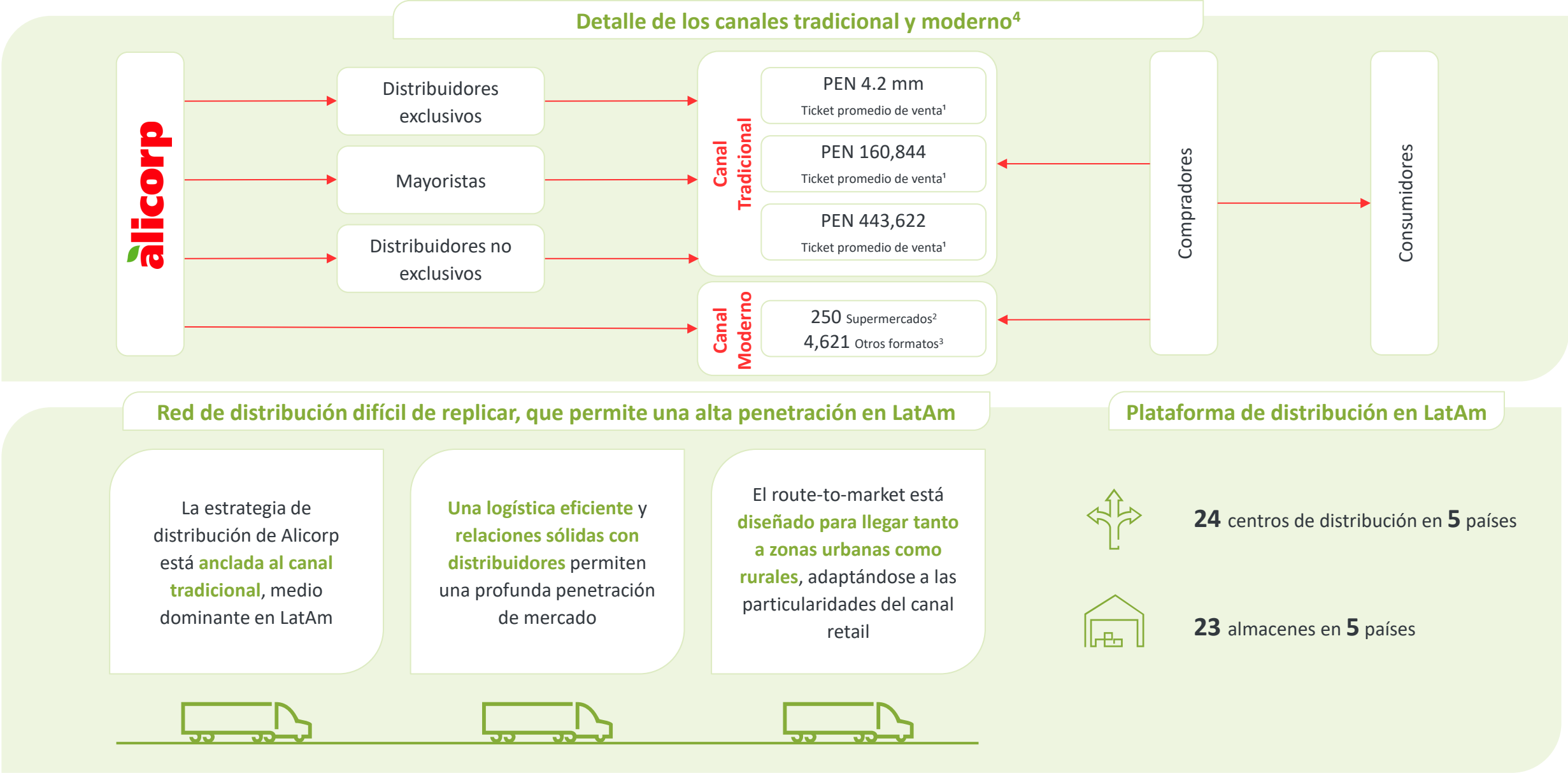
Salmofood

Alicorp Bolivia

Cochabamba

02

... respaldada por una extensa red de distribución multicanal



Sólido desempeño financiero y generación de caja en las distintas líneas de negocio...

Cumpliendo con el cambio estratégico de 2023



01

Énfasis en productos core

- Tienen una mayor percepción de valor por parte del consumidor y pueden maximizar la rentabilidad
- Los value brands sirven como palanca para impulsar el volumen y reforzar la posición de mercado



02

Enfoque en canales tradicionales

- En Perú, Ecuador y Bolivia, el mercado minorista es en gran medida tradicional
- El mercado tradicional ofrece un canal para llegar a pequeños minoristas independientes



03

Eficiencias de producción

- Impulsar el crecimiento de ingresos aprovechando la base de costos existente
- La optimización de costos y la utilización de activos permiten una mayor flexibilidad en la producción

PEN mm

Indicadores Financieros Consolidados a Mar-26

11,129
Activo

9,825
Pasivo

1,304
Patrimonio

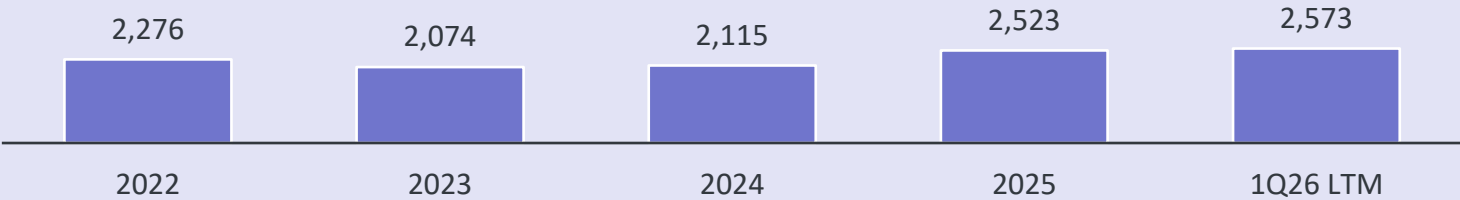
868
Caja

4,478
Deuda¹

442
U. Neta (LTM)

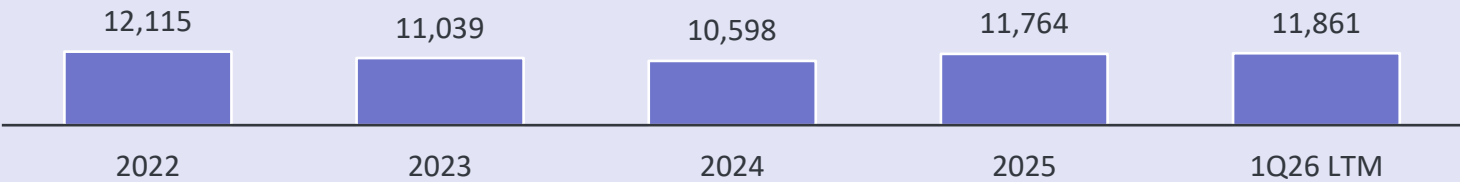
Miles de TM

Volumen



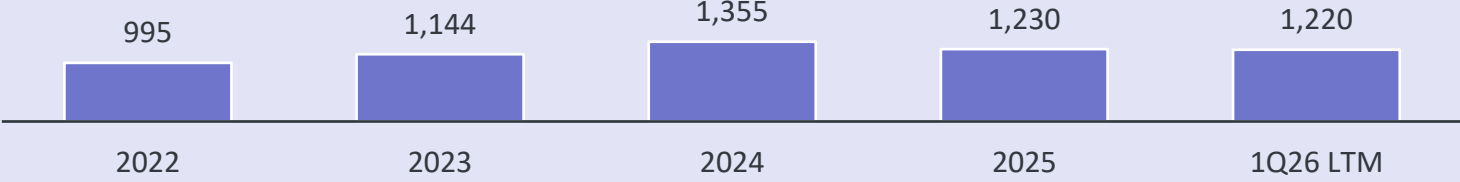
PEN mm

Ingresos



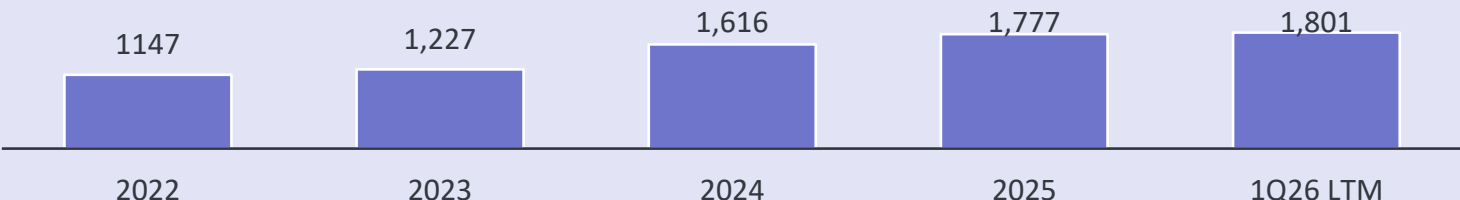
PEN

Utilidad Bruta por Tonelada



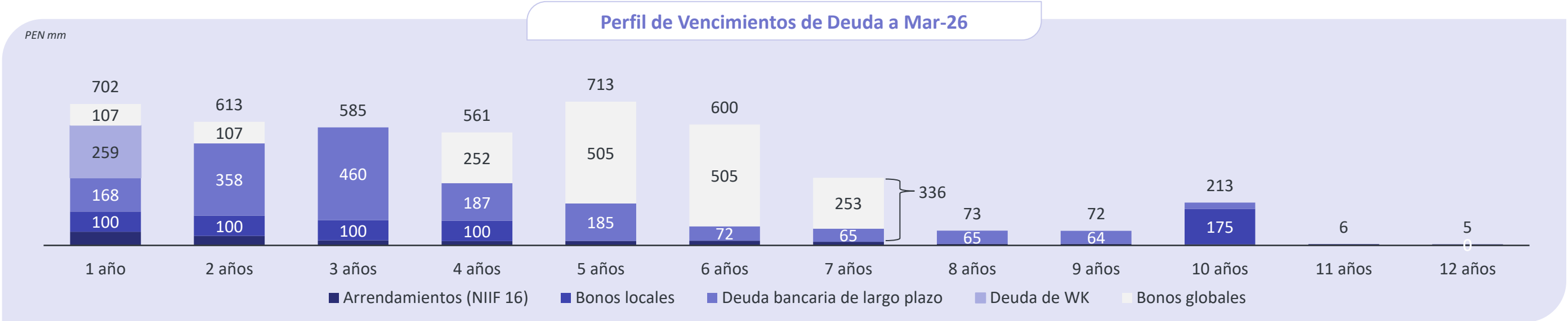
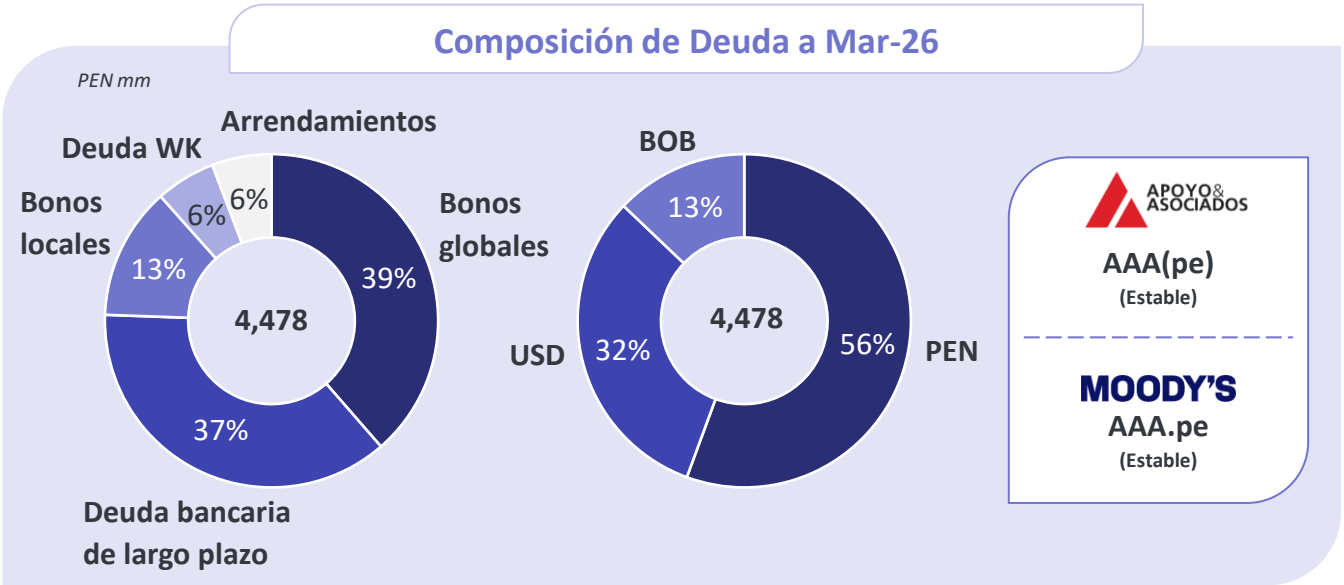
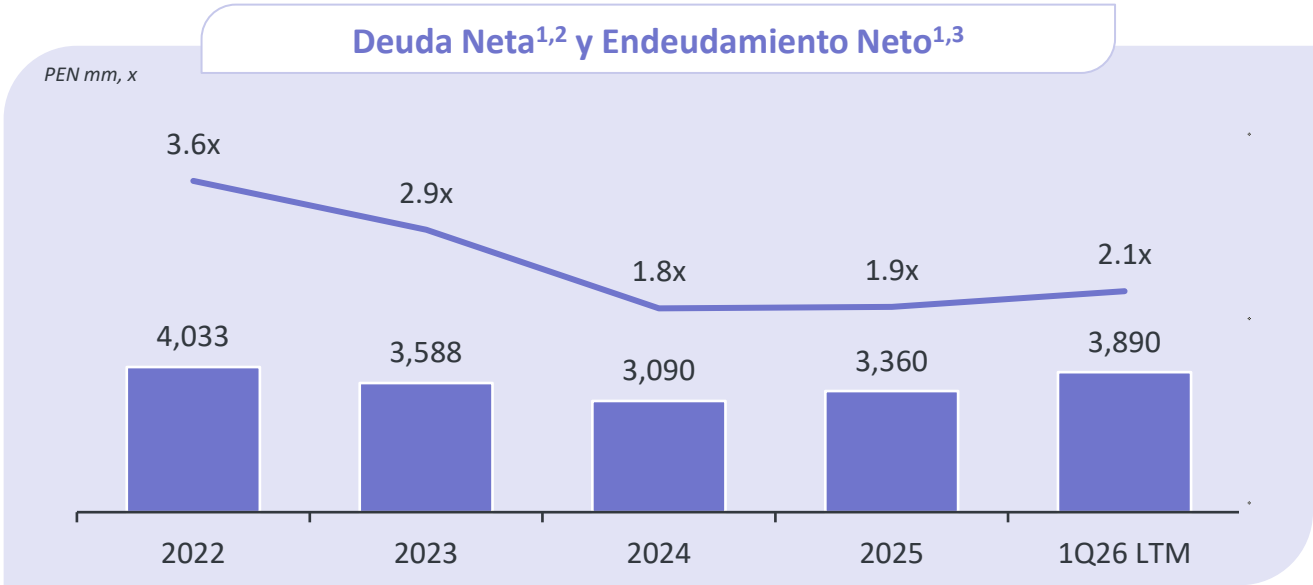
PEN mm

EBITDA Ajust.²



03

...combinado con un perfil saludable de endeudamiento



Equipo directivo altamente experimentado respaldado por un accionista de primer nivel y un sólido marco ESG

Equipo directivo sobresaliente, con una trayectoria comprobada en estrategias de crecimiento orgánico y amplia experiencia en el sector



GONZALO URIBE
Chief Executive Officer



LUIS BANCHERO
VP of Finance and Transformation



ÁLVARO ROJAS
VP – Mass Consumption Marketing Peru & CoE



ALDO HIDALGO
VP - Commercial Consumer Goods Peru & Commercial CoE



LUIS ESTRADA
Alicorp Solutions & Commodity Management



JUAN FELIPE IZASA
General Manager – Colombia & Caricam



FABRICIO VARGAS
General Manager – Vitapro



FRANCISCO GUERRERO
General Manager – Ecuador



PAOLA RUCHMAN
VP - Corporate Human Resources and Chief of Staff

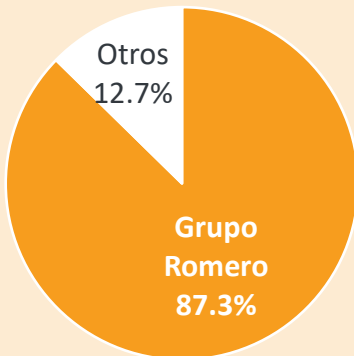


CARLOS SEMINARIO
VP – Supply Chain



JAIME PAREDES
MD – Technology & Transformation

Estructura Accionarial¹



Premios



Estrategia ESG alineada con los ODS e índices internacionales

S&P Dow Jones Indices

A Division of S&P Global

En mayo de 2026, Alicorp fue incorporada como parte del índice MILA Pacific Alliance Best in Class.



Bienestar



- Promoviendo un **estilo de vida equilibrado** para los colaboradores
- Cultura inclusiva dentro de la empresa

Desarrollo Comunitario



- Programa “**Ollas que desarrollan**”
- Capacitación para clientes de B2B y acuicultura
- “**Programa Palma Sostenible**”

Medio Ambiente



- Abastecimiento responsable**
- Certificación RSPO de **Aceite de Palma Sostenible**
- Trabajando para **reducir la huella ambiental**

Indicadores Clave²

80%

Índice de Salud Organizacional



Abastecimiento de palma sostenible y certificación Roundtable on Sustainable Palm Oil (“RSPO”)

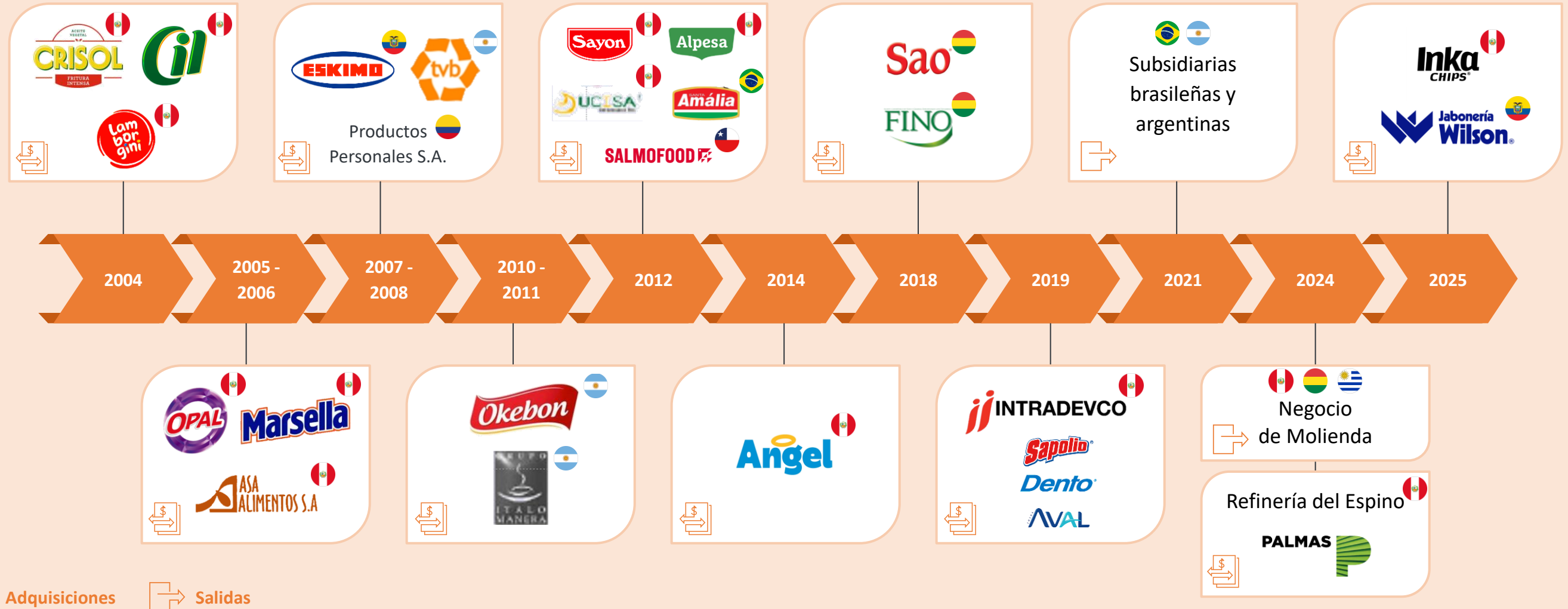
Top 20

Empresas más sostenibles de la industria a nivel global

05

Crecimiento inorgánico mediante una estrategia de M&A exitosa y disciplinada, fortalecida por la implementación de las mejores prácticas de integración

Una serie de adquisiciones satisfactorias han impulsado el crecimiento continuo en mercados clave de Sudamérica



03

TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA EMISIÓN

Resumen de Términos y Condiciones de la Potencial Emisión

Emisor:	Alicorp S.A.A. (“Alicorp”)
Programa:	Segundo Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp
Emisión:	Primera Emisión de Bonos Corporativos – Serie A
Monto de la Emisión:	Hasta por un monto de S/ 500 millones
Monto de la Serie:	Hasta por S/ 200 millones, ampliable hasta por S/ 300 millones
Instrumento:	Bonos Corporativos
Moneda:	Soles
Tipo de Oferta:	Oferta Pública, Trámite Anticipado
Uso de Fondos:	Reestructuración de pasivos. Los fondos serán destinados a cancelar deuda bancaria
Plazo de Emisión:	7 años
Amortización:	Bullet
Rating:	Apoyo & Asociados: AAA (pe) Moody’s Local Perú: AAA.pe
Garantías:	Patrimonio genérico del Emisor
Método de adjudicación:	Subasta holandesa
Estructurador:	Banco de Crédito del Perú
Agente Colocador:	Credicorp Capital Sociedad Agente de Bolsa S.A. bajo modalidad best efforts



GRACIAS