Memoria Anual 2024

Firmado Digitalmente por:
JAIME MANUEL PAREDES TUMBA
Fecha: 27/02/2025 05:37:33 p.m.

Señores Accionistas:

De acuerdo a lo establecido en el artículo vigésimo sexto de los Estatutos Sociales de la Empresa, nos es grato presentar a ustedes, para su consideración y aprobación, la Memoria Anual correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2024.

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2024. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, los firmantes se hacen responsables por su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.

La presente Memoria ha sido preparada de acuerdo a lo establecido en la Resolución CONASEV N° 141-98-EF/94.10, Resolución CONASEV N° 211-98-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 040-99-EF/94.11, Resolución Gerencia General N° 147-99-EF/94.11, Resolución CONASEV N° 094-2002-EF/94.10, Resolución Gerencia General N° 096-2003-EF/94.11 modificada por Resolución Gerencia General N° 140-2005-EF/94.11, Resolución SMV Nº 012-2014-SMV/01, Resolución SMV N° 033-2015-SMV/01, Resolución SMV N° 014-2022-SMV/01 y Resolución SMV N° 013-2023-SMV/01.

ÍNDICE

SECCIÓN I

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD 3

SECCIÓN II

DATOS GENERALES 4

OPERACIONES Y DESARROLLO 13

PROCESOS LEGALES 35

DIRECTORIO Y GERENCIA 36

SECCIÓN III

RESULTADOS DE LAS OPERACIONES Y ESTADOS FINANCIEROS 41

SECCIÓN IV

INFORMACIÓN RELATIVA A LOS VALORES 56

ANEXOS

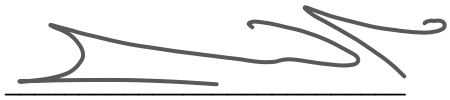
- REPORTE SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO PARA LAS SOCIEDADES PERUANAS
- REPORTE DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA PARA LAS SOCIEDADES PERUANAS
- REPORTE SOBRE ESTRUCTURA ACCIONARIA POR TIPO DE INVERSIONISTA

SECCIÓN I

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2024. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos aplicables.

NOMBRE: Álvaro Correa Malachowski – Gerente General

FIRMA: 

Callao, 27 de Febrero de 2025.

SECCIÓN II

1. DATOS GENERALES

1.1 Denominación

La denominación social de la empresa es Alicorp S.A.A.

1.2 Domicilio

El domicilio de la sociedad es Avenida Argentina N° 4793, Carmen de La Legua Reynoso, Callao. Su central telefónica es 315-0800 y su fax es el número 315-0850.

1.3 Constitución e inscripción

Alicorp S.A.A. se constituyó por Escritura Pública del 16 de julio de 1956, extendida ante el Notario Público Dr. Julio C. Berninson e inició sus actividades el 1 de agosto de 1956. La sociedad está registrada en la Partida Electrónica N° 70267718 del Registro de Personas Jurídicas de los Registros Públicos del Callao.

1.4 Grupo Económico

La sociedad forma parte del Grupo Económico denominado Grupo Romero del cual son integrantes las siguientes empresas:

Agrícola del Chira S.A.
Sociedad dedicada al cultivo de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos. También se dedica a la prestación de servicios y asesoramiento en materia agrícola, comercial, administrativa y demás áreas vinculadas con el cultivo de productos agrícolas.

Alicorp Colombia S.A.
Sociedad dedicada a la distribución y comercialización de productos de consumo masivo. Empresa ubicada en la República de Colombia.

Alicorp Ecuador S.A.
Sociedad dedicada a la importación, exportación, fabricación y comercialización de todo tipo de bienes de consumo y de capital. Empresa ubicada en la República del Ecuador.

Alicorp Holdco España S.L.
Sociedad dedicada a la adquisición, tenencia, disfrute y administración, dirección y gestión de títulos valores y/o acciones representativas de los fondos propios de sociedades o entidades constituidas en territorio español o fuera de él, pudiendo realizar toda clase de inversión mobiliaria por cuenta propia, dejando fuera las actividades objeto de la legislación en España de instituciones de inversión colectiva y las del mercado de valores. Empresa ubicada en España

Alicorp Inversiones S.A.
Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones en el Perú y en el extranjero.

Alicorp Uruguay S.R.L.
Sociedad dedicada principalmente a la comercialización de mercaderías y materias primas. Empresa ubicada en Uruguay.

Alicorp USA LLC
Sociedad dedicada a la realización de todas las actividades lícitas para las que puedan constituirse sociedades de responsabilidad limitada en virtud de la Delaware Limited Liability Company Act. Empresa ubicada en Estados Unidos de América

Apudex S.A.C.
Sociedad dedicada a la distribución al por mayor y menor, comercialización, importación y exportación, representación comercial, de productos alimenticios en general, tanto como para consumo humano como animal, abarrotes en general, así como toda actividad conexa a dicho fin como el transporte de carga terrestre.

Atimasa S.A.
Sociedad dedicada a la compra, venta, distribución, comercialización, importación y exportación de toda clase de combustibles y lubricantes. Empresa ubicada en la República del Ecuador.

Atimhold - Atimasa Holding S.A.
Sociedad dedicada a la adquisición de acciones o participaciones de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de vínculos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados y conformar así un grupo empresarial, así como tener cualquier otro tipo de activos. Empresa ubicada en la República del Ecuador.

Atlantis S.A.
Sociedad dedicada a la industrialización y comercialización en todas sus formas, mercaderías, arrendamientos de bienes, obras y servicios. Empresa ubicada en Uruguay

Avium Terra S.A.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

Bioenergía del Chira S.A.
Sociedad dedicada a la producción, generación y comercialización de energía a partir de biomasa (bagazo, hojas y cáscara de arroz).

Birmingham Merchant S.A.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

Coesco Colombia S.A.S.
Sociedad dedicada a la compra, venta, adquisición a cualquier título, importación, exportación, almacenamiento, envase, suministro y distribución de hidrocarburos y sus derivados, en calidad de distribuidor minorista al consumidor final a través de estaciones de servicio automotriz, de aviación, fluvial y marítima, propias, arrendadas o en cualquier clase de tenencia. También podrá actuar como distribuidor minorista en calidad de comercializador industrial. Empresa domiciliada en la República de Colombia.

Coesti S.A.
Sociedad dedicada a las actividades comerciales y financieras en especial las de comercialización, exportación, importación, almacenamiento y venta de productos químicos y afines derivados del petróleo.

Colcun S.A.
Sociedad dedicada a industrializar y comercializar, en todas sus formas, mercaderías, arrendamientos de bienes, obras y servicios. Empresa ubicada en Uruguay.

Compañía Operadora de la Selva S.A.
Sociedad dedicada a la realización, en la zona de la selva peruana, de toda clase de actividades comerciales y financieras, en especial las de comercialización, exportación, importación, almacenamiento y venta de combustibles, lubricantes, productos químicos y afines derivados del petróleo y la prestación de servicios vinculados.

Consorcio Distribuidor Iquitos S.A.
Sociedad dedicada a la venta, reparto y distribución de toda clase de artículos o productos y, en forma especial, a la venta, reparto y distribución de aceites y grasas comestibles, café, harinas, fideos, galletas y toda clase de productos farináceos. Asimismo, puede realizar prestación de servicios de contabilidad en las empresas de la Región de la Amazonía y/o de la Región Selva.

Corporación Comercial del Amazonas S.A.
Sociedad dedicada a la comercialización de productos y actividad agraria en general incluyendo la explotación de tierras agrícolas en la Región de la Amazonía. Asimismo, puede dedicarse a la compra y venta de vehículos, repuestos automotores, toda clase de madera nacional o extranjera, materiales de construcción, artefactos electrónicos, ferretería, productos agrícolas, insecticidas y mercadería en general.

Corporación de Servicios GR S.A.
Sociedad dedicada a la prestación de toda clase de servicios.

Corporación Primax S.A.
Sociedad dedicada a desarrollar, ya sea directa o indirectamente, operaciones de importación, industrialización, almacenamiento, depósito aduanero autorizado o depósito simple, distribución, transporte, comercialización al por mayor o menor y/o las demás operaciones, actividades y servicios vinculados con el sector hidrocarburos en general, así como de otros productos y subproductos derivados y relacionados con el sector de hidrocarburos, incluyendo gas natural.

CT Inversiones Globales S.A.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

DI Propiedades S.A.
Sociedad dedicada a la compra, venta, arrendamiento, usufructo, cesión de derechos de uso y cualquier otra modalidad de administración de inmuebles, así como la prestación de servicios de proyectos inmobiliarios.

Extractora Nuevo Horizonte S.A.
Sociedad dedicada a la extracción de aceite crudo de palma, así como la fabricación y envasado de aceites y grasas comestibles y sus derivados, así como la producción y envasado de jabones, artículos de lavar y sus derivados.

Firenze Capital Corp. S.A.C.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

Frutas del Chira S.A.
Sociedad dedicada al cultivo de todo tipo de productos agrícolas, así como a la comercialización, importación y exportación de productos agrícolas.

Gram ABF Consultoría de Inversiones S.A.
Sociedad dedicada a brindar consultoría para inversiones de capital privado, incluyendo búsqueda de oportunidades y monitoreo de inversiones realizadas, pudiendo, entre otros y sin limitación alguna, combinar activos de portafolios ajustados a las necesidades del inversionista, monitorear y evaluar ideas, su desempeño, así como implementar soluciones y estrategias que permitan evaluar ideas, oportunidades y proyectos potenciales asegurando el más alto nivel de rendimiento de las inversiones de capital.

GRIO S.A.
Sociedad dedicada a la prestación de servicios de asesoría en inversiones y recursos humanos.

Grupo Piurano de Inversiones S.A.
Sociedad dedicada a la administración de las acciones de su propiedad.

Inbalnor S.A.
Sociedad dedicada a la elaboración y comercialización de balanceado como alimentos para animales. Empresa ubicada en la República del Ecuador.

Industria de Grasas y Aceites S.A.
Sociedad dedicada a la extracción, industrialización de jabones, aceites y grasas tanto vegetal como animal, industrialización de velas y de otros insumos afines.

Industria y Comercio Aliconsumo S.A.
Sociedad dedicada a la importación, exportación, comercialización y/o distribución por mayor de productos de higiene personal y doméstica, farmacéuticos, cosméticos, herramientas, suplementos, compuestos químicos. productos de consumo masivo y de primera necesidad, en cualquier presentación; comprar, vender, importar, exportar y arrendar, productos, herramientas, insumos y maquinarias para la explotación agrícola, ganadera y forestal, estableciendo para el efecto, depósitos, almacenes, tiendas y cualquier otra instalación; emprender toda clase de proyectos de Investigación o de innovación tecnológica para el fortalecimiento productivo y desarrollo agropecuario forestal y de conservación de los recursos naturales, medioambiente y otros campos afines; producir, importar, exportar y comercializar, productos cosméticos, productos de higiene doméstica, productos absorbentes de higiene personal, insumos médicos y misceláneos.

Industrias del Espino S.A.
Sociedad dedicada a la producción, industrialización y envasado de aceites y grasas comestibles y derivados, así como a la producción de jabones y sus derivados.

Industrias del Shanusi S.A.
Sociedad dedicada a la industrialización de palma aceitera y de caña de azúcar.

Industrias del Tulumayo S.A.
Sociedad dedicada a la industrialización de palma aceitera y de caña de azúcar. Así como a la producción, envasado, distribución y comercialización de jabones, artículos de lavar y sus derivados, palmitos, frutas, jugos, mermeladas y etanol y sus derivados.

Infracorp S.A.
Sociedad dedicada a la administración y optimización del portafolio de inversiones en infraestructura, pudiendo, entre otros y sin limitación alguna, combinar activos de portafolios ajustados a las necesidades del inversionista, monitorear y evaluar su desempeño, así como implementar soluciones y estrategias que permitan evaluar ideas, oportunidades y proyectos potenciales asegurando el más alto nivel de rendimiento de las inversiones en infraestructura.

Intradevco Industrial S.A.
Sociedad dedicada a la fabricación o elaboración de todo tipo de productos de limpieza, desinfección, aseo personal y similares, incluyendo betunes, ceras, insecticidas, desinfectantes, jabones, champús, deorizadores u otros del mismo tipo.

Inversiones Piuranas S.A.
Sociedad dedicada a la administración de las acciones de su propiedad.

Inversiones Primax S.A.S.
Sociedad dedicada a tener acciones e inversiones a cualquier título en otras compañías en Colombia y en el exterior, así como desarrollar cualquier actividad lícita. Empresa ubicada en Colombia.

Inversiones Valle del Chira S.A.
Sociedad dedicada a la compra de caña de azúcar, la distribución, comercialización y exportación de azúcar.

Islandia Energy S.A.
Sociedad dedicada al cultivo e industrialización de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos. También podrá dedicarse a la prestación de servicios y asesoramiento en materia agroindustrial, comercial, administrativa y demás áreas dedicadas al cultivo e industrialización de productos agrícolas.

Maray S.A.
Sociedad dedicada a la administración de las acciones de su propiedad.

Masterbread S.A.
Sociedad dedicada a la formulación, producción, comercialización, distribución e importación de productos de panadería congelados, que incluyen, pero no están limitados a, panes tipo baguette, barrita, viena, hot dog, redondo, francés, burguer, ciabatta, bollería, repostería y demás productos vinculados. Asimismo, se dedicará a la explotación de negocios de molinería, fabricación de fideos, galletas, panetones, caramelos y chocolates, así como a la fabricación, producción, importación, exportación, distribución, comercialización y representación de productos agroindustriales y productos alimenticios de consumo humano y animal, así como sus actividades conexas, pudiendo desarrollar toda clase de actividades industriales, comerciales, financieras, servicios de almacenamiento.

Navimax S.A.
Sociedad dedicada al desarrollo, directa o indirectamente de operaciones de importación, industrialización, almacenamiento, depósito aduanero autorizado o depósito simple, distribución, transporte, comercialización por mayor o por menor y/o las demás operaciones, actividades y servicios vinculados con el sector hidrocarburos en general. También puede desarrollar actividades y servicios en forma indirecta, para lo cual podrá adquirir y ser tenedora de acciones, participaciones sociales y demás intereses en sociedades.

Palmas del Amazonas S.A.
Sociedad dedicada al cultivo e industrialización de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos y aquellos que se deriven. También podrá dedicarse a la prestación de servicios y asesoramiento agroindustrial, comercial y administrativo.

Palmas del Espino S.A.
Sociedad dedicada al cultivo de palma aceitera y otros cultivos en la zona de la selva peruana.

Palmas del Oriente S.A.
Sociedad dedicada al cultivo e industrialización de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos y aquellos que se deriven. También se dedica a la prestación de servicios y asesoramiento agroindustrial, comercial y administrativo en sus más diversas áreas, relacionadas con su objeto principal.

Palmas del Shanusi S.A.
Sociedad dedicada al cultivo e industrialización de productos agrícolas, así como a la venta y comercialización de estos productos y aquellos que se deriven. También se dedica a la prestación de servicios y asesoramiento agroindustrial, comercial y administrativo en sus más diversas áreas, relacionadas con su objeto principal.

Peruana de Petróleo S.A.C.
Sociedad dedicada a la producción, refinación, almacenamiento, importación, exportación, comercialización y transporte de combustibles líquidos derivados de los hidrocarburos, así como a la construcción, diseño y operación de estaciones de servicios, puestos de venta de combustibles y grifos, para la venta directa al público.

Pesquera Centinela S.A.C.
Sociedad dedicada a la extracción y transformación de productos hidrobiológicos de todo tipo de consumo humano directo como indirecto, inclusive los derivados de la acuicultura, a su comercialización local e internacional. Asimismo, podrá dedicarse a la exportación de productos no tradicionales y tradicionales, así como a la importación de bienes, maquinarias, equipos e insumos para la actividad pesquera. Asimismo, la sociedad podrá ser propietaria o poseedora de embarcaciones pesqueras de todo tipo y registrarse como armador pesquero, titular de concesiones pesqueras y propietaria o poseedora de líneas de fabricación, agente, representante, comisionista, promotor, importador y exportador y podrá realizar toda clase de actividades relacionadas con los regímenes u operaciones aduaneras.

Primax Colombia S.A.
Sociedad dedicada a la distribución mayorista de combustible básicos, combustibles líquidos derivados del petróleo y combustibles oxigenados. Empresa ubicada en Colombia.

Primax Comercial del Ecuador S.A.
Empresa ubicada en la República del Ecuador dedicada a la venta al por menor de combustibles.

Primax Gas S.A.
Sociedad dedicada a la realización de toda clase de actividades comerciales y financieras en especial las de comercialización, exportación, importación, almacenamiento y venta de combustible, gas licuado de petróleo en todas sus presentaciones, lubricantes, productos químicos y afines derivados del petróleo y la prestación de servicios. También podrá dedicarse a las actividades de refinación, procesamiento y manufactura de hidrocarburos. Asimismo, podrá dedicarse a las operaciones de importación, exportación, industrialización, almacenamiento, depósito aduanero autorizado o depósito simple, distribución, transporte, comercialización, vinculadas con la venta de aceites, lubricantes, grasas.

Prooriente S.A.
Sociedad dedicada a la venta, reparto y distribución de toda clase de artículos y productos y, en forma especial, a la venta, reparto y distribución de aceites y grasas comestibles, café, harinas, fideos, galletas y toda clase de productos farináceos.

RB Valores S.R.L.
Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones, participaciones y toda clase de valores inmobiliarios, sea compra, venta, aporte, transferencia o cesión, bajo cualquier título o modalidad jurídica permitida, así como a la afectación en garantía de los mencionados valores.

RC Propiedades S.A.C.
Sociedad dedicada a la compra, venta, arrendamiento, usufructo, cesión de derechos en uso y cualquier otra modalidad de administración de inmuebles, así como la prestación de servicios de proyectos inmobiliarios.

Refinería del Espino S.A.
Sociedad dedicada a administración de acciones de diferentes empresas que son de propiedad de la sociedad.

Robel Inversiones S.R.L.
Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones, participaciones y toda clase de valores inmobiliarios, sea compra, venta, aporte, transferencia o cesión, bajo cualquier título o modalidad jurídica permitida, así como a la afectación en garantía de los mencionados valores.

Robel Investments S.R.L.
Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones, participaciones, y toda clase de valores mobiliarios, sea compra, venta, aporte, transferencia o cesión, bajo cualquier título o modalidad jurídica permitida, así como a la afectación en garantía de los mencionados valores.

Robelis Valores S.R.L.
Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones, participaciones y toda clase de valores mobiliarios, sea compra, venta, aporte, transferencia o cesión, bajo cualquier título o modalidad jurídica permitida, así como a la afectación en garantía de los mencionados valores.

Samay I S.A.C.
Sociedad dedicada a actividades de generación y transmisión de electricidad, así como operaciones relacionadas con las mismas, directamente o a través de otras sociedades, incluyendo adquirir, mantener, explotar y vender inversiones en activos de otras sociedades dedicadas a actividades en el sector electricidad para lograr sus fines, podrá intervenir en la formación de otras sociedades o adquirir acciones o participaciones de sociedades ya constituidas.

Samay Peru Investments S.A.C.
Sociedad dedicada a ser una sociedad holding y a la inversión y/o participación en sociedades o en general, en personas jurídicas o negocios de toda clase en el Perú o en el extranjero.

Samtronics Tacna S.A.
Sociedad dedicada a la exportación, importación y comercialización de productos como usuarios de la zona del depósito franco público y de la zona de venta al detalle de la zona de tratamiento especial de Tacna.

Sucroalcolera del Chira S.A.
Sociedad dedicada a la industrialización, fabricación y comercialización de azúcar, alcohol, etanol y cualquier otro derivado de la caña de azúcar.

Tecni Complemento S.A.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

Urigeler International S.A.
Sociedad dedicada a la inversión y tenencia, adquisición y enajenación de acciones y participaciones.

Vitapro Chile S.A.
Sociedad dedicada a la producción y comercialización de alimentos para peces. Empresa ubicada en la República de Chile.

Vitapro Ecuador Cia. Ltda.
Sociedad dedicada a la comercialización, importación, exportación, distribución, representación, fabricación, procesamiento e industrialización de productos alimenticios de consumo humano en general y de productos alimenticios balanceados y nutricionales para consumo animal. Empresa ubicada en la República del Ecuador.

Vitapro Honduras S.A. de C.F.
Sociedad dedicada a la importación, exportación, investigación, desarrollo, comercialización y distribución nacional e internacional de productos e insumos agroindustriales. Empresa ubicada en la República de Honduras.

Vitapro S.A.
Sociedad dedicada a la producción, manufactura, investigación, desarrollo, comercialización, distribución nacional e internacional de alimentos balanceados para camarón, langostinos, salmónidos y otras especies marinas adecuadas para la actividad acuicultora; así como a la investigación científica y desarrollo tecnológico de la industria de dichos alimentos balanceados.

Witt S.A. Corredores de Seguros
Sociedad dedicada al asesoramiento y corretaje de seguros y reaseguros.

1.5. Capital Social

El capital social creado, suscrito y pagado de la sociedad al cierre del 2024 asciende a S/686,226,264.00, representado por 686,226,264 acciones comunes de S/1.00 de valor nominal cada una.

La cuenta acciones de inversión asciende a S/7,388,470.00, representada por 7,388,470 acciones de inversión de S/1.00 de valor nominal cada una.

Al 31 de diciembre de 2024, la sociedad tiene creadas y emitidas las siguientes acciones:

Acciones Comunes	686,226,264
Acciones de Inversión	7,388,470

1.6. Estructura Accionaria

Alicorp S.A.A. es una Sociedad Anónima Abierta que cuenta, al 31 de diciembre de 2024, con 5,248 accionistas comunes. Los accionistas que son titulares al 31 de diciembre de 2024 de más del 5% del capital suscrito y pagado de la sociedad son los siguientes:

Accionista	Saldo	(%)	Nacionalidad	Grupo Económico
INVERSIONES PIURANAS S.A.	122,233,992	17.81%	Peruana	Grupo Romero
BIRMINGHAM MERCHANT S.A.	109,557,743	15.97%	Peruana	Grupo Romero
ALICORP S.A.A.*	68,607,529	9.99 %	Peruana	Grupo Romero
GRUPO PIURANO DE INVERSIONES S.A.	66,001,799	9.62%	Peruana	Grupo Romero

*Las 68,607,529 acciones en cartera de Alicorp S.A.A. tienen sus derechos políticos y económicos suspendidos, de acuerdo con el artículo 104 de la Ley General de Sociedades.

Acciones con derecho a voto

Tenencia	Número de Accionistas	Porcentaje de Participación
Menor al 1%	5,232	17.70
Entre 1% - 5%	12	28.90
Entre 5% - 10%	1	9.62
Mayor al 10%	2	33.78
Total	5,247	90.00

*No se ha considerado a Alicorp S.A.A. dentro de la información de las acciones con derecho a voto, ya que las 68,607,529 acciones en cartera de Alicorp S.A.A. tienen sus derechos políticos y económicos suspendidos, de acuerdo con el artículo 104 de la Ley General de Sociedades.

Acciones de inversión

Tenencia	Número de Accionistas	Porcentaje de Participación
Menor al 1%	1,540	51.75
Entre 1% - 5%	11	25.30
Entre 5% - 10%	1	5.43
Mayor al 10%	1	17.52
Total	1,553	100.00

1.7. Otras Inscripciones y Registros

Por Resolución CONASEV N° 010-80-EF/94.10 se autorizó la inscripción de las acciones de inversión de Alicorp S.A.A. en la Bolsa de Valores de Lima.

Por Resolución CONASEV N° 364-95-EF/94.10 se autorizó la inscripción de las acciones comunes con derecho a voto representativas del capital de Alicorp S.A.A. en la Bolsa de Valores de Lima.

Mediante Expediente N° 2013008530, presentado ante la SMV en el mes de marzo de 2013, se solicitó la autorización correspondiente para la emisión de un bono internacional de hasta US$ 450'000,000.00 (Cuatrocientos Cincuenta Millones y 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América) bajo la Regla 144A y la Regulación S del United States Securities Act de 1933 y sus modificatorias, lo que fue aprobado de manera automática por la Superintendencia del Mercado de Valores ("SMV") atendiendo a la condición de entidad calificada que tiene Alicorp S.A.A.

Mediante Resolución de Intendencia General de la SMV N.º 111-2014-SMV/11.1, de fecha 5 de diciembre de 2014, se dispuso la inscripción, en el marco de un trámite anticipado, del programa de emisión denominado "Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp", hasta por un monto

máximo en circulación de S/1,000,000,000.00 (Mil Millones y 00/100 Soles) o su equivalente en Dólares de los Estados Unidos de América, y el registro del Prospecto Marco correspondiente en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 14 de enero de 2015 se solicitó la inscripción de la Segunda Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp, hasta por un monto máximo en circulación de S/500'000,000.00 (Quinientos Millones y 00/100 Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 16 de marzo de 2016 se solicitó la inscripción de la Cuarta Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp, hasta por un monto máximo en circulación de S/300'000,000.00 (Trescientos Millones y 00/100 Soles). Asimismo, se dispuso la inscripción de los Complementos del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Mediante Resolución de Intendencia General SMV N.º 96-2017-SMV/11.1 de fecha 26 de diciembre de 2017, se dispuso la inscripción, en el marco de un trámite anticipado, del programa de emisión denominado "Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp", hasta por un monto máximo en circulación de S/1,500'000,000.00 (Mil Quinientos Millones y 00/100 Soles) o su equivalente en Dólares de los Estados Unidos de América y el registro del Prospecto Marco correspondiente en el Registro Público del Mercado de Valores.

Mediante Resolución de Intendencia General SMV N° 075-2018-SMV/11.1 de fecha 7 de septiembre de 2018, se dispuso el registro, por actualización, del Segundo Prospecto Marco correspondiente al "Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp" en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 26 de septiembre de 2018 se solicitó la inscripción de la Segunda Emisión de Instrumentos de Corto Plazo del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp, hasta por un monto total en circulación de S/300'000,000.00 (Trescientos Millones y 00/100 Soles). Asimismo, se solicitó el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 26 de septiembre de 2018 se solicitó la inscripción de la Primera Emisión de Bonos Corporativos del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp, hasta por un monto total en circulación de S/600'000,000.00 (Seiscientos Millones y 00/100 Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Con fecha 29 de noviembre de 2018 se solicitó la inscripción de la Segunda Emisión de Bonos Corporativos del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp, hasta por un monto total en circulación de S/500'000,000.00 (Quinientos Millones y 00/100 Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el Registro Público del Mercado de Valores.

Mediante Expediente N° 2019014018 presentado ante la SMV en el mes de abril de 2019, se solicitó la autorización correspondiente para la emisión de un bono internacional hasta por un monto máximo de US$ 500,000,000.00 (Quinientos Millones y 00/100 Dólares de los Estados Unidos de América), o su equivalente en soles, bajo la Regla 144A y la Regulación S del United States Securities Act de 1933 y sus modificatorias, lo que fue aprobado de manera automática por la SMV atendiendo a la condición de entidad calificada que tiene Alicorp S.A.A.

Mediante Expediente N° 2023043800 presentado ante la SMV el 18 de octubre de 2023, se solicitó la inscripción del Segundo Prospecto Marco correspondiente al "Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo de Alicorp" en el Registro Público del Mercado de Valores; así como, la inscripción de la Tercera Emisión de Instrumentos de Corto Plazo del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo de Alicorp.

Mediante Resolución de Intendencia General SMV N° 068-2023-SMV/11.1 de fecha 25 de octubre de 2023, se dispuso el registro del Segundo Prospecto Marco correspondiente al "Primer Programa

de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo de Alicorp" en el Registro Público del Mercado de Valores.

Mediante Expediente N° 2023051373 presentado ante la SMV el 12 de diciembre de 2023 se solicitó la Inscripción de la Actualización N° 1 del Segundo Prospecto Marco del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp, de la Tercera Emisión de Bonos Corporativos del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp y la Actualización N° 1 del Prospecto Complementario de la Tercera Emisión de Instrumentos de Corto Plazo del Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp.

Mediante Resolución de Intendencia General de SMV N° 080-2023-SMV/11.1, de fecha 22 de diciembre de 2023, se dispuso la exclusión de los valores mobiliarios denominados "Cuarta Emisión del Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp" correspondiente al "Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp" del Registro Público de Mercado de Valores, así como su exclusión del Registro de Valores de la Bolsa de Valores de Lima.

Mediante Resolución de Intendencia General SMV N° 049-2024-SMV/11.1, de fecha 3 de septiembre de 2024, se dispuso el registro del Segundo Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp en el Registro Público de Mercado de Valores.

Mediante Resolución de Intendencia General SMV N° 063-2024-SMV/11.1 de fecha 17 de diciembre de 2024, se dispuso la exclusión de los valores mobiliarios denominados "Primera Emisión de Bonos Corporativos de Corto Plazo Alicorp" correspondiente al "Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo Alicorp" del Registro Público del Mercado de Valores.

2. OPERACIONES Y DESARROLLO

2.1 Objeto Social

La Sociedad tiene por objeto social dedicarse a la industria, exportación, importación, distribución y comercialización de productos de consumo masivo, principalmente alimenticios y de limpieza, en sus más variadas formas, en especial los que corresponden a la industria oleaginosa, de jabones, detergentes, grasas industriales, café, productos cosméticos, de higiene y limpieza personal, y productos afines y derivados de los citados.

Igualmente, a la industria y comercio del trigo y/o cualquier cereal, en sus más variadas formas de harinas, fideos, galletas y toda clase de productos y subproductos harineros; así como la compra, venta, transformación, distribución, importación y exportación de materias primas, frutos y productos, nacionales y extranjeros.

También constituye parte del objeto social, la prestación de toda clase de servicios y asesoramiento industrial, comercial y administrativo en sus más diversas áreas; así como las actividades de desmote y comercialización de algodón, semillas oleaginosas y subproductos derivados de los mismos.

Asimismo, incluye la preparación, elaboración, distribución, explotación industrial y comercial de alimentos concentrados para consumo humano y/o animal, así como pastas alimenticias y alimentos balanceados para animales.

Igualmente, es parte del objeto social constituir depósitos aduaneros autorizados con el objeto de almacenar mercancías de propiedad exclusiva de la empresa y/o de terceros.

Conforme a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) Revisión 4, a la empresa le corresponde el CIIU 1079 (Elaboración de otros productos alimenticios N.C.P.).

2.2 Plazo de Duración

Conforme a lo establecido en el artículo segundo de sus Estatutos Sociales, la duración de la sociedad es indefinida.

2.3 Reseña Histórica

Alicorp S.A.A., constituida en 1956 bajo la denominación Anderson Clayton & Company, se dedicaba principalmente a la producción de aceites y grasas comestibles. En 1971, el Grupo Romero adquirió Anderson Clayton & Company y modificó su denominación social por Compañía Industrial Perú Pacífico S.A. (CIPPSA).

En diciembre de 1993, CIPPSA se fusionó con otras dos empresas del Grupo Romero: Calixto Romero S.A., dedicada a la producción de aceites y grasas comestibles, y Oleaginosas Pisco S.A., dedicada principalmente a la elaboración de jabón de lavar.

En febrero de 1995, CIPPSA adquirió el 100% de las acciones comunes de La Fabril S.A., empresa dedicada a la elaboración y comercialización de aceites y grasas comestibles, jabón de lavar, harina, fideos y galletas. El 31 de marzo de 1995 CIPPSA se fusionó absorbiendo a Consorcio Distribuidor S.A., empresa fundada en 1976 por el Grupo Romero, dedicada a la comercialización de productos de consumo masivo nacionales e importados en todo el país.

El 1 de junio de 1995, CIPPSA se fusionó con La Fabril S.A. absorbiendo a dicha empresa.

El 30 de junio de 1995, CIPPSA modificó su denominación por Consorcio de Alimentos Fabril Pacífico S.A. (CFP).

Con fecha 2 de diciembre de 1996, CFP absorbió por fusión a las empresas Nicolini Hermanos S.A. y Compañía Molinera del Perú S.A. Estas empresas se dedicaban principalmente a la elaboración y comercialización de harinas, fideos, alimentos balanceados y cereales.

El 17 de febrero de 1997, CFP cambió su denominación social por Alicorp S.A.

El 18 de enero de 2002, se acordó adecuar los estatutos de la Compañía a los de una Sociedad Anónima Abierta por contar con más de 750 accionistas al término del ejercicio anual 2001, habiendo quedado posteriormente inscrita ante los Registros Públicos su nueva denominación social Alicorp S.A.A.

En enero de 2004, la compañía adquirió el 100% de las acciones comunes de Alimentum S.A., empresa dedicada a la industrialización, comercialización y distribución de helados comestibles de la marca Lamborghini, así como el 100% de las acciones comunes de Distribuidora Lamborghini S.A., dedicada a la distribución de dicha marca. El 1 de junio de 2004, Alicorp S.A.A. absorbió por fusión a Alimentum S.A.

En el mes de agosto de 2005, la compañía inició operaciones comerciales en Ecuador a través de la empresa ecuatoriana Agassycorp S.A. (previa adquisición por la compañía del 100% de las acciones comunes de esta empresa), para la venta de los productos que elabora y comercializa la compañía.

En el mes de septiembre de 2005, la compañía adquirió de Colgate-Palmolive Perú S.A. los inmuebles y equipos correspondientes a la planta de detergentes ubicada en el distrito del Rímac, Lima.

En el mes de noviembre de 2005, la compañía adquirió de Industrias Pacocha S.A. las marcas Marsella en jabón de lavar, así como Opal y Amigo en detergentes.

En el mes de septiembre de 2006 la compañía inició operaciones comerciales en Colombia para la venta de los productos que elabora y comercializa la compañía a través de la empresa colombiana Alicorp Colombia S.A.

Con fecha 20 de octubre de 2006 la compañía adquirió el 100% de las Acciones Clase B de Molinera Inca S.A., las cuales representaban el 50% del capital social de esa empresa. Asimismo, en la misma fecha, la compañía adquirió el 100% de las acciones de Farmington Enterprises Inc., empresa constituida y domiciliada en las Islas Vírgenes Británicas, que era propietaria del 100%

de las Acciones Clase A de Molinera Inca S.A., las cuales representaban el 50% del capital social de Molinera Inca S.A.

Con fecha 30 de octubre de 2006, la compañía adquirió el 100% de las acciones de ASA Alimentos S.A. El 1 de marzo de 2007, la compañía absorbió por fusión a ASA Alimentos S.A.

En el mes de mayo de 2007, la compañía adquirió el 100% de las acciones de Eskimo S.A., empresa ubicada en la República del Ecuador, que posteriormente cambió su denominación social por la de Alicorp Ecuador S.A. La empresa se dedicaba a la producción y comercialización de helados y continúa con actividades de importación, exportación y comercialización de todo tipo de bienes de consumo y de capital.

Con fecha 30 de mayo de 2008, la compañía adquirió el 100% de las acciones y participaciones de las empresas The Value Brands Company de Argentina S.C.A. (posteriormente Alicorp Argentina S.C.A.), TVBC S.C.A., The Value Brands Company de San Juan S.A. (posteriormente Alicorp San Juan S.A.) y Sulfargén S.A., todas ellas constituidas en la República de Argentina; así como The Value Brands Company de Perú S.R.L. y The Value Brands Company de Uruguay S.R.L.

El 10 de julio de 2008 la compañía adquirió el 100% de las acciones de la empresa Productos Personales S.A. (Propersa), empresa ubicada en la República de Colombia. La adquisición se realizó a través de la subsidiaria Alicorp Colombia S.A., que adquirió el 46.2% de Propersa y, mediante la adquisición por parte de Alicorp S.A.A. del 100% de las acciones de la empresa Downford Corporation, propietaria del 53.8% de Propersa.

En el mes de abril de 2010 la subsidiaria Alicorp Ecuador S.A. acordó asociarse con la empresa Heladosa S.A., empresa ubicada en la República del Ecuador, para desarrollar en forma conjunta el negocio de producción, distribución y comercialización de helados en la República del Ecuador. Para este efecto, Alicorp Ecuador S.A. realizó el aporte de todos sus activos vinculados al negocio de helados a la empresa Heladosa S.A., recibiendo a cambio acciones de dicha compañía.

Con fecha 31 de mayo de 2010, la subsidiaria Alicorp Argentina S.C.A. adquirió el 100% de las acciones de la empresa Sanford S.A.C. I. F. I. y A., empresa ubicada en la República Argentina, dedicada a la producción y venta de galletas.

Con fecha 26 de mayo de 2011, se constituyó la empresa Alicorp Inversiones S.A. dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones en el Perú y en el extranjero y controlada por Alicorp S.A.A.

Con fecha 21 de junio de 2011, la subsidiaria Alicorp Argentina S.C.A. adquirió el 100% de las acciones de las empresas Ítalo Manera S.A. y Pastas Especiales S.A., empresas ubicadas en la República de Argentina, dedicadas a la producción y venta de pastas.

Con fecha 9 de septiembre de 2011, se transfirió a Nestlé del Perú S.A. los activos vinculados al negocio de helados en el Perú.

Con fecha 31 de enero de 2012, se transfirió a la empresa ONC (Perú) S.A.C los activos vinculados a las actividades de procesamiento de aceite de pescado con Omega 3 ubicados en la planta situada en Fundo San Miguel, en el distrito de Catacaos, provincia y departamento de Piura.

Con fecha 22 de mayo de 2012, la empresa subsidiaria Alicorp Inversiones S.A., constituyó una nueva sociedad en España denominada Alicorp Holdco España S.L., cuyo objeto social es dedicarse principalmente a la adquisición, tenencia, disfrute y administración, dirección y gestión de títulos valores y/o acciones representativos de los fondos propios de sociedades o entidades constituidas en territorio español o fuera de él, pudiendo realizar toda clase de inversión mobiliaria por cuenta propia, dejando fuera las actividades objeto de la legislación en España de instituciones de inversión colectiva y las del mercado de valores.

Con fecha 28 de mayo de 2012, se adquirió el inmueble compuesto por 2 lotes del Fundo Santa Genoveva, con frente a la Calle F del Distrito de Lurín, con un área de 12 hectáreas, por un precio de US$ 20.4 millones.

Con fecha 5 de septiembre de 2012 la empresa subsidiaria Alicorp Holdco España S.L. adquirió el 100% de las acciones de la empresa Salmofood S.A. (ahora Vitapro Chile S.A.), por un precio de US$ 62 millones.

Con fecha 31 de octubre de 2012 se adquirió de la empresa UCISA S.A., ciertos activos relacionados con las actividades de producción de aceites, mantecas y grasas, las marcas Líder, Tri-A, Clarol, Ricomer, Nor Cheff, Ricotona, Sabropan Ucito, 3 AS y Calory; así como el inventario de productos terminados e insumos relacionados a dichas marcas, por un precio de S/17'876,963 más el IGV.

Con fecha 20 de diciembre de 2012, se adquirió el 100% de las acciones de las empresas Industria Nacional de Conservas Alimenticias S.A. (INCALSA), Alimentos Peruanos S.A. (ALPESA), Garuza Transportes S.A.C. y S.G.A. & CO. S.A., por un precio total de US$ 23.5 millones.

Con fecha 27 de diciembre de 2012 se firmó el contrato de compraventa por el 99.11% de las acciones comunes y por el 93.68% de las acciones de inversión de Industrias Teal S.A. por un precio de S/413'881,107.63. Con fecha 4 de enero de 2013 se produjo el cierre de la transacción con el pago del precio antes mencionado y transferencia de las acciones antes indicadas.

Con fecha 23 de enero de 2013 Alicorp S.A.A. adquirió de la empresa Indupark S.A.C. 300,000 m^2 de un inmueble ubicado en el Fundo San Carlos, en el distrito de Chilca, Cañete, por un precio de US$ 22 millones.

Con fecha 28 de enero de 2013, la empresa subsidiaria Alicorp Ecuador S.A. transfirió a la empresa Industrias Lácteas Toni S.A. el íntegro de las acciones que mantenía en la empresa Heladosa S.A., por un precio de US$ 4 millones.

Con fecha 6 de febrero de 2013, a través de la empresa subsidiaria Alicorp Do Brasil Participações S.A., se adquirió el 100% de las acciones de la empresa Pastificio Santa Amalia S.A. en Brasil, por un precio de 190'000,000 de Reales Brasileros.

En el mes de marzo de 2013, la sociedad emitió bonos en el mercado de capitales internacional hasta por un máximo de US$ 450 millones bajo la Regla 144-A y la Regulación S de la U.S. Securities Act.

Igualmente, en el mes de marzo de 2013, se inauguró la planta de alimentos balanceados en Ecuador, bajo la razón social de Industrias Balanceadas del Norte (Inbalnor).

Con fecha 3 de diciembre de 2013 se transfirieron a Empresas Carozzi S.A. las marcas Mimaskot y Nutrican tanto en el Perú como en el extranjero. Asimismo, en la misma fecha, se transfirieron a Molitalia S.A. los activos vinculados al negocio de alimento balanceado para mascotas. El precio de venta de las marcas y de los activos antes indicados ascendió a US$ 36.7 millones.

En abril de 2014, se constituyó la empresa Masterbread S.A. dedicada a la formulación, producción, comercialización, distribución e importación de productos de panadería congelados. En esta nueva sociedad Alicorp S.A.A. participaba con el 10.3% del capital social mientras que Alicorp Inversiones S.A. participaba con el 89.7 %.

Con fecha 30 de abril de 2014, Alicorp adquirió el 100% de las acciones de Global Alimentos S.A.C. y Molino Saracolca S.A.C. por un precio de US$ 107.7 millones. Global Alimentos S.A.C. se dedicaba a la elaboración y venta de cereales listos para comer y barras a base de cereales bajo la marca Ángel y Molino Saracolca S.A.C., empresa que se dedicaba a la compra, procesamiento y venta de maíz amarillo duro.

Con fecha 1 de mayo de 2014, Alicorp S.A.A. absorbió mediante fusión simple a las empresas Industria Nacional de Conservas Alimenticias S.A. y Farmington Enterprises S.A.

Con fecha 1 de julio de 2014, Alicorp S.A.A. y Molinera Inca S.A. aportaron a Vitapro S.A., mediante Reorganización Simple, ciertos activos relacionados al negocio de Nutrición Animal.

Con fecha 28 de noviembre de 2014, las empresas subsidiarias Global Alimentos S.A.C. y Molino Saracolca S.A.C., acordaron fusionarse, de tal forma que Global Alimentos S.A.C. absorbió a Molino Saracolca S.A.C. Dicha fusión entró en vigencia el 1 de diciembre de 2014.

En el mes de febrero de 2016, se constituyó en la República de Honduras la empresa Vitapro Honduras S.A. de C.F. dedicada a la producción y comercialización de productos e insumos agroindustriales, en la cual nuestra subsidiaria Alicorp Holdco España S.L. participa con el 99.7% del capital social y nuestra subsidiaria Vitapro S.A. participa con el 0.3% del capital social.

Con fecha 1 de setiembre de 2016, Industrias Teal S.A. absorbió mediante fusión simple a Molinera Inca S.A., la cual quedó disuelta sin liquidarse.

Con fecha 1 de setiembre de 2016, Pastificio Santa Amalia S.A. absorbió mediante fusión inversa a Alicorp Do Brasil Participações S.A., la cual quedó disuelta sin liquidarse.

Con fecha 7 de marzo de 2018, la compañía y sus subsidiarias, Alicorp Inversiones S.A. y Alicorp Holdco España S.L., adquirieron una subsidiaria denominada Holdco Bolivia Inversiones S.A., la cual tuvo como actividad principal realizar inversiones de todo tipo.

Con fecha 17 de mayo de 2018, Holdco Bolivia Inversiones S.A. y Alicorp Holdco España S.L. adquirieron, respectivamente: (i) la totalidad de acciones integrantes del capital social de Industrias de Aceite S.A y, (ii) las marcas y signos distintivos utilizados por esta empresa. El monto de la transacción que involucró ambos hechos ascendió a US$ 293.0 millones.

Con fecha 24 de julio de 2018, Alicorp Inversiones S.A. adquirió las acciones de las 3 empresas dueñas de las acciones de Sociedad Aceitera del Oriente S.R.L., la cual se dedicaba principalmente al negocio oleaginoso. El monto de la adquisición ascendió a US$ 115.4 millones.

Con fecha 31 de enero de 2019, Alicorp Inversiones S.A adquirió la totalidad de las acciones integrantes del capital social de la empresa Tecnología Aplicada S.A., propietaria del 99.78% de las acciones comunes de Intradevco Industrial S.A., del 98.82% de las acciones comunes de Intradevco S.A., ambas empresas constituidas en Perú y, de manera indirecta, a través de Intradevco Industrial S.A., del 100 % de las acciones de Atlantis S.A., empresa constituida en Uruguay.

Con fecha 1 de abril de 2019, las subsidiarias Sociedad Aceitera del Oriente S.R.L. y Alicorp Group Inversiones Bolivia S.A. fueron fusionadas con Industrias de Aceite S.A., mediante un proceso por el cual esta última absorbió la totalidad del patrimonio de dichas subsidiarias, que quedaron disueltas sin liquidarse.

En el mes de julio de 2019, Industrias de Aceite S.A. y Holdco Bolivia Inversiones S.A. aprobaron y adoptaron un Acuerdo Definitivo de Fusión, a través del cual Industrias de Aceite S.A. absorbió a Holdco Bolivia Inversiones S.A.

Con fecha 1 de setiembre de 2019, Alicorp Inversiones S.A. absorbió mediante fusión simple a Betaco 1 S.A., Betaco Holding S.A. y Betaco Inversiones S.A., las cuales quedaron disueltas sin liquidarse.

Con fecha 1 de agosto de 2020, la compañía absorbió mediante fusión simple a Cernical Group S.A., la cual quedó disuelta sin liquidarse.

Con fecha 6 de noviembre de 2020, la empresa subsidiaria Alicorp Holdco España S.L. adquirió de las empresas ADM International SÀRL y ADM Inca S.A.C., las marcas Sao, Ideal, Mirasol, Lord, entre otras. Algunas de estas marcas fueron adquiridas por la misma subsidiaria en el 2018 para su uso y comercialización en otros países en el marco de la compra de Sociedad Aceitera del Oriente S.R.L. de Bolivia. Asimismo, con fecha 6 de noviembre de 2020, Alicorp S.A.A. adquirió de ADM Inca S.A.C., los activos que conforman una línea de envasado de aceite comestible y el inventario relacionado a la misma.

Con fecha 28 de diciembre de 2020, Alicorp Inversiones S.A. absorbió mediante fusión simple a Downford Corporation S.A. y Tech Applied Perú S.A.C. (antes Tecnología Aplicada S.A.), las cuales quedaron disueltas sin liquidarse.

Con fecha 20 de enero de 2021, la empresa subsidiaria Alicorp Holdco España S.L., absorbió por fusión a la empresa Global Cassini S.L. que también era subsidiaria de nuestra compañía.

Con fecha 31 de marzo de 2021, la empresa subsidiaria Vitapro Chile S.A. absorbió por fusión a la empresa Cetecsal S.A. que también era subsidiaria de nuestra compañía.

Con fecha 1 de octubre de 2021, Masterbread S.A., Global Alimentos S.A.C. e Industrias Teal S.A., acordaron fusionarse, de tal forma que Masterbread S.A. absorbió por fusión a Global Alimentos S.A.C. e Industrias Teal S.A, las cuales quedaron disueltas sin liquidarse.

Con fecha 29 de octubre de 2021, las empresas subsidiarias Alicorp Holdco España, S.L. y Alicorp Inversiones S.A., vendieron a Camil Alimentos S.A., el íntegro de las acciones que mantenían en la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. ubicada en Brasil.

Con fecha 3 de diciembre de 2021, las empresas subsidiarias Alicorp Holdco España S.L., Alicorp Inversiones S.A. y Masterbread S.A., en forma conjunta con Alicorp S.A.A., transfirieron a las empresas CPG Investments S.A., Compañía de Consumo Masivo S.A. y Shampoos y Fragancias S.R.L; el íntegro de las acciones y/o participaciones que mantenían en las empresas subsidiarias Alicorp Argentina S.A., TVBC S.C.A. y Sulfargen S.A., todas ubicadas en Argentina, las cuales eran a su vez titulares del íntegro de las acciones y/o participaciones de Pastas Especiales S.A. y Sanford S.A.C.I.F.I.A.

Con fecha 31 de marzo de 2022, la compañía y la empresa Vegetalia S.A.C., acordaron fusionarse, de tal forma que la Compañía absorbió a Vegetalia S.A.C. Dicha fusión entró en vigencia el 1 de abril de 2022.

Asimismo, con fecha 31 de marzo de 2022, la compañía aportó a favor de la empresa subsidiaria Alicorp Inversiones S.A., mediante Reorganización Simple, un bloque patrimonial compuesto por las acciones de la empresa Vitapro S.A. La Reorganización Simple entró en vigencia el 1 de abril de 2022.

Mediante Escritura Pública de fecha 29 de junio del 2023, Vitapro-Ventures S.A.S. y Vitapro Cía Ltda. acordaron fusionarse, de tal forma que Vitapro Cía Ltda. absorbió a Vitapro Ventures S.A.S. Dicha fusión entró en vigencia el 12 de septiembre de 2023

En agosto de 2023, como resultado de una Oferta Pública de Adquisición previa (OPA), formulada por Inversiones Piuranas S.A., ésta adquirió 72´200,000 acciones comunes con derecho a voto representativas del capital social de la compañía, incrementando su participación de 5.905% a 14.428% ; y la Participación Significativa (de acuerdo a como dicho término se encuentra definido en las normas que regulan la OPA) del Grupo de Personas detallado por la empresa Inversiones Piuranas S.A. en el Prospecto Informativo de la OPA a 68.271%.

Mediante Junta Obligatoria Anual de Accionistas de Alicorp S.A.A. de fecha 27 de marzo de 2024 se acordó la reducción del capital social en S/ 84’729,173.00 por la amortización de 84’719,173 acciones en cartera adquiridas en virtud de la autorización conferida por la Junta de Accionistas de fecha 6 de julio de 2022 bajo los alcances del artículo 104 de la Ley General de Sociedades, quedando el capital social en S/ 762’472,558.00, representado por 762’472,558 acciones.

Mediante Junta General de Accionistas de fecha 7 de agosto de 2024, se acordó una nueva reducción del capital social de la Compañía en S/ 76’246,294.00 mediante la amortización de 76’246,294 acciones en cartera adquiridas en virtud de la autorización conferida por La Junta de Accionistas de fecha 16 de mayo de 2024 bajo los alcances del artículo 104 de la Ley General de Sociedades, estableciendo el capital social en S/ 686’226,264.00, representado por 686’226,264 acciones.

En la misma Junta de Accionista de fecha 7 de agosto de 2024 se aprobó la compra de acciones comunes de propia emisión en rueda de bolsa de la Bolsa de Valores de Lima, para mantenerlas en cartera sin amortizarlas, con cargo a los resultados acumulados y hasta por un máximo del 10% del total de las acciones comunes suscritas.

Con fecha 2 de setiembre de 2024, Alicorp Inversiones S.A. adquirió el 90.55% del capital social de Refinería del Espino S.A., compañía que, a su vez, es titular del 100% de las acciones de las empresas Industrias del Espino S.A. e Industria de Grasas y Aceites S.A.

Con fecha 4 de noviembre de 2024 la compañía, junto con las empresas subsidiarias Alicorp Holdco España, S.L. y Alicorp Inversiones S.A., transfirieron a favor de la empresa ASAI Capital Holdings Ltd., el íntegro de las acciones que mantenían en las empresas Industrias de Aceite S.A. y Hammer S.A.S, lo que incluye también, indirectamente, el íntegro de las acciones en la subsidiaria R Trading S.A.

Con fecha 23 de diciembre de 2024, nuestra empresa subsidiaria Alicorp Inversiones S.A., suscribió un contrato de compraventa para la adquisición del 100% de las acciones representativas del capital de: (i) Jabonería Wilson S.A., sociedad constituida bajo las leyes de la República de Ecuador; (ii) Disanu S.A.C., sociedad constituida bajo las leyes de la República del Perú; y (iii) y Sanuss S.A.S, sociedad constituida bajo las leyes de la República de Colombia. La transferencia de las acciones está sujeta al cumplimiento de ciertas condiciones precedentes, incluyendo entre estas a la obtención de la autorización correspondiente por parte de la Superintendencia de Competencia Económica en Ecuador.

Con fecha 11 de diciembre de 2024, mediante Junta General de Accionistas de Birmingham Merchant S.A.C. y Tecni Complemento S.A., se aprobó la fusión por absorción, mediante la cual Birmingham Merchant S.A.C. absorbió a Tecni Complemento S.A., quedando esta última disuelta sin liquidarse. La fusión entró en vigencia el 31 de diciembre del mismo año. Asimismo, Birmingham Merchant S.A.C. adoptó la forma de Sociedad Anónima (S.A.), bajo la denominación Birmingham Merchant S.A. Actualmente, la fusión y adaptación se encuentran en proceso de inscripción ante los Registros Públicos.

2.4 Descripción del Sector

La Compañía efectúa sus ventas principalmente en el mercado nacional; así también, vende a países como Ecuador, Bolivia, Chile, Colombia, Uruguay, Centroamérica, Caribe y USA. Al respecto, en los años 2024 y 2023, las exportaciones representaron el 3.7% y 5.2% de sus ventas netas, respectivamente.

Por otro lado, durante el año 2024, el monto de las Ventas Internacionales Consolidadas disminuyó en S/457,154 miles o 10.0% con relación al año 2023 (de S/4,556,579 miles a S/4,099,425 miles), representando el 38.7% del total de Ventas Consolidadas.

Variables exógenas:

- **Alta competitividad de la industria**

La Compañía opera en una industria altamente competitiva, por lo cual trabaja constantemente innovando, mejorando la calidad de sus productos y desarrollando de manera sostenible nuevos lanzamientos, fortaleciendo sus marcas a través de estrategias eficaces de marketing y distribución que le permitan fortalecer su presencia en los mercados en donde opera.

Nuestra mentalidad centrada en nuestros consumidores y clientes nos ha permitido seguir fortaleciendo relaciones y posicionamiento en el mercado en estos tiempos retadores.

- **Volatilidad en el precio de los commodities**

Los precios internacionales de las principales materias primas mostraron una tendencia hacia la baja durante el 2024, luego de alcanzar máximos históricos en el 2022 a raíz del estallido del conflicto internacional entre Rusia y Ucrania, así como diversos eventos climáticos adversos. A

pesar de la relativa estabilización de precios en comparación con años anteriores, los precios de las materias primas agrícolas, como el trigo y la soya, se han visto particularmente afectados. Factores climáticos como El Niño y las tensiones geopolíticas continúan influyendo en los precios, especialmente en Oriente Medio.

Para Alicorp, el precio de las materias primas es de gran relevancia en la estructura de costos. Por tal motivo, se monitorea de cerca la dinámica de los mercados internacionales con la finalidad de procurar un óptimo abastecimiento y, de esta manera, minimizar futuros impactos.

Factores macroeconómicos

Durante el año 2024, las bajas tasas de crecimiento siguieron impactando el poder adquisitivo de las familias de la región, a pesar de la regularización de los niveles de inflación, principalmente en Perú y Ecuador.

Al cierre del año, tanto los bancos centrales latinoamericanos – incluyendo el Banco Central de Reserva del Perú – como la FED (Sistema de la Reserva Federal de los Estados Unidos de América), continuaron con la reducción de las tasas de interés con el fin de dar dinamismo a la economía.

La compañía ha sabido gestionar adecuadamente el riesgo sobre las compras futuras de materia prima e insumos en dólares mediante coberturas de tipo de cambio.

Factores sociopolíticos

En 2024 no se registraron eventos sociopolíticos que impactaran significativamente en nuestras operaciones en Perú y Ecuador. Por otro lado, en Bolivia se registró un intento fallido de golpe de estado que originó algunas movilizaciones sociales y tensión política.

2.5 Ventas

Al 31 de diciembre de 2024 y 2023, las ventas netas de la sociedad en miles de soles por segmentos de negocio fueron las siguientes:

Consolidadas

	2024 S/ 000	**2023 S/ 000**
Consumo Masivo	4,900,583	5,069,653
B2B	2,659,527	2,476,817
Acuicultura	3,038,218	3,492,271
Otros	-	372

Individuales

	2024 S/ 000	**2023 S/ 000**
Consumo Masivo	4,022,182	4,243,120
B2B	2,348,703	2,411,224

2.6 Descripción de la competencia y posicionamiento en la industria

Al 31 de diciembre de 2024, la competencia que enfrentó la sociedad y su posicionamiento en la industria fue la siguiente:

A. NEGOCIO DE CONSUMO MASIVO

Principales Marcas

Participación en Volumen	2023	2024	Dfcia p.p.
Aceite Primor	12.9	15.4	+2.5
Fideos Don Vittorio	11.2	11.5	+0.3
Galleta Casino	3.4	4.1	+0.7
Mayonesa AlaCena	77.2	78.5	+1.3
Detergente Bolivar	8.5	7.8	-0.7
Jabón de Lavar Bolivar	44.2	44.7	+0.5
Shampoo Amarás	5.8	5.4	-0.4

Participación en Valor	2023	2024	Dfcia p.p.
Aceite Primor	16.4	20.1	+3.7
Fideos Don Vittorio	14.5	14.7	+0.2
Mayonesa AlaCena	82.0	84.9	+2.9
Detergente Bolivar	11.2	10.5	-0.7
Jabón de Lavar Bolivar	55.0	54.6	-0.4
Shampoo Amarás	5.0	4.2	-0.8

ALIMENTOS

Aceites Domésticos:

Resultados significativos del 2024

En el 2024 el mercado de aceites domésticos mostró un crecimiento de 1.7% vs. el 2023.
En ese contexto y, alineado a la estrategia de fortalecer el valor de las marcas *core* y generar un mejor posicionamiento, el negocio core crece mientras que el negocio value alcanza los objetivos que se había propuesto.

Estos logros se dan principalmente por: i) la marca Primor que crece impulsada por las ventas en el canal tradicional, potenciada por la correcta adherencia del consumidor al precio sugerido; y, ii) la marca Cocinero que también crece, impulsada por la campaña de relanzamiento y su comportamiento en el canal tradicional.

Este desempeño permitió a la compañía mantener una participación importante en el mercado de aceites domésticos (36%).

Principales logros

1. Salud Marcaria: apalancada a nuestra estrategia de crear valor en las marcas, Primor obtuvo crecimientos significativos como resultado de las 2 campañas de comunicación desplegadas. Asimismo, la buena ejecución y visibilidad en el punto de venta ayudaron a aumentar significativamente el volumen de ventas y fortalecer los atributos de la marca: “Es la marca en la que confío” y “Es el más clarito”.

2. Comunicación Cocinero: como parte del desarrollo de Cocinero como segunda marca más relevante dentro de la categoría, después de 5 años, se relanzó la marca con una receta e imagen

renovada (nueva presentación botella y etiqueta). Esta campaña tuvo buena acogida, alcanzando un crecimiento de SOM de +1 p.p.

3. Plan comunicación de precios sugeridos: Se desplegaron acciones de comunicación en punto de venta, comunicación masiva en TV y en radio con el precio de venta sugerido lo que redujo el tiempo en el que el mismo es asumido en el mercado.

Descripción general de las marcas de aceites de Alicorp

Alicorp cuenta con las marcas Primor, Cocinero, Capri, Cil, Sao, Mirasol y Nor Cheff. Con este amplio portafolio se ofrece diferentes atributos que valora el consumidor.

Perfil de los clientes de las marcas de aceite de Alicorp

Primor es la marca premium y líder del mercado de aceites. A lo largo de los años ha construido una trayectoria y liderazgo importante por su fuerte posicionamiento asociado a salud y bienestar.

Cocinero es una marca dirigida a consumidores que buscan rendimiento, permitiéndole cocinar una mayor cantidad de alimentos sin necesidad de reemplazarlo con frecuencia. Asimismo, busca ser aliado del consumidor en la cocina y que sus frituras queden perfectas.

Mirasol es la marca más importante dentro del portafolio económico y se enfoca en consumidores que buscan un aceite de precio accesible. En el 2024 Mirasol mantuvo su liderazgo como la marca con mayor participación en el segmento económico.

Calidad de los productos de las marcas de aceites de Alicorp

En Alicorp todos los aceites pasan por exigentes estándares de calidad, evaluando los parámetros de sabor, color y olor, donde se busca que no se altere el sabor en las comidas de los consumidores.

Proyectos o iniciativas más relevantes del año

Foco en marcas emblemáticas: Primor ha continuado con los buenos resultados desde inicios de año. Estos resultados positivos se deben principalmente a la constante comunicación en diversos medios y crecimiento en los atributos más valorados en la categoría.

Relanzamiento de Cocinero: Cocinero se renovó con una receta mejorada que permite demostrar que ahora rinde más que otros aceites del mercado. Se relanzó con un cambio de botella y etiqueta incluyendo el atributo de rendimiento. Este cambio de imagen, acompañado de una potente campaña de comunicación fue clave para el crecimiento de la plataforma volumétrica.

Nuevo formato de Mirasol: La ampliación de Mirasol al formato de 1L en el norte y Lima superó la plataforma volumétrica considerada en el proyecto. Este crecimiento se vio reflejado en los productos de la marca, incrementando el volumen en el año.

Pastas:

Resultados significativos del 2024

En el 2024 el mercado en volumen crece +5.4% vs. 2023, luego de 3 años de caída post COVID. Este crecimiento es impulsado, en primer lugar, por las marcas *value* que crecen 7%. Sin embargo, el segmento *core* también tuvo un buen desempeño creciendo 4%. Este crecimiento es resultado de diversos factores como: i) un efecto rebote en el verano a consecuencia del ciclón Yaku y los conflictos sociales del 2023; ii) mejora del empleo en el segundo semestre, que contribuyó con la mejora del poder adquisitivo; y, iii) un invierno largo y frío que favoreció el consumo de pasta, sobre todo en sopas.
El segmento de pastas *core* de Alicorp creció en volumen, donde destaca Don Vittorio. Algunos de los factores que contribuyeron con este crecimiento fueron el retroceso de precios a mediados del

año y una comunicación constante, complementada con la promoción “Dar para Ganar” desplegada entre junio y julio.
El segmento *value*, con nuestras marcas Espiga de Oro y Alianza, también contribuyeron con el crecimiento de la categoría en comparación al 2023. Los resultados también fueron positivos en términos de rentabilidad.

Principales hitos/logros para la categoría pastas en el 2024

- La promoción “Dar para Ganar” de Don Vittorio rompió su propio récord de participantes del 2023, casi duplicando el número del año pasado.
- Mejora notable en los principales atributos de la marca Don Vittorio, que creció en promedio 14% en comparación al 2023 y con mayor preponderancia en los relacionados a calidad, performance y confianza.
- Durante el año el precio de Don Vittorio se redujo, mejorando de manera importante el número de consumidores.
- El 2024 se hizo el regramaje de las marcas Nicolini y Espiga de Oro, incrementando el contenido neto al mismo precio.
- En el Norte, se logró convertir a envasado lo poco que quedaba de consumo a granel con la marca Alianza, inclusive incrementando el volumen total.

Descripción general de las marcas de pastas de Alicorp

Alicorp participa en el mercado de pastas con un portafolio de 6 marcas, segmentadas de tal forma que cada una atiende diferentes necesidades de los consumidores. Por un lado, se encuentra Don Vittorio, que ofrece la mejor calidad de fideos del mercado de consumo masivo. De otro lado, Nicolini y Lavaggi, son marcas de larga trayectoria con volúmenes muy importantes tanto en el Sur como en el Norte, respectivamente. Finalmente, la compañía ofrece las marcas Alianza y Espiga de Oro, así como una marca para el segmento de granel, Victoria.

Calidad de los productos de las marcas de pasta de Alicorp

Don Vittorio es la marca más querida por los peruanos y reconocida por su receta elaborada con la mejor selección de trigos, la cual permite una calidad y desempeño superior a sus cometidores. La esencia de marca "El placer de dar lo mejor", permite a los consumidores dar lo mejor de sí compartiendo con los que más quieren.

Nicolini es una marca reconocida por su trayectoria y reconocida trayectoria en el sabor casero de los hogares peruanos. Nicolini es conocida como una marca que entrega un buen balance precio–calidad.

Lavaggi es una marca comprometida con la nutrición, siendo este el atributo más valorado por sus consumidores.

Espiga de Oro es la marca económica con el diferencial de “Fideos siempre Enteritos” que cuenta con mayor presencia en Lima, Norte y Oriente.

Galletas:

Resultados significativos del 2024

El mercado de galletas detuvo su caída y se mantuvo estable con resultados distintos por segmento. En el segmento *core*, el crecimiento está apalancado en el aumento del consumo de presentaciones de mayor contenido, en línea con la demanda de formatos para compartir y conveniencia de precio por kilo. Adicionalmente, los niveles de precio al consumidor se han mantenido estables.

En este contexto, Alicorp ratifica su apuesta en este segmento, donde continúa enfocándose en marcas de mayor valor, con foco en Casino, que desde su relanzamiento en el 2023 ha continuado su curva ascendente en el 2024.

En el resto del portafolio, la compañía mantiene una participación estable, siendo las marcas más relevantes Margarita, Tentación, Soda-V, entre otras.

Principales hitos/logros para la categoría Galletas en el 2024

El 2024 ha sido un año excelente para la categoría galletas, convirtiéndose en una de las más relevantes para Alicorp, lo cual se refleja en el notable incremento de indicadores como volumen, venta neta y utilidad bruta comparada con el 2023.

Esta mejoría es resultado de la apuesta de Alicorp en el segmento *core*, donde, a partir del 2022 se redefine el negocio y se asigna recursos para tener a la marca Casino activa y con comunicación constante, buscando mantenerla conectada con los consumidores.

Tras el relanzamiento de la marca en el 2023, esta ha continuado cosechando éxitos, enfocada en un público objetivo joven, teniendo este año tres hitos de comunicación:

1. Campaña “Nada sabe mejor que mandarse”: que buscó incentivar al público objetivo a seguir probando y experimentando.
2. Idols for a day: Enfocada en aficionados a la cultura asiática y al K-Pop en específico.
3. Innovación: Lanzamiento del nuevo sabor Casino pie de limón.

Estas acciones, reflejan la comunicación continua de la marca a nivel digital y experiencias que buscan constantemente tendencias ad-hoc a su público objetivo.

Descripción general de las marcas de galletas de Alicorp

Casino – Esencia: “Diversidad para explorar”

Casino cuenta con un amplio portafolio de sabores regulares como Mentalover, Fresaflow, Vainillago, Lucumagic, Chocochill.y sabores postre como Alfajor, Tres leches, Pie de limón.

Calidad de los productos de las marcas de galletas de Alicorp

El portafolio de galletas de Alicorp cumple con estándares que permiten tener un producto de alta calidad, buscando una ecuación de valor en los segmentos en los que participa.

Salsas:

Resultados significativos del 2024

Al cierre del año 2024 el mercado de salsas frías y culinarias se recupera, alcanzando un crecimiento de 5.7% y 6.7% respectivamente.

El 2024 ha sido un año con excelentes resultados para la categoría salsas, alcanzando un crecimiento de volumen de 14% comparado contra el2023; principalmente apalancado en la recuperación de AlaCena. Este crecimiento volumétrico ha venido acompañado de una importante recuperación de penetración en hogares, que habían abandonado la categoría durante el año 2023, de más de 700 mil hogares; así como de una expansión importante de presencia en el punto de venta en el canal tradicional, alcanzando 99% de distribución numérica para Mayonesa AlaCena.

Esta recuperación se ha visto refleja a nivel rentabilidad creciendo en EBITDA en comparación con el 2023; detrás del crecimiento volumétrico gestionando el mix canal y el mix de SKU; además de una correcta gestión de costos.

Principales hitos/logros para la categoría salsas de Alicorp en el 2024

- Foco en la marca emblemática AlaCena que tiene el rol de crecimiento de la categoría.

- Aumento en la inversión publicitaria y comunicación de la marca AlaCena, con campañas de comunicación que fomentan el “perfect match” entre nuestras salsas y platos del menú familiar.
- Refuerzo para la presencia en el punto de venta, aumentando la cantidad de clientes alcanzados (99% Distribución numérica en mayonesa AlaCena) así como una correcta y rápida ejecución de precios.

- Lanzamiento de nuevo formato “Sachetón” 50g con un precio sugerido de S/ 2, que permitió acelerar la recuperación de hogares.

Descripción general de las marcas de salsas de Alicorp

Alicorp participa en el mercado de salsas con un portafolio de 3 marcas que atienden dos segmentos: salsas frías y culinarias.

Dentro de salsas frías se encuentra “AlaCena”, que ofrece las salsas con mejor sabor y calidad del mercado.

En salsas culinarias se encuentra Don Vittorio, que tiene una propuesta de valor apalancada en la practicidad con salsas completas, listas para servir; y, Nicolini con una larga trayectoria que se posiciona como un aliado en la cocina.

Calidad de los productos de las marcas de salsas de Alicorp

AlaCena participa en distintos segmentos de salsas frías: mayonesa, kétchup, picantes y mostaza. Es reconocida como la marca que sabe cómo se come en las casas del Perú y tiene una gran diferenciación en el mercado por sus recetas únicas.

Don Vittorio es la marca que se posiciona como la especialista en salsas listas para pastas. Actualmente es la líder en el segmento de salsas listas con su salsa roja lista para servir, que contiene todos los ingredientes necesarios en una salsa roja. Es muy valorada por su calidad, sabor y practicidad.

Nicolini es una marca reconocida por su trayectoria y reconocida trayectoria en el sabor casero de los hogares peruanos.

CUIDADO DEL HOGAR

Detergentes:

Al cierre de 2024 el mercado de detergentes creció 6.8% en volumen respecto al 2023, con un comportamiento parejo entre semestres. El segmento que impulsa este crecimiento es Value (+31.9% comparado con el 2023), como consecuencia de la disminución de precios que viene presentando el mercado debido al incremento del volumen de importación de marcas económicas. Por su parte, el segmento *core* se contrajo en 12.7%.

En este contexto, el volumen de Alicorp se redujo por las marcas *core*, que pierden participación comparadas con el año anterior, siendo las marcas del Tier 2 las más afectadas. El crecimiento en la participación de mercado del segmento value compensa parcialmente esta caída, dados los esfuerzos que se vienen desplegando con la marca Trome, incrementando 2.3pp en comparación con el 2023.

Como consecuencia de la reducción de precios, el valor de la categoría decrece, afectado por un menor precio promedio (-5% vs. 2023). Al cierre del 2024, la diferencia de precios por kilogramo entre el Tier 1 y Tier 4 envasado se mantiene; sin embargo, la diferencia se amplía si lo comparamos con las presentaciones a granel, lo que favorece el crecimiento de este segmento.

Las marcas *core* de Alicorp son Bolívar, Marsella, Opal y Sapolio. En busca de fortalecer estas marcas, en junio de 2024, se relanzó Bolívar, mientras que Opal se relanzó en noviembre. Las marcas *value* de Alicorp son Patito y Trome, que compiten con las marcas económicas importadas y graneles.

Principales iniciativas y resultados de la categoría detergentes en el 2024:

Bolívar

En junio se relanzó la marca, lo cual incluyó los siguientes cambios:

i) Redefinición de la estrategia marcaria: con iniciativas de comunicación estratégica sobre los beneficios funcionales, emocionales y atributos claves que construyen sobre la diferenciación de la marca.

ii) Cambio de empaques: actualizando identidad verbal y visual de la marca.
Para dar a conocer este relanzamiento se trabajó una campaña 360° denominada "Cuidando las fibras que más importan", que tuvo dos etapas: i) la primera tenía como objetivo dar a conocer el cambio en la estrategia de marca y conectar emocionalmente con los consumidores, abordando lo relevante que es la autoconfianza; y, ii) la segunda estuvo orientada en dar a conocer el portafolio de la marca, resaltando los atributos funcionales de cada variedad. La comunicación de la campaña buscó impactar al consumidor en diversos puntos de contacto: TV, radio, OOH, digital, además de acciones de impulso y material en el punto de venta.

Marsella

La marca lanzó la variedad Amazonía Tropical en el mes de junio, respondiendo a una estrategia de "aroma rotation", apalancado en fragancias. Este lanzamiento estuvo acompañado de una campaña 360° que tuvo excelentes resultados, tanto a nivel volumétrico como en evaluación de atributos marcarios.

Opal

En octubre se desplegó el relanzamiento de la marca Opal, que incluyó los siguientes cambios: i) redefinición del público objetivo y el alcance de la marca; ii) nueva fórmula repotenciada; iii) una nueva arquitectura de portafolio con 3 variedades que construyen sobre el atributo "performance"; y, iv) cambio de empaques, actualizando la identidad verbal y visual de la marca.
Este lanzamiento fue acompañado de la campaña 360° "Puede con todo". Dentro de la campaña se abordó al consumidor en los siguientes puntos de contacto: TV, radio, digital, *retail media*, vía pública, impulsos en el punto de venta, además de olas de visibilidad en todos los canales.

Trome

En el mes de septiembre se lanzó el formato de 1 kg a S/5.50, complementando el portafolio de 130g con el objetivo de competir contra formatos de 1 kg de las marcas económicas y la venta de detergente a granel. Este lanzamiento estuvo acompañado de acciones de impulso, canjes, radio, comunicación en el punto de venta y cápsulas de televisión.

Las marcas de la Categoría Detergentes de Alicorp

Bolívar

Es una marca con más de 30 años en el mercado. Su principal atributo es brindar un cuidado superior de la ropa y las manos del ama de casa. Este beneficio se soporta, a nivel empaque, en dos sellos: "Dermatológicamente probado" y "Cuida tus manos y ropa"; y, a nivel portafolio, en las 4 variedades: "Cuidado total", enfocado en colores principalmente, "Cuidado Micelar", centrado en la limpieza profunda sin desgastar las fibras, "Cuidado y Suavidad", con toques de suavizante y cápsulas de aroma; y "Cuidado bebés y niños", con una fórmula hipoalergénica para ser usada en prendas de recién nacido.

Marsella

Es la marca líder de la categoría. Su propuesta de valor se apalanca en el disfrute sensorial a través de fragancias únicas que buscan hacer el proceso de lavado más llevadero para sus

usuarias. Además, deja la ropa limpia gracias a su fórmula con espuma activa, que hace que la lavaza perdure.

Opal

Es la marca de detergentes experta en la remoción de suciedades y manchas, así como en la neutralización de malos olores. Tiene su fórmula repotenciada con moléculas inteligentes, que remueve por completo las suciedades más difíciles y neutraliza los malos olores.

Sapolio

Sapolio es una de las megamarcas más importantes dentro del mundo de limpieza, al participar también dentro del mundo de Cuidado del Hogar. En el 2024 logró el reconocimiento de ser la marca N° 2 más consumida por los hogares peruanos detrás de nuestra marca Bolívar (estudio Brand Footprint, Kantar). Con el claim de “Limpieza eficiente, decisión inteligente”, Sapolio ofrece una alternativa efectiva a un precio accesible.

Patito

Durante el 2024 Patito destacó como la marca más vendida en provincias. Asimismo, la marca es valorada por ofrecer una buena limpieza a un precio accesible. Patito ofrece 3 variedades de aroma y 6 tamaños, siendo el de 140 g su formato principal.

Trome

Es una marca que participa en detergentes y jabones de lavar. Históricamente fue una marca con presencia principalmente en el Oriente. En el 2024 la marca ingresó a Lima y se desarrolló a nivel nacional. Su rol dentro dentro del portafolio es competir con los detergentes importados económicos. El posicionamiento de Trome se apalanca en su propuesta "4 en 1”: limpieza, rendimiento, frescura y buen precio (desde S/1). Cuenta con aromas floral, cítrico y bebé, en una presentación de 130 g y solo la versión floral en el formato de 1 kilo.

Jabones de Lavar:

Al cierre del 2024 el mercado de jabones de lavar creció 3.9%, revirtiendo una tendencia de tres años de contracción. Esto se dio debido al crecimiento y recuperación en la penetración de mercado de la categoría.

Sin embargo, el incremento de hogares que consumen jabones económicos (Tier 4) se ha acelerado en los últimos meses, producto del desarrollo y crecimiento de nuevos competidores dentro de la categoría, pasando de una penetración de 13% en el primer semestre del 2023 a 16.4% en el segundo semestre del 2023. Esto se ve reflejado en la participación de mercado donde, en el largo plazo, las marcas *core* pierden 7.1pp (2024 vs. 2021). Sin embargo, en el corto plazo (2024 vs. 2023) la diferencia entre *core* contra *value* se sostiene con un Tier 4 que crece sobre el Tier 3 (+1.8pp).

En cuanto a la participación de mercado en volumen en el 2024, Alicorp sigue liderando la categoría a través de la participación de mercado de dos de sus marcas *core*, Bolivar y Marsella, pero ha disminuido su presencia en el segmento económico.

Con la finalidad de proteger la participación de nuestra marca emblemática, en el mes de agosto se lanzó la campaña 360 de relanzamiento de Bolívar, cuyo objetivo era comunicar su cambio de imagen y resaltar la superioridad de la marca en comparación con otras del mercado en el “Cuidado superior” gracias a su lavaza única y cremosa que cuida las prendas y las manos.
Estas acciones permitieron revertir una tendencia negativa de participación de mercado que dio como resultado un crecimiento de 0.9pp en el segundo semestre del año, permitiendo a la marca cerrar el último bimestre del año con la participación más alta desde el mismo periodo en el 2022.

Por el lado del segmento *value*, la plataforma se decreció por decisiones estratégicas tomadas por el negocio. Si bien Trome creció debido a su buen desempeño en todas las regiones; la contracción

se produjo por la estrategia de desconexión total o parcial de las otras dos marcas value: Jumbo y Considerando el portafolio de Industrias del Espino (en el segmento *value*) se logra capturar parte de la pérdida de participación de marcas de Alicorp. En cuanto a la plataforma volumétrica, la incorporación de las marcas de Industrias del Espino compensa las ventas, cerrando con un crecimiento agregado en volumen comparado con el 2023.

Suavizantes:

Al cierre del 2024, el mercado de suavizantes crece 8% impulsado por todos los KPIs de mercado (penetración, consumo, gasto, entre otros). Este crecimiento revierte la contracción del 2023, con un crecimiento sobre el 2022 y por encima del CAGR de largo plazo de la categoría (+5.5% 2016-2024).

En términos de participación de mercado en volumen, Alicorp es el fabricante con mejor desempeño comparado contra el 2023 debido a marcas como Bolívar y Amor. Si bien a nivel nacional otras marcas son los líderes del mercado, Alicorp logra acortar la brecha frente al líder a nivel nacional y alcanza el liderazgo en la región de Lima en el segundo semestre del 2024.

En esta categoría predominan las marcas *core* con una participación del 86% del mercado. Sin embargo, se ve un crecimiento constante del segmento económico que gana 3.9pp en comparación al 2023. Este resultado es impulsado principalmente por marcas *hard discounts*. Por su parte, la marca Amor sostiene su rol de *flanker* del segmento económico donde mantiene su liderazgo.

Quitamanchas:

Al cierre del 2024 el mercado de quitamanchas crece 4%, siendo el cuarto año de crecimiento para la categoría. Esto debido al incremento en la penetración de mercado, como efecto del rol que vienen tomando los quitamanchas dentro del set de lavado al ser reconocidos como potenciador del desempeño en la remoción de manchas de los detergentes económicos.

En cuanto a la participación de mercado en volumen, Alicorp se sostiene como el segundo de la categoría, apalancado por su buena distribución a nivel nacional. Por su parte, Sapolio logra sostener su participación y tiene un crecimiento importante en distribución numérica impulsado sobre todo por Lima. Sin embargo, aún hay dificultad para el desarrollo de la marca en provincias debido al desconocimiento de la megamarca.

En cuanto al volumen, Alicorp creció en el 2024 gracias a Sapolio, que cubre el espacio de Opal.

Limpieza del hogar – Sapolio

La marca Sapolio fue adquirida por Alicorp en 2019. Es una megamarca de limpieza del hogar con más de 100 años de trayectoria. Asimismo, tiene una muy buena valoración entre sus usuarios, al ser la única que ofrece una experiencia de limpieza completa, ya que está presente en diferentes categorías con una buena ecuación de valor (calidad - precio).

Esta marca es considerada por los responsables de la limpieza del hogar como un aliado en la limpieza y desinfección. Los hace sentir inteligentes en sus decisiones (*smart shopper*), ya que no gastan de más y obtienen buenos resultados. Su ecuación de valor es ahora más valorada, en un contexto de menor capacidad de desembolso.

Lejías:

Al cierre del 2024 el mercado de lejías incrementó 0.5% en comparación con el 2023. Debido a los hábitos de limpieza que adoptó el consumidor durante pandemia, esta categoría ha crecido 39% comparado con el 2019.

En el 2024, el volumen de lejías Sapolio creció, logrando cerrar el quinto bimestre como líder en Lima, la región más relevante.

En el canal tradicional, Sapolio mejoró su distribución, aunque aún existe la oportunidad de seguir ampliando puntos de venta. En el canal moderno, Sapolio mantiene el liderazgo.

Limpiadores *light duty*:

Al cierre del 2024, el mercado de limpiadores *light duty* creció 4% en comparación al año anterior. El consumo per cápita de la categoría llega a 0.92 l, encontrándose en niveles mayores que en la prepandemia.

Sapolio es la marca líder en el mercado en un contexto donde la participación de otros fabricantes (más de diez marcas súper económicas) alcanza 11.8% (+4.7pp al 2024).

En niveles de distribución numérica en el canal tradicional, Sapolio logra un alto nivel al cierre de diciembre 2024, apalancado del formato de 900 ml.

Lavavajillas:

Al cierre del 2024 el mercado de lavavajillas crece 4.9% comparado con el año anterior, alcanzando el mayor consumo per cápita de la categoría en los últimos 10 años. La compra en esta categoría es más espaciada, pero se compensa con un incremento en el volumen comprado por acto (+11.8pp al 2024) que viene detrás del crecimiento de marcas económicas cuyo formato principal es de 1 kg.

A nivel segmentos se tienen los siguientes resultados:

- El segmento pasta crece 2.7% en comparación con el 2023, principalmente por el incremento en el volumen comprado por acto (+14.9pp). A nivel mix, el formato en pasta mantiene la mayor relevancia dentro de la categoría con un 72% del mercado, sin embargo, se reduce 3pp al 2024.

- El segmento líquido crece significativamente 18.3% comparado con el año previo, impulsado por un incremento en la penetración de +12%, detrás del ingreso del líquido a nuevos hogares. Esta migración del consumo de lavavajillas en pasta hacia el formato líquido se ve reflejada en una mayor de este último que alcanzando 28% del mercado (+3pp en comparación al 2023).

En cuanto a la participación de mercado en volumen, Alicorp lidera la categoría mientras que su principal competidor se contrae. Los resultados de Alicorp se explican principalmente por el crecimiento de Patito presentación de 1 kg y Sapolio Líquido. En ambos casos los resultados favorables se deben al ingreso a nuevos hogares.

En el canal tradicional, Alicorp logra una considerable distribución numérica en diciembre de 2024, consolidándose como el fabricante con mayor distribución y disponibilidad en el punto de venta de la categoría.

CUIDADO PERSONAL

Principales iniciativas y resultados de la categoría cuidado personal en el 2024:

Pasta dental: Dento

La categoría experimenta un decrecimiento de 1.5% en volumen comparada con el 2023 (quinto bimestre 2024). Por su parte, Dento ocupa el segundo lugar en volumen detrás del líder de la categoría. Esta marca creció en consideración y prueba. A nivel de indicadores marcarios, Dento creció significativamente en los atributos “cubre necesidades” y “es única”.

Durante 2024 estuvo al aire la campaña “El buen diente de los peruanos**.** Esta campaña contribuyó al crecimiento en la percepción de valor de la marca, aumentando el atributo “vale más de lo que cuesta” a partir del mes de octubre, cuando llegó a los picos más altos del año en consideración, prueba y recompra.

Jabón de tocador: Aval

Aunque la categoría de jabón líquido se contrajo 1%, Aval mantuvo su liderazgo apalancado, principalmente, por su desempeño en canal moderno. Durante el 2024, se reformuló el portafolio en busca de rentabilizar la categoría y contar con un mejor mix de canales para sostener su posición en el mercado.

Cuidado del cabello: Amarás

La categoría de shampoo se contrajo 1.8% en volumen comparada con el 2023. En ese contexto, Amarás ocupa el quinto lugar. A nivel de marca, Amarás creció en el segundo trimestre de 2024 en la etapa de *funnel* de recompra y en consideración. Ello en comparación con el primer semestre 2023

Descripción general de las marcas de cuidado personal de Alicorp

Cuidado del cabello: Amarás

En el 2024, Amarás se enfocó en el lanzamiento de nuevas colecciones para fortalecer su portafolio. La primera de ellas, “Amarás Amor de Verano” se lanzó en enero de 2024 con una estrategia *in&out* centrada en el concepto de hidratación del cabello en el verano. En el mes de junio la marca lanzó “Amarás Raíces y Puntas Felices”, una colección que, diseñada para solucionar el problema de las raíces grasas y las puntas secas, un problema muy presente en las consumidoras peruanas, obteniendo así buenos resultados de ventas y participación.

Adicionalmente, se lanzó una campaña de misión social con el propósito generar conciencia sobre una problemática que afecta a muchas mujeres peruanas: la autovaloración. Esta campaña tuvo una repercusión importante en diversos medios y generó resultados positivos a nivel de salud marcaria.

Finalmente, en el mes de diciembre 2024, Amarás lanzó “Amarás Amor de Verano por Butrich”. Con esta campaña se relanzó la colección de verano con novedades. Esta línea contó con las etiquetas de sus productos rediseñadas por Jessica Butrich. Esta acción viene impactando positivamente en la imagen de marca y resultados de negocio.

Pasta Dental: Dento

Dento se encuentra consolidada como la segunda marca del mercado de pastas dentales.

En el 2020 se relanzó la marca, mejorando los atributos funcionales, la imagen y su diseño. En el 2021 y 2022, se lanzaron innovaciones en el segmento de blanqueamiento, teniendo como embajadora de marca a Janick Maceta, Miss Perú 2020. Esto permitió reforzar la percepción de valor y credibilidad como marca de calidad.

En el 2023, Dento lanzó una campaña con su portafolio regular (Dento Triple Acción), reforzando los mensajes y credenciales de calidad.

En el 2024, se lanzó la campaña “El buen diente de los peruanos”, destacando que Dento es una marca de calidad, diseñada para las necesidades locales.

Jabón de tocador: Aval

Aval es la marca número 1 del segmento de jabón líquido en Perú y se convirtió en la segunda marca del total de la categoría de jabón de tocador al cierre del 2024. Los consumidores valoran que Aval sea una marca local que protege la salud de las familias peruanas. Dentro del segmento antibacterial, Aval es una marca con atributos sensoriales como el aroma, y la búsqueda por brindar protección y cuidado de la piel.

En función a esto, se busca que Aval sea la única marca que brinde protección antibacterial efectiva y a la vez una experiencia sensorial inspirada en las necesidades locales (aromas, texturas, ingredientes naturales).

2.3 Descripción de la calidad de los productos de la categoría cuidado personal de Alicorp

Cuidado del cabello: Amarás

El portafolio de Amarás está compuesto por 4 subcategorías: shampoo, acondicionadores, tratamientos (donde se encuentran los oleos y *sprays*) y las cremas para peinar.

En el 2024 se complementó el portafolio que estaba compuesto por las variedades de Reparación Divina, Diosa Rulosa, Bendito Clima de Lima y Magia Andina, con el lanzamiento de la quinta colección: Amarás Raíces y Puntas Felices, enfocado en el territorio del cabello graso mediante el beneficio de purificación de raíces e hidratación de puntas.

Para finales del 2024 y, con miras al verano 2025, se lanzó Amarás Amor de Verano por Butrich con el objetivo de generar mayor dinamismo para la marca con un enfoque lúdico y divertido.

Pasta dental: Dento

A través del relanzamiento de todo el portafolio en 2020 se buscó la mejora de fórmulas para asegurar un mejor desempeño.

En el 2021 se completó el portafolio de Dento con el lanzamiento de Dento Blancura Natural (segmento blanqueamiento) a un precio más accesible que el líder de mercado, pero con el mismo nivel de beneficios funcionales. En el 2022, se lanzó Dento Máxima Blancura que buscó seguir robusteciendo el portafolio con innovaciones en el mismo segmento.

En el 2023 se buscó seguir reforzando la propuesta de valor de Dento en torno a una pasta dental de calidad a un buen precio.

En el 2024 se ha trabajado en seguir fortaleciendo el posicionamiento de la marca; brindando seguridad y confianza para generar conexiones cercanas.

Jabón de tocador: Aval

En el segmento de jabones líquidos, Aval es percibido como la compra inteligente ya que ofrece protección antibacterial para la familia, además de agradables aromas.

B. NEGOCIO DE ALICORP SOLUCIONES (B2B)

1. Principales hitos de Alicorp Soluciones durante el 2024 y logros de los negocios

El 2024 significó un año de recuperación para los principales mercados en los que competimos, pasando de una tendencia que venía decreciendo a partir de la pandemia, a un contexto de leve crecimiento. Ante una economía que empezó debilitada y que mostró señales de recuperación, una capacidad adquisitiva favorecida por una inflación controlada dentro del rango meta y liberación de paquetes económicos como retiros de AFP y CTS permitió la recuperación del consumo privado, impulsando así el consumo fuera del hogar, sobre todo en el segundo semestre del año y que desde nuestros negocios hemos logrado capitalizar con crecimientos.

Logramos muy buenos resultados en nuestras categorías más relevantes a través del mayor esfuerzo en la priorización y disciplina estratégica, de la mano con un entendimiento de las necesidades de nuestros clientes, impulsando soluciones que generan mayor valor compartido. Fortalecimos nuestro *go to market* a través de un mejor balance de los canales y potenciando nuestra ventaja competitiva con la llegada directa a través de las Distribuidoras Exclusivas (DEX), dónde ampliamos nuestra cobertura y atendimos con nuestra propuesta de valor a 37 mil clientes para el 2024 (+4k vs. 2023 y +12k vs. 2019).

Asimismo, a finales del 2024 se concretó la adquisición de Industrias del Espino, fortaleciendo nuestro liderazgo en el mercado de categorías oleaginosas.

En este contexto, alcanzamos un EBITDA de S/ 355 millones, lo cual representa un crecimiento de 18.6% en comparación al 2023. Asimismo, logramos una Utilidad Bruta por tonelada histórica de S/847 creciendo 8.8% en comparación al año anterior.

Así también, enfocamos mayores recursos para acompañar a nuestros clientes en su recuperación y crecimiento, a través de nuestro equipo de Soluciones Integrales, logrando más de 412 mil sesiones en capacitaciones virtuales, más de 4 mil200 asesorías técnicas y llegamos a cerca de 4 mil negocios a lo largo del 2024 a través de las diferentes acciones de capacitación (talleres, eventos masivos, etc), y 250 proyectos efectivos de venta consultiva. Nuestro nivel de servicio y experiencia de los clientes - Net Promoter Score (NPS) tuvo una evolución positiva de +4 ptos. pasando de 50 en el 2023 a 54 en el 2024, cerrando la evaluación del periodo Noviembre-Diciembre'24 con 54 ptos. también, siendo el canal DEX el que se fortalece, pero aún con oportunidades de mejorar en nuestros clientes directos.

En el negocio de **Panificación:**

Alicorp mantuvo el liderazgo en todas sus categorías, fortaleciendo el valor compartido de sus clientes y asegurando la rentabilidad. Las marcas emblemáticas del segmento premium como Nicolini, Famosa, Primavera y Sello de Oro siguen creciendo y capturando valor a través del lanzamiento de nueva línea de premezclas Nicolini, la Campaña turronera y Reposteras de oro.
Incrementamos la llegada directa a través de las DEX, alcanzando 9 mil clientes efectivos durante el 2024

En el negocio de **Gastronomía:**

Se relanzó Crisol Fritura Intensa, aceite de mayor rendimiento, especializado en frituras profundas y se logró incrementar la plataforma de clientes efectivos en 18% (IVQ vs AA), incrementando volumen a un segmento de mayor valor en el rubro pollerías.

Se potenció la demanda en los clientes restaurantes a través de las redes sociales generando contenido atractivo en colaboración con ellos e influencers del segmento para más de 800 mil personas en Lima al mes.

En el negocio de **Limpieza:**

Se inició la consolidación soportada en el escalamiento acelerado en sectores donde Alicorp tiene presencia como gastronomía, panificación y lavanderías; y el ingreso a nuevos sectores como hoteles y empresas de limpieza, logrando un crecimiento de la llegada directa de 40 % frente al 2023. De esta manera, también se aseguró fortalecer la posición competitiva omnicanal, alcanzando un crecimiento de 11%.

La compañía fortaleció la llegada directa a negocios, alcanzando: (i) un 77% de cobertura y una participación de mercado de 45% en lavanderías, apalancados de la marca Klintex; (ii) una cobertura de 60% con una participación de mercado de 16%, sustentado por 22% de participación de mercado de detergentes en el negocio de gastronomía; y, 7% de participación de mercado en limpiadores bajo la marca Sapolio Profesional. Además, iniciamos proyectos de prospección y crecimiento en otros sectores como Industrias

En el negocio **Multicategoría:**

Consolidamos la gestión de empresas aliadas (socios comerciales) a nivel compañía, logrando una sinergia en los equipos y en la gestión del portafolio con la que se superararon los 600 SKUs en más de 30 categorías. Colocando el cliente al centro Alicorp buscó brindarles el mayor surtido a sus clientes a través de categorías relevantes y rentables de sus socios comerciales, lo cual generó un mayor acercamiento con los clientes, potenciando la relación con los mismos. Adicionalmente, bajo un enfoque de valor compartido, la compañía maximizó su propuesta de valor

a las empresas aliadas, facilitándoles el acceso a sus canales de distribución, abriéndoles la posibilidad de llegar a más de 50 mil clientes en Lima. La estrategia busca acceder a las principales ciudades del país.

Alicorp busca apalancarse de nuestra ventaja competitiva, con la red de distribuidores exclusivos a nivel nacional, iniciando el ingreso del portafolio de la multicategoria a las DEX de Lima, abriendo parte del portafolio a 57 mil clientes (Lima: 13,000 B2B + 44,000 B2C). Asimismo, se logró el escalamiento y la habilitación de la plataforma digital Insuma en las distribuidoras minoristas a nivel nacional, alcanzando una cobertura de 20 mil clientes digitales en clientes B2B.

En el negocio de **Industrias**, la empresa registró una recuperación de volúmenes, en comparación con el año anterior, en la categoría de aceites del 40%; apalancados en un nuevo modelo de precios que le permitió mejorar su competitividad y seguir generando valor a los clientes. Esta recuperación viene de la mano con una mejora en la rentabilidad tanto de la categoría de aceites como de harinas en línea con los objetivos de construir un volumen rentable en el negocio.

Proyectos y planes para el 2025

Durante el 2025, el foco continuará en mantener ratios de rentabilidad sanos, tener iniciativas estratégicas que permitan a Alicorp seguir creciendo a través del crecimiento de sus clientes, y asegurar una correcta integración de Industrias del Espino.

Dentro de la estrategia de desarrollo de la omnicanalidad, se busca potenciar la digitalización y posicionar la plataforma Insuma como aliado de los clientes, teniendo como objetivo aumentar la prospección y la cobertura de clientes digitales a través de una experiencia mejorada de usuario y una estrategia robusta de independencia digital.

En el negocio de **Panificación** apostará por el desarrollo de la panificación y la pastelería a través del entendimiento profundo del mercado y de nuestros clientes para desarrollar una estrategia a largo plazo que les permita mayor crecimiento rentable de sus negocios. Esto nos permitirá crecer en categorías de alto valor como margarinas, harinas pasteleras y premezclas.

En el negocio de **Gastronomía**, Alicorp seguirá impulsando el desarrollo de los negocios gastronómicos en el Perú, incrementando su llegada directa con foco en pollerías, entregándoles una propuesta de valor con soluciones tales como un portafolio multicategoría, mejores rendimientos en procesos tales como frituras y producción de salsas, insumos fundamentales para sus negocios.

El negocio de **Limpieza** tiene como visión convertirse en el referente más importante del B2B, con foco en el escalamiento del abordaje directo a sectores priorizados, evolucionando su posicionamiento hacia marcas profesionales especializadas y fortaleciendo una llegada al mercado omnicanal.

En el negocio de **Industrias** el foco será seguir construyendo volumen rentable a través de tres pilares importantes: (i) el fortalecimiento de la relación comercial con los clientes actuales impulsando la mejora continua del nivel de servicio, (ii) la incorporación de la gestión de maquilas; y, (iii) la capitalización de sinergias con Industrias del Espino, en búsqueda de la maximización de valor del negocio integrado.

En el negocio de **Multicategoría** la compañía seguirá impulsando el escalamiento a través de la red de distribución exclusiva, apalancándose de una propuesta de valor ominicanal. Asimismo, continuará ingresando el portafolio en las DEX de Lima y provincias principales, con un balance óptimo de categorías rentables y relevantes para cada giro de negocio.

2.7 Política de Dividendos

La sociedad tiene aprobada la siguiente Política de Dividendos:

“La sociedad distribuirá dividendos una vez al año, los que deberán ser acordados por la Junta de Accionistas. Los dividendos no serán menores al 10% de las utilidades del ejercicio, serán

distribuidos en efectivo y se determinarán en función de los requerimientos de inversión y de la situación financiera de la empresa. La Junta de Accionistas podrá acordar la distribución de dividendos adicionales a los acordados por la Junta Obligatoria anual de Accionistas de cada año."

2.8 Políticas de Inversión

La sociedad tiene aprobado un Plan de Inversiones para el año 2025 de aproximadamente USD 70 millones.

2.9 Relaciones especiales entre la Sociedad y el Estado

La compañía se encuentra bajo supervisión de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) y, en el curso de sus operaciones, tramita autorizaciones, registros, permisos, licencias, entre otros, a diferentes entidades administrativas y gobiernos locales, en cumplimiento con la normativa aplicable.

2.10 Descripción de los principales activos

Los principales activos de la sociedad se encuentran ubicados en las plantas industriales del Callao, Lima y Arequipa. Los valores de los activos a presentarse a continuación están expresados en miles de soles y corresponden a valores al 31 de diciembre de 2024:

En la planta COPSA, ubicada en el Callao, se encuentran los activos dedicados a la elaboración de aceites, grasas alimenticias, salsas, detergentes y jabones producidos. El valor contable de dichos activos asciende a S/501,286.

En las plantas de Lurín y Chorrillos, ubicadas en Lima, se encuentran los activos dedicados a la elaboración de productos de limpieza del hogar y de aseo personal; producidos por la subsidiaria Intradevco Industrial S.A. El valor contable de dichos activos asciende a S/621.028.

En Callao se encuentran ubicadas las planta Faucett y Molino Callao. En ellas se encuentran los activos dedicados a la elaboración de harinas, pastas alimenticias y galletas producidas por la empresa. El valor contable de dichos activos asciende a S/277,976 y S/95,779 respectivamente.

En las plantas Sidsur y Molino Arequipa, ubicadas en Arequipa, se encuentran los activos dedicados a la elaboración de harinas, pastas alimenticias y galletas producidas por la empresa. El valor contable de dichos activos asciende a S/68,139.

El valor total contable consolidado de los activos de la sociedad asciende a S/12,231,540.

El saldo de los préstamos y deudas a largo plazo consolidado asciende a S/4,071,538.

Financiamientos a Mediano Plazo

Con fecha 21 de junio de 2021, Alicorp S.A.A. y el Banco Scotiabank Perú S.A.A. firmaron un contrato de arrendamiento financiero por hasta S/ 15´516,082.75 (Quince Millones Quinientos Dieciséis Mil Ochenta y Dos y 75/100 Soles) por un periodo de vigencia de 3 años contados a partir del fin de la etapa de desembolsos.

Con fecha 26 de noviembre de 2021, Alicorp S.A.A. y el Banco Scotiabank Perú S.A.A. firmaron un contrato de arrendamiento financiero por hasta S/ 19´000,000.00 (Diecinueve Millones y 00/100 Soles) por un periodo de vigencia de 3 años contados a partir del fin de la etapa de desembolsos.

Con fecha 26 de agosto de 2022, Alicorp S.A.A. y su subsidiaria Alicorp Uruguay S.R.L., suscribieron un contrato de préstamo sindicado por US$ 220'000,000.00 (Doscientos Veinte Millones y 00/100 dólares americanos) con BofA Securities, Inc. y Sumitomo Mitsui Banking Corporation, ambos como "Joint Lead Arrangers and Joint Bookrunners" y un grupo de bancos como prestamistas.

El préstamo consta de dos tramos: i) un préstamo de US$ 100’000,000.00 (Cien Millones y 00/100 dólares americanos) a cinco años, cuyo desembolso fue ejecutado con fecha 27 de septiembre de 2022 a favor de Alicorp Uruguay S.R.L. para el refinanciamiento de su deuda de mediano plazo, y ii) una línea comprometida a tres años por US$ 120’000,000.00 (Ciento veinte Millones y 00/100 dólares americanos), que al 31 de diciembre de 2022 se mantuvo sin desembolsos.

Con fecha 19 de agosto de 2024, de acuerdo con la sección 2.05 del contrato de préstamo sindicado suscrito entre Alicorp S.A.A. y su subsidiaria Alicorp Uruguay S.R.L., se dispuso la cancelación de la línea comprometida por US$ 120’000,000.00 (Ciento veinte Millones y 00/100 dólares americanos).

Con fecha 26 de agosto de 2024, Alicorp S.A.A. suscribió un contrato de préstamo sindicado por US$ 320’000,000.00 (Trescientos Veinte Millones y 00/100 dólares americanos) con BofA Securities, Inc., Goldman Sachs Bank USA., JPMorgan Chase Bank, N.A. y BBVA Securities Inc., los cuatro como “Joint Lead Arrangers and Joint Bookrunners” y un grupo de bancos como prestamistas.

El préstamo consta de dos tramos: i) un préstamo de US$ 200’000,000.00 (Doscientos Millones y 00/100 dólares americanos) a cinco años, cuyo desembolso fue ejecutado con fecha 28 de agosto de 2024 a favor de Alicorp S.A.A. para la adquisición de Refinería del Espino S.A., y ii) una línea comprometida a tres años por US$ 120’000,000.00 (Ciento veinte Millones y 00/100 dólares americanos), que al 31 de diciembre de 2024 se mantuvo sin desembolsos.

2.10 Personal

Al 31 de diciembre de 2024, el número de trabajadores de Alicorp S.A.A. es el siguiente:

	2020	2021	2022	2023	2024	AUMENTO (DISMINUCIÓN)
PERMANENTES						
FUNCIONARIOS	11	8	6	6	10	4
EMPLEADOS	1,658	1,687	1,634	1,706	1764	58
OBREROS	1,935	2,041	2,112	2,148	2006	-142
TEMPORALES						
EMPLEADOS	304	242	101	80	131	51
OBREROS	621	424	371	135	63	-72

2.11 Relación Económica con otras empresas

Al cierre del ejercicio 2024, la sociedad mantiene relación comercial con San Miguel Industrias Pet S.A. para el soplado de botellas de aceites.

2.12 Sistema de Información y Registro Contable

A partir del 1 de febrero del 2021, el registro contable de las operaciones de la empresa se soporta en el sistema SAP S4 Hana, el cual integra las funciones de todos los procesos de la empresa.

3. PROCESOS LEGALES

Alicorp S.A.A. es parte en algunos procesos civiles, administrativos y laborales.

Al 31 de diciembre de 2024, la sociedad tenía procesos ante la SUNAT, ESSALUD y algunas municipalidades.

A la misma fecha, la sociedad tenía procesos laborales seguidos mayormente por extrabajadores. La sociedad considera que ninguno de estos procesos puede afectar significativamente su nivel de activos, ni tener un impacto significativo sobre los resultados de operación o su posición financiera.

4. DIRECTORIO Y GERENCIA

El Directorio de la sociedad está compuesto por las siguientes personas

Nombre	***Cargo***
Dionisio Romero Paoletti	Presidente
Luis Enrique Romero Belismelis	Vicepresidente
José Antonio Onrubia Holder	Director
Calixto Romero Guzmán	Director
Arístides de Macedo Murgel	Director
Marco Aurelio Peschiera Fernández	Director
Lieneke María Schol Calle	Director
Luis Julián Martín Carranza Ugarte	Director
Jorge Edmundo Humberto Zogbi Nogales	Director

Dionisio Romero Paoletti

Director de Alicorp S.A.A. desde 2001. Es presidente del Directorio de Alicorp desde 2002. Asimismo, es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Es bachiller en Economía y Relaciones Internacionales de Brown University y cuenta con una Maestría en Administración de Empresas de Stanford University.

Luis Enrique Romero Belismelis

Director alterno del señor Ronald Campbell García desde el año 2001 hasta el 1 de agosto de 2006. Es vicepresidente del Directorio de Alicorp S.A.A. desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Gerente central de Administración y Finanzas desde 1992. Gerente central de Finanzas, Administración y Sistemas desde 2002 hasta el mes de diciembre de 2005. Grado de bachiller de la Universidad de Boston.

José Antonio Onrubia Holder

Director alterno del señor Ernesto Romero Belismelis desde marzo de 2001 hasta marzo de 2004. Director alterno del señor Javier Beeck Onrubia desde marzo de 2004 hasta el 1 de agosto de 2006. Director titular de Alicorp S.A.A. desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Gerente Central de Ventas y Distribución desde 1995. Gerente Central de Ventas desde el 2002 hasta el mes de diciembre de 2005. Grado de bachiller en Administración de Negocios en Saint Michaels College (USA) y Maestría en Babson College.

Calixto Romero Guzmán

Director de Alicorp S.A.A. desde 2002. Asimismo, es director de diversas empresas en el sector industrial, comercio y de servicios. Entre los años 1986 y 2001 desempeñó funciones como asistente de Gerencia General y gerente de Planificación e Informática de Industrias de Aceite S.A. (Bolivia), así como encargado de la parte agropecuaria de Agrícola La Libertad Ltd.

Arístides de Macedo Murgel

Director de Alicorp S.A.A. desde marzo de 2010. Se desempeñó como director ejecutivo de Kraft Perú desde 1999 hasta 2001 y como director ejecutivo de Kraft Venezuela desde 2001 al 2003. También se desempeñó como presidente de Kraft Brasil de 2003 a 2006 y como presidente de Kraft Andina desde 2007 a 2009. Es licenciado en Administración de Empresas de la Escuela Administración de Empresas de Sao Paulo - Fundación Getulio Vargas. Arístides de Macedo Murgel no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de Directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp S.A.A.

Marco Aurelio Peschiera Fernández

Director de la compañía desde el 28 de marzo de 2019. Ha sido director de diversas empresas de los sectores bancario y financiero. Actualmente es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios. Es gerente general de las empresas DI Propiedades S.A, Grupo Piurano de Inversiones S.A., Inversiones Piuranas S.A. e Inversiones Valle del Chira S.A., desde el 1 de noviembre de 2017 y Gerente General de GRIO S.A. desde el 5 de enero de 2018. Tiene el título de administrador por la Universidad de Lima y estudió un MBA en The Wharton School.

Lieneke María Schol Calle

Directora de la compañía desde el 28 de marzo de 2019. Se desempeñó como ministra de la Producción del Perú en el año 2018 y como secretaria de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros del Perú en el año 2017. También se desempeñó como directora comercial de Microsoft del Perú S.R.L. Es ingeniera industrial por la Universidad de Lima y estudió un MBA en Adolfo Ibañez Management School. Lieneke María Schol Calle no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de Directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp S.A.A.

Luis Julián Martín Carranza Ugarte

Director de la compañía desde el 31 de marzo de 2022. Fue presidente ejecutivo de CAF, Banco de Desarrollo de América Latina en el periodo 2017-2021. Ha sido ministro de Economía y Finanzas en dos oportunidades, además de haberse desempeñado como viceministro de Hacienda y director del Banco Central de Reserva del Perú. Anteriormente, fue economista jefe del BBVA para América Latina y Mercados Emergentes y también trabajó en el Fondo Monetario Internacional y la Reserva Federal de Minneapolis. Es economista por la Pontificia Universidad Católica del Perú y tiene un Doctorado y Maestría por la Universidad de Minnesota, Estados Unidos. No tiene vinculación económica ni de parentesco con los demás miembros del Directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp S.A.A.

Jorge Edmundo Humberto Zogbi Nogales

Director de la Compañía desde el 31 de marzo de 2022. Actualmente es fundador y CEO de Innvita Foods, empresa de fabricación de bebidas naturales. Economista de profesión, con amplia experiencia profesional en la industria de productos de consumo masivo. También se desempeña como presidente del Consejo Asesor de LLYC - Consultora Global de Comunicación. Director de YPO Latinoamérica. Durante el período comprendido entre el año 1987 y el año 2014, ocupó diferentes roles de alta responsabilidad en The Coca-Cola Company a nivel internacional. Su último cargo fue el de CEO de la Región Transandina (Perú, Bolivia, Paraguay, Uruguay) con sede en Perú Presidente de la Fundación Coca-Cola de Bolivia y presidente de la Fundación Inca Kola en Perú, Presidente de Amcham Bolivia, miembro del Directorio AMCHAM Perú, Director fundador de la Asociación Perú Vive Bien, Director de Comex Perú. Director de PERÚ 2021. No tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de Directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp S.A.A.

La estructura de la alta gerencia de la sociedad se encuentra conformada por 9 personas y es la siguiente:

Nombre	Cargo
Álvaro Correa Malachowski	Gerente General a partir del 1 de marzo de 2024
Manuel Enrique Romero Valdez	Vicepresidente Corporativo de Finanzas y Transformación hasta el 1 de setiembre de 2024. Gerente General Adjunto hasta el 31 de diciembre de 2024.
Luis Banchero Picasso	Vicepresidente de Finanzas y Transformación a partir del 2 de setiembre de 2024
Aldo Manfredo Hidalgo Mouchard	Vicepresidente Comercial Consumo Masivo Perú y Centro de Excelencia Comercial
Álvaro Rojas Miró Quesada	Vicepresidente de Marketing Consumo Masivo Perú y Centro de Excelencia de Marketing
Javier Martín Rota Baguer	Vicepresidente de Bolivia y Negocios Internacionales
Luis Enrique Estrada Rondón	Vicepresidente de Alicorp Soluciones, Molienda y Materias Primas.
Paola Virginia Ruchman Lazo	Vicepresidente Corporativo de Recursos Humanos y Chief of Staff del CEO.
Magdalena Sofía Morales Valentín	Vicepresidente de Asuntos Corporativos

Álvaro Correa Malachowski

Gerente General de la compañía desde el 1 de marzo de 2024. Ha sido Gerente General Adjunto de Credicorp Ltd., Gerente General de Pacífico Seguros y de Atlantic Security Bank. Asimismo, fue CFO de Credicorp Ltd. y del Banco de Crédito del Perú. Ha sido Presidente del Directorio de Prima AFP y de Cosapi, también ha sido miembro del Directorio de Credicorp Capital, Grupo EFE y del Comité Ejecutivo de CONFIEP. Es ingeniero industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú y cuenta con un MBA por Harvard Business School.

Manuel Enrique Romero Valdez

Vicepresidente corporativo de Finanzas desde el 1 de enero de 2022 hasta el 30 de abril de 2022. Vicepresidente corporativo de Finanzas y Transformación desde el 1 de mayo de 2022. Gerente general adjunto desde el 1 de septiembre de 2023 hasta el 29 de febrero de 2024. Inició su carrera en Credit Suisse, tanto en Lima como Nueva York. Luego, asumió el rol de Head of M&A en GRIO S.A. Posteriormente, se desempeñó como vicepresidente de Finanzas, IT & Business Development en Primax Colombia S.A. Es director de Corporación Primax S.A. Egresado de Economía e Ingeniería Mecánica del MIT y cuenta con un MBA de Stanford School of Business.

Luis Banchero Picasso

Vicepresidente de Finanzas y Transformación de Alicorp desde el 2 de setiembre del 2024. Cuenta con más de 15 años de experiencia en empresas como Credicorp Ltd, Advent International, Hochschild Mining, y Citigroup, siendo la más reciente Apolo Capital, donde ha desempeñado el rol de gerente general desde el 2018 hasta el 31 de agosto de 2024. Ha liderado diversos equipos de inversiones y estrategia enfocado en el crecimiento de largo plazo. Es economista por la Universidad del Pacífico y cuenta con un MBA de Stanford School of Business.

Aldo Manfredo Hidalgo Mouchard

Vicepresidente comercial de Consumo Masivo Perú y Centro de Excelencia Comercial desde el 1 de junio de 2023. Ingresó a la compañía en el 2017 y ha sido gerente general en Global Alimentos S.A.C. y country manager en las operaciones de Brasil y Argentina. Ha ocupado diversos roles de gerencia y dirección comercial en empresas como ABI Inbev, Millicom International Cellular, entre otras. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima y cuenta con un MBA de la Escuela de Negocios de Sao Paulo (BSP) de Brasil.

Alvaro Rojas Miró Quesada

Vicepresidente de Marketing Consumo Masivo Perú y Centro de Excelencia de Marketing desde el 1 junio de 2023. Inició su carrera en la compañía como jefe de Marca en el 2007 y ha venido liderando diversos equipos de marketing hasta ser nombrado director del Negocio de Oleaginosos en el 2015. Luego, en el 2017, asumió un nuevo reto como director de Negocios en Brasil y en el 2018 asumió el cargo de director de marketing de la Plataforma de Alimentos del Negocio de Consumo Masivo Perú. En el 2019 lideró el área de Innovación Corporativa. En el 2021, asumió como director regional de marketing para Consumo Masivo, liderando la gestión marcaria en Perú, Bolivia y Ecuador. Es administrador por la Universidad de Lima, cuenta con una especialización en Marketing por la Universidad de Stanford y con un MBA por la EGADE Business School del Tecnológico de Monterrey.

Javier Martín Rota Baguer

Vicepresidente de Bolivia y Negocios Internacionales desde el 1 de junio de 2023. En 2003 llegó a la compañía donde se desarrolló como jefe y luego gerente de Marca. En 2013 fue designado gerente de Marketing y ese mismo año se convirtió en director de dicha área, cargo que desempeñó hasta 2018, cuando fue nombrado director de Negocio para el Cono Sur, liderando el equipo en Argentina. En 2019 regresó a Perú para asumir el liderazgo de Intradevco Industrial S.A. cuando fue adquirida por Alicorp S.A.A. y desde 2020 venía desempeñándose como managing director de la Unidad de Negocio de Cuidado del Hogar, llevando a cabo exitosas iniciativas de posicionamiento de marcas líderes como Bolívar, Sapolio y Opal, hasta que fue designado country manager de Bolivia en septiembre de 2021. Es ingeniero industrial por la Universidad de Lima; cuenta con un MBA de la EGADE y cursó un programa ejecutivo de negocios en la Universidad de Stanford.

Luis Enrique Estrada Rondón

Vicepresidente corporativo de Materias Primas desde mayo del 2017 hasta el 14 de julio de 2020. Vicepresidente de Negocio B2B y Materias Primas desde el 15 de julio de 2020 hasta el 4 de julio de 2021. Vicepresidente de Alicorp Soluciones, Molienda y Materias Primas desde el 5 de julio de 2021. Ha sido *Customer Price Risk Management Leader* para América del Sur en Cargill donde era responsable por los servicios de administración de riesgo para América del Sur y México. Grado de bachiller y título profesional de economista de la Universidad de Lima.

Paola Virginia Ruchman Lazo

Gerente corporativo de Investigación de Mercado y director de Conocimiento del Consumidor desde 2007. Vicepresidente corporativo de Recursos Humanos desde agosto 2013 hasta el 14 de Julio de 2020. Vicepresidente corporativo de Recursos Humanos y Chief of Staff del CEO desde el 15 de julio de 2020. Grado de bachiller en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico y Masters of Arts Communication Management, University of Southern California.

Magdalena Sofía Morales Valentín

Vicepresidente de Asuntos Corporativos desde febrero de 2018. Anteriormente ha sido directora senior de Asuntos Corporativos en LLYC, una consultora líder en Latinoamérica, España y Portugal en la gestión reputacional, comunicación y relaciones públicas. Previamente, fue parte del equipo de Backus - AB Inbev por 25 años donde supervisó las estrategias de sostenibilidad, reputación y asuntos corporativos. Adicionalmente, lideró la Fundación Backus, implementando la estrategia de inversión social de la compañía. Es licenciada en Educación de la Pontificia Universidad Católica del Perú y cuenta con una especialización en Gestión Empresarial de la Universidad Politécnica de Cataluña y una especialización en Marketing de la Universidad de Piura.

Vinculación entre miembros del Directorio y la Plana Gerencial

Dionisio Romero Paoletti
Pariente consanguíneo en 4° grado con Luis Romero Belismelis, y con Calixto Romero Guzmán, en 5° grado con Manuel Enrique Romero Valdez y en 6° grado con José Antonio Onrubia Holder.

Calixto Romero Guzmán
Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti y con Luis Romero Belismelis, en 5° grado con Manuel Enrique Romero Valdez y en 6° grado con José Antonio Onrubia Holder.

Luis Enrique Romero Belismelis
Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti y con Calixto Romero Guzmán. y pariente consanguíneo en 1° grado con Manuel Enrique Romero Valdez y en 6° grado con José Antonio Onrubia Holder.

José Antonio Onrubia Holder
Pariente consanguíneo en 6° grado con Dionisio Romero Paoletti, Calixto Romero Guzmán y Luis Enrique Romero Belismelis y en 7° grado con Manuel Enrique Romero Valdez

Manuel Enrique Romero Valdez
Pariente consanguíneo en 1° grado con Luis Enrique Romero Belismelis, en 5° grado con Dionisio Romero Paoletti y con Calixto Romero Guzmán y en 7° grado con José Antonio Onrubia Holder.

Vinculación entre miembros del directorio, plana gerencial y los accionistas principales de Alicorp

Los señores Dionisio Romero Paoletti, Luis Enrique Romero Belismelis y José Antonio Onrubia Holder son miembros del Directorio de Grupo Piurano de Inversiones S.A.

Los señores Dionisio Romero Paoletti, Luis Enri que Romero Belismelis, Calixto Romero Guzmán y José Antonio Onrubia Holder son miembros del Directorio de Inversiones Piuranas S.A.

Directores Independientes

Los directores independientes de Alicorp S.A.A. son los siguientes:

Lieneke María Schol Calle
Luis Julián Martín Carranza Ugarte
Jorge Edmundo Humberto Zogbi Nogales

SECCIÓN III

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2024
(en miles de soles)

Resultado de Operaciones

En el año 2024 la utilidad neta consolidada de Alicorp S.A.A. y subsidiarias ha presentado un aumento significativo, pasando de S/195,935 (1.8% de las ventas netas en el año 2023) a S/350,460 (3.3 % de las ventas netas en el año 2024); debido principalmente al resultado neto del negocio de consumo masivo, que pasó de una utilidad neta de S/180,166 en el 2023 a S/444,196 en el 2024. De esta forma, la utilidad por acción aumentó de S/0.24 en el 2023 a S/0.46 en el 2024.

Operaciones Continuas

El resultado de las operaciones continuas en el año 2024 fue una utilidad neta de S/546,010 (5.2% de las ventas netas), 85.7% mayor a la utilidad neta del año 2023 que fue de S/293,984 (2.7% de las ventas netas).

Las ventas netas durante el año 2024 alcanzaron S/10,598,328, importe menor al obtenido en el año 2023, donde fueron S/11,039,113, explicado por el menor volumen vendido en los negocios de Acuicultura y Negocios Internacionales.

Las ventas internacionales alcanzaron los S/4,099,425, disminuyendo en 10.0% con respecto al año 2023. Al cierre del año 2024, las ventas internacionales representan el 38.7% de las ventas consolidadas totales de Alicorp y subsidiarias (41.3% en el 2023).

Con respecto a la utilidad bruta, esta aumentó 20.8%, alcanzando en el año 2024 un importe de S/2,864,867 en comparación con los S/2,372,478 del año 2023. Asimismo, el margen bruto creció en 5.5 p.p., de 21.5% en el año 2023 a 27.0% en el año 2024; principalmente explicado por el desempeño de los negocios de Consumo Masivo Perú, B2B y Negocios Internacionales. Este impacto fue parcialmente compensado por el negocio de Acuicultura, cuya utilidad bruta se redujo en 8.6%.

La utilidad operativa en el 2024 fue de S/1,076,315 (10.2% de las ventas netas), mayor a la obtenida en el año 2023, la cual fue de S/780,368 (7.1% de las ventas netas). El aumento de S/295,947 se debe principalmente a una mayor utilidad bruta contrarrestado parcialmente con mayores gastos operativos y gastos diversos, neto. En relación con los gastos operativos, los gastos administrativos, de ventas y distribución aumentaron en S/139,646, debido principalmente a: (i) mayores gastos de personal de S/61,870 principalmente por gastos de reestructuración y mayor participación de trabajadores, (ii) un mayor gasto de servicios prestados por terceros y de tributos por S/31,334 y S/20,507, respectivamente; y (iii) mayor deterioro de las cuentas por cobrar de S/19,451. Los gastos diversos netos aumentaron en S/62,019, debido principalmente a: (i) mayor gasto por deterioro de activos de larga vida de S/94,100, principalmente por el deterioro de la plusvalía y la marca asociada al negocio de alimento para peces; el cual es compensado con (ii) menor gasto de retenciones por impuesto a la renta de no domiciliados de S/7,591, (iii) menores pérdidas por siniestros de S/8,317; y (iv) menor pérdida por baja de activos de S/7,618.

En relación con los resultados no operativos, los gastos financieros netos disminuyeron en S/51,467 debido principalmente a: (i) mayores ingresos de intereses por depósitos bancarios de S/39,493 y (ii) menores gastos financieros de S/7,365. En el 2024, se obtuvo una pérdida por diferencia de cambio de S/9,313, mientras que en el 2023 fue una ganancia de S/3,039.

Operaciones discontinuas

El resultado de las operaciones discontinuas en el año 2024 fue una pérdida neta de S/195,550, mientras que la pérdida neta en el año 2023 fue de S/98,049. La variación corresponde principalmente al resultado obtenido en el año corriente por la venta del negocio de Molienda.

Con fecha 19 de julio de 2024, la compañía anunció que sus subsidiarias Alicorp Inversiones S.A. y Alicorp Holdco España S.L., suscribieron con ASAI Capital Holdings Ltd., un contrato de compraventa sobre el íntegro de las acciones que mantienen en Industrias de Aceite S.A. (incluida su subsidiaria R. Trading S.A.). Con esta operación, la compañía vendió el negocio de Molienda, el cual realizaba operaciones principalmente en Bolivia y Uruguay. El cierre de la operación se realizó el 4 de noviembre de 2024. El resultado neto de la transacción asciende a una pérdida de S/210,189 aproximadamente (el importe incluye la reclasificación de la ganancia por el efecto de traslación acumulado por S/39,291)

Situación financiera

El capital de trabajo al 31 de diciembre de 2024 disminuyó en 104.0%, de S/832,314 a diciembre de 2023 a S/ (33,346) a diciembre de 2024, debido principalmente a la disminución de S/869,867 en el total de activos corrientes. Esta disminución se explica principalmente por un menor inventario de S/1,069,167 debido a la venta del negocio de Molienda, compensado con un mayor efectivo de S/489,821, En términos de liquidez, la ratio corriente disminuyó de 1.16 en 2023 a 0.99 en 2024. Asimismo, la ratio de apalancamiento a diciembre de 2024 fue 4.43, mayor al de diciembre de 2023 que fue de 3.50; debido principalmente a un menor patrimonio.

El patrimonio disminuyó en S/615,817 (-21.5%), de S/2,868,205 al 31 de diciembre de 2023 a S/2,252,388 al 31 de diciembre de 2024. Esta variación se debe principalmente a: (i) programa de recompra de acciones; y (ii) reducción del capital social aprobadas durante las Juntas de Accionistas de marzo y agosto 2024, ambos efectos compensados con (iii) la ganancia neta del año, la cual fue de S/350,460.

Alicorp y sus subsidiarias generaron en el año 2024 un flujo de efectivo operativo de S/2,263,498, mayor en S/744,740 al flujo generado en el año 2023. La posición de efectivo de la compañía cerró en S/1,983,599 al 31 de diciembre de 2024.

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

Estado Consolidado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Activo		
Activo corriente		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1,983,599	1,493,778
Cuentas por cobrar comerciales, neto	1,194,090	1,151,865
Fondos de garantía para operaciones con derivados	2,322	15,239
Otras cuentas por cobrar,neto	458,105	578,623
Anticipos a proveedores	49,401	162,289
Instrumentos financieros derivados	28,722	62,985
Activos por impuestos a las ganancias	49,570	82,005
Inventarios, neto	1,382,075	2,451,242
Otros activos no financieros	33,424	53,187
Activos clasificados como mantenidos para la venta, neto	1,696	1,658
Total activo corriente	5,183,004	6,052,871
Activo no corriente		
Otras cuentas por cobrar, neto	348,760	501,829
Otros activos financieros	1,709	4,566
Activos por impuestos a las ganancias	1,250	-
Propiedades, planta y equipo, neto	3,178,008	3,271,616
Activos intangibles, neto	1,543,446	1,486,686
Activos por derecho en uso, neto	187,042	225,387
Activo por impuesto a las ganancias diferido	154,445	140,102
Plusvalía, neto	1,633,876	1,234,310
Total activo no corriente	7,048,536	6,864,496
Total activo	12,231,540	12,917,367

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

Estado Consolidado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Pasivo y patrimonio neto		
Pasivo corriente		
Otros pasivos financieros	1,045,719	890,677
Cuentas por pagar comerciales	3,493,109	3,080,228
Otras cuentas por pagar	258,341	922,405
Ingresos diferidos	547	2,763
Beneficios a los empleados	263,410	206,433
Instrumentos financieros derivados	18,953	39,307
Pasivos por impuestos a las ganancias	106,061	48,815
Provisiones	30,210	29,929
Total pasivo corriente	5,216,350	5,220,557
Pasivo no corriente		
Otros pasivos financieros	4,071,538	4,157,338
Instrumentos financieros derivados	1,058	7,033
Otras cuentas por pagar	99,769	1,103
Ingresos diferidos	-	31
Beneficios a los empleados	25,175	27,158
Provisiones	10,900	54,530
Pasivo por impuesto a las ganancias diferido	554,362	581,412
Total pasivo no corriente	4,762,802	4,828,605
Total pasivo	9,979,152	10,049,162
Patrimonio		
Capital emitido	686,226	847,192
Acciones de inversión	7,388	7,388
Acciones Propias en Cartera	(68,608)	(84,719)
Otras reservas de capital	184,211	172,760
Resultados acumulados	1,064,588	1,550,862
Otras reservas de patrimonio	285,636	318,937
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	2,159,441	2,812,420
Participaciones no controladoras	92,947	55,785
Total patrimonio	2,252,388	2,868,205
Total pasivo y patrimonio	12,231,540	12,917,367

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(en miles de soles)

	31/12/2024 S/ 000	31/12/2023 S/ 000
Ingresos operativos	10,598,328	11,039,113
% de aumento	-4.0%	
Ganancia operativa	1,076,315	780,368
% de los ingresos	10.2%	7.1%
Ganancia neta del ejercicio de Operaciones continuas	546,010	293,984
% de los ingresos	5.2%	2.7%
Pérdida neta del ejercicio de Operaciones discontinuadas	(195,550)	(98,049)
% de los ingresos	-1.8%	-0.9%
Ganancia neta del ejercicio	350,460	195,935
% de los ingresos	3.3%	1.8%

ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

Estado Consolidado de Resultados
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Operaciones Continuas		
Ventas a terceros	10,576,239	11,007,120
Ventas a partes relacionadas	22,089	31,993
Total ingresos netos de actividades ordinarias	10,598,328	11,039,113
Costo de ventas	(7,733,461)	(8,666,635)
Utilidad bruta	2,864,867	2,372,478
Gastos de ventas y distribución	(834,830)	(808,485)
Gastos administrativos	(846,619)	(733,318)
Resultado de operaciones con derivados de materias primas	2,780	(2,443)
Otros ingresos	30,650	30,708
Otros gastos	(140,533)	(78,572)
Utilidad de operación	1,076,315	780,368
Ingresos financieros	76,433	32,331
Gastos financieros	(341,173)	(348,538)
Diferencias de cambio, neto	(9,313)	3,039
Utilidad antes del impuesto a las ganancias por operaciones continuas	802,262	467,200
Gasto por impuesto a las ganancias	(256,252)	(173,216)
Utilidad neta por operaciones continuas	546,010	293,984
Operaciones discontinuadas		
Pérdida después de impuestos a las ganancias por operaciones discontinuadas	(195,550)	(98,049)
Utilidad neta	350,460	195,935
Atribuible a:		
Propietarios de la controladora	341,940	188,369
Participaciones no controladoras	8,520	7,566
Utilidad neta	350,460	195,935
Utilidad (Pérdida) neta por acción		
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión de operaciones continuas (S/)	0.73	0.37
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión de operaciones discontinuadas (S/)	(0.26)	(0.13)

INDICADORES FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	31/12/2024	31/12/2023
Índices de líquidez		
Prueba corriente	0.99	1.16
Prueba ácida	0.72	0.68
Índices de gestión		
Margen bruto	0.27	0.21
Margen operativo	0.10	0.07
Índices de solvencia		
Endeudamiento Patrimonial	4.43	3.50
Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo	1.50	1.48
Índices de rentabilidad		
Rentabilidad neta sobre patrimonio	0.16	0.07
Rentabilidad neta sobre ingresos	0.03	0.02

Prueba corriente	*Total activos corrientes / Total pasivos corrientes*
Prueba ácida	*Total activos corrientes - inventarios – otros activos no financieros – activos clasificados como mantenidos para la venta, neto / Total pasivos corrientes*
Margen bruto	*Utilidad bruta / Ventas a terceros + Ventas a partes relacionadas*
Margen operativo	*Utilidad operativa / Ventas a terceros + Ventas a partes relacionadas*
Endeudamiento patrimonial	*Total pasivos / Total patrimonio*
Endeudamiento largo plazo / Activo fijo	*Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto*
Rentabilidad neta sobre patrimonio	*Utilidad neta del ejercicio / Total patrimonio*
Rentabilidad neta sobre ventas	*Utilidad neta del ejercicio / Venta terceros + Ventas a partes relacionadas*

A continuación, se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de Alicorp y subsidiarias entre el año terminado el 31 de diciembre de 2024 con respecto al año terminado el 31 de diciembre de 2023, expresados en miles de soles.

Operaciones continuas

Ventas netas
Entre los años 2023 y 2024, las ventas netas disminuyeron de S/11,039,113 a S/10,598,328, lo que significa un decrecimiento de 4.0%.

Utilidad bruta

Entre los años 2023 y 2024, la utilidad bruta aumentó de S/2,372,478 a S/2,864,867, lo que significa un incremento de 20.8%. El margen bruto creció en 5.5 p.p., de 21.5% en el año 2023 a 27.0% en el año 2024; principalmente explicado por el desempeño de los negocios de Consumo Masivo Perú, B2B y Negocios Internacionales.

Utilidad operativa

Entre los años 2023 y 2024 la utilidad operativa aumentó de S/780,368 a S/1,076,315. Este aumento de 37.9% se debe a una mayor utilidad bruta, compensado con los mayores gastos operativos y gastos diversos, neto. Los gastos de ventas y distribución, y los gastos administrativos aumentaron en S/139,646, principalmente por aumento en los gastos de personal, servicios prestados por terceros, tributos y deterioro de cuentas por cobrar comerciales. Los otros gastos, neto aumentaron en S/62,019, principalmente por el reconocimiento de deterioros a los activos de larga vida. El margen operativo aumentó comparado con el ejercicio anterior, siendo 10.2% en el año 2024 y 7.1% en el año 2023.

Ingresos financieros, gastos financieros y diferencia de cambio, neto

Los gastos financieros netos disminuyeron en S/51,467 debido principalmente a: (i) mayores ingresos de intereses por depósitos bancarios de S/39,493 y (ii) menores gastos financieros de S/7,365. En el 2024, se tuvo una pérdida por diferencia de cambio de S/9,313, mientras que en el 2023 fue una ganancia de S/3,039.

Operaciones discontinuas

El resultado de las operaciones discontinuas en el año 2024 fue una pérdida neta de S/195,550, mientras que la pérdida neta en el año 2023 fue de S/98,049. En el año 2024, el resultado está asociado con la salida del negocio de Molienda, y de la línea de negocio de caramelos y chocolates.

ALICORP S.A.A.

RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2024
(en miles de soles)

Resultado de Operaciones

En el 2024, Alicorp S.A.A. presenta un aumento significativo de S/153,571 en la utilidad neta, pasando de S/188,369 (2.8% de las ventas netas en el año 2023) a S/341,940 (5.4% de las ventas netas en el año 2024); debido principalmente al aumento de la utilidad bruta de S/380,123. De esta forma, la utilidad por acción aumentó de S/0.24 en el 2023 a S/0.46 en el 2024.

Operaciones continuas

Las ventas netas durante el año 2024 ascienden a S/6,370,885, importe menor al obtenido en el año 2023 donde fueron S/6,654,344. Las menores ventas se explican principalmente por un efecto de precio sobre el volumen vendido en B2B y un efecto de menor volumen en Consumo Masivo.

Las exportaciones en el año 2024 alcanzaron S/273,732, menor a los S/399,381 del año 2023. En los años 2024 y 2023, las exportaciones representaron el 4.3% y 6.0% de las ventas netas, respectivamente. La compañía exportó principalmente a Bolivia, Ecuador, Chile, USA, Centroamérica, Colombia y Uruguay.

Con respecto a la utilidad bruta, esta aumentó en 23.9%, alcanzando en el año 2024 un importe de S/1,971,348 en comparación con los S/1,591,225 obtenido en el año 2023. A pesar de las menores ventas, la mayor utilidad bruta se debió a las acciones estratégicas tomadas en los negocios de Consumo Masivo y B2B. En Consumo Masivo el enfoque estuvo en continuar teniendo un mix de volumen principalmente en las marcas de mayor valor en el canal tradicional. En el caso de B2B el incremento de la utilidad bruta está impulsado principalmente por el desempeño de la plataforma de Gastronomía, así como por el crecimiento de Panificación y Limpieza. El margen bruto aumentó 7.0 p.p., de 23.9% en el año 2023 a 30.9% en el año 2024.

La utilidad operativa en 2024 fue S/813,366 (12.8% de las ventas netas), mayor a la obtenida en el año 2023, la cual fue S/521,735 (7.8% de las ventas netas). Este crecimiento está relacionado con la mayor utilidad bruta compensado principalmente con el aumento de gastos de ventas y distribución, y gastos administrativos en S/30,849 y S/71,495, respectivamente. Ambos conceptos se incrementaron por mayores gastos de personal, servicios prestados por terceros y depreciación.

En relación con los resultados no operativos, los gastos financieros netos disminuyeron en S/49,579 debido principalmente a menores costos de derivados de tipo de cambio y tasa de interés por S/49,530. La ganancia por la participación en los resultados netos de subsidiarias y asociada aumentó en S/5,493. La pérdida por diferencia de cambio, neta, aumentó en S/3,133.

Operaciones discontinuas

El resultado de las operaciones discontinuas en el año 2024 fue una pérdida neta de S/195,550, mientras que la pérdida neta en el año 2023 fue de S/98,049.

Situación financiera

El capital de trabajo negativo aumentó en 23.9%, de S/2,270,287 a diciembre 2023 a S/2,812,372 a diciembre 2024 debido principalmente al aumento de las cuentas por pagar comerciales, los otros pasivos financieros y al pasivo por impuesto a las ganancias, y disminución del inventario; efectos compensados con la disminución de las cuentas por pagar a partes relacionadas. En términos de liquidez, la ratio corriente disminuyó de 0.43 en diciembre de 2023 a 0.35 en diciembre de 2024.

Asimismo, la ratio de apalancamiento a diciembre de 2024 fue de 3.16, mayor al de diciembre de 2023 que fue de 2.27.

El patrimonio disminuyó en S/652,979 (-23.2%), de S/2,812,420 al 31 de diciembre de 2023 a S/2,159,441 al 31 de diciembre de 2024. Esta variación se debe principalmente a: (i) programa de recompra de acciones; y (ii) reducción del capital social aprobadas durante las Juntas de Accionistas de marzo y agosto 2024; compensado con (iii) la ganancia neta del año, la cual fue de S/341,940.

Alicorp generó un flujo de efectivo operativo de S/1,554,581, mayor al generado en el año 2023 que fue de S/281,801; debido principalmente a menores pagos a proveedores de bienes y servicios. La posición de efectivo de la Compañía cerró en S/261,206 al 31 de diciembre de 2024.

ALICORP S.A.A.
Estado Separado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Activo		
Activo corriente		
Efectivo y equivalentes al efectivo	261,206	486,255
Cuentas por cobrar comerciales, neto	529,893	418,634
Otras cuentas por cobrar,neto	10,163	10,774
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	99,109	81,691
Anticipos a proveedores	2,391	9,462
Instrumentos financieros derivados	12,491	8,680
Inventarios, neto	548,803	648,489
Otros activos no financieros	20,007	23,493
Total activo corriente	**1,484,063**	**1,687,478**
Activo no corriente		
Otras cuentas por cobrar, neto	113,960	106,439
Cuentas por cobrar a relacionadas	2,300	2,768
Otros activos financieros	337	337
Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación	5,411,862	5,292,312
Propiedades, planta y equipo, neto	1,131,985	1,187,881
Activos intangibles, neto	521,258	550,318
Activos por derecho en uso, neto	146,428	193,282
Plusvalía, neto	169,693	169,693
Total activo no corriente	**7,497,823**	**7,503,030**
Total activo	**8,981,886**	**9,190,508**

ALICORP S.A.A.
Estado Separado de Situación Financiera
Al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Pasivo y patrimonio neto		
Pasivo corriente		
Otros pasivos financieros	610,163	429,469
Cuentas por pagar comerciales	3,328,653	2,541,771
Otras cuentas por pagar	49,399	146,137
Cuentas por pagar a partes relacionadas	13,515	680,101
Beneficios a los empleados	168,101	110,342
Instrumentos financieros derivados	5,773	23,264
Pasivos por impuestos a las ganancias	99,710	7,339
Provisiones	21,121	19,342
Total pasivo corriente	**4,296,435**	**3,957,765**
Pasivo no corriente		
Otros pasivos financieros	2,517,573	2,391,830
Otras cuentas por pagar	873	97
Pasivo por impuesto a las ganancias diferido	1,569	18,241
Provisiones	5,995	10,155
Total pasivo no corriente	**2,526,010**	**2,420,323**
Total pasivo	**6,822,445**	**6,378,088**
Patrimonio		
Capital emitido	686,226	847,192
Acciones de inversión	7,388	7,388
Acciones propias en cartera	(68,608)	(84,719)
Otras reservas de capital	184,211	172,760
Resultados acumulados	1,064,588	1,550,862
Otras reservas de patrimonio	285,636	318,937
Total patrimonio	**2,159,441**	**2,812,420**
Total pasivo y patrimonio	**8,981,886**	**9,190,508**

ESTADOS SEPARADOS DE RESULTADOS
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2024 y 2023
(en miles de soles)

	31/12/2024 S/ 000	31/12/2023 S/ 000
Ingresos operativos	6,370,885	6,654,344
% de aumento	-4.3%	
Ganancia operativa	813,366	521,735
% de los ingresos	12.8%	7.8%
Ganancia neta del ejercicio de Operaciones continuas	537,490	286,418
% de los ingresos	8.4%	4.3%
Pérdida neta del ejercicio de Operaciones discontinuadas	(195,550)	(98,049)
% de los ingresos	-3.1%	-1.5%
Ganancia neta del ejercicio	341,940	188,369
% de los ingresos	5.4%	2.8%

ALICORP S.A.A.

Estado Separado de Resultados
Por los años terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023
(En miles de soles)

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Operaciones Continuas		
Ventas a terceros	6,059,314	6,302,610
Ventas a partes relacionadas	311,571	351,734
Total ingresos netos de actividades ordinarias	6,370,885	6,654,344
Costo de ventas	(4,399,537)	(5,063,119)
Utilidad bruta	1,971,348	1,591,225
Gastos de ventas y distribución	(581,133)	(550,284)
Gastos administrativos	(595,318)	(523,823)
Resultado de operaciones con derivados de materias primas	(42)	(329)
Otros ingresos	61,168	44,899
Otros gastos	(42,657)	(39,953)
Utilidad de operación	813,366	521,735
Ingresos financieros	21,171	10,422
Gastos financieros	(254,437)	(293,267)
Diferencias de cambio, neto	(5,651)	(2,518)
Participación en los resultados netos y pérdida de la venta de subsidiarias y asociada	143,175	137,682
Utilidad antes del impuesto a las ganancias por operaciones continuas	717,624	374,054
Gasto por impuesto a las ganancias	(180,134)	(87,636)
Utilidad neta por operaciones continuas	537,490	286,418
Operaciones discontinuadas		
Pérdida después de impuestos a las ganancias por operaciones discontinuadas	(195,550)	(98,049)
Utilidad neta	341,940	188,369
Utilidad (Pérdida) neta por acción		
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión de operaciones continuas (S/)	0.73	0.37
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión de operaciones discontinuadas (S/)	(0.26)	(0.13)

INDICADORES FINANCIEROS SEPARADOS

	31/12/2024	31/12/2023
Índices de líquidez		
Prueba corriente	0.35	0.43
Prueba ácida	0.21	0.26
Índices de gestión		
Margen bruto	0.31	0.24
Margen operativo	0.13	0.08
Índices de solvencia		
Endeudamiento Patrimonial	3.16	2.27
Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo	2.23	2.04
Índices de rentabilidad		
Rentabilidad neta sobre patrimonio	0.25	0.10
Rentabilidad neta sobre ingresos	0.08	0.04

Prueba corriente	*Total activos corrientes / Total pasivos corrientes*
Prueba ácida	*Total activos corrientes - inventarios – otros activos no financieros – activos clasificados como mantenidos para la venta, neto / Total pasivos corrientes*
Margen bruto	*Utilidad bruta / Ventas a terceros + Ventas a partes relacionadas*
Margen operativo	*Utilidad operativa / Ventas a terceros + Ventas a partes relacionadas*
Endeudamiento patrimonial	*Total pasivos / Total patrimonio*
Endeudamiento largo plazo / Activo fijo	*Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto*
Rentabilidad neta sobre patrimonio	*Utilidad neta del ejercicio / Total patrimonio*
Rentabilidad neta sobre ventas	*Utilidad neta del ejercicio / Venta terceros + Ventas a partes relacionadas*

A continuación, se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de la empresa entre el año terminado el 31 de diciembre de 2024 con respecto al año terminado el 31 de diciembre de 2023, expresados en miles de soles.

Ventas totales

Entre los años 2023 y 2024, las ventas netas disminuyeron de S/6,654,344 a S/6,370,885, lo que significa una disminución de 4.3%.

Utilidad bruta

La utilidad bruta aumentó de S/1,591,225 en el 2023 a S/1,971,348 en el 2024, lo que significa un aumento de 23.9%. El margen bruto aumentó 7.0 p.p., de 23.9% en el año 2023 a 30.9% en el año 2024. La mayor utilidad bruta se debió principalmente a las estrategias desplegadas por los negocios de Consumo Masivo y B2B durante todo el año 2024 para crecer en rentabilidad.

Utilidad operativa

La utilidad operativa aumentó de S/521,735 en el 2023 a S/813,366 en el 2024. Este crecimiento se debe al aumento de la utilidad bruta compensado principalmente con el aumento de gastos de ventas y distribución, y gastos administrativos en S/30,849 y S/71,495, respectivamente. Ambos conceptos se incrementaron por mayores gastos de personal, servicios prestados por terceros y depreciación. El margen operativo aumentó 5.0 p.p., siendo 12.8% en el año 2024 y 7.8% en el año 2023.

Ingresos financieros, gastos financieros, diferencias de cambio, neto y participación en los resultados netos de subsidiarias y asociada

Entre los años 2023 y 2024, los gastos financieros netos disminuyeron en S/49,579, debido principalmente a menores costos de derivados de tipo de cambio y tasa de interés por S/49,530. La ganancia por la participación en los resultados netos de subsidiarias y asociada aumentó en S/5,493. La pérdida por diferencia de cambio, neta, aumentó en S/3,133.

Cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información financiera

A partir del 1ro de enero de 2014 el servicio de contabilidad empezó a formar parte de Alicorp S.A.A. actuando como contadora general, la señora Cecilia Casseas Pérez. Anteriormente la contabilidad estaba a cargo de la empresa Centro de Servicios Compartidos S.A. (PRIOX).

A partir del ejercicio 2024 se ha designado como auditores externos a la sociedad Tanaka, Valdivia & Asociados S. Civil de R.L., miembro de Ernst & Young Global, cuya opinión acerca de los estados financieros consolidados e individuales de Alicorp S.A.A., ha sido emitida sin salvedad.

Honorarios de auditoría

A continuación, se informa sobre los honorarios pagados y por pagar a Tanaka, Valdivia & Asociados S. Civil de R.L., miembro de Ernst & Young Global; y a Gaveglio, Aparicio y Asociados S.C.R.L. y a otras oficinas que forman parte de PwC a nivel global, por los servicios prestados a Alicorp S.A.A. y Subsidiarias durante los años 2024 y 2023, respectivamente:

	2024 S/ 000	2023 S/ 000
Auditoría externa	4,426	3,606
Otros honorarios	1,684	859
Total	**6,110**	**4,465**

SECCIÓN IV

INFORMACIÓN RELATIVA A LOS VALORES DE LA SOCIEDAD INSCRITOS EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL MERCADO DE VALORES

Al 31 de diciembre de 2024 la sociedad tenía inscritos los siguientes valores en el Registro Público del Mercado de Valores:

Acciones comunes

Las acciones representativas del capital social de la sociedad se encuentran inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores desde 1995. Al cierre del ejercicio 2024 la sociedad ha emitido 686’226,264 acciones comunes.

Acciones de inversión

Las acciones de inversión (antes acciones del trabajo) se encuentran inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores desde 1980. Al cierre del ejercicio 2024 la sociedad ha emitido 7,388,470 acciones de inversión.

Con relación a la variación de la cotización de las acciones comunes y de inversión en la Bolsa de Valores de Lima, esta evolucionó de la siguiente forma:

Renta Fija

Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	COTIZACIONES 2024				Precio Promedio
			Apertura %	Cierre %	Máxima %	Mínima %	%
PEP21400M106	ALIC1DBC1A	2024-01	100.0202	99.9828	100.0202	99.9828	100.0081
PEP21400M106	ALIC1DBC1A	2024-08	100.1687	100.1687	100.1687	100.1687	100.1687
PEP21400M114	ALIC1DBC3A	2024-02	104.7897	104.7897	104.7897	104.7897	104.7897
PEP21400M114	ALIC1DBC3A	2024-04	103.0184	103.0184	103.0184	103.0184	103.0184
PEP21400M114	ALIC1DBC3A	2024-12	108.4413	108.4346	108.4413	107.6579	107.9116
PEP21400VA32	ALIC1DCP3A	2024-03	95.8278	95.8278	95.8278	95.8278	95.8278
PEP21400VA32	ALIC1DCP3A	2024-09	98.8595	98.8595	98.8595	98.8595	98.8595
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-01	100.8476	101.6434	101.6434	100.8476	101.2814
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-02	102.4176	102.8877	102.8877	102.4176	102.6384
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-03	102.5168	102.2440	102.5168	102.2440	102.3119
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-04	101.9542	101.9542	101.9542	101.9542	101.9542
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-06	102.3990	102.3990	102.3990	102.3990	102.3990
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-09	104.7260	104.7260	104.7260	104.7260	104.7260
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-10	104.2753	104.2753	104.2753	104.2753	104.2753
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-11	104.0102	104.0531	104.0531	104.0102	104.0317
PEP21400M064	ALICO3BC2A	2024-12	103.9500	103.9500	103.9500	103.9500	103.9500

Renta Variable

Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	COTIZACIONES 2024 Apertura S/	Cierre S/	Máxima S/	Mínima S/	Precio Promedio S/
PEP214001005	ALICORC1	2024-01	6.25	6.50	6.50	6.15	6.36
PEP214001005	ALICORC1	2024-02	6.45	6.68	7.15	6.45	6.61
PEP214001005	ALICORC1	2024-03	6.70	6.30	7.00	6.30	6.95
PEP214001005	ALICORC1	2024-04	6.25	6.04	6.25	5.23	5.58
PEP214001005	ALICORC1	2024-05	6.10	6.20	6.90	6.10	6.78
PEP214001005	ALICORC1	2024-06	6.20	6.34	6.50	6.13	6.46
PEP214001005	ALICORC1	2024-07	6.30	6.65	6.76	6.20	6.56
PEP214001005	ALICORC1	2024-08	6.60	6.58	6.63	6.30	6.61
PEP214001005	ALICORC1	2024-09	6.60	6.75	6.75	6.45	6.65
PEP214001005	ALICORC1	2024-10	6.75	6.50	6.75	6.30	6.53
PEP214001005	ALICORC1	2024-11	6.60	6.55	6.75	6.47	6.73
PEP214001005	ALICORC1	2024-12	6.57	6.90	6.95	6.52	6.74
PEP214005006	ALICORI1	2024-01	-.-	-.-	-.-	-.-	3.60
PEP214005006	ALICORI1	2024-02	3.75	3.75	3.75	3.75	3.75
PEP214005006	ALICORI1	2024-03	3.75	3.60	3.81	3.60	3.71
PEP214005006	ALICORI1	2024-04	3.60	3.60	3.60	3.60	3.60
PEP214005006	ALICORI1	2024-05	3.65	3.85	3.85	3.65	3.77
PEP214005006	ALICORI1	2024-06	4.00	4.20	4.25	4.00	4.18
PEP214005006	ALICORI1	2024-07	4.20	4.20	4.20	4.20	4.20
PEP214005006	ALICORI1	2024-08	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
PEP214005006	ALICORI1	2024-09	4.00	4.00	4.00	3.99	3.99
PEP214005006	ALICORI1	2024-10	3.60	4.00	4.00	3.60	3.80
PEP214005006	ALICORI1	2024-11	-.-	-.-	-.-	-.-	4.00
PEP214005006	ALICORI1	2024-12	4.22	4.90	4.90	4.22	4.40

Bonos corporativos – Alicorp Tercer Programa

En diciembre del 2014, Alicorp colocó S/116 millones de bonos locales a 3 años. La emisión obtuvo una tasa de 4.96875% (spread de 79 puntos básicos sobre el soberano), representando la tasa más baja obtenida por un emisor corporativo durante el 2014. Este bono fue amortizado en una sola cuota en diciembre 2017.

En enero del 2015, Alicorp colocó S/500 millones de bonos locales a 15 años. Esta segunda emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 7.0%. A la fecha de la emisión, representó la más grande colocación en soles de un emisor corporativo en el mercado de capitales peruano. El bono se amortizará en 10 partes iguales a partir del 2025.

En marzo del 2016, Alicorp colocó S/70 millones de bonos locales a 3 años. Esta tercera emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 6.84375%. Este bono fue amortizado en una sola cuota en marzo de 2019. Asimismo, en la misma fecha, Alicorp colocó S/ 160 millones de bonos locales a 7 años. Esta cuarta emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp obtuvo una tasa de 7.81250%. Dicho bono fue amortizado en una sola cuota en el mes de marzo de 2023.

En julio del 2017, Alicorp colocó S/138.9 millones de bonos locales a 367 días. Esta quinta emisión del tercer programa de bonos corporativos de Alicorp se realizó bajo la par con un precio de colocación de 95.2345% (tasa de interés implícita: 4.90625%). El bono fue amortizado en una sola cuota en julio 2018.

Estas emisiones corresponden al Tercer Programa de Bonos Corporativos de Alicorp hasta por un monto máximo en circulación de S/1,000 millones, dirigido a restructurar pasivos de corto plazo. Asimismo, este programa mantiene actualmente una calificación de “AAA” de las clasificadoras Apoyo & Asociados Internacionales y Equilibrium Clasificadora de Riesgo.

Bonos corporativos e instrumentos de corto plazo – Alicorp – Primer Programa

En octubre de 2018, Alicorp colocó S/219.8 millones de bonos locales a 6 años. Esta primera emisión de bonos corporativos obtuvo una tasa de 6.50%. El bono se amortizará en su totalidad en la fecha de redención. Asimismo, en la misma fecha, Alicorp colocó S/150 millones de instrumentos de corto plazo a 360 días. Esta primera emisión de instrumentos de corto plazo se realizó bajo la par, con un precio de colocación de 95.9233% (tasa de interés implícita: 4.25%). Esta emisión de instrumentos de corto plazo fue amortizada en una sola cuota en octubre de 2019.

Con fecha 1 de septiembre de 2022, se inició una recompra en el mercado abierto por la primera emisión de bonos locales. En dicha fecha se adquirió S/ 10.5 millones del monto vigente, por lo que, luego de la recompra mencionada, el saldo de bonos vigentes en el mercado al 31 de diciembre de 2022 es de S/ 209.8 millones.

En diciembre de 2023, Alicorp colocó S/175.0 millones de bonos locales a 12 años. Esta tercera emisión de bonos corporativos obtuvo una tasa de 8.09375%. El bono se amortizará en su totalidad en el mes de diciembre de 2035. Asimismo, en diciembre de 2023, Alicorp colocó S/125.0 millones de instrumentos de corto plazo a 360 días. Esta tercera emisión de instrumentos de corto plazo se realizó bajo la par, con un precio de colocación de 94.0347% (tasa de interés implícita: 6.3438%).

Estas emisiones corresponden al Primer Programa de Bonos Corporativos e Instrumentos de Corto Plazo de Alicorp hasta por un monto máximo en circulación de S/1,500 millones, el cual tiene como finalidad sustituir o reestructurar pasivos y lo que sea regulado en los Prospectos Complementarios correspondientes a cada una de las emisiones. Asimismo, este programa mantiene actualmente una calificación de “AAA” / CP-1+ / EQL1+ de las clasificadoras Apoyo & Asociados Internacionales y Equilibrium Clasificadora de Riesgo.

Bono internacional – S/ 1,640 millones

En abril de 2019, Alicorp emitió un Bono Internacional bajo la Regla 144A y la Regulación S de la United States Securities Act de 1993. La emisión obtuvo el grado de inversión de las clasificadoras de riesgo internacionales Fitch Ratings (“BBB”), Moody´s (“Baa3”) y Standard & Poor’s (“BBB-”). El bono fue colocado por un monto en soles de S/ 1,640 millones con una tasa cupón de 6.875% nominal anual. Asimismo, la demanda alcanzó 3.3 veces el monto a emitir, resultando en el bono en soles más sobre - suscrito de la historia del Perú al momento de la emisión (con excepción de los bonos soberanos). El bono se amortizará en tres cuotas anuales de la siguiente manera: i) 33.33% en abril de 2025, ii) 33.33% en abril de 2026; y, iii) 33.34% en abril de 2027. Adicionalmente, los intereses se pagarán semestralmente hasta su vencimiento en abril de 2027.

Con fecha 30 de noviembre de 2021, se inició una recompra en mercado abierto por el bono internacional denominado ALIPE 6 7/8 04/17/27 bajo la regla 10b5-1 de los Estados Unidos de América.

Con fecha 17 de febrero de 2022, finalizó la recompra en mercado abierto con una adquisición de S/ 244.2 millones del monto principal de los Bonos. El monto remanente en el mercado es de S/ 1,395.8 millones.

Recompra de acciones comunes

Mediante Junta General de Accionistas celebrada con fecha 6 de Julio de 2022, se aprobó la recompra de acciones comunes bajo los alcances de lo dispuesto en el artículo 104° de la Ley General de Sociedades, esto es, la recompra de acciones de propia emisión, en una o más operaciones en el tiempo, a través de la Bolsa de Valores de Lima, para mantenerlas en cartera sin amortizarlas por el plazo máximo de dos años, con cargo a los resultados acumulados y hasta por un máximo del 10% del total de las acciones comunes emitidas por la sociedad.

Desde la fecha que se adoptó el acuerdo de recompra hasta el 30 de noviembre de 2022, Alicorp S.A.A. adquirió un total de 84,719,173 acciones comunes, que representan el 10% del total de acciones comunes emitidas.

En 2024 se aprobaron dos recompras de acciones en Junta de Accionistas. La primera fue aprobada en la junta del 16 de mayo de 2024 y se ejecutó entre mayo y junio, donde se recompraron 76,246,294 acciones. La segunda, fue aprobada en la Junta de Accionistas del 7 de agosto de 2024 y se ejecutó entre agosto y noviembre, donde se recompraron 68,607,529 acciones.