

**àlicorp**  
Memoria  
Conasev  
**2014**



## **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 2014.**

**El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2014. 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 y Resolución SMV N° 012-2014-SMV/01.**

<b>INDICE</b>	<b>PÁGINA</b>
<b>SECCION I</b>	
<b>DECLARACION DE RESPONSABILIDAD</b>	<b>3</b>
<b>SECCION II</b>	
<b>1. DATOS GENERALES</b>	<b>4</b>
<b>2. OPERACIONES Y DESARROLLO</b>	<b>10</b>
<b>3. PROCESOS LEGALES</b>	<b>25</b>
<b>4. DIRECTORIO Y GERENCIA</b>	<b>25</b>
<b>SECCION III</b>	
<b>RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y ESTADOS FINANCIEROS</b>	<b>29</b>
<b>SECCION IV</b>	
<b>INFORMACION RELATIVA A LOS VALORES</b>	<b>43</b>
<b>REPORTE SOBRE EL CUMPLIMIENTO DEL CODIGO DE BUEN GOBIERNO CORPORATIVO PARA LAS SOCIEDADES PERUANAS</b>	<b>46</b>

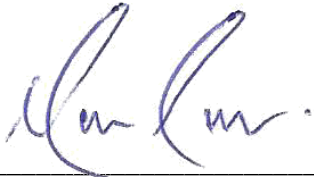
## **SECCION I**

### **DECLARACION DE RESPONSABILIDAD**

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Alicorp S.A.A. durante el año 2014. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable por su contenido conforme a los dispositivos aplicables.

**NOMBRE: Paolo Sacchi Giurato**

**FIRMA:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paolo Sacchi Giurato', is written over a horizontal line.

Callao, 27 de febrero de 2015

## SECCION 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, su fax 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 denominado Grupo Romero del cual forman parte las siguientes empresas:

##### ***Agencias Ransa S.A.***

Sociedad dedicada al negocio de Agencia de Aduanas y Embarques.

##### ***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 Argentina S.C.A.***

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal.

##### ***Alicorp Colombia S.A.***

Empresa ubicada en la República de Colombia dedicada principalmente a la industria, exportación, importación, distribución y comercialización de productos de consumo masivo.

##### ***Alicorp Ecuador S.A.***

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

##### ***Alicorp Holdco España S.L.***

Empresa ubicada en España dedicada 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.

##### ***Alicorp Inversiones S.A.***

Sociedad dedicada a desarrollar toda clase de inversiones en acciones en el Perú y en el extranjero.

***Alicorp San Juan S.A.***

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal y del hogar.

***Alicorp Uruguay S.R.L.***

Empresa ubicada en Uruguay dedicada principalmente a la comercialización de mercaderías y materias primas.

***Almacenera del Perú S.A.***

Sociedad dedicada al depósito, conservación y custodia de todo tipo de mercadería pudiendo realizar operaciones como Almacén General de Depósito, Terminal de Almacenamiento y/o Depósito Aduanero Autorizado dentro del marco de la Ley aplicable.

***Bioenergía del Chira S.A.***

La sociedad tiene por objeto dedicarse a la producción, generación y comercialización de energía a partir de biomasa (bagazo, hojas y cáscara de arroz).

***Compañía Almacenera S.A.***

Sociedad que opera como Almacén General de Depósito y Depósito Aduanero Autorizado.

***Corporación Pesquera Giuliana S.A.***

La sociedad tiene como objeto dedicarse a la extracción, procesamiento, y comercialización de recursos hidrobiológicos destinados al consumo humano directo o indirecto. También podrá dedicarse a la conservación, almacenamiento, congelado, transformación, industrialización y exportación de recursos hidrobiológicos para el consumo humano directo o indirecto, así como a la realización de cualquier otra actividad vinculada directa o indirectamente a la pesquería.

***Corporación Primax S.A.***

La sociedad tiene por objeto dedicarse a la tenencia y administración de acciones de diferentes empresas, tanto en el Perú como en el extranjero.

***Depósitos S.A. DEPSA***

El objeto social principal de la sociedad es dedicarse al negocio de depósitos y almacenaje en general y específicamente al de almacén general de depósito y al depósito aduanero autorizado, y por consiguiente al almacenamiento, acarreo, empaque, transporte, conservación, acondicionamiento y custodia de toda clase de mercaderías y productos de origen nacional y/o extranjero, siendo parte de su objeto la realización de todo tipo de actividades en operaciones y la prestación de todo tipo de servicios, conexos, anexos relacionados a los mencionados y demás operaciones anexas y conexas. Podrá asimismo emitir y expedir certificados de depósito y warrants, conforme a lo dispuesto por la legislación vigente sobre la materia.

***Frigoríficos Colombianos SAS***

Empresa ubicada en Colombia dedicada principalmente al procesamiento y conservación de carne, productos cárnicos, pescado, crustáceos, moluscos, frutas, hortalizas y legumbres, así como al procesamiento y conservación de alimentos que requieran mantenimiento de la cadena de frío.

***Global Alimentos S.A.C.***

Sociedad dedicada principalmente, a la fabricación, producción, importación, exportación, distribución, comercialización y representación de productos agroindustriales y productos alimenticios de consumo humano y animal.

***Grupo Piurano de Inversiones S.A.***

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

**Industrias Alicorp Do Brasil S.A.**

Empresa ubicada en Brasil dedicada principalmente a la industria y comercio de pastas, mezclas para tortas, chocolates en polvo y otros productos alimenticios a por mayor y menor, entre otros.

**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 principalmente a la industrialización de palma aceitera y de caña de azúcar.

**Industrias Teal S.A.**

Sociedad dedicada principalmente a la explotación de negocios de molinería, fabricación de fideos, galletas, panetones, caramelos y chocolates.

**Inversiones Logicorp S.A.**

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

**Inversiones Piuranas S.A.**

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

**Ítalo Manera S.A.**

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de pastas.

**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, burger, ciabatta, bollería, repostería y demás productos vinculados.

**Maray S.A.**

Sociedad dedicada principalmente a la administración de las acciones de su propiedad.

**Molinera Inca S.A.**

Sociedad dedicada principalmente a la actividad industrial de molienda de trigo, maíz y otros, transformación de sus derivados y subproductos, así como a la fabricación de galletas, bizcochos y similares, almacenamiento, distribución, representación y comercialización de los productos de su actividad industrial y de terceros.

**Nexo Lubricantes S.A.**

Sociedad dedicada a las operaciones de importación, exportación, distribución y comercialización de aceites lubricantes.

**Palmas del Espino S.A.**

Sociedad que se dedica al cultivo de palma aceitera y otros cultivos en la zona de la selva peruana.

**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.

**Pastas Especiales S.A.**

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de pastas.



***Pastificio Santa Amalía S.A.***

Empresa ubicada en Brasil dedicada principalmente a la elaboración y producción de pastas, productos de cuidado personal y del hogar, producción de galletas, gelatinas, chocolates y otros.

***Primax S.A.***

Sociedad dedicada a la importación, compra, venta, industrialización y distribución de petróleo y sus derivados. Para el desarrollo de su objetivo principal Primax S.A. efectúa todo tipo de actividades a nivel mayorista y minorista, incluyendo refinación, procesamiento y manufactura de hidrocarburos, almacenamiento y transporte de combustibles, líquidos y gas natural, y su comercialización a través de establecimientos de venta al público y estaciones de servicio que dicha actividad requiera.

***Primax Comercial del Ecuador S.A.***

Empresa ubicada en la República del Ecuador. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la venta al por menor de combustibles.

***Procesadora Torre Blanca S.A.***

Sociedad dedicada a la producción, enfriamiento de toda clase de productos alimenticios de origen vegetal, así como al procesamiento, selección, embalaje, envasado, enlatado, refrigeración, comercialización, almacenamiento y fumigación de frutas, verduras, pulpas y jugos y toda clase de productos alimenticios susceptibles de refrigeración, exportación de todos los productos procesados en su planta, así como todas las actividades permitidas por la ley de promoción agraria.

***R. Trading S.A.***

Sociedad dedicada principalmente a la comercialización, importación y exportación de aceites y granos en general, productos agrícolas, maquinarias y herramientas e instrumentos para toda actividad agrícola, productos agro industriales y especies similares, así como a la agricultura y agroindustria, en especial el cultivo de productos agroindustriales, cultivo de soya, palma aceitera, girasol, cocotero y frutales.

La sociedad también se dedica a la prestación de toda clase de servicios en general, en especial a los relacionados con productos agroindustriales y de cualquier otra actividad. Asimismo, a la importación, exportación, distribución, comercialización y compra venta de toda clase de materiales de construcción y ferretería en general.

***Ransa Comercial S.A.***

Sociedad que tiene como objetivo celebrar toda clase de actos y contratos civiles y comerciales sobre depósitos de su propiedad como almacenaje simple, depósito autorizado de aduana, operador de carga nacional e internacional. Además, brinda servicios de agencia marítima de primera clase y servicios de embarque, desembarque, trasbordo y movilización de carga además de la actividad terminal de almacenamiento.

La sociedad también se dedica a prestar servicios de transporte nacional e internacional de carga por carretera. Además, está dedicada a la producción de hielo, al enfriamiento y congelamiento de todo tipo de alimentos, al procesamiento y comercialización de productos alimenticios, a la exportación de todos los productos procesados en su planta y a la importación de todo tipo de productos que requieran de un proceso de refrigeración, así como la prestación de servicios de tratamiento y/o fumigación de productos agrícolas. Asimismo, la sociedad también brinda servicios de control, certificaciones, inspección, ajuste y recupero de toda clase de mercadería y carga en general.

***Salmofood S.A.***

Empresa ubicada en la República de Chile. La sociedad se dedica a la producción y comercialización de alimentos para peces.

***Sanford S.A.C.I.F.I y A.***

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de galletas.

**Santa Sofía Puertos S.A.**

Esta sociedad tiene como objeto dedicarse a las operaciones de recepción, despacho, avituallamiento de naves, transbordo, embarque y desembarque de pasajeros, estiba, desestiba, porteo y almacenaje de contenedores y mercaderías de las naves y descargas de mercaderías de las naves, trámites para operar embarcaciones de menor calado. En general dedicarse a todas las operaciones portuarias inherentes, conexas, afines y/o relacionadas con la actividad de agente general, agente portuario y agente marítimo de acuerdo con las disposiciones vigentes sin reserva ni limitación alguna. También es parte del objeto especial de la sociedad, dedicarse a la construcción, administración, operación, equipamientos y mantenimiento de puertos, terminales y muelles de cualquier tipo; prestar servicios de remolcadores y practica (piloto), sean marítimos, fluviales o lacustres; pudiendo para tal efecto, intervenir en todo tipo de licitaciones y contratos, incluidos los de privatización de empresas públicas. Asimismo, es objeto especial de la sociedad dedicarse como empresa de estiba y desestiba de puertos marítimos, fluviales o lacustres, en las faenas de embarque y desembarque, transbordo y movilización de carga en naves mercantes, de muelles a naves o viceversa y en bahía. Adicionalmente, es objeto de la sociedad la compra y venta de naves, así como su administración.

**Sucroalcolera del Chira S.A.**

Esta sociedad tiene como objeto dedicarse a la industrialización, fabricación y comercialización de azúcar, alcohol, etanol y cualquier otro derivado de la caña de azúcar.

**TVBC S.C.A.**

Empresa ubicada en la República de Argentina. La sociedad tiene por objeto dedicarse a la fabricación, comercialización y distribución de productos de aseo personal.

**Vitapro S.A.**

Sociedad dedicada principalmente 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 acuicultura; así como a la investigación científica y desarrollo tecnológico de la industria de dichos alimentos balanceados.

**Vitapro Ecuador Cia. Ltda.**

Empresa ubicada en la República del Ecuador, dedicada principalmente a 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.

**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 asciende a S/ 847,191,731.00, representado por 847,191,731 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 2014, la sociedad tiene creadas y emitidas las siguientes acciones:

Acciones Comunes	847,191,731
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 2014 con 1,531 accionistas comunes. Los accionistas que son titulares al 31 de diciembre de 2014 de más del 5% del capital suscrito y pagado de la sociedad son los siguientes:

Accionista	Saldo	(%)	Nacionalidad	Grupo Económico
BIRMINGHAM MERCHANT S.A.	93,547,435	11.04%	Panameña	-
AFP INTEGRAL S.A.	90,268,017	10.65%	Peruana	Grupo Inversiones Suramericana
PROFUTURO AFP	66,088,984	7.80%	Peruana	The Bank of Nova Scotia
GRUPO PIURANO DE INVERSIONES S.A.	66,001,799	7.79%	Peruana	Grupo Romero
PRIMA AFP S.A.	62,330,474	7.36%	Peruana	Credicorp Ltd.
ATLANTIC SECURITY BANK	46,761,267	5.52%	Gran Caimán	Credicorp Ltd.

### Acciones con derecho a voto

Tenencia	Número de Accionistas	Porcentaje de Participación
Menor al 1%	1,515	25.11
Entre 1% - 5%	10	24.73
Entre 5% - 10%	4	28.47
Mayor al 10%	2	21.69
<b>Total</b>	<b>1,531</b>	<b>100.00000</b>

### Acciones de inversión

Tenencia	Número de Accionistas	Porcentaje de Participación
Menor al 1%	1,544	62.9
Entre 1% - 5%	12	12.54
Entre 5% - 10%	1	5.27
Mayor al 10%	1	19.29
<b>Total</b>	<b>1,558</b>	<b>100.00000</b>

## 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. en la Bolsa de Valores de Lima.

Por Resolución CONASEV N° 364-95-EF/94.10 se autorizó la inscripción de las acciones de capital de Alicorp S.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 hasta por US\$ 450 millones 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 Resolución de Intendencia General de SMV N° 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 Nuevos 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. Asimismo, mediante la referida Resolución, se dispuso la inscripción de los valores denominados "Primera 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 Nuevos Soles), así como el registro del Complemento del Prospecto Marco en el 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 corresponde 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.

Constituye asimismo, 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.

También dedicarse a 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), a la empresa le corresponde el CIIU 1549.

### **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 de Anderson Clayton & Company, se dedicaba principalmente a la producción de aceites y grasas comestibles. En 1971, el Grupo Romero adquirió Anderson Clayton, y modificó su denominación social por la 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 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 y, Opal y Amigo en detergentes.

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

Con fecha 20 de octubre de 2006 la Compañía adquirió el 100% de las Acciones Clase B de Molinera Inca S.A., las cuales representan el 50% del capital social de esta 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 es propietaria del 100% de las Acciones Clase A de Molinera Inca S.A., las cuales representan 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 dedica a la producción y comercialización de helados, así como a la importación, exportación, fabricación y comercialización de todo tipo de bienes de consumo y de capital.

Con fecha 30 de mayo de 2008, la empresa adquirió el 100% de las acciones y/o participaciones de las empresas The Value Brands Company de Argentina S.C.A. (actualmente Alicorp Argentina S.C.A.), TVBC S.C.A., The Value Brands Company de San Juan S.A. (actualmente 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.

Las empresas argentinas adquiridas se dedican principalmente a la fabricación y comercialización de productos de cuidado personal y limpieza del hogar, con marcas que son líderes en las categorías en las que participa en el mercado argentino. Dichas empresas tienen plantas industriales en las provincias de San Juan y de Buenos Aires en Argentina.

Para efecto del pago del precio de venta de la adquisición, la empresa suscribió con el ABN AMRO Bank N.V, un contrato de préstamo por 60 millones de dólares.

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, cuya propiedad es 100% de 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 la actividades de procesamiento de aceite de pescado con Omega 3 ubicados en la Planta sita en del Fundo San Miguel ubicado 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 de dólares.

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., 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 "LIDER", "TRI-A", "CLAROL", "RICOMER", "NOR CHEF", "RICOTONA", "SABROPAN" "UCITO", "UCISOL", "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\$ 23'590,374.00.

Con fecha 27 de diciembre de 2012, la empresa subsidiaria Salmofood S.A., suscribió un contrato de préstamo con el JP Morgan Chase Bank N.A., por US\$ 40 millones denominado "Term Loan and Guaranty Agreement", el cual se encuentra garantizado por Alicorp S.A.A.

Con fecha 27 de diciembre de 2012 se firmó el contrato de compra venta 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 a la empresa INDUPARK S.A.C. 300,000 m2 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 Industrias Alicorp Do Brasil 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 brasileños.

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<sup>a</sup> y la Regulation 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\$ 36'725,624.

En el mes de 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. participa con el 75% del capital social y la empresa Naturpan S.A.C., participa con el 25% del capital social.

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

Con fecha 1° de mayo de 2014, Alicorp 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 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.

## 2.4. Descripción del Sector

Participación de mercado Alicorp en las categorías (%):	Total 2013	Total 2014
Aceites Domésticos *	50.6	50.2
Margarinas domésticas	59.4	63.7
Fideos **	49.5	49.8
Harinas Domésticas	42.7	40.8
Detergentes	55.6	55.7
Jabón de Lavar	76.7	78.5
Suavizantes	0.3	10.8
Galletas **	36.5	36.2
Panetones	6.5	8.9
Mayonesa ***	95.8	96.4
Ketchup ***	50.8	51.2
Picantes	99.3	99.2
Salsas roja ****	0.0	19.7
Refrescos en polvo (valor)	67.4	57.8
Gelatina (valor)	32.5	30.5
Mazamorra (valor)	72.8	82.4

Fuente: reportes expandidos por Alicorp en base a información del panel de hogares de Kantar World Panel Lima+13 ciudades, excepto Galletas con CCR. El share oficial de Galletas cambia a CCR, en el 2013 era reporte de embarques.

\* Aceites: no incluye maquilas de AASS. Incluye Ucisa en el 2013.

\*\* Fideos, Galletas y Panetones: Incluye Teal en el 2013 y 2014

\*\*\* Mayonesa y Ketchup: Incluye Incalsa en el 2013. Ketchup al Sem I'14 calculado.

\*\*\*\* Salsas rojas es al periodo acumulado Ene-Ago'14

La Compañía efectúa sus ventas principalmente en el mercado nacional; así también, exporta sus productos a Ecuador, Chile, Bolivia, Honduras, Haití, Panamá, Nicaragua, Colombia, Estados Unidos, Guatemala, Canadá, Costa Rica, Venezuela, Inglaterra, Japón, Brasil, República Dominicana, Países Bajos, Alemania, Australia, Sudáfrica, Italia y Francia. Al respecto, en los años 2014 y 2013, las exportaciones representaron 8.6% y 10.4% de sus ventas netas, respectivamente.

Por otro lado, durante el año 2014 el monto de las Ventas Internacionales Consolidadas se incrementó en S/.352,165 miles de nuevos soles o 16.9% con relación al año 2013, representando el 38.8% del total de Ventas Consolidadas. El crecimiento en mención se obtuvo principalmente en Ecuador, Argentina, Chile, Brasil y Bolivia.



## **Variables exógenas:**

- **Alta competitividad de la industria**

La compañía opera en una industria altamente competitiva. Debido a ello, compite en base a precio, innovación y calidad de producto, reconocimiento de marca, eficacia del marketing y capacidad para identificar y satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor. Los principales competidores regionales de Alicorp son: Mondelez, Unilever, Nestlé, Procter & Gamble y Carozzi.

En algunas ocasiones, es posible que la compañía reduzca precios en respuesta a la competencia y presiones de mercado para poder mantener su participación de mercado. Igualmente, estas presiones también pueden restringir la habilidad de la compañía para aumentar precios ante un incremento en los precios de commodities u otros costos. La utilidad operativa de la compañía se vería afectada si los márgenes se redujeran como consecuencia de una reducción de precios o un aumento de costos y; especialmente si no somos capaces de poder aumentar volumen de ventas para contrarrestar esta disminución en márgenes.

Si la compañía no es capaz de mantener o mejorar su propuesta de valor o imagen de sus marcas, podría tener un efecto material en su participación de mercado y rentabilidad. Es posible que la empresa tenga que aumentar sus gastos en publicidad, marketing e innovación de producto para proteger su participación de mercado o incrementarla. Si estos mayores gastos no logran mantener o aumentar la participación de mercado, ello podría resultar en una menor rentabilidad para la compañía.

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

Alicorp es uno de los principales compradores de materia primas como trigo, aceite crudo de soya, harina de pescado, aceites vegetales, entre otros. Además, utiliza grandes cantidades de plásticos y cartón para empacar sus productos, y gas natural para sus fábricas y almacenes. Los incrementos en precios y volatilidad de los commodities se dan por factores externos que no se pueden controlar como condiciones económicas, fluctuaciones monetarias, disponibilidad de suministro, clima, demanda y cambios en los programas agrícolas gubernamentales. A pesar de que la empresa monitorea constantemente su exposición al precios de los commodities, una continua volatilidad en los precio puede generar un incremento en los costos de los productos y la rentabilidad de la compañía podría disminuir. El trigo y el aceite crudo de soya son principales insumos para productos de la compañía, por lo que una variación de precio por cambios en políticas gubernamentales, regulación, condiciones del clima u otras circunstancias puede afectar significativamente en la compañía si no se logra incrementar precios o cubrir adecuadamente los cambios en los precios de estas materias primas.

## **2.5. Ventas**

Al 31 de diciembre de 2014, las ventas netas de la sociedad en miles de nuevos soles por segmentos de negocio respecto de los productos de mayor incidencia, fueron las siguientes:

### **Consolidadas**

	<b>2014</b>	<b>2013</b>
	<b>S/.000</b>	<b>S/.000</b>
Consumo Masivo	3,562,148	3,475,923
Productos Industriales	1,471,429	1,464,616
Nutrición Animal	1,248,388	877,684
Otros	1,030	74

## Individuales

	2014 S/.000	2013 S/.000
Consumo Masivo	2,287,283	2,146,078
Productos Industriales	1,405,008	1,356,364
Nutrición Animal	233,227	350,856
Otros	1,031	-

## 2.6. Descripción de la Competencia y Posicionamiento en la Industria

Al 31 de diciembre de 2014, la competencia que enfrentó la sociedad y su posicionamiento en la industria, fue la siguiente:

### Negocio de Consumo Masivo

#### Detergentes

En el 2014, Alicorp continúa fortaleciendo su liderazgo en la categoría y en Diciembre alcanza un nuevo record histórico de participación de mercado con 57.1%; abriendo una brecha de más de 20 puntos porcentuales versus el segundo del mercado, gracias a la correcta implementación de una clara estrategia de segmentación y un adecuado manejo del portafolio de marcas. Durante el año, se implementaron diversas iniciativas que mejoraron el nivel de competitividad de las principales marcas, posicionando a Alicorp como el líder de todos los segmentos de precio en los que participa. Entre las principales iniciativas destacan el lanzamiento de Bolivar Efecto renovador (Abr'14), lanzamiento de Opal 2 en 1 (Jul'14) y el relanzamiento de Marsella Max (Mar'14). Adicionalmente, Alicorp lideró cambios en la estrategia de precios de la categoría, logrando rentabilizar aún más el crecimiento de las marcas, sin perder competitividad.

Asimismo, Alicorp obtuvo un EFFIE ORO en la categoría Extensiones de Línea con el exitoso lanzamiento de Bolivar Matic.

#### Jabón de lavar

En la categoría de jabones de lavar, Alicorp mantiene su sólida posición de líder en la categoría y alcanza 78.5% de participación en el 2014, gracias a su estrategia de portafolio de marcas. Durante el año, la marca emblema Bolívar llevó a cabo su estrategia para incrementar la rentabilidad optimizando el tamaño y la forma de su jabón (Abr'14) e implementando incrementos de precios al consumidor (Jun'14). Asimismo, realizó el lanzamiento de la variedad Bolivar Antibacterial (Feb'14). Por otro lado, Jabón Marsella, 6.2% de participación en el año, continúa impactando el avance de Jabón Ace de P&G, quien cae a 4.5% a Diciembre'14. Jabón Trome logra 5.1% y finalmente, Jabón Jumbo completa el portafolio de marcas con 3% de la participación.

#### Suavizantes

En Abril del 2014, Alicorp ingresa a la categoría de suavizantes libre enjuague bajo la sólida marca Bolivar. A pesar de enfrentarse a un mercado difícil donde P&G y Colgate – Palmolive son los principales competidores; Bolivar alcanzó 14.9% a Diciembre 2014 gracias a su propuesta de valor diferenciada y una potente actividad de lanzamiento de producto.

#### Aceites Domésticos

Alicorp sostiene su sólido liderazgo en la categoría, alcanzando una participación de volumen de 53.7% a Diciembre'14. En share valor, Alicorp gana participación y alcanza 56.2%, al mismo periodo, principalmente por el buen desempeño de Primor y Cocinero este año. Los buenos

resultados fueron impulsados por Primor, marca líder del mercado que tuvo un año muy activo renovando sus empaques y lanzando la nueva variedad Primor Aceite de Oliva (Feb'14) para complementar el portafolio. Así, hacia el último trimestre del año, Primor inicia la campaña de comunicación "Primor, una familia que cuida tu familia" que comunica los beneficios de todas sus variedades en pro de la salud de las familias peruanas.

Finalmente, Cocinero continúa fortaleciéndose como la segunda marca del mercado con 13.2% y Capri, mantiene su liderazgo en el norte. Cil y Friol mantienen el liderazgo de Alicorp dentro del segmento económico.

### **Fideos**

Alicorp continúa fortaleciendo su liderazgo en la categoría y a Diciembre 2014 alcanza un nuevo record histórico de participación en volumen con 51.7%. Don Vittorio se mantiene un año más como la marca líder a nivel nacional. Además, la marca ingresa a categorías adyacentes con Don Vittorio Delidúo (Jul'14), pasta y salsa en un solo producto, y Don Vittorio Colección Maestra (Jul'14), pastas especializadas.

Nicolini mantiene su liderazgo en Cusco, y Lavaggi mantiene su fortaleza histórica en el Norte del país y continúa creciendo en Arequipa, Cusco y Juliaca donde ingresó el año pasado. Alianza alcanza 5.8% a Diciembre'14 y Espiga de Oro complementa el portafolio con 2.6%.

### **Galletas**

En el 2014 Alicorp mantiene su liderazgo en la categoría de galletas logrando 36.2% de participación en volumen. Esta participación se logra a pesar del incremento de precios que se dio en galletas dulces saborizadas a partir de la segunda mitad del año. Los relanzamientos de las marcas Casino y Tentación con nuevos empaques, la nueva estrategia de Go-to-Market y el amplio portafolio de marcas en general permitieron mantener la competitividad en el mercado.

### **Harinas Domésticas**

En el negocio de harinas domésticas, Alicorp continúa liderando con 40.8% en el año. Blanca Flor, mantiene su liderazgo en el segmento de Harinas preparadas. Asimismo, la marca lanzó una nueva presentación de 500 gr. con el fin de llegar a más hogares en el Perú (Jul'14). Por otro lado, Blanca Flor ingresa a la categoría adyacente de premezclas para Kekes, logrando dinamizar este mercado que hasta el momento estaba compuesto principalmente por marcas del exterior. Hacia los últimos meses del año, Blanca Flor establece sinergias con Sandra Pleviani, conocida empresaria repostería.

Favorita por su lado, sostiene la participación de Alicorp en el segmento de harinas sin preparar, donde se tiene la participación más alta entre las marcas envasadas.

### **Margarinas Domésticas**

Durante el 2014 el mercado de margarinas domésticas tuvo una dinámica muy competitiva, especialmente en el canal moderno. En este contexto, Alicorp logró incrementar su participación alcanzando 65.3% a Diciembre'14, fortaleciendo su liderazgo en la categoría de Margarinas.

Manty continúa liderando el mercado logrando 45.5% a Diciembre'14, gracias a su excelente ecuación de valor y su posicionamiento como la mejor margarina para el untado. Sello de Oro se mantiene como la segunda marca más importante del mercado con 20% de participación gracias a su posicionamiento como la margarina ideal para la cocina y repostería.

### **Salsas de mesa**

Durante el 2014 Alicorp continúa liderando el mercado de Salsas Frías envasadas.

Mayonesa Alacena mantiene su posición de líder absoluto en la categoría con 96.4% de participación de mercado a total año 2014.

Entre las salsas picantes, Alicorp mantiene el liderazgo con 99.2% de participación. Complementando el portafolio de esta categoría, se lanzaron dos nuevas salsas (Oct'14) bajo el portafolio de Cremas Selectas las cuales siguen recetas tradicionales del Perú: Sanka, crema de ají, y Uchucuta, crema de rocoto; esto sin afectar los volúmenes de Crema de Ají Tarí.

### **Salsas para pastas**

En el 2014, Alicorp ingresó al mercado de salsas par pastas con el lanzamiento de la Salsa roja Don Vittorio (Feb'14), la primera completa del mercado de salsas rojas. Con este lanzamiento se alcanzó 19.7% de participación entre las salsas rojas, salsas de tomate y tuco en el periodo acumulado de Enero a Agosto'14.

En Diciembre, Alicorp lanzó al mercado salsas para pastas Premium bajo Don Vittorio Colección Maestra.

### **Refrescos Instantáneos**

En el 2014 el entorno competitivo cambió al ingresar al mercado Quala con su marca Bontea. Sin embargo Alicorp mantuvo su liderazgo en el mercado de Refrescos Instantáneos con 57.8% de participación en valor.

Negrita continúa siendo la marca líder del mercado con 43.0% de participación, gracias a su fortaleza en "sabores peruanos" principalmente por el sabor Chicha morada y complementada por el lanzamiento de la línea Frutísimos de Negrita, refresco instantáneo que contiene pulpa de fruta y Stevia, con los sabores de Chicha morada, Naranja, Piña y Maracuyá.

Kanú, complementa el portafolio de Alicorp, alcanzando 14.8% de participación de mercado.

### **Postres Instantáneos**

En el 2014, por tercer año consecutivo Alicorp mantiene el liderazgo en el dinámico mercado de Gelatinas con 30.5% de participación de mercado. Estos resultados se generan a partir de su posicionamiento como la gelatina más rica que engríe a las familias peruanas. En Noviembre se realizó el relanzamiento de Negrita con cambio de empaque y mejora en producto.

En la sub-categoría Mazamoras, Alicorp continúa incrementando su participación creciendo +9.5 pp. y consolida su liderazgo con 82.4% de participación. Negrita es la auténtica mazamorra, preferida por las familias peruanas que por su sabor único y consistencia espesita.

### **Panetones**

En el 2014, Alicorp se enfrenta al cada vez más competitivo mercado de Panetones y alcanza 8.9%. Apalancado del lanzamiento del paneton Blanca Flor, que alcanzó 2.3% de participación, y del relanzamiento de Sayón, que alcanzó 6.1%.

## **Alicorp Soluciones (ex Negocio de Productos Industriales)**

### **Harinas Industriales**

El mercado de Harinas Industriales presenta una tendencia horizontal (CAGR +0.2%, 2010-2014). El estancamiento es causado principalmente por: i) un menor consumo de pan en Lima, ii) una continua disminución de peso del pan iniciada en 2010, y iii) la tendencia a reemplazar el pan francés por otros cuyo contenido de harina es menor.

Los márgenes brutos de la industria se hicieron más atractivos (proyecta +20% vs. 2013, resultado de una mejor gestión de compra de materia prima y el mantenimiento del precio de venta promedio de harina) y la capacidad instalada de producción bordea el 65% de utilización en Lima.

Asimismo, se incrementa la intensidad competitiva en Provincias y en Lima los segmentos económicos se consolidan y logran el 48% del mercado, creciendo +18pp vs. AA, restándole participación al segmento medio.

En este escenario, relanzamos Inca en Lima. Cambiamos la formulación e imagen de nuestra marca líder en el Norte del país, entregando un producto con "mayor fuerza" para soportar el proceso de producción de panes en la zona. La marca incrementó su plataforma de ventas en +12% en Lima, cerrando el 2014 con una base de clientes efectivos 35% mayor a la del 2013.

Por su parte, en el Sur del país, luego de que se relanzara en el 2013, Victoria ha mantenido su tendencia creciente en preferencia y ya consolida el 18.0% del mercado (+4pp vs. AA) gracias a una oferta de valor especialmente diseñada para la zona. De manera similar, en el Centro, Santa Rosa mediante una harina ideal para pan francés se consolida como la marca líder de Huancayo con 42.8% (+6pp vs. AA). Finalmente, Nicolini se fortalece en el Norte y alcanza un 28.2% en Chiclayo, creciendo +4pp vs. AA.

### **Mantecas Industriales**

Si bien el mercado de mantecas presenta una tendencia casi plana (CAGR +0.6%, 2010 – 2014), en el 2014 se estima un crecimiento de 1.6% vs. AA, impulsado principalmente por el segmento panadero que recupera representatividad en el mercado total gracias a los atractivos márgenes que ofrece. Esto ha sido capitalizado por las marcas locales que han bloqueado el ingreso de las marcas importadas al manejar UB menos atractivas que en años anteriores.

En este escenario, Alicorp incrementa su volumen en 1.2% vs. AA gracias a la consolidación de marcas como Famosa y Gordito. Ello se traduce en una participación de mercado en el segmento panadero de 77.4% en JAS'14 (+ 0.8pp vs. JAS'13), consolidándose como líder absoluto de la categoría.

**Famosa**, la marca premium con más de 50 años en el mercado y considerada como la de mejor calidad, mantiene su liderazgo obteniendo 47% de participación de mercado en JAS'14 (+ 2.1 vs. JAS'13) y creciendo por encima del mercado en 2.2%. Además **Gordito** consigue crecer con mayor dinamismo en 3.3% vs. AA.

### **Margarinas Industriales, Pre mezclas Industriales y Pastelería**

El mercado de Margarinas presenta un crecimiento de 1.6% (CARG 2014 – 2010) pero en este último año ha presentado una desaceleración, se estima que será flat al año anterior. A pesar de ello, nuestras marcas representan el 80.7% del mercado (JAS'14), creciendo en 0.7pp vs. JAS'13.

Este año, Primavera, líder absoluto de la categoría con una participación del 64.8% (JAS'14) ha relanzado su producto enfocándose en un mejor performance en sabor y color. Este relanzamiento

se realizó en el último trimestre del 2014 y se ha logrado incrementar la plataforma de clientes efectivos en 24% vs. AA.

El mercado de Premezclas Industriales continúa creciendo, se sigue trabajando en reducir el temor de los panaderos a migrar a nuevos métodos de producción.

**Experta** continúa siendo el líder absoluto de la categoría de Premezclas, logrando un crecimiento en ventas de 5% vs. AA. Además la marca sigue consolidándose en autoservicios triplicando sus volúmenes colocados.

Finalmente, la categoría de Pastelería continuó consolidando sus marcas en sus distintas categorías. Así, **Negríta** con azúcar finita y esencia de vainilla crece 5% y +13% en volumen vs. AA respectivamente, mientras cobertura de chocolate bitter Primavera incrementa su volumen en +10% vs. AA.

### **Gastronomía (Ex Food Service)**

El 2014 fue un año de grandes retos para el negocio de Gastronomía dado la coyuntura macroeconómica del país que sufrió una desaceleración generalizada que también afectó el rubro restaurantes. Sin embargo, logramos consolidar nuestra posición de liderazgo en los negocios Core de Aceites y Salsas, y dimos un paso importante para diversificar nuestro portafolio logrando crecimientos importantes en las categorías de congelados, aderezos y postres, e incursionando exitosamente a mediados de año en la categoría de arroz, una categoría clave en el negocio de Gastronomía en el país. En esta coyuntura, el negocio de Gastronomía logró un crecimiento en volumen y facturación de 8% lo cual consolida a Alicorp como la empresa líder en el negocio de Food Service del país con ventas de más de S/. 470 millones.

Dentro de nuestro modelo de atención directa hemos ampliado con éxito nuestra cobertura logrando más de 13,900 clientes a nivel nacional. Este resultado se logra en base a, 1) un crecimiento agresivo de cobertura a través de nuestra FFVV Directa y Distribuidores Exclusivos (+32% crecimiento vs. 2013) y 2) Un firme avance en el desarrollo de la venta telefónica la cual constituye el 26% de la facturación a restaurantes del canal distribuidor a NN. (En Lima la venta telefónica ya significa el 40% y en provincias alcanza el 15% de la facturación; además casi el 20% de nuestros clientes es atendido al 100% a través del canal de venta telefónica, sin necesidad de venta presencial, reduciendo los costos de atención del canal), y 3) presencia importante en el canal mayorista, maximizando la llegada de nuestros productos a los clientes del mercado de restaurantes a NN (Universo: 52000).

Con respecto a las categorías más grandes:

#### **Salsas**

El 2014 fue un año de consolidación para la categoría. A partir del arranque de la nueva planta de Salsas de Gastronomía a inicios de año -en donde ahora se concentra toda la producción- se potenciaron las sinergias esperadas de la compra de Incalsa (Salsas Alpesa). Se afianzó el mercado liderazgo de Alicorp logrando una participación de mercado de 74% a nivel nacional, en donde resalta el rápido crecimiento de Alpesa en Provincias –mercado en el que no participaba- logrando una participación de 15%. Asimismo, dentro del rol acelerar la industrialización del mercado de mayonesa, se lanzó Macbel Premium (mayonesa base de sabor neutro) atendiendo a un nuevo segmento de mercado y dándole un mayor impulso al crecimiento de la marca. Esto contribuyó a lograr el pico histórico de participación de embarques de mayonesas con 96%.

## **Arroz**

En setiembre 2014 se incursionó en la categoría Arroz, bajo la marca Nicolini, creada como herramienta clave para alcanzar las metas de crecimiento en número de clientes que tiene el Negocio. De esta forma Alicorp ingresa a la categoría de abarrotes más consumida en restaurantes, diferenciándose dentro de un sector sumamente informal, por ofrecer productos de calidad constante junto con un servicio de entrega en el local. En los próximos años Arroz Nicolini se convertirá en el carrier más importante del Negocio para la prospección de nuevos clientes.

## **Congelados**

En el 2014, "Lista para Freír" consolida su posición de liderazgo en el mercado de Congelados FS, transformando el consumo en restaurantes a papas prefritas congeladas. La categoría presentó un crecimiento de +42% versus el año 2013, con más de 11,700 TM anuales vendidas. Este resultado se debe principalmente al incremento en clientes en el Canal Distribuidores, atendiendo a más de 600 negocios, con énfasis en el giro pollerías, y al incremento en número de locales atendidos a través del Canal Moderno.

## **Aceites**

La categoría ha presentado un crecimiento en volumen del 3% Esto debido a una sólida estrategia de posicionamiento de acuerdo a las necesidades de cada giro de negocio, con lo cual se ha logrado que Friol, marca enfocada en Chifas, crezca un 63% y Crisol, direccionada a pollerías con Crisol Fritura Intensa, un 3% vs 2013. Cada una con un posicionamiento específico de acuerdo al giro de negocio. Esta estrategia nos ha permitido atender 700 Chifas en el 2014, posicionándola como la marca líder por su valor calidad/precio, además, del conocimiento que hemos adquirido, sobre la cultura china para poder atenderlos, inclusive, a través de vendedores telefónicos que hablan cantonés.

## **Industrias**

### **Oleos, Farináceos y Derivados Industriales**

Si bien el 2014 fue un año difícil para este negocio, impulsado por la desaceleración del país, un fuerte incremento en el tipo de cambio y mercados mucho más competitivos; se ha logrado generar diferentes iniciativas que permiten ver el 2015 con mucho optimismo.

El negocio consolidó su participación en los mercados de Aceites industriales en empresas del sector pesca y agroindustrial, atendiendo directamente a clientes en el sur chico y norte del país, esto ha permitido que la categoría crezca 35% en volumen. Estos clientes buscan una oferta de valor orientada principalmente a velocidad en tiempos de respuesta y presentaciones eficientes.

En Insumos Nutricionales, que representa el 48% de la facturación, se logró incrementar el volumen de ventas en 4% con un precio promedio 6% más alto vs. AA. Se han retomado con éxito las exportaciones, recuperado mercados e incursionado en nuevos.

A nivel internacional, el negocio continúa desarrollando el mercado de exportación de harinas en los países de la región incrementando los volúmenes de venta en 13% vs. AA. La oferta de valor de cara a las exportaciones está compuesta por productos de alta calidad y una logística eficiente y confiable.

Finalmente en el 2014 se consolidó la reestructuración del área comercial con el objetivo de implementar un modelo de ventas especializado por rubro de clientes, esto nos ha ayudado a fortalecer las relaciones de confianza y de servicio con los clientes industriales, mediante un

enfoque más cercano hacia ellos. Además se reforzó el modelo de fidelización, lanzando el **I Simposio de Industrias** bajo el lema “Compartiendo Ideas, Generando Valor” en donde convocó a 40 razones sociales con el propósito de ofrecerles diversas ponencias en donde se tocaron temas de interés como: Ventaja Competitiva Asociada a la Calidad de los Trigos, Soluciones Técnicas en Panificación, El Papel de las Grasas en el Desarrollo de Productos con Alto Valor Nutricional, entre otros.

### **Productos Nativos Peruanos**

En el 2014 la Plataforma de Productos Nativos incrementa sus operaciones comerciales locales e internacionales en más del 45% en volumen, ingresa a nuevos mercados como Holanda, Inglaterra, Italia, Australia, Rusia y Brasil, ampliando la base de clientes e incorporando variedades adicionales de quinua (blanca, orgánica, roja y negra). Adicionalmente se amplió el portafolio de KUSKA QUINUA con productos de mayor valor agregado como Harina de Quinua KUSKA y KUSKA ACTIVE (harina instantánea de Quinua), tanto para el mercado local como de exportación, con claims funcionales validados por Centros de Investigación clínicos Europeos y localmente por el Instituto de Investigación Nutricional.

En el campo, se fortalece la integración de Alicorp a través de las Cadenas Productivas KUSKA Compartiendo Valor, brindando a los agricultores asistencia técnica y asegurando la compra de sus cosechas a un precio competitivo. Alicorp logra recibir el 98% del producto cosechado, lo que demuestra el compromiso logrado con los agricultores de las cadenas. En el 2014 se reproduce la semilla de quinua KUSKA ® en campos experimentales, semilla que se entregará de manera exclusiva a los agricultores de la cadena productiva KUSKA Compartiendo Valor.

Al cierre de año se embarcaron 1,100 TM, logrando una facturación anual de US\$6.1MM.

### **Negocio de Nutrición Animal**

El mercado del Camarón ha cambiado en el último año. El 2014 ha sido el año en el cual se pudo percibir cierta recuperación de los volúmenes globales de producción (cerca del 10%), principalmente por el aporte de los países no afectados por el EMS (Síndrome de Mortalidad Temprana), tales como India, Indonesia y Ecuador. Mientras, que los países afectados por la enfermedad, si bien se estimaban producciones optimistas, no llegaron a cumplirse. Este incremento de los volúmenes influyó en el comportamiento de los precios, los cuales mostraron una caída comparado a los precios récord del 2013, principalmente después del primer trimestre.

En cuanto a Peces, la producción mundial durante el 2014 ha tenido sólo un crecimiento del 4.9% (versus el 5.9% del 2013). Esto se ha reflejado en que los mercados han experimentado mayores valores de exportación, lo cual se ha traducido en mejores precios y mayor demanda, principalmente de mercados emergentes como China, Korea y Brasil. Un evento importante de mencionar es la prohibición de la Federación Rusa de las importaciones provenientes del oeste, habiendo sido el principal afectado Noruega y el principal beneficiado con esta medida Chile.

Vitapro S.A. tuvo un crecimiento de ventas en volumen del 32% versus el 2013. Esto se explica principalmente por el incremento de ventas de alimento balanceado para Camarón en Ecuador (+52% vs el año anterior), logrando ser el número uno en participación de mercado en dicho país (29%); y, por las mayores ventas de Salmofood en Chile (+48% vs el 2013) logrando un mayor market share (9.8% vs 7% del 2013).

El año pasado también se inició la ampliación de la planta de Inbalnor (Ecuador) a fin de aumentar la oferta de Nicovita en ese país. En Agosto se realizó con gran acogida de nuestros clientes el VII Simposio Nicovita en la ciudad de Panamá, en donde además de tratar temas de relevancia para la industria, se realizaron: el relanzamiento de la marca y del portafolio de Nicovita, así como el lanzamiento de la nueva dieta para etapas iniciales del camarón, llamado Nicovita Origin.



## **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.”

## **2.8. Políticas de Inversión**

La sociedad tiene aprobado un Plan de Inversiones para el año 2015 de US\$ 50.6 millones de dólares americanos.

## **2.9. Relaciones especiales entre la Sociedad y el Estado**

La Ley del Impuesto a la Renta grava la ganancia de capital proveniente de la enajenación, redención o rescate según sea el caso, de acciones y participaciones representativas del capital, acciones de inversión, certificados, títulos, bonos y papeles comerciales y otros valores mobiliarios.

## **2.10. Descripción de los principales activos**

Los principales activos de la sociedad se encuentran ubicados en las plantas industriales del Callao, Piura y Arequipa. Los valores de los activos a presentarse a continuación están expresados en miles de nuevos soles.

En la Planta COPSA, ubicada en el Callao, se encuentran los activos dedicados a la elaboración de aceites, grasas alimenticias, salsas y jabones. El valor contable de dichos activos asciende a S/. 357,569.

En la Planta Faucett ubicada en el Callao se encuentran ubicados 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/. 386,658.

En Arequipa se encuentra la Planta Sid-Sur y el Molino Arequipa, dedicados a la elaboración de harinas, pastas alimenticias y galletas. El valor contable de dichos activos asciende a S/.76,007.

El valor total contable consolidado de los activos de la sociedad asciende a (en miles) S/.6,817,021.

El saldo de los préstamos y deudas a largo plazo consolidado asciende al 31 de diciembre de 2014 a (en miles) S/.1,814,698.

## **Financiamientos a Mediano Plazo**

Con fecha 27 de junio de 2014, la empresa subsidiaria Alicorp Argentina S.C.A suscribió un contrato de préstamo con el Banco BBVA Francés por \$8 millones de pesos argentinos, bajo la garantía global que mantiene Alicorp S.A.A. con el BBVA.

Con fecha 17 de octubre de 2014, la empresa subsidiaria Inbalnor S.A. suscribió un contrato de préstamo con el Bank of Tokyo-Mitsubishi UFJ por USD 15 millones, el cual se encuentra garantizado por Alicorp S.A.A.

Con fecha 14 de Julio de 2014, la empresa subsidiaria Global Alimentos S.A.C. suscribió un contrato de leasing con el Banco BBVA Continental por USD 216,055.74.

Con fecha 21 de febrero de 2014, la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. suscribió un contrato de Finame con Banco de Desenvolvimento de Minas Gerias por BRL 360,000.00.

Con fecha 24 de junio de 2014, la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. suscribió un contrato de leasing con Banco IBM por BRL 44,700.00

Con fecha 21 de agosto de 2014, la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. suscribió un contrato de Finame con Banco de Desenvolvimento de Minas Gerias por BRL 122,400.00.

Con fecha 09 de octubre de 2014, la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. suscribió un contrato de leasing con Citibank por BRL 141,135.40.

Con fecha 09 de octubre de 2014, la empresa subsidiaria Pastificio Santa Amalia S.A. suscribió un contrato de leasing con Citibank por BRL 62,780.00.

### 2.11. *Personal*

Al 31 de diciembre de 2014, el número de trabajadores de la empresa es el siguiente:

	<u>2014</u>	<u>2013</u>	<u>AUMENTO</u> <u>DISMINUCION</u>
<b><u>PERMANENTES</u></b>			
FUNCIONARIOS	11	12	-1
EMPLEADOS	984	836	148
OBREROS	1,720	1,870	-150
<b><u>TEMPORALES</u></b>			
EMPLEADOS	48	26	22
OBREROS	538	487	51

### 2.12. **Relación Económica con otras empresas**

La sociedad mantiene relación comercial con Unilever Andina Perú S.A. para la fabricación, envase y empaque de margarinas domésticas y a granel.

### 2.13. **Sistema de Información y Registro Contable**

El registro contable de las operaciones de la empresa se soporta en el sistema SAP R/3 Versión ECC 6.0, el cual ha estandarizado e integrado las funciones de todos los procesos de la empresa.

### 3. PROCESOS LEGALES

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

Al 31 de diciembre de 2014, la sociedad tenía procesos ante la SUNAT, ESSALUD y diversas Municipalidades.

A la misma fecha, la sociedad tenía procesos laborales seguidos por ex-trabajadores.

La sociedad considera que ninguno de estos procesos puede afectar significativamente a la empresa respecto a su nivel de activos, ni tener un impacto significativo sobre los resultados de operación y la 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	Vice-Presidente
José Antonio Onrubia Holder	Director
Calixto Romero Guzmán	Director
Ángel Manuel Irazola Arribas	Director
Jose Raimundo Morales Dasso	Director
Arístides de Macedo Murgel	Director
Fernando Martín Zavala Lombardi	Director
Jorge Luis Brake Valderrama	Director
Manuel Antonio Romero Belismelis	Director Suplente
Rafael Ernesto Romero Guzmán	Director Suplente

#### ***Dionisio Romero Paoletti***

Director de Alicorp desde 2001. Es Presidente 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 Vice-Presidente de Alicorp 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 (USA).

#### ***Jose 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 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 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 (USA).

### ***Calixto Romero Guzmán***

Director de Alicorp desde 2002. Es Director de diversas empresas del sector industrial, comercio y de servicios.

### ***Angel Manuel Irazola Arribas***

Director de Alicorp desde marzo de 2005. Es director de diversas empresas del sector industrial, comercio y servicios. Gerente General de Industrias del Espino S.A. y Palmas del Espino S.A. hasta el mes de junio de 2006. Ostenta el título de Ingeniero Agrónomo de la Universidad Agraria La Molina, Grado de Magister en Administración de Negocios en la Escuela Superior de Negocios (ESAN) y Maestría en Administración de Negocios de la Universidad de Stanford (USA).

### ***Jose Raimundo Morales Dasso***

Director de Alicorp desde marzo de 2008. Es Vicepresidente del Directorio de Credicorp Ltd. miembro del Directorio de Atlantic Security Bank, Banco de Crédito de Bolivia, El Pacifico-Peruano Suiza, Pacifico Vida y Cementos Pacasmayo. Ocupó el cargo de Gerente General del Banco de Crédito BCP hasta marzo de 2008. Es Bachiller en Economía y Administración de la Universidad del Pacifico, con Master en Administración de Negocios de la Universidad de Pennsylvania- Wharton Business School. El Sr. Raimundo Morales no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

### ***Arístides de Macedo Murgel***

Director de Alicorp 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. El Sr. 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.

### ***Fernando Martín Zavala Lombardi***

Director de la Compañía desde el mes de marzo 2013. Actualmente es Director y Gerente General de Unión de Cervecerías Backus & Johnston y director de diversas empresas y ONGs dedicadas al sector educación. Es Bachiller en Economía de la Universidad del Pacifico, tiene un Master en Negocios Internacionales de la Universidad de Birmingham y un MBA de la Universidad de Piura. Ha desempeñado varios cargos en la administración pública: Ministro de Economía y Finanzas, Vice Ministro de Economía, Gerente General de Indecopi, entre otros. El Sr. Fernando Martín Zavala Lombardi no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

### ***Jorge Luis Brake Valderrama***

Director de la Compañía desde el mes de marzo 2013. Ha sido Presidente de Procter & Gamble para México y Centroamérica desempeñando con anterioridad diversos cargos en dicha empresa. Es Ingeniero Industrial de la Universidad de Lima con una Maestría en Negocios del Harrington College en Gran Bretaña. Adicionalmente, es consultor de empresas y empresario. El Sr. Jorge Luis Brake Valderrama no tiene vinculación ni económica ni de parentesco con los demás miembros de directorio, plana gerencial o accionistas principales de Alicorp.

### ***Manuel Antonio Romero Belismelis***

Director alterno del señor Javier Beeck Onrubia desde marzo del 2001 hasta marzo de 2004. Director alterno del señor Ernesto Romero Belismelis desde 2004 hasta el 1 de agosto de 2006. Director suplente de

Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Asimismo, es Director de diferentes empresas del sector industrial, comercio y de servicios.

### ***Rafael Ernesto Romero Guzmán***

Director alterno del señor Calixto Romero Guzmán desde marzo de 2004 hasta el 1° de agosto de 2006. Director suplente de Alicorp desde el 2 de agosto de 2006. Bachiller de Administración y Finanzas graduado en North Eastern University de Boston.

La estructura de la alta gerencia de la sociedad se encuentra conformada por 7 personas y es la siguiente:

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>
Paolo Sacchi Giurato	Gerente General
Diego Rosado Gómez de la Torre	Vicepresidente de Finanzas, Administración y Sistemas Corporativos
Jaime Eduardo Butrich Velayos	Vicepresidente de Supply Chain Corporativo
Hugo Carrillo Goyoneche	Vicepresidente de Negocio de Productos Industriales
Patricio David Jaramillo Saá	Vicepresidente de Negocio de Consumo Masivo Perú
Salvador Renato Falbo	Vicepresidente de Consumo Masivo Internacional
Paola Ruchman Lazo	Vicepresidente de Recursos Humanos Corporativo

### ***Paolo Sacchi Giurato***

Gerente Central de Planeamiento y Control de Gestión desde el año 1997, Gerente Central del Negocio de Harinas desde el año 2002, Gerente Central del Negocio de Productos Industriales desde diciembre de 2003 hasta junio de 2009. Vicepresidente de Finanzas, Administración y Sistemas Corporativo desde julio de 2009. Gerente General Adjunto desde abril 2011. Gerente General desde enero 2012. Graduado en Administración y Finanzas de la Universidad de Adelphi (New York – USA).

### ***Diego Rosado Gómez de la Torre***

Vicepresidente de Finanzas, Administración y Sistemas Corporativos desde abril del 2011. Grado de Bachiller en Economía por la Universidad del Pacífico y Maestría por la Universidad de Michigan – Stephen M. Ross School of Business.

### ***Jaime Eduardo Butrich Velayos***

Gerente Central de Golosinas y Balanceados desde el año 1998, Gerente Central de Planeamiento y Logística desde 2002. Gerente Central de Manufactura desde el año 2005 hasta junio de 2009. Vicepresidente de Supply Chain Corporativo desde julio de 2009. Grado de Bachiller en Ingeniería Industrial de la Universidad Nacional de Ingeniería (Perú) y Maestría en Administración de Negocios en ESAN.

### ***Hugo Carrillo Goyoneche***

Gerente de Marketing desde 2002 hasta junio 2009. Vicepresidente de Marketing Corporativo Consumo Masivo desde julio 2009 hasta julio 2011. Vicepresidente de Negocio Productos Industriales desde agosto 2011. Grado de Bachiller en Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional de Ingeniería y Maestría en Administración de Empresas en la Universidad del Pacífico.

### ***Patricio David Jaramillo Saá***

Vicepresidente de Consumo Masivo desde Mayo del 2014. Graduado en Administración de Empresas y Marketing por la Universidad San Francisco de Quito (Ecuador) con estudios en Kellogg School of Management (Evanston, Illinois – USA).

### **Salvador Renato Falbo**

Vice-Presidente Consumo Masivo – Mercosur desde julio de 2009 hasta junio 2012. Vice-Presidente Consumo Masivo Internacional desde julio de 2012. Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad Argentina de la Empresa.

### **Paola Ruchman Lazo**

Gerente Corporativo de Investigación de Mercado y Director de Conocimiento del Consumidor desde 2007. Vicepresidente Corporativo de Recursos Humanos desde agosto 2013. Grado de Bachiller en Administración de Empresas de la Universidad del Pacífico y Masters of Arts Communication Management, University of Southern California.

Vinculación entre miembros del Directorio y la Plana Gerencial

### **Dionisio Romero Paoletti**

Pariente consanguíneo en 4° grado con Luis Romero Belismelis, con Manuel Romero Belismelis, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán; pariente por afinidad en 2° grado con Paolo Sacchi Giurato.

### **Calixto Romero Guzmán**

Pariente consanguíneo en 2° grado con Rafael Romero Guzman, pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Luis Romero Belismelis, y con Manuel Romero Belismelis.

### **Luis Enrique Romero Belismelis**

Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 2° grado con Manuel Romero Belismelis.

### **Manuel Antonio Romero Belismelis**

Pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Calixto Romero Guzmán y con Rafael Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 2° grado con Luis Romero Belismelis.

### **Rafael Ernesto Romero Guzmán**

Pariente consanguíneo en 2° grado con Calixto Romero Guzmán, pariente consanguíneo en 4° grado con Dionisio Romero Paoletti, con Luis Romero Belismelis y con Manuel Romero Belismelis.

### **Paolo Sacchi Giurato**

Pariente por afinidad en 2° grado con Dionisio Romero Paoletti.

### **Vinculación entre miembros del Directorio, la Alta Gerencia y los accionistas principales de la Compañía**

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

### **Directores Independientes**

Arístides de Macedo Murgel  
Fernando Martín Zavala Lombardi  
Jorge Luis Brake Valderrama  
José Raimundo Morales Dasso

## SECCION III

### ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS

#### **RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACION ECONOMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2014 (en miles de nuevos soles)**

Las ventas netas durante el año 2014 alcanzaron los S/.6,282,995 mayores a las obtenidas en el año 2013 que fueron S/.5,818,297.

Las ventas internacionales alcanzaron los S/.2,439,947, creciendo en 16.9% con respecto al año 2013. Al cierre del año 2014, las ventas internacionales representan el 38.8% de las ventas consolidadas totales de Alicorp y subsidiarias.

Con respecto a la utilidad bruta, ésta aumentó en 8.3%, alcanzando en el año 2014 S/.1,711,707 en comparación al S/.1,580,631 del año 2013. Este crecimiento es resultado principalmente de la mayor venta en las categorías de pastas, harinas industriales, detergentes, aceites domésticos, aceites a granel, galletas, salsas, cuidado de cabello, mantecas industriales, jabón de lavar y alimentos para camarón y peces. Así como por la utilidad bruta generada por la empresa adquirida Global Alimentos S.A.C.

La utilidad operativa en 2014 fue de S/.354,305 (5.6% de las ventas netas), inferior al año 2013, en el que se alcanzó S/.625,563 (10.8% de las ventas netas), debido principalmente a la pérdida generada por las operaciones con derivados de materias primas, la cual fue de S/.207,497.

Los instrumentos derivados de cobertura son utilizados para reducir la volatilidad de los precios de las principales materias primas que se utilizan como insumos del negocio. En línea con esto, Alicorp cuenta con políticas y controles adecuados diseñados para controlar y mitigar la volatilidad del precio de sus materias primas. La Gerencia considera que el impacto negativo en los resultados del 2014 debe ser considerado un evento no recurrente.

El margen operativo del 2014 sin considerar la pérdida por operaciones de derivados de materias primas es de 8.9%.

Adicionalmente, los gastos de ventas y distribución, y los gastos administrativos aumentaron en S/. 149,961, debido principalmente a mayores gastos de publicidad, acarreos, comisiones, sueldos, alquileres y consultorías. Finalmente, los otros ingresos neto disminuyeron en S/. 48,966, debido al ingreso extraordinario registrado en el 2013 por el programa REFIS en Brasil. La utilidad operativa como porcentaje de las ventas netas disminuyó de 10.8% a 5.6%.

En relación a los resultados no operativos, el gasto financiero neto aumentó en S/.90,876 respecto al año anterior, principalmente por: (i) mayores intereses por préstamos y sobregiros bancarios, y (ii) menor ingreso por reducción de intereses relacionados con el programa REFIS en Brasil. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/.40,225.

Al 31 de diciembre de 2014 Alicorp S.A.A. y subsidiarias han mostrado una menor utilidad neta de 96.2% en comparación al año anterior, disminuyendo de S/.318,684 (5.5% de las ventas netas en el año 2013) a S/.12,035 (0.2% de las ventas netas en el año 2014). De esta forma, en el año 2014 la utilidad por acción fue de S/.0.014 en comparación con S/.0.373 por acción alcanzado en el año 2013.

El capital de trabajo a Diciembre del 2014 disminuyó en 59.9%, de S/.986,057 a Diciembre del 2013 a S/.395,636 a Diciembre del 2014 debido principalmente al mayor nivel de obligaciones financieras. En términos de liquidez, el ratio corriente disminuyó de 1.84 en Diciembre de 2013, a 1.17 en Diciembre de 2014. Asimismo, el ratio de apalancamiento a Diciembre del 2014 fue de 2.25, mayor al de Diciembre del 2013 que fue de 1.60.

El patrimonio disminuyó en S/.79,306 (3.6%), de S/.2,175,322 a Diciembre del 2013 a S/.2,096,016 a Diciembre del 2014. Esta variación se debe principalmente a la distribución de dividendos por S/.102,550 y por la utilidad neta del año por S/. 12,035.

Alicorp y subsidiarias generaron en el año 2014 un flujo de efectivo operativo de S/.388,960, superior a los S/.285,825 generados en el año 2013.

### **Modificación de las cifras de los estados financieros consolidados al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2013**

Durante el 2014, la Compañía, en aplicación de la NIC 8 “Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores”, modificó sus estados financieros consolidados al y por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2013 para incorporar ajustes de años anteriores que fueron identificados.

**ALICORP S.A.A. y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADO CONSOLIDADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013**  
(En miles de nuevos soles)

	2014 S/.(000)	2013 S/.(000)
<b>Activo</b>		
<b>Activo corriente</b>		
Efectivo y equivalente de efectivo	99,521	90,774
Cuentas por cobrar comerciales, neto	977,714	948,126
Fondo de garantía para operaciones con derivados	233,411	34,202
Otras cuentas por cobrar	193,924	161,188
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	157	425
Anticipos a proveedores	45,538	35,531
Saldo a favor de impuesto a las ganancias	103,186	53,595
Inventarios, neto	987,579	790,247
Instrumentos financieros derivados	99,263	21,322
Gastos pagados por anticipado	19,934	12,112
	<u>2,760,227</u>	<u>2,147,522</u>
Activos clasificados como disponibles para la venta, neto	23,047	9,559
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<u><u>2,783,274</u></u>	<u><u>2,157,081</u></u>
<b>Activo no corriente</b>		
Inversiones disponibles para la venta	252,286	195,069
Instrumentos financieros derivados	76,547	51,376
Inversiones en asociadas	24,179	24,708
Otras cuentas por cobrar	29,890	36,745
Saldo a favor de impuesto a las ganancias	6,825	8,372
Propiedades, planta y equipo, neto	2,073,569	1,870,047
Activos intangibles, neto	591,905	487,864
Activo por impuesto a las ganancias diferido	80,924	94,816
Plusvalía, neto	897,622	724,084
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<u><u>4,033,747</u></u>	<u><u>3,493,081</u></u>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u><u>6,817,021</u></u>	<u><u>5,650,162</u></u>



**ALICORP S.A.A. y SUBSIDIARIAS**  
**Estado Consolidado de Situación Financiera**  
 Al 31 de diciembre de 2014 y 2013  
 (En miles de nuevos soles)

	2014 S/.(000)	2013 S/.(000)
<b>Pasivo y patrimonio neto</b>		
<b>Pasivo corriente</b>		
Obligaciones financieras	941,829	285,292
Cuentas por pagar comerciales	1,001,484	680,260
Otras cuentas por pagar	103,832	80,208
Cuentas por pagar a partes relacionadas	2,180	5,151
Beneficios a los empleados	84,761	96,815
Provisiones	15,202	14,117
Saldo a pagar de impuestos a las ganancias	10,370	2,593
Instrumentos financieros derivados	227,980	6,588
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>2,387,638</b>	<b>1,171,024</b>
<b>Pasivo no corriente</b>		
Obligaciones financieras	1,814,698	1,762,184
Instrumentos financieros derivados	84	-
Otras cuentas por pagar	98,212	126,597
Beneficios a los empleados	6,475	7,403
Provisiones	3,006	8,265
Pasivo por impuesto a las ganancias diferido	410,892	399,367
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>2,333,367</b>	<b>2,303,816</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4,721,005</b>	<b>3,474,840</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital social emitido	847,192	847,192
Acciones de inversión	7,388	7,388
Reserva legal	169,438	160,903
Resultados acumulados	1,001,240	1,101,904
Otras reservas de patrimonio	61,607	50,398
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>2,086,865</b>	<b>2,167,785</b>
Participaciones no controladoras	9,151	7,537
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>2,096,016</b>	<b>2,175,322</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>6,817,021</b>	<b>5,650,162</b>

## **ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS**

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013

(en miles de nuevos soles)

	<b>31/12/2014</b>	<b>31/12/2013</b>
	<b>S/.000</b>	<b>S/.000</b>
Ingresos operativos	6,282,995	5,818,297
% de aumento	8.0%	
Ganancia operativa	354,305	625,563
% de los ingresos	5.6%	10.8%
Ganancia neta del ejercicio	12,035	318,684
% de los ingresos	0.2%	5.5%

**ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS**  
**ESTADO CONSOLIDADO DE RESULTADOS**  
**Por los años terminados al 31 de diciembre del 2014 y de 2013**  
**(En miles de nuevos soles)**

	2014 S/.(000)	2013 S/.(000)
<b>Ingresos netos de actividades ordinarias</b>		
Ventas a terceros	6,259,168	5,774,275
Ventas a partes relacionadas	23,827	44,022
<b>Total ingresos netos de actividades ordinarias</b>	<u>6,282,995</u>	<u>5,818,297</u>
Costo de ventas	(4,571,288)	(4,237,666)
<b>Ganancia bruta</b>	<u>1,711,707</u>	<u>1,580,631</u>
Gastos de ventas y distribución	(818,384)	(720,358)
Gastos generales y administrativos	(350,453)	(298,518)
Otros ingresos y gastos, neto	18,932	67,898
Resultado de operaciones con derivados de materias primas	(207,497)	(4,090)
<b>Ganancia operativa</b>	<u>354,305</u>	<u>625,563</u>
Ingresos financieros	15,778	59,103
Gastos financieros	(228,251)	(180,700)
Diferencias de cambio, neto	(81,272)	(121,497)
Participación en los resultados netos de las asociadas	(549)	(1,496)
<b>Ganancia antes del impuesto a las ganancias</b>	<u>60,011</u>	<u>380,973</u>
Gasto por impuesto a las ganancias	(47,644)	(125,778)
<b>Ganancia neta de operaciones continuas</b>	<u>12,367</u>	<u>255,195</u>
Utilidad procedente de operaciones discontinuadas, neta del impuesto a las ganancias	(332)	63,489
<b>Ganancia neta del año</b>	<u><u>12,035</u></u>	<u><u>318,684</u></u>
<b>Utilidad neta por acción</b>		
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión (S/.)	0.014	0.373
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones continuas (S/.)	0.014	0.299
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones discontinuadas (S/.)	0.000	0.074

## INDICADORES FINANCIEROS CONSOLIDADOS

	31/12/2014	31/12/2013
<b>Índices de liquidez</b>		
Prueba corriente	1.17	1.84
Prueba ácida	0.73	1.15
<b>Índices de gestión</b>		
Margen bruto	0.27	0.27
Margen operativo	0.06	0.11
<b>Índices de solvencia</b>		
Endeudamiento Patrimonial	2.25	1.60
Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo	1.13	1.23
<b>Índices de rentabilidad</b>		
Rentabilidad neta sobre patrimonio	0.01	0.15
Rentabilidad neta sobre ingresos	0.00	0.05

Prueba corriente	Activos corrientes / Pasivos corrientes
Prueba ácida	Activos corrientes - inventarios - gastos pagados por anticipado – activos clasificados como mantenidos para la venta / Pasivos corrientes
Margen bruto	Ganancia bruta / Ingresos de actividades ordinarias
Margen operativo	Ganancia operativa / Ingresos de actividades ordinarias
Endeudamiento patrimonial	Total pasivos / Total patrimonio
Endeudamiento largo plazo / Activo fijo	Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto
Rentabilidad neta sobre patrimonio	Ganancia neta del ejercicio / Total patrimonio
Rentabilidad neta sobre ventas	Ganancia neta del ejercicio / Ingresos de actividades ordinarias

A continuación se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de Alicorp y subsidiarias terminados al 31 de diciembre de 2014 con respecto al 2013, expresados en miles de nuevos soles.

#### **Ingresos Totales**

Entre los años 2013 y 2014 los ingresos operativos se incrementaron de S/.5,818,297 a S/.6,282,995 lo que significa un crecimiento de 8.0%.

#### **Utilidad Bruta**

Entre los años 2013 y 2014 la utilidad bruta aumentó de S/.1,580,631 a S/.1,711,707; originado fundamentalmente por la mayor venta en las categorías de pastas, harinas industriales, detergentes, aceites domésticos, aceites a granel, galletas, salsas, cuidado de cabello, mantecas industriales, jabón de lavar y alimentos para camarón y peces. Así como por la utilidad bruta generada por la empresa adquirida Global Alimentos S.A.C.

#### **Utilidad Operativa**

A diciembre de 2013 y de 2014 la utilidad operativa disminuyó de S/.625,563 a S/.354,305..

#### **Gastos Financieros, neto y Diferencias de Cambio, neto**

El gasto financiero neto aumentó en S/.90,876 respecto al año anterior, debido principalmente a: (i) mayores intereses por préstamos y sobregiros bancarios, y (ii) menor ingreso por reducción de intereses relacionados con el programa REFIS en Brasil. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/.40,225.

## **ALICORP S.A.A.**

### **RESULTADO DE LAS OPERACIONES Y SITUACION ECONOMICA FINANCIERA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2014 (en miles de nuevos soles)**

Las ventas netas durante el año 2014 alcanzaron S/.3,926,549, ligeramente por encima de las obtenidas en el año 2013 que fueron S/.3,853,298.

Las exportaciones en el año 2014 alcanzaron S/.337,404, inferior a los S/.397,978 del año 2013. La empresa exportó principalmente a Ecuador, Chile, Bolivia, Honduras, Haití, Panamá, Nicaragua, Colombia, Estados Unidos, Guatemala, Canadá, Costa Rica, Venezuela, Inglaterra, Japón, Brasil, República Dominicana, entre otros. Cabe señalar que en los años 2014 y 2013, las exportaciones representaron el 8.6% y 10.4% de sus ventas netas respectivamente.

Con respecto a la utilidad bruta, en el año 2014 ésta fue de S/.1,041,782, incrementándose ligeramente en comparación con el año 2013 que alcanzó S/.1,000,827.

La utilidad operativa fue de S/.141,726 (3.6% de las ventas netas), disminuyendo en 64.9% en comparación con el año 2013, en el cual se alcanzó S/.403,234 (10.5% de las ventas netas), debido principalmente a la pérdida generada por las operaciones con derivados de materias primas, la cual fue de S/. 171,928.

Los instrumentos derivados de cobertura son utilizados para reducir la volatilidad de los precios de las principales materias primas que se utilizan como insumos del negocio. En línea con esto, Alicorp cuenta con políticas y controles adecuados diseñados para controlar y mitigar la volatilidad del precio de sus materias primas. La Gerencia considera que el impacto negativo en los resultados del 2014 debe ser considerado un evento no recurrente.

El margen operativo del 2014 sin considerar la pérdida por operaciones de derivados de materias primas es de 8.0%.

Adicionalmente, los gastos de ventas y distribución, y los gastos administrativos aumentaron en S/. 120,159. Finalmente, los otros ingresos neto disminuyeron en S/. 13,889. La utilidad operativa como porcentaje de las ventas netas disminuyó de 10.5% a 3.6%.

A Diciembre del 2014 Alicorp S.A.A. ha mostrado una utilidad neta de S/.10,421 (0.3% de las ventas netas), menor a los S/.317,907 (8.3% de las ventas netas) obtenidos a diciembre 2013). De esta forma, en el año 2014 la utilidad por acción fue de S/.0.012 en comparación con S/.0.372 por acción alcanzado en el año 2013.

En relación a los resultados no operativos, el gasto financiero neto aumentó en S/.38,579 respecto al año anterior, principalmente por mayores intereses por préstamos y sobregiros bancarios. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/.59,416.

El capital de trabajo disminuyó de S/.525,074 a diciembre del 2013 a -S/.142,132 a diciembre del 2014, debido principalmente al mayor nivel de obligaciones financieras. En términos de liquidez, el ratio corriente disminuyó de 1.67 en Diciembre de 2013, a 0.91 en diciembre de 2014. Asimismo, el ratio de apalancamiento a Diciembre del 2014 fue 1.53 mayor al de diciembre del 2013 que fue de 1.01.

El patrimonio disminuyó en S/.80,920 (3.7%), de S/.2,167,785 a Diciembre del 2013 a S/.2,086,865 a Diciembre del 2014. Esta variación se debe principalmente a la distribución de dividendos por S/.102,549 y a la utilidad neta de S/. 10.421.

Alicorp generó un flujo de efectivo operativo de S/.259,499, menor a lo generado en el año 2013 en S/.399,000.

**Modificación de las cifras de los estados financieros separados al y por el año terminado el 31 de diciembre de 2013**

Durante el 2014, la Compañía, en aplicación de la NIC 8 “Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores”, modificó sus estados financieros separados al y por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2013 para incorporar ajustes de años anteriores que fueron identificados.

**ALICORP S.A.A.**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013**  
(En miles de nuevos soles)

	2014 S/.(000)	2013 S/.(000)
<b>Activo</b>		
<b>Activo corriente</b>		
Efectivo y equivalente de efectivo	16,617	39,334
Cuentas por cobrar comerciales, neto	486,745	549,152
Fondo de garantía para operaciones con derivados	220,655	16,119
Otras cuentas por cobrar	11,491	26,292
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	18,352	75,458
Anticipos a proveedores	32,864	27,886
Saldo a favor de impuesto a las ganancias	81,674	34,824
Inventarios, neto	508,323	518,660
Instrumentos financieros derivados	61,634	-
Gastos pagados por anticipado	16,651	9,852
	<u>1,455,006</u>	<u>1,297,577</u>
Activos clasificados como disponibles para la venta, neto	14,953	9,019
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<u>1,469,959</u>	<u>1,306,596</u>
<b>Activo no corriente</b>		
Inversiones disponibles para la venta	342	342
Inversiones mantenidas al vencimiento	1,077	1,512
Instrumentos financieros derivados	76,547	51,375
Inversiones en subsidiarias y asociadas	2,234,232	1,552,930
Propiedades, planta y equipo, neto	1,238,538	1,173,307
Activos intangibles, neto	114,201	115,322
Plusvalía, neto	154,739	154,740
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<u>3,819,676</u>	<u>3,049,528</u>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u>5,289,635</u>	<u>4,356,124</u>

**ALICORP S.A.A.**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA**  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 Y 2013  
(En miles de nuevos soles)

	2014	2013
	S/.(000)	S/.(000)
<b>Pasivo y patrimonio neto</b>		
<b>Pasivo corriente</b>		
Obligaciones financieras	577,097	69,530
Cuentas por pagar comerciales	725,496	543,885
Otras cuentas por pagar	73,918	71,223
Cuentas por pagar a partes relacionadas	9,762	21,513
Beneficios a los empleados	34,431	62,738
Provisiones	6,045	6,045
Instrumentos financieros derivados	185,342	6,588
Impuesto a las ganancias	-	-
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<u>1,612,091</u>	<u>781,522</u>
<b>Pasivo no corriente</b>		
Obligaciones financieras	1,499,832	1,300,664
Otras cuentas por pagar	6,519	18,625
Beneficios a los empleados	4,082	5,831
Pasivo por impuesto a las ganancias diferido	80,246	81,697
<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<u>1,590,679</u>	<u>1,406,817</u>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<u>3,202,770</u>	<u>2,188,339</u>
<b>Patrimonio</b>		
Capital social emitido	847,192	847,192
Acciones de inversión	7,388	7,388
Reserva legal	169,438	160,903
Resultados acumulados	1,001,240	1,101,904
Otras reservas de patrimonio	61,607	50,398
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<u>2,086,865</u>	<u>2,167,785</u>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<u>5,289,635</u>	<u>4,356,124</u>



## **ESTADOS DE RESULTADOS**

Por los años terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013

(en miles de nuevos soles)

	<b>31/12/2014</b>	<b>31/12/2013</b>
	<b>S/.000</b>	<b>S/.000</b>
Ingresos operativos	3,926,549	3,853,298
% de aumento	1.9%	
Ganancia operativa	141,726	403,234
% de los ingresos	3.6%	10.5%
Ganancia neta del ejercicio	10,421	317,907
% de los ingresos	0.3%	8.3%

**ALICORP S.A.A.**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**Por los años terminados al 31 de diciembre del 2014 y de 2013**  
**(En miles de nuevos soles)**

	2014 S/.(000)	2013 S/.(000)
<b>Ingresos netos de actividades ordinarias</b>		
Ventas a terceros	3,621,452	3,512,236
Ventas a partes relacionadas	305,097	341,062
<b>Total ingresos netos de actividades ordinarias</b>	<u>3,926,549</u>	<u>3,853,298</u>
Costo de ventas	(2,884,767)	(2,852,471)
<b>Ganancia bruta</b>	<u>1,041,782</u>	<u>1,000,827</u>
Gastos de ventas y distribución	(524,385)	(438,354)
Gastos generales y administrativos	(207,552)	(173,424)
Otros ingresos y gastos, neto	3,809	17,698
Resultado de operaciones con derivados de materias primas	(171,928)	(3,513)
<b>Ganancia operativa</b>	<u>141,726</u>	<u>403,234</u>
Ingresos financieros	4,423	2,994
Gastos financieros	(120,513)	(80,505)
Diferencias de cambio, neto	(57,603)	(117,019)
Participación en los resultados netos de las asociadas	60,244	119,678
<b>Ganancia antes del impuesto a las ganancias</b>	<u>28,277</u>	<u>328,382</u>
Gasto por impuesto a las ganancias	(17,524)	(73,894)
<b>Ganancia neta de operaciones continuas</b>	<u>10,753</u>	<u>254,488</u>
Utilidad procedente de operaciones discontinuadas, neta del impuesto a las ganancias	(332)	63,419
<b>Ganancia neta del año</b>	<u><u>10,421</u></u>	<u><u>317,907</u></u>
 <b>Utilidad neta por acción</b>		
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión (S/.)	0.010	0.373
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones continuas (S/.)	0.010	0.299
Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión por operaciones discontinuadas (S/.)	0.000	0.074

## INDICADORES FINANCIEROS

	31/12/2014	31/12/2013
<b>Índices de liquidez</b>		
Prueba corriente	0.91	1.67
Prueba ácida	0.58	0.98
<b>Índices de gestión</b>		
Margen bruto	0.27	0.26
Margen operativo	0.04	0.10
<b>Índices de solvencia</b>		
Endeudamiento Patrimonial	1.53	1.01
Endeudamiento de largo plazo/ Activo fijo	1.28	1.20
<b>Índices de rentabilidad</b>		
Rentabilidad neta sobre patrimonio	0.01	0.15
Rentabilidad neta sobre ingresos	0.00	0.08

Prueba corriente	Activos corrientes / Pasivos corrientes
Prueba ácida	Activos corrientes - inventarios - gastos pagados por anticipado – activos clasificados como mantenidos para la venta / Pasivos corrientes
Margen bruto	Ganancia bruta / Ingresos de actividades ordinarias
Margen operativo	Ganancia operativa / Ingresos de actividades ordinarias
Endeudamiento patrimonial	Total pasivos / Total patrimonio
Endeudamiento largo plazo / Activo fijo	Total pasivos no corrientes / Propiedades, planta y equipo, neto
Rentabilidad neta sobre patrimonio	Ganancia neta del ejercicio / Total patrimonio
Rentabilidad neta sobre ventas	Ganancia neta del ejercicio / Ingresos de actividades ordinarias

A continuación se presentan las variaciones más importantes en los estados financieros de la empresa terminados al 31 de diciembre de 2014 con respecto al 2013, expresados en miles de nuevos soles.

#### **Ingresos Totales**

Entre los años 2013 y 2014 las ventas netas alcanzaron los S/.3,853,298 y S/.3,926,549, respectivamente, lo que significa un incremento de 1.9%.

#### **Utilidad Bruta**

En el año 2014 la utilidad bruta fue de S/. 1,041,782, incrementándose ligeramente en comparación con el año 2013 en que alcanzó S/.1,000,827.

#### **Utilidad Operativa**

La utilidad operativa de 2014 fue de S/.141,726 (3.6% de las ventas netas), disminuyendo en comparación con el año 2013, el cual alcanzó S/.403,234 (10.5% de las ventas netas)..

#### **Gastos Financieros, neto y Diferencias de Cambio, neto**

El gasto financiero, neto aumentó en S/.38,579 respecto al año anterior, debido principalmente a mayores intereses por préstamos y sobregiros bancarios. El gasto por diferencia de cambio, neto disminuyó en S/.59,416.

#### **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 Cecilia Casseas Perez, anteriormente estaba a cargo de la empresa Centro de Servicios Compartidos S.A. (PRIOX).

A partir del ejercicio 2014 se ha designado como auditores externos a Medina, Zaldívar, Paredes & Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada, firma miembro de Ernst & Young (EY), cuya opinión acerca de los estados financieros consolidados e individuales de Alicorp S.A.A., han sido emitidas sin salvedad.

## SECCION IV

### **INFORMACION RELATIVA A LOS VALORES DE LA SOCIEDAD INSCRITOS EN EL REGISTRO PUBLICO DEL MERCADO DE VALORES**

Al 31 de diciembre de 2014 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 y ascienden a 847'191,731.

#### **Acciones de Inversión**

Las acciones de Inversión (antes acciones del trabajo) se encuentran inscritas en el Registro Público del Mercado de Valores desde 1980 y ascienden a 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, ésta se desarrolló de la siguiente forma:

**ALICORP S.A.A.**

**Renta Variable**

Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	COTIZACIONES 2014				Precio
			Apertura S/.	Cierre S/.	Máxima S/.	Mínima S/.	Promedio S/.
PEP214001005	ALICORC1	2014-01	9.10	8.65	9.43	8.50	9.10
PEP214001005	ALICORC1	2014-02	8.62	8.67	8.67	8.49	8.59
PEP214001005	ALICORC1	2014-03	8.69	8.00	8.70	7.50	8.05
PEP214001005	ALICORC1	2014-04	8.03	8.50	8.50	7.99	8.29
PEP214001005	ALICORC1	2014-05	8.50	8.50	8.84	8.45	8.65
PEP214001005	ALICORC1	2014-06	8.50	8.22	8.50	8.20	8.34
PEP214001005	ALICORC1	2014-07	8.22	8.35	8.65	8.20	8.39
PEP214001005	ALICORC1	2014-08	8.35	7.82	8.35	7.63	7.81
PEP214001005	ALICORC1	2014-09	7.82	8.00	8.10	7.75	7.94
PEP214001005	ALICORC1	2014-10	7.99	7.75	8.00	7.65	7.83
PEP214001005	ALICORC1	2014-11	7.70	7.44	7.75	7.40	7.64
PEP214001005	ALICORC1	2014-12	7.45	7.11	7.50	7.00	7.21
PEP214005006	ALICORI1	2014-01	4.00	4.30	4.30	4.00	4.24
PEP214005006	ALICORI1	2014-02	4.30	4.30	4.30	4.30	4.26
PEP214005006	ALICORI1	2014-03	4.30	4.05	4.30	4.05	4.18
PEP214005006	ALICORI1	2014-04	4.05	4.00	4.05	4.00	4.01
PEP214005006	ALICORI1	2014-05	3.85	4.10	4.10	3.65	3.83
PEP214005006	ALICORI1	2014-06	3.80	3.70	3.80	3.70	3.73
PEP214005006	ALICORI1	2014-07	3.55	3.50	3.60	3.50	3.52
PEP214005006	ALICORI1	2014-08	3.50	3.45	3.50	3.40	3.44
PEP214005006	ALICORI1	2014-09	3.45	3.40	3.45	3.40	3.41
PEP214005006	ALICORI1	2014-10	3.30	3.30	3.30	3.30	3.30
PEP214005006	ALICORI1	2014-11	3.30	3.30	3.30	3.30	3.30
PEP214005006	ALICORI1	2014-12	3.00	2.85	3.00	2.85	2.99

**Renta Fija**

Código ISIN	Nemónico	Año - Mes	COTIZACIONES 2014				Precio
			Apertura %	Cierre %	Máxima %	Mínima %	Promedio %
PEP21400M056	ALICO3BC1A	2014-12	100.1490	100.2850	100.2850	100.1490	100.1804

### **Bono Internacional – US\$450 Millones**

El Bono Internacional se emitió bajo la Regla 144A y la Regulación S de la United States Securities Act de 1993. Se obtuvo el grado de inversión de las clasificadoras de riesgo internacionales Fitch Ratings (“BBB”) y Moody’s (“Baa2”). Fue colocado en el mes de marzo de 2013 por un monto en dólares americanos de US\$450 millones, equivalente a S/. 1,233 millones, con una tasa cupón de 3.875% nominal anual (la tasa más baja para una empresa corporativa peruana a dicha fecha). El bono se amortizará en una sola cuota al vencimiento y los intereses se pagarán semestralmente hasta su vencimiento en marzo 2023.

### **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. El bono se amortizará en una sola cuota al vencimiento y los intereses se pagarán semestralmente hasta su vencimiento en diciembre 2017.

Esta emisión corresponde al Tercer Programa de Bonos Corporativos por S/. 1,000 millones, dirigido a reestructurar pasivos de corto plazo. Asimismo, este programa mantiene actualmente una calificación de “AAA” de las clasificadoras Apoyo & Asociados Internacionales y Pacific Credit Rating.





**àlicorp**

[reporte2014.grupoallicorp.com](http://reporte2014.grupoallicorp.com)