



San Miguel de Tucumán, 13 de marzo de 2017 - S.A. San Miguel A.G.I.C.I. y F., empresa líder en la producción, exportación y procesamiento de cítricos del hemisferio sur, anunció sus resultados para el ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2016. La información financiera y operativa contenida en este comunicado se basa en los estados financieros consolidados presentados en pesos argentinos y preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Resumen Ejecutivo

Principales indicadores financieros				
en millones de AR\$	2016	2015 (*)	Variación	%
Ventas	4.024	2.316	1.707	73,7%
Resultado operativo	704	240	464	193,0%
Resultado neto	231	-65	296	454,4%
EBITDA	805	435	370	85,1%
<i>Margen Ebitda</i>	<i>20,0%</i>	<i>18,8%</i>		
Capital de trabajo	623	530	93	17,5%
Activo fijo	1.878	1.617	260	16,1%
Deuda neta	1.112	1.074	38	3,5%
Patrimonio Neto	1.369	1.053	316	30,0%
CAPEX	316	338	-22	-6,5%
Depreciaciones y Amortizaciones	127	94	34	35,8%
Deuda neta cierre / EBITDA	1,38	2,47		
Liquidez	1,65	1,12		(Act. Corr. / Pas. Corr.)
Solvencia	0,50	0,42		(Patr. Neto / Total Pas.)
Inmovilización del capital	0,55	0,54		(Act. No Corr. / Total Act.)

Aspectos destacados

- Las ventas consolidadas alcanzaron los AR\$ 4.024 millones, un incremento del 74% con respecto a las ventas del 2015
- El EBITDA reportado ascendió en 2016 a AR\$ 805 millones, lo que representa un crecimiento de 85% con respecto al ejercicio 2015
- La ganancia operativa fue de AR\$ 704 millones, representando un aumento del 193% con respecto a 2015

(*) Durante el ejercicio 2016, por cambios en la normativa vigente, San Miguel ha adoptado las modificaciones a la NIC 16 "Propiedad, Planta y Equipo" y NIC 41 "Agricultura". Como resultado de estos cambios en las políticas contables, los estados contables del ejercicio 2015, han sido corregidos a los efectos de no afectar la comparabilidad de la información financiera relevada.



La Compañía

S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. y F. es una empresa agroindustrial global, de origen argentino, con un modelo de negocios orientado al cliente. Es la principal productora y exportadora de cítricos frescos del Hemisferio Sur, y a su vez líder mundial en procesamiento de productos derivados de los cítricos con valor agregado, alcanzando particularmente el 15% de la molienda global de limón. Con 62 años de trayectoria ha logrado, a través de su posición significativa en el mercado de limones, el desarrollo de una plataforma logística de alta eficiencia y una penetración comercial muy importante. Los principales supermercados y compañías multinacionales de consumo masivo demandan fruta fresca o sus derivados industriales no de sólo limones, sino también de cítricos dulces y sus derivados. San Miguel es reconocida por sus 200 clientes en más de 50 países como un proveedor de cítricos confiable que maneja altos estándares de calidad, pero sobre todo como un socio de largo plazo, con el que se comparten valores y métodos de trabajo respetuosos de las personas y del medio ambiente. Cuenta con un modelo de negocio integrado, que contempla la mirada del mercado y comprende todas las etapas del proceso de la cadena de valor.

VISIÓN

Ser la compañía líder de fruta cítrica del Hemisferio Sur, y de productos industrializados frutihortícolas con valor agregado.

ESTRATEGIA

San Miguel cuenta con una posición de liderazgo en el mercado del limón, la cual le permitió adquirir know-how y desarrollar relaciones comerciales con clientes globales, sobre los cuales se apalanca para expandir su negocio a cítricos dulces, y eventualmente a otras frutas y verduras.

La Sociedad cuenta con un modelo de negocios integrado con operaciones estratégicamente ubicadas en los principales países productores y exportadores de cítricos en el Hemisferio Sur. Esto le permite tener una posición de liderazgo en el mercado de cítricos frescos en contra-estación, y de productos derivados durante todo el año.

La producción en múltiples orígenes permite mitigar los principales riesgos asociados a la actividad cítrica, vinculados a factores climáticos, fitosanitarios y macroeconómicos, disminuyendo la variabilidad en la oferta de fruta y asegurando un suministro constante que constituye un valor diferencial y estratégico para sus grandes clientes internacionales.

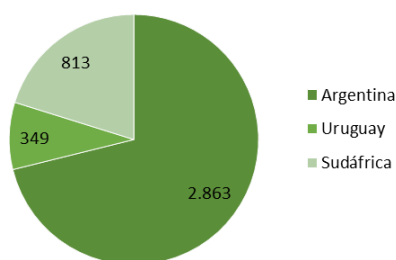
SEGMENTOS DE NEGOCIO

San Miguel posee dos unidades de negocio complementarias. Por un lado, se dedica a la producción y comercialización de fruta fresca destinada principalmente a las grandes cadenas de supermercados del Hemisferio Norte. Por otro lado, produce alimentos procesados a través de la molienda de frutas cítricas, los cuales son comercializados principalmente a compañías líderes con participación en la industria de bebidas, farmacéutica, fragancias y alimentos, bajo la modalidad de contratos de mediano y largo plazo.

MÚLTIPLES ORÍGENES

San Miguel es la principal empresa frutihortícola de la región que cuenta con producción en diversos orígenes (multi-origen), con fincas propias, operaciones industriales y productores estratégicos asociados en Argentina, Uruguay y Sudáfrica. Está posicionada como la principal exportadora argentina de limón, y una de las principales exportadoras de cítricos desde Uruguay y Sudáfrica; la Sociedad exporta en promedio unas 130 mil toneladas de fruta fresca al año, con una oferta equilibrada entre limón y cítricos dulces (mandarinas, naranjas y pomelos).

Ventas por país de origen 2016
(AR\$ millones)




Comentarios sobre los resultados consolidados
Estado de resultados

Estado de resultados				
en millones de AR\$	2016	2015	Variación	%
Ventas netas	4.024	2.316	1.707	73,7%
CMV	-2.593	-1.672	-921	55,1%
Ganancia bruta	1.431	645	786	122,0%
<i>Margen bruto</i>	<i>35,6%</i>	<i>27,8%</i>		
Cambios en el valor de activos biológicos	-	-	-	0,0%
Gastos comerciales	-439	-250	-189	75,6%
Gastos de administración	-288	-154	-134	86,6%
Resultado operativo	704	240	464	193,0%
<i>Margen operativo</i>	<i>17,5%</i>	<i>10,4%</i>		
Resultados financieros netos	-364	-446	81	-18,3%
Otros ingresos y egresos netos	51	108	-56	-52,4%
Resultado por participacion en asociadas	6	18	-12	-68,3%
Resultado neto antes de impuesto a las ganancias	397	-79	476	600,5%
Impuesto a las ganancias	-166	14	-180	-1269,7%
Resultado neto del ejercicio	231	-65	296	454,4%
Diferencia de conversion valuacion participacion en asociadas	133	110	24	21,4%
Total de Resultados Integrales	364	45	319	716,5%
EBITDA				
Resultado operativo	704	240		
Depreciaciones de bienes de uso	128	94		
Depreciaciones agrícolas 2016 /2015	-91	-13		
Depreciaciones agrícolas 2015 / 2014	13	6		
Otros ingresos y egresos	51	108		
EBITDA	805	435		
<i>Margen operativo</i>	<i>20,0%</i>	<i>18,8%</i>		

Cambios en las normas contables

A partir del 1 de enero de 2016 la Compañía ha adoptado las modificaciones de la NIC 16 “Propiedad, planta y equipo” y NIC 41 “Agricultura”. Las mismas representan cambios en las políticas contables y ajustes en la información contable que se presenta comparativa.

Las modificaciones introducidas definen las plantas productivas como viñedos, los árboles de caucho y plantaciones frutales, deben contabilizarse de la misma forma que la propiedad, planta y equipo de acuerdo se encuentra definido en la NIC 16, dado que su funcionamiento es similar al de fabricación.

Como resultado de estos cambios, los estados contables del ejercicio 2015 han sido corregidos a efectos de no afectar la comparabilidad de la información financiera relevada. En el resultado de 2015 se registró una menor ganancia operativa como consecuencia de la baja en el resultado por cambios en el valor de activos biológicos por AR\$ 547 millones y un aumento en las depreciaciones de bienes de uso por AR\$ 58 millones. Por su parte se incluyó un ajuste en el impuesto a las ganancias por AR\$ 192 millones por el recupero de pasivos por impuesto diferidos, que impactó positivamente en el resultado neto del período.



Ventas Netas y Resultado Bruto

en millones de AR\$	2016			2015			Var. %	
	AP (*)	FF	Total	AP (*)	FF	Total	AP	FF
ARGENTINA								
Ventas Netas	1.529	1.334	2.863	1.163	476	1.639	31,5%	180,0%
CMV	-1.022	-654	-1.676	-771	-370	-1.141	32,5%	76,7%
Resultado Bruto	507	680	1.187	391	106	498	29,5%	540,5%
<i>Margen Bruto</i>	<i>33,2%</i>	<i>51,0%</i>	<i>41,5%</i>	<i>33,7%</i>	<i>22,3%</i>	<i>30,4%</i>		
URUGUAY								
Ventas Netas	87	262	349	99	183	282	-12,5%	43,4%
CMV	-64	-233	-297	-82	-174	-255	-21,6%	34,5%
Resultado Bruto	23	28	51	18	9	27	30,2%	215,3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>26,3%</i>	<i>10,9%</i>	<i>14,7%</i>	<i>17,7%</i>	<i>4,9%</i>	<i>9,4%</i>		
SUDAFRICA								
Ventas Netas	69	743	813	-	396	396	100,0%	87,8%
CMV	-65	-554	-620	-	-275	-275	100,0%	101,6%
Resultado Bruto	4	189	193	-	121	121	100,0%	56,4%
<i>Margen Bruto</i>	<i>5,9%</i>	<i>25,4%</i>	<i>23,7%</i>	<i>0,0%</i>	<i>30,5%</i>	<i>30,5%</i>		
Ventas netas	1.685	2.339	4.024	1.262	1.055	2.316	33,6%	121,8%
Resultado Bruto	534	897	1.431	409	236	645	30,6%	280,3%
<i>Margen Bruto</i>	<i>31,7%</i>	<i>38,4%</i>	<i>35,6%</i>	<i>32,4%</i>	<i>22,4%</i>	<i>27,8%</i>		

(*) Los estados contables de San Miguel no consolidan su participación en los Joint Ventures de Venco y Novacore que la Compañía posee en Sudáfrica y Uruguay, respectivamente. Las ventas del negocio de Alimentos Procesado realizadas por Uruguay y Sudáfrica, corresponden a negocios puntuales de compra venta de aceite, jugo y cáscara.

Las ventas netas se componen del total de ventas, netas de reembolsos y derechos a las exportaciones. Durante el 2016 se eliminaron los derechos de exportación tanto para los productos procesados como las exportaciones de fruta fresca en Argentina.

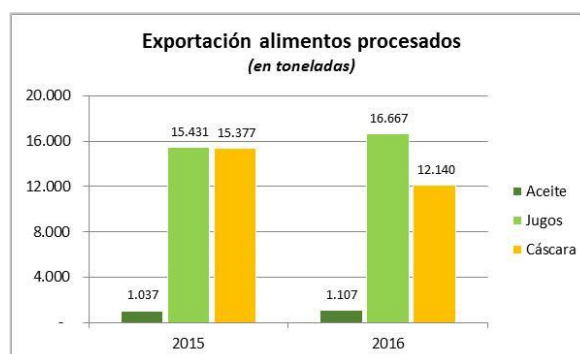
Negocio de Alimento Procesados

Fruto de la innovación e inteligencia comercial, durante 2016 se han aumentado las ventas no solamente a través de nuevos productos de mayor valor agregado sino que también se ha logrado abrir nuevos mercados, incorporando más clientes y más países. Adicionalmente, cabe destacar que se registró una creciente demanda de productos con sabor a limón, evidenciada en una fuerte caída de stocks globales de jugo, presentando una oportunidad de desarrollo de negocios para la compañía.

En Argentina las lluvias generaron un retraso en el inicio del procesamiento del limón, pero al mismo tiempo el exceso de humedad provocó caídas en el contenido de jugo y aceite, bajando los rendimientos y las producciones de estos productos para toda la industria.

En cuanto a la variación en los ingresos de productos industriales se debe principalmente a:

- Un disminución en los precios promedio de ventas en dólares del 4% en el aceite compensado con un incremento en los volúmenes del 6%
- Disminución en los precios promedio denominados en dólares de las ventas de jugo, las cuales también se vieron compensadas con un aumento en los volúmenes del 8%
- Una caída en los volúmenes exportados de cáscara




Resumen de resultados – Ejercicio Anual 2016

- Las ventas en Uruguay y Sudáfrica corresponden a negocios puntuales de compra y venta de aceite, jugo y cáscara

En cuanto al resultado bruto del negocio de alimentos procesados en Argentina, se vio afectado por:

- La caída en los precios medidos en dólares de los productos comercializados por la Compañía, conforme a lo mencionado anteriormente
- Una disminución en los volúmenes de fruta procesada en Argentina que pasó de 262.000 toneladas en 2015 a 213.000 toneladas y a su vez una caída en los rindes de procesamiento como consecuencia a las condiciones climáticas que se dieron durante la campaña en Tucumán
- Ambas circunstancias generaron una menor absorción de los costos fijos y un mayor costo de la materia prima por producto terminado
- Las mencionadas situaciones fueron parcialmente compensadas por el consumo de las existencias de inventarios al inicio del ejercicio con un costo menor

Negocio de Fruta Fresca

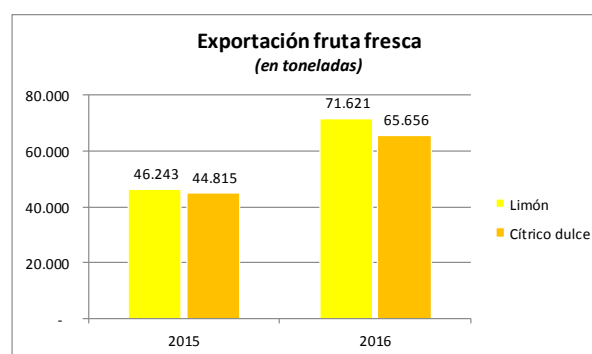
Durante el año 2016 profundizamos el desarrollo del mercado estadounidense. Desde Uruguay se exportaron a dicho destino volúmenes crecientes respecto a campañas anteriores y se inició la primera campaña a Estados Unidos desde la región de Western Cape, en Sudáfrica. En esta localidad se adquirió en el mes de abril una nueva finca con 250 hectáreas con plantaciones de naranjas y mandarinas de alta calidad.

Adicionalmente, durante el 2016 continuamos afianzando nuestro liderazgo en el mercado europeo. También incorporamos nuevos países y clientes al negocio de fruta fresca, especialmente en la región asiática.

Los precios se mantuvieron altos y sostenidos a lo largo de toda la campaña como resultado de un faltante en la producción española al cierre de su campaña y la tardía cosecha en Argentina.

Por su parte las variaciones en las ventas de fruta fresca se deben principalmente a:

- Un incremento de aproximadamente un 43% del volumen de exportación de limón de Argentina, representado aproximadamente 18.000 toneladas adicionales durante 2016 con respecto al 2015
- Aumento en los precios de exportación de limón desde Argentina del 12% con respecto al ejercicio 2015
- Mayores volúmenes de ventas de cítrico dulce (naranja y mandarina), desde Argentina, Uruguay y Sudáfrica por aproximadamente, 4.000 tn., 4.000 tn., y 13.000 tn. respectivamente, como consecuencia de un aumento en la compra de fruta de productores estratégicos y desarrollo de nuevos mercados de ventas



En cuanto a evolución del resultado bruto del negocio de fruta fresca se explica como consecuencia de:

- El aumento en los precios mencionado en los comentarios precedentes
- Aumento en los volúmenes de toneladas empacadas en los empaques propios lo que generó una mejor absorción de costos fijos de procesamiento
- Como contrapartida, hubo un aumento significativo en la comercialización de fruta de productores estratégicos con un menor margen bruto



Comentarios sobre la situación patrimonial consolidada

Estado de situación patrimonial				
en millones de AR\$	2016	2015	Variación	%
ACTIVO				
ACTIVO NO CORRIENTE				
Propiedad, planta y equipos	2.153	1.827	326	17,8%
Activos biológicos	-	-	-	0,0%
Participación en asociadas	17	8	9	118,5%
Otros activos no corrientes	80	80	-0	-0,1%
Total Activo No Corriente	2.249	1.914	335	17,5%
ACTIVO CORRIENTE				
Inventarios	408	335	73	21,6%
Activos biológicos	421	245	176	72,0%
Otros créditos	333	330	2	0,7%
Créditos por ventas	151	281	-130	-46,3%
Otros activos financieros	296	378	-83	-21,8%
Efectivo y equivalentes de efectivo	234	87	146	168,0%
Total Activo Corriente	1.842	1.658	185	11,1%
TOTAL DEL ACTIVO	4.092	3.572	520	14,5%
PATRIMONIO NETO	1.369	1.053	316	30,0%
PASIVO				
PASIVO NO CORRIENTE				
Préstamos	1.216	724	493	68,1%
Pasivo diferido por impuesto a las ganancias	372	297	75	25,3%
Otros pasivos no corrientes	19	20	-1	-3,4%
Total Pasivo No Corriente	1.607	1.041	567	54,5%
PASIVO CORRIENTE				
Cuentas por pagar	544	520	24	4,5%
Préstamos	425	816	-391	-48,0%
Otros pasivos corrientes	147	142	5	3,2%
Total Pasivo Corriente	1.115	1.478	-363	-24,6%
TOTAL DEL PASIVO	2.722	2.519	204	8,1%
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	4.092	3.572	520	14,5%

Inversiones de capital

Durante el ejercicio 2016 se han realizado inversiones de capital que incluyeron:

- Mantenimiento de plantas jóvenes
- Adquisición de nuevos campos
- Nuevas plantaciones y equipamiento para ampliación del área productiva



Resultado de la ampliación del capital social

Apalancada en su estrategia de crecimiento a largo plazo, con fecha 21 de febrero de 2017, S.A. San Miguel A.G.I.C.I. y F., lanzó una oferta pública de hasta 58.500.000 acciones ordinarias Clase B, de valor nominal AR\$ 0,10 y con derecho a un (1) voto por acción, ampliable hasta 67.275.000 acciones.

Se expone a continuación un resumen de los términos y condiciones de la mencionada emisión

	Términos y Condiciones
Emisor	S.A. SAN MIGUEL A.G.I.C.I. y F.
Acciones en Circulación	644.234.880 acciones ordinarias: 304.374.578 Clase A (VN \$0,10 y 5 votos) y 339.860.302 Clase B (VN \$0,10 y 1 voto)
Oferta	100% Primaria. Hasta 58.500.000 ampliable hasta 67.275.000 Nuevas Acciones Clase B (VN \$0,10 y 1 voto)
Rango de Precio Indicativo	Entre \$95 y \$135 por cada 10 Nuevas Acciones
Período de Suscripción	Desde el 21 de febrero hasta el 7 de marzo
Fecha de Adjudicación	7 de marzo
Tamaño Indicativo de la Oferta	En el punto medio del rango US\$ 43,4 millones ampliable hasta US\$ 50 millones
Integración	Pesos Argentinos
Listado y Negociación	Merval
Destino de los Fondos	(i) Hasta un 40% al incremento en volúmenes de producción de fruta (ii) Hasta un 35% al desarrollo de proyectos industriales (iii) Hasta un 50% a adquisición de compañías u operaciones que se encuadren dentro de su visión
Organizador	AR Partners S.A.
Colocadores	AR Partners S.A., Santander Río S.A. y Puente Hnos. S.A.
Audidores del Emisor	Price Waterhouse & Co.
Restricciones a la Transferencia	Prohibición de vender sus acciones para el grupo de control por 180 días

Estrategias de crecimiento

Fruta Fresca

Incremento en los Volúmenes de Exportación de Fruta Fresca

- Incremento en el mediano plazo de las exportaciones a 300.000 toneladas por año, desde las 130.000 toneladas actuales.

Desarrollo de Nuevos Productos

- Orientados al bienestar: saludables, naturales y frescos, orgánicos.
- Especialidades: mandarina sin semilla y de fácil pelado.

Nuevos Orígenes

- Plantaciones propias o desarrollo de productores estratégicos asociados.

Nuevos Mercados

- Acceso: India, China, Corea, México.
- Profundidad: EEUU, Brasil, Rusia, Japón.

Alimentos Procesados

Incremento en la Capacidad de Procesamiento

- Construcción de una nueva planta de molienda de cítricos en Uruguay que le permitirá incrementar la capacidad total de molienda en un 25% (incluyendo joint-ventures), durante 2017/2018.

- Apalancamiento en contratos de largo plazo de los clientes.

Diversificación hacia el Procesamiento de Nuevas Frutas y Verduras

- Demanda creciente de los clientes.
- Fuerte tendencia de consumo hacia productos saludables.

Nuevos Productos

- Desarrollo de especialidades.
- Avance en la cadena de valor.
- Avances en I&D.

Resultado de la emisión de acción

Conforme con los plazos establecidos en los términos y condiciones de la oferta pública de acciones, el 7 de marzo de 2017 finalizó el período de suscripción. Como consecuencia, fueron adjudicadas 67.275.000 acciones ordinarias Clase B, de valor nominal AR\$ 0,10 y con derecho a un (1) voto por acción, por un valor de mercado de AR\$ 105 por cada 10 acciones, lo que representó para la Compañía un aumento del capital social y una generación de fondos a ser aplicados en su estrategia de crecimiento de AR\$ 706,4 millones.