



**San Miguel de Tucumán, 15 de mayo 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 trimestre finalizado el 31 de marzo de 2017. 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\$	31.03.2017	31.12.2016	Variación	%
Ventas	139	196	-58	-29,3%
Resultado operativo	-119	-32	-87	274,1%
Resultado neto	-84	-93	9	9,8%
EBITDA	-108	-28	-80	289,5%
<i>Margen Ebitda</i>	<i>-77,6%</i>	<i>-14,1%</i>		
Capital de trabajo	1.238	623	615	98,8%
Activo fijo	1.913	1.878	36	1,9%
Deuda neta	1.162	1.112	50	4,5%
Patrimonio Neto	1.964	1.369	595	43,5%
CAPEX	77	46	31	67,4%
Depreciaciones y Amortizaciones	36	25	11	44,0%
Liquidez	1,80	1,65	(Act. Corr. / Pas. Corr.)	
Solvencia	0,61	0,50	(Patr. Neto / Total Pas.)	
Inmovilización del capital	0,44	0,55	(Act. No Corr. / Total Act.)	

### Aspectos destacados

- Dadas las características del negocio, con una marcada estacionalidad, el primer trimestre del año responde a un período de inversión, con motivo de los preparativos previos al inicio de la campaña
- Las ventas consolidadas del primer trimestre de 2017 alcanzaron los AR\$ 139 millones, disminuyendo un 29% con igual período de 2016

Nota: Los saldos de resultados corresponden a los períodos de 3 meses finalizados al 31 de marzo de 2017 y 2016, respectivamente, al igual que la inversión en Capex y los montos de depreciaciones. Los valores de Capital de trabajo, Activo fijo, Deuda neta y Patrimonio neto, como también los ratios incluidos surgen de los saldos al 31 de marzo de 2017 y 31 de diciembre de 2016.



## 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.

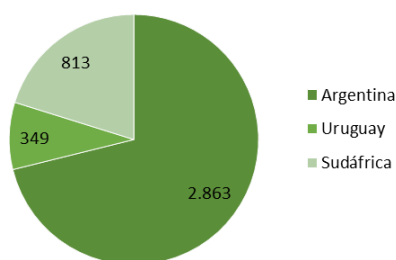
### SEGMENTOS DE NEGOCIO

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\$	1T 2017	1T 2016	Variación	%
Ventas netas	139	196	-58	-29,3%
CMV	-108	-143	35	-24,5%
<b>Ganancia bruta</b>	<b>31</b>	<b>53</b>	<b>-22</b>	<b>-42,3%</b>
<i>Margen bruto</i>	<i>22,0%</i>	<i>27,0%</i>		
Gastos comerciales	-55	-27	-28	107,0%
Gastos de administración	-95	-58	-36	62,5%
<b>Resultado operativo</b>	<b>-119</b>	<b>-32</b>	<b>-87</b>	<b>274,1%</b>
<i>Margen operativo</i>	<i>-86,0%</i>	<i>-16,2%</i>		
Resultados financieros netos	-19	-105	87	-82,2%
Otros ingresos y egresos netos	1	1	-0	-26,4%
Resultado por participacion en asociadas	-8	-5	-3	69,7%
<b>Resultado neto antes de impuesto a las ganancias</b>	<b>-145</b>	<b>-141</b>	<b>-4</b>	<b>-3,1%</b>
Impuesto a las ganancias	61	47	13	28,3%
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>-84</b>	<b>-93</b>	<b>9</b>	<b>9,8%</b>
Diferencia de conversion valuacion participacion en asociadas	-7	65	-72	-111,3%
<b>Total de Resultados Integrales</b>	<b>-92</b>	<b>-28</b>	<b>-63</b>	<b>223,7%</b>

**Estacionalidad del negocio**

La marcada estacionalidad que caracteriza a la industria en la cual la Compañía desarrolla sus actividades implica que el primer trimestre del año sea habitualmente un período de inversión, con motivo de todos los preparativos previos al inicio de la campaña. Siguiendo la estrategia de la Compañía de ser proveedores de cítricos en el Hemisferio Sur, la campaña se concentra para todos los orígenes en los que la Compañía desarrolla sus actividades entre los meses de abril y agosto.

Con respecto al primer trimestre del 2017, se observa un inicio de la campaña con mayores existencias de stocks de cítricos en el hemisferio norte, dado que está finalizando un año de buena producción en España. No obstante, se han desarrollado y comenzado a trabajar con productores estratégicos de nuevos orígenes como Bolivia y Egipto, que permitieron llegar a mercados previo al inicio de la cosecha en los países en donde San Miguel desarrolla sus actividades.

**Reseña informativa**

Luego de un año 2016 con buenas producciones en todos los orígenes en los que opera la Compañía, para la presente campaña 2017, se espera una menor producción de limón en Tucumán. Como contrapartida, se espera fruta de calidad superior a los años anteriores. Las expectativas de producción tanto en Uruguay como en Sudáfrica, son buenas y de acuerdo con los promedios históricos de dichos países.

Como se ha mencionado anteriormente, el primer trimestre no suele representar un gran nivel de actividad como consecuencia de la marcada estacionalidad del negocio en el que opera la Compañía. Excepto por ventas de stocks existentes de alimentos procesados y algunos negocios de fruta fresca, no se registra actividad comercial. A la fecha del presente comunicado, la producción del empaque y las exportaciones de cítricos han comenzado en todos los orígenes en los que opera la Compañía, cómo también se encuentran en pleno desarrollo la molienda de cítricos en las diferentes plantas industriales.



#### Comunicado de prensa – Período trimestral marzo 2017

En lo que respecta al contexto macroeconómico tanto en los países en los que opera la Compañía como en el contexto internacional, se observan puntos favorables como también desfavorables. En Argentina, se observó durante el primer trimestre una apreciación del Peso con respecto al Dólar (moneda en la que se denominan una gran porción de las ventas) de aproximadamente 3%. Por su parte, de acuerdo con el Indec la inflación por los primeros tres meses del año fue de 6%.

En Sudáfrica, las agencias calificadoras han bajado la calificación de su deuda soberana como consecuencia de los hechos políticos ocurridos durante el primer trimestre del año que han implicado cambios en el gabinete, y podrían representar un debilitamiento en las finanzas públicas de dicho país. No obstante, durante el primer trimestre, del 2017 se observó una apreciación del Rand con respecto al Dólar de aproximadamente 5%. La inflación del primer trimestre del año 2017 fue del 2%.

Por su parte, en Uruguay, también se observó una apreciación de la moneda local frente al Dólar durante el primer trimestre de 2017 de aproximadamente 4%, mientras que la inflación para dicho período estuvo en un 4%.

Se observó a su vez un fortalecimiento del Euro (moneda en la que se concentra gran parte de las exportaciones de la Compañía) con respecto al Dólar del 2% durante el primer trimestre del año 2017.

#### Gastos de estructura y comercialización

Tanto los gastos de comercialización como los gastos de administración sufrieron el impacto de la inflación en Argentina cuya variación interanual fue superior al 33%. Específicamente, el efecto de la inflación representó aproximadamente el 35% y el 30% del total de las variaciones en los gastos de administración y comercialización, respectivamente.

Adicionalmente, en lo que respecta a gastos de comerciales, el otro gran impacto se refiere a un aumento en los volúmenes de exportación durante el primer trimestre con respecto a igual período del año 2016, y a un aumento en la estructura comercial fija de Sudáfrica, con el objetivo de potenciar el negocio y aumentar el volumen desde dicho origen.

Adicionalmente a las variables antes mencionadas, el crecimiento de la Compañía en los últimos años ha generado la necesidad de cambios en su estructura corporativa y de control. En ese contexto, durante el ejercicio 2016 se ha finalizado con la implementación del sistema operativo SAP y el rediseño de muchos de los procesos internos. El mantenimiento y funcionamiento de los sistemas, como así también gastos de reestructuración de las diferentes organizaciones, ha requerido un aumento en los gastos de administración que representan aproximadamente un 45% de la variación con respecto primer trimestre del 2016. La estructura creada, a su vez, se considera necesaria para el crecimiento futuro de la Compañía.

#### Conversión por valuación participación en asociadas

La conversión de los resultados y la situación patrimonial de las subsidiarias en Uruguay y Sudáfrica que tienen moneda funcional diferente de la moneda de reporte de la Compañía genera la diferencia de cambio que se reconoce en los resultados integrales, como “Diferencia de conversión valuación participación en asociadas”.

El efecto de pérdida neta que se observa durante el primer trimestre del ejercicio, se vincula con la pérdida por la revaluación del peso argentino de aproximadamente 2.4% respecto al dólar (moneda funcional del negocio en Uruguay), en parte compensada por la ganancia por la devaluación del peso argentino aproximadamente de 3.3% respecto al rand sudafricano (moneda funcional del negocio en Sudáfrica), durante dicho período. Durante el mismo periodo del ejercicio anterior, el peso argentino se devaluó un 13% con respecto al dólar y un 19% con respecto al rand sudafricano, generando resultados positivos en ambos casos.


**Ventas Netas y Resultado Bruto**

en millones de AR\$	1er Trim. 2017			1er Trim. 2016			Var. %	
	AP (*)	FF	Total	AP (*)	FF	Total	AP	FF
<b>ARGENTINA</b>								
Ventas Netas	88	13	101	110	4	114	-20,6%	236,7%
CMV	-61	-10	-71	-64	-2	-66	-4,2%	327,3%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>29</b>	<b>46</b>	<b>2</b>	<b>48</b>	<b>-43,1%</b>	<b>99,4%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>30,1%</i>	<i>23,5%</i>	<i>29,3%</i>	<i>42,1%</i>	<i>39,8%</i>	<i>42,0%</i>		
<b>URUGUAY</b>								
Ventas Netas	9	10	19	4	6	9	150,3%	78,2%
CMV	-7	-11	-18	-3	-4	-6	183,4%	183,1%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>2</b>	<b>-1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>69,4%</b>	<b>-129,4%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>19,6%</i>	<i>-5,5%</i>	<i>6,2%</i>	<i>29,0%</i>	<i>33,6%</i>	<i>31,8%</i>		
<b>SUDAFRICA</b>								
Ventas Netas	8	11	19	65	8	73	100,0%	32,0%
CMV	-7	-12	-19	-63	-8	-71	100,0%	51,3%
<b>Resultado Bruto</b>	<b>1</b>	<b>-1</b>	<b>-0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>100,0%</b>	<b>-601,6%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>13,9%</i>	<i>-11,2%</i>	<i>-0,4%</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,0%</i>	<i>3,0%</i>		
<b>Ventas netas</b>	<b>105</b>	<b>34</b>	<b>139</b>	<b>179</b>	<b>18</b>	<b>196</b>	<b>-41,3%</b>	<b>91,1%</b>
<b>Resultado Bruto</b>	<b>29</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>49</b>	<b>4</b>	<b>53</b>	<b>-40,7%</b>	<b>-65,5%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>28,0%</i>	<i>3,7%</i>	<i>22,0%</i>	<i>27,7%</i>	<i>20,7%</i>	<i>27,0%</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**

Durante el primer trimestre la operación industrial es prácticamente nula. Las ventas corresponden a ventas de stocks, remanentes de la campaña anterior, dado que la planta industrial en Argentina, estaría comenzando el procesamiento de la presente campaña durante las últimas semanas de marzo, no llegando a contar con producto terminado previo al cierre del trimestre.

Comparativamente, se observa una baja en las ventas en relación al mismo período del año anterior. Entre los motivos se observa una menor molienda en 2016 (213.000 Ton) y, por tanto, menor stock al cierre del ejercicio anterior, respecto mejores niveles de inventarios y ventas a inicios de 2016 como consecuencia de un mayor volumen de molienda en 2015 (262.000 Ton.). Adicionalmente, durante el primer trimestre de 2016, los precios fueron mayores que durante mismo trimestre de 2017.

En lo que respecta al negocio de alimento procesados, se espera para la campaña 2017 un aumento en volumen de procesamiento, sustentada en el desarrollo y crecimiento de la estrategia de abastecimiento de fruta a través de productores estratégicos. Adicionalmente, se espera seguir fortaleciendo el desarrollo de negocio de alimento procesados a través de su participación en las sociedades vinculadas de Venco y Novacore en Sudáfrica y Uruguay, respectivamente.

Durante el primer trimestre de 2017, se ha comenzado con el procesamiento de fruta en niveles similares a los del 2016, y de acuerdo con las previsiones contempladas para 2017. Se espera que la planta de procesamiento en la localidad tucumana de Famailá se encuentre funcionando a la máxima capacidad en el mes de mayo.



Comunicado de prensa – Período trimestral marzo 2017

Negocio de Fruta Fresca

Usualmente durante el primer trimestre del año, las ventas de fruta fresca corresponden a negocios puntuales, dado que aún no se ha generado el mercado en los principales destinos de exportación del Hemisferio Norte, y la oferta de fruta desde el Hemisferio Sur aún se encuentra en su proceso de maduración.

Particularmente, durante el primer trimestre de 2017, y alineado con la estrategia de crecimiento de la Compañía, se han logrado concretar mayores volúmenes de ventas como consecuencia del desarrollo de productores estratégicos asociados de nuevos orígenes que están permitiendo llegar a mercados con fruta más temprana. Específicamente, durante la presente campaña se comenzaron a hacer exportación de limón de Bolivia a través de la subsidiaria en Uruguay, y se aumentó con respecto al 2016 el abastecimiento de naranjas desde Egipto a través de la subsidiaria en Sudáfrica, como así también con limón de productores del norte de Sudáfrica. Las operaciones de venta de fruta de productores asociados poseen menores márgenes que las ventas de fruta de producción propia.

El crecimiento en volumen de las exportaciones de limón entre el primer de 2017 con respecto igual período de 2016, fue de aproximadamente 166%, mientras que en cítrico dulce fue de aproximadamente 130%.

A diferencia de la campaña 2016, durante la presente campaña España se encuentra finalizando su temporada con buenos niveles de inventarios, razón por la cual no se espera desde el Hemisferio Sur un anticipo en los despachos a los principales mercados europeos. No obstante, se mantienen las expectativas que en los principales mercados tanto para cítricos dulces como para limón, continúen con precios competitivos.


**Comentarios sobre la situación patrimonial consolidada**

<b>Estado de situación patrimonial</b>				
<b>en millones de AR\$</b>	<b>31.03.2017</b>	<b>31.12.2016</b>	<b>Variación</b>	<b>%</b>
<b>ACTIVO</b>				
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>				
Propiedad, planta y equipos	2.189	2.153	35	1,6%
Activos biológicos	-	-	-	0,0%
Participación en asociadas	14	17	-3	-18,4%
Otros activos no corrientes	81	80	1	1,3%
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>2.283</b>	<b>2.249</b>	<b>33</b>	<b>1,5%</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				
Inventarios	541	408	133	32,5%
Activos biológicos	529	421	108	25,6%
Otros créditos	712	333	379	114,0%
Créditos por ventas	266	151	115	75,8%
Otros activos financieros	685	296	390	131,8%
Efectivo y equivalentes de efectivo	194	234	-40	-17,0%
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>2.927</b>	<b>1.842</b>	<b>1.084</b>	<b>58,9%</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>5.210</b>	<b>4.092</b>	<b>1.118</b>	<b>27,3%</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	1.964	1.369	595	43,5%
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>				
Préstamos	1.222	1.216	6	0,5%
Pasivo diferido por impuesto a las ganancias	370	372	-2	-0,6%
Otros pasivos no corrientes	25	19	6	28,4%
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>1.616</b>	<b>1.607</b>	<b>9</b>	<b>0,6%</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>				
Cuentas por pagar	663	544	119	22,0%
Préstamos	820	425	395	93,0%
Otros pasivos corrientes	146	147	-0	-0,3%
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>1.629</b>	<b>1.115</b>	<b>514</b>	<b>46,1%</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>3.245</b>	<b>2.722</b>	<b>523</b>	<b>19,2%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>5.210</b>	<b>4.092</b>	<b>1.118</b>	<b>27,3%</b>

Al 31 de marzo de 2017, se incluyen dentro del saldo de Otros activos financieros corrientes, los fondos generados por la emisión de nuevas acciones cuyo período de suscripción finalizó el 8 de marzo de 2017. Como resultado de la mencionada emisión fueron adjudicadas 67.275.000 acciones ordinarias Clase B generando un ingreso de fondos de aproximadamente AR\$ 706 millones. La utilización de los mencionados fondos tendrá como objetivos los posibles destinos aquellos enumerado durante la presentación realizada en el Road Show y detallada en el Prospecto de emisión de acciones que fueron:

- (i) Por hasta un 40% de los fondos generados, destinados a inversiones con potencial de generar incrementos en volúmenes de producción de fruta
- (ii) Por hasta un 35% de los fondos generados, destinados para al desarrollo nuevos proyectos industriales
- (iii) Por hasta un 50% de los fondos generados, destinados para la adquisición de compañías u operaciones que se encuadren dentro de su visión




**Anexo I – Información sobre volúmenes**

<i>Toneladas de Fruta</i>	<i>1T 16</i>	<i>2T 16</i>	<i>3T 16</i>	<i>4T 16</i>	<i>1T 17</i>
<b>Producción Propia</b>					
<i>Argentina</i>	6.160	77.040	90.060	6.426	7.864
<i>Uruguay</i>	1.190	13.068	17.386	2.119	470
<i>Sudáfrica</i>	-	14.804	17.443	2.894	-
<b>TOTAL</b>	<b>7.350</b>	<b>104.912</b>	<b>124.889</b>	<b>11.439</b>	<b>8.334</b>
<b>Productores Estratégicos</b>					
<i>Argentina</i>	5.500	54.904	67.756	864	3.022
<i>Uruguay</i>	-	1.739	1.504	-	174
<i>Sudáfrica</i>	372	11.977	16.631	744	897
<b>TOTAL</b>	<b>5.872</b>	<b>68.620</b>	<b>85.891</b>	<b>1.608</b>	<b>4.093</b>
<b>Volumen de procesamiento</b>					
<b>Argentina</b>	<b>7.810</b>	<b>92.868</b>	<b>110.029</b>	<b>2.836</b>	<b>6.311</b>
<b>Exportaciones de fruta fresca</b>					
<i>Argentina</i>	257	27.409	37.602	756	664
<i>Uruguay</i>	71	4.884	7.938	1.197	174
<i>Sudáfrica</i>	372	19.370	32.721	2.581	897
<b>TOTAL</b>	<b>700</b>	<b>51.663</b>	<b>78.261</b>	<b>4.534</b>	<b>1.735</b>
<b>Exportaciones de productos industriales (en ton. de prod. Ind.)</b>					
<i>Aceite</i>	46	46	493	559	60
<i>Jugo</i>	1.658	2.014	6.682	6.264	1.277
<i>Cáscara</i>	-	1.214	4.604	6.304	-

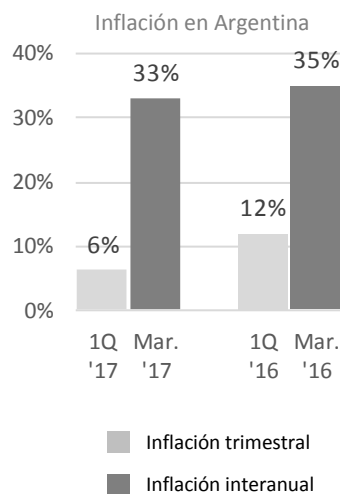
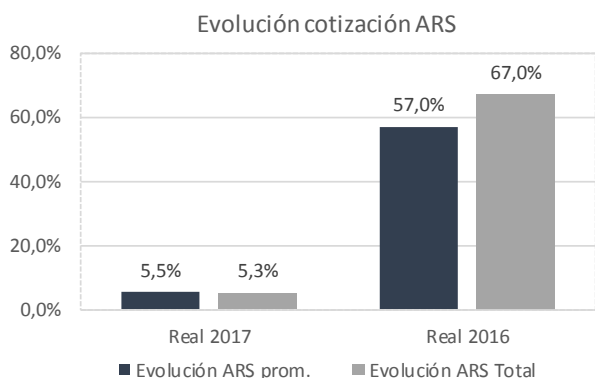




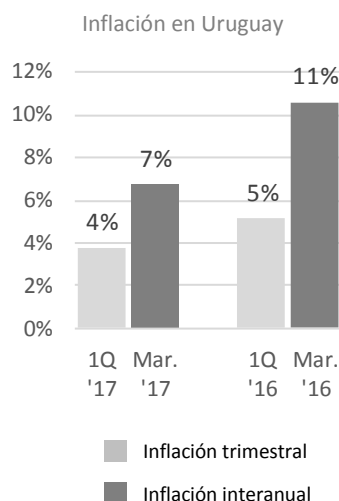
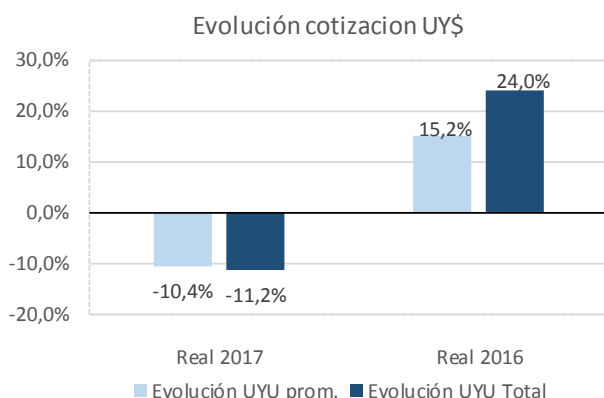
## Anexo II – Evolución de tipo de cambio e Inflación

(1er trimestre – 12 meses móviles)

### Argentina



### Uruguay



### Sudáfrica

