



**Buenos Aires, 11 de mayo de 2018** - 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 2018. 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).

## 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 63 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 sólo de limones, sino también de cítricos dulces (naranja, mandarina y pomelo) y recientemente de palta y uva de mesa. 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 negocios 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 extensa trayectoria en el mercado del limón, la cual le permitió adquirir know-how y desarrollar relaciones comerciales con clientes globales, sobre las cuales se apalanca para expandir su negocio a cítricos dulces, paltas, uvas de mesa 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.

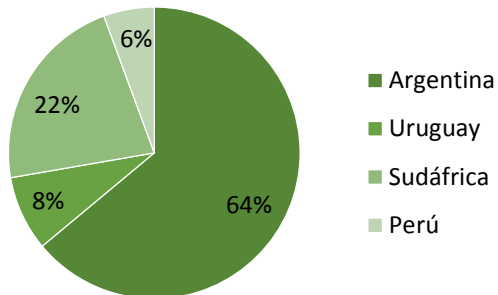
La producción en múltiples orígenes le permite mitigar los principales riesgos asociados a la actividad cítrica, vinculados a factores climáticos, fitosanitarios y macroeconómicos, disminuyendo la variabilidad en la oferta de fruta y asegurando un suministro constante, lo cual constituye un valor diferencial 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.



Ventas por país de origen 2017



### 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, Sudáfrica y Perú. Está posicionada como la principal exportadora argentina de limón, la principal exportadora de mandarinas desde Perú, 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). Asimismo, durante el cuarto trimestre de 2017 San Miguel ha producido y exportado Uva de Mesa desde Perú, y producirá y exportará Palta durante 2018.



## Resumen Ejecutivo del Período

---

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 baja actividad productiva y comercial. Continúan durante este trimestre los preparativos previos al inicio de la campaña de sus principales cultivos. Siguiendo la estrategia de la Compañía de ser proveedores de frutas frescas y de alimentos procesados desde el Hemisferio Sur, la campaña productiva de cítricos y de paltas se concentra entre los meses de abril y agosto, y la campaña de uvas entre los meses de noviembre y enero.

Con respecto al primer trimestre del 2018, y en línea con lo expuesto en nuestro último comunicado de prensa, observamos un recuperó en la producción de limón en Tucumán, un recuperó en la producción de limón de nuestra operación del cabo oriental en Sudáfrica, y una producción de acuerdo a lo esperado en todas las variedades en Uruguay y Perú.

En términos de ventas, como se ha mencionado anteriormente, el primer trimestre no suele representar un gran nivel de actividad. Excepto por ventas de stocks existentes de alimentos procesados, negocios de fruta fresca en mercados internos, y exportaciones de uva de mesa desde Perú, no se registran otras actividades comerciales. A la fecha del presente comunicado, las actividades del empaque y las de exportaciones de cítricos y paltas frescas han comenzado en todos los orígenes en los que opera la Compañía. También se encuentran en pleno desarrollo la molienda de cítricos en las diferentes plantas industriales.

Adicionalmente, se reflejan en este primer trimestre una ganancia bruta superior al mismo período del año anterior por la adopción de nuevos criterios contables relacionados al reconocimiento de las ventas y a la valoración de los activos biológicos corrientes. Ambos cambios serán explicados en mayor profundidad en este comunicado, y se encuentran explicitados en las notas de los Estados Financieros publicados.

Lo mencionado en párrafos anteriores, sumado al contexto económico y financiero del que se dará cuenta a continuación, ha generado un aumento significativo en los márgenes brutos y operativos de este período contra el mismo período del año anterior. Los gastos comerciales y de administración se encuentran por encima de sus valores para el primer trimestre de 2017 fundamentalmente por la comercialización de la uva de mesa durante los primeros meses del año y la incorporación de la operación de Agrícola Hoja Redonda en Perú (antes inexistentes).

Desde el punto de vista financiero, los saldos de deuda neta al cierre del primer trimestre aumentaron respecto al mismo período del año anterior producto de: la devaluación del Peso Argentino vs el Dólar y el Euro (monedas de denominación de la mayoría de la deuda financiera), el financiamiento de parte de la adquisición de Agrícola Hoja Redonda y la menor generación de flujos de fondos operativos durante el año 2017, la mayor necesidad de capital de trabajo por una producción superior al 2017, y las continuas inversiones de capital necesarias para apuntalar el proceso de crecimiento estratégico comunicado al mercado.


**Principales indicadores financieros**

| en millones de AR\$             | 1T 2018       | 1T 2017       | 1T 2016       | Variación |         | Variación                    |          |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------|---------|------------------------------|----------|
|                                 |               |               |               | vs. 2017  | %       | vs. 2016                     | %        |
| Ventas                          | 258           | 117           | 196           | 141       | 120,8%  | 62                           | 31,6%    |
| Resultado operativo             | 318           | -119          | -32           | 438       | -366,7% | 350                          | -1097,8% |
| Resultado neto                  | 81            | -84           | -93           | 165       | -196,2% | 175                          | -186,8%  |
| EBITDA                          | 335           | -108          | -27           | 443       | -411,4% | 362                          | -1338,3% |
| <i>Margen Ebitda</i>            | <i>129,7%</i> | <i>-92,0%</i> | <i>-13,8%</i> |           |         |                              |          |
| Capital de trabajo              | 2.607         | 1.167         | 623           | 1.440     | 123,5%  | 1.984                        | 318,7%   |
| Activo fijo                     | 4.494         | 4.072         | 1.878         | 423       | 10,4%   | 2.617                        | 139,4%   |
| Deuda neta                      | 4.322         | 2.759         | 1.112         | 1.563     | 56,6%   | 3.210                        | 288,7%   |
| Patrimonio Neto                 | 2.728         | 2.433         | 1.369         | 295       | 12,1%   | 1.359                        | 99,3%    |
| CAPEX                           | 212           | 77            | 141           | 135       | 175,7%  | 71                           | 50,6%    |
| Depreciaciones y Amortizaciones | 50            | 36            | 21            | 14        | 38,6%   | 29                           | 137,7%   |
| Liquidez                        | 0,91          | 0,88          | 1,65          |           |         | (Act. Corr. / Pas. Corr.)    |          |
| Solvencia                       | 0,48          | 0,52          | 0,50          |           |         | (Patr. Neto / Total Pas.)    |          |
| Inmovilización del capital      | 0,56          | 0,61          | 0,55          |           |         | (Act. No Corr. / Total Act.) |          |

Notas: Los resultados correspondientes al 1T 2016 no han sido re-expresados bajo los nuevos criterios de reconocimiento de ingresos de NIIF 15. Los resultados correspondientes al 1T 2016 y 1T 2017 no han sido re-expresados bajo la nueva interpretación de NIC 41 sobre el valor de los activos biológicos corrientes.



## Comentarios sobre los resultados consolidados

### Estado de resultados

| Estado de resultados  |               |                |               |                       |                |                       |                 |
|---|---------------|----------------|---------------|-----------------------|----------------|-----------------------|-----------------|
| en millones de AR\$   | 1T 2018       | 1T 2017        | 1T 2016       | Variación<br>vs. 2017 | Variación<br>% | Variación<br>vs. 2016 | %               |
| Ventas netas  | 258           | 117            | 196           | 141                   | 120,8%         | 62                    | 31,6%           |
| CMV   | -231          | -90            | -143          | -141                  | 157,5%         | -88                   | 61,4%           |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes          | 497           | 3              | -             | 493                   | -              | 497                   | -               |
| <b>Ganancia bruta</b>   | <b>524</b>    | <b>31</b>      | <b>53</b>     | <b>493</b>            | <b>1612,8%</b> | <b>471</b>            | <b>887,7%</b>   |
| <i>Margen bruto</i>   | <i>202,8%</i> | <i>26,1%</i>   | <i>27,0%</i>  |                       |                |                       |                 |
| Gastos comerciales  | -69           | -55            | -27           | -14                   | 24,8%          | -42                   | 158,4%          |
| Gastos de administración                                      | -137          | -95            | -58           | -42                   | 44,5%          | -79                   | 134,8%          |
| <b>Resultado operativo</b>                                    | <b>318</b>    | <b>-119</b>    | <b>-32</b>    | <b>438</b>            | <b>-366,7%</b> | <b>350</b>            | <b>-1097,8%</b> |
| <i>Margen operativo</i>                                       | <i>123,2%</i> | <i>-102,0%</i> | <i>-16,2%</i> |                       |                |                       |                 |
| Resultados financieros netos                                  | -244          | -19            | -105          | -225                  | 1201,4%        | -138                  | 131,6%          |
| Otros ingresos y egresos netos                                | -5            | 1              | 1             | -5                    | -865,1%        | -5                    | -663,0%         |
| Resultado por participacion en asociadas                      | -4            | -8             | -5            | 4                     | -47,8%         | 1                     | -11,3%          |
| <b>Resultado neto antes de impuesto a las ganancias</b>       | <b>66</b>     | <b>-145</b>    | <b>-141</b>   | <b>211</b>            | <b>145,4%</b>  | <b>207</b>            | <b>-146,8%</b>  |
| Impuesto a las ganancias                                      | 15            | 61             | 47            | -46                   | -75,2%         | -32                   | -68,2%          |
| <b>Resultado neto del ejercicio</b>                           | <b>81</b>     | <b>-84</b>     | <b>-93</b>    | <b>165</b>            | <b>196,2%</b>  | <b>175</b>            | <b>-186,8%</b>  |
| Diferencia de conversion valuacion participacion en asociadas | 214           | -7             | 65            | 222                   | -3021,7%       | 149                   | 229,0%          |
| <b>Total de Resultados Integrales</b>                         | <b>295</b>    | <b>-92</b>     | <b>-28</b>    | <b>387</b>            | <b>-422,3%</b> | <b>324</b>            | <b>-1143,2%</b> |
| <b>EBITDA</b>   |               |                |               |                       |                |                       |                 |
| <b>Resultado operativo</b>                                    | <b>318</b>    | <b>-119</b>    | <b>-32</b>    |                       |                |                       |                 |
| Depreciaciones de bienes de uso                               | 50            | 36             | 21            |                       |                |                       |                 |
| Depreciaciones agrícolas (año corriente)                      | -42           | -25            | -17           |                       |                |                       |                 |
| Depreciaciones agrícolas (año anterior)                       | 14            | -              | 0             |                       |                |                       |                 |
| Otros ingresos y egresos                                      | -5            | 1              | 1             |                       |                |                       |                 |
| <b>EBITDA</b>   | <b>335</b>    | <b>-108</b>    | <b>-27</b>    |                       |                |                       |                 |
| <i>Margen operativo</i>                                       | <i>129,7%</i> | <i>-92,0%</i>  | <i>-13,8%</i> |                       |                |                       |                 |

### Ventas netas

Las ventas netas se componen del total de ventas, netas de reembolsos y derechos a las exportaciones. Durante el primer trimestre del año aumentaron en un 121% en comparación al año anterior.

Las ventas de alimentos procesados para este primer trimestre fueron un 58% superiores al 2017, producto principalmente de mayores volúmenes exportados de aceites esenciales y de pulpa de limón desde Argentina, y de mayores precios, medidos tanto en pesos como en dólares.

Las ventas de fruta fresca aumentaron en un 673% durante este primer trimestre versus 2017, impulsadas prácticamente en su totalidad por la comercialización de la uva de mesa desde nuestra operación en Perú, y por mayores volúmenes de fruta de verano, o de maduración temprana, vendidos en mercados internos.

### Costo de Mercadería Vendida

El CMV como porcentaje de ventas se incrementó de 77% a 90% en el primer trimestre del año, en comparación con 2017. Debe considerarse que la mayor parte de las ventas fueron generadas por exportaciones de alimentos procesados desde Argentina, producidos durante la campaña 2017, a costos de producción unitaria superiores a los producidos en la campaña 2016, por los siguientes factores:



-el costo de materia prima de producción propia (fruta) fue considerablemente más elevado en 2017 que en 2016, producto de un contexto de costos en pesos al alza, y de un menor volumen de producción propia (21% menor según Anexo I), lo que generó una menor absorción de costos fijos agrícolas por tonelada.

-el costo por tonelada de materia prima de terceros, con destino a procesamiento, fue más elevado que en 2016, producto de un contexto generalizado de caída de producción en Tucumán.

-el costo por tonelada de procesamiento industrial fue más elevado que en 2016, derivado de una menor molienda anual (9% menor según Anexo I) y una menor absorción de costos fijos fabriles por tonelada.

En Argentina, se registró una inflación acumulada a nivel país de 25% en los últimos 12 meses, lo que impactó negativamente en los costos operativos y de mantenimiento incurridos durante el primer trimestre de 2018.

En Sudáfrica, comparando 1er trimestre de 2017 con 1er trimestre de 2016, se observó una apreciación promedio del Rand (moneda en la que se denomina gran porción de sus costos) con respecto al Dólar de aproximadamente 9,2% y una apreciación con respecto al Peso Argentino del 39%, mientras que la inflación promedio acumulada durante el mismo período fue de aproximadamente 4%. Es decir que anualmente se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Rands de aproximadamente 43%.

En Uruguay, comparando 1er trimestre de 2017 con 1er trimestre de 2016, se observó una depreciación promedio del Peso Uruguayo (moneda en la que se denomina gran porción de sus costos) frente al Dólar durante los primeros tres meses del año de aproximadamente 0.14% y una apreciación con respecto al Peso Argentino de 26%, mientras que la inflación para el mismo período fue de 7%. Es decir, que anualmente se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Pesos Uruguayos de aproximadamente 33%.

Finalmente, el Sol Peruano mostro una leve apreciación promedio del 0.8% frente al Dólar durante el primer trimestre de 2018 en comparación con el mismo período del año anterior, mientras que la inflación fue de 0.5% para el mismo período.

#### Gastos de estructura y comercialización

Los gastos de comercialización y los gastos de administración denominados en monedas locales sufrieron el impacto de la inflación en todos los países donde se opera, y los gastos denominados en monedas diferentes al Peso argentino sufrieron el impacto de la apreciación cambiaria. Los gastos de comercialización crecieron durante el primer trimestre un 25% respecto al mismo período del año 2017, en gran parte impulsados por la comercialización de la uva de mesa. Asimismo, en lo que respecta a gastos de administración, se elevaron en un 45%, mayormente impulsados por los gastos corrientes propios de administración de la operación peruana adquirida en agosto de 2017 e inexistentes durante el primer trimestre de 2017. Excluyendo los mayores gastos de administración por la incorporación de la operación peruana, dicho incremento fue de 23%.

#### Conversión por valuación de 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 ganancia neta que se observa durante el primer trimestre de 2018, se compone de la ganancia por la devaluación del Peso Argentino respecto al Dólar (moneda funcional del negocio en Uruguay y de Perú), y de la ganancia generada por la devaluación del Peso Argentino respecto al Rand Sudafricano (moneda funcional del negocio en Sudáfrica).



### Evolución de la Deuda Neta Financiera

La deuda neta de San Miguel se incrementó en 1.563 millones de Pesos durante el primer trimestre de 2018, terminando en 4.322 millones de Pesos. Los principales factores que incidieron en el aumento de deuda fueron:

- Mayores niveles de capital de trabajo, generado principalmente por campaña de uva de mesa y mayores niveles de inventarios.

-La devaluación del Peso Argentino vs el Dólar y el Euro (monedas de denominación de la mayoría de la deuda financiera).

El aumento en la deuda neta está relacionado con la estacionalidad del negocio, y se encuentra dentro de los parámetros históricos normales (medida en dólares) de aumentos en un primer trimestre, excluyendo la mayor necesidad de financiamiento de capital de trabajo de la operación peruana.

### Cambios en la adopción de criterios contables

A partir del 1 de enero de 2018 la Compañía ha adoptado la NIIF 15, lo que ha supuesto un cambio en sus políticas contables. Dicha norma establece un nuevo modelo de reconocimiento de ingresos derivados de contratos con clientes, sustituyendo normas anteriores (NIC 18, 11, y relacionadas).

El principio fundamental de la norma es el cumplimiento de las obligaciones de desempeño ante los clientes, estructurado a través de un modelo de 5 pasos. En concordancia con las disposiciones de transición en NIIF 15, la Compañía ha adoptado esta nueva norma utilizando el enfoque retrospectivo modificado.

Debido a la implementación de la norma, la Compañía ha reconocido en su estado de resultados integrales al 31 de marzo de 2018 una disminución en ventas por \$ 7.9\$ millones respecto a lo que hubiese resultado de seguir aplicando la norma anterior y ha realizado reclasificaciones a los efectos comparativos al 31 de marzo de 2017 por \$ 3.4 millones.

El efecto principal que generará este cambio de política en los estados contables trimestrales de la Sociedad es el siguiente: el reconocimiento de ventas por las exportaciones de fruta fresca se diferirá hasta el momento en que las liquidaciones finales de precios estén cerradas con los clientes. Esto sucede generalmente durante el 3er y 4to trimestre del año, por lo que durante el 1er y 2do trimestre de cada año las ventas contabilizadas de fruta fresca serán menores a las que se reflejaban bajo la norma anterior. Al cierre de ejercicio anual este efecto no debería tener un impacto, con excepción de las exportaciones de Uva que no tengan liquidaciones de precios cerradas.

Asimismo, a partir del 31 de diciembre de 2017, la Compañía ha adoptado cambios en la contabilización de sus activos biológicos corrientes, según lo que indica la NIC 41. Antes de su cosecha, los cultivos son considerados activos biológicos. Con posterioridad a la cosecha cesa la transformación biológica y los cultivos cosechados son transferidos a existencias.

Según lo prescrito en la NIC 41, los cultivos en formación que hayan alcanzado un crecimiento biológico significativo deben registrarse en el punto de cosecha a su valor razonable menos los costos de venta. El objetivo del modelo de valor razonable es reconocer las ganancias y pérdidas derivadas de tales mediciones gradualmente a lo largo de la vida del activo en lugar de reconocerlas solo en el momento de su venta o realización.

Las ganancias y pérdidas que surgen de medir los activos biológicos a su valor razonable menos los costos de venta se reconocen en el estado de resultados en el período en que surgen como "Cambios en el valor razonable de activos biológicos corrientes".



El efecto que generará este cambio de interpretación en los estados contables trimestrales es el siguiente: en el 1er trimestre se reevaluarán los activos biológicos corrientes (con excepción de la Uva peruana), llevándolos a un monto estimado que surge de un valor presente del valor razonable de la fruta a ser exportada como fresco, menos los costos de venta. A medida que vaya avanzando el año, se ajustarán estas estimaciones de valor de la fruta propia en árbol, según se vayan materializando las ventas de fruta fresca. Durante el 3er trimestre del año se revisará el valor de activo biológico corriente que representa la Uva peruana, una vez que se cuente con mayor visibilidad a los volúmenes, calidades, precios de mercado y costos.

Es importante resaltar que dicha revaluación de activo biológico corriente se aplicará a la fruta en árbol de producción propia que tenga como destino la exportación como fruta fresca. Aquella fruta en árbol que tenga como destino el procesamiento industrial, continuará reflejada en el balance al costo de producción.





| Ventas Netas y Resultado Bruto                       |                |                |               |                |               |              |               |                 |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|---------------|-----------------|
| en millones de AR\$                                  | 1er Trim. 2018 |                |               | 1er Trim. 2017 |               |              | Var. %        |                 |
|  | AP (*)         | FF             | Total         | AP (*)         | FF            | Total        | AP            | FF              |
| <b>ARGENTINA</b>                                     |                |                |               |                |               |              |               |                 |
| Ventas Netas   | 127            | 10             | 136           | 88             | -             | 88           | 44,8%         | 0,0%            |
| CMV  | -107           | -4             | -111          | -61            | -             | -61          | 74,8%         | 0,0%            |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes | -              | 172            | 172           | -              | 3             | 3            |               |                 |
| <b>Resultado Bruto</b>                               | <b>20</b>      | <b>177</b>     | <b>197</b>    | <b>26</b>      | <b>3</b>      | <b>29</b>    | <b>-24,7%</b> | <b>5810,3%</b>  |
| <i>Margen Bruto</i>                                  | <i>15,7%</i>   | <i>1854,4%</i> | <i>144,6%</i> | <i>30,1%</i>   | <i>0,0%</i>   | <i>33,6%</i> |               |                 |
| <b>URUGUAY</b>                                       |                |                |               |                |               |              |               |                 |
| Ventas Netas   | 32             | 3              | 36            | 9              | 10            | 19           | 263,0%        | -65,9%          |
| CMV  | -30            | -9             | -39           | -7             | -11           | -18          | 320,2%        | -16,5%          |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes | -              | 36             | 36            | -              | -             | -            |               |                 |
| <b>Resultado Bruto</b>                               | <b>2</b>       | <b>30</b>      | <b>33</b>     | <b>2</b>       | <b>-1</b>     | <b>1</b>     | <b>29,1%</b>  | <b>-5492,4%</b> |
| <i>Margen Bruto</i>                                  | <i>7,0%</i>    | <i>875,9%</i>  | <i>90,9%</i>  | <i>19,6%</i>   | <i>-5,5%</i>  | <i>6,2%</i>  |               |                 |
| <b>SUDAFRICA</b>                                     |                |                |               |                |               |              |               |                 |
| Ventas Netas   | 38             | -              | 38            | 8              | 2             | 10           | 363,9%        | -100,0%         |
| CMV  | -34            | -5             | -38           | -7             | -3            | -10          | 373,9%        | 47,0%           |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes | -              | 101            | 101           | -              | -             | -            |               |                 |
| <b>Resultado Bruto</b>                               | <b>5</b>       | <b>97</b>      | <b>102</b>    | <b>1</b>       | <b>-1</b>     | <b>-0</b>    | <b>301,6%</b> | <b>-8051,3%</b> |
| <i>Margen Bruto</i>                                  | <i>12,0%</i>   | <i>264,4%</i>  | <i>264,4%</i> | <i>13,9%</i>   | <i>-65,7%</i> | <i>-0,7%</i> |               |                 |
| <b>PERU</b>  |                |                |               |                |               |              |               |                 |
| Ventas Netas   | 0              | 80             | 80            | -              | -             | -            | 0,0%          | 0,0%            |
| CMV  | -              | -74            | -74           | -              | -             | -            | 0,0%          | 0,0%            |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes | -              | 187            | 187           | -              | -             | -            |               |                 |
| <b>Resultado Bruto</b>                               | <b>-</b>       | <b>193</b>     | <b>193</b>    | <b>-</b>       | <b>-</b>      | <b>-</b>     | <b>0,0%</b>   | <b>0,0%</b>     |
| <i>Margen Bruto</i>                                  | <i>0,0%</i>    | <i>242,2%</i>  | <i>242,2%</i> | <i>0,0%</i>    | <i>0,0%</i>   | <i>0,0%</i>  |               |                 |
| Ventas intercompany                                  | -32            | -              | -32           | -              | -             | -            | 0,0%          | 0,0%            |
| Costo de venta                                       | 32             | -              | 32            | -              | -             | -            | 0,0%          | 0,0%            |
| <b>Ventas netas</b>                                  | <b>166</b>     | <b>93</b>      | <b>258</b>    | <b>105</b>     | <b>12</b>     | <b>117</b>   | <b>58,2%</b>  | <b>672,9%</b>   |
| <b>Resultado Bruto</b>                               | <b>27</b>      | <b>497</b>     | <b>524</b>    | <b>29</b>      | <b>1</b>      | <b>31</b>    | <b>-8,7%</b>  | <b>40660,5%</b> |
| <i>Margen Bruto</i>                                  | <i>16,1%</i>   | <i>537,0%</i>  | <i>202,8%</i> | <i>28,0%</i>   | <i>10,2%</i>  | <i>26,1%</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 Procesados realizadas por Uruguay y Sudáfrica, corresponden a negocios puntuales de compra venta de aceite, jugo y cáscara.

### Estrategia de Abastecimiento Global 2018

La estrategia de abastecimiento global ha permitido concretar mayores volúmenes de ventas como consecuencia del desarrollo de productores estratégicos asociados de nuevos orígenes durante el 2017. Si bien durante el primer trimestre del año hay un muy bajo caudal de fruta, en comparación con el mismo período del año anterior disminuimos los volúmenes de fruta provenientes de productores estratégicos.

Cabe destacar que el abastecimiento global por medio de productores asociados es una parte fundamental del plan de crecimiento de la compañía y se espera mantener los volúmenes operados por este canal en lo que resta del año. Asimismo, recordamos que las operaciones de venta de fruta de productores asociados poseen menores márgenes que las ventas de fruta de producción propia, pero mayores retornos sobre el capital invertido.

En cuanto a los volúmenes de fruta propia, en Argentina se espera una recuperación total de la producción respecto de la caída de 2017, inclusive con altas probabilidades de superar los volúmenes de producción de 2016. En Sudáfrica no hemos sufrido contratiempos climáticos a la fecha en ninguna de nuestras operaciones por lo que también anticipamos un año con producciones normalizadas. Asimismo, esperamos niveles productivos en Uruguay en línea con los del período anterior, y volúmenes de fruta en Perú en línea con nuestras estimaciones.



### Negocio de Alimentos Procesados

Durante el primer trimestre del año 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 comienza con el procesamiento durante las últimas semanas de marzo, no llegando a contar con producto terminado previo al cierre del trimestre.

Comparativamente, se observa un aumento en las ventas en relación al mismo período del año anterior fundamentalmente por mayores exportaciones de aceites y pulpa respecto mismo período del año anterior, y mayores precios de venta denominados en dólares favorecidos además por la devaluación interanual del peso argentino.

Se espera para la campaña 2018 un aumento en volumen de procesamiento, sustentada en la recuperación productiva de la industria citrícola de Tucumán en general y de San Miguel en particular. Adicionalmente, se espera seguir fortaleciendo el desarrollo de negocio de alimento procesados a través de participación de la Compañía en las sociedades vinculadas de Venco y Novacore en Sudáfrica y Uruguay, respectivamente.

### 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.

Sin embargo, durante el primer trimestre de 2018 la Compañía comercializó por primera vez en su historia 1.336 toneladas de uva de mesa provenientes de su operación en Perú, lo que explica el 85% de la variación positiva comparado con el mismo período del año anterior. Durante el primer semestre de 2018 se plantarán aproximadamente 40 hectáreas adicionales de uva, para completar un total de 315 hectáreas en variedades patentadas, sin semilla y de alto valor comercial.

Asimismo, durante el primer trimestre de 2018, se registraron menores volúmenes de venta desde nuestras operaciones en Argentina, Uruguay y Sudáfrica, básicamente por la menor disponibilidad de fruta de productores asociados explicada anteriormente.

En comparación con 2017, durante la presente campaña esperamos que España finalice su temporada con menores niveles de inventarios, lo que debería significar una ventana comercial más extendida para el limón de origen argentino. Por otra parte, se mantienen las expectativas que en los principales mercados tanto para cítricos dulces como para limón, la palta y la uva, continúen con precios competitivos.

Por último, a la fecha del presente comunicado, la Compañía ya ha realizado la primera exportación de limón de origen argentino al mercado de Estados Unidos, y de Palta de origen Peruano, lo que constituyó un hito histórico para la industria y potencia nuestra estrategia de diversificación de orígenes y valor agregado comercial.



## Comentarios sobre la situación patrimonial consolidada

### Estado de situación patrimonial

| en millones de AR\$                          | 31.03.2018   | 31.12.2017   | 31.03.2017   | Variación<br>vs. 2017 | Variación<br>% | Variación<br>vs. 1T 2017 | %             |
|--|--------------|--------------|--------------|-----------------------|----------------|--------------------------|---------------|
| <b>ACTIVO</b>                                |              |              |              |                       |                |                          |               |
| <b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>                   |              |              |              |                       |                |                          |               |
| Propiedad, planta y equipos                  | 4.615        | 4.191        | 2.189        | 424                   | 10,1%          | 2.426                    | 110,9%        |
| Participación en asociadas                   | 31           | 32           | 14           | -1                    | -4,1%          | 17                       | 127,3%        |
| Otros activos no corrientes                  | 80           | 66           | 81           | 14                    | 20,9%          | -0                       | -0,4%         |
| <b>Total Activo No Corriente</b>             | <b>4.726</b> | <b>4.289</b> | <b>2.283</b> | <b>437</b>            | <b>10,2%</b>   | <b>2.443</b>             | <b>107,0%</b> |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>                      |              |              |              |                       |                |                          |               |
| Inventarios                                  | 598          | 532          | 541          | 66                    | 12,4%          | 58                       | 10,7%         |
| Activos biológicos                           | 1.478        | 763          | 529          | 714                   | 93,6%          | 948                      | 179,1%        |
| Otros créditos                               | 890          | 759          | 712          | 131                   | 17,3%          | 179                      | 25,1%         |
| Créditos por ventas                          | 444          | 430          | 266          | 14                    | 3,3%           | 178                      | 67,1%         |
| Otros activos financieros                    | 114          | 83           | 685          | 31                    | 37,3%          | -572                     | -83,4%        |
| Efectivo y equivalentes de efectivo          | 144          | 221          | 194          | -77                   | -34,8%         | -50                      | -25,6%        |
| <b>Total Activo Corriente</b>                | <b>3.668</b> | <b>2.788</b> | <b>2.927</b> | <b>880</b>            | <b>31,5%</b>   | <b>741</b>               | <b>25,3%</b>  |
| <b>TOTAL DEL ACTIVO</b>                      | <b>8.394</b> | <b>7.078</b> | <b>5.210</b> | <b>1.316</b>          | <b>18,6%</b>   | <b>3.185</b>             | <b>61,1%</b>  |
| <b>PATRIMONIO NETO</b>                       | 2.728        | 2.433        | 1.964        | 295                   | 12,1%          | 764                      | 38,9%         |
| <b>PASIVO</b>                                |              |              |              |                       |                |                          |               |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>                   |              |              |              |                       |                |                          |               |
| Préstamos                                    | 1.343        | 1.215        | 1.222        | 128                   | 10,5%          | 121                      | 9,9%          |
| Pasivo diferido por impuesto a las ganancias | 232          | 218          | 370          | 14                    | 6,5%           | -138                     | -37,3%        |
| Otros pasivos no corrientes                  | 51           | 46           | 25           | 5                     | 9,7%           | 26                       | 105,0%        |
| <b>Total Pasivo No Corriente</b>             | <b>1.626</b> | <b>1.479</b> | <b>1.616</b> | <b>146</b>            | <b>9,9%</b>    | <b>9</b>                 | <b>0,6%</b>   |
| <b>PASIVO CORRIENTE</b>                      |              |              |              |                       |                |                          |               |
| Cuentas por pagar                            | 628          | 940          | 663          | -311                  | -33,1%         | -35                      | -5,3%         |
| Préstamos                                    | 3.237        | 1.848        | 820          | 1.389                 | 75,2%          | 2.418                    | 295,0%        |
| Otros pasivos corrientes                     | 175          | 378          | 146          | -203                  | -53,7%         | 29                       | 19,6%         |
| <b>Total Pasivo Corriente</b>                | <b>4.041</b> | <b>3.166</b> | <b>1.629</b> | <b>875</b>            | <b>27,6%</b>   | <b>2.412</b>             | <b>148,1%</b> |
| <b>TOTAL DEL PASIVO</b>                      | <b>5.666</b> | <b>4.645</b> | <b>3.245</b> | <b>1.021</b>          | <b>22,0%</b>   | <b>2.421</b>             | <b>74,6%</b>  |
| <b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>        | <b>8.394</b> | <b>7.078</b> | <b>5.210</b> | <b>1.316</b>          | <b>18,6%</b>   | <b>3.185</b>             | <b>61,1%</b>  |



## Anexo I – Información sobre volúmenes

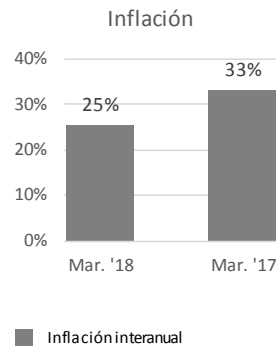
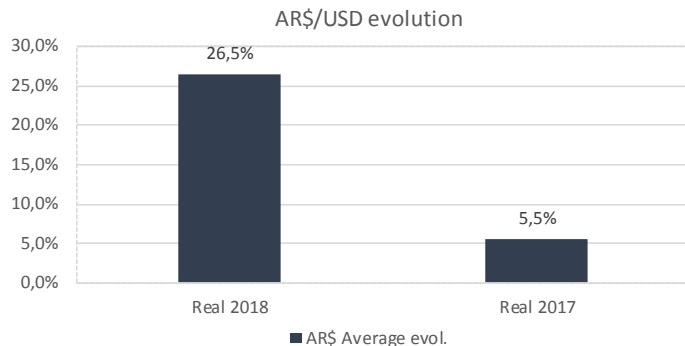
|                                     |  | 1T 16         | 2T 16          | 3T 16          | 4T 16          | Total 2016     | 1T 17         | 2T 17         | 3T 17         | 4T 17          | Total 2017     | 1T 18         |
|-------------------------------------|--|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| <b>Toneladas de Fruta</b>           |  |               |                |                |                |                |               |               |               |                |                |               |
| <b>Volumen ingresado al sistema</b> | <b>Producción Propia</b>   |               |                |                |                | 179.686        | 7.864         | 76.950        | 57.534        | -              | 142.348        | 17.289        |
|                                     | Argentina  | 6.160         | 77.040         | 90.060         | 6.426          | 33.763         | 470           | 10.726        | 13.325        | 5.479          | 30.000         | 307           |
|                                     | Uruguay  | 1.190         | 13.068         | 17.386         | 2.119          | 35.141         | -             | 6.116         | 25.631        | 282            | 32.029         | -             |
|                                     | Sudáfrica  | -             | 14.804         | 17.443         | 2.894          | -              | -             | -             | -             | -              | -              | 2.111         |
|                                     | Peru   | -             | -              | -              | -              | -              | -             | -             | -             | -              | -              | -             |
|                                     | <b>TOTAL</b>   | <b>7.350</b>  | <b>104.912</b> | <b>124.889</b> | <b>11.439</b>  | <b>248.590</b> | <b>8.334</b>  | <b>93.792</b> | <b>96.490</b> | <b>5.761</b>   | <b>204.377</b> | <b>19.707</b> |
|                                     | <b>Productores Estratégicos</b>  |               |                |                |                |                |               |               |               |                |                |               |
|                                     | Argentina  | 5.500         | 54.904         | 67.756         | 864            | 129.024        | 3.022         | 71.714        | 51.488        | 2.069          | 128.293        | 1.622         |
|                                     | Uruguay  | -             | 1.739          | 1.504          | -              | 3.243          | 174           | 2.587         | 65            | 3.187          | 6.013          | -             |
|                                     | Sudáfrica  | 372           | 11.977         | 16.631         | 744            | 29.724         | 897           | 16.636        | 17.918        | 752            | 36.203         | 124           |
| Peru                                | -  | -             | -              | -              | -              | -              | -             | -             | -             | -              | -              |               |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>5.872</b>   | <b>68.620</b> | <b>85.891</b>  | <b>1.608</b>   | <b>161.991</b> | <b>4.093</b>   | <b>90.937</b> | <b>69.471</b> | <b>6.008</b>  | <b>170.509</b> | <b>1.746</b>   |               |
| <b>Volumen de Molinda</b>           | <b>Procesamiento Propio</b>  |               |                |                |                | 213.543        | 6.311         | 106.067       | 77.938        | 2.244          | 192.560        | 16.772        |
|                                     | Argentina  | 7.810         | 92.868         | 110.029        | 2.836          | 36.000         | -             | -             | -             | -              | 34.000         | -             |
|                                     | Uruguay  | -             | -              | -              | -              | 57.000         | -             | -             | -             | -              | 68.000         | -             |
| <b>Procesamiento en JV's</b>        |  |               |                |                | 93.000         | -              | -             | -             | -             | 102.000        | -              |               |
| <b>TOTAL</b>                        |  |               |                |                | 93.000         | -              | -             | -             | -             | 102.000        | -              |               |
| <b>Volumen comercializado</b>       | <b>Exportaciones de fruta fresca</b>                                   |               |                |                |                | 66.024         | 664           | 26.655        | 24.052        | -              | 51.371         | 274           |
|                                     | Argentina  | 257           | 27.409         | 37.602         | 756            | 14.090         | 174           | 4.455         | 8.703         | 788            | 14.120         | -             |
|                                     | Uruguay  | 71            | 4.884          | 7.938          | 1.197          | 55.044         | 897           | 22.752        | 32.504        | 1.895          | 58.048         | 124           |
|                                     | Sudáfrica  | 372           | 19.370         | 32.721         | 2.581          | -              | -             | -             | -             | -              | -              | 1.336         |
|                                     | Peru   | -             | -              | -              | -              | -              | -             | -             | -             | -              | -              | -             |
|                                     | <b>TOTAL</b>   | <b>700</b>    | <b>51.663</b>  | <b>78.261</b>  | <b>4.534</b>   | <b>135.158</b> | <b>1.735</b>  | <b>53.862</b> | <b>65.259</b> | <b>2.683</b>   | <b>123.539</b> | <b>1.734</b>  |
|                                     | <b>Exportaciones de productos industriales (en ton. de prod. Ind.)</b> |               |                |                |                |                |               |               |               |                |                |               |
|                                     | Aceite   | 46            | 46             | 493            | 559            | 1.144          | 60            | 78            | 532           | 372            | 1.042          | 65            |
|                                     | Jugo   | 1.658         | 2.014          | 6.682          | 6.264          | 16.618         | 1.277         | 2.123         | 4.584         | 5.272          | 13.256         | 906           |
|                                     | Cáscara  | -             | 1.214          | 4.604          | 6.304          | 12.122         | -             | 319           | 3.560         | 5.886          | 9.765          | -             |



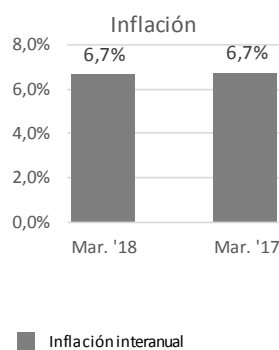
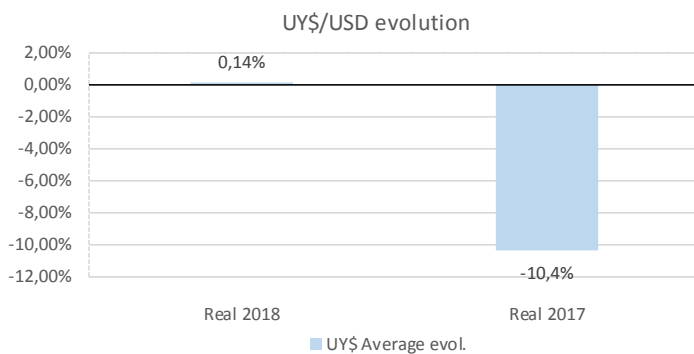
## Anexo II – Evolución de tipo de cambio e inflación

(1° trimestre – 3 meses móviles)

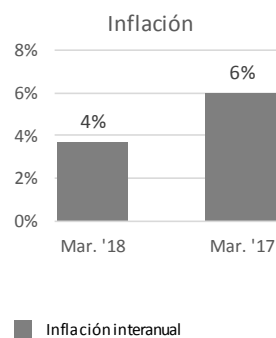
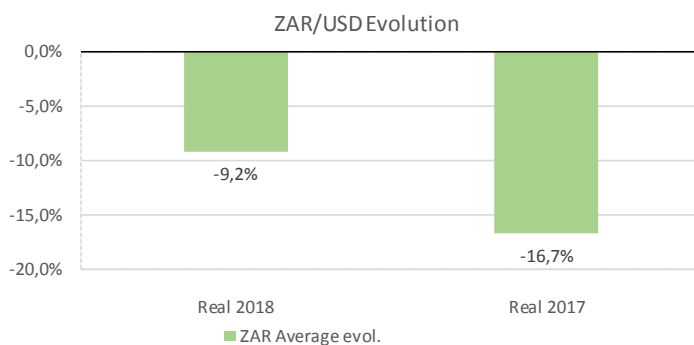
### Argentina



### Uruguay



### Sudáfrica



### Perú

