



**Buenos Aires, 12 de mayo 2022** - 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 período finalizado el 31 de marzo de 2022. 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 del Período

---

- Ventas de ARS 2.522 millones (+589 millones YoY)
- Resultado operativo de ARS -5 millones (-1.199 millones YoY)
- Resultado neto de ARS -995 millones (-1.532 millones YoY)
- Resultado integral de ARS 423 millones (-1.174 millones YoY)
- Deuda neta de US\$ 278 <sup>1</sup> millones (+13% YoY)

El ejercicio finalizado el 31 de marzo 2022 refleja un período de baja actividad productiva y comercial marcada por la estacionalidad de la industria en la cual la compañía desarrolla sus actividades. En el primer trimestre del año continúan las labores agrícolas comenzadas en el segundo semestre del año anterior. La campaña de palta y cítricos tiene lugar entre abril y agosto mientras que la de uva de mesa entre noviembre y enero.

En el negocio de fruta fresca las ventas reflejan el último tramo de la campaña de uva de mesa, donde la calidad en destino fue inferior a lo esperado, afectando el precio promedio y, por ende, la rentabilidad del negocio. Este efecto podría compensarse con la buena perspectiva en las ventas de uva de otoño.

El limón sigue en tendencia creciente de disponibilidad en los distintos países, por lo que se mantiene el sobreabastecimiento en el hemisferio sur. La compañía se encuentra desarrollando nuevos mercados y clientes que permitan sostener la demanda luego de la ventana del mercado europeo, en particular incrementar nuestra presencia en el mercado asiático.

La campaña de naranja aún no comenzó. La producción se mantiene estable en últimos 5 años y no se esperan grandes cambios ni sorpresas en volumen exportable desde el hemisferio sur. Se espera una flexibilización en la entrada a la UE desde Sudáfrica, debido al cambio en el protocolo de tratamiento de frío, lo que beneficiaría a las exportaciones desde dicho país.

En mandarina, el foco está puesto en el mercado de USA, donde se destaca menor fruta propia disponible en California, a diferencia de lo ocurrido en 2021, que permitiría lograr mejores precios, aún con la entrada de fruta de Marruecos derivado del conflicto Ucrania Rusia (principal importador).

En lo que hace a la campaña de palta se esperan rindes de exportación mayores, y precios similares, a los del año 2021.

Durante este trimestre se cerraron los contratos de aceite con los principales clientes, con quienes mantenemos relaciones de largo plazo. Esto representa un nivel de contratación de aproximadamente el 70% de la demanda de aceite de la compañía prevista para este año.

Por el lado del mercado abierto de aceite, la demanda está demorada y el precio se encuentra bajo presión por el elevado stock que existe globalmente. Lo mismo ocurre en el caso de jugo concentrado, y por ello se espera un nivel de molienda inferior al 2021, con el objetivo de no generar inventarios sin salida para la venta.

---

<sup>1</sup> Incluye monto de leasings según NIIF 16 por US\$ 16.5 millones



De los 3 productos, la cáscara es el más balanceado entre oferta y demanda, es decir, que no existen niveles altos de inventario a nivel mundial. No obstante, aún no hay nada cerrado por la incertidumbre del gas producto del conflicto bélico mencionado anteriormente.

### Principales indicadores financieros

en millones de AR\$	Variación			
	3M 2022	3M 2021	vs. 2021	%
Ventas	2.522	1.933	589	30,5%
Resultado operativo	-5	1.194	-1.199	-100,4%
Resultado neto	-995	537	-1.532	-285,1%
Resultado integral	423	2.952	-2.530	-85,7%
EBITDA	290	1.464	-1.174	-80,2%
<i>Margen Ebitda</i>	<i>11,5%</i>	<i>75,7%</i>		
Capital de trabajo	14.753	13.399	1.354	10,1%
Activo fijo	36.707	32.326	4.381	13,6%
Deuda neta	32.657	24.163	8.494	35,2%
Patrimonio Neto	18.461	21.400	-2.939	-13,7%
CAPEX	325	489	-165	-33,7%
Depreciaciones y Amortizaciones	673	585	88	15,0%
Liquidez	1,14	0,98	(Act. Corr. / Pas. Corr.)	
Solvencia	0,35	0,59	(Patr. Neto / Total Pas.)	
Inmovilización del capital	0,61	0,67	(Act. No Corr. / Total Act.)	



## Comentarios sobre los resultados consolidados

### Estado de resultados

Estado de resultados				
en millones de AR\$	3M 2022	3M 2021	Variación vs. 2021	%
Ventas netas	2.522	1.933	589	30,5%
CMV	-3.348	-2.350	-999	42,5%
Cambios en el valor de activos biológicos corrientes	1.775	2.179	-403	-18,5%
<b>Ganancia bruta</b>	<b>949</b>	<b>1.762</b>	<b>-813</b>	<b>-46,1%</b>
<i>Margen bruto</i>	<i>37,6%</i>	<i>91,2%</i>		
Gastos comerciales	-461	-211	-250	118,1%
Gastos de administración	-493	-357	-136	38,1%
<b>Resultado operativo</b>	<b>-5</b>	<b>1.194</b>	<b>-1.199</b>	<b>-100,4%</b>
<i>Margen operativo</i>	<i>-0,2%</i>	<i>61,7%</i>		
Resultados financieros netos	-678	-245	-433	-176,8%
Otros ingresos y egresos netos	4	-38	41	-109,4%
REI	-	-	-	100,0%
Resultado por participacion en asociadas	-131	-73	-58	80,1%
Ganancia por adquisición de negocio	-	-	-	100,0%
<b>Resultado neto antes de impuesto a las ganancias</b>	<b>-810</b>	<b>839</b>	<b>-1.649</b>	<b>-196,6%</b>
Impuesto a las ganancias	-185	-301	117	-38,7%
<b>Resultado neto del ejercicio</b>	<b>-995</b>	<b>537</b>	<b>-1.532</b>	<b>-285,1%</b>
Diferencia de conversion valuacion participacion en asociadas	-	-	-	100,0%
Revalúo técnico subsidiarias	-	-	-	100,0%
Diferencia de Conversión	1.417	1.803		0,0%
<b>Total de Resultados Integrales</b>	<b>423</b>	<b>2.340</b>	<b>-1.918</b>	<b>-81,9%</b>
<b>EBITDA</b>				
<b>Resultado operativo</b>	<b>-5</b>	<b>1.194</b>		
Depreciaciones de bienes de uso	673	585		
Depreciaciones agrícolas (año corriente)	-470	-441		
Depreciaciones agrícolas (año anterior)	194	164		
Otros ingresos y egresos	-126	-38		
<b>EBITDA</b>	<b>266</b>	<b>1.464</b>	<b>-82%</b>	
<i>Margen de EBITDA</i>	<i>10,5%</i>	<i>75,7%</i>		

### Ventas netas

Las ventas netas alcanzaron 2.522 millones de pesos, aumentando en un 30,5% en comparación al mismo período del año anterior. Las mismas se componen del total de ventas, netas de reembolsos y derechos a las exportaciones.

Las ventas de ingredientes naturales fueron de 652 millones de pesos, un 55.8% superiores al año 2021. Se vendieron mayores volúmenes de jugo, aceite y cáscara, 19%, 11x y 4x respectivamente.. Los precios promedio en USD tuvieron recuperación para el aceite y la cáscara deshidratada y, sufrieron una caída en jugo con relación al mismo período del año anterior. Los niveles de molienda se mantuvieron al mínimo durante este trimestre, con el objetivo de no generar inventarios sin salida a la venta.



**Las ventas de fruta fresca fueron de 1.780 millones de pesos, incrementándose en un 17,5% comparado con el mismo período de 2021. Las ventas en el primer trimestre del año reflejan principalmente la exportación de uva de mesa desde Perú. La campaña de este cultivo arrojó un menor volumen y calidad de exportación en ciertas variedades, lo que afectó en las ventas y márgenes del trimestre, con relación al mismo período del año 2021.**

#### Costo de Mercadería Vendida

El CMV como porcentaje de ventas representa 132 % en 2022 reflejando una suba del 42% con relación a los valores de 2021. Esta variación se explica principalmente por dos factores: en primer lugar, el fuerte incremento que registraron los precios de las materias primas a nivel global y que impactaron directamente en los precios de una gran variedad de productos necesarios para nuestra operación, desde el campo hasta la planta de empaque. En segundo lugar, las condiciones de competitividad, esto es, la relación entre la evolución de la moneda y el índice de precios se ha visto desmejorada en todos los países en donde opera la compañía, en particular en Argentina. Finalmente, hay que considerar también el impacto mencionado de la uva, que generó menores precios y márgenes respectivos.

En Argentina, se registró en el trimestre una inflación de 16%, y una devaluación promedio del peso argentino contra el dólar americano de 8% en el mismo período, esto representa una pérdida de competitividad real de 8% en nuestras operaciones de Argentina en el trimestre.

En Sudáfrica, en los últimos 3 meses se observó una apreciación promedio del Rand (moneda en la que se denomina gran porción de sus costos) con respecto al Dólar de 8.6%, y una apreciación promedio con respecto al Peso Argentino del 17.8%, mientras que la inflación promedio acumulada durante el mismo período fue de aproximadamente 1.9 %. Es decir que en el trimestre se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Rands de aproximadamente 19.7%.

En Uruguay, observamos una apreciación promedio de 8.2% del Peso Uruguayo (moneda en la que se denomina gran porción de sus costos) frente al Dólar, y una apreciación promedio con respecto al Peso Argentino de 17.4%, mientras que la inflación para el mismo período fue de 4.4%. Es decir, que en el trimestre se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Pesos Uruguayos de aproximadamente 21.7%.

Finalmente, el Sol Peruano tuvo una apreciación promedio del 7.8% frente al Dólar durante los últimos 3 meses, y una apreciación promedio de 17.6% frente al Peso Argentino. La inflación fue de 1.8% para el período. Es decir, que en el trimestre se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Soles Peruanos de aproximadamente 19.4%.

#### Cambios en el valor de los activos biológicos corrientes

El valor de los activos biológicos corrientes decreció un 18% respecto al año 2021. Esta variación se explica, principalmente a través de las operaciones de Perú y Uruguay por menores precios de exportación de la mandarina con relación al año anterior.

#### Gastos de comercialización y administración

Los gastos de comercialización medidos en pesos argentinos como porcentaje de ventas representaron un 18% en comparación a los 11% del mismo periodo del año anterior. En lo que respecta a gastos de administración medidos tanto en pesos argentinos en dólares estadounidenses, estuvieron levemente por encima a los niveles del mismo periodo del año anterior.

#### Resultados financieros netos y Diferencia de Conversión

Los resultados financieros netos reflejaron una pérdida de 678 millones de ARS en marzo 2022, contra una pérdida de 245 millones de ARS en marzo 2021. Esta variación se debe principalmente a la diferencia de



cambio en los pasivos denominados en Euros, cuyo saldo y magnitud de devaluación fue considerablemente mayor en el trimestre finalizado el 31 de marzo de 2021.

Al 31 de marzo de 2022, el costo de fondeo promedio anual medido en dólares de las obligaciones financieras de la compañía se encontró en 6.7%, neto del resultado por diferencias en el tipo de cambio de sus activos y pasivos financieros. La diferencia de cambio por deuda financiera al 31 de marzo de 2022 asciende a una ganancia de 153.569 miles de Pesos Argentinos.

La diferencia de conversión positiva de 1.417 millones de pesos, que se reconoce en los resultados integrales del período, se genera por la reexpresión del patrimonio neto (o posición neta de activos menos pasivos), de moneda funcional dólares a la moneda de presentación de los estados contables, que es pesos argentinos.

#### **Evolución de la Deuda Neta Financiera**

La deuda neta al cierre del primer trimestre, medida en dólares, fue de 278.2 millones de dólares (excluyendo el incremento contable por el cambio de norma por los leasings operativos de 16.5 millones de dólares), versus un nivel de 245.7 millones al cierre del marzo 2021.

En enero 2022 realizamos una nueva y exitosa emisión de obligaciones negociables simples dólar linked vinculadas a la sostenibilidad por U\$S 50 millones con vencimiento a los 24 meses. Esta emisión posibilita cubrir las necesidades de capital de trabajo para hacer frente a la campaña 2022 en Argentina y cumplir con vencimientos y amortizaciones de capital en dicho período. Adicionalmente, reafirma el compromiso de la compañía en continuar fomentando este tipo de financiamientos sustentables.



## Ingresos y resultado bruto por línea de negocios

en millones de AR\$	3M 2022			3M 2021			Var. %	
	AP (*)	FF	Total	AP (*)	FF	Total	AP	FF
<b>ARGENTINA</b>								
Ventas Netas	857	39	896	374	54	428	129,1%	-28,2%
CMV	-856	-70	-926	-447	-0	-447	91,5%	1745548001,5%
Cambios en el valor de activos biológicos	-	22	22	-	4	4		
<b>Resultado Bruto</b>	<b>1</b>	<b>-9</b>	<b>-8</b>	<b>-73</b>	<b>58</b>	<b>-15</b>	<b>-101,2%</b>	<b>-116,3%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>0,1%</i>	<i>-24,3%</i>	<i>-0,9%</i>	<i>-19,5%</i>	<i>107,3%</i>	<i>-3,6%</i>		
<b>URUGUAY</b>								
Ventas Netas	131	109	240	44	49	94	196,6%	120,8%
CMV	-237	210	-27	-241	131	-110	-1,6%	60,1%
Cambios en el valor de activos biológicos	-	44	44	-	138	138		
<b>Resultado Bruto</b>	<b>-106</b>	<b>363</b>	<b>257</b>	<b>-197</b>	<b>318</b>	<b>121</b>	<b>-46,2%</b>	<b>-14,0%</b>
<i>Margen Bruto</i>		<i>332,3%</i>	<i>106,9%</i>		<i>643,5%</i>	<i>129,8%</i>		
<b>SUDAFRICA</b>								
Ventas Netas	-	17	17	-	22	22	0,0%	-25,4%
CMV	-	-1	-1	-	-5	-5	0,0%	-83,2%
Cambios en el valor de activos biológicos	-	244	244	-	430	430		
<b>Resultado Bruto</b>	<b>-</b>	<b>259</b>	<b>259</b>	<b>-</b>	<b>447</b>	<b>447</b>	<b>0,0%</b>	<b>-42,0%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>0,0%</i>		<i>1561,4%</i>	<i>0,0%</i>	<i>2008,1%</i>	<i>2008,1%</i>		
<b>PERU</b>								
Ventas Netas	-	1.615	1.615	-	1.390	1.390	0,0%	16,2%
CMV	-	-2.639	-2.639	-	-1.788	-1.788	0,0%	47,6%
Cambios en el valor de activos biológicos	-	1.466	1.466	-	1.607	1.607		
<b>Resultado Bruto</b>	<b>-</b>	<b>442</b>	<b>442</b>	<b>-</b>	<b>1.209</b>	<b>1.209</b>	<b>0,0%</b>	<b>-63,5%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>0,0%</i>	<i>27,3%</i>	<i>27,3%</i>	<i>0,0%</i>	<i>87,0%</i>	<i>87,0%</i>		
Ventas intercompany	-337	-	-337	-	-	-	0,0%	0,0%
Costo de venta	337	-	337	-	-	-	0,0%	0,0%
<b>Ventas netas</b>	<b>652</b>	<b>1.780</b>	<b>2.431</b>	<b>418</b>	<b>1.515</b>	<b>1.933</b>	<b>55,8%</b>	<b>17,5%</b>
<b>Resultado Bruto</b>	<b>-105</b>	<b>1.054</b>	<b>949</b>	<b>-269</b>	<b>2.032</b>	<b>1.762</b>	<b>-61,1%</b>	<b>-48,1%</b>
<i>Margen Bruto</i>	<i>-16,1%</i>	<i>59,2%</i>	<i>39,1%</i>	<i>-64,4%</i>	<i>134,1%</i>	<i>91,2%</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.

### Avances de campaña 2022

Durante el primer trimestre del año, finaliza la campaña de uva de mesa y continúan las labores agrícolas para cítricos y palta cuya campaña tiene lugar entre los meses de marzo y abril.

La campaña de limón presenta mayores volúmenes y calidad esperados, respecto a los del año 2021 para todos los orígenes. La producción de limón para industria aumenta en el orden del 15% por mejoras agronómicas.

El conflicto Ucrania Rusia no genera un impacto directo relevante en la compañía, ya que entre ambos países representan menos del 2% de las ventas. No obstante, son mercados que consumen en total aproximadamente 90.000 toneladas, y en caso de que no absorban dicha demanda y tenga que redireccionarse, agregaría presión a los precios en otros destinos. Por otro lado, se destaca un faltante de fruta en el inicio de la campana en la Unión Europea (UE), dados los bajos niveles de stock en España. Esta demanda anticipada podría generar mayores precios que permitan compensar lo mencionado anteriormente.

En Argentina, cabe recordar que el SENASA volvió a autorizar la exportación de cítricos de hacia la Unión Europea con nuevos protocolos. Nuestra compañía cuenta con la tecnología, organización y recursos para cumplir con los requisitos del nuevo protocolo. Dentro de las labores productivas y de mantenimiento de las



plantaciones de cítricos, se hizo foco en medidas preventivas contra enfermedades cuarentenarias y fúngicas. Hemos introducido la tecnología de empaque *machine-learning* cuya selección electrónica permite mitigar y separar fruta con enfermedades cuarentenarias.

A fines de marzo se acordaron las paritarias con la UATRE (Unión Argentina de Trabajadores Rurales y Estibadores) otorgando un incremento del 47.5% con relación a las escalas del año 2021.

En cítrico dulce, los niveles de demanda y precios se encuentran en línea con los de 2021, aunque con la posibilidad de lograr mejores precios en USA, ante la falta de fruta propia en California. En San Miguel, continuamos con la estrategia incrementar nuestra presencia en el mercado asiático de limones y cítrico dulce.

La cosecha de palta se encuentra dentro en los parámetros esperados, con proyección de mayor rinde de exportación, y con niveles de precios y demanda similares a los del año anterior.

En cuanto a negocio de ingredientes naturales, durante este trimestre se cerraron los contratos de aceite con los principales clientes, con quienes mantenemos relaciones de largo plazo. Esto representa un nivel de contratación de aproximadamente el 70% de la demanda de aceite de la compañía prevista para este año.

Se espera una recuperación en los niveles de demanda para el segmento de bebidas carbonatadas, luego del impacto negativo de los cierres en el canal foodservice por causa de las medidas de aislamiento para prevenir la propagación del COVID 19. Adicionalmente, sigue la tendencia alcista en la demanda del segmento de fragancias y sabores.



## 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 citrícola, 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

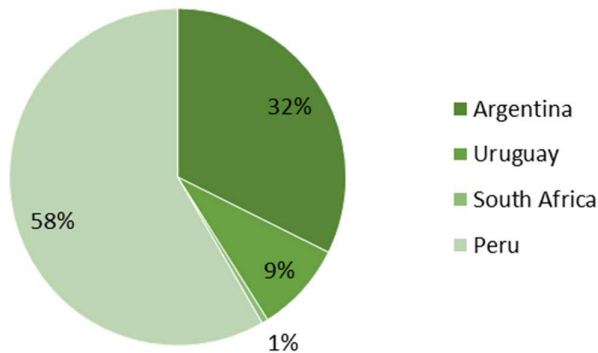
San Miguel posee dos unidades de negocio complementarias. Por un lado, se dedica a la producción y comercialización de fruta fresca destinada principalmente a las grandes cadenas de supermercados del hemisferio norte. Por otro lado, produce alimentos procesados a través de la molienda de frutas cítricas, 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.



**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 150 mil toneladas de fruta fresca al año, con una oferta equilibrada entre limón y cítricos dulces (mandarinas, naranjas y pomelos). Asimismo, San Miguel produce y exporta uva de mesa y palta desde Perú.

Ventas por país de origen 2022  
(AR\$ millones)




**Estado de situación patrimonial consolidada**
**Estado de situación patrimonial**

en millones de AR\$			Variación vs.	
	31.03.2022	31.03.2021	2021	%
<b>ACTIVO</b>				
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>				
Propiedad, planta y equipos	41.628	35.387	6.241	17,6%
Participación en asociadas	705	490	215	43,8%
Otros activos no corrientes	1.123	954	169	17,7%
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>43.456</b>	<b>36.832</b>	<b>6.625</b>	<b>18,0%</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>				
Inventarios	3.963	3.541	422	11,9%
Activos biológicos	9.541	8.513	1.029	12,1%
Otros créditos	5.056	3.740	1.316	35,2%
Créditos por ventas	2.600	1.218	1.382	113,4%
Otros activos financieros	-	3.231	-3.231	-100,0%
Activos mantenidos para la venta	428	373	55	0,0%
Efectivo y equivalentes de efectivo	5.881	1.151	4.730	410,9%
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>27.470</b>	<b>21.766</b>	<b>5.703</b>	<b>26,2%</b>
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>70.926</b>	<b>58.598</b>	<b>12.328</b>	<b>21,0%</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	18.461	21.400	-2.939	-13,7%
<b>PASIVO</b>				
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>				
Préstamos	20.845	15.557	5.288	34,0%
Pasivo diferido por impuesto a las ganancias	7.177	4.879	2.299	47,1%
Otros pasivos no corrientes	343	161	181	112,5%
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>28.365</b>	<b>20.596</b>	<b>7.768</b>	<b>37,7%</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>				
Cuentas por pagar	4.652	2.439	2.213	90,7%
Préstamos	17.693	12.988	4.705	36,2%
Otros pasivos corrientes	1.756	1.174	582	49,5%
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>24.100</b>	<b>16.601</b>	<b>7.499</b>	<b>45,2%</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>52.465</b>	<b>37.198</b>	<b>15.267</b>	<b>41,0%</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>70.926</b>	<b>58.598</b>	<b>12.328</b>	<b>21,0%</b>


**Anexo I – Información sobre volúmenes**

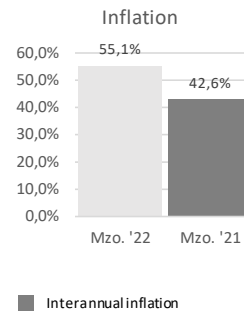
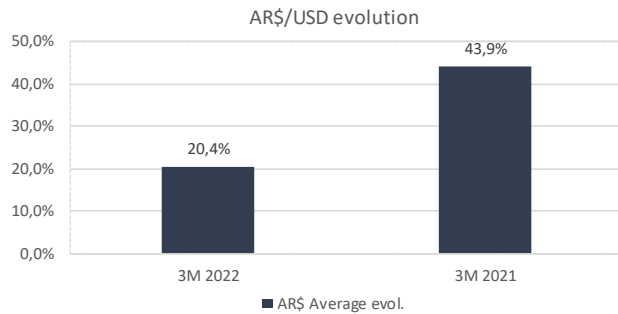
Toneladas de Fruta	1T 21	2T 21	3T 21	4T 21	Total 2021	1T 22	2T 22	3T 22	4T 22	Total 2022
<b>Producción Propia</b>										
Argentina	9.261	66.902	46.912	400	123.475	2.884				2.884
Uruguay	-	21.049	28.628	7.266	56.943	2.428				2.428
Sudáfrica	-	17.766	32.647	694	51.107	235				235
Peru	2.081	11.074	30.832	10.760	54.746	2.393				2.393
<b>TOTAL</b>	<b>11.342</b>	<b>116.791</b>	<b>139.019</b>	<b>19.120</b>	<b>286.271</b>	<b>7.940</b>	-	-	-	<b>7.940</b>
<b>Productores Estratégicos</b>										
Argentina	933	81.400	56.842	38.615	177.790	-				-
Uruguay	-	1.034	1.353	-	2.387	-				-
Sudáfrica	120	15.313	27.412	1.263	44.108	152				152
Peru	-	745	1.148	335	2.227	988				988
<b>TOTAL</b>	<b>1.053</b>	<b>98.492</b>	<b>86.755</b>	<b>40.212</b>	<b>226.512</b>	<b>1.140</b>	-	-	-	<b>1.140</b>
<b>Procesamiento Propio</b>										
Argentina	3.396	122.237	129.777	5.791	261.200	462				462
<b>Procesamiento en JV's</b>										
Uruguay	-	15.287	30.689	10.243	56.219	1.199				1.199
Sudáfrica	-	25.519	51.890	9.141	86.550	-				-
<b>TOTAL</b>	<b>3.396</b>	<b>163.043</b>	<b>212.356</b>	<b>25.175</b>	<b>403.969</b>	<b>1.661</b>	-	-	-	<b>1.661</b>
<b>Exportaciones de fruta fresca</b>										
Argentina	160	24.203	11.881	121	36.365	93				93
Uruguay	-	4.904	6.267	1.619	12.789	216				216
Sudáfrica	224	21.845	50.766	1.272	74.108	924				924
Peru	127	9.669	23.798	11.026	44.619	3.077				3.077
<b>TOTAL</b>	<b>511</b>	<b>60.621</b>	<b>92.712</b>	<b>14.037</b>	<b>167.881</b>	<b>4.311</b>	-	-	-	<b>4.311</b>
<b>Exportaciones de productos industriales (en ton. de prod. Ind.)</b>										
Aceite	8	187	495	713	1.404	102				102
Jugo	1.345	1.498	4.149	8.627	15.619	1.600				1.600
Cáscara	291	824	3.142	6.667	10.925	1.159				1.159



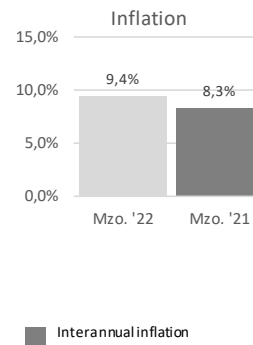
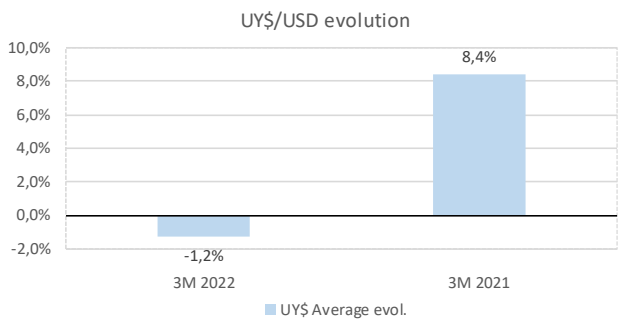
## Anexo II – Evolución de tipo cambio e inflación

(1° trimestre – 12 meses corridos)

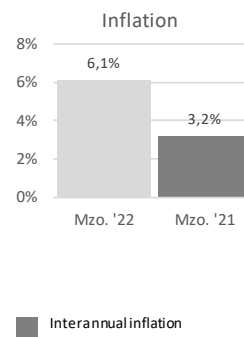
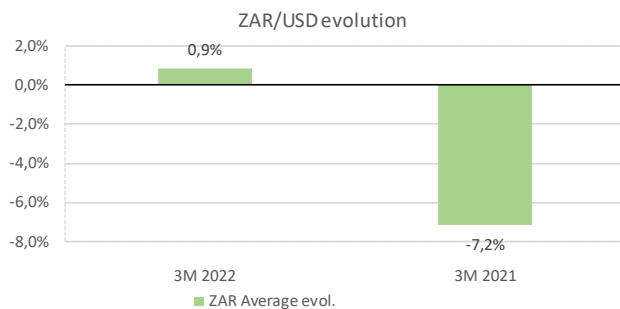
### Argentina



### Uruguay



### South Africa



### Peru

