



Buenos Aires, 13 de marzo 2023 - S.A. San Miguel A.G.I.C.I. y F. (la “Compañía”), empresa líder en la producción, exportación y procesamiento de cítricos del hemisferio sur, anunció sus resultados para el período finalizado el 31 de diciembre 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 13.909 millones (+1.973 millones YoY)
- Resultado operativo de ARS -5.672 millones (-3.011 millones YoY)
- Resultado neto antes de imp. a las ganancias de ARS -4.440 millones (+64 millones YoY)
- Deuda neta de US\$ 166 millones (-33% YoY)

La novedad más relevante de este período del año fue la venta por parte de S.A. San Miguel Uruguay y San Miguel International Investments S.A, subsidiarias de la Compañía, de la totalidad de las acciones de San Miguel Fruits Perú S.A. y San Miguel Fruits South Africa (PTY) LTD respectivamente, por un monto total aproximado de US\$ 94 millones. Esta transacción permitirá fortalecer la estructura de capital y reconfigurar la estrategia de negocio de largo plazo, con un enfoque más profundo en el desarrollo de proyectos industriales basados en ingredientes naturales -dentro de Sudáfrica, Argentina y Uruguay, reafirmando la posición de la compañía como líder mundial en el procesamiento de limón.

Por otra parte, durante el último trimestre del año se realizó la tercera exitosa emisión de Obligaciones Negociables dólar linked vinculadas a la sostenibilidad (Serie VIII) por un monto de US\$ 38 millones, con vencimiento en un único pago de capital a los 2 años, con una tasa de corte de 3,5% de interés pagaderos trimestralmente. Adicionalmente, durante marzo 2023 se emitieron Obligaciones Negociables adicionales (reapertura) de la serie VIII por US\$ 12 millones, completando el monto máximo de la Serie VIII de US\$ 50 millones.

Durante el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2022 la Compañía realizó un proceso de reestructuración de su negocio, renfocando su estrategia en el negocio en el procesamiento de la fruta, el cual tuvo un impacto de 1.878 millones de ARS debido a la salida de contratos con empresas de servicios, honorarios y readecuación de su estructura. Adicionalmente se mantuvieron las complejidades desde el punto de vista logístico; en particular la de flete marítimo que implicaron un costo por encima por sobre los niveles de los últimos años.

Durante el período se instrumentaron acuerdos de venta de aceite de limón con los principales clientes, con los que la Compañía tiene relaciones de largo plazo. Asimismo, se instrumentaron acuerdos para proveer la totalidad de la cáscara producida a distintos clientes, y se mantiene un elevado nivel de contratación en el segmento de jugos.

El nivel de molienda fue inferior al 2021, con el objetivo de no generar inventarios sin salida para la venta, dado que se necesitan colocar los 3 productos derivados del limón, y el stock de jugo es alto a nivel mundial. De los 3 productos, la cáscara es el más balanceado entre oferta y demanda, es decir, que no existe altos niveles de inventario a nivel mundial.

En lo que respecta a Sustentabilidad, la Compañía logró que un 57% del total de su energía consumida en la planta de Famaillá, provenga de energía eólica, lo que es significativamente superior al 16% exigido por las Leyes 26.190 y 27.190 en cuanto a las metas de consumo de energía eléctrica de fuente renovable. Adicionalmente, con fecha 3 de noviembre de 2022, la Compañía firmó un acuerdo de suministro de energía renovable con PCR, por el plazo de cinco años, vigente a partir de julio 2023 y a través del cual se estima se



aportará un total de 7.500MWh/año de energía renovable. Estos hitos ratifican nuestro compromiso en la reducción de la huella de carbono de nuestros productos.

Principales indicadores financieros

| en millones de AR\$ | FY 2022 | FY 2021 | Variación | |
|--|---------------|--------------|------------------------------|---------|
| | | | vs. 2021 | % |
| Ventas | 13.909 | 11.936 | 1.973 | 17% |
| Resultado operativo | -5.672 | -2.661 | -3.011 | -113% |
| Resultado por operaciones discontinuas | -4.739 | 759 | -5.498 | -724% |
| Resultado neto | -9.488 | -4.207 | -5.282 | -126% |
| Resultado integral | -6.956 | -1.022 | -5.934 | -581% |
| Total de Resultados Integrales | | | | |
| EBITDA | -2.066 | -444 | -1.621 | -365,0% |
| <i>Margen Ebitda</i> | <i>-14,9%</i> | <i>-3,7%</i> | | |
| Capital de trabajo | 15.103 | 11.220 | 3.883 | 34,6% |
| Activo fijo | 28.942 | 34.223 | -5.281 | -15,4% |
| Deuda neta | 31.483 | 26.905 | 4.577 | 17,0% |
| Patrimonio Neto | 11.297 | 18.038 | -6.742 | -37,4% |
| CAPEX | 1.433 | - | 1.433 | 0,0% |
| Depreciaciones y Amortizaciones | 2.084 | 1.618 | 465 | 28,7% |
| Liquidez | 1,70 | 1,17 | (Act. Corr. / Pas. Corr.) | |
| Solvencia | 0,17 | 0,39 | (Patr. Neto / Total Pas.) | |
| Inmovilización del capital | 0,46 | 0,63 | (Act. No Corr. / Total Act.) | |



Comentarios sobre los resultados consolidados

Estado de resultados

| Estado de resultados | | | | |
|---|---------------|---------------|-----------------------|-----------------|
| en millones de AR\$ | FY 2022 | FY 2021 | Variación vs. 2021 | % |
| Ventas netas | 13.909 | 11.936 | 1.973 | 16,5% |
| CMV | -15.419 | -11.987 | -3.431 | 28,6% |
| Cambios en el valor de activos biológicos corrientes | -186 | 186 | -371 | -200,0% |
| Ganancia bruta | -1.695 | 135 | -1.830 | -1359,6% |
| <i>Margen bruto</i> | <i>-12,2%</i> | <i>1,1%</i> | | |
| Gastos comerciales | -1.822 | -1.426 | -396 | 27,7% |
| Gastos de administración | -2.155 | -1.370 | -786 | 57,4% |
| Resultado operativo | -5.672 | -2.661 | -3.011 | -113,1% |
| <i>Margen operativo</i> | <i>-40,8%</i> | <i>-22,3%</i> | | |
| Resultados financieros netos | 2.582 | -1.906 | 4.487 | 235,5% |
| Otros ingresos y egresos netos | 548 | 63 | 484 | 763,9% |
| Costos de reestructuración de negocios | -1.879 | - | -1.879 | 100,0% |
| Resultado por participacion en asociadas | -18 | - | -18 | 100,0% |
| Resultado neto antes de impuesto a las ganancias | -4.440 | -4.504 | 64 | 1,4% |
| Impuesto a las ganancias | -309 | -462 | 153 | -33,1% |
| Resultado neto de operaciones continuas | -4.749 | -4.966 | 217 | 4,4% |
| Resultado por operaciones discontinuas | -4.739 | 759 | -5.498 | |
| Resultado neto del período | -9.488 | -4.207 | -5.282 | -126% |
| Desafectación Reserva | -2.083 | - | -2.083 | 100% |
| Revalúo técnico ARG | -214 | -276 | 62 | -22% |
| Diferencia de Conversión | 4.830 | 3.461 | 1.369 | 40% |
| Total de Resultados Integrales | -6.956 | -1.022 | -5.934 | -581% |
| EBITDAR | | | | |
| Resultado operativo | -5.672 | -2.661 | | |
| Depreciaciones de bienes de uso | 2.084 | 1.618 | | |
| Depreciaciones agrícolas (año corriente) | -1.274 | -1.066 | | |
| Depreciaciones agrícolas (año anterior) | 1.466 | 1.728 | | |
| Otros ingresos y egresos | 1.331 | -63 | | |
| EBITDAR | -2.066 | -444 | -4 | |
| <i>Margen de EBITDAR</i> | <i>-14,9%</i> | <i>-3,7%</i> | | |
| Costos de reestructuración de negocios | -1.879 | - | | |
| EBITDA | -3.944 | 154 | -27 | |
| <i>Margen de EBITDA</i> | <i>-28,4%</i> | <i>1,3%</i> | | |

Ventas netas

Las ventas netas alcanzaron 13.909 millones de pesos, aumentando en un 17% 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 11.007 millones de pesos, un 41% superiores al año 2021. En lo que respecta a aceite, el volumen de venta de 2022 disminuyó en un 4% respecto al mismo período del 2021; jugo y cáscara, mostraron un incremento del 11% y 26% interanual, respectivamente. Los precios promedio en USD tuvieron recuperación para el aceite, y sufrieron una caída en jugo con relación al mismo período del año anterior, producto de un desbalance entre oferta y demanda vinculado a elevados niveles de stocks.

Las ventas de fruta fresca fueron de **2.902** millones de pesos, disminuyendo en un 29% comparado con el mismo período de 2021.

Costo de Mercadería Vendida

El CMV como porcentaje de ventas representa 111 % en 2022 reflejando una suba del 29% con relación a los valores de 2021. Esta variación se explica principalmente por tres factores: en primer lugar, el fuerte incremento que registraron los precios de las materias primas a nivel global y de la energía (en particular aumentos del gas por más de 200%), 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, también durante la presente campaña se detectaron en el negocio de fruta fresca algunos lotes de limón que no cumplieron con las especificaciones requeridas para ingresar a la UE, y tuvieron que redirigirse a otros mercados con menores precios y con el impacto logístico correspondiente. Por último, 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.

En Argentina, se registró en los 12 meses de 2022 una inflación de 94,8%, y una devaluación interanual del peso argentino contra el dólar americano de 73% en el mismo período, esto representa una pérdida de competitividad real de 22% en nuestras operaciones de Argentina en los 12 meses.

En Uruguay, observamos una apreciación promedio de 8% 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 48%, mientras que la inflación para el mismo período fue de 8%. Es decir, que en el período de 12 meses se registró una suba en Pesos Argentinos de los costos denominados en Pesos Uruguayos de aproximadamente 56%.

Cambios en el valor de los activos biológicos corrientes

El valor de los activos biológicos corrientes decreció un 200% respecto al año 2021. Esta variación se explica, principalmente a través de menores precios de exportación de limón con relación al año anterior.

Gastos de comercialización y administración

Los gastos de comercialización medidos en pesos argentinos como porcentaje de ventas representaron un 13% en comparación a los 12% del mismo período del año anterior. En lo que respecta a gastos de administración se redujeron 4 puntos porcentuales (15% vs 11%) respecto del mismo período del año anterior. Las disminuciones están en línea con el plan de reducción de gastos que inició la Compañía durante este ejercicio y que continuarán en los próximos trimestres.

Resultados financieros netos y Diferencia de Conversión

Los resultados financieros netos reflejaron una ganancia de 2.582 millones de ARS a diciembre 2022, contra una pérdida de 1.906 millones de ARS a diciembre 2021. Esta variación se debe principalmente al impacto positivo de diferencias de cambio de US\$ 44 M, generadas por el ingreso de divisas al país de parte del producido de las ventas de subsidiarias mencionadas en el primer párrafo.



La diferencia de conversión positiva de 4.830 millones de pesos, que se reconoce en los resultados integrales del período, se genera por la re expresión 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 ejercicio 2022, medida en dólares, fue de 166 millones de dólares, versus un nivel de 246 millones al cierre de diciembre 2021. La baja se explica por las ventas de subsidiarias mencionadas anteriormente, que permiten a la Compañía contar con altos niveles de liquidez.

En noviembre 2022 se realizó una nueva y exitosa emisión de Obligaciones Negociables simples dólar linked vinculadas a la sostenibilidad por U\$S 38 millones con vencimiento a los 24 meses. Esta emisión posibilita cubrir las necesidades de capital de trabajo para 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\$ | FY 2022 | | | FY 2021 | | | Var. % | |
|---|---------------|----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|-----------------|
| | AP (*) | FF | Total | AP (*) | FF | Total | AP | FF |
| ARGENTINA | | | | | | | | |
| Ventas Netas | 9.135 | 1.170 | 10.306 | 6.925 | 2.728 | 9.653 | 31,9% | -57,1% |
| CMV | -8.614 | -2.914 | -11.527 | -6.862 | -2.677 | -9.538 | 25,5% | 8,8% |
| Cambios en el valor de activos biológicos | - | 25 | 25 | - | 33 | 33 | | |
| Resultado Bruto | 522 | -1.718 | -1.197 | 64 | 84 | 148 | 718,3% | -2149,7% |
| <i>Margen Bruto</i> | <i>5,7%</i> | <i>-146,8%</i> | <i>-11,6%</i> | <i>0,9%</i> | <i>3,1%</i> | <i>1,5%</i> | | |
| URUGUAY | | | | | | | | |
| Ventas Netas | 1.873 | 1.731 | 3.604 | 948 | 1.568 | 2.516 | 97,5% | 10,4% |
| CMV | -1.877 | -2.015 | -3.892 | -536 | -2.213 | -2.749 | 249,9% | -8,9% |
| Cambios en el valor de activos biológicos | - | -210 | -210 | - | 153 | 153 | | |
| Resultado Bruto | -4 | -494 | -498 | 412 | -492 | -80 | -101,1% | -0,4% |
| <i>Margen Bruto</i> | | <i>-28,5%</i> | <i>-13,8%</i> | | <i>-31,4%</i> | <i>-3,2%</i> | | |
| Ventas intercompany | - | - | - | -237 | - | -237 | -100,0% | 0,0% |
| Costo de venta | - | - | - | 300 | - | 300 | -100,0% | 0,0% |
| Ventas netas | 11.008 | 2.902 | 13.909 | 7.636 | 4.296 | 11.932 | 44,2% | -32,5% |
| Resultado Bruto | 517 | -2.212 | -1.695 | 476 | -408 | 67 | 8,7% | 442,0% |
| <i>Margen Bruto</i> | <i>4,7%</i> | <i>-76,2%</i> | <i>-12,2%</i> | <i>6,2%</i> | <i>-9,5%</i> | <i>0,6%</i> | | |



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). 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 productos industrializados cítricos con valor agregado.

ESTRATEGIA

San Miguel desarrolló un modelo de negocios integrado orientado al consumidor que comprende todas las etapas del proceso de la cadena de valor hasta llegar a los hogares. En el caso del segmento de fruta fresca, la Sociedad logró este alcance por ser un productor confiable y de largo plazo para las principales cadenas de supermercados del hemisferio norte. En el caso de ingredientes naturales, San Miguel es un proveedor crítico de las principales compañías internacionales de las industrias de bebidas, alimentos, farmacéuticas, fragancias, sabores y cosmética. Las fincas de la Sociedad están ubicadas en una de las zonas más privilegiadas del mundo que, por sus características agroecológicas, convierten a éstas en las más adecuadas para la producción de cítricos de contra estación.

La estrategia de crecimiento de San Miguel se basa en consolidar su actual liderazgo en el negocio de ingredientes naturales derivados del limón, apalancándose sobre su posicionamiento dado por el volumen de negocio, conocimiento y experiencia, y en la rentabilidad derivada de los acuerdos de largo plazo con clientes de primera línea multinacional que posee la Sociedad. Adicionalmente, la Sociedad se encuentra enfocada en desarrollar nuevos productos que le permitan ampliar su portafolio actual, según las tendencias de consumo en los mercados que abastece.

En el negocio de ingredientes naturales, San Miguel tiene como visión ser la compañía líder de producción y procesamiento de cítricos. Actualmente la Sociedad se especializa en el procesamiento de frutas cítricas, constituyéndose como líder mundial, y tiene como objetivo avanzar en la cadena de valor, desarrollando productos especializados a las necesidades específicas de sus clientes y con mayor valor agregado. Para ello está destinando importantes recursos al área de Investigación y Desarrollo, para que ésta sea un motor de crecimiento y desarrollo de nuevas oportunidades de negocios.

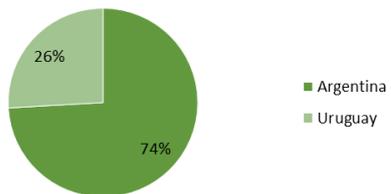
SEGMENTOS DE NEGOCIO

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



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



San Miguel es la principal empresa citrícola de la región que cuenta con producción en diversos orígenes (multi-origen), con fincas propias, operaciones industriales y productores estratégicos asociados en Argentina y Uruguay.


Estado de situación patrimonial consolidada

| Estado de situación patrimonial | | | |
|--|---------------|---------------|-----------------------|
| en millones de AR\$ | 31.12.2022 | 31.12.2021 | Variación vs. 2021 |
| ACTIVO | | | |
| ACTIVO NO CORRIENTE | | | |
| Propiedad, planta y equipos | 32.980 | 38.947 | -5.967 |
| Activos con derecho de uso | 2.001 | - | 2.001 |
| Participación en asociadas | - | - | - |
| Otros activos no corrientes | 898 | 1.285 | -386 |
| Total Activo No Corriente | 35.879 | 40.232 | -4.352 |
| ACTIVO CORRIENTE | | | |
| Activos biológicos | 4.414 | 6.420 | -2.006 |
| Inventarios | 4.066 | 4.505 | -439 |
| Otros créditos | 7.162 | 4.857 | 2.305 |
| Créditos por ventas | 5.943 | 3.395 | 2.548 |
| Otros activos financieros | 2.125 | - | 2.125 |
| Efectivo y equivalentes de efectivo | 17.575 | 3.646 | 13.930 |
| Total Activo Corriente | 41.286 | 22.823 | 18.463 |
| Activos mantenidos para la venta | 680 | 396 | 284 |
| TOTAL DEL ACTIVO | 77.845 | 63.451 | 14.394 |
| PATRIMONIO NETO | 11.297 | 18.038 | -6.742 |
| PASIVO | | | |
| PASIVO NO CORRIENTE | | | |
| Préstamos | 33.765 | 19.327 | 14.438 |
| Provisiones | 375 | 122 | |
| Pasivo diferido por impuesto a las ganancias | 7.617 | 6.405 | 1.212 |
| Otros pasivos no corrientes | 167 | 150 | 17 |
| Total Pasivo No Corriente | 41.924 | 26.004 | 15.920 |
| PASIVO CORRIENTE | | | |
| Cuentas por pagar | 4.981 | 6.974 | -1.994 |
| Préstamos | 17.419 | 11.224 | 6.194 |
| Remuneraciones y Cargas Soc | 1.502 | 983 | 519 |
| Otros pasivos corrientes | 723 | 956 | -233 |
| Total Pasivo Corriente | 24.624 | 20.137 | 4.487 |
| TOTAL DEL PASIVO | 66.548 | 46.141 | 20.407 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO | 77.845 | 64.179 | 13.666 |




Anexo I – Información por segmentos

| | Ejercicio anual finalizado el 31.12.2022 | | | |
|---|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Productos industriales | Fruta fresca | No Alocado | Total |
| Ventas mercado externo | 9.566.116 | 2.542.224 | - | 12.108.340 |
| Ventas mercado interno | 1.441.477 | 359.503 | - | 1.800.980 |
| Total ventas | 11.007.593 | 2.901.727 | - | 13.909.320 |
| Cambios en el valor de activos biológicos | - | (185.601) | - | (185.601) |
| Costo de mercaderías y productos vendidos | (10.490.418) | (4.928.460) | - | (15.418.878) |
| (Pérdida) / Ganancia bruta | 517.175 | (2.212.334) | - | (1.695.159) |
| Gastos de distribución y comercialización | (1.055.248) | (597.462) | (169.427) | (1.822.137) |
| Gastos de administración | - | - | (2.155.156) | (2.155.156) |
| Pérdida operativa | (538.073) | (2.809.796) | (2.324.582) | (5.672.451) |

| | Ejercicio anual finalizado el 31.12.2022 | | | |
|---|--|--------------------|--------------------|--------------------|
| | Productos industriales | Fruta fresca | No Alocado | Total |
| Ventas mercado externo | 6.761.607 | 3.374.052 | - | 10.135.659 |
| Ventas mercado interno | 1.067.815 | 732.901 | - | 1.800.716 |
| Total ventas | 7.829.422 | 4.106.953 | - | 11.936.375 |
| Cambios en el valor de activos biológicos | - | 185.651 | - | 185.651 |
| Costo de mercaderías y productos vendidos | (7.097.764) | (4.889.682) | - | (11.987.446) |
| (Pérdida) / Ganancia bruta | 731.658 | (597.078) | - | 134.580 |
| Gastos de distribución y comercialización | (868.740) | (557.644) | - | (1.426.384) |
| Gastos de administración | - | - | (1.369.620) | (1.369.620) |
| Pérdida operativa | (137.082) | (1.154.722) | (1.369.620) | (2.661.424) |

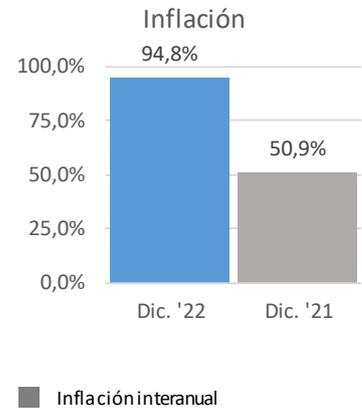
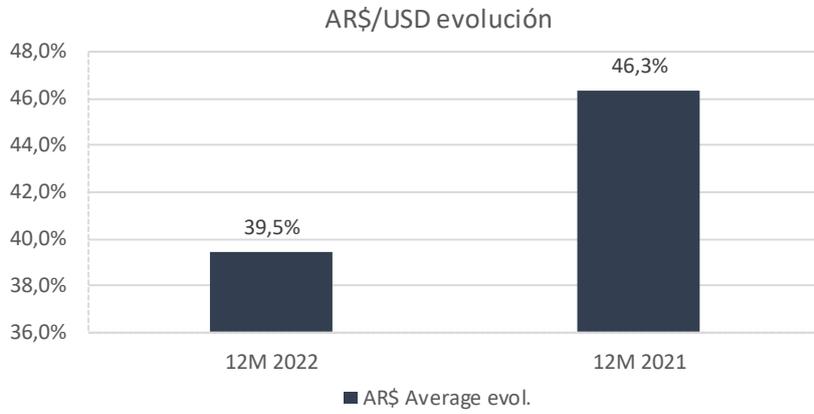

Anexo II – Información sobre volúmenes

| | | <i>Toneladas de Fruta</i> | | | | | | | | | |
|------------------------------|--|---------------------------|----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | | 1T 21 | 2T 21 | 3T 21 | 4T 21 | Total 2021 | 1T 22 | 2T 22 | 3T 22 | 4T 22 | Total 2022 |
| Volumen ingresado al sistema | Producción Propia | | | | | | | | | | |
| | Argentina | 9.261 | 66.902 | 46.912 | 400 | 123.475 | 2.884 | 99.322 | 38.942 | - | 141.148 |
| | Uruguay | - | 21.049 | 28.628 | 7.266 | 56.943 | 2.428 | 29.553 | 22.224 | 5.071 | 59.276 |
| | TOTAL | 9.261 | 87.951 | 75.540 | 7.666 | 180.418 | 5.312 | 128.875 | 61.166 | 5.071 | 200.424 |
| | Producciones Estratégicas | | | | | | | | | | |
| | Argentina | 933 | 81.400 | 56.842 | 38.615 | 177.790 | - | 38.472 | 76.489 | 2.372 | 117.333 |
| Uruguay | - | 1.034 | 1.353 | - | 2.387 | - | 7 | 126 | 4.747 | 4.880 | |
| TOTAL | 933 | 82.434 | 58.195 | 38.615 | 180.177 | - | 38.479 | 76.615 | 7.120 | 122.214 | |
| Volumen de Molienda | Procesamiento Propio | | | | | | | | | | |
| | Argentina | 3.396 | 122.237 | 129.777 | 5.791 | 261.200 | 462 | 132.892 | 102.426 | - | 235.780 |
| | Procesamiento en JV's | | | | | | | | | | |
| | Uruguay | - | 15.287 | 30.689 | 10.243 | 56.219 | 1.199 | 22.225 | 19.919 | 6.201 | 49.544 |
| TOTAL | 3.396 | 137.524 | 160.466 | 16.034 | 317.419 | 1.661 | 155.116 | 122.346 | 6.201 | 285.324 | |
| Volumen comercializado | Ventas de fruta fresca | | | | | | | | | | |
| | Argentina | 160 | 24.203 | 11.875 | - | 36.238 | 93 | 10.656 | 1.863 | 7.718 | 20.331 |
| | Uruguay | - | 4.904 | 6.267 | 1.619 | 12.789 | 216 | 8.064 | 4.557 | 7.088 | 19.925 |
| | TOTAL | 160 | 29.107 | 18.142 | 1.619 | 49.027 | 309 | 18.720 | 6.420 | 14.806 | 40.256 |
| | Ventas de productos industriales (en toneladas de prod. Ind.) | | | | | | | | | | |
| | Aceite | 8 | 187 | 495 | 776 | 1.466 | 99 | 93 | 637 | 572 | 1.402 |
| | Jugo | 1.345 | 1.498 | 4.149 | 7.092 | 14.083 | 1.719 | 1.927 | 4.673 | 7.301 | 15.620 |
| Cáscara | 291 | 824 | 3.142 | 4.640 | 8.897 | 1.158 | 1.011 | 4.792 | 4.262 | 11.222 | |
| TOTAL | 1.644 | 2.509 | 7.787 | 12.507 | 24.447 | 2.976 | 3.031 | 10.102 | 12.135 | 28.244 | |



Anexo III – Evolución de tipo cambio e inflación

Argentina



Uruguay

