



**Buenos Aires, 11 de mayo 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 marzo de 2023. 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 US\$ 9,3 millones (+1,2 millones YoY)
- Resultado operativo de US\$ -3,5 millones (+2,2 millones YoY)
- Resultado neto antes de imp. a las ganancias de US\$ -8,8 millones (+3,1 millones YoY)
- Deuda neta de US\$ 171 millones (-39% YoY)

El primer trimestre de 2023 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 cítricos tiene lugar entre abril y agosto.

En el negocio de ingredientes naturales, los volúmenes procesados en esta instancia del año reflejan solo un 2% del volumen de procesamiento proyectado para toda la campaña 2023. Por otra parte, como consecuencia de la reconversión estratégica de la Sociedad llevada a cabo durante el 2022, que implica un enfoque más profundo en el desarrollo de proyectos industriales basados en ingredientes naturales, no se efectuaron exportaciones de fruta fresca en Argentina.

La novedad más relevante de este período es la baja significativa de los gastos de administración y comercialización, que representan el 34% de las ventas en comparación con el 66% del mismo trimestre de 2022 (ahorro de US\$ 2,3 millones). Esta baja se produce como consecuencia de la reconversión estratégica mencionada anteriormente, y explican la mejora de los márgenes del período respecto del año anterior. Adicionalmente, permite anticipar un cambio de tenencia en la rentabilidad futura de la Sociedad.

Por otra parte, durante el primer trimestre del año se realizó exitosamente la reapertura de las Obligaciones Negociables dólar linked vinculadas a la sostenibilidad (Serie VIII) por un monto de US\$ 12 millones, alcanzando un monto total de la serie de US\$ 50 millones, la cual tiene vencimiento en un único pago de capital en noviembre del 2024, con una tasa de corte de 3,5% de interés pagaderos trimestralmente.

Durante este trimestre se fortalecieron acuerdos con los principales clientes de aceite, con los que tenemos relaciones de largo plazo. El incremento de ventas de aceite fue de 190 toneladas con un impacto de US\$ 2,4 millones. En el negocio de jugo, hubo una caída en volumen de 300 toneladas que representan menores ventas por US\$ 0,6 millones, incluyendo turbio y jugo claro, respecto del mismo período del año anterior. En cáscara, tanto el volumen como los precios se mantienen alineados respecto al primer trimestre del año anterior. 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.

Se espera un nivel de molienda superior al 2022, explicado por el crecimiento de las toneladas procesadas en la operación de Uruguay. En Argentina se proyecta mantener los volúmenes procesados durante la campaña anterior.

En lo que respecta a Sustentabilidad, conscientes de nuestro rol y la importancia de continuar potenciando el desarrollo sustentable, revalidamos nuestra ambición de crear valor social, económico y ambiental en nuestras operaciones. En el marco de la optimización energética, se culminaron los procesos administrativos



para iniciar el abastecimiento de Energías Renovables bajo un nuevo acuerdo de suministro con PCR (Petroquímica Comodoro Rivadavia) que comenzará a regir a partir de mayo 2023. En cuanto a la estrategia de inversión social, durante el período culminaron las acciones para mejorar el acceso a agua en comunidades rurales de Tucumán, quedando de esta manera el 96% de las familias de nuestras comunidades de influencia con acceso a agua segura de red.

### Principales indicadores financieros

en millones de AR\$	31.03.23	31.03.22	Variación	
			vs. 2022	%
Ventas	1.781	905	876	97%
Resultado operativo	-672	-602	-70	-12%
Resultado por operaciones discontinuas	-	353	-353	-100%
Resultado neto	-1.010	-995	-16	-2%
Resultado integral	896	423	474	112%
Total de Resultados Integrales				
EBITDA	-571	-424	-146	-34,5%
<i>Margen Ebitda</i>	<i>-32,0%</i>	<i>-46,9%</i>		
Capital de trabajo	18.041	15.103	2.939	19,5%
Activo fijo	33.477	28.942	4.535	15,7%
Deuda neta	37.968	31.483	6.486	20,6%
Patrimonio Neto	12.193	11.297	896	7,9%
CAPEX	277	1.059	-782	-73,9%
Depreciaciones y Amortizaciones	755	481	275	57,2%
Deuda neta cierre / EBITDA	-66,54	-74,23		
Liquidez	1,04	1,14	(Act. Corr. / Pas. Corr.)	
Solvencia	0,18	0,35	(Patr. Neto / Total Pas.)	
Inmovilización del capital	0,51	0,61	(Act. No Corr. / Total Act.)	



## Comentarios sobre los resultados consolidados

### Estado de resultados

Estado de resultados				
en millones de AR\$	31.03.23	31.03.22	Variación vs. 2022	%
Ventas netas	1.781	905	876	96,9%
CMV	-1.778	-979	-799	81,5%
Cambios en el valor de activos biológicos corrientes	-36	66	-102	-154,6%
<b>Ganancia bruta</b>	<b>-33</b>	<b>-9</b>	<b>-25</b>	<b>-287,2%</b>
<i>Margen bruto</i>	<i>-1,9%</i>	<i>-0,9%</i>		
Gastos comerciales	-219	-235	16	-7,0%
Gastos de administración	-420	-358	-62	17,3%
<b>Resultado operativo</b>	<b>-672</b>	<b>-602</b>	<b>-70</b>	<b>-11,6%</b>
<i>Margen operativo</i>	<i>-37,7%</i>	<i>-66,5%</i>		
Resultados financieros netos	-503	-501	-2	-0,5%
Otros ingresos y egresos netos	-229	-96	-133	137,6%
Costos de reestructuración de negocios	-232	-	-232	100,0%
Resultado por participacion en asociadas	-45	-70	25	-36,1%
<b>Resultado neto antes de impuesto a las ganancias</b>	<b>-1.680</b>	<b>-1.269</b>	<b>-411</b>	<b>-32,4%</b>
Impuesto a las ganancias	669	-79	749	-943,0%
<b>Resultado neto de operaciones continuas</b>	<b>-1.010</b>	<b>-1.348</b>	<b>338</b>	<b>25,0%</b>
Resultado por operaciones discontinuas	-	353	-353	
<b>Resultado neto del período</b>	<b>-1.010</b>	<b>-995</b>	<b>-16</b>	<b>-2%</b>
Desafectación Reserva	-	-	-	100%
Revalúo técnico ARG	-	-	-	100%
Diferencia de Conversión	1.907	1.417	490	35%
<b>Total de Resultados Integrales</b>	<b>896</b>	<b>423</b>	<b>474</b>	<b>112%</b>
	-	-		
<b>EBITDAR</b>				
<b>Resultado operativo</b>	<b>-672</b>	<b>-602</b>		
Depreciaciones de bienes de uso	755	481		
Depreciaciones agrícolas (año corriente)	-470	-318		
Depreciaciones agrícolas (año anterior)	47	15		
Otros ingresos y egresos	-	-		
<b>EBITDAR</b>	<b>-339</b>	<b>-424</b>	<b>0</b>	
<i>Margen de EBITDAR</i>	<i>-19,0%</i>	<i>-46,9%</i>		
Costos de reestructuración de negocios	-232	-		
<b>EBITDA</b>	<b>-571</b>	<b>-424</b>	<b>-0</b>	
<i>Margen de EBITDA</i>	<i>-32,0%</i>	<i>-46,9%</i>		

### Ventas netas

Las ventas netas alcanzaron 1.781 millones de pesos, aumentando en un 97% 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 1.617 millones de pesos, un 118% superiores al primer trimestre del 2022. En lo que respecta a aceite, el volumen de venta del primer trimestre de 2023 aumento en 192 toneladas respecto al mismo período del 2022; jugo y cáscara, mostraron una disminución del 17% y un aumento del 6% interanual, respectivamente. Los precios promedio en USD sufrieron una leve caída con relación al mismo período del año anterior, producto de un desbalance entre oferta y demanda vinculado a elevados niveles de stocks.

### Costo de Mercadería Vendida

El CMV como porcentaje de ventas representa 102% en 2023 reflejando una suba del 82% con relación a los valores del 2022. Esta variación se explica principalmente por tres factores: en primer lugar, se destacan los esfuerzos de la compañía en mejorar las eficiencias en los procesos, que permitió que los costos medidos en pesos aumenten por debajo de la inflación del período anual desde el cierre del trimestre anterior. En segundo lugar, se mantienen aún los incrementos en los precios de las materias primas a nivel global y de la energía, que impactaron directamente en los precios de una gran variedad de productos necesarios para nuestra operación, desde el campo hasta la planta industrial. 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 últimos 12 meses al 31 de marzo de 2023 una inflación del 104%, y una devaluación interanual del peso argentino contra el dólar americano de 81% en el mismo período, esto representa una pérdida de competitividad real de 23% 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, mientras que la inflación para el mismo período fue de 7%. Es decir, que en el período de 12 meses se registró una suba de los costos denominados en Pesos Uruguayos de aproximadamente 15%.

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

El valor de los activos biológicos corrientes decreció un 155% respecto al año 2022. Esta variación se explica, principalmente a través de menores valores de exportación de limón con relación al año anterior en línea con la decisión de la Sociedad de reorganizar sus negocios.

### Gastos de comercialización y administración

Los gastos de comercialización medidos en pesos argentinos como porcentaje de ventas representaron un 10% en comparación a los 26% del mismo periodo del año anterior. En lo que respecta a gastos de administración se redujeron 16 puntos porcentuales (24% vs 40%) respecto del mismo periodo del año anterior. Las disminuciones están en línea con el plan de reducción de gastos que inició la Compañía durante el ejercicio anterior y anticipan una mejora en los márgenes operativos para la presente campaña.

### Resultados financieros netos y Diferencia de Conversión

Los resultados financieros netos medidos en dólares fueron US\$ 2,6 millones a marzo 2023, contra US\$ 4,7 millones a marzo 2022. Esta variación se debe principalmente al impacto positivo de diferencias de cambio de US\$ 4 millones, generadas por el ingreso de divisas al país de parte del producido de las ventas de subsidiarias como parte del proceso de reconversión estratégica mencionado anteriormente.

### Evolución de la Deuda Neta Financiera

La deuda neta al cierre del primer trimestre, medida en dólares, fue de US\$ 171 millones, versus un nivel de US\$ 278 millones al cierre de marzo 2022. La baja se explica por las ventas de subsidiarias mencionadas anteriormente, que permiten a la Compañía contar con altos niveles de liquidez.



En marzo 2023 realizamos una exitosa reapertura de Obligaciones Negociables simples dólar linked vinculadas a la sostenibilidad serie VIII por U\$S 12 millones con vencimiento en noviembre 2024. Esta emisión posibilita 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

Ventas Netas y Resultado Bruto									
en millones de AR\$	31.03.23			31.03.22			Var. %		
	AP (*)	FF	Total	AP (*)	FF	Total	AP	FF	
<b>ARGENTINA</b>									
Ventas Netas	1.385	56	1.441	857	39	896	61,6%	45,2%	
CMV	-1.313	-104	-1.417	-856	-70	-926	53,4%	48,3%	
Cambios en el valor de activos biológicos	-	-	-	-	22	22			
<b>Resultado Bruto</b>	<b>72</b>	<b>-48</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>-9</b>	<b>-8</b>	<b>8020,1%</b>	<b>412,0%</b>	
<i>Margen Bruto</i>	<i>5,2%</i>	<i>-85,6%</i>	<i>1,7%</i>	<i>0,1%</i>	<i>-24,3%</i>	<i>-0,9%</i>			
<b>URUGUAY</b>									
Ventas Netas	232	108	340	131	123	255	76,7%	-12,4%	
CMV	-245	-115	-361	-237	-62	-299	3,6%	86,7%	
Cambios en el valor de activos biológicos	-	-36	-36	-	44	44			
<b>Resultado Bruto</b>	<b>-14</b>	<b>-43</b>	<b>-57</b>	<b>-106</b>	<b>106</b>	<b>-0</b>	<b>-86,9%</b>	<b>140,9%</b>	
<i>Margen Bruto</i>		<i>-40,0%</i>	<i>-16,8%</i>		<i>85,6%</i>	<i>0,0%</i>			
Ventas intercompany	-	-	-	-246	-	-246	-100,0%	0,0%	
Costo de venta	-	-	-	246	-	246	-100,0%	0,0%	
<b>Ventas netas</b>	<b>1.617</b>	<b>164</b>	<b>1.781</b>	<b>743</b>	<b>162</b>	<b>905</b>	<b>117,7%</b>	<b>1,3%</b>	
<b>Resultado Bruto</b>	<b>58</b>	<b>-91</b>	<b>-33</b>	<b>-105</b>	<b>96</b>	<b>-9</b>	<b>-155,2%</b>	<b>-194,7%</b>	
<i>Margen Bruto</i>	<i>3,6%</i>	<i>-55,6%</i>	<i>-1,9%</i>	<i>-14,1%</i>	<i>59,5%</i>	<i>-0,9%</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 citrícolos 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 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.

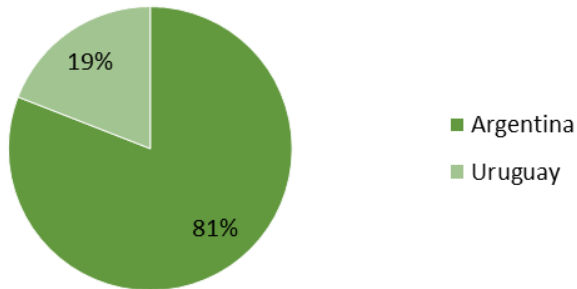
San Miguel tiene como visión ser la compañía líder de producción y procesamiento de cítricos. Actualmente la Sociedad se especializa en el procesamiento de frutas cítricas, constituyéndose como líder mundial, y tiene como objetivo avanzar en la cadena de valor, desarrollando productos especializados 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 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 2023  
(AR\$ millones)



San Miguel es la principal empresa cítrica 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\$	31.03.2023	31.03.2022	Variación vs. 2022
<b>ACTIVO</b>			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			
Propiedad, planta y equipos	38.076	32.980	5.096
Activos con derecho de uso	2.245	2.001	244
Participación en asociadas			-
Otros activos no corrientes	972	898	74
<b>Total Activo No Corriente</b>	<b>41.293</b>	<b>35.879</b>	<b>5.414</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			
Activos biológicos	6.210	4.414	1.795
Inventarios	4.311	4.066	245
Otros créditos	8.690	7.162	1.528
Créditos por ventas	2.920	5.943	-3.023
Otros activos financieros	7.160	2.125	5.035
Efectivo y equivalentes de efectivo	10.358	17.575	-7.217
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>39.649</b>	<b>41.286</b>	<b>-1.637</b>
Activos mantenidos para la venta	418	680	-261
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>81.360</b>	<b>77.845</b>	<b>3.515</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>12.193</b>	<b>11.297</b>	<b>896</b>
<b>PASIVO</b>			
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Préstamos	21.855	33.765	-11.909
Provisiones	450	375	
Pasivo diferido por impuesto a las ganancias	8.235	7.617	617
Otros pasivos no corrientes	241	167	75
<b>Total Pasivo No Corriente</b>	<b>30.781</b>	<b>41.924</b>	<b>-11.143</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>			
Cuentas por pagar	3.437	4.981	-1.544
Préstamos	33.631	17.419	16.213
Remuneraciones y Cargas Soc	652	1.502	-850
Otros pasivos corrientes	666	723	-57
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>38.386</b>	<b>24.624</b>	<b>13.762</b>
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>69.168</b>	<b>66.548</b>	<b>2.619</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>81.360</b>	<b>77.845</b>	<b>3.515</b>




**Anexo I – Información por segmentos**

	Periodo de tres meses finalizado el 31.03.2023			
	Productos industriales	Fruta fresca	No Alocado	Total
Ventas mercado externo	1.255.051	7.343	-	1.262.394
Ventas mercado interno	361.601	156.702	-	518.303
<b>Total ventas</b>	<b>1.616.652</b>	<b>164.045</b>	-	<b>1.780.697</b>
Cambios en el valor de activos biológicos	-	(36.104)	-	(36.104)
Costo de mercaderías y productos vendidos	(1.558.785)	(219.078)	-	(1.777.863)
<b>(Pérdida) / Ganancia bruta</b>	<b>57.867</b>	<b>(91.137)</b>	-	<b>(33.270)</b>
Gastos de distribución y comercialización	(198.388)	(20.506)	(1)	(218.895)
Gastos de administración	-	-	(419.650)	(419.650)
<b>Pérdida operativa</b>	<b>(140.521)</b>	<b>(111.643)</b>	<b>(419.651)</b>	<b>(671.815)</b>

	Periodo de tres meses finalizado el 31.03.2022			
	Productos industriales	Fruta fresca	No Alocado	Total
Ventas mercado externo	553.377	59.385	-	612.762
Ventas mercado interno	279.711	12.096	-	291.807
<b>Total ventas</b>	<b>833.088</b>	<b>71.481</b>	-	<b>904.569</b>
Cambios en el valor de activos biológicos	-	66.133	-	66.133
Costo de mercaderías y productos vendidos	(847.522)	(131.773)	-	(979.295)
<b>(Pérdida) / Ganancia bruta</b>	<b>(14.434)</b>	<b>5.841</b>	-	<b>(8.593)</b>
Gastos de distribución y comercialización	(209.868)	(25.517)	-	(235.385)
Gastos de administración	-	-	(357.851)	(357.851)
<b>Pérdida operativa</b>	<b>(224.302)</b>	<b>(19.676)</b>	<b>(357.851)</b>	<b>(601.829)</b>



## Anexo II – Información sobre volúmenes

<i>Toneladas de Fruta</i>	1T 22	2T 22	3T 22	4T 22	Total 2022	1T 23	2T 23	3T 23	4T 23	Total 2023
<b>Producción Propia</b>										
Argentina	2.884	99.322	38.942	-	141.148	5.558	-	-	-	5.558
Uruguay	2.428	29.553	22.224	5.071	59.276	717	-	-	-	717
<b>TOTAL</b>	<b>5.312</b>	<b>128.875</b>	<b>61.166</b>	<b>5.071</b>	<b>200.424</b>	<b>6.275</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6.275</b>
<b>Productores Estratégicos</b>										
Argentina	-	38.472	76.489	2.372	117.333	-	-	-	-	-
Uruguay	-	7	126	4.747	4.880	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>38.479</b>	<b>76.615</b>	<b>7.120</b>	<b>122.214</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Procesamiento Propio</b>										
Argentina	462	132.892	102.426	-	235.780	4.286	-	-	-	4.286
<b>Procesamiento en JV's</b>										
Uruguay	1.199	22.225	19.919	6.201	49.544	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>1.661</b>	<b>155.116</b>	<b>122.346</b>	<b>6.201</b>	<b>285.324</b>	<b>4.286</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4.286</b>
<b>Ventas de fruta fresca</b>										
Argentina	93	10.656	1.863	7.718	20.331	1.981	-	-	-	1.981
Uruguay	216	8.064	4.557	7.088	19.925	676	-	-	-	676
<b>TOTAL</b>	<b>309</b>	<b>18.720</b>	<b>6.420</b>	<b>14.806</b>	<b>40.256</b>	<b>2.657</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.657</b>
<b>Ventas de productos industriales (en ton. de prod. Ind.)</b>										
Aceite	99	93	637	572	1.402	252	-	-	-	252
Jugo	1.719	1.927	4.673	7.301	15.620	2.051	-	-	-	2.051
Cáscara	1.158	1.011	4.792	4.262	11.222	1.232	-	-	-	1.232
<b>TOTAL</b>	<b>2.976</b>	<b>3.031</b>	<b>10.102</b>	<b>12.135</b>	<b>28.244</b>	<b>3.535</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>3.535</b>
<b>Total expo más mercado int</b>										
Limón	-	-	-	29.731	29.731	2.657	-	-	-	2.657
Naranja	-	-	-	1.124	1.124	-	-	-	-	-
Mandarina	-	-	-	9.401	9.401	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>40.256</b>	<b>40.256</b>	<b>2.657</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2.657</b>