



MEMORIA ANUAL 2024 Hilagro S.A.

Fecha: 24 de febrero de 2.025.

ÍNDICE

1. Carta del presidente.
2. Análisis del Entorno Económico.
3. Desempeño de la Empresa.
4. Inversiones Estratégicas.
5. Resultados Financieros.
6. Sostenibilidad y Responsabilidad Social.
7. Conclusión.
8. Propuesta de distribución de dividendos.

1) Carta del presidente.

Estimados Accionistas:

El Directorio de Hilagro S.A., tiene el honor de someter a consideración de esta Asamblea General Ordinaria una síntesis de las actividades desarrolladas durante el ejercicio 2.024, contenidas en esta memoria. Así mismo, se presentan los Estados Financieros del ejercicio 2.024.

Agradecemos en primer lugar a nuestro Creador y Proveedor, quien nos ha guiado por este maravilloso año, dándonos salud y un capital de mucho valor, para lograr el éxito que hemos alcanzado nuevamente en este año, el Capital Humano que tenemos dentro del grupo. Agradecemos por el apoyo y confianza de los Clientes, Proveedores e Instituciones Financieras que nos permiten crecer en pos del mejoramiento de nuestra empresa.

Así mismo, el agradecimiento extensivo a los directores, profesionales internos y externos, por el apoyo en la gestión brindada a este Directorio.

Atentamente,

CHRISTIAN GOSSEN

2) Análisis del Entorno Económico.

De acuerdo con el informe de la Administración Central de la Nación, hemos concluido el año con un crecimiento del PIB al orden del **4.3 %**, levemente inferior al año anterior. Con esto Paraguay logra un crecimiento promedio del 4% por tercer año consecutivo. Mientras que la inflación se pudo mantener por debajo de la meta, ubicándose en **3,8%**. Los ingresos totales al cierre de diciembre superaron **15,7%** al ejercicio anterior, muy por encima del crecimiento nominal y en cuanto a los gastos públicos aumentaron **9,5%**, arrojando un déficit fiscal **de 2,6%** del PIB, priorizando sectores estratégicos como salud, educación, programas sociales y seguridad.

Mirando el tipo de cambio nominal (TCN) del **₡/USD**, cerró el año a **₡/USD 7.834**.



3) Desempeño de la Empresa.

• Comercial

Durante el 2024 el equipo comercial se enfocó en la estrategia de la efectividad de ventas, lo que significa cumplir con las visitas en los puntos asignados por día, pero aumentando el éxito de las ventas en cada visita, lo que nos permite aumentar los artículos vendidos de los más de 130 productos que componen nuestro portafolio.

También un fuerte acompañamiento de la fuerza de venta, manteniendo el orden y la disciplina en las visitas y cumplir con el plan de visitas de los clientes asignados a diario. Con esta estrategia, logramos alcanzar el 54% del market share en harinas paquetes superando los 31mil clientes activos con una cobertura cercana al 80%, lo que demuestra el compromiso de nuestros líderes con los objetivos definidos para el año transmitiendo el mismo compromiso al equipo operativo en cada zona del país.

A partir del mes agosto el equipo comercial dio un paso más, llegando al cliente final, y ganando las primeras experiencias con una Tienda de Conveniencia en Campo 9. A partir de esta experiencia el plan es ir replicando el modelo en distintos puntos del país.

• Logística

En febrero inició la operativa del Centro Logístico, siendo esto un gran desafío dentro de la operativa de las producciones de las distintas empresas, lo que implica entre otras las siguientes actividades.

- Retiro de los productos terminados,
- Recepción dentro de la nave del CL,
- Manejo del sistema de gestión WMS,
- Recepción de importaciones para Hilagro y otras empresas del grupo.

Encaramos el desafío de aprender a preparar los pedidos para la carga de camiones y camioncitos de reparto para lo cual destinamos un líder para este nuevo departamento, separando de la gerencia de comercial. Fue así que en octubre logramos incorporar al equipo a un gerente con experiencias en el manejo del CL.

Respecto de la sucursal de Asunción el espacio para los productos y la flota de logística ya quedó muy ajustado desde unos años para atrás, por lo que se decidió alquilar un espacio dentro de un CL en la ciudad de Guarambaré y se dividieron las zonas de cobertura. Así se descomprimió una sucursal y mejoramos la atención hacia nuestros clientes.

• Molino

Los primeros tres meses del año fueron muy lentos, con bajas ventas en el mercado y márgenes insuficientes. Luego vino mejorando la situación y finalmente, con los dos molinos, se logró alcanzar la máxima molienda en la historia de la empresa, llegando a casi 124.000 toneladas de trigo molido, incluso en Margen Bruto se logró mejorar cinco puntos al año anterior.



- **Fideos**

El año empezó con la nueva capacidad de producción, luego de haber invertido en líneas nuevas y ampliación en la otra. Esto trajo su resultado, logrando incrementar la producción unos 46% encima del año anterior. Para esta línea fue un buen año, no solo en volúmenes, sino también en margen, pudiendo mejorar por diez puntos el margen del año anterior.

- **Galletitas**

En el mes de mayo se lanzaron las galletitas, cuyo volumen fue ingresando al mercado de manera paulatina de menos a más, en cada uno de los canales y zonas del país. Es una línea completamente nueva, lo cual se viene ajustando, con el pasar de los meses. Creemos haber logrado un producto que el mercado acepta, nuestra tarea será trabajar en los ajustes para lograr márgenes aceptables y crecer en volumen.

- **Galleta Molida**

Como anunciado el año anterior, esta unidad se unió con la producción de galletitas, fortaleciendo así la capacidad de producción. Con esta inversión se logró aumentar 9% la producción total del año y en margen se pudo mejorar siete puntos al año anterior.

- **Pastas Frescas**

Hace dos años hemos invertido en un nuevo proyecto, donde la empresa Alimentec se dedica a la producción de pastas frescas, que lleva la harina, como principal materia prima. El acuerdo con la nueva sociedad es que Hilagro se encarga de la comercialización y distribución. Para cumplir con el compromiso, en este año hemos invertido en las sucursales y en la flota con equipos refrigerados. Con esto ahora se cubre a nivel país con los productos y se buscarán incorporar nuevos artículos, para fortalecer la distribución de productos fríos.

- **Productos de Distribución**

En la unidad de productos de distribución entran todos los productos que la empresa no produce. Pueden ser líneas producidas por empresas del grupo, por terceros nacionales o importados. La mayoría de los productos llevan la marca propia de la empresa y se busca cada año ampliar el portafolio, con productos que tengan valor comercial en los canales que atendemos. Esta unidad tuvo un crecimiento importante en el último año, logrando una facturación total de **73.531** millones.

4) Inversiones Estratégicas.

El 2024 presentó varias oportunidades de inversiones, en diversos rubros. Fue así que pudimos asociarnos con los accionistas de Agromani, invirtiendo por un valor de **38.360** millones y seguirán las inversiones durante el 2025, hasta llegar al 70% de la participación accionaria.

También se pudo concretar la compra del 100% de las acciones de Importadora Alemana, con la cual se buscará sinergias estratégicas entre ambas empresas del grupo, enfocados al agronegocio.



Con estas inversiones se alcanzó el 52% del total invertido en el ejercicio. Además los crecimientos orgánicos en la red de distribución, agregando una sucursal más en la ciudad de Katuete y más rodados en las diversas sucursales, para atender debidamente a los clientes de la empresa. Como último, cabe mencionar, que varios activos en curso de instalación del ejercicio anterior fueron activados durante el 2024. Con esto se llega a una inversión total de **PYG 244.095 millones**.

5) Resultados Financieros.

• Ventas

El año cerró con una facturación total de **PYG 513.935 millones**, con un Margen Bruto de **41%**. Importante mencionar que en este año decidimos transferir la línea de nutrición animal a la empresa comprada a finales del 2023, para así potenciar en una empresa la línea mencionada y de la misma manera dar mayor enfoque a la industrialización de alimentos de consumo humano en Hilagro. Dicho esto, uno de los enfoques fue el arranque de la producción y comercialización de las galletitas.

• Exportaciones

La exportación no superó el 6% de las ventas de harinas y se busca como ingresar en nuevos mercados con harina y también otros productos de nuestra producción. Con la separación de las gerencias comerciales y tener un equipo orientado al comercio exterior, será este el desafío para el nuevo año, poder crecer con volúmenes, cartera de clientes y opciones de productos.

• Resultado económico

Con la facturación mencionada mas arriba, logramos un resultado operativo de **PYG 25.818 millones**, siendo esto 5% sobre ventas.

El resultado neto alcanzó el total de **PYG 58.038 millones**, siendo esto 51% por encima del año anterior. Con este resultado, el EBITDA alcanza 10% sobre la facturación. Dentro del resultado neto incluyen los VPP de las empresas del grupo, alcanzando la suma neta de **PYG 44.715 millones**.

• Endeudamiento

Con las adquisiciones de la empresa Importadora Alemana, más los aportes de capital en la empresa Agromani e inversiones que continúan dentro de la empresa y en las empresas vinculadas ya de ejercicios anteriores, el endeudamiento cierra en 2,21% sobre patrimonio.

• Ratio de liquidez

Para el correcto calce de las inversiones y mantener la liquidez en orden, hemos tomado algunas operaciones de crédito a plazos mayores. Con esto la liquidez cierra el ejercicio en 1,0%.



6) Sostenibilidad y Responsabilidad Social

La mayor parte de la RSE del Grupo Hilagro se canaliza a través de la asociación civil CEDEC (Cooperación Empresarial para el Desarrollo Comunitario). Los proyectos administrados por CEDEC son el Colegio J. Gutenberg de Campo 9, Misión Auxiliar y Capellanía. también acompaña económicamente al Campamento RAMA.

El Colegio J. Gutenberg terminó el año lectivo con **468** alumnos, un aumento de 20 alumnos en comparación al año 2023. El Centro de Capacitación Comunitaria del Colegio se logró impartir diferentes talleres vocacionales a **346** personas, tanto a niños como adultos.

Misión Auxiliar con su manual de Valores, un material enfocado en historias y principios bíblicos elaborado específicamente para alumnos en edad escolar media, alcanzó mensualmente a un poco más de 100.000 niños en escuelas del sector público, situados en los departamentos de Caaguazú, Guairá, Alto Paraná, Itapúa, San Pedro e Misiones. El departamento de Capellanía brindó acompañamiento y asesoramiento a 2.180 colaboradores en las diferentes empresas del Grupo, durante todo el año 2024.

Generar un impacto positivo a través de infraestructura comunitaria y de servicios de asistencia educativa, y así fomentar la formación para el empleo y/o microempresas, es el objetivo fundamental de CEDEC.

7) Conclusión

Nuevamente cerramos un año muy bendecido, con un equipo de colaboradores, comprometidos por la causa que nos mueve todos juntos, al objetivo que se había puesto el equipo, superando así por 11% el resultado operativo presupuestado para el año. Con las empresas vinculadas, en su mayoría, hemos logrado importantes avances, donde las empresas ya estructuradas arrojaron buenos resultados y las mas recientes se encuentran en la fase de crecimiento y consolidación.

8) Propuesta de distribución de dividendos

La utilidad del ejercicio alcanzó un total de PYG **58.038** millones que representa una rentabilidad de **16,8%** sobre el patrimonio neto, de lo cual se propone **distribuir PYG 5.340** millones y el restante derivar a reservas facultativas para futura capitalización.