

## **1. Breve comentario sobre las actividades de la Sociedad**

Durante el presente período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, Morixe (la “Sociedad”) ha continuado con su objetivo de mantener márgenes de cada una de las unidades de negocio en las que se desempeña e incrementar su participación de mercado en ellas, en un contexto económico general para la industria del consumo de masivo de caída de la demanda (-14% 2024 vs 2023, y -8,6% acumulado a marzo 2025 vs marzo 2024), alta competitividad e inflación en dólares de los costos y gastos operativos que no se logra traspasar a los precios de góndola, derivando en reducciones en los márgenes brutos. Este contexto repercute en los resultados operativos, aunque se ha logrado compensar su impacto a través de la optimización en el uso del capital de trabajo empleado en cada unidad de negocio y el cambio constante en el mix de ventas, ponderando cada vez más productos de mayor valor agregado y competitividad industrial (las ventas de productos de otras categorías no farináceas llegaron a alcanzar el 25% del total de ventas durante el ejercicio 2024), gracias a las inversiones de capital realizadas durante los últimos ejercicios a pesar del contexto macroeconómico adverso. Esto se ha logrado en un contexto recesivo, con mermas significativas en los niveles de consumo. El procesamiento de materias primas totales superó las 27 mil Tns (incluyendo una producción de farináceos que alcanzó las 24.422 Tns).

Las ventas acumuladas locales y de exportación correspondientes a líneas de productos no farináceos ascendieron a 4.655 Tns, siguiendo con el foco puesto sobre el lanzamiento de nuevas categorías con una mayor rentabilidad y un mayor valor agregado. Adicionalmente, las ventas de harinas y subproductos en el mercado local y de exportación ascendieron a 23.517 Tns. En el presente período, las ventas consolidadas de Morixe Hnos. S.A.C.I. reexpresadas a moneda de cierre han alcanzado un valor de aproximadamente \$ 20.365 millones.

El estado de situación financiera al 31 de marzo de 2025 y, su información complementaria, se presentan en forma comparativa con el respectivo estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2024. Adicionalmente, los estados de resultados integral, de cambios en el patrimonio neto y el estado de flujo de efectivo y su información complementaria al 31 de marzo de 2025, se presentan como información comparativa la correspondiente al período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2024. Toda información comparativa correspondiente a los estados financieros, notas, anexos y cualquier otra información adicional presentada, ha sido reexpresada a moneda de la fecha de cierre del período, de acuerdo con lo mencionado en la nota 2.2 a los estados financieros consolidados.

En relación con la información requerida por el Artículo 3 en su inciso 7, Título IV Capítulo 3 de las Normas de la Comisión Nacional de Valores (T.O. 2013), se informa que la misma se encuentra incluida en los estados financieros y en las notas a los estados financieros, con excepción del punto d) del referido inciso, el cual no es aplicable al cierre del período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025.

### **1.1. Transacción de venta de contratos con Lamb Weston Alimentos Modernos S.A. (“LWAMSA”)**

Tal como se menciona en la Nota 30 a los estados financieros separados, con fecha 4 de octubre de 2024 Morixe acordó con Lamb Weston International BV (“LW”), accionista controlante de LWAMSA, la terminación anticipada de los contratos comerciales y de suministro existentes entre ambas compañías y, adicionalmente, el otorgamiento de licencias por parte de Morixe a favor de LWAMSA para el uso de las marcas “Rapipap” y “Morixe” en los canales denominados “Food Service” y “Retail” durante el plazo de un año, exclusivamente para la comercialización de papas pre-fritas congeladas. Por dichos acuerdos en su conjunto se acordó un pago total e integral por parte de LWAMSA a la Sociedad por la suma de USD 13 millones, suma de dinero considerablemente superior al flujo de fondos estimado hasta el vencimiento de los contratos terminados.

Adicionalmente, siendo que la participación de la Sociedad en el negocio de papas pre-fritas congeladas ha sido mediante el cobro de comisiones y regalías, la terminación de los contratos comerciales antes mencionados no tendrá efectos significativos sobre las ventas netas de la Sociedad en sus estados financieros.

Por otro lado, los contratos terminados aportaban a la Sociedad un resultado operativo estimado de USD 1.3 millones anuales por el plazo de 3 años, los cuales serán más que compensados con: a) el devengamiento de la ganancia generada por el otorgamiento de la licencia por el uso de marca durante 1 año, y b) por las nuevas líneas de negocios y productos que la Sociedad desarrollará gracias a la liquidez de fondos resultante de esta transacción, siendo la adquisición de Biomac, comentada en el apartado 1.2 siguiente, un ejemplo de esto y un primer paso en la estrategia de crecimiento inorgánico de Morixe. Considerando el resultado operativo estimado para Biomac durante el 2025, ya se estarían recuperando (y en exceso) los USD 1.3 millones anuales que se dejan de percibir por la terminación de los contratos mencionada, quedando aún fondos excedentes por la venta, que serán aplicados a otras eventuales operaciones de crecimiento inorgánico.

Cabe destacar que, más allá de lo ya expuesto, esta transacción permitió:

- a) monetizar de forma inmediata y por una suma de dinero mayor, un flujo de fondos futuro de un contrato a largo plazo (4 años) que Morixe poseía sobre una unidad de negocios;
- b) mejorar la cobertura en moneda dura ante eventuales saltos en el tipo de cambio;
- c) pasar a una posición de desendeudamiento “deuda neta cero” con la correspondiente reducción significativa de los costos financieros, y un ratio “Deuda/EBITDA” al cierre del ejercicio de 0.2x;
- d) contar con excedentes de fondos líquidos que serán aplicados en nuevas líneas de negocio y/o combinaciones de negocios (como ser la adquisición de Biomac detallada en el apartado 1.2), que otorguen a Morixe la capacidad de consolidar un crecimiento significativo para los próximos años en términos de ventas y resultados operativos, y;
- e) volver a ingresar a la categoría transcurrido el plazo de 1 año durante el cual se ha cedido la marca.

Por todo lo mencionado, esta transacción se da en términos muy favorables para Morixe, y permitirá avanzar en los planes de ampliación y regionalización de sus negocios, así como también la consolidación y crecimiento en aquellos donde ya opera.

## **1.2. Transacción de adquisición de Biomac S.R.L. (“Biomac”)**

Tal como se menciona en la Nota 31 a los estados financieros separados, con fecha 5 de marzo de 2025, la Sociedad adquirió el 60% del capital social y votos de Biomac, una sociedad constituida y existente bajo las leyes de la República Argentina, y con más de 20 años de trayectoria en la industria alimenticia con una unidad de negocios local y otra de exportación.

El precio de compra ascendió a la suma total de USD 1.950.000 (dólares estadounidenses un millón novecientos cincuenta mil) sujeto a ajustes por la deuda financiera y el capital de trabajo a la fecha de cierre del acuerdo. Complementariamente, Morixe tiene la opción de adquirir el 40% remanente del capital social y votos de Biomac, en dos etapas dentro de los próximos cinco años. En caso de que Morixe no ejecute dichas opciones, el socio minoritario tendrá derecho a ejercer una opción de venta al final del quinto año.

En su negocio local, Biomac comercializa alimentos saludables bajo la marca “Biomac”, concentrada principalmente semillas y frutas y vegetales congelados, y otros productos tales como frutas bañadas en chocolate, semillas y frutas frescas, entre otros. En este negocio la compañía tiene una cartera activa de más de 1.400 clientes (incluyendo industrias, distribuidores, foodservice, heladerías, dietéticas, etc.). Por su parte, el negocio de exportación se concentra, principalmente, en la exportación de frutas orgánicas congeladas y semillas con principal destino en el mercado de Estados Unidos y Canadá.

Con la adquisición de Biomac, Morixe da un paso estratégico en su crecimiento, ingresando al negocio de la alimentación saludable, un segmento en expansión con una demanda creciente tanto a nivel local como internacional. Esta operación no solo amplía y diversifica el portafolio de productos de la compañía, sino que también refuerza su posición exportadora, aprovechando la presencia de Biomac y su consolidada plataforma de ventas.

A través de esta integración, Morixe suma nuevas capacidades de innovación y desarrollo de productos alineados con las tendencias de consumo saludable, fortaleciendo su competitividad y liderazgo en la industria alimentaria.

**MORIXE HERMANOS S.A.C.I.**

Reseña informativa al 31 de marzo de 2025

(Por el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, expresada en miles de pesos)

**Valor económico agregado y distribuido:**

	<b>31/03/2025</b> <b>(3 meses)</b>
<b>Personal</b>	<b>2.535.476</b>
Sueldos	2.091.635
Contribuciones Patronales	443.841
<b>Impuestos, tasas y contribuciones</b>	<b>424.531</b>
Nacionales	102.901
Provinciales	321.630
<b>Remuneración Capital de Terceros</b>	<b>914.723</b>
Pago de intereses nominales	826.785
Alquileres y arrendamientos	87.938

**2. Reseña sobre las actividades desarrolladas por las sociedades controladas****BRASPAL S.A.**

BRASPAL S.A. es una sociedad anónima constituida bajo las leyes de la República Oriental del Uruguay (R.O.U.), inscrita en el Registro de Personas Jurídicas el 15 de julio de 2020, con el objeto de realizar la actividad de comercialización de productos alimenticios en el exterior de la República Oriental del Uruguay, así como también la prestación de servicios remunerados en el exterior y en el territorio nacional.

La Sociedad ha sido constituida con la finalidad de continuar con la expansión del mercado de exportación, y hacer foco en la estrategia de desarrollo de la marca Morixe a lo largo de los países de la región.

En el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, BRASPAL ha alcanzado un resultado neto ganancia de \$ 93 millones, con ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 209 millones. El resultado integral asciende a una ganancia de \$ 37 millones, ya que se incluyen allí las diferencias de cambio que surgen de la conversión a pesos de los saldos de activos y pasivos en moneda extranjera de la sociedad del exterior. Los resultados por conversión de la moneda funcional de BRASPAL (dólares estadounidenses) a la moneda de presentación de la Sociedad (pesos) son imputados a la reserva por conversión en el Patrimonio Neto.

**GIBUR S.A.**

Gibur S.A. (Gibur) es una sociedad anónima constituida bajo las leyes de la R.O.U., dedicada a la elaboración y comercialización (directa e indirecta) de alimentos, concentrándose en aceitunas, pulpas de tomate, aderezos y jugos de frutas. Con fecha 6 de diciembre de 2023, la Sociedad adquirió el 100% del paquete accionario de Gibur, buscando reforzar la presencia de la marca Morixe a nivel regional consolidando de esa forma su presencia ya no sólo a través de acuerdos de distribución, sino también mediante operaciones fabriles en sitio y una red de distribución propia que permite lograr una mayor penetración de los productos marca Morixe.

En el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, Gibur ha alcanzado un EBITDA de \$ 69 millones con ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 2.784 millones, mostrando resultados operativos positivos en el período. El resultado neto ascendió a una pérdida de \$ 65 millones, afectado por gastos financieros y cargo por impuesto a las ganancias diferido. El resultado integral asciende a una pérdida de \$ 59 millones, incluyéndose allí las diferencias de cambio que surgen de la conversión a pesos de los saldos de activos y pasivos en moneda extranjera de la sociedad del exterior. Los resultados por conversión de la moneda funcional de Gibur (pesos uruguayos) a la moneda de presentación de la Sociedad (pesos) son imputados a la reserva por conversión en el Patrimonio Neto. En un contexto de alta inflación con un tipo de cambio estable o atrasado, se generarán importantes

**MORIXE HERMANOS S.A.C.I.**

Reseña informativa al 31 de marzo de 2025

(Por el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, expresada en miles de pesos)



resultados negativos por diferencia de conversión como consecuencia de convertir los activos y pasivos de la subsidiaria al tipo de cambio de cierre del período o ejercicio.

Se ha diseñado un plan de negocios para Gibur que cuenta como principales objetivos: i) optimizar las operaciones ya instaladas de la sociedad uruguaya, eficientizando costos y revisando los márgenes de contribución de todas las líneas de productos, y ii) facilitar la inserción de los productos marca Morixe (farináceos, aceites, avena y otros productos de almacén) en el mercado uruguayo a través de la utilización de los canales de distribución local ya existentes desarrollados por Gibur.

A la fecha de los presentes estados financieros, se ha concretado exitosamente con la penetración de productos marca Morixe en el mercado uruguayo, superando ampliamente los volúmenes proyectados de venta para el primer trimestre del 2025, y multiplicando por ocho los volúmenes comercializados para el mismo período del 2024, principalmente en la categoría de pan rallado y rebozadores.

Para lo que resta del año, Gibur proyecta continuar con este sendero de crecimiento, con un incremento proyectado del 12% en volumen y facturación respecto del 2024 (lo que acumula un 37% de crecimiento desde la adquisición de la empresa en diciembre de 2023), consolidando su presencia local en nuevas categorías incorporadas durante el 2024 bajo la marca Morixe, como el pan rallado y la harina de maíz.

**BIOMAC S.R.L.**

Biomac es una empresa con más de 20 años, líder en el mercado de frutas congeladas y productos con certificación orgánica que abastece a más de 1.400 clientes en Argentina en los sectores industrial, foodservice, dietéticas y heladerías, entre otros. Además, cuenta con una sólida unidad de exportación, enfocada en el envío de frutas orgánicas congeladas y semillas a Estados Unidos, Canadá y Europa con una cartera de clientes conformada por procesadores, empacadores y traders internacionales..

Por el período especial de 26 días transcurrido entre el 5 de marzo de 2025 y el 31 de marzo de 2025, Biomac ha alcanzado ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 962 millones y un margen bruto de 23,4% sobre ventas.

**3. Estructura Patrimonial Consolidada comparativa con los estados de situación financiera al 31 de marzo de 2024, y al 28 de febrero de 2023, 2022 y 2021**

	31/03/2025 <sup>(1)</sup>	31/03/2024 <sup>(2)</sup>	28/02/2023 <sup>(3)</sup>	28/02/2022 <sup>(3)</sup>	28/02/2021
Activo Corriente	56.695.649	46.905.832	57.807.016	69.837.069	71.168.323
Activo No corriente	46.474.698	47.523.555	28.806.648	42.698.984	34.808.236
<b>TOTAL DEL ACTIVO</b>	<b>103.170.347</b>	<b>94.429.387</b>	<b>86.613.664</b>	<b>112.536.053</b>	<b>105.976.559</b>
Pasivo Corriente	49.530.877	38.261.627	49.004.864	57.289.175	50.269.000
Pasivo No corriente	9.789.112	13.182.874	13.172.220	17.308.777	13.782.364
<b>TOTAL DEL PASIVO</b>	<b>59.319.989</b>	<b>51.444.501</b>	<b>62.177.084</b>	<b>74.597.952</b>	<b>64.051.364</b>
Patrimonio Neto	43.850.358	42.984.886	24.436.580	37.938.101	41.925.195
<b>TOTAL DE PASIVO MÁS PATRIMONIO NETO</b>	<b>103.170.347</b>	<b>94.429.387</b>	<b>86.613.664</b>	<b>112.536.053</b>	<b>105.976.559</b>

(1) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A., Gibur S.A. y Biomac S.R.L.

(2) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A. y Gibur S.A.

(3) Ejercicio que incluye a la sociedad subsidiaria Braspal S.A.

**MORIXE HERMANOS S.A.C.I.**

Reseña informativa al 31 de marzo de 2025

(Por el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, expresada en miles de pesos)

**4. Estructura de Resultados Consolidados comparativa con los períodos de tres meses finalizados el 31 de marzo de 2024 y el 28 de febrero de 2023, 2022 y 2021**

	31/03/2025 (3 meses) <sup>(1)</sup>	31/03/2024 (3 meses) <sup>(2)</sup>	28/02/2023 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2022 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2021 (3 meses)
Ingresos de actividades ord.	20.365.372	32.735.143	28.118.565	23.811.893	33.454.502
Costo de venta de bienes	(17.195.752)	(21.498.104)	(19.720.217)	(20.232.464)	(25.525.009)
Otros ingresos operativos	2.922.490	36.193	26.967	74.245	24.807
Gastos de com. y adm.	(4.586.640)	(5.089.459)	(4.205.399)	(3.407.743)	(4.349.631)
<b>Resultado operativo</b>	<b>1.505.470</b>	<b>6.183.773</b>	<b>4.219.916</b>	<b>245.931</b>	<b>3.604.669</b>
Resultados financieros	(877.730)	(4.562.135)	(3.245.384)	(1.324.972)	(1.776.643)
Otros resultados del ejercicio	(133.681)	(23.952)	(38.272)	(9.574)	(74.141)
<b>Resultado neto del período antes de impuesto</b>	<b>494.059</b>	<b>1.597.686</b>	<b>936.260</b>	<b>(1.088.615)</b>	<b>1.753.885</b>
Impuesto a las ganancias	26.251	(351.396)	(522.477)	1.925.419	(1.091.802)
<b>Resultado del período</b>	<b>520.310</b>	<b>1.246.290</b>	<b>413.783</b>	<b>836.804</b>	<b>662.083</b>
<b>Otros resultados integrales:</b>	<b>(50.042)</b>	<b>(2.672.026)</b>	<b>721.492</b>	<b>(19.227)</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO NETO INTEGRAL TOTAL DEL PERÍODO</b>	<b>470.268</b>	<b>(1.425.736)</b>	<b>1.135.275</b>	<b>817.577</b>	<b>662.083</b>

Concepto (*)	31/03/2025 (3 meses) <sup>(1)</sup>	31/03/2024 (3 meses) <sup>(2)</sup>	28/02/2023 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2022 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2021 (3 meses)
Resultado bruto	3.169.620	11.237.039	8.398.348	3.579.429	7.929.493
s/ ventas	15,6%	34,3%	29,9%	15,0%	23,7%
SG&A (*)	(4.586.640)	(5.089.459)	(4.205.399)	(3.407.743)	(4.349.631)
s/ ventas	22,5%	15,5%	15,0%	14,3%	13,0%
EBITDA (*)	1.999.234	6.654.148	4.465.420	736.685	4.061.123
s/ ventas	9,8%	20,3%	15,9%	3,1%	12,1%

(\*) Información no cubierta por el Informe de los Auditores Independientes.

(1) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A., Gibur S.A. y Biomac S.R.L.

(2) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A. y Gibur S.A.

(3) Ejercicio que incluye a la sociedad subsidiaria Braspal S.A.

**5. Estructura de Flujo de Efectivo Consolidada, comparativa con los períodos de tres meses finalizados el 31 de marzo de 2024 y el 28 de febrero de 2023, 2022 y 2021**

	31/03/2025 (3 meses) <sup>(1)</sup>	31/03/2024 (3 meses) <sup>(2)</sup>	28/02/2023 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2022 (3 meses) <sup>(3)</sup>	28/02/2021 (3 meses)
Fondos de las actividades operativas	(143.547)	11.252.502	(9.225.324)	613.001	(1.277.828)
Fondos de las actividades de inversión	(336.059)	(117.921)	(337.842)	(1.196.211)	(942.038)
Fondos de las actividades financieras	(3.756.199)	(14.633.132)	9.368.327	(1.207.526)	1.575.809
<b>Fondos generados (utilizados) durante el período</b>	<b>(4.235.805)</b>	<b>(3.498.551)</b>	<b>(194.839)</b>	<b>(1.790.736)</b>	<b>(644.057)</b>

(1) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A., Gibur S.A. y Biomac S.R.L.

(2) Ejercicio que incluye a las sociedades subsidiarias Braspal S.A. y Gibur S.A.

(3) Ejercicio que incluye a la sociedad subsidiaria Braspal S.A.

**MORIXE HERMANOS S.A.C.I.**

Reseña informativa al 31 de marzo de 2025

(Por el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, expresada en miles de pesos)

**6. Datos estadísticos comparativos con los períodos de tres meses finalizados el 31 de marzo de 2024 y el 28 de febrero de 2023, 2022 y 2021 - (en toneladas)**

	31/03/2025 (3 meses)	31/03/2024 (3 meses)	28/02/2023 (3 meses)	28/02/2022 (3 meses)	28/02/2021 (3 meses)
<b>Producción (harinas):</b>	24.422	33.998	29.797	28.443	37.057
<b>Ventas (harinas):</b>					
Mercado Local	22.916	28.457	28.877	24.582	33.585
Mercado Externo	601	923	1.109	1.743	2.306
<b>Ventas (otras categorías):</b>					
Mercado Local	4.036	5.373	5.613	4.872	6.825
Mercado Externo	2.812	2.673 <sup>(*)</sup>	484 <sup>(*)</sup>	291 <sup>(*)</sup>	205 <sup>(*)</sup>
<b>Ventas totales</b>	<b>30.365</b>	<b>37.427</b>	<b>36.083</b>	<b>31.488</b>	<b>42.921</b>

(\*) Para no afectar la comparabilidad, para estos períodos se han detraído los volúmenes de venta de papas pre-fritas congeladas, dada la venta definitiva del contrato mencionada en el punto 1.1.

**7. Índices comparativos con los períodos de tres meses finalizados el 31 de marzo de 2024 y el 28 de febrero de 2023, 2022 y 2021**

	31/03/2025	31/03/2024	28/02/2023	28/02/2022	28/02/2021
Liquidez corriente (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	1,14	1,21	1,18	1,22	1,42
Solvencia (Patrimonio neto / Pasivo)	0,74	0,78	0,39	0,51	0,65
Inmovilización del capital [Activo No Corriente / (Pasivo + Patrimonio Neto)]	0,45	0,45	0,33	0,38	0,33
Índice de rentabilidad (Resultado neto del período / Patrimonio Neto promedio)	0,01	0,04	0,01	0,02	0,02

**8. Comentarios sobre el período y perspectivas**

En el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025 los Ingresos Netos por Actividades Ordinarias consolidados ascendieron a aproximadamente \$ 20.365 millones. Por su parte, el Margen Bruto sobre ventas alcanzó aproximadamente el 15,6% y el Resultado Operativo fue del 7,4% sobre Ventas. Estas cifras muestran una disminución en los márgenes como consecuencia de un nuevo contexto económico, alta competencia, inflación con tendencia a la baja, y un consumo que aún se encuentra mermado respecto a años anteriores, afectado principalmente por la caída del poder adquisitivo del salario durante el 2024.

El volumen se ha visto afectado como consecuencia de un consumo detrído que no logra aún recuperarse, aún así, Morixe ha logrado mostrar una mejora en los porcentajes de participación en los diferentes mercados en los que compete, priorizando la necesidad de mantener y mejorar las participaciones de mercado en las categorías core del negocio, a costas de ceder en los márgenes de rentabilidad. A modo de ejemplos, Morixe ha logrado incrementar su participación de mercado en harinas y rebozadores un 30% y un 55%, respectivamente, durante el primer trimestre del 2025 respecto del mismo período del año anterior, a pesar de que el volumen total del mercado mermó un 20% y un 2% para dicho período, respectivamente.

El período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025 arrojó una ganancia neta de \$ 520 millones, y una ganancia total integral de aproximadamente \$ 470 millones (que incluye otros resultados integrales generados por las diferencias de cambio que surgen de la conversión a pesos de los saldos de activos y pasivos en moneda distinta al Peso Argentino de las sociedades del exterior, obteniéndose resultados por conversión negativos, principalmente como consecuencia de valorar los activos no monetarios al tipo de cambio de cierre). Los resultados operativos ascendieron a aproximadamente \$ 1.505 millones, mientras que los resultados financieros del período ascendieron a una pérdida de aproximadamente \$ 878 millones. Éstos últimos, generados principalmente por intereses financieros y el resultado por exposición a los cambios en el poder adquisitivo de la moneda, criterio contable que

muestra el resultado de exponer a la totalidad de las partidas monetarias del estado de situación financiera a la tasa de inflación (8% para el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025), la cual no suele ser representativa de la tasa a la cual varían las principales variables del negocio (precios, salarios, costos de materias primas, etc).

La Sociedad ha logrado establecer una cobertura natural a las fluctuaciones en el tipo de cambio, ya que la deuda financiera atada al dólar se encuentra cubierta por activos financieros de similar naturaleza, o bien por inventarios de materias primas cuya cotización se encuentra directamente atada al dólar.

Morixe continúa evidenciando un proceso de continua expansión y consolidación de su marca y participación de mercado en las distintas categorías donde compete. Adicionalmente, se continúa trabajando en estrategias en materia de la administración de capital de trabajo, eficiencia industrial, reducción de costos y lanzamiento de nuevas categorías de productos de mayor valor agregado (las ventas de productos de otras categorías no farináceas ya representan más del 25% del volumen total comercializado por Morixe).

### **8.1 Perspectivas**

Morixe se encuentra en pleno plan de crecimiento, evaluando constantemente proyectos que tienen como foco: i) continuar ampliando las categorías de productos comercializados bajo la marca Morixe, siempre con la premisa de incorporar productos con mayor valor agregado y que contribuyan a una continua mejora el precio promedio por tonelada vendida, ii) lograr consolidar la presencia de la marca Morixe a nivel regional, a través de inversiones directas realizadas en los países de la región, o bien con acuerdos con socios estratégicos que puedan impulsar nuestros productos en dichos países, como ser el caso de las adquisiciones de Gibur y Biomac.

La Sociedad durante los últimos años ha llevado a cabo inversiones de capital con las que ha logrado absorber capacidades instaladas, eficientizar los costos de producción mejorando los márgenes de rentabilidad en distintas categorías, e incrementar el valor agregado sobre las materias primas originadas. Actualmente las nuevas líneas productivas de pan rallado, harinas premezclas y otras harinas especiales operan a plena capacidad, y Morixe ha conseguido estabilizar un volumen de ventas que le permitió consolidar una importante presencia y participación de mercado en estas categorías.

De esta forma y en el mismo sentido, Morixe continúa evaluando proyectos que tengan como objetivo consolidar la estrategia de diversificación de productos agregando cada vez más valor a las materias primas, a la vez que se continuarán con las mejoras y renovaciones en líneas de producción que permitan la transición hacia un proceso productivo cada vez más eficiente.

En cuanto a comercio exterior, continuamos activamente con nuestra inserción en los mercados de la región a través de nuestros representantes exclusivos para Brasil y Paraguay. Adicionalmente, se están evaluando nuevos potenciales negocios para productos con socios estratégicos fuera del Mercosur. Cabe destacar que con la adquisición de Biomac mencionada en el apartado 1.2, Morixe ha incursionado en un mercado en constante crecimiento y expansión, por lo que las posibilidades de negocios en el mercado exterior se multiplican, siendo este hito un paso significativo en la estrategia de diversificación y de internacionalización de los negocios de la Sociedad.

En la actualidad Morixe ha logrado tener una distribución de alcance nacional para sus productos, teniendo operaciones con los principales supermercados, mayoristas y distribuidores de todo el territorio argentino, y con una presencia en más de 20.000 puntos de venta a nivel nacional. Adicionalmente, exporta a toda la región del Mercosur a través de distribuidores exclusivos en cada país.

Para el año 2025, la empresa continúa evaluando proyectos de inversión y lanzamientos tanto para el mercado externo como para el mercado local. En lo que respecta al segmento de la alimentación saludable, a través de la marca Biomac se hará foco en la innovación continua en dicha categoría respondiendo a las demandas de los consumidores que buscan opciones más nutritivas y equilibradas.

Adicionalmente, y en línea con el plan estratégico de la compañía y el objetivo de regionalización de las operaciones para el mediano plazo, Morixe continúa en la búsqueda de nuevos negocios que

**MORIXE HERMANOS S.A.C.I.**

Reseña informativa al 31 de marzo de 2025

(Por el período de tres meses finalizado el 31 de marzo de 2025, expresada en miles de pesos)



---

permitan agregar flujo de exportaciones a sus operaciones consolidadas, mejorando el balance de flujos en pesos y en moneda extranjera. Por otro lado, se continúan analizando negocios que permitan a Morixe obtener una mejor integración en la cadena de valor, obteniendo un mayor control sobre la misma con el fin de continuar garantizando la mejor calidad y el mejor nivel de servicio al consumidor.

Consideramos que la mejor manera de ejercer nuestra responsabilidad social empresaria es brindar productos de la mejor calidad a precios accesibles. En tal sentido, seguiremos trabajando para aumentar la producción y las exportaciones, promoviendo la competencia en los mercados en beneficio de quienes nos eligen a diario.

Agradecemos a nuestro personal, clientes y proveedores, entidades bancarias y a las comunidades en donde desarrollamos nuestras actividades por el apoyo brindado para el logro de nuestros objetivos.

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 9 de mayo de 2025

---

ROMÁN E. MALCEÑIDO  
Presidente