

1. Breve comentario sobre las actividades de la Sociedad

Durante el presente período de seis meses finalizado el 30 de junio 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 masivo de caída de la demanda (-14% 2024 vs 2023, y -4,9% acumulado a junio 2025 vs junio 2024, particularmente destacando la variación de -18,2% en la categoría de harinas para el mismo período), 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 y 2025), gracias a las inversiones de capital realizadas durante los últimos ejercicios a pesar del contexto mecroeconómico 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 71 mil Tns (incluyendo una producción de farináceos que alcanzó las 61.348 Tns procesadas).

Las ventas acumuladas locales y de exportación correspondientes a líneas de productos no farináceos ascendieron a 16.472 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 54.236 Tns, lo que representa una caída del 17% respecto del mismo período del ejercicio anterior. Esta disminución se explica en parte por la decisión estratégica de discontinuar el negocio de harina en bolsa de 25 kg para la industria, de forma de priorizar la producción y comercialización de productos de mayor valor agregado desde la planta de Benito Juárez. Sin considerar el volumen de harina en bolsa, la caída de volumen de productos farináceos entre el 2025 y 2024 fue del 14%, menor a la caída general del mercado para esta categoría mencionada en el párrafo anterior (-18,2%). Adicionalmente, si contemplamos el resto de las categorías no farináceas, los volúmenes de venta crecieron un 11% respecto al mismo semestre del 2024.

Descripción	Variación (junio 2025 vs junio 2024)
Consumo masivo total	-4,9%
Categoría harinas	-18,2%
Volumen Morixe total	-18%
Volumen Morixe sin harina 25 kg	-14%
Volumen otras categorías	+11%
<i>Premezclas para bizcochuelo</i>	+67%
<i>Avena</i>	+51%
<i>Aceitunas</i>	+172%
<i>Harina de maíz blanco</i>	+10%

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 \$ 46.541 millones.

El estado de situación financiera al 30 de junio 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 30 de junio de 2025, se presentan como información comparativa la correspondiente al período de seis meses finalizado el 30 de junio 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 seis meses finalizado el 30 de junio 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 dió en términos muy favorables para Morixe, permitiendo avanzar en los planes de ampliación y regionalización de sus negocios (ejemplo de las acciones ejecutadas se mencionan en los apartados 1.2 y 1.3 siguientes), 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

MORIXE HERMANOS S.A.C.I.

Reseña informativa al 30 de junio de 2025

(Por el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, expresada en miles de pesos)



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.

1.3. Transacción de adquisición de Grupo Intertrópico (“Intertropico”)

Con fecha 20 de mayo de 2025, BRASPAL S.A. adquirió el 100% de Morixe de España SLU., una sociedad constituida bajo las leyes del Reino de España, en Madrid. Dicha sociedad fue adquirida con el objetivo de contar con una empresa holding que facilite la estructuración en la adquisición de empresas locales europeas. Posteriormente, con fecha 4 de agosto de 2025, Morixe de España SLU, subsidiaria 100% controlada indirectamente por la Sociedad, adquirió el 70% del capital social y votos del “Grupo Intertrópico” (Intertrópico Colombiana, SL y compañías vinculadas) una compañía con reconocido prestigio en la distribución de alimentos latinoamericanos en Europa (“Intertrópico Colombiana”). El precio de compra asciende a la suma total de \$ 4.175.395 sujeto a ajustes por el capital de trabajo a la fecha de cierre del acuerdo.

Intertrópico Colombiana es un grupo con sede en Madrid, España, que cuenta con más de 25 años de trayectoria, fuerte reconocimiento de marca en el mercado ibérico y capacidad de distribución en los principales mercados de Europa con más de 1.400 clientes, así como también proyectos en Estados Unidos. En el ejercicio 2024 alcanzó una facturación anual aproximada de \$ 13 mil millones.

Con la adquisición del paquete de control de Intertrópico Colombiana, Morixe ha concretado un nuevo paso estratégico en su plan de expansión en mercados internacionales, facilitando también su ingreso al mercado Europeo y en Estados Unidos.

Valor económico agregado y distribuido:

	30/06/2025 (6 meses)
Personal	5.717.948
Sueldos	4.684.750
Contribuciones Patronales	1.033.198
Impuestos, tasas y contribuciones	1.074.222
Nacionales	232.487
Provinciales	841.735
Remuneración Capital de Terceros	2.113.477
Pago de intereses nominales	1.888.324
Alquileres y arrendamientos	225.153

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.), inscripta 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 seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, BRASPAL ha alcanzado un resultado neto ganancia de \$ 124 millones, con ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 577 millones. El resultado integral asciende a una ganancia de \$ 95 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 in situ y una red de distribución propia que permite lograr una mayor penetración de los productos marca Morixe.

En el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, Gibur ha alcanzado un EBITDA de \$ 154 millones con ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 6.324 millones, mostrando resultados operativos positivos en el período. El resultado neto ascendió a una ganancia de \$ 81 millones. El resultado integral asciende a una ganancia de \$ 668 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 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, mientras que a la inversa los resultados generados por conversión serán positivos.

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 semestre del 2025, y multiplicando por tres 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 10% en volumen y facturación respecto del 2024 (lo que acumula un 35% de crecimiento

MORIXE HERMANOS S.A.C.I.

Reseña informativa al 30 de junio de 2025

(Por el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, expresada en miles de pesos)



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 117 días transcurrido entre el 5 de marzo de 2025 y el 30 de junio de 2025, Biomac ha alcanzado ingresos por actividades ordinarias de aproximadamente \$ 2.987 millones y un margen bruto de 31,4% sobre ventas.

El negocio de exportación de Biomac concentra el mayor volumen de sus operaciones durante los meses de septiembre a marzo, dada la estacionalidad de los ciclos de cultivo y cosecha de las frutas que comercializa. Por este motivo es que el negocio y sus resultados operativos se encuentran altamente correlacionados al factor estacional, generándose la mayor parte de sus ganancias operativas durante dichos meses.

3. Estructura Patrimonial Consolidada comparativa con los estados de situación financiera al 30 de junio de 2024, y al 31 de mayo de 2023, 2022 y 2021

	<u>30/06/2025⁽¹⁾</u>	<u>30/06/2024⁽²⁾</u>	<u>31/05/2023⁽³⁾</u>	<u>31/05/2022⁽³⁾</u>	<u>31/05/2021</u>
Activo Corriente	56.657.485	48.205.770	62.563.635	73.255.435	81.039.108
Activo No corriente	49.223.391	31.754.911	46.925.020	46.579.133	37.385.564
TOTAL DEL ACTIVO	<u>105.880.876</u>	<u>79.960.681</u>	<u>109.488.655</u>	<u>119.834.568</u>	<u>118.424.672</u>
Pasivo Corriente	48.551.861	41.074.636	45.920.903	57.968.146	46.397.944
Pasivo No corriente	10.088.438	10.217.729	20.535.206	21.188.626	26.847.583
TOTAL DEL PASIVO	<u>58.640.299</u>	<u>51.292.365</u>	<u>66.456.109</u>	<u>79.156.772</u>	<u>73.245.527</u>
Patrimonio Neto	47.240.577	28.668.316	43.032.546	40.677.796	45.179.145
TOTAL DE PASIVO MÁS PATRIMONIO NETO	<u>105.880.876</u>	<u>79.960.681</u>	<u>109.488.655</u>	<u>119.834.568</u>	<u>118.424.672</u>

(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 30 de junio de 2025

(Por el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, expresada en miles de pesos)

**4. Estructura de Resultados Consolidados comparativa con los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2024 y el 31 de mayo de 2023, 2022 y 2021**

	30/06/2025 (6 meses) ⁽¹⁾	30/06/2024 (6 meses) ⁽²⁾	31/05/2023 (6 meses) ⁽³⁾	31/05/2022 (6 meses) ⁽³⁾	31/05/2021 (6 meses)
Ingresos de actividades ord.	46.541.508	67.252.682	69.260.460	64.566.902	79.478.467
Costo de venta de bienes	(38.332.432)	(44.865.848)	(47.697.621)	(51.873.063)	(59.402.123)
Otros ingresos operativos	6.851.697	86.486	51.896	104.752	50.375
Gastos de com. y adm.	(10.889.682)	(10.862.073)	(10.761.654)	(9.072.818)	(10.439.655)
Resultado operativo	4.171.091	11.611.247	10.853.081	3.725.773	9.687.064
Resultados financieros	(3.071.669)	(8.497.044)	(8.981.122)	(3.809.527)	(8.029.532)
Otros resultados del ejercicio	(474.052)	(126.145)	(123.433)	(19.247)	263.682
Resultado neto del periodo antes de impuesto	625.370	2.988.058	1.748.526	(103.001)	1.921.214
Impuesto a las ganancias	69.222	(303.695)	(983.822)	1.590.122	(486.154)
Resultado del periodo	694.592	2.684.363	764.704	1.487.121	1.435.060
Otros resultados integrales:	557.619	(4.010.035)	1.234.750	(123.625)	-
RESULTADO NETO INTEGRAL TOTAL DEL PERÍODO	1.252.211	(1.325.672)	1.999.454	1.363.496	1.435.060
Concepto (*)	30/06/2025 (6 meses)⁽¹⁾	30/06/2024 (6 meses)⁽²⁾	31/05/2023 (6 meses)⁽³⁾	31/05/2022 (6 meses)⁽³⁾	31/05/2021 (6 meses)
Resultado bruto	8.209.076	22.386.834	21.562.839	12.693.839	20.076.344
s/ ventas	17,6%	33,3%	31,1%	19,7%	25,3%
SG&A (*)	(10.889.682)	(10.862.073)	(10.761.654)	(9.072.818)	(10.439.655)
s/ ventas	23,4%	16,2%	15,5%	14,1%	13,1%
EBITDA (*)	5.248.793	12.603.445	3.763.180	656.842	3.819.726
s/ ventas	11,3%	18,7%	5,4%	1,0%	4,8%

(*) 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 seis meses finalizados el 30 de junio de 2024 y el 31 de mayo de 2023, 2022 y 2021

	30/06/2025 (6 meses) ⁽¹⁾	30/06/2024 (6 meses) ⁽²⁾	31/05/2023 (6 meses) ⁽³⁾	31/05/2022 (6 meses) ⁽³⁾	31/05/2021 (6 meses)
Fondos de las actividades operativas	(152.278)	9.333.970	(14.373.121)	(3.889.072)	(2.181.243)
Fondos de las actividades de inversión	(535.250)	(170.005)	(995.402)	(2.572.769)	(5.615.110)
Fondos de las actividades financieras	(4.615.733)	(12.552.774)	16.852.915	5.793.953	9.191.332
Fondos generados (utilizados) durante el periodo	(5.303.261)	(3.388.809)	1.484.392	(667.888)	1.394.979

(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 30 de junio de 2025

(Por el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, expresada en miles de pesos)

**6. Datos estadísticos comparativos con los períodos de seis meses finalizados el 30 de junio de 2024 y el 31 de mayo de 2023, 2022 y 2021 - (en toneladas)**

	30/06/2025 (6 meses)	30/06/2024 (6 meses)	31/05/2023 (6 meses)	31/05/2022 (6 meses)	31/05/2021 (6 meses)
Producción (harinas):	61.348	73.744	84.513	74.770	84.587
Ventas (harinas):					
Mercado Local	52.122	63.205	79.487	68.784	77.174
Mercado Externo	2.114	1.974	2.813	5.517	5.278
Ventas (otras categorías):					
Mercado Local	11.061	14.408	13.156	11.715	15.673
Mercado Externo	5.411	6.235	743	340	539
Ventas totales	70.709	85.822	96.199	86.356	98.664

(*) 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 seis meses finalizados el 30 de junio de 2024 y el 31 de mayo de 2023, 2022 y 2021

	30/06/2025	30/06/2024	31/05/2023	31/05/2022	31/05/2021
Liquidez corriente (Activo Corriente / Pasivo Corriente)	1,17	1,17	1,36	1,26	1,75
Solvencia (Patrimonio neto / Pasivo)	0,81	0,56	0,65	0,51	0,62
Inmovilización del capital [Activo No Corriente / (Pasivo + Patrimonio Neto)]	0,46	0,40	0,43	0,39	0,32
Índice de rentabilidad (Resultado neto del período / Patrimonio Neto promedio)	0,02	0,07	0,02	0,03	0,03

8. Comentarios sobre el período y perspectivas

En el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025 los Ingresos Netos por Actividades Ordinarias consolidados ascendieron a aproximadamente \$ 46.541 millones, lo que representa una disminución del 31% en términos reales respecto al mismo período del ejercicio anterior. Por su parte, el Margen Bruto sobre ventas alcanzó aproximadamente el 17,6% y el Resultado Operativo fue del 8,9% sobre Ventas. Estas cifras muestran una disminución en los márgenes como consecuencia de un contexto económico caracterizado por una alta competencia, inflación con tendencia a la baja, y un consumo deprimido que aún se encuentra mermado respecto a años anteriores (-4,9% el consumo masivo acumulado a junio 2025 vs junio 2024), afectado principalmente por la caída del poder adquisitivo del salario durante el 2024.

El volumen se ha visto afectado como consecuencia de un consumo detraído que no logra recuperarse. De todos modos, 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 semestre 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 seis meses finalizado el 30 de junio de 2025 arrojó una ganancia neta de \$ 694 millones, y una ganancia total integral de aproximadamente \$ 1.252 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 positivos, principalmente como consecuencia de valorar los activos no

monetarios al tipo de cambio de cierre). Los resultados operativos ascendieron aproximadamente a \$ 4.171 millones, mientras que los resultados financieros del período ascendieron a una pérdida de aproximadamente \$ 3.071 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 (15% para el período de seis meses finalizado el 30 de junio 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 compite. 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, Biomac y la reciente adquisición del Grupo Intertrópico, una reconocida distribuidora de alimentos con sede en España.

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 las adquisiciones de Biomac e Intertrópico mencionadas en el apartado 1.2 y 1.3, respectivamente, Morixe ha incursionado en un mercado en constante crecimiento y expansión, por lo que las posibilidades de negocios en el mercado exterior se multiplican al abrir puertas a los mercados de Europa, Estados Unidos y Canadá, 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 fuerte presencia en puntos de venta a nivel nacional. Adicionalmente, exporta a toda la región del Mercosur a través de distribuidores exclusivos en cada país.

MORIXE HERMANOS S.A.C.I.

Reseña informativa al 30 de junio de 2025

(Por el período de seis meses finalizado el 30 de junio de 2025, expresada en miles de pesos)



Para lo que resta del año 2025, la empresa continúa evaluando proyectos de inversión y lanzamientos tanto para el mercado externo como para el mercado local. 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 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, 11 de agosto de 2025

ROMÁN E. MALCEÑIDO
Presidente