



MASTELLONE HERMANOS S.A.

**MEMORIA
CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ECONOMICO
ANUAL FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025**



SEÑORES ACCIONISTAS

El Directorio tiene el agrado de poner a su consideración la presente Memoria, el Inventario, los Estados Financieros Individuales, los Estados Financieros Consolidados, los informes del Auditor y de la Comisión Fiscalizadora y por último la propuesta del destino del Resultado del Ejercicio comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre del 2025.

CONSIDERACIONES GENERALES

CONTEXTO ECONÓMICO INTERNACIONAL

El año 2025 estuvo marcado por un contexto global de crecimiento moderado, tensiones geopolíticas persistentes, inflación en descenso y fragilidad en inversión y comercio internacional. Diversos organismos coincidieron en que el crecimiento mundial se mantuvo entre 2,4% y 2,8%, por debajo del promedio prepandemia de 3,2%. El bajo nivel de inversión, afectado sobre todo por la inestabilidad financiera global, sumado a una productividad débil y altos niveles de deuda contribuyeron a la debilidad del crecimiento económico global.

La inflación mostró una tendencia a la baja en la mayoría de las economías, permitiendo un giro hacia políticas monetarias más flexibles. La ONU destacó la moderación de los indicadores de inflación global, lo que permitió procesos de relajación monetaria en varias regiones. Aun así, persistieron riesgos por aumentos tarifarios, costos energéticos y disrupciones derivadas de conflictos geopolíticos.

El comercio internacional enfrentó uno de sus años más complejos desde incluso antes de la pandemia. Tanto China como EE. UU. aplicaron distintas medidas arancelarias que tuvieron efectos contractivos sobre cadenas de valor, elevando costos y frenando inversiones. El Foro Económico Mundial señaló que 2025 fue un "punto de inflexión" geoeconómico, marcado por fricciones comerciales, fragmentación y nuevas barreras.

La inestabilidad política y bélica siguió afectando la actividad económica. El World Economic Forum ("WEF") reportó que los riesgos globales alcanzaron niveles máximos, con el conflicto armado como principal amenaza para 2025. Se registraron más de 110 conflictos activos en el mundo, lo cual generó presión sobre precios de alimentos, energía y cadenas logísticas.

Dado este contexto global, los países de ingresos bajos enfrentaron condiciones particularmente adversas. Los altos niveles de deuda, bajo acceso a financiamiento y persistente inflación alimentaria siguieron empujando a poblaciones vulnerables hacia la pobreza, profundizándose la brecha en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por el bajo crecimiento y la inestabilidad persistente.

En lo que respecta a los mercados financieros globales, el 2025 fue un año que presentó una elevada volatilidad financiera favorecida por el clima económico incierto descrito previamente.

La ONU subrayó que la economía global se encontraba en un momento "precario", con mercados financieros sensibles a tarifas, conflictos y cambios en expectativas monetarias. [policy.desa.un.org]

El FMI describió 2025 como un año de "economía global en flux y perspectivas débiles", destacando persistencia de shocks externos.

En síntesis, en 2025 la economía mundial combinó crecimiento moderado, inflación descendente y cierta normalización monetaria, pero siguió fuertemente condicionada por conflictos geopolíticos, tensiones comerciales, fragilidad financiera, y desigualdades crecientes entre países desarrollados y emergentes. La transición energética y la economía de recursos críticos emergieron como vectores centrales del nuevo orden económico internacional, presentando grandes oportunidades para

países productores, pero también riesgos por volatilidad, malas prácticas laborales y daño ambiental.

CONTEXTO ECONÓMICO EN ARGENTINA

El año 2025 estuvo marcado por una marcada recuperación económica, una desaceleración inflacionaria histórica, mayor estabilidad cambiaria, y la ejecución de ajustes en la política monetaria con efectos sobre los mercados financieros los cuales se sumaron a un clima de volatilidad financiera asociado al ciclo electoral que culminó con las elecciones de octubre.

La actividad económica mostró una recuperación tras la contracción de 2024. El Fondo Monetario Internacional (FMI) estima que el PIB creció un 4,5% durante 2025, superando ampliamente el promedio latinoamericano. Los sectores de mayor dinamismo fueron construcción, comercio e industria, con avances interanuales de alrededor del 5–5,6%, impulsados por un mayor nivel de inversión, estabilidad cambiaria y normalización de precios relativos. No obstante, sectores vinculados al gasto público —administración, educación y salud— mostraron retrocesos debido al ajuste fiscal.

Un punto saliente del año fue la consolidación de una fuerte desaceleración de la inflación alcanzando un valor anual del 31,5%, el valor más bajo desde 2017 y un cambio drástico respecto del 117,8% registrado en 2024 y el 211,4% de 2023. Se observaron meses con inflación mensual menor al 2%, tendencia inédita en más de cinco años. Esta desaceleración respondió fundamentalmente a una política de estabilización monetaria, lo cual fue acompañado con una reducción de la emisión producto también de la obtención de un superávit fiscal primario estimado en un 1,6% del PBI.

En referencia a la política monetaria, el Banco Central redujo la tasa de política monetaria al 29%, con una trayectoria descendente hacia fin de año. Estas decisiones se enmarcaron en una estrategia de re-monetización y de alineamiento de tasas con el proceso desinflacionario, las cuales fueron positivas en términos reales.

Estas medidas fueron acompañadas con un régimen cambiario más flexible, eliminándose en el mes de abril el llamado "dólar blend" que era aplicable para la liquidación de los flujos de exportaciones, y saliendo del esquema del crawling peg vigente desde inicios del 2024. En su reemplazo se adoptó un esquema de flotación controlada y bandas las cuales se ajustaban a un ritmo del 1% por mes. Esto ayudó a ordenar expectativas y cerrar brechas con los tipos de cambio paralelos, aunque corresponde señalar que en materia de acumulación de reservas los objetivos del año no pudieron ser cumplidos.

Aunque 2025 estuvo marcado por mayor estabilidad que años previos, el mercado financiero vivió episodios de volatilidad. A partir del mes de julio el BCRA dispuso la eliminación de las LEFI (Letras Fiscales de liquidez), las cuales habían sido emitidas oportunamente para absorber el exceso de liquidez existente en el mercado. Esta decisión, implicó un desarme de posiciones en Pesos presionando sobre el tipo de cambio y produciendo un encarecimiento del costo del dinero. Las tasas de interés registraron, en algunos días, valores por encima del 120% nominal anual para operaciones de endeudamiento de corto plazo.

Este escenario de volatilidad de los mercados reflejó también una dinámica sensible a la incertidumbre política en vísperas de las elecciones de medio término y especialmente considerando los resultados de las elecciones en la provincia de Buenos Aires.

Las tensiones observadas en los distintos instrumentos financieros ante expectativas de continuidad o modificación del régimen monetario y cambiario, hizo que los inversores privilegiaran posiciones

defensivas, afectando el volumen y liquidez. Por otra parte, el tipo de cambio se movió dentro de la banda establecida, pero acumulando una devaluación del Peso cercana al 40%.

Una vez concluido el proceso electoral, los resultados de este aseguraron la continuidad de los lineamientos macroeconómicos del Gobierno Nacional lo cual redujo parte de la incertidumbre, aunque los desafíos estructurales —reservas, consolidación fiscal y crecimiento sostenible— permanecieron como prioridades para la agenda 2026.

Con el escenario de reducción de los niveles de inflación, los niveles del consumo registraron una leve recuperación, producto de una gradual mejora del ingreso disponible, aunque con fuertes disparidades sectoriales. También los indicadores que miden la pobreza mostraron señales de leve mejora.

En el caso particular del consumo masivo, hubo señales de repunte, aunque con una marcada homogeneidad entre categorías, niveles socioeconómicos y canales de comercialización, todo esto acompañado también con cambios en los hábitos de compra de los hogares, donde los consumidores priorizaron el aprovechamiento de promociones, resignaron marcas en función a los precios y/o racionalizaron el nivel de sus gastos.

En conclusión, podemos decir que el año 2025 puede caracterizarse como un punto de inflexión para la economía argentina, alcanzando una reducción severa de la inflación (aunque todavía alta para los estándares internacionales), una recuperación del crecimiento económico especialmente en la primera parte del año y moderándose hacia el fin del mismo, cierta estabilidad cambiaria, todo esto sostenido con un ordenamiento fiscal y monetario.

SITUACIÓN GENERAL DEL SECTOR LÁCTEO

PRODUCCIÓN PRIMARIA

a) Panorama General

La producción nacional evidenció una recuperación más que significativa, la cual, según datos de la Dirección Nacional de Lechería dependiente de la Subsecretaría de Ganadería y Producción Animal, creció un 10% vs el 2024, luego de registrar 2 años consecutivos de caída. Este comportamiento tuvo un efecto de mayor magnitud en las provincias de Córdoba y Sta Fe cuyo retroceso en los años previos había sido superior al de Buenos Aires. Con estos valores se superó el volumen producido el año anterior.

Esta recuperación de producción estuvo generada principalmente por la normalización de la situación agronómica, efecto de la regularización de la situación climática, y la recuperación del stock de animales en ordeño. Hay dos cuestiones que se deben mencionar que se desprenden de lo anterior, la primera es una buena producción de forrajes conservados y en pie, y en el caso de la segunda, un incremento de la rentabilidad y la facturación.

La relación de precios se mantuvo favorable durante todo el año, motivando la utilización de dietas de mayor calidad, que repercutieron en altas producciones individuales, que sumado a los factores antes descriptos concluyeron en uno de los mejores años en términos históricos para el sector de la producción primaria de leche.

Esta realidad descripta dio continuidad a las inversiones en infraestructura y tecnología que se encontraban en ejecución, y motivaron la puesta en marcha de nuevos proyectos que se están comenzando a ejecutar y se concretarán en los próximos meses.



a) Acciones de la Compañía

Durante el año la Compañía registró un aumento del orden del 10% en los litros procesados. Esto fue producto de un plan de crecimiento el cual tuvo como resultado neto la incorporación de 37 nuevos productores que comenzaron a entregar diariamente su producción a la empresa. Los mismos, poseen establecimientos en nuestra principal cuenca productiva en la provincia de Buenos Aires, estratégicamente ubicados cerca de nuestras plantas productoras o clasificadoras.

La Compañía continuó realizando durante el año una serie de acciones orientadas a apoyar al productor, asistiéndolo con diversas herramientas buscando un sostenimiento y posterior crecimiento de la producción láctea. Entre estas acciones podemos citar:

- **Ejecución del programa "TAMBOMAS":**

Este programa tiene como eje fundamental apoyar el crecimiento de la productividad de los tambos mediante incorporación de tecnología buscando asegurar la sostenibilidad de la actividad.

A lo largo del año y como continuidad del proyecto iniciado en 2022, se realizó la evaluación conjunta de proyectos y el seguimiento de estas iniciativas, facilitando el contacto con proveedores estratégicos y la vinculación con entidades bancarias/financieras con intermediación del área de finanzas de la Compañía.

Con seguridad durante el 2026, en base a nuestro contacto frecuente con los productores, se continuarán evaluando e implementando proyectos destinados a la eficiencia productiva y el incremento de la producción, razón por la cual continuaremos el seguimiento de los mismos y facilitando las herramientas necesarias para que estos se concreten. Consideramos altamente positivo el contexto, y el beneficio que esto reporta para toda la cadena de producción.

- **Programa de Bienestar Animal:**

Como continuidad del proyecto, se realizó nuevamente el relevamiento de los indicadores de los tambos remitentes de la Compañía, de aquellos que ya están incluidos en el programa y los nuevos remitentes que se incorporaron a lo largo del 2025,

Comprometidos con la producción sostenible, se incorporó a las acciones que se venían realizando, la recomendación, ejecución y seguimiento de proyectos individuales, que tuvieron como objetivo mejorar los indicadores de menor performance, en los tambos que se sumaron a esta nueva iniciativa.

Los mismos fueron monitoreados con el equipo de ingenieros agrónomos y médicos veterinarios, que forman parte del equipo responsable de la concreción de este programa.

Las bases del éxito de este esquema de trabajo son la capacitación, asesoramiento, y acompañamiento en las acciones que tiendan a lograr una mejora continua en todos los aspectos relevados que abarquen esta temática, los cuales además se verán reflejados en un impacto positivo sobre la producción de leche en todos los tambos remitentes, y que continuaran implementándose y desarrollándose en el 2026 y los años sucesivos.

- **Continuación en la ejecución del proyecto Tambo Sustentable.**



- **Realización de videos de capacitación y nuevas tecnologías para productores remitentes.**

De esta forma, y como resultado incremental de las acciones mencionadas, entendemos que se consolidarán y fortalecerán los fuertes vínculos que la empresa sostiene con los productores

- **Huella de Carbono en la Producción Primaria**

Finalizado el relevamiento de una muestra muy significativa de nuestra población de tambos remitentes, que contempla sistemas de producción y zona geográfica, en un trabajo exhaustivo y comprometido en conjunto con los productores que participaron, se logró obtener un dato representativo de las emisiones de carbono en la producción primaria de leche, que completó el trabajo que se venía realizando en otras áreas, para obtener la verificación del inventario de carbono de la compañía.

A comienzos del 2026 se determinarán las metas de mitigación de acuerdo a los plazos establecidos por la agenda global, y para lograrlo se continuará trabajando con los productores en las estrategias que contribuyen a alcanzar las mismas.

PANORAMA Y PERFORMANCE COMERCIAL

En este capítulo nos vamos a referir a los principales mercados en los que la empresa opera, los cuales son:

- a) El mercado de lácteos doméstico
- b) Ventas Especiales
- c) El mercado de lácteos internacional
 - i. Exportaciones
 - ii. Ventas en el mercado brasileño a través de la subsidiaria Leitesol Industria e Comercio Ltda.

a) MERCADO DE LÁCTEOS DOMÉSTICO

Consumo: El consumo masivo cerró el año con una variación positiva respecto del año anterior, según lo señalado por consultoras especializadas. Pese a haber registrado una caída del 0,3% interanual en el mes de diciembre, y teniendo una desaceleración en los últimos meses del año, acumuló un crecimiento del 2% interanual. De esta manera, las ventas en este segmento lograron recuperar parte del terreno perdido el año previo, cuando se anotó un rojo de 13,9%. A pesar de la disminución de la inflación y de algunos indicadores macroeconómicos en recuperación, los niveles de consumo de bienes de rápida rotación (canasta) tuvo comportamiento desigual a lo largo de los meses desacelerándose hacia fin de año. Como factor importante se destaca sobre todo, la falta de recuperación de los ingresos frente a la inflación, especialmente en hogares de clases media y baja, y que se ha visto estancada en los últimos meses, En este aspecto, el año registró, como carácter general, bajos salarios y pérdida de empleos, factores que siguen siendo los principales desafíos para las familias, ya que en los niveles sociales medios y bajos siguen soportando el aumento de los costos del hogar en materia de servicios y transportes, y con un endeudamiento y morosidad que creció a lo largo del año.

Contando con la información del año cerrado en los distintos **canales comerciales** durante 2025, los **supermercados** mantuvieron niveles históricos de promociones, principalmente en marcas de

primer nivel, aunque no lograron revertir la caída interanual en volumen de ventas. En contraste, los canales tradicionales, como autoservicios, almacenes y kioscos, impulsaron el crecimiento. Se destacan las siguientes variaciones de los canales, en el total del volumen anual versus el año anterior: Supermercados -5.2%, Mayoristas -5%, Autoservicios independientes+0.1%, tradicionales (almacenes y Kioscos) +9.1%.

Dentro de las variaciones de las canastas y ya ingresando en las distintas categorías se observa en el acumulado del año, un crecimiento moderado resaltando los productos que conforman **"Alimentación"** creciendo +4.5% y **"Desayuno y Merienda"** +1.2%, ambas categorías donde se desenvuelven los productos de la empresa.

Respecto de la demanda de las diferentes categorías de consumo observamos que:

- Los consumidores, sobre todo de nivel socio-económico medio y bajo, rotaron sus compras hacia el canal de cercanía, negocios de barrio, conducta que se mantuvo en todos los meses del año. Compras acotadas al ingreso diario. Alterna los medios de pago con el radar orientado en las promociones y descuentos.
- Los supermercados perdieron tráfico y por consiguiente volumen como expresamos precedentemente sin recupero hasta la fecha. Continúan con prácticas de descuentos y posicionamiento a precios bajos.
- Las segundas marcas ganaron terreno.
- Durante el año se continua con la práctica de niveles de stock bajo a efectos de no inmovilizar capital.

La proyección para 2026, según indican las consultoras especializadas, anticipa una recuperación moderada basada en mayor estabilidad inflacionaria, una mejora gradual de ingresos y estrategias más eficientes en precios y surtido, en un contexto de consumidores más racionales y sensibles al precio.

Abastecimiento de lácteos en el mercado doméstico:

El año 2025 se distinguió por un fuerte incremento en la producción de materia prima láctea por lo que el mercado doméstico estuvo muy bien abastecido por parte de toda la industria y el comportamiento del mercado internacional, al cual nos referiremos más adelante, fue definiendo diferentes comportamientos en los distintos meses del año.

El acumulado del período enero-diciembre del 2025 según muestra el OCLA (Observatorio Cadena Láctea) tuvo un aumento del 5,2% en volumen de productos y del 6,4% en litros de leche equivalentes (+6,7% en el promedio diario). Estos valores son muy similares a los que presenta el consumo doméstico en el balance lácteo anual. Puede observarse, analizando por grupo de productos una recuperación generalizada y más importante en quesos de + 8.5% y otros productos como ser, en leches fluidas y en polvo que muestran un incremento del 3.7% y 2% respectivamente respecto al el año anterior.

Los productos con mayor competencia en el mercado fueron leches fluidas, en formato de leches larga vida, dulce de leche y quesos de pasta blanda. En el caso del abastecimiento llevado a cabo por las empresas del Interior del país, esta se realiza en general en las zonas de localización de cada industria, registrándose hacia el último trimestre un mayor ofrecimiento de leche larga vida y quesos



de pasta blanda y con mayor presencia de leche a bajos precios. Para los quesos, el principal rubro de destino de elaboración y comercialización de productos, se da una situación donde el volumen se ha recuperado casi en su totalidad. Claramente fue este rubro el que absorbió gran parte del 50% del crecimiento del volumen de producción primaria.

La Empresa.

Dentro del desenvolvimiento del mercado de lácteos descripto el volumen de la empresa correspondiente al mercado interno cierra con un **incremento del 1.7%**. Con un desenvolvimiento diferente en las categorías de productos por lo descripto precedentemente en cuando al mercado en Argentina.

Las políticas comerciales que se fueron aplicando fueron las siguientes:

- Ante un comportamiento del consumo con recupero muy lento e irregular durante los meses del año, se puso foco en las categorías de mayor valor agregado logrando crecimiento de dos dígitos en: cremas, mantecas, quesos de pasta semiduros, duros y rallados, quesos procesados y bebidas vegetales.
- Definición de precios de los productos con incrementos que se analizaron cada mes en función al mercado, focalizados en el mantenimiento de volumen dado la fuerte competencia y buscando compensar los incrementos en los costos de elaboración.
- Mantener las ofertas y/o promociones para los distintos canales, asegurando la ejecución en góndola a través de dichas acciones.
- Ante el traslado de canales hacia comercios de cercanía se adecuó la fuerza de ventas para llegar a mayor cantidad de clientes de almacenes y autoservicios de barrio. En este aspecto la empresa tiene una importante llegada a este canal, por lo que el crecimiento del mismo suplió la disminución registrada en los hiper y supermercados, canales donde se concentra la llegada de las empresas competidores por sus entregas a los centros de distribución y con bajas en el nivel de precios.
- En cuanto a canales y zonas de ventas el canal tradicional creció tanto en el área Metropolitana como en todo el Interior del país.

b) VENTAS ESPECIALES

Bajo esta clasificación se incluyen ventas que la Sociedad pueda eventualmente registrar por su participación en: a) licitaciones públicas organizadas por el Gobierno Nacional y/o los gobiernos provinciales, y b) ventas a clientes industriales y/o procesadores de productos lácteos.

En el caso del punto a) durante el ejercicio anual 2025 la Sociedad, no participó en licitaciones públicas. Por último, en el caso b), la Sociedad ha realizado distintas operaciones con clientes industriales, quienes utilizan nuestros productos como materia prima de otros productos y/o también, restaurantes, bares, etc. Por otra parte, como dijimos anteriormente la Compañía no participa en forma directa en licitaciones públicas, pero sí puede abastecer a empresas que eventualmente lo hagan.

En 2025 el volumen de nuestras ventas especiales creció un 6,2% con variaciones de precios positivas frente a la inflación del período.



c) EL MERCADO DE LACTEOS INTERNACIONAL

La producción de leche en la mayoría de las principales regiones exportadoras de productos lácteos a nivel mundial está creciendo con fuerza, a un ritmo que ha superado las expectativas previas de RaboResearch. En julio, la producción de leche en EE. UU. registró un aumento interanual del 4,2 %, su mayor tasa de crecimiento desde 2021, y en agosto continuó con un incremento interanual del 3,2 %. Mientras tanto, Nueva Zelanda experimentó un inicio de temporada récord, culminando en octubre, el mes de mayor oferta. Se espera que este crecimiento se mantenga durante 2026, aunque el ritmo se moderará. Los elevados precios de la leche cruda en Estados Unidos de América, Europa y Oceanía durante el primer semestre de 2025 fueron un factor clave del crecimiento actual del volumen.

En cuanto a la demanda, los mercados lácteos mundiales siguen enfrentando dificultades, especialmente entre los consumidores de ingresos bajos y medios. En general, la moderación prevista en el ritmo de crecimiento de la oferta de leche hasta 2026 debería empezar a aliviar la presión sobre los precios, a medida que el mercado busca equilibrar la oferta y la demanda.

Las exportaciones de Argentina (fuente OCLA) marcan un crecimiento contra el año anterior del **+11%** en volumen y **17.6%** en los litros de leche utilizada en los productos exportados y con un ingreso de US\$ 1.690,1 millones. La distribución de las exportaciones en volumen fue de:

- ✓ 43.8% leche en polvo principal producto de exportación del país.
- ✓ 27.9% quesos de diferentes pastas
- ✓ 18.6% para subproductos como dulce de leche, manteca, suero, etc.
- ✓ 9.7% para lactosa, caseína, yogures.

En materia de precios, el valor FOB tuvo diferentes comportamientos a lo largo del año, Respecto de la leche en polvo entera durante los primeros meses los precios FOB llegaron a superar los US\$ 4.200 /ton. hacia el mes de junio y luego comenzando a disminuir, encontrándonos a fin de año con precios de US\$ 3.400.

En el gráfico siguiente puede verse la evolución del precio de la Leche en Polvo Entera en bolsa de 25 kgs.:



Los 3.129 millones de litros de leche equivalentes exportados, representaron un récord histórico y las 425.042 toneladas de productos, las más altas en los últimos 12 años.

i) Exportaciones de Mastellone Hermanos SA.

La Compañía tuvo un año con record en materia de exportaciones (incluyendo los volúmenes destinados a nuestras subsidiarias del exterior), con un incremento de **+23%** en toneladas respecto del año anterior, alcanzando un total de 76.800 toneladas en el total de los productos exportados y con incremento en casi todas las categorías de productos. Se realizaron operaciones teniendo en cuenta la mayor disponibilidad de materia prima, consolidando sus negocios y cerrando las órdenes antes de la baja abrupta que se produjo en el último trimestre logrando un precio promedio ponderado para el año de US\$ 4.010 FOB/ton. para la leche en polvo entera.

Dentro de las exportaciones de Argentina, Mastellone Hermanos SA ocupa, al igual que años anteriores, el primer lugar de las exportaciones de leche en polvo con un total de 48.400 toneladas en el año de leche en polvo entera y 6.800 de leche en polvo descremada y continuando su desarrollo y crecimiento en categorías como en el rubro quesos duros, quesos de pasta semidura y sueros de queso además de dulce de leche incursionando en nuevos mercados.

El mayor volumen exportado fue a Brasil con destino a nuestra subsidiaria Leitesol Industria e Comercio Ltda. de dicho país. El resto de las exportaciones fueron a destinos como Argelia, China, Thailandia, Taiwan, Egipto, México, etc.

Además de lo señalado, se continúa con un trabajo constante atendiendo la demanda con destino a los países limítrofes como Uruguay, Paraguay, Chile y en el desarrollo de clientes con diferentes destinos. En relación con estos mercados regionales, nos hemos enfocado en el desarrollo de nuestras exportaciones con productos para competir en los mismos operando con marca La



Serenísima y seleccionando el surtido según la idiosincrasia de consumo de cada país. En Uruguay, tenemos un acuerdo con Fort Masis SA, empresa del grupo Danone en dicho país, quien comercializa nuestros productos en el mercado doméstico uruguayo. En el caso de Paraguay se comercializan nuestros productos a través también de un acuerdo esta vez con Arcorpar SA, empresa del grupo Arcor en dicho país. Lo mismo sucede con países tales como Bolivia y Perú.

ii.) Actividades comerciales en Brasil a través de Leitesol Indústria e Comércio S.A.

La compañía estará cumpliendo 30 años de comercialización de sus productos en diversas regiones del mercado doméstico de Brasil, esta acción la viene desarrollando a través de su subsidiaria Leitesol Indústria e Comércio S.A., la cual tiene como principal foco y negocio la leche en polvo para el canal minorista, complementando el portafolio de la marca "La Serenissima" con quesos, manteca y dulce de leche.

El año 2025 presentó un crecimiento en las ventas netas del 6,0% medido en reales, y del 4% en dólares, manteniendo los volúmenes de ventas en relación con 2024.

Las ventas netas en reales alcanzaron los R\$ 915 millones, equivalentes a aproximadamente US\$ 164 millones. En términos de volumen comercializado, considerando toda la línea de productos, se mantuvo el volumen récord de 31 mil toneladas anuales, alcanzado en el año anterior.

Es importante resaltar que el número de clientes atendidos a través de distribución directa superó los 5.600 durante el año, en línea con la política de distribución directa de la compañía.

El principal destaque sectorial del año fue el expresivo aumento de la producción de leche en Brasil, con un crecimiento estimado de aproximadamente 7% en relación con 2024, lo que intensificó el entorno competitivo. Frente a este escenario, la compañía fortaleció su estrategia de negocios operando con eficiencia, posicionamiento de marca y resiliencia, que le permite administrar positivamente escenarios cambiantes.

Investigación sobre la posible existencia de dumping en las exportaciones de leche en polvo de Argentina y Uruguay – Situación al cierre del ejercicio anual

Tal como se señaló en la Memoria del ejercicio fiscal 2024, el gobierno brasileño abrió un proceso de investigación sobre una posible practica de dumping en las exportaciones de leche en polvo no fraccionadas desde Argentina y Uruguay. Dicho proceso es llevado adelante por el Departamento de Defensa Comercial de la República Federativa de Brasil ("DECOM"), a instancias de un pedido de la Confederação da Agricultura e Pecuaria do Brasil ("CNA"), entidad representante de los productores rurales brasileños de pequeño, mediano y gran tamaño de Brasil.

En el mes de agosto 2025 el DECOM se pronunció a través de un dictamen preliminar donde, por una parte, delimitó la investigación a las importaciones de leche en polvo en formatos de presentación superiores a 800 gramos, lo cual en nuestro caso deja fuera parte de nuestras exportaciones a dicho país; y por el otro, y más importante, determinó la falta de similitud entre la leche cruda y la leche en polvo importada y, como corolario de esto, no debían aplicarse derechos antidumping provisionales.

Este dictamen prácticamente conducía a un cierre de la investigación, no obstante producto de las presiones políticas y diversas presentaciones efectuadas por la CNA, el Ministerio de Desarrollo



brasileño emitió un despacho decisorio donde instó al DECOM a que reviera la decisión tomada en agosto acerca de la falta de similitud entre la leche cruda y la leche en polvo y que emita un nuevo dictamen.

Producto de esto, el DECOM emitió un nuevo pedido de información a las empresas seleccionadas para la investigación, dando plazo para responder hasta el 3 de febrero de 2026.

Por otra parte, dicho organismo determinó que el día 4 de febrero de 2026 cerrará la fase probatoria y el 5 de mayo de 2026 dicho organismo emitirá su determinación final.

Al cierre de la presente Memoria, se ha respondido este último requerimiento de información y no han habido novedades relevantes acerca de esta investigación.

ACCIONES DE MARKETING DEL AÑO

A lo largo del año continuó el fortalecimiento de la marca La Serenisima con crecimiento de 3,5 puntos de su preferencia marcaría en consumidores del mercado Argentino, alcanzando el 50% de indicador según *Fuente: Ipsos Informe Brand Tracking LS umbrella 2025*

Al mismo tiempo que la marca fue una vez más la segunda más elegida dentro del mercado de consumo masivo (FMGC) en el país con 221 de CRP (ganando +1,5% vs. año anterior); detrás de Coca Cola. *Fuente: Wordpanel Informe Brand Footprint*

En términos de volumen, mientras el consumo según Scenia no logra recuperarse y cae -0,3%, las ventas de las marcas de Mastellone crecieron 1,6%, con un crecimiento aun mayor (+20%) de categorías estratégicas entre las que destacan: Leches Funcionales, Quesos Untables, Quesos Rallados y Cremas aportando fuertemente a la contribución en valor.

Leches:

En un contexto donde el consumo masivo no logra recuperar el terreno perdido en 2024, durante el 2025 en la categoría de leches logramos crecer respecto del año anterior. Para lograrlo, continuamos revalorizando la **Leche Fresca** a través de una nueva campaña de comunicación bajo el claim "calidad que nutre tu vida". Esto trajo como resultado un crecimiento significativo de participación de mercado de +2,5 puntos dentro del segmento fresco, con un amplio liderazgo versus la competencia.

Además, en línea con la tendencia de búsqueda de alimentos de alto valor nutricional y saludabilidad, logramos seguir consolidando **Leches Funcionales**; nuestro segmento de mayor valor, que se mantiene en alza año tras año, creciendo en 2025 a doble dígito versus el año anterior y alcanzando volúmenes récord. Para continuar fortaleciendo este segmento y amplificarlo cada vez más, ejecutamos dos nuevas campañas de comunicación de nuestras líneas principales: Zero Lactosa y Protein, bajo el concepto "nutrición pensada para vos", buscando así responder a las necesidades puntuales de cada consumidor.

Por último, se destaca el gran crecimiento de **Leche en Polvo**, incrementando su volumen a doble dígito versus el año anterior. Se afianzaron nuevos productos como Leche en Polvo Zero Lactosa y además se incorporan en 2025 nuevas presentaciones al portfolio como fue el caso de las Leches en Polvo La Serenisima de 800gr, tanto entera como descremada. Esta nueva presentación de mayor gramaje es idónea y relevante dentro del mercado, aportando volumen incremental a nuestro negocio.

Bebidas lácteas:

El 2025 estuvo marcado por una estrategia de fortalecimiento del portfolio, combinando innovación, renovación de propuestas y foco en los principales drivers de crecimiento. La línea **Protein** continuó



ganando relevancia dentro del segmento, acompañando la tendencia de consumo de productos con mayor aporte proteico y propuestas funcionales. Logrando cerrar el año con un extraordinario crecimiento. **Sense** continuó consolidándose como una propuesta diferencial dentro de la categoría, renovando y modernizando su imagen que transmite mayor indulgencia y sabor. Además, lanzamos nuevas variedades, para reforzar el posicionamiento como una opción de disfrute, combinando sabor, calidad y practicidad, gracias a estas acciones logramos crecer a doble dígito respecto al año anterior.

Por último, la línea **Bebible** siguió ampliando su universo de sabores, con el lanzamiento de cookies & cream orientado a la indulgencia y al disfrute, buscando captar nuevos momentos de consumo y reforzando su conexión con públicos jóvenes.

Bebidas vegetales:

La categoría de Bebidas Vegetales continuó consolidando su liderazgo. A lo largo de todo el año, La Serenisima 100% Vegetal mantuvo de manera sostenida su liderazgo en participación de mercado, reafirmando su posicionamiento como referente del segmento.

Quesos untables:

En un año en donde el mercado de quesos untables acompañó la leve recuperación del consumo, nuestra Compañía logró destacar con un considerable crecimiento en ventas, impactando de manera favorable en una mayor participación de mercado. Para alcanzar este logro, fueron fundamentales tanto la innovación en packaging, la campaña de comunicación "Más placer para tu día" y el foco comercial para mantener un posicionamiento de precio correcto para nuestras dos líneas de quesos Untables: Finlandia y Cremón.

Durante 2025, renovamos la imagen y los packs de nuestra línea de Queso untable Finlandia, innovando con el primer envase encartonado del país, lo que nos permitió fortalecer nuestro destaque y diferenciación dentro de una categoría siempre dinámica y competitiva.

Quesos blandos:

Participamos con nuestro Queso Cremón Doble Crema de la campaña de comunicación "Gente Serenisima", así como del programa más visto de la TV argentina "MasterChef", mediante los cuales impulsamos a las familias argentinas a cocinar con la tranquilidad y calidad que garantizan nuestros productos. Renovamos la comunicación en redes sociales buscando que el consumidor encuentre nuevas formas de utilizar el producto bajo el lema de #Cremónalrescate y confié en que utilizándolo puede salvar cualquier comida.

Quesos semiduros y duros:

Impulsamos nuestros quesos La Serenisima Selección participando en diferentes eventos con cata y degustación, y también a través de comunicación digital en redes sociales, streaming e influencers.

Quesos especiales:

Actualizamos la marca y el diseño de nuestros Quesos Especiales. Pasaron de ser "Finlandia" a "LS Selección", buscando una unificación con la categoría de Quesos Semiduros y Duros. También renovamos su aspecto, haciéndolos más premium y destacando los más en la góndola.

Quesos Rallados:

2025 fue un año más que favorable para una de las categorías que mayor valor aportan a la Compañía, pudiendo crecer tanto en ventas como en participación de mercado. Participamos con nuestro emblemático queso rallado reggianito de la campaña de comunicación "Gente Serenisima",



así como en el programa de TV "MasterChef", mediante los cuales impulsamos a las familias argentinas a cocinar con la tranquilidad y calidad que garantizan nuestros productos.

Creimas:

Finalizamos el 2025 consolidando nuestro amplio liderazgo en el mercado y logrando un crecimiento sostenido en el interior del país.

La categoría formó parte de la campaña de comunicación "Gente Serenisima" (TV + Digital) y tuvo presencia en el programa de TV "MasterChef", con una pieza exclusiva que destacó los beneficios y la tranquilidad que brinda cocinar con Cremas La Serenisima.

Dulce de leche:

En 2025 iniciamos una estrategia de diferenciación para preservar el liderazgo de la categoría, asegurando competitividad en un mercado cada vez más desafiante. Como parte de esto, renovamos la imagen y el packaging, incorporando el primer envase encartonado del país. Esta innovación nos permite ofrecer el mejor dulce de leche en un pote que acompaña la experiencia de consumo, un factor clave en una categoría altamente comoditizada y competitiva por precio.

Además, lanzamos la primera campaña digital con inteligencia artificial de la compañía, bajo el concepto "Ponele Colonial, Ponele Felicidad". Esta acción no solo comunicó el "cuchareo" como momento de indulgencia, sino que también generó deseo y conexión emocional con el producto, reforzando la idea de que cualquier preparación simple mejora al sumarle dulce de leche Colonial.

Mantecas:

Cerramos 2025 consolidando nuestro liderazgo en el mercado, fortaleciendo la presencia de la categoría a través de la campaña "Gente Serenisima" (TV + Digital) y en el programa de TV "MasterChef". Esta campaña destacó los beneficios y la tranquilidad que brindan nuestros productos al momento de cocinar, reforzando la conexión con los consumidores y la propuesta de valor de la marca.

OPERACIÓN INDUSTRIAL

En el transcurso del año, conseguimos realizar los planes productivos y poner en marcha las inversiones necesarias para abastecer las necesidades de mercado.

Fruto de las iniciativas impulsadas por el Comité de Cambio Climático, MHSA logró la verificación de su inventario de gases de efecto invernadero bajo la norma ISO 14064-1 otorgada por el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM), convirtiéndose en la primera empresa láctea del país en obtener este reconocimiento. Este hito demuestra no solo nuestro compromiso con la sostenibilidad y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero sino también la decisión de alinear su gestión a estándares reconocidos internacionalmente. En este proceso se estableció el 2019 como año base y se logró una reducción en el período hasta el 2024 del 8,9% de las emisiones.

A fines del 2024 MHSA anunció la firma de dos contratos para la adquisición de energía renovable con Pampa y MSU Green Energy, que se sumaban al firmado en 2020 con AES Argentina. Esto permitió que durante el 2025 el 74,4% de la energía eléctrica adquirida fuera de fuentes renovables, eólica y fotovoltaica. Logrando una reducción de emisiones de gases de efecto invernadero por un total de 23.968 Tn CO_{2eq} y un ahorro superior a USD 1.661.000.

Durante el presente ejercicio logramos incrementar la tasa de reciclaje de residuos respecto al período anterior, alcanzando el 88,8%. Vale la pena resaltar que el Complejo Industrial Pascual

Mastellone, el de mayor envergadura situado en General Rodríguez, logró el objetivo de enterramiento cero. Esto implica que no se enviaron residuos desde el complejo a ningún relleno sanitario.

Queremos destacar además una importante mejora en otro de los pilares de la gestión ambiental como es el consumo de agua. En el presente ejercicio logramos un incremento en la tasa de reciclaje de agua, alcanzado el 21,2% desde 17,7% del período 2024. Eso implicó una reducción en el consumo de agua de unos 140.676.000 litros.

En el marco de nuestro plan de Packaging 2030, en el presente ejercicio tuvimos importantes avances en los pilares de reducción de consumo de plástico virgen e incorporación de plástico reciclado. Uno de los proyectos más destacados fue el desarrollo de los potes encartonados para los envases de Dulce de Leche y Finlandia. Esto nos permitió reducir el consumo de plástico virgen, entre un 5% y 16% respectivamente. Además, hemos logrado un cambio significativo con nuestras botellas PET incorporando un 20% de plástico reciclado post-consumo (PCR) en las preformas y el termo contraíble que conforma el pack. Estos desarrollos son grandes pasos hacia nuestros objetivos de sostenibilidad y demuestra nuestro liderazgo en la industria láctea hacia prácticas más responsables en toda la cadena de valor fomentando el reciclado de envases post consumo.

Complejo Industrial Pascual Mastellone, General Rodríguez, Provincia de Buenos Aires:

Producciones, proyectos y puesta en marcha de líneas:

- **Corrección de factor de potencia (Nueva reglamentación)**

Se ejecutó la adecuación de las instalaciones eléctricas para cumplir la nueva regulación de la Secretaría de Energía de la Nación. El proyecto incluyó la incorporación de sistemas de compensación automática del factor de potencia, mejorando la eficiencia energética y reduciendo penalidades por consumos reactivos.

- **Reemplazo de pailas de Dulce de Leche**

En el marco del plan de renovación programado, se reemplazaron dos pailas de cocción de Dulce de Leche que habían alcanzado su fin de vida útil. Este recambio permite asegurar la estabilidad del proceso, mejorar la homogeneidad del producto final y continuar con el programa de renovación anual previsto.

- **Recupero de sólidos lácteos – CIP Central**

Se instaló un nuevo sistema de recupero de sólidos provenientes de tanques de leche cruda. Este proyecto contribuye a la reducción de mermas lácteas, mejora la eficiencia hídrica del proceso y reduce la carga orgánica enviada al sistema de efluentes.

- **Transición y adecuación de Cremería**

Se avanzó en la reorganización operativa y la automatización de las tareas del sector de Cremería, centralizando procesos y mejorando los flujos productivos. La adecuación permite simplificar la operación, reducir tiempos improductivos y aumentar la eficiencia global del área.

Planta Canals, Provincia de Córdoba

- **Reemplazo del banco de agua helada**

Durante el año se ejecutó el reemplazo completo del banco de agua helada de la planta, cuya tecnología había alcanzado su obsolescencia. La nueva instalación permite mejorar la eficiencia energética del sistema y ampliar su capacidad operativa en un 40%. Esta ampliación acompaña el crecimiento productivo de la planta y asegura una mayor estabilidad térmica en los procesos sensibles de elaboración y enfriamiento.

- **Cambio de pasteurizador de suero**

Se reemplazó el pasteurizador de suero por un nuevo equipo de mayor capacidad y eficiencia térmica. La modernización permite asegurar la calidad microbiológica del suero, mejorar la recuperación de sólidos y garantizar condiciones operativas acordes a la demanda creciente de la planta.

Planta Trenque Lauquen, Provincia de Buenos Aires:

- **Cambio de lona de coagulador**

Se reemplazó la lona del coagulador debido a su fin de vida útil, asegurando la continuidad operativa y la eficiencia del proceso de coagulación. Esta mejora es fundamental para mantener las condiciones higiénicas y la calidad del producto.

- **Condensador evaporativo de amoníaco**

Se reemplazó el condensador evaporativo por un equipo de nueva tecnología. El cambio mejora la eficiencia energética y aumenta la capacidad del sistema de refrigeración en un 20%, asegurando estabilidad térmica en los procesos productivos.

Planta Villa Mercedes, Provincia de San Luis:

- **Instalación de 2 celdas de media tensión 33 kV**

Se reemplazaron las celdas existentes equipadas con seccionador bajo carga por nuevas celdas con interruptor y sistema de protección integrado. Esta actualización mejora la seguridad operativa, la confiabilidad eléctrica y la capacidad de maniobra ante contingencias.

- **Reemplazo de condensadores**

Se reemplazó uno de los condensadores existentes por un equipo renovado que mejora la eficiencia energética y aumenta la capacidad en un 20% respecto al original. Con esta actualización se garantiza una operación más estable y se acompaña el crecimiento productivo del sitio.

Planta Leubucó, Provincia de Buenos Aires:

• *Desmolde automático de quesos*

Se avanzó con la automatización de la línea de desmolde de quesos tipo Sardo y Reggiano. Este avance moderniza el proceso, reduce la intervención manual y asegura una mayor repetitividad en las etapas críticas de la elaboración.

Perspectivas y proyectos para el año 2026

Para el año mencionado están planificados una serie de proyectos tendientes a seguir generando productividad y eficiencia productiva, todo esto se encuentra dentro de un plan de mejora que la empresa viene ejecutando año a año. Los principales trabajos serán de robotización de finales de línea y cambios de packagings secundarios con mayor eficiencia de transporte y mejor aprovechamiento de depósitos de almacenamiento de producto terminado.

Seguiremos con los trabajos en proyectos que apuntan a minimizar los desperdicios y mermas que se generan durante la producción, también se realizarán trabajos en plantas de tratamientos de efluentes para optimizar su uso y eficiencia. Seguiremos con la implementación del programa de TPM (mantenimiento productivo total), tendiente a mejorar la eficiencia de las líneas productivas.

Junto al área de Recursos Humanos de la empresa seguimos trabajando en los sectores con capacitaciones en cuanto a calidad y seguridad, con esto buscamos seguir a la vanguardia y estar preparados para las más altas normativas que se exigen y modernizan continuamente.

SUSTENTABILIDAD EN MASTELLONE HERMANOS S.A.

Reafirmamos diariamente nuestro compromiso mediante acciones e iniciativas estratégicas que impulsan el desarrollo sustentable. Durante el período 2025, continuamos trabajando y fortaleciendo la gestión en línea con nuestra Política de Sustentabilidad, afrontando nuevos desafíos con la convicción de la responsabilidad que implica ser una empresa elaboradora de alimentos y líder en el mercado.

Los factores más relevantes que consideramos son aquellos que contribuyen al cumplimiento de los objetivos sustentables, integrándose en la planificación, las acciones y la toma de decisiones estratégicas desde su ámbito de gobierno, a través del Comité de Sustentabilidad integrado por directores y accionistas. De esta manera, convertimos nuestro accionar en una cultura que se promueve en todos los niveles y áreas de la compañía, consolidando un modelo de negocio responsable y alineado con el desarrollo sustentable.

Desde hace años integramos y hacemos extensiva esta filosofía a todas las partes interesadas, pero fundamentalmente a toda la cadena de valor.

En este marco, la Gerencia de Sustentabilidad asume un rol clave para el negocio, ya que lidera, define, desarrolla e implementa el Plan Estratégico de Sustentabilidad a nivel corporativo, contribuyendo al desempeño, crecimiento y desarrollo de la compañía, sin descuidar la perspectiva del triple impacto. Asimismo, conduce el proceso de sustentabilidad en lo referido a la implementación de programas, proyectos e iniciativas alineadas con los compromisos asumidos y con la estrategia del negocio.

Nuestro compromiso con el desarrollo sustentable se basa en una gestión responsable que considera iniciativas que promuevan 5 temas claves que se encuentran documentados en nuestra Política de Sustentabilidad establecida desde el año 2017 y validada en 2022:



- El aseguramiento sustentable de la materia prima;
- El uso responsable del agua;
- El uso eficiente de la energía;
- El Desarrollo Humano;
- La Vida Saludable.

Nuestra Estrategia de Sustentabilidad – Sienta sus bases en 3 pilares fundamentales:

Sustentabilidad en la Estrategia del Negocio <i>Integración en la planificación del negocio y su cadena de valor</i>	Sustentabilidad en el Desempeño de las Personas <i>Implementación de mecanismos para la comprensión e internalización del concepto</i>	Sustentabilidad en el Proceso de Gobierno y Gestión <i>Gobierno de la Sustentabilidad y procesos de gestión</i>
--	--	---

Nuestro Desempeño

Durante el año 2025, Mastellone Hermanos SA emitió la 13^a edición de Reporte de Sustentabilidad, basado en los estándares internacionales de la metodología GRI (Global Reporting Initiative) y SASB (Sustainability Accounting Standards Board) y lineamientos de la Norma ISO 26000. Dicho reporte y los históricos (desde el año 2012) son de acceso público y pueden descargarse de la página web <http://www.mastellone.com.ar>

Resultados del Negocio - Sustentabilidad 2025. Destacados:

Ciclo de Planificación anual de Negocio:

6 direcciones y áreas estratégicas participantes del proceso de planificación 2025

10 Iniciativas Estratégicas (IE) implementadas:

- 1) Estrategia de Abastecimiento Sustentable
- 2) Tambo Sustentable
- 3) Packaging y sustentabilidad
- 4) Agua y Efluentes
- 5) Cambio Climático
- 6) Diversidad e inclusión
- 7) Salud y Seguridad / Cuidado de las Personas
- 8) Integridad
- 9) Estrategia de nutrición y vida saludable
- 10) Pérdidas y Desperdicio de Alimentos

8 Planes operativos de Sustentabilidad presentados

164 iniciativas/proyectos de sustentabilidad. 97.6% Gestionadas 86.1% Finalizadas.

Revisión del proceso Sustentabilidad 2022-2025: Aprobado por Comité de Gobierno

Compromisos Nacionales e Internacionales de rendición de cuenta del Negocio:

Informe DSF (Dairy Sustainability Framework) enviado el 17/05/2025, COP / ONU – Pacto Global: Publicado en ONU el 30/06/2025, ODS 9^a Edición (Objetivos de Sustentabilidad) se presentaron 23 casos que fueron cargados en la plataforma del CEADS el 25/08/2025 <https://www.ods.ceads.org.ar> y Reporte de Sustentabilidad de 2024 <https://www.mastellone.com.ar/ReporteSustentabilidad/2024/index.htm>, en el cual desde el acceso se ingresa al micrositio del reporte donde se encuentra el video, el abstract y un resumen dinámico de la información más relevante.



Se trabajó durante el año en el seguimiento de los 3 KPI sustentables en las condiciones del crédito de Rabobank.

Resultado destacado de las iniciativas estratégicas

En Mastellone Hnos. reforzamos año a año nuestro compromiso con la lucha contra el cambio climático, impulsando acciones concretas orientadas a la mitigación de impactos y a la transición hacia un modelo de producción más sostenible.

Con la mirada puesta en el futuro, continuaremos definiendo objetivos de corto y mediano plazo, promoviendo acciones de reducción a lo largo de toda la cadena de valor y estableciendo metas de descarbonización alineadas con estándares internacionales, con el propósito de contribuir activamente a la transición hacia una economía baja en carbono.

Además, durante el período 2025 participamos del Acelerador de Ambición Climática del Pacto Global de las Naciones Unidas, promoviendo el intercambio de experiencias, el análisis de brechas y el desarrollo de objetivos orientados a fortalecer nuestra acción climática.

Huella de Carbono.

Durante el 2025 se recibió la auditoría externa por parte de IRAM para la verificación de la huella de carbono organizacional, con un alcance que incluyó las emisiones directas e indirectas relacionadas a la logística, los procesos productivos, insumos, distribución de productos hasta los puntos de venta, así como las emisiones derivadas de la producción primaria de leche. Los resultados fueron satisfactorios, obteniendo la verificación tanto del año base 2019 como del último período calculado, 2024.

Paralelamente, la Sociedad implementó múltiples acciones para reducir su impacto: incorporación de energía renovable en un 80% de la matriz eléctrica, sustitución del fuel oil por gas natural en dos plantas, reducción del uso de plástico en envases mediante el rediseño, disminución de los kilómetros recorridos por transporte de materia prima, insumos y productos, aumento de la tasa de reciclaje de residuos y reducción de la carga orgánica de los efluentes. Gracias a estas iniciativas, entre 2019 y 2024 se logró una reducción del 8,9% en las emisiones de GEI, un avance significativo que refleja la efectividad de las medidas adoptadas.

Eficiencia Energética

Monitoreamos de forma permanente el consumo energético de nuestros procesos productivos con el objetivo de incrementar la eficiencia y avanzar hacia una operación cada vez más sustentable.

En este sentido, durante el período se llevaron adelante distintas acciones de mejora tecnológica, entre ellas el reemplazo de condensadores por obsolescencia, lo que permitió alcanzar mejoras del 20% en eficiencia energética y capacidad en la planta de Villa Mercedes, así como el reemplazo de un condensador evaporativo de amoníaco, con resultados similares en el Centro Industrial Villa Mercedes (CIVM). Asimismo, se realizó el reemplazo de la banca de helados en la planta de Canals, logrando una mejora del 40% en eficiencia energética y capacidad.

Energías renovables.

Se mantuvo la estrategia de transición energética mediante la continuidad de los contratos de abastecimiento de energía renovable firmados en 2024 con MSU Green Energy, que permiten que aproximadamente el 63% de la energía utilizada provenga de fuentes limpias, y con Pampa Energía,



lo que elevó el nivel total de abastecimiento renovable al 80%. Ambos acuerdos cuentan con una vigencia de diez años por lo que garantizan estabilidad, previsibilidad y continuidad en el avance hacia una matriz energética más limpia.

Efluentes líquidos y residuos.

Controlamos de manera permanente los procesos productivos y las operaciones de cada planta con el objetivo de disminuir la carga orgánica enviada a los sistemas de tratamiento. Asimismo, realizamos inversiones destinadas a asegurar el funcionamiento eficiente de estos sistemas.

Economía circular

Trabajamos constantemente para disminuir los residuos generados por nuestras actividades productivas, aumentando la proporción de materiales reciclables y fortaleciendo las prácticas de reutilización y reciclado. Además, llevamos adelante la clasificación de residuos desde el origen, diferenciándolos según su tipo: reciclables, similares a domiciliarios, especiales o patógenos, lo que nos permite una gestión más eficiente y responsable.

El 100% de los residuos generados en el Complejo Industrial de General Rodríguez fueron reciclados. En materia de circularidad de materiales en el posconsumo, se instaló un Punto Verde en Bariloche en asociación con 5 compañías y una cadena de retail para poder recuperar estos materiales.

Derechos Humanos

Durante 2025, se publicó la Política de Derechos Humanos que refuerza los lineamientos éticos de la compañía y orienta el accionar de todos los niveles de la organización y de su cadena de valor. En la misma, Mastellone Hnos promueve la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas (ONU), la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y otros convenios pertinentes.

Continuamos trabajando en la definición de ejes, acciones y abordajes vinculados a la gestión social y de personas. En materia de género, impulsamos acciones orientadas a la incorporación de mujeres en posiciones de gestión y en diversos puestos de la organización, así como el análisis y la propuesta de extensiones de licencias. En relación con la violencia y el acoso laboral, implementamos un protocolo alineado con el Convenio N° 190 de la OIT. Asimismo, continuamos con el Programa de Integridad, que incluye un Código de Conducta, un canal de denuncias externo y procedimientos específicos para la gestión de los casos.

Ámbito académico

Participamos en 10 actividades en distintas maestrías, posgrados, y cátedras de grado en diferentes ámbitos. UBA/ITBA/AUSTRAL/INTI. Además de eventos con la participación de 568 personas.

Con el programa de mentorías a escuelas técnicas acompañamos a las de 124 alumnos con sus docentes, en 23 proyectos de 23 escuelas, abarcando 4 jurisdicciones educativas de la Provincia de Buenos Aires, San Juan, San Luis y CABA.

Proyectos en materia de sustentabilidad para el periodo 2026:

Se avanzará en la presentación de la nueva Estrategia de Sustentabilidad 2026–2030, junto con la modificación y adecuación del reporte, adoptando los nuevos criterios GRI sectoriales vigentes. Asimismo, se trabajará en la revisión y ajuste del proceso POS, así como en la actualización del



tablero de sustentabilidad, el desarrollo de SMETA y del sistema de gestión de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

RECURSOS HUMANOS EN MASTELLONE HERMANOS S.A.

Situación General.

La dotación de la Compañía y de sus Sociedades Controladas (cualquiera sea la naturaleza de la relación laboral existente) ha tenido la evolución indicada en el siguiente cuadro:

Fin de	Argentina	Brasil	Total
2023	3.210	144	3.354
2024	3.227	141	3.368
2025	3.210	144	3.354

El promedio de edad del personal es de 44,1 años y la antigüedad promedio es 18,3 años. Esto muestra a las claras el compromiso y sentido de pertenencia del personal de la Compañía.

Capacitación

Durante el 2025, mantuvimos nuestro procedimiento de capacitación y ejecutamos el Plan Anual en base a la detección de necesidades alineadas a la estrategia del negocio. Los ejes de trabajo se focalizaron tanto en el desarrollo de competencias organizacionales, como en el de competencias técnicas que acompañan estratégicamente los desafíos del negocio. Se realizaron 337 ediciones de cursos de capacitación en los que participaron 2952 colaboradores, que les destinaron en total 39452 horas/hombre. Las principales áreas abarcadas por los distintos cursos fueron:

- Liderazgo
- Calidad e Inocuidad Alimentaria
- Mantenimiento
- Seguridad
- Sistemas
- Sustentabilidad

Continuamos potenciando la digitalización para potenciar el desarrollo de las personas y brindamos capacitaciones presenciales para alcanzar mayor efectividad en temáticas que así lo requieran.

RELACIONES CON LA COMUNIDAD

Desde el área de Relaciones con la Comunidad trabajamos para generar vínculos en las comunidades donde la Compañía tiene sus plantas industriales, clasificadoras, y en donde realizamos la recolección de leche cruda; con el objetivo de fortalecer los lazos ya creados a lo largo de nuestra historia.

Así, llevamos a cabo diversas acciones enmarcadas dentro de diferentes programas, tales como: experiencias educativas, el programa de donaciones y las campañas institucionales.

Se presentan a continuación los principales resultados de la gestión:



- Alcanzamos 147.173 contactos de forma directa a través de experiencias educativas.
- Donamos el equivalente a 2.228.325 vasos de leche
- 48.700 estudiantes y familias recorrieron presencialmente los Complejos Industriales de General Rodríguez y Trenque Lauquen.
- Impactamos en 4.600 experiencias educativas en el Museo de los Niños del Shopping Abasto y más de 6.000 en otras comunidades en donde Mastellone Hermanos posee sus plantas productivas.

Ejes del área:

- Experiencias educativas.
- Programa de donaciones.
- Campañas de hábitos nutricionales.
- Servicio a la Dirección de Desarrollo y Abastecimiento Lácteo para las exposiciones, eventos de relacionamiento con productores y actividades sectoriales.

Experiencias educativas:

Se alcanzaron 147.173 experiencias educativas, mediante la articulación de 9 programas tanto presenciales como virtuales, aumentando el alcance en un 6,5% comparado con el año anterior y un 18% comparado con el 2023.

La compañía sostuvo el programa de visitas presenciales en el Complejo Industrial Pascual Mastellone y en el Complejo Industrial Victorio Mastellone (Trenque Lauquen), superando las 48.000 personas en ambas localidades.

Se ofrecieron experiencias tecnológicas (Realidad Virtual y Realidad Aumentada) en todos los eventos y activaciones fuera de los complejos industriales con contenidos educativos correspondientes a: Visitas Asíncronas, Cuidado del Medio ambiente, Sustentabilidad y Hábitos nutricionales.

Se ofrecieron Visitas Virtuales a todas aquellas instituciones que por motivos económicos y de distancia no podían acercarse a los complejos industriales para realizar las visitas. En dichos encuentros participaron más de 2.506 personas.

Participación en el Museo del Abasto acompañando campañas de Desayuno no se toma vacaciones, Vuelta a clases y Leche Escolar, con un alcance de 4.688 personas.

En el marco de la campaña "El Desayuno no se toma Vacaciones", se realizaron activaciones en Pinamar, Fundación Temaiken y Mendoza con un alcance directo de 25.503 personas.

Se brindaron talleres en Clubes y Colonias para compartir el circuito productivo de la leche y promover una alimentación saludable alcanzando más de 6.045 personas.

Se sostuvo el programa de Talleres de Reciclado y Sustentabilidad en Villa Mercedes, Trenque Lauquen y General Rodríguez. Alcanzando a más de 33 instituciones participantes.

Junto a la Dirección de Desarrollo y Abastecimiento Lácteo se coordinaron 9 (nueve) Eventos del sector productivo lechero y se acompañó en la organización de 4 (cuatro) Patios Lecheros.

- Por 4° año consecutivo, participamos en las Olimpiadas Lecheras Nacionales realizadas en Esperanza, Provincia de Santa Fe con 53 escuelas participantes entregando una vez más la "Copa Mastellone Hermanos", que premia a las instituciones que compiten en un certamen educativo de temáticas lecheras.

Programa de donaciones:



A través de nuestro programa de relacionamiento con instituciones vulnerables, comedores y entidades de bien público, realizamos las siguientes acciones:

Durante 2025 se donaron 423.665 litros de leche.

Más de 80 PC's donadas a instituciones benéficas, clubes y escuelas de General Rodríguez, Trenque Lauquen, Villa Mercedes y Canals.

Se realizaron 6 Talleres de Buenas Prácticas de Manipulación de Alimentos en comedores y merenderos alcanzados por las donaciones.

En el Marco del Día Mundial de la Leche, junto a la Red de Banco de Alimentos, Fundación Conin y el Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez se donaron 50.000 litros de leche.

Se entregaron donaciones de pintura, muebles, sillas, luminarias y kits de cocina a escuelas, clubes y comedores de nuestras comunidades.

COMUNICACIÓN EXTERNA Y MARCA INSTITUCIONAL

Campañas Institucionales

En 2025 en la compañía se planificaron e implementaron 4 campañas institucionales que tienen el objetivo de promover hábitos saludables y visibilizar los beneficios de los lácteos entre distintos públicos de interés. Entre ellos se destacan la comunidad en general, líderes de opinión y medios de comunicación, así como también a los colaboradores de la compañía.

El desayuno no se toma vacaciones:

Las vacaciones traen consigo una interrupción natural en la rutina de muchas familias. Distendidos, entre salidas, actividades y momentos de disfrute hay quienes se despiertan más tarde o bien saltan el desayuno para pasar directo al almuerzo. Por eso, Mastellone Hnos. Lanza una campaña con el fin de visibilizar la importancia de continuar con el hábito de desayunar aún en el receso escolar. Como resultado, se llevaron adelante actividades lúdicas pensadas para toda la familia en verano en Pinamar, Fundación Temaiken y, durante las vacaciones de invierno, la Mendoza y en el Complejo Industrial Pascual Mastellone (General Rodríguez) junto a sus colaboradores.

En cuanto a la difusión de "El Desayuno no se toma Vacaciones", se gestionaron 91 notas de prensa entre entrevistas y la publicación del comunicado.

Vuelta al Cole

Con el fin de dar soporte a las familias en el regreso a clases, se diseñó una campaña que contribuye a dar soluciones en el armado de viandas escolares. Así sostiene su compromiso de promover comunidades más saludables.

Así, la Compañía llevó a cabo talleres y actividades lúdicas en el Museo de los Niños del Shopping Abasto, entre las que se destacaron el taller de cocina, un juego para armar tu vianda y un sector de arte.

Finalmente, para visibilizar la campaña y los mensajes nutricionales se implementó una campaña de difusión que constó de 9 notas de prensa y se generaron 28 contenidos en redes sociales y se realizó difusión interna.



Día Mundial de la Leche

En el marco del Día Mundial de la Leche, que se celebra el 1° de junio por iniciativa de la FAO (Food and Agriculture Organization), Mastellone Hnos Llevó a cabo tu tradicional campaña institucional que busca difundir sus beneficios y concientizar sobre la importancia de su consumo.

Asimismo, esta iniciativa responde a uno de sus compromisos sociales, el de estar cerca de las comunidades más vulnerables.

A través de esta campaña se publicaron 164 repercusiones que lograron un alcance de 5.301.572 personas. Entre ellas, se destaca el especial de "El Noti de la Gente" de TELEFE, una nota que permitió mostrarle a miles de personas cómo la Compañía elabora cada día la leche fresca que llega a cada rincón del país. Por otra parte, se realizaron 7 contenidos en las redes sociales oficiales de la marca y 4 contenidos para público interno.

En el marco de su compromiso con la comunidad, la Sociedad donó 250.000 vasos de leche a través de la Red de Bancos de Alimentos, Fundación CONIN y el Hospital de Niños Ricardo Gutiérrez. La Compañía realizó una activación en el Parque Municipal Conrado Villegas de Trenque Lauquen, donde se montó un espacio específico que combinaba los motivos de la campaña con las referencias institucionales de Mastellone Hnos. En dicha ocasión se realizaron talleres de Cocina con la leche como principal ingrediente, se realizaron actividades artísticas con motivos nutricionales y se contaba con distintos espacios recreativos con temáticas alusivas a la campaña.

Además, durante el mes de junio, se realizaron talleres de nutrición y buenos hábitos para alumnos de Pre Escolar y Nivel primario en el Museo de los Niños del Shopping Abasto.

Reconocimientos recibidos por la compañía

Durante el año 2025 la Compañía ha recibido las siguientes distinciones:

Ranking	Institución/Medio	Puesto
Los 100 Mejores en Imagen	SEL Consultores. Publica Revista Apertura	22
Top Brands marca La Serenisima	Revista Apertura	9
BrandFootprint	Kantar	2
Ranking Merco Talento	Merco	52
Ranking Reputación Corporativa	Merco	60
Ranking 100 empresas exportadoras	Prensa económica	47
Ranking 100 empresas exportadoras (Ranking Sectorial)	Prensa económica	1
Las 1000 empresas que más venden	Revista Mercado	66
Las 1000 empresas que más venden (Ranking Sectorial)	Revista Mercado	2
Meaningful Brands	Havas	8



Mejores Empleadores	Apertura	68
---------------------	----------	----

Además, la compañía fue reconocida con:

PREMIOS EIKON

Oro – Campaña 95 Aniversario

Bronce - "Estudio Intolerancia a la Lactosa"

Bronce - "El Desayuno no se toma vacaciones"

PREMIO A LA EXPORTACIÓN

Categoría de Industria Láctea, de la Revista Prensa Económica.

PREMIOS CONCIENCIA

Mención Especial - "Estudio intolerancia a la Lactosa"

Mención de Honor - "Acuerdos de Energía Renovable"

PREMIOS APSAL

"El Desayuno no se toma vacaciones"

"Estudio Intolerancia a la Lactosa"

"Campaña Día Mundial de la Leche"

"Acuerdos Energía Renovable"

"Verificación de la Huella de Carbono"

BUMERAN AWARDS

1° Premio "Estrategia Digital en Captación de Talento"

Gestión de comunicación externa

En 2025 se gestionaron 1.614 notas, un 18% más que en 2024.

Entre las principales iniciativas, se destacan:

Encuentro con líderes de opinión por la Verificación de la Huella de Carbono de la Compañía

Con el fin de dar a conocer el hito, llevamos a cabo un anuncio público del que participaron 16 periodistas de medios de alcance nacional, especializados en sustentabilidad y agro.

Finalizado el evento se envió el comunicado oficial, titulado: "Mastellone Hnos. se convierte en la primera empresa láctea del país en obtener la verificación de su huella de carbono" y se realizaron entrevistas con el vocero oficial.

El anuncio logró un total de 71 notas de prensa con un alcance de 1.756.510 contactos. Asimismo, la verificación también se comunicó a través del LinkedIn oficial de la empresa y a su público interno.

Difusión de temas de impacto ambiental positivo

Con el fin de visibilizar el compromiso de Mastellone Hnos., se trabajó para difundir públicamente las iniciativas que Mastellone Hnos. lleva adelante en pos del cuidado del medio ambiente con el fin de contribuir a mejorar la reputación de la compañía y aumentar su valor marcario.



Así, se logró un crecimiento del 95% de las notas de dicho eje. Entre los temas que mayor visibilidad tuvieron en medios se destacaron no sólo la verificación de la huella de carbono sino los acuerdos de energía renovable y los talleres de eficiencia y huella de carbono.

DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN NUTRICIONAL

La compañía cuenta con un Departamento de Información Nutricional (DIN), cuya misión radica en contribuir con el posicionamiento de la compañía dentro de un entorno saludable mediante la interacción con entidades científicas, sector público y privado.

Los ejes del área:

Nutricionistas, Médicos especializados en nutrición y estudiantes

Divulgación científica

Educación alimentaria

Difusión de hábitos saludables a los colaboradores

Durante el 2025, brindamos el primer programa sobre comunicación estratégica “Desafíos de la comunicación - Nutrición + Bienestar”, una capacitación intensiva que constó de 3 módulos y estuvo dirigida a 30 profesionales de la salud seleccionados entre más de 200 postulantes. A lo largo de los encuentros se abordaron temas como posicionamiento estratégico, marca, uso y aplicación de redes sociales para comunicar salud. Además, se realizaron 2 Jornadas sobre diabetes para profesionales de la salud y una Masterclass sobre comunicación estratégica, todas en formato virtual, con un total de 940 asistentes. Todas estas instancias permiten capacitar a profesionales y estudiantes en formación. Es importante destacar también que durante el año se enviaron 7 boletines con contenido educativo e información científica que tuvieron un alcance total de 15.568 estudiantes y profesionales activos del ámbito de salud.

Los contenidos desarrollados son alojados en el sitio web propio del departamento (www.lecheynutricion.com.ar) donde se comparte contenido relevante y de interés para profesionales y público en general.

Participamos de 4 eventos científicos para profesionales de la salud en CABA: XXII Congreso Argentino de Nutrición (SAN), XXVI Jornadas Internacionales de Nutrición, Salud y Deporte y IV Congreso AALEN de nutrición y alimentación, III Jornadas Cam Doctor.

En 2025, continuamos junto con el equipo de Relaciones de Comunidad con el proyecto de vínculos institucionales con universidades con alcance nacional y regional. Se generaron alianzas con instituciones educativas de todo el país y con una universidad del exterior, la Universidad de Peperdine, California que visitó nuestra planta en forma presencial. Cerramos el año con 43 visitas universitarias (29 virtuales y 14 presenciales) y 2 jornadas interuniversitarias donde Mastellone Hnos. expuso sobre el rol del Lic. en Nutrición en la industria de alimentos, con un total de 1691 asistentes entre todas las actividades.

Como parte del eje de divulgación científica, se presentaron los resultados del primer estudio sobre “Prevalencia de intolerancia a la lactosa en Argentina”. Se llevó adelante un workshop para profesionales y periodistas especializados y también dichos resultados fueron presentados en ponencias dentro del marco del XXIII Congreso Argentino de Nutrición de la SAN y de la III Jornada Cam Doctor organizada por Medifé.

Durante el 2025 continuamos con nuestra alianza estratégica con la Asociación Celiaca Argentina (ACA) con extensión hasta 2027 con foco en acompañar en la difusión de información sobre celiacía e informando sobre nuestro portfolio 100% libre de gluten. En conjunto se realizaron 2 Jornadas presenciales, una en La Plata y otra en el interior de la provincia de Buenos Aires (Tandil)



donde se brindaron consejos de alimentación, talleres de cocina y entrega de recetas sin gluten. Además, participamos en la edición 2025 de Expocefiaca con dos actividades, una función de LSVE sobre hábitos saludables en el espacio de los niños y un taller de cocina y consejería nutricional sobre intolerancia a la lactosa. Contamos con 420 asistentes entre todas las actividades.

Como parte de nuestro eje de educación alimentaria, junto a RRCC y Comunicación Institucional llevamos adelante el proyecto "Encuentro con Expertos". Se realizaron un total de 3 jornadas relacionadas con temáticas de nutrición y salud en localidades donde se encuentran las plantas industriales de MESA (Trenque Lauquen, Villa Mercedes y General Rodríguez). Contamos con un total de 245 asistentes. En cada encuentro nos acompañó Medifé y los respectivos municipios, además de profesionales locales expertos en las temáticas elegidas.

Como todos los años, continuamos con nuestro Plan de Vida Saludable con los 5 ejes estratégicos: consultorio nutricional, comunicación, comedor, actividad física y capacitación. Y continuamos siendo un área de soporte para otras áreas de la compañía.

SISTEMAS DE GESTIÓN e INOCUIDAD

En el marco del área de Coordinación de Sistemas de Gestión e Inocuidad se lidera la implementación y consolidación de los procesos vinculados a los distintos sistemas de gestión, promoviendo su integración para maximizar la eficiencia organizacional. Este trabajo genera valor para la alta dirección y potencia mejoras que garantizan el cumplimiento, la implementación y el mantenimiento de los requisitos normativos, legales y de clientes. Asimismo, se establecen y fortalecen políticas de inocuidad, orientadas al sostenimiento y perfeccionamiento del Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria.

En este marco, se evalúa la viabilidad de certificar y/o acreditar normas nacionales e internacionales, así como de obtener sellos distintivos aplicables a nuestros productos. Estas acciones fortalecen la sustentabilidad de la compañía, potencian su inserción en el comercio exterior y garantizan el cumplimiento de compromisos estratégicos asumidos con nuestros clientes y partes interesadas. Todo ello se lleva adelante bajo el principio de la mejora continua, consolidando procesos cada vez más robustos, eficientes y competitivos.

Además, dentro del área, se destacan las siguientes funciones:

Se administra la documentación del Sistema de Gestión Integrado, que comprende más de 8.500 documentos. Durante el 2025 este proceso experimentó una mejora sustancial al ser migrado y optimizado mediante una plataforma digital (GlobalISO), lo que permitió una gestión más ágil, segura y eficiente, fortaleciendo la trazabilidad y el acceso a la información en toda la organización. Se coordinan y acompañan las auditorías externas de certificación, autoridades sanitarias y clientes. Durante el 2025 se tuvieron 30 auditorías externas de certificaciones, acreditaciones, verificaciones y clientes, que representaron 62 días abocados a las mismas.

Se lidera el proceso de Revisión por la Dirección dentro del Sistema de Gestión Integrado (abarcando los siguientes ejes: Calidad, Ambiente, Salud y Seguridad en el trabajo, Energía, Buenas prácticas de manufactura, Inocuidad de los alimentos, Competencia de los laboratorios, Bienestar animal y HALAL), con el consecuente trabajo de mantenimiento y mejora de todo el Sistema.

El alcance actual del Sistema de Gestión Integrado de Mastellone, el cual se amplió durante el 2025 con nuevas certificaciones, incluye las siguientes normas:

ISO 9001:2015: Sistema de Gestión de Calidad (Parcialmente implementado en todas las plantas)
ISO 50001:2019; Sistema de Gestión de la Energía (Parcialmente implementado en todas las plantas)
ISO 14001:2015: Sistema de Gestión Ambiental certificado en:
Planta Villa Mercedes, San Luis



Planta Clasificadora Junín, Buenos Aires

Planta Clasificadora Mercedes, Buenos Aires

ISO 14064-1:2018: Verificación de emisiones de gases de efecto invernadero

Inventario de Gases de Efecto Invernadero 2019 y 2024 verificado en los siguientes sitios:

Complejo Industrial Pascual Mastellone: Alte Brown 957, General Rodríguez, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Complejo Industrial Victoria Mastellone: Ruta 5 km 444, Planta Parque Industrial, Trenque Lauquen, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Complejo Industrial Villa Mercedes: Ruta Provincial 2B, Villa Mercedes, Pcia. de San Luis, República Argentina.

Planta Leubucó: Leubucó, Adolfo Alsina, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Planta Clasificadora Mercedes: Ruta 41 km 94, Mercedes, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Planta Clasificadora Junín: Ruta 188 km 121, Junín, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Planta Canals: Zona Rural 0, Canals, Pcia. de Córdoba, República Argentina.

Planta La Bernina: P Gayena, Lobos, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Planta Los Charas: Camino Centenario s/n, Jeppener, Coronel Brandsen, Pcia. de Buenos Aires, República Argentina.

Depósito Albariños: Albariño 1931, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, República Argentina.

IRAM-ISO/IEC 17025: 2017: Competencia Técnica en Laboratorios de Ensayo para análisis de leche cruda Acreditado en:

Laboratorio Central (Métodos de referencia), Buenos Aires

Laboratorio de Análisis y Tipificación de Leche Armonía, Buenos Aires

Laboratorio de Análisis y Tipificación de Leche Mercedes, Buenos Aires

Laboratorio de Análisis y Tipificación de Leche Trenque Lauquen, Buenos Aires

FSSC 22000 v 6.0: Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria. Durante el 2025 se amplió la certificación incluyendo las líneas de elaboración de bebidas vegetales, chocolatadas y bebidas lácteas UHT. Actualmente se encuentra certificado en:

Recibo y tratamiento térmico de Leche y Crema, Buenos Aires

Elaboración de Leches y cremas Ultra pasteurizadas, Buenos Aires

Elaboración de Bebidas Vegetales, Buenos Aires.

Elaboración de Leches, cremas, chocolatadas y bebidas lácteas estériles, Buenos Aires

Elaboración de Dulce de Leche, Buenos Aires

Elaboración de Leche en Polvo en Planta N°5, Buenos Aires

Recepción y clasificación de leche, elaboración de quesos, suero y leche en polvo en el Complejo Industrial Victoria Mastellone, Trenque Lauquen, Buenos Aires

FSSC DP: Programa de Desarrollo de FSSC (Sistema de Gestión de Inocuidad Alimentaria). Durante el 2025 se certificó este programa en dos plantas queseras de la compañía. Actualmente se encuentra certificado en:

Elaboración de quesos de alta, mediana y baja humedad y elaboración de quesos de pasta hilada, Canals, Córdoba.

Elaboración de quesos duros semielaborados, Leubucó, Buenos Aires.

BPM IRAM 324:2010: Buenas Prácticas de Manufactura- Industria de los alimentos. Durante el 2024 se certificaron las BPM en las siguientes plantas:

Elaboración de Leches y cremas Ultra pasteurizadas, Buenos Aires



Elaboración de Bebidas Vegetales, Buenos Aires.

Elaboración de Leches, cremas, chocolatadas y bebidas lácteas estériles, Buenos Aires

Elaboración de Dulce de Leche, Buenos Aires

Elaboración de Leche en Polvo en Planta N°5, Buenos Aires

Elaboración de quesos, suero y leche en polvo en el Complejo Industrial Victorio Mastellone, Trenque Lauquen, Buenos Aires.

Bienestar Animal: basada en la norma IRAM-ISO/TS 34700:2018: Gestión del Bienestar Animal. Programa recertificado para toda la leche recibida por la compañía destinada a elaboración de nuestros productos durante el 2025.

SMETA 4 Pilares V7.0: Auditoría de Comercio Ético de los Miembros de Sedex, orientada a evaluar la sostenibilidad y la responsabilidad social en las cadenas de suministro. Su enfoque se desarrolla en cuatro áreas fundamentales: Normas Laborales, Salud y Seguridad, Gestión Ambiental y Ética Empresarial, Durante el 2025 se ha auditado bajo este esquema la siguiente planta
Planta Villa Mercedes, San Luis

HALAL: Sistema de Gestión HALAL, que permite la comercialización de productos para la comunidad musulmana. Certificado en

Elaboración de Leche en Polvo en Planta N°5, General Rodríguez, Buenos Aires

Elaboración de suero y leche en polvo en Planta N°4, General Rodríguez, Buenos Aires

Elaboración de Manteca, General Rodríguez, Buenos Aires

Elaboración de leche y suero en polvo, Trenque Lauquen, Buenos Aires.

Elaboración de quesos en Planta Canals, Córdoba

Proveedor de suero de queso, Planta Leubucó, Buenos Aires.

Kosher: Certificación que permite la comercialización de productos para la comunidad judía. Certificado en

Elaboración de Dulce de Leche en General Rodríguez, Buenos Aires.

Elaboración de Leche en Polvo en General Rodríguez, Buenos Aires.

Elaboración de Manteca en General Rodríguez, Buenos Aires.

Elaboración de Leche en Polvo y suero en Trenque Lauquen, Buenos Aires.

Cabe destacar que durante el 2025 la Compañía reforzó su compromiso con los Valores de Calidad e Inocuidad, ampliando las certificaciones internacionales vinculadas a la inocuidad de los alimentos que produce. En coherencia con sus compromisos ambientales, alcanzó además un hito histórico al obtener la primera Verificación de Huella de Carbono en una industria láctea de Argentina. Asimismo, una de las plantas de la organización fue auditada bajo el esquema SMETA 4 Pilares v7.0, validando su desempeño en normas laborales, salud y seguridad, gestión ambiental y ética empresarial. Todo ello consolida su liderazgo en sostenibilidad y responsabilidad corporativa.

PROGRAMA DE INTEGRIDAD Y CÓDIGO DE CONDUCTA

Promover una cultura organizacional ética es esencial para el desarrollo sostenible de Mastellone Hnos. S.A. A través del Programa de Integridad, la Compañía impulsa la ética y cumplimiento de prácticas orientadas a garantizar la transparencia, el respeto y la confianza en los vínculos entre quienes forman parte de la organización como con las relaciones que mantiene con otras organizaciones y comunidades.



Nuestro compromiso con la integridad genera un impacto positivo en la sociedad y contribuye a la creación de valor empresarial, lo que se traduce en mejores y más sostenibles oportunidades de negocio.

Como parte de este compromiso, en Mastellone Hnos. S.A. promovemos la comunicación abierta y ponemos a disposición de colaboradores y terceros distintos canales para expresar inquietudes, opiniones y preocupaciones. De este modo, fomentamos la participación de todos los eslabones de la cadena de valor en la prevención de conductas indebidas o contrarias a nuestras políticas y procedimientos. Este enfoque se sustenta en un marco normativo claro, conformado por las Políticas de Integridad y el Código de Conducta, que constituyen los pilares del Programa de Integridad y orientan nuestro accionar diario en la Compañía.

Se describen a continuación las acciones llevadas a cabo durante el año **2025** relacionadas con el Programa de Integridad:

- Recepción de denuncias por medio de los canales oficiales gestionados por un tercero independiente, que brinda objetividad y transparencia al proceso; como así también por otros canales de comunicación internos y externos de la empresa, cumpliendo con los lineamientos establecidos en la Política de Denuncias para su gestión y administración.
- Análisis y tratamiento de las denuncias recibidas de acuerdo con los lineamientos establecidos en la Política de Investigación de Denuncias, a efectos de garantizar que las investigaciones se realicen en forma profesional, justa, confidencial e independiente. El proceso de investigación es interno, involucrando a colaboradores capacitados por la Compañía, lo que fomenta una cultura ética arraigada en cada uno de ellos. Las investigaciones son supervisadas por el Responsable de Integridad y tratadas por el Comité de Ética de la Compañía.
- En algunos casos, se solicita colaboración o asesoramiento a la consultora externa especialista en Compliance. Asimismo, en situaciones vinculadas a la logística de nuestros productos, se lleva adelante un trabajo conjunto con el equipo de Compliance de Danone.
- Reuniones del Comité de Ética para el tratamiento y resolución de los casos de denuncia recibidos, así como también el análisis de los conflictos de interés detectados.
- Desarrollo de campañas de comunicación internas relacionadas con el Programa de Compliance. Algunos temas afines: política de regalos y atenciones, política de investigación de denuncias, política de conflicto de intereses (breve guía de casos ejemplificadores y cómo debemos actuar ante ellos), sensibilización del día internacional de la lucha contra la corrupción, aspectos relacionados con el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC).
- Mayor alcance en la implementación de la Política de Conflicto de Intereses con el objetivo de conocer los conflictos de interés del personal para garantizar la independencia en los procesos de toma de decisiones y proteger los intereses de la empresa. Durante el 2025 se alcanzó a los colaboradores de grupos claves tales como Auditoría Interna, Repositores de Distribución (Bs. As. y Cuyo Sur), Supervisores de Mantenimiento, Recursos Humanos, Marketing y Ventas Especiales, donde los mismos debieron completar un formulario a modo de declaración jurada. También se solicitó su actualización al personal de los niveles de impacto superiores que ya habían tenido su implementación en el 2022 y 2023, al personal de áreas clave alcanzadas durante el 2024, y a los nuevos ingresos correspondientes a los grupos mencionados.
- Junto con el Comité de Ética se analizaron los resultados, se establecieron los niveles de riesgos de los conflictos declarados y se definieron planes de acción para su mitigación, en los casos que correspondiera. Asimismo, con el objetivo de continuar ampliando el alcance de la política, se realizó un mapeo de otros grupos sensibles a incorporar en el próximo período de declaración.



- Desarrollo de capacitaciones internas en temáticas relacionadas a Compliance, que incluyeron: capacitación e-learning en el Campus de Formación para colaboradores alcanzados por la condición de Sujeto Obligado de la Compañía; capacitación e-learning de inducción al Programa de Integridad para los colaboradores que se incorporan a la organización; capacitación presencial del Programa de Integridad en la Planta de Villa Mercedes, San Luis.
- Se llevó a cabo una auditoria externa bajo la metodología SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit) en la Planta Villa Mercedes de San Luis exigida por parte de un cliente, donde se evalúan prácticas éticas, sociales y ambientales en cadenas de suministro, y no se registraron observaciones vinculadas a la temática de Ética Empresarial.

TECNOLOGÍA

Luego de haber puesto en marcha en agosto 2024 el nuevo sistema ERP de la Compañía, durante todo el 2025 hemos continuado con el proceso de estabilización y de curva de aprendizaje de la operación con este nuevo sistema, que implicó un cambio en nuestra forma de operar. En paralelo con esto, continuamos implementando distintas herramientas con el foco puesto en la integración total de nuestros sistemas, reemplazando también distintos softwares antiguos, los cuales ya no contaban soporte técnico y que también resultaban en limitante para incrementar la eficiencia de nuestras operaciones.

Por otra parte, Logística La Serenisima S.A., compañía relacionada con Mastellone Hermanos S.A. que tiene a su cargo la distribución de nuestros productos, también llevó adelante una actualización tecnológica, implementando SAP, para los módulos financieros, contables, de facturación y cuentas corrientes. El proceso de implementación se extendió en el tiempo a causa de distintos factores, y en el mes de julio de 2025 se produjo la salida en vivo con este nuevo sistema. Durante el segundo semestre del año se llevó adelante el proceso de estabilización y de aprendizaje del funcionamiento de la nueva herramienta, típico de este tipo de implementaciones, donde no han faltado diversas complicaciones propias de esta etapa.

SITUACIÓN FINANCIERA – ENDEUDAMIENTO FINANCIERO

Tal como se mencionó en el capítulo dedicado a **CONTEXTO NACIONAL** al inicio de la presente Memoria, el año 2025 presentó una situación financiera general compleja caracterizada por una alta volatilidad en tasas de interés y cambio de monedas. En el caso de las tasas en Pesos se registraron tasas reales muy positivas lo que impactó en la disponibilidad de financiamiento y sobre todo en el nivel de actividad económica. El tipo de cambio también tuvo un comportamiento volátil registrando una devaluación en el año superior a las tasas de inflación. Esta situación se acentuó en el tercer trimestre producto de la incertidumbre generada por los distintos procesos electorales. En ese periodo es cuando por la estacionalidad de la producción de leche aumentan las necesidades de fondos para capital de trabajo (también afectadas por un crecimiento en los plazos de cobro de las ventas), lo que incrementa el efecto negativo en los resultados por esta situación.

Específicamente corresponde señalar que en el mes de junio se produjo el pago del Capital e intereses devengados de las Obligaciones Negociables Serie 1 en dólares estadounidenses emitidas en diciembre de 2024 por un principal de US\$ 20 millones. Este pago fue cubierto con fondos propios, aunque luego, especialmente considerando las necesidades de financiamiento del capital de trabajo, se debió acceder a diferentes préstamos bancarios bajo la forma de prefinanciación de exportaciones resultando esta opción más conveniente que tomar financiamiento en Pesos.



Estas necesidades de fondos para financiar capital de trabajo estuvieron impulsadas por dos factores: por un lado, el crecimiento de la producción de leche generó un incremento de los inventarios y de nuestras exportaciones en general, lo cual, considerando todo el ciclo productivo, de venta y cobranza implicó una mayor cantidad de días de inmovilización financiera; y por el otro, debido a la situación financiera registrada en el país comentada anteriormente, el nivel de actividad económica general estuvo afectado lo cual produjo un aumento de los plazos de cobro de nuestras ventas.

De esta forma, la Compañía cerró el año con una posición de efectivo y equivalentes de efectivo de \$ 13.410 millones, los cuales, aplicando el tipo de cambio vendedor divisa, publicado por el Banco de la Nación Argentina para el 31-12-24, equivalen a US\$ 9,2 millones. En el caso de la deuda financiera bruta, expresada en dólares estadounidenses, esta alcanzó un total de US\$ 188,1 millones, sin considerar dentro de este número los pasivos por arrendamientos.

RESULTADOS DEL AÑO

Luego de un primer semestre del año donde la Compañía había registrado resultados positivos en la faz operacional, la complejidad macroeconómica y financiera de la segunda mitad tuvo una influencia definitiva sobre el resultado final del 2025. La Compañía no pudo sostener sus márgenes de rentabilidad en sintonía con la inflación y/o la variación de nuestros costos y gastos. Adicionalmente, la devaluación del Peso, en términos reales frente a la inflación, generó una pérdida significativa por diferencias de cambio dada la exposición neta de los activos y pasivos en moneda extranjera, la cual no pudo ser compensada por otros resultados positivos. El aumento en la tasa de interés real tuvo un impacto similar. Adicionalmente, el cargo por impuesto a las ganancias fue de \$ 13.809 millones en 2025.

De esta forma, la Compañía registró en el período una pérdida, después de impuestos, de \$ 65.364 millones.

Información resumida del Balance (cifras expresadas en moneda homogénea del 31/12/2025)

	2025	2024
	Cifras en Millones de Pesos en moneda homogénea del 31 de diciembre de 2025	
Activo Corriente	473.700	514.218
Activo No Corriente	522.466	517.130
Total del Activo	996.166	1.031.348
Pasivo Corriente	483.669	333.960
Pasivo No Corriente	169.633	309.530
Total del Pasivo	653.302	643.490
Patrimonio atribuible a los propietarios	342.854	387.850
Participaciones no controladoras	10	8
Total, del Patrimonio	342.864	387.858

	2025	2024
	%	%



Activo Corriente/Activo Total	47,6%	49,9%
Activo No Corriente/Activo Total	52,4%	50,1%
Pasivo Corriente/Pasivo Total + Patrimonio Total	48,6%	32,4%
Patrimonio Total/Total Pasivo + Patrimonio Total	34,4%	37,6%

APLICACIÓN DEL AJUSTE POR INFLACIÓN EN LOS ESTADOS CONTABLES

Informamos a los señores accionistas que la Comisión Nacional de Valores en su Resolución General RGRGN777-18 de fecha 26 de diciembre de 2018 impuso la obligación de presentar los Estados Contables en moneda homogénea. De esta manera, la información contable incluida en el presente ejercicio económico anual finalizado el 31 de diciembre de 2025 se encuentra ajustada por inflación, el cual ha sido practicado en conformidad con las normas contables internacionales (IFRS), aplicando las técnicas de ajuste establecidas por las normas contables de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas ("FACPE").

En razón de ello, son de aplicación los principios establecidos por la NIC29 la cual fue emitida por el Comité de Normas Internacionales de Contabilidad en julio de 1989 y reformada en 1994, y también confirmada por la FACPE, y por ende se debe calificar a la economía argentina como hiperinflacionaria, ya que a julio 2018 la inflación acumulada en los últimos tres años es superior al 100%. De esta forma, los balances emitidos por empresas argentinas cuya moneda funcional es el Peso, deben estar ajustados por inflación siguiendo las normas contables aplicables al caso. Asimismo, los entes reguladores han emitido las resoluciones correspondientes a fin de recibir los balances re expresados por inflación.

Tal como se explicita en la **Nota 2.2** del Balance, el método de ajuste por inflación aplicado no implica modificaciones sobre los ingresos y egresos de la Compañía, y/o en nuestros cálculos de generación de fondos de los negocios.

TRATAMIENTO DE LOS RESULTADOS DEL EJERCICIO

El resultado neto del presente ejercicio arrojó una pérdida neta, luego del cómputo del impuesto a las ganancias, de **\$ 65.364 millones de pesos**, la cual se acumulará a las pérdidas netas de otros ejercicios de años anteriores.

PERSPECTIVAS Y ACCIONES PREVISTAS PARA EL PROXIMO AÑO

Nuestra expectativa general para el próximo año es favorable. De la mano de la consolidación del proceso de desinflación y, en el plano financiero, de la gradual reducción de las tasas de interés junto con un mercado cambiario estabilizado, sin duda serán factores relevantes para alcanzar una lenta reactivación de la actividad económica y del consumo.

Con este entorno general, es primordial para la Compañía trabajar duramente en proyectos que tengan como resultado una mejora de la eficiencia operativa, comercial y financiera, lo cual será clave para una recuperación de la rentabilidad.

Tras un año en que la Compañía registró un record de toneladas exportadas, creemos que, dado el un nuevo crecimiento de la producción primaria de leche cruda durante el 2026, la Compañía podrá nuevamente exportar un volumen similar o incluso superior. Por otra parte, en el caso de los precios internacionales, luego de registrar una tendencia a la baja durante los últimos meses del 2025,



creemos que durante 2026 se producirá un crecimiento de la demanda internacional que en definitiva termine impulsando los precios.

En el plano doméstico, como todos los años, desarrollaremos diversas acciones en materia de innovación de productos, sosteniendo nuestra calidad, valor fundamental de la Compañía. Renovamos nuestra confianza en producir nuevamente un crecimiento de nuestros volúmenes de ventas, como así también, nuestras participaciones en el mercado.

Por último, dada la mencionada estabilización de las variables de la economía, es fundamental continuar trabajando sobre las cuentas de capital de trabajo de la Compañía, para lograr una recuperación de los flujos de caja de la Compañía.

CONSIDERACIONES FINALES

Quisiéramos aprovechar esta oportunidad para extender nuestro agradecimiento, en igual forma y sin importar el orden, hacia todos los consumidores argentinos, nuestros empleados, productores tamberos, clientes, instituciones financieras, acreedores financieros y demás proveedores, por todo el apoyo recibido durante todo el año.

Hacemos extensiva igual gratitud a los grupos de accionistas de la empresa que han apoyado permanentemente nuestra gestión en estos tiempos tan complejos.

General Rodríguez, 6 de marzo de 2026.

EL DIRECTORIO