



César Iglesias

# Informe de Gestión Semestral

Primer Semestre 2025

## DECLARACIONES DE RESPONSABILIDAD

Debe leer la siguiente declaración de responsabilidad antes de continuar. El presente documento no debe ser reproducido de cualquier manera. Ciertas declaraciones hechas en esta presentación relacionadas con los objetivos, proyecciones, perspectivas, expectativas, estimaciones, entre otros, pudiesen constituir declaraciones prospectivas. Resultados actuales pudiesen diferir de dichas expectativas y proyecciones, ya sean expresas o implícitas. Estas declaraciones prospectivas se basan en diversas suposiciones, expectativas y otros factores que están sujetos a riesgos e incertidumbres con respecto a las fluctuaciones en ganancias, intensidad competitiva, entorno de precios en el mercado, condiciones económicas que afectan la demanda y la oferta, cambio en costos de insumos, capacidad para mantener y gestionar relaciones clave con los clientes y fuentes de la cadena de suministro, prioridades nuevas o modificadas de comercio, cambios significativos en la estabilidad política en la República Dominicana y a nivel mundial, regulaciones e impuestos gubernamentales, condiciones climáticas, calamidades naturales, fluctuaciones de precios de productos básicos, fluctuaciones de tipos de cambio, litigios, entre otros, sobre los cuales la Compañía no tiene ningún control directo. Estos factores pueden afectar nuestra capacidad para implementar con éxito nuestra estrategia comercial. Por lo tanto, no podemos garantizar que las declaraciones prospectivas realizadas en este documento se cumplan. La Compañía podrá alterar, modificar o realizar los cambios correctivos necesarios, de cualquier manera, a cualquier declaración prospectiva contenida en este documento o hacer declaraciones prospectivas escritas u orales que puedan ser requeridas de tiempo en tiempo basadas en desarrollos y eventos posteriores. La Compañía declara que, basada en su mejor conocimiento, el presente documento no omite informaciones que pudiese afectar su análisis. El presente documento no constituye, ni debe ser interpretado como constituyente de, asesoría financiera o de inversión. Asimismo, el presente documento no hace ofrecimiento o sugiere de modo alguno la compra o venta de valores de oferta pública. Cualquier decisión de inversión no debería fundamentarse exclusivamente en el contenido del presente documento. La Compañía le recomienda tomar cualquier decisión de inversión con bases en un análisis de inversión independiente luego de consultar el contenido de todos los documentos que componen la oferta pública de valores, especialmente, el prospecto de emisión y su suplemento disponibles en las páginas web de la Compañía.

A photograph of an industrial facility, likely a cement plant, featuring several large, cylindrical silos and a complex network of metal walkways and pipes. In the foreground, there is a modern, light-colored building with a prominent red logo on its facade. The sky is blue with scattered white clouds. The overall scene is well-lit, suggesting a bright day.

Primer Semestre 2025  
**Resumen Ejecutivo**



César Iglesias

## Cuadro de Mando Primer Semestre 2025



## Transformación

- **A pesar de un entorno macroeconómico menos favorable y una menor actividad industrial**, crecimos nuestras ventas vs S1 2024 en un 5.8%, apoyados en volúmenes 6.6% superiores.
- **Afianzamos nuestro margen bruto**, ubicándolo dentro de su rango histórico, en un contexto marcado por mayor competencia y presión sobre los precios.

## Desempeño

- **El resultado operacional disminuyó 42% vs S1-2024 y 8% vs S2-2024**, impactado por un entorno de mercado más retador, que comprimió el margen bruto, junto a gastos no recurrentes en promociones, mantenimiento y obsolescencias por valor de DOP125MM.
- Aun en este entorno, **mantenemos una estructura financiera saludable y una operación resiliente**, enfocada en preservar rentabilidad en el corto plazo y sostener el crecimiento a mediano plazo.

## Resultados (DOPMM)

|                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|
| <b>153,856</b> +7%    | <b>560</b> -42%       |
| Ventas (en toneladas) | Resultado operacional |
| <b>11,370</b> +6%     | <b>193</b> -70%       |
| Ventas netas          | Ganancia antes de ISR |
| <b>2,792</b> -7%      |                       |
| Ganancia bruta        |                       |



Primer Semestre 2025

# Desempeño Financiero



César Iglesias

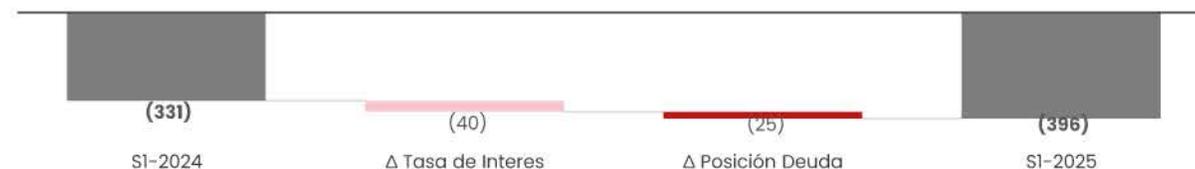
## Cuadro de Mando Financiero Primer Semestre 2025

## Estados de resultados pro-forma (cifras en DOPMM)

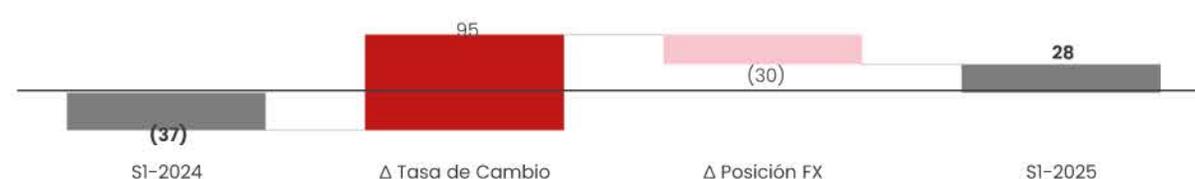
|   | S1<br>2025R  | S1<br>2024R  | Var<br>Abs   | Var<br>%      |   |
|---|--------------|--------------|--------------|---------------|---|
| Ingresos de actividades ordinarias          | 11,370       | 10,719       | 652          | 6.1%          | A |
| Costo de venta                              | (8,578)      | (7,711)      | (867)        | 11.2%         |   |
| <b>Ganancia bruta</b>                       | <b>2,792</b> | <b>3,007</b> | <b>(215)</b> | <b>-7.1%</b>  |   |
| <i>Margen bruto</i>                         | <i>24.6%</i> | <i>28.1%</i> | <i>-3.5%</i> | <i>n/a</i>    |   |
| menos: gastos operacionales                 |              |              |              |               |   |
| Gastos de cadena de suministro              | (523)        | (489)        | (34)         | 7.0%          |   |
| Gastos de mercadeo y ventas                 | (1,057)      | (946)        | (111)        | 11.7%         |   |
| Gastos de soporte                           | (168)        | (136)        | (32)         | 23.6%         |   |
| Gastos generales y administrativos          | (380)        | (401)        | 20           | -5.1%         |   |
| Otros gastos                                | (117)        | (95)         | (21)         | 22.4%         |   |
| Otros ingresos                              | 12           | 27           | (15)         | -56.8%        |   |
| Gastos operacionales                        | (2,233)      | (2,039)      | (193)        | 9.5%          | B |
| <i>Gastos/ventas</i>                        | <i>19.6%</i> | <i>19.0%</i> | <i>0.6%</i>  | <i>n/a</i>    |   |
| <b>Resultado operacional</b>                | <b>560</b>   | <b>968</b>   | <b>(408)</b> | <b>-42.2%</b> |   |
| <i>Margen operativo</i>                     | <i>4.9%</i>  | <i>9.0%</i>  | <i>-4.1%</i> | <i>n/a</i>    |   |
| más: depreciación y amortización            | 370          | 321          | 49           | 15.4%         |   |
| <b>EBITDA</b>                               | <b>930</b>   | <b>1,289</b> | <b>(359)</b> | <b>-27.8%</b> |   |
| <i>Margen EBITDA</i>                        | <i>8.2%</i>  | <i>12.0%</i> | <i>-3.8%</i> | <i>n/a</i>    |   |
| menos: gastos financieros, neto             |              |              |              |               |   |
| Gastos por intereses                        | (396)        | (331)        | (65)         | 19.7%         | C |
| Ingresos (gastos) por efecto cambiario      | 28           | (37)         | 65           | -174.5%       | D |
| Otros ingresos (gastos) financieros         | 1            | 49           | (48)         | -98%          |   |
| Gastos financieros, neto                    | (367)        | (319)        | (48)         | 15.1%         |   |
| <b>Ganancia (pérdida) antes de impuesto</b> | <b>193</b>   | <b>649</b>   | <b>(457)</b> | <b>-70.3%</b> |   |

## Análisis de principales variaciones y observaciones

- A** Los ingresos incrementaron 6% vs. el mismo periodo del año anterior, principalmente impulsado por una mayor tasa de atención de pedidos, que contrarrestó el impacto de dos (2) días hábiles menos cuyo impacto en las ventas se estima en -DOP186MM.
- B** El incremento de 9.5% en los gastos operacionales responde principalmente a (i) mayores inversiones puntuales en mercadeo y promoción durante el semestre (~DOP60MM); (ii) reconocimiento por obsolescencia de inventario en productos discontinuados (~DOP45MM) y (iii) actividades de mantenimiento no programadas (~DOP20MM). Al excluir el impacto de estos tres factores no recurrentes, la variación neta de los resultados operacionales asciende a 3%.

**C** Análisis de varianza: Gastos por intereses (cifras en DOPMM)

El aumento en la posición de deuda responde a una decisión estratégica orientada a reducir la exposición cambiaria, priorizando el uso de financiamiento bancario en moneda local por encima del crédito comercial en moneda extranjera ofrecido por proveedores.

**D** Análisis de varianza: Ingresos (gastos) por efecto cambiario (cifras en DOPMM)

Como consecuencia de lo descrito en el punto C, la posición neta en moneda extranjera se redujo, atenuando parcialmente el efecto positivo de la apreciación del peso durante el semestre.

# Ventas

## Ventas netas

11,370  
DOPMM

↑ 621  
vs. SI 2024

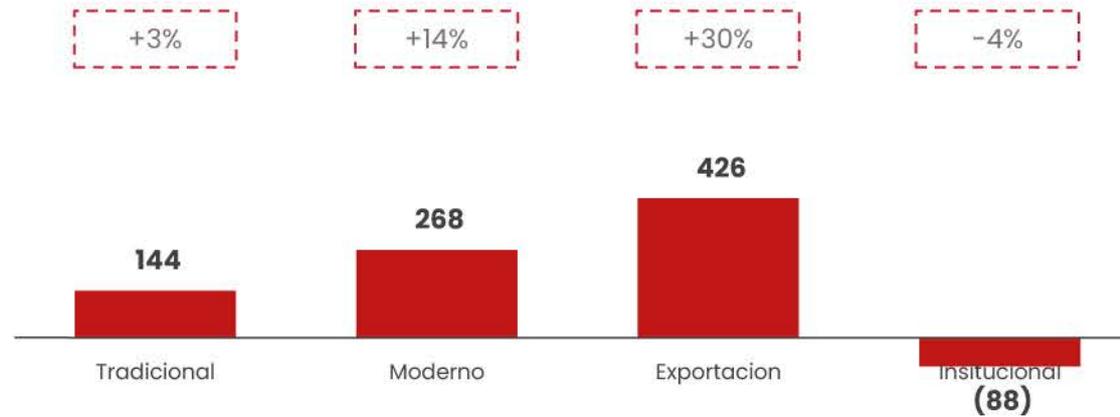
153,856  
toneladas

↑ 9,580  
vs. SI 2024

### Ventas netas (DOPMM)



### Crecimiento Interanual de Ventas de SI-2025 (DOPMM)



- Logramos un **incremento interanual en las ventas de 5.8%**, que se explica principalmente por un **aumento en el volumen de ventas de un 6.6%** (medido en toneladas).
- Un entorno de mercado de mayor competencia, particularmente en el canal tradicional, y una actividad económica más moderada incidió sobre este desempeño durante el primer semestre del año.
- Para hacer frente a este contexto, nos apoyamos de **un amplio portafolio de productos y segmentos que nos permiten impulsar nuestro crecimiento con marcas líderes, aunque con precios menores.**
- Paralelamente, continuamos fortaleciendo la diversidad de nuestros canales de ventas, impulsando **crecimientos importantes en los canales moderno y de exportación** durante SI-2025.

## Ganancia y Margen Bruto

### Ganancia Bruta

2,792  
DOPMM

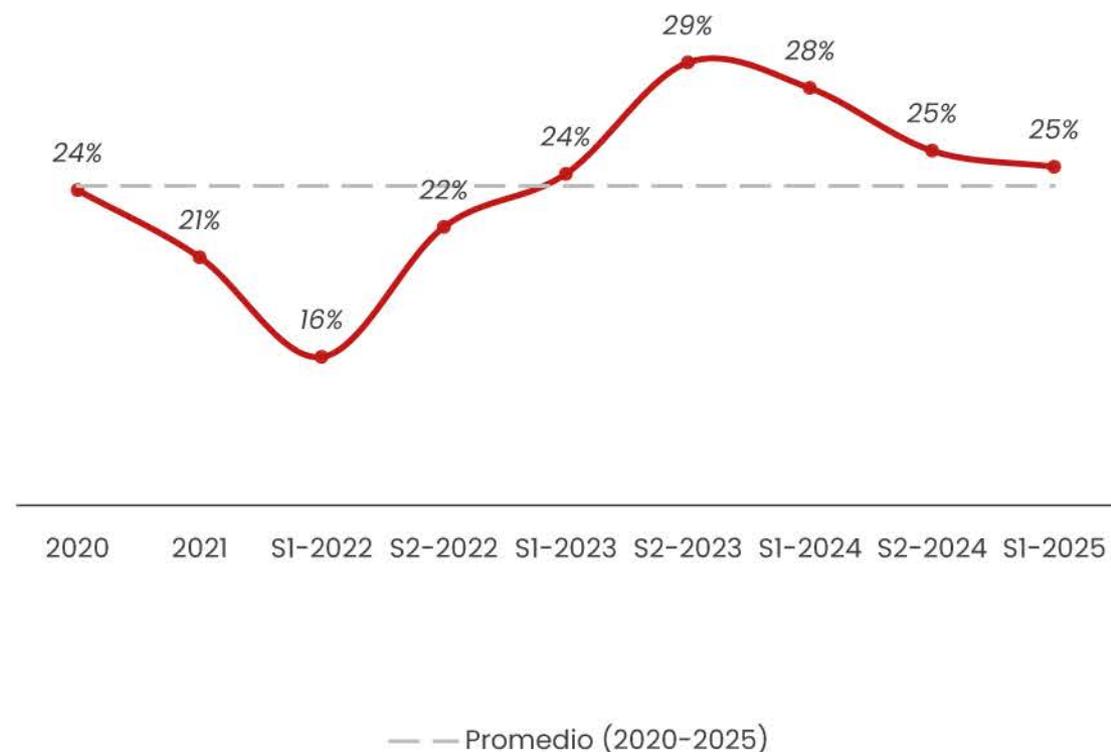
↓ 215  
vs. S1 2024

### Margen Bruto

24.6%  
% de ventas

↓ 3%  
vs. S1 2024

### Margen Bruto (% de ventas)



- Fruto de un contexto de mercado de mayor competencia y de moderación de precios, se observa una reducción interanual del margen bruto en el primer semestre de 2025.
- No obstante, **afianzamos nuestros márgenes en torno al promedio histórico**, destacando nuestra capacidad para preservar la rentabilidad en un entorno retador.
- En este contexto, **continuamos profundizando en iniciativas de eficiencia operativa y ajustes en la estructura de costos**, incluyendo una revisión del portafolio de productos, **con miras a seguir fortaleciendo nuestra rentabilidad en línea con los resultados alcanzados en periodos recientes.**

## Resultado Operacional y Ganancia antes de ISR

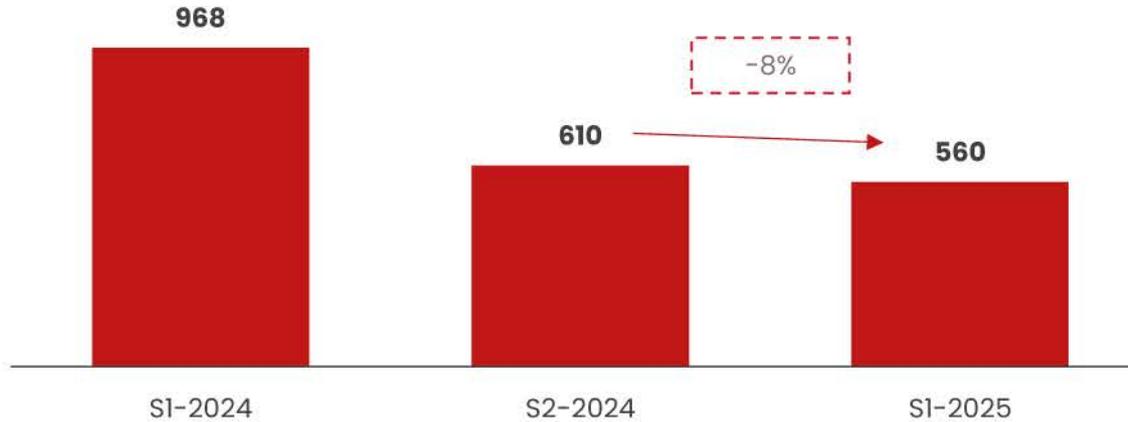
### Resultado Operacional

560  
DOPMM ↓ 408  
vs. S1 2024

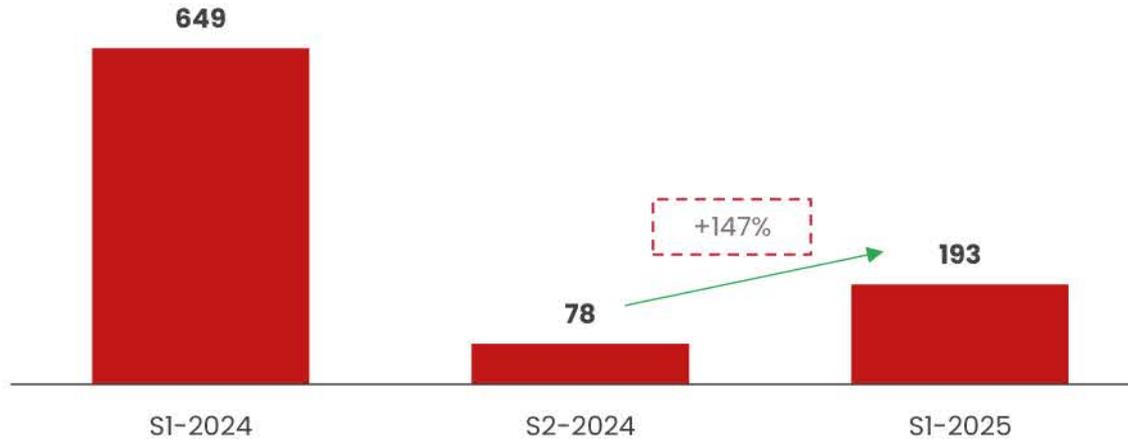
### Ganancia antes de ISR

193  
DOPMM ↓ 457  
vs. S1 2024

### Resultado Operacional (DOPMM)



### Ganancia antes de ISR (DOPMM)



- Durante el primer semestre de 2025, enfrentamos **una reducción del 8% en el resultado operacional** respecto a S2-2024, reflejo de un **entorno operativo más retador**, marcado por **mayores volúmenes de venta** y **mayores presiones de precio** en el mercado local.
- Esta contracción estuvo influenciada por un **aumento puntual en los gastos operativos**, derivados de **mayores inversiones en marketing**, **costos asociados a la parada técnica de una planta clave** y ajustes por **obsolescencia de inventario**.
- A pesar del menor resultado operacional, la **ganancia antes de impuestos mostró una recuperación de 147%** frente al segundo semestre de 2024, impulsada por una **significativa reducción en los gastos financieros netos**, favorecida por la apreciación del tipo de cambio.



Primer Semestre 2025  
**Prioridades de la Gerencia**



César Iglesias

## Consolidar nuestro posicionamiento fortaleciendo rentabilidad y ejecución

1

### Crecimiento

**Robustecer nuestro liderazgo comercial mediante ejecución superior y defensa activa de nuestras marcas**

Garantizando niveles de servicio alineados con los estándares de nuestros clientes

Maximizando la disponibilidad de producto y la ejecución en los diferentes canales de venta

Ejecutando inversiones controladas de CAPEX en proyectos de alto rendimiento para robustecer nuestras capacidades logísticas e industriales

2

### Rentabilidad

**Orientar estratégicamente nuestros recursos hacia productos de mayor margen y potencial de crecimiento**

Redefiniendo el portafolio con base en rentabilidad y escalabilidad

Focalizando nuestras inversiones en marcas y segmentos con desempeño y rentabilidad destacada

Mejorando la eficiencia operativa de cada canal y categoría, maximizando el valor generado por cada unidad vendida

3

### Eficiencia

**Optimizar nuestra estructura de costos para preservar nuestra competitividad**

Capturando eficiencias en toda la cadena de valor para potenciar rentabilidad

Rediseñando nuestra base de costos para sostener liderazgo en escenarios exigentes

Priorizando mejoras operativas con impacto tangible en los márgenes bruto y operacional