

RESEÑA INFORMATIVA
ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE MARZO DE 2024

BREVE COMENTARIO SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

Durante los primeros 3 meses del año 2024 la actividad y el consumo sufrieron una caída muy grande debido a las políticas económicas del nuevo gobierno que intentan mejorar la macroeconomía y sus variables. El freno que se dio en el consumo de indumentaria y calzado afectó las ventas y la rentabilidad de la Compañía.

La nueva gestión de gobierno presentó ante el Congreso proyectos de ley y dictó decretos de necesidad y urgencia con el objetivo de ordenar las variables macroeconómicas, facilitar las decisiones de los entes que moldean la microeconomía y mejorar las expectativas de los habitantes. Además, gestionó de forma austera para lograr sus dos objetivos principales, equilibrio fiscal y baja de la inflación. Lamentablemente la incertidumbre política que generó la desaprobación de algunos proyectos presentados y las peleas entre políticos ahondó la recesión. Las trabas al acceso de divisas para pagos al exterior de mercadería y regalías se mantuvieron, aunque más predecibles en el cumplimiento, pero continúan afectando la rentabilidad operativa y obligando a ser muy cautos en la definición del presupuesto de negocios para el 2024 y 2025.

La Compañía debe seguir explicando a los proveedores del exterior, que expresan su disgusto respecto a la ineficiencia de operar con Argentina, las alternativas de pago para seguir operando, y a la vez generar en ellos la confianza de que el futuro será mejor.

Las empresas dueñas de las marcas que Grimoldi comercializa, si bien ven que tardarán en cobrar las regalías no pagadas, anteriores al 2024, y que la menor venta por la recesión de estos primeros meses generará bastante menos regalías que en periodos anteriores, confían en la normalización de abastecimiento, la venta y los pagos hacia fin de año.

Los clientes mayoristas, pasaron de tener una demanda importante (que no podían abastecer eficazmente) a un mercado recesivo en el que el consumidor ve disminuido su poder adquisitivo y define su compra en base al precio y las diversas promociones y formas de pago en cuotas.

Durante los primeros tres meses del año 2024 la empresa siguió creciendo en participación de mercado, ofreciendo colecciones atractivas y aprovechando oportunidades comerciales. Apuesta a seguir adaptándose rápidamente al nuevo escenario que se va formando a medida que se aprueban nuevas leyes y decretos. Seguirá cuidando su flujo de caja, incentivando la venta online, negociando nuevos plazos de pago, tanto con proveedores como con clientes, evaluando exhaustivamente compras e inventarios de mercadería y adaptando su sourcing rápidamente en base a las expectativas de consumo.

En volumen, la suma de los pares vendidos por todos los canales de la Compañía, en los primeros tres meses del año, fue de 401.000 pares. Esto representa una caída del 25% respecto a los 535.000 pares vendidos en el mismo periodo de 2023. En los primeros 3 meses del año el canal llamado DTC (direct to consumer = directo al consumidor) representó el 55% del volumen vendido por la Compañía frente al 46% que representaba en el mismo periodo del año anterior.

En pesos, las ventas consolidadas, ajustadas por inflación, de pares, indumentaria y accesorios, fueron de \$ 32.401 millones, lo que representa una disminución del 12% respecto a las ventas ajustadas por inflación, de los primeros tres meses de 2023. La caída de la venta en pesos es menor a la caída del volumen debido, en parte, a que, como comentamos anteriormente, la venta directa al consumidor crece más que los otros canales.

Las alteraciones en determinadas variables financieras durante diciembre y los primeros meses del 2024 generaron cambios importantes en valuaciones de activos y pasivos. Esto sumado a la dificultad de aumentar los precios debido a la retracción del consumo y la temporada de liquidación de verano, derivó en una caída del margen bruto de gestión. Debido a eso el margen de utilidad bruta total de la Compañía se reduce de 51,3% a 49,5%, respecto del mismo periodo del año anterior. El cambio en el mix mencionado anteriormente hace que la caída no sea mayor.

Los gastos de comercialización aumentaron, en moneda constante, pasando a representar el 29% de la venta frente al 26% del mismo periodo del año anterior. Esto se da principalmente por la caída de la venta y recomposición de gastos de

ocupación, impuestos, tarifas, salarios y otros gastos. Los gastos de administración aumentan del 2.8% al 3.2% de la venta, por motivos similares.

La ganancia neta del ejercicio de tres meses consolidado, ajustado por inflación, por operaciones continuadas en la Argentina, fue de \$ 898.033.942 y representa el 2,8% de la venta, frente a una ganancia de \$ 6.953.574.935 en el mismo periodo del año anterior que representaba el 19% de la venta.

El resultado integral total neto ordinario consolidado, incluyendo las operaciones del exterior, ajustado por inflación, de los primeros tres meses del 2024, refleja una pérdida de \$ 177.862.947 frente a una ganancia de \$ 5.942.682.135, obtenida en primer trimestre del 2023.

La Planta Industrial de Arroyo Seco, que adecuó sus protocolos, estructura y procesos a las nuevas reglas comerciales, opera de forma eficiente y sigue invirtiendo en mejoras de máquinas, procesos y layout. Es considerada clave en la actual estructura de sourcing pero deberá mejorar su productividad para poder competir con productos importados.

La Planta Inyectora de Poliuretano y Goma Eva de Pilar, siguió transformándose y agregando valor. Hoy produce no solo plantillas o fondos, sino también productos terminados de variada índole, como ser sandalias y calzado de seguridad. Deberá también mejorar su productividad ante un escenario de mayor competitividad.

El Centro de Distribución de mercadería, sito en Pilar, Provincia de Buenos Aires, continúa funcionando de forma eficiente y productiva. Está siendo repensado constantemente para mejorar los procesos que conlleva el crecimiento de la venta on-line y el manejo coordinado que requiere la omnicanalidad.

Consideramos que el abastecimiento seguirá siendo complejo y presentará importantes desafíos, que la Compañía ya ha vivido y superado en momentos similares. Deberá adaptarse a las nuevas reglas del comercio exterior y potenciales desregulaciones que faciliten y eficienten la producción local.

La Compañía deberá seguir tomando decisiones conservadoras en los próximos meses y llevar adelante medidas que confirmen su rentabilidad, manteniendo cortos los plazos de cobranza, negociando esquemas de pago a mediano y largo plazo con proveedores, rotando el inventario apropiadamente y priorizando negocios rentables.

ESTRUCTURA PATRIMONIAL CONSOLIDADA (valores ajustados por inflación al 31 de MARZO 2024)

	31/03/2024	31/03/2023	31/03/2022	31/03/2021	31/03/2020
Activo No Corriente	15,039,897,499	14,375,026,868	14,234,990,622	11,450,691,323	14,105,476,633
Activo Corriente	68,131,544,195	75,945,349,484	58,231,627,474	42,863,102,423	43,252,482,869
Total Activos	83,171,441,694	90,320,376,352	72,466,618,096	54,313,793,746	57,357,959,502
Pasivo No Corriente	3,558,794,995	4,468,786,940	11,191,527,295	6,176,606,266	8,878,785,786
Pasivo Corriente	33,101,659,848	37,605,790,548	32,718,590,237	32,533,923,799	28,211,240,605
Total de Pasivos	36,660,454,843	42,074,577,488	43,910,117,532	38,710,530,065	37,090,026,391
Patrimonio	46,510,986,851	48,245,798,864	28,556,500,564	15,603,263,681	20,267,933,111
Total de Patrimonio y Pasivos	83,171,441,694	90,320,376,352	72,466,618,096	54,313,793,746	57,357,959,502

ESTRUCTURA DE RESULTADOS CONSOLIDADOS (valores ajustados por inflación al 31 de MARZO 2024)



GRIMOLDI

DESDE 1895

	31/03/2024	31/03/2023	31/03/2022	31/03/2021	31/03/2020
Ganancia (Pérdida) Operativa	5,515,533,234	8,138,643,791	9,377,538,649	3,285,618,758	(474,007,932)
Costos Financieros	(9,759,478,276)	(5,596,057,750)	(4,291,718,785)	(2,448,895,832)	(3,000,526,929)
Ingresos Financieros	5,316,422,737	6,838,128,016	1,705,736,408	453,569,452	366,786,411
Part En la ganancia neta de la asociada					
Ganancia (Pérdida) antes del Imp a las Ganancias por operaciones continuadas	1,072,477,695	9,380,714,057	6,791,556,272	1,290,292,378	(3,107,748,450)
Impuesto a las Ganancias (y a la GMP de corresponder)	(174,443,753)	(2,427,139,125)	(3,022,837,452)	(703,728,275)	552,074,077
Ganancia (Pérdida) neta del período por operaciones continuada	898,033,942	6,953,574,932	3,768,718,820	586,564,103	(2,555,674,373)
Otros resultados Integrales Consolidados del Ejercicio	(1,075,896,889)	(1,010,892,797)	118,783,206	113,493,251	63,339,979
Resultado Integral Total del Ejercicio	(177,862,947)	5,942,682,135	3,887,502,026	700,057,354	(2,492,334,394)
Atribuible a:					
Propietarios de la controladora	(170,226,282)	5,959,645,384	3,888,247,684	699,984,960	(2,485,384,804)
Participaciones no controladoras	(7,636,665)	(16,963,249)	(745,658)	72,394	(6,949,590)
Resultado Integral Total Neto del Ejercicio	(177,862,947)	5,942,682,135	3,887,502,026	700,057,354	(2,492,334,394)

ESTRUCTURA DEL FLUJO DE EFECTIVO (valores ajustados por inflación al 31 de MARZO 2024)

	31/03/2024	31/03/2023	31/03/2022	31/03/2021	31/03/2020
Ganancia (Pérdida) ordinaria de Ejercicio	898,033,942	6,953,574,932	3,768,718,820	586,564,113	(2,555,674,376)
Ajustes que no generan movimiento de efectivo	(771,667,473)	(708,746,123)	378,128,406	453,971,614	586,191,370
Cambios en Activos y Pasivos Operativos	(10,845,936,685)	1,423,501,708	4,882,536,455	3,507,518,696	8,381,132,988
Fondos generados por (aplicados a) actividades de inversión	322,934,251	(123,401,152)	(92,235,462)	(62,073,272)	(30,469,078)
Fondos generados por (aplicados a) actividades de financiación	2,226,293,309	(219,307,446)	(861,593,443)	(227,158,671)	(1,690,786,878)
Total de fondos generados o aplicados durante el período	(8,170,342,655)	7,325,621,919	8,075,554,776	4,258,822,480	4,690,394,026

DATOS ESTADISTICOS

	31/03/2024	31/03/2023	31/03/2022	31/03/2021	31/03/2020
<u>Volumen de Ventas (en unidades)</u>					
Mercado Local	706,045	714,831	648,000	490,699	456,450
Mercado Externo	0	0	0	-	-

INDICES CONSOLIDADOS

	31/03/2024	31/03/2023	31/03/2022	31/03/2021	31/03/2020
Liquidez	2.06	2.02	1.78	1.32	1.53
Solvencia	1.27	1.15	0.65	0.40	0.55
Inmovilización de Capital	0.18	0.16	0.20	0.21	0.25
Rentabilidad	0.02	0.16	0.15	0.04	(0.11)

PERSPECTIVAS

Sigue siendo muy difícil proyectar los próximos meses dado que todavía no está claro si el rumbo que eligió el nuevo gobierno será ratificado con el apoyo del Congreso y gobernadores. Además, las consecuencias que traigan eventos internacionales como las dos guerras que se llevan a cabo en Ucrania y la franja de Gaza, o las inundaciones en la zona del sur de Brasil, donde se encuentran importantes fábricas de calzado, también distorsionan el abastecimiento y cotización de la mercadería.

La Compañía será muy cauta en sus planes futuros. Desarrollará colecciones segmentadas, que satisfagan las necesidades cambiantes del público, mantendrá la esencia de sus locales, creciendo en la venta directa al consumidor, y continuará con el posicionamiento de las marcas que comercializa.



GRIMOLDI

DESDE 1895

Estamos convencidos que, con todas las medidas que implementamos, más el acompañamiento de nuestros clientes, proveedores, e instituciones financieras, se han sentado las bases para una compañía líder, sana y rentable.

Buenos Aires, 13 de Mayo de 2024

Alberto L. Grimoldi
Presidente