

RESEÑA INFORMATIVA
ESTADOS FINANCIEROS AL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2025

1) BREVE COMENTARIO SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

Si bien los primeros 6 meses del año habían marcado un rumbo de crecimiento, en el tercer trimestre las ventas y los márgenes se redujeron debido a una contracción del consumo que hasta hoy no termina de despegar. Consideramos que ese cambio sustancial se debió al resultado de las elecciones de la provincia de Bs As, a la cercanía de las elecciones nacionales, a la suba de las tasas de interés para mantener el dólar y la inflación controlada, y a otras medidas políticas y económicas que generaron incertidumbre en las personas y los mercados.

El Gobierno, sin embargo, mantuvo su enfoque en la estabilización macroeconómica y la reducción del déficit fiscal, sostuvo el esquema de bandas cambiarias y llegó a un acuerdo de apoyo financiero con Estados Unidos de América, para generar tranquilidad a inversores y tenedores de bonos. Las reformas económicas, impositivas, laborales y otras, que se definieron durante estos primeros dos años de gobierno exigieron que la toma de decisiones de las empresas fuera rápida y audaz para adaptarse al nuevo rumbo y cambio de expectativas. Aun así, sigue siendo necesario que, a partir del 10 de diciembre, el Congreso electo, vote reformas importantes y estables en el tiempo para mejorar la competitividad de las empresas.

La inflación anual (últimos 12 meses) que a diciembre 2023 era de 211% y a diciembre de 2024 de 118%, se ha reducido en septiembre 2025 a 32% y se espera que continúe bajando hacia fin de año. La economía continúa creciendo de forma heterogénea entre sectores y ha disminuido su impulso durante estos últimos meses, hasta empezar a caer en algunos rubros. Queda claro que, a pesar de las mejoras macroeconómicas y el acuerdo con el Fondo Monetario Internacional, la economía y el consumo en general siguen enfrentando desafíos importantes.

Durante estos 9 meses la empresa logró adaptarse a un mercado más competitivo, con precios a la baja (aún más que la inflación general), que demanda mayor productividad, trabajo coordinado de todas las áreas de la empresa y una atención extrema al consumidor. Este, sigue optando por una compra basada en el precio, las promociones y las cuotas.

La Compañía tuvo un buen primer semestre superando el crecimiento promedio del rubro, pero durante el tercer trimestre cayó respecto al mismo periodo del año anterior y a lo que esperaba vender. Continúa siendo cauta con su flujo de caja, incentiva la venta online, negocia plazos de pago, tanto con proveedores como con clientes, evalúa constantemente los inventarios de mercadería y adapta rápidamente su abastecimiento en base a las nuevas reglas de comercio exterior. Concentra su foco en marcas y productos rentables y que proyecten crecimiento.

En volumen, la suma de los pares vendidos por todos los canales de la Compañía, en los primeros 9 meses de 2025, fue de 1.745.600 pares. Esto representa un crecimiento de 20% respecto a los 1.453.000 pares vendidos en el mismo periodo de 2024 y un crecimiento del 13% respecto al volumen de venta del mismo período de 2023. El crecimiento 2025 vs 2024 mencionado se da principalmente en la venta a clientes mayoristas que crece 42% en volumen.

En pesos, las ventas consolidadas, ajustadas por inflación, de los primeros 9 meses del 2025 fueron de aproximadamente \$ 195 mil millones, lo que representa un aumento del 1,3% respecto a las ventas ajustadas por inflación del mismo período del 2024. Esta diferencia con el crecimiento de volumen se da por el crecimiento mayor de la venta en el canal mayorista y la baja de precios de muchos productos.

El margen de ganancia bruta consolidado empeora 1,9 puntos porcentuales en este período del 2025 a 52,1%, debido al mayor crecimiento de ventas en el canal mayorista y la baja de precios mencionada anteriormente. Cabe destacar que, en particular, el tercer trimestre de 2025 fue bastante más bajo que el del tercer trimestre del 2024 e influyó en esa caída del margen.

Los gastos de comercialización crecen en estos 9 meses del 2025 al 32,9% de la venta debido a la recomposición de gastos de ocupación, impuestos, tarifas, salarios y otros gastos que superaron el crecimiento de la inflación. Los gastos de administración bajan levemente y representan en estos primeros 9 meses el 3,5% de la venta. La Ganancia Operativa, en este periodo, disminuye al 15,7% de la venta cuando, en el mismo período de 2024, representaba el 22,6%.

Los Resultados Financieros, se redujeron considerablemente en este período frente al del año anterior, representando, en los primeros 9 meses de 2025, 6,9% de la venta, cuando en el 2024 eran el 14,6% de la venta. La compañía pudo financiarse a tasas de interés menores durante los primeros 6 meses del año para ofrecer la venta en cuotas a los consumidores, pero durante el tercer trimestre esas tasas se elevaron demasiado desincentivando esta metodología de venta.

Dada la variación tan grande en los Resultados Financieros la Ganancia Neta de los primeros 9 meses de 2025 consolidada, ajustada por inflación, por operaciones continuadas en la Argentina, crece 35% respecto a la del mismo período del año anterior. En los primeros 9 meses fue de \$ 11.051.868.883, representando el 5,7% de la venta mientras que la ganancia de \$ 8.203.855.816 generada en el mismo período del año anterior representaba el 4,3% de la venta.

La Planta Industrial de Arroyo Seco operó de forma ordenada y eficiente durante estos primeros 9 meses de 2025. Sigue siendo importante en la actual estructura de abastecimiento, aunque debe apuntar a mejorar aún más su productividad para competir con productos importados.

La Planta Inyectora de Poliuretano y Goma Eva de Pilar, que produce no sólo plantillas o fondos, sino también productos terminados de variada índole, como ser sandalias y calzado de seguridad, continúa incrementando su productividad para poder competir con los productos importados.

El Centro de Distribución de mercadería, sito en Pilar, Provincia de Buenos Aires, continúa funcionando de forma eficiente y productiva. Se lo modifica 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. Se sigue adaptando a las nuevas reglas del comercio exterior y potenciales desregulaciones que faciliten y eficienten la producción local.

La Compañía está preparada para enfrentar los ajustes económicos que seguramente continúen durante el 2025. Seguirá llevando adelante medidas que fortalezcan su situación económico-financiera aún más, manteniendo cortos los plazos de cobranza, negociando esquemas de pago a mediano y largo plazo con proveedores, rotando el inventario apropiadamente y priorizando negocios y marcas rentables.

2) ESTRUCTURA PATRIMONIAL CONSOLIDADA (todos los valores ajustados por inflación al 30 de Septiembre)

	30/09/2025	30/09/2024	30/09/2023	30/09/2022	30/09/2021
Activo No Corriente	37,053,471,613	25,526,101,533	28,829,679,586	22,726,103,043	19,387,717,883
Activo Corriente	139,362,773,304	125,321,595,166	133,297,346,045	103,848,359,930	86,603,167,378
Total Activos	176,416,244,917	150,847,696,699	162,127,025,631	126,574,462,973	105,990,885,261
Pasivo No Corriente	13,375,128,342	6,856,119,814	7,628,870,041	8,345,816,467	21,119,776,535
Pasivo Corriente	62,599,506,025	58,713,047,525	56,085,510,742	52,211,205,056	51,179,350,996
Total de Pasivos	75,974,634,367	65,569,167,339	63,714,380,783	60,557,021,523	72,299,127,531
Patrimonio	100,441,610,550	85,278,529,361	98,412,644,848	66,017,441,450	33,691,757,730
Total de Patrimonio y Pasivos	176,416,244,917	150,847,696,699	162,127,025,631	126,574,462,973	105,990,885,261

3) ESTRUCTURA DE RESULTADOS CONSOLIDADOS (todos los valores ajustados por inflación al 30 de Septiembre)

	30/09/2025	30/09/2024	30/09/2023	30/09/2022	30/09/2021
Ganancia (Pérdida) Operativa	30,694,419,433	43,582,553,089	60,257,839,026	67,079,860,647	31,972,333,670
Costos Financieros	(17,420,373,974)	(39,270,077,860)	(28,004,251,712)	(22,557,854,615)	(20,983,615,397)
Ingresos Financieros	3,976,771,232	11,216,182,482	2,560,197,605	504,390,518	2,739,093,593
Part En la ganancia neta de la asociada					
Ganancia (Pérdida) antes del Imp a las Ganancias por operaciones continuadas	17,250,816,691	15,528,657,711	34,813,784,919	45,026,396,550	13,727,811,866
Impuesto a las Ganancias (y a la GMP de corresponder)	(6,198,947,808)	(7,324,801,895)	(9,358,628,028)	(20,078,817,480)	(6,474,283,929)
Ganancia (Pérdida) neta del período por operaciones continuadas	11,051,868,883	8,203,855,816	25,455,156,891	24,947,579,070	7,253,527,937
Otros resultados Integrales Consolidados del Ejercicio	1,104,848,855	(2,357,218,572)	2,519,188,094	(2,143,156,511)	332,081,396
Resultado Integral Total del Ejercicio	12,156,717,738	5,846,637,244	27,974,344,985	22,804,422,559	7,585,609,333
Atribuible a :					
Propietarios de la controladora	12,122,726,032	5,849,488,516	27,983,543,334	22,808,973,653	7,583,276,504
Participaciones no controladoras	33,991,706	(2,851,272)	(9,198,349)	(4,551,094)	2,332,829
Resultado Integral Total Neto del Ejercicio	12,156,717,738	5,846,637,244	27,974,344,985	22,804,422,559	7,585,609,333

4) ESTRUCTURA DEL FLUJO DE EFECTIVO (todos los valores ajustados por inflación al 30 de Septiembre)

	30/09/2025	30/09/2024	30/09/2023	30/09/2022	30/09/2021
Ganancia (Pérdida) ordinaria de Ejercicio	11,051,868,883	8,203,855,816	25,455,156,891	24,947,579,071	7,253,527,953
Ajustes que no generan movimiento de efectivo	3,168,324,773	(704,111,153)	4,095,370,975	(751,052,581)	2,229,638,739
Cambios en Activos y Pasivos Operativos	(12,497,921,818)	(13,465,570,824)	(16,952,486,879)	(4,471,157,409)	7,010,032,973
Fondos generados por (aplicados a) actividades de inversión	(3,649,617,988)	839,552,342	(4,755,457,037)	(1,077,594,256)	(905,299,927)
Fondos generados por (aplicados a) actividades de financiación	2,574,508,466	5,948,975,348	(4,056,197,512)	(19,120,013,791)	(1,061,847,792)
Total de fondos generados o aplicados durante el período	647,162,316	822,701,528	3,786,386,434	(472,238,966)	14,526,051,946

5) DATOS ESTADISTICOS

<i>Volumen de Ventas de Calzado, indumentaria, accesorios y otros (en unidades)</i>	30/09/2025	30/09/2024	30/09/2023	30/09/2022	30/09/2021
Mercado Local	2,513,420	2,361,934	2,209,331	1,910,224	1,570,224
Mercado Externo				-	-

6) INDICES CONSOLIDADOS

	30/09/2025	30/09/2024	30/09/2023	30/09/2022	30/09/2021
Liquidez	2.23	2.13	2.38	1.99	1.69
Solvencia	1.32	1.30	1.54	1.09	0.47
Inmovilización de Capital	0.21	0.17	0.18	0.18	0.18
Rentabilidad	0.12	0.10	0.34	0.58	0.28

7) PERSPECTIVAS

Argentina ha encarado un nuevo rumbo económico y definido políticas que cambiaron y cambiarán la forma de hacer negocios en el país si estas persisten en el tiempo. Las reformas que desregulan y facilitan el comercio, incentivan a las empresas a actuar de forma veloz y eficiente para posicionarse ante el nuevo panorama. El resultado de las elecciones nacionales del 26 de octubre parecería corroborar que una parte importante de la población apoya este rumbo. Suponemos que el nuevo Congreso se ocupará de convertir en leyes varias de las iniciativas que presenta el gobierno para que las empresas sean más productivas.

A su vez, el panorama internacional afectado por diversos conflictos armados, sumado a la política económica actual de los EEUU con tasas altas (aunque empezando a bajar) y aumento de tarifas de importación, incrementa los costos y genera problemas de logística en nuestra industria. Por eso nos sigue siendo muy difícil proyectar los próximos meses, aunque estimamos que de acá a fin de año la rentabilidad seguirá siendo menor a la del primer semestre.

La Compañía será audaz comercialmente y precavida financieramente en sus planes. Desarrollará colecciones segmentadas, que satisfagan las necesidades cambiantes del público que ve que los precios del rubro indumentaria bajan lentamente y necesita herramientas de financiación para concretar la compra. Grimoldi mantendrá la esencia de sus locales y las marcas que comercializa previendo que el consumidor seguirá siendo selectivo y buscará productos con buena relación precio-calidad y marcas que le generen confianza. La Compañía sigue en conversaciones con marcas internacionales para fortalecer aún más su portfolio.

Queremos expresar nuestro mayor agradecimiento a clientes, franquiciados y proveedores. Un muy especial agradecimiento al personal de la empresa que se adapta rápidamente a las cambiantes modalidades de trabajo y han acompañado con un gran esfuerzo esta gestión.

Estamos convencidos que, con las medidas implementadas, más el acompañamiento de todos los mencionados, se han sentado las bases para una Compañía más sana y con una rentabilidad razonable.

Buenos Aires, 07 de Noviembre de 2025

Alberto L. Grimoldi
Presidente