

RESEÑA INFORMATIVA
ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025

1) BREVE COMENTARIO SOBRE LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

El año 2025 tuvo un segundo semestre distinto al primero. Los primeros 6 meses del año habían marcado un rumbo de crecimiento, pero, en el tercer trimestre, las ventas y los márgenes se redujeron debido a una contracción del consumo atribuible a la desconfianza que se generó a nivel financiero tras el resultado adverso al gobierno nacional en las elecciones de la Provincia de Bs As del 7 de septiembre. En el cuarto trimestre, recién después del resultado favorable al gobierno nacional en las elecciones nacionales del 26 de octubre, la economía y la confianza empezó a estabilizarse.

El Gobierno mantiene su enfoque en la estabilización macroeconómica y reducción del déficit fiscal logrando, así, que continúe bajando la inflación. La inflación anual que a diciembre 2023 era de 211% y a diciembre de 2024 de 118%, se redujo en diciembre de 2025 a 31,5% y se espera que continúe bajando durante el 2026. 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.

La gestión firme y austera, cuyos dos objetivos principales son el equilibrio fiscal y la baja de la inflación, han superado la expectativa de mucha gente. De a poco se va normalizando la operación de comercio exterior generando mejoras en los procesos y mayor competencia, beneficiando al consumidor final. Si bien algunas trabas al acceso de divisas para pagos al exterior de mercadería se mantienen, son más predecibles en el cumplimiento, pero continúan afectando la rentabilidad operativa y obligando a las empresas a ser cautas en la definición del presupuesto de negocios para el 2026.

El consumo de productos como los que comercializa la Compañía empezó bien en el 2025 pero luego disminuyó en la segunda mitad forzando a adelantar las liquidaciones de fin de temporada, a evitar aumentos de precios, reduciendo márgenes de utilidad, y obligando a los comercios a ser más eficientes en la operatoria. La empresa logró adaptarse a este mercado más competitivo, se focalizó en las necesidades coyunturales del consumidor, redujo los precios en pesos reales, o sea sus aumentos fueron menores a los del IPC (Índice de Precios al Consumidor) general, sumó promociones y venta en cuotas, logró mayor productividad en algunos procesos y mejoró el trabajo coordinado de todas las áreas de la empresa.

La Compañía 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 el 2025, fue de 2.484.000 pares. Esto representa un aumento de 16% respecto a los 2.143.000 pares vendidos en el 2024. El crecimiento se da principalmente en la venta a clientes mayoristas durante los primeros 3 trimestres del año y un buen primer semestre de la venta en los locales.

En el 2025, el canal llamado DTC (direct to consumer = directo al consumidor) representó el 56% del volumen vendido por la Compañía, y el 67% de la venta en pesos.

En pesos, las ventas consolidadas, ajustadas por inflación, de los 12 meses del 2025 fueron de aproximadamente \$ 276 millones, lo que representa una disminución del 5% 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 3,2 puntos porcentuales en el 2025 a 51,3%, debido al mayor crecimiento de ventas en el canal mayorista y la baja de precios en pesos constantes mencionada anteriormente. Los gastos de comercialización crecen en estos 12 meses del 2025 al 32,6% de la venta debido a la recomposición de gastos de ocupación, impuestos, tarifas, salarios y otros gastos que superaron el crecimiento del IPC general, además de los nuevos locales. Los gastos de administración bajan levemente y representan en estos 12 meses el 3,4% de la venta. La Ganancia Operativa, en este período, disminuye al 15,3% de la venta cuando, en el mismo período de 2024, representaba el 22,7%.

Los Resultados Financieros, se redujeron en el 2025, representando el 7,0% de la venta, cuando en el 2024 eran el 13,7% 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 segundo semestre, esas tasas se elevaron demasiado desincentivando esta metodología de venta. Afortunadamente durante el primer trimestre de 2026 las tasas se ubican en valores mucho más razonables.

Dada la variación tan grande en los Resultados Financieros la Ganancia Neta de los 12 meses de 2025 consolidada, ajustada por inflación, por operaciones continuadas en la Argentina, se acerca mucho al resultado de 2024. En el 2025 fue de \$ 14.935.584.923, representando el 5,4% de la venta mientras que la ganancia de \$ 15.075.334.903 generada en el mismo período del año anterior representaba el 5,2% de la venta.

Este resultado, similar al del año anterior, y que lo supera en porcentaje sobre ventas, es considerado un logro importante dado lo difícil que fue vender durante el segundo semestre del año, y demuestra la capacidad de la compañía de adaptarse rápidamente, no solo a las situaciones cambiantes de abastecimiento ya mencionadas, sino también a lograr que esos productos comprados sean vendidos al público. Si bien esperamos un primer semestre de 2026 tan competitivo como el último del 2025, estimamos que durante el segundo semestre la oferta será menos agresiva y la demanda tendrá mayor poder adquisitivo y más confianza en que el futuro será mejor.

La Planta Industrial de Arroyo Seco operó de forma ordenada y eficiente durante el 2025, aunque debe apuntar a mejorar aún más su productividad para competir con productos importados.

La Planta Inyectora de Poliuretano y Goma Eva de Pilar, 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 efficienten la producción local.

La Compañía está preparada para enfrentar los ajustes económicos que seguramente continúen durante el 2026. 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.

Durante el 2026 la compañía continuara con su plan de crecer en cantidad de locales Vans y The North Face. Además, la empresa continua en negociaciones con empresas internacionales, tanto de calzado como de indumentaria, que buscan un distribuidor con trayectoria, contactos con operadores de centros comerciales y eficientes en la comunicación y atención a los consumidores.

2) ESTRUCTURA PATRIMONIAL CONSOLIDADA (todos los valores ajustados por inflación al 31 de diciembre)

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
Activo No Corriente	38,031,701,291	31,510,659,388	29,746,499,910
Activo Corriente	149,078,188,861	129,796,502,345	165,988,697,231
Total Activos	187,109,890,152	161,307,161,733	195,735,197,141
Pasivo No Corriente	13,368,502,001	9,328,908,405	8,062,447,888
Pasivo Corriente	62,296,215,102	53,842,788,396	99,461,623,830
Total de Pasivos	75,664,717,103	63,171,696,801	107,524,071,718
Patrimonio	111,445,173,049	98,135,464,932	88,211,125,423
Total de Patrimonio y Pasivos	187,109,890,152	161,307,161,733	195,735,197,141

3) ESTRUCTURA DE RESULTADOS CONSOLIDADOS (todos los valores ajustados por inflación al 31 de diciembre)

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
Ganancia (Pérdida) Operativa	42,423,483,999	65,751,173,315	97,127,337,674
Costos Financieros	(22,649,582,630)	(52,533,761,283)	(95,934,811,434)
Ingresos Financieros	3,815,372,103	12,876,733,589	11,716,511,376
Part En la ganancia neta de la asociada			
Ganancia (Pérdida) antes del Imp a las Ganancias por operaciones continuadas	23,589,273,472	26,094,145,621	12,909,037,616
Impuesto a las Ganancias (y a la GMP de corresponder)	(8,653,688,549)	(11,018,810,718)	(6,079,031,345)
Ganancia (Pérdida) neta del período por operaciones continuadas	14,935,584,923	15,075,334,903	6,830,006,271
Otros resultados Integrales Consolidados del Ejercicio	1,288,422,468	(2,612,481,867)	5,408,698,423
Resultado Integral Total del Ejercicio	16,224,007,391	12,462,853,036	12,238,704,694
Atribuible a :			
Propietarios de la controladora	16,207,114,145	12,451,794,993	12,219,067,990
Participaciones no controladoras	16,893,246	11,058,043	19,636,704
Resultado Integral Total Neto del Ejercicio	16,224,007,391	12,462,853,036	12,238,704,694

4) ESTRUCTURA DEL FLUJO DE EFECTIVO (todos los valores ajustados por inflación al 31 de diciembre)

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
Ganancia (Pérdida) ordinaria de Ejercicio	14,935,584,923	15,075,334,903	6,830,006,271
Ajustes que no generan movimiento de efectivo	4,353,390,230	(189,008,981)	7,726,319,334
Cambios en Activos y Pasivos Operativos	(21,730,523,678)	(22,521,844,025)	2,068,658,213
Fondos generados por (aplicados a) actividades de inversión	(3,903,656,868)	(1,396,666,648)	(5,449,625,825)
Fondos generados por (aplicados a) actividades de financiación	6,786,587,561	9,287,915,252	(4,374,917,711)
Total de fondos generados o aplicados durante el período	441,382,168	255,730,501	6,800,440,282

5) DATOS ESTADISTICOS

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
<u>Volumen de Ventas (en unidades)</u>			
Mercado Local	3,506,677	3,413,068	3,071,965

6) INDICES CONSOLIDADOS

	31/12/2025	31/12/2024	31/12/2023
Liquidez	2.39	2.41	1.67
Solvencia	1.47	1.55	0.82
Inmovilización de Capital	0.20	0.20	0.15
Rentabilidad	0.15	0.17	0.09



7) PERSPECTIVAS

Argentina ha encarado un nuevo rumbo económico y votado 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. Asumimos 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 los conflictos en Ucrania, y en medio oriente con Irán, sumado a la política económica actual de los EEUU con tasas altas 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.

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 porfolio.

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, 09 de marzo de 2026

Alberto L. Grimoldi
Presidente