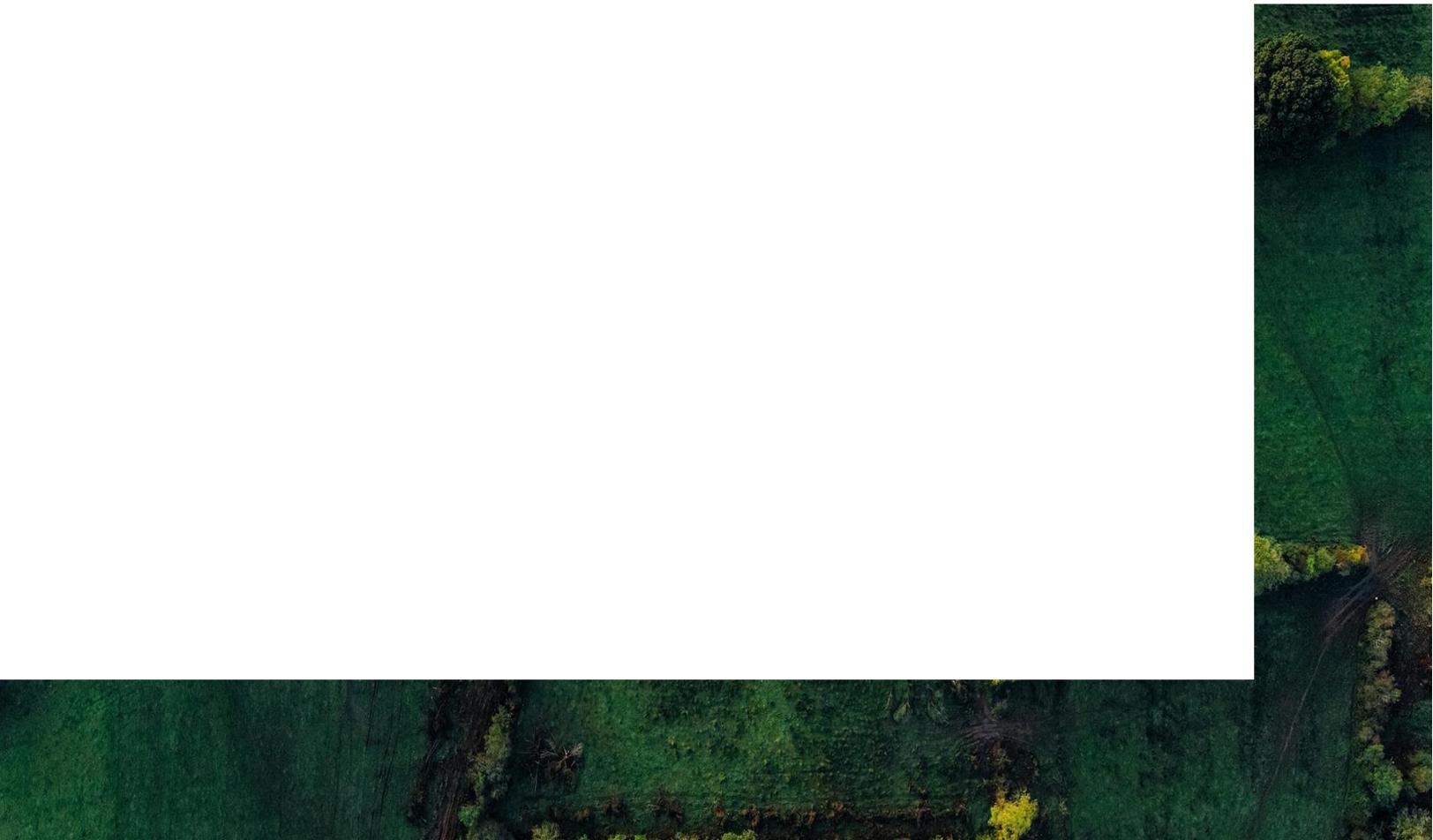




# Nota de Resultados 3° Trimestre 2025



## Nota de Resultados – 3º Trimestre 2025

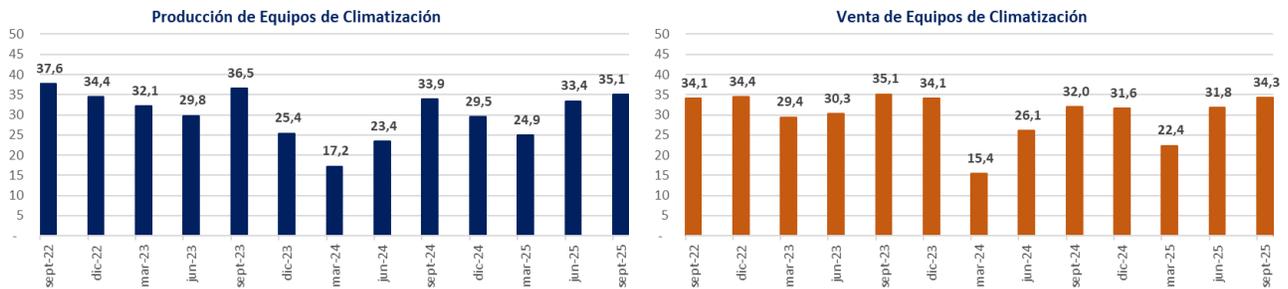
En este tercer trimestre del año tuvimos nuevamente modificaciones importantes en el contexto de comercialización de productos electrónicos producidos en Tierra del Fuego. Esta nueva modalidad permite modalidades de comercialización en forma directa tanto desde la isla en formato courier como desde el continente en formato de venta directa o por cuenta y orden.

### Segmento Automotriz

#### Equipos de Climatización

La producción del trimestre alcanzó las 35.061 unidades, siendo 5,0% mayor que el trimestre anterior y un 3,3% superior que la del 3ºT 2024.

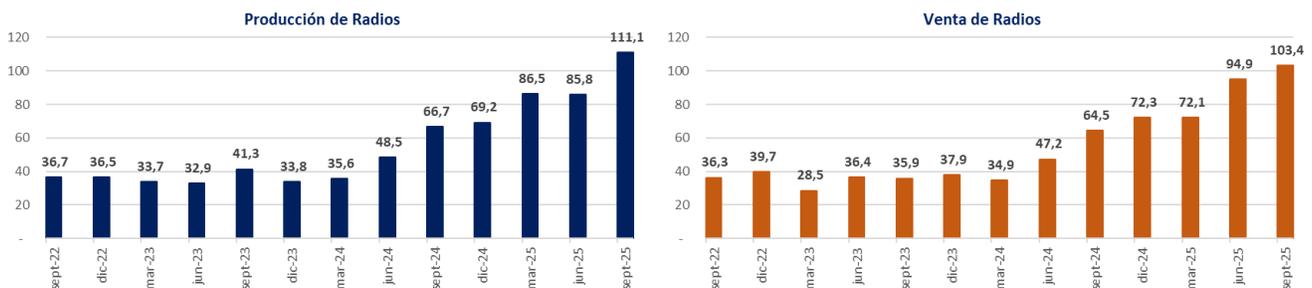
Las ventas del trimestre alcanzaron las 34.254 unidades, siendo 7,7% mayor que el trimestre anterior y un 7,0% superior que las del mismo trimestre del 2024.



#### Autorradio

La producción de equipos de información y entretenimiento para automóviles sumó 111.085 unidades en el trimestre, siendo 29,4% mayor a la realizada en el trimestre anterior y 66,6% superior a la alcanzada en el 3ºT 2024.

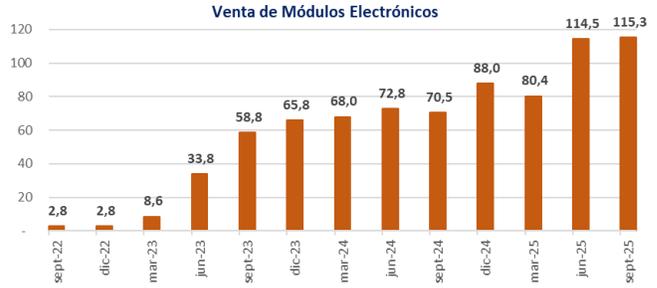
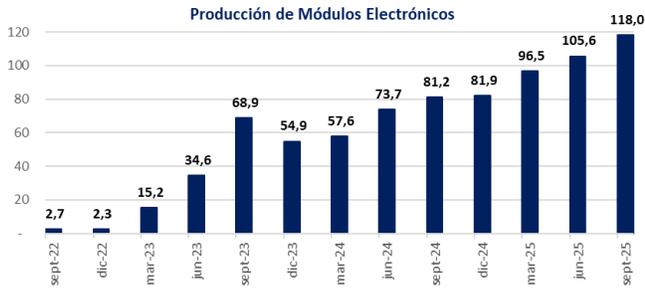
En cuanto a las ventas del trimestre que llegaron a 103.390 unidades, resultando 9,0% superiores a las del trimestre anterior y 60,3% mayores que las entregadas en el 3ºT 2024.



### Módulos Electrónicos

La producción de módulos electrónicos en el trimestre sumó 117.955 unidades, siendo 11,7% mayor a la realizada en el trimestre anterior y 45,3% superior a la alcanzada en el 3ºT 2024.

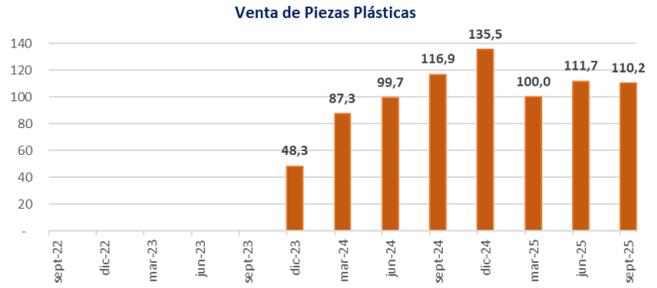
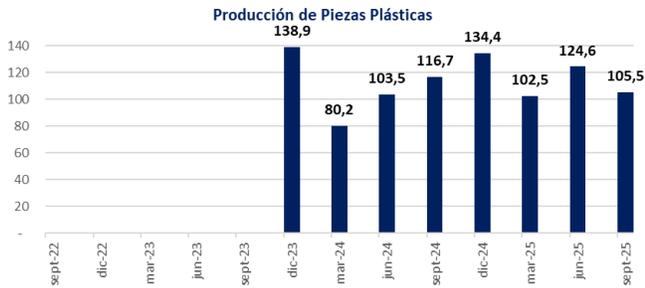
En cuanto a las ventas del trimestre que llegaron a 115.263 unidades, resultaron 0,6% superiores a las del trimestre anterior y 63,5% mayores que las entregadas en el 3ºT 2024.



### Piezas Plásticas de Apariencia

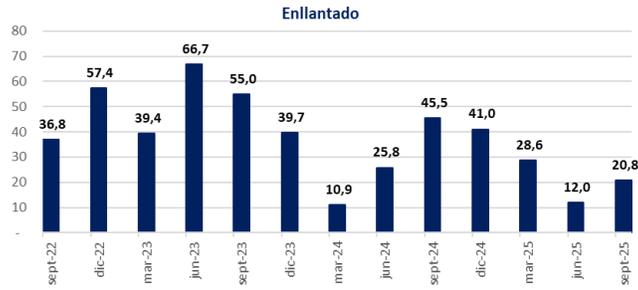
La producción del trimestre alcanzó las 105.507 unidades, siendo 15,3% menor que el trimestre anterior y 9,6% inferiores que las alcanzadas en el 3ºT 2024.

Las ventas del trimestre alcanzaron las 110.168 unidades, siendo 1,4% menor que el trimestre anterior y 5,7% inferiores que las del mismo trimestre de 2024.



### Enllantado de Neumáticos

La cantidad de neumáticos enllantados por la compañía en el trimestre sumó 20.810 unidades, siendo 73,1% mayor que el trimestre anterior y 54,3% inferior si lo comparamos con el 3ºT 2024.



## Segmento de Telefonía Móvil y Electrónica de Consumo

### Telefonía Móvil

La producción de teléfonos en el trimestre sumó 687.950 unidades, disminuyendo en un 14,3% si lo comparamos a lo realizado el trimestre anterior y 4,9% mayor si la comparamos con la del 3ºT 2024.

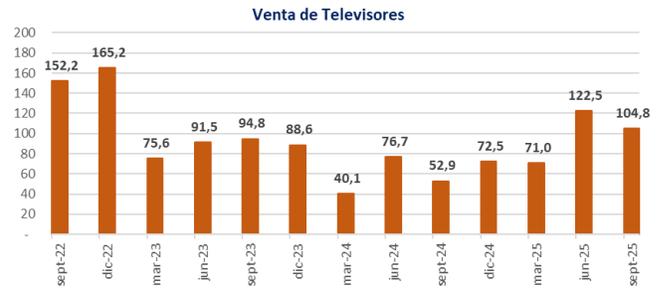
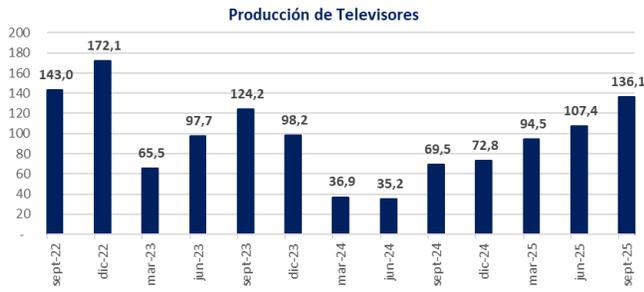
En lo referente a las ventas del trimestre sumaron 386.768 unidades reflejando una baja del 45,6% con respecto al trimestre anterior y una disminución del 38,7% si lo comparamos contra el 3ºT 2024.



### Televisión

La producción de televisores en el trimestre sumó 136.071 unidades siendo mayor en un 26,6% con respecto al trimestre anterior y 95,8% superior si lo comparamos con el 3ºT 2024.

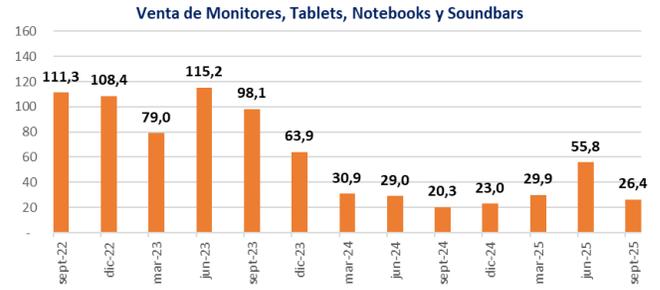
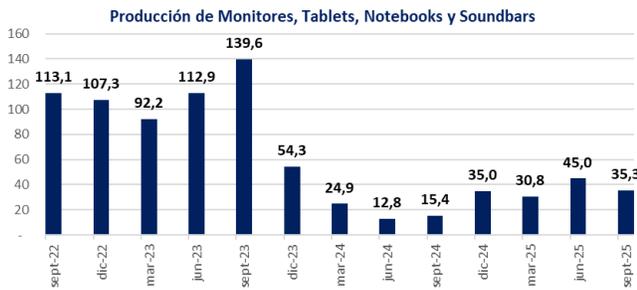
Las ventas sumaron 104.782 unidades, un 14,4% inferiores a las del trimestre anterior y 98,1% mayores si las comparamos con el 3ºT 2024.



**Monitores, Tablets, Notebooks y Soundbars**

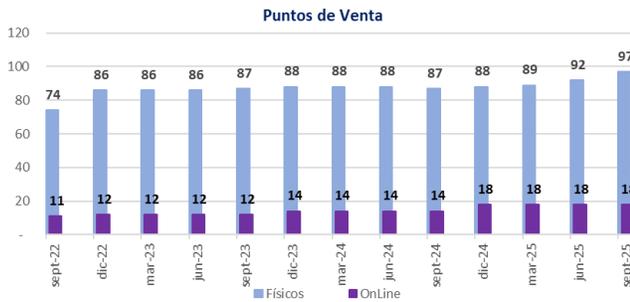
La producción de monitores, tablets, notebooks y soundbars en el trimestre sumó 35.300 unidades siendo menor en un 21,5% con respecto al trimestre anterior y 128,8% superior si lo comparamos con el 3ºT 2024.

Las ventas sumaron 26.397 unidades, un 52,7% inferiores a las del trimestre anterior y 29,9% mayores si las comparamos con el 3ºT 2024.



**Segmento de Venta Minorista**

La venta minorista se canaliza mediante puntos de venta físicos y canales en línea. En este trimestre la cantidad de locales físicos sumaban 97, de los cuales 68 son representando a la marca Samsung, distribuidos en los principales puntos de consumo del país, 19 correspondientes a Diggit, 9 de la marca JBL y 1 a Ferbi. Los canales de venta en línea suman 18 y se dividen en Samsung.com, canal oficial de la marca, Samshop.com que vende a empleados de empresas asociadas a la plataforma, Estudiantes.samsung.com que vende a estudiantes certificados en la plataforma, Empresas.samsung.com.ar para venta a empresas, JBL.com.ar, canal oficial de la marca, MercadoLibre.com a través de las tiendas oficiales de Diggit, Ferbi, Samsung TV y Samsung Celulares, JBL, Harman, Asus, Liliana y Nvidia, el portal digital TiendaDiggit.com y BeneficiosDiggit.com que vende a empleados de empresas asociadas a la plataforma y la tienda en línea de Ferbi.

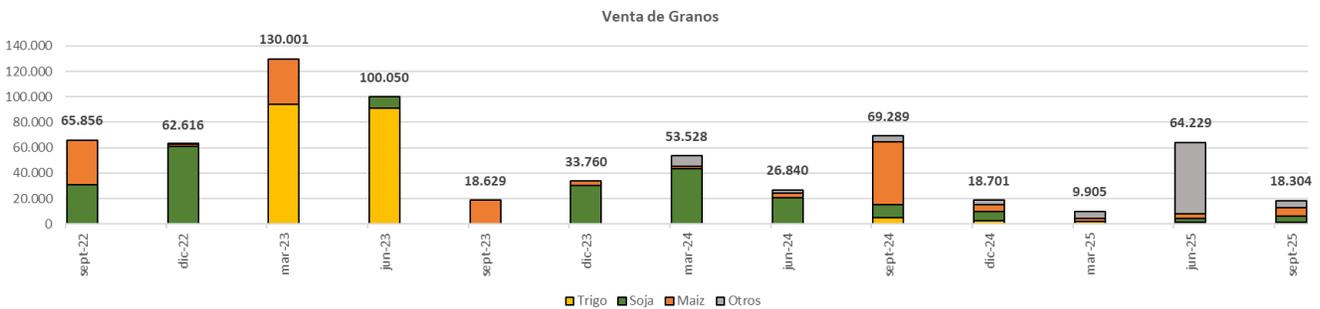


Adicionalmente GMRA comercializa sus productos en diversas plataformas de venta en línea como Tienda BNA, Click, Supervielle, ICBC, BBVA, Iupp, Quiero, Ciudad, Patagonia, Columbia y BAPRO.

Las ventas sumaron 213.275 unidades, un 25,7% inferiores a las del trimestre anterior y 24,8% mayores si las comparamos con el 3ºT 2024.

### Segmento Agropecuario

El volumen comercializado en el trimestre ascendió a 1.450 toneladas de trigo, 4.971 toneladas de soja, 6.260 toneladas de maíz y 5.623 toneladas de otros productos como fibra de algodón, cebada, girasol y aceite de girasol.



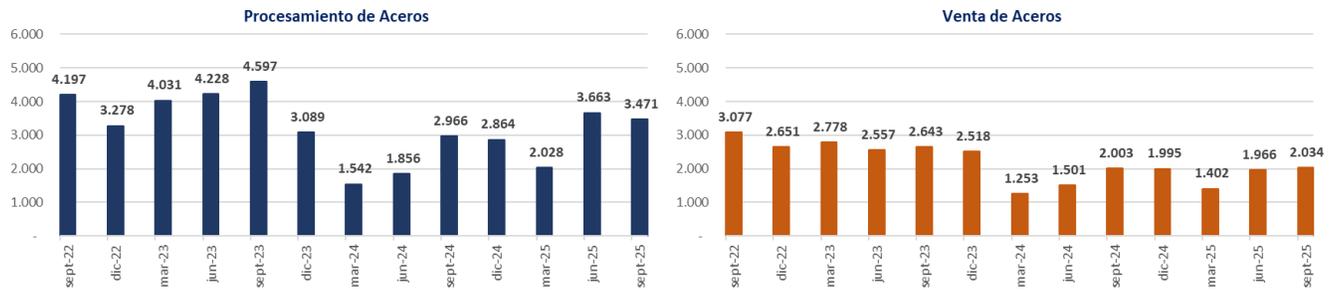
Este segmento de negocios proporciona cobertura de tipo de cambio y mejora el balance de monedas en el acceso al mercado local de cambios.

Adicionalmente en el mes de junio comenzó el proceso de engorde de porcinos.

### Segmento Siderúrgico

La compañía procesa y comercializa en el mercado local aceros inoxidables, aceros especiales y chapas antidesgastes. Procesó en el trimestre 3.471 toneladas de aceros, siendo este un 5,2% inferior a lo realizado en el trimestre anterior y un 17,0% superior al mismo trimestre del año previo. En cuanto a las ventas, se

despacharon 2.034 toneladas alcanzando un 3,5% más que el trimestre previo y un 1,6% superior al 3ºT 2024.



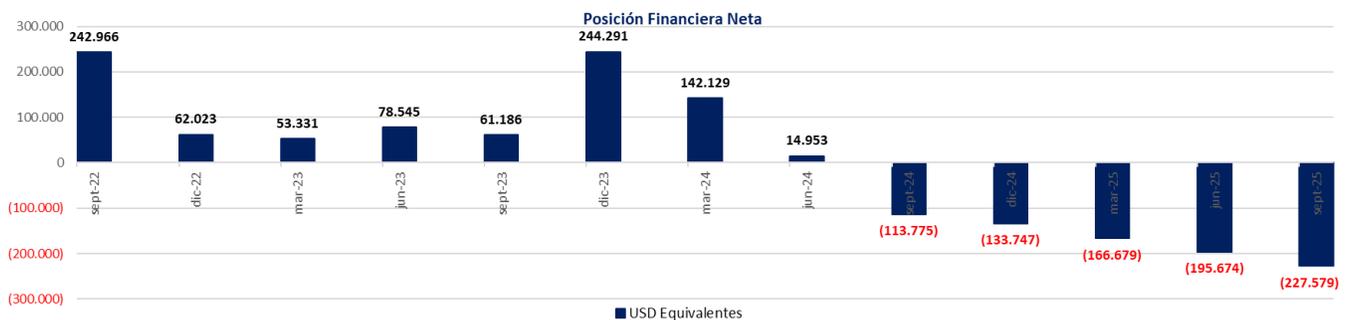
### Operación Regional

La sociedad mantiene operaciones en trece países fuera de Argentina. Los negocios de electrónica de consumo que despliega se vinculan con tiendas de venta minorista en locales físicos, en línea y posventa como también con venta a mercado abierto a distribuidores y comercios minoristas en Uruguay, Paraguay, Chile, Ecuador, Panamá y República Dominicana.

Adicionalmente presta servicio de 4PL (Fourth-Party Logistics) a carriers telefónicos que implica hacer planificación de demanda, ser agente de compra con las marcas de teléfonos celulares, hacer la logística internacional y la distribución a cada país con un centro logístico en Estados Unidos para Honduras, Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Colombia, Bolivia Paraguay y Chile. En el trimestre se vendieron un total de 1.029.704 unidades.

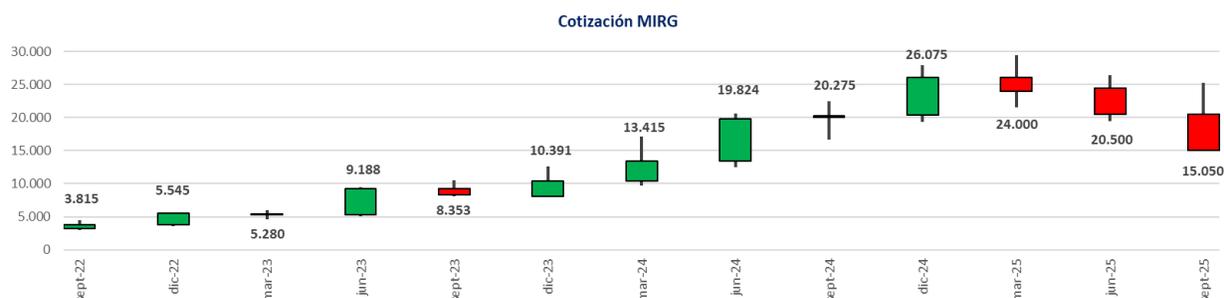
### Posición Financiera

La sociedad cerró este primer trimestre con activos financieros por ARS115.265 millones y pasivos financieros por ARS429.324 millones, ambos al cierre del período. Es de destacar el mayor apalancamiento financiero para agilizar los pagos al exterior mediante financiaciones de importación.



## Movimiento Bursátil

Las acciones de la sociedad cotizadas en la bolsa de comercio de Buenos Aires bajo la nomenclatura MIRG, tuvieron un movimiento de 3.506.750 acciones tranzadas en el trimestre en el segmento de entrega en 48hs, pasando su cotización desde los 20.500,0 a los 15.050,0 pesos cada 10 unidades, reportando una baja del 26,6% con respecto al trimestre anterior y una caída de 25,8% si lo comparamos con el cierre registrado en el 3°T de 2024.



## Magnitudes Económicas

### Expresión de segmentos de negocio

A continuación, se expone en datos no auditados las magnitudes por segmento de negocio. Las cifras se muestran en millones de pesos.

Concepto - Segmento	Electrónica de Consumo	Retail	Automotriz	Agro	Aceros	Regional	GRUPO MIRGOR
<b>Venta</b>	187.314	68.294	118.127	11.320	8.375	194.382	587.811
<b>Costos Directos de Venta</b>	(143.912)	(46.020)	(79.043)	(9.121)	(7.288)	(178.896)	(464.280)
<b>Margen de Contribución</b>	43.402	22.273	39.084	2.199	1.087	15.486	123.531
<b>% s/ventas</b>	23%	33%	33%	19%	13%	8%	21%
<b>Gastos de Operación</b>	(41.649)	(21.591)	(26.645)	(1.775)	(1.159)	(8.362)	(101.181)
<b>Amortizaciones</b>	(783)	(604)	(1.895)	0	0	0	(3.282)
<b>Margen Operativo</b>	970	79	10.544	424	(72)	7.123	19.067
<b>% s/ventas</b>	1%	0%	9%	4%	-1%	4%	3%
<b>Gastos Financieros Netos</b>	(30.776)	(3.884)	(3.623)	1.769	1.139	(2.168)	(37.542)
<b>Otros Ingresos y Egresos</b>	(540)	(515)	(191)	107	0	(989)	(2.128)
<b>Margen Neto Total</b>	(30.346)	(4.320)	6.730	2.300	1.067	3.966	(20.603)
<b>% s/ventas</b>	-16%	-6%	6%	20%	13%	2%	-4%

Las pautas para su correcta lectura son:

- Son resultados históricos, expresados en moneda nominal de cada uno de los períodos informados y que forman el trimestre.

- El costo de la mercadería vendida, de todos los segmentos, está valorizada a costo de reposición de cada uno de los meses.
  - Se excluyen los efectos económicos de los siguientes conceptos:
    - Ajuste por inflación
    - Ajuste a valor actual de activos y pasivos
    - Ajuste por tratamiento especial de alquileres de NIIF16
    - Ajuste por efecto del impuesto diferido
-

## **Descargo de Responsabilidad.**

1. Los datos de ésta publicación constituyen una presentación general de información relacionada con MIRGOR SACIFIA (la “Compañía”) a esta fecha.
2. Esta publicación no contiene toda la información de la situación financiera y económica de la Compañía, o de sus estrategias de negocios, posición competitiva y crecimiento potencial, ni deberá ser considerada un cuadro completo de su proceso de fabricación o de sus operaciones y objetivos. Representa un mero resumen informativo y no pretende constituir una descripción total de los contenidos mencionados en esta presentación.
3. Esta presentación contiene datos históricos y resultados del pasado sobre las operaciones y rendimientos de la Compañía en un período determinado, y no constituye un indicador, guía ni garantía de rendimiento actual o futuro.
4. Los resultados aquí informados no incluyen los efectos económicos de ciertos ajustes que fueron excluidos, tales como: con ajuste por inflación, ajuste a valor actual de activos y pasivos, ajuste por tratamiento especial de alquileres de NIIF16 y ajuste por efecto del impuesto diferido, y cualquier otro ajuste no considerado para este informe. La Compañía no asume ninguna obligación de ajustar, actualizar o divulgar los datos, resultados y rendimientos informados incluyendo los ajustes excluidos.
5. Existen múltiples factores económicos, financieros, fiscales, industriales, sociales y políticos que pudieron haber impactado de manera substancial en los resultados informados en esta presentación. La Compañía no asume ninguna obligación de informar, detallar o actualizar todos aquellos factores que impactan o podrían impactar en los resultados presentados en este informe.
6. A pesar de que la Compañía ha tomado un cuidado razonable para asegurar la exactitud de la información que aquí se suministra sea correcta y completa a la fecha de su publicación, no garantiza la precisión, integridad o imparcialidad de la misma, ni que esta esté desprovista totalmente de errores o falsificaciones de una tercera parte. Ni la Compañía ni sus directores, empleados, agentes y consultores tendrán algún tipo de responsabilidad por cualquier pérdida o daño que surja por el uso de dicha información. Todas las personas que accedan a este informe, inversores o futuros inversores, deberán tomar las medidas adecuadas para verificar la información y buscar asesoramiento financiero.
7. La información en esta presentación se proporciona a fines informativos y de referencia, y no podrá ser considerada una oferta, invitación o recomendación a una persona o al público en general para invertir en la Compañía bajo la legislación de la República Argentina o bajo cualquier otra legislación que pudiera resultar aplicable, incluyendo entre otras, de los Estados Unidos de América, o de otra manera comprar, suscribir o negociar acciones u otros títulos-valores de la Compañía. Ninguna manifestación realizada en esta publicación podrá ser considerada una “promoción financiera” ni “asesoramiento financiero”.
8. La información proporcionada en esta presentación no está destinada a un asesoramiento sobre inversiones. Las personas que necesiten ser aconsejadas deberán consultar a un consejero financiero independiente. Los inversores no deberían depender exclusivamente en la información que se suministra en esta presentación como fundamento para decisiones de inversión.

[info@mirgor.com.ar](mailto:info@mirgor.com.ar)  
[www.mirgor.com.ar](http://www.mirgor.com.ar)

Río Grande - Tierra del Fuego  
Einstein 1111  
Río Grande V9420CY  
Argentina  
+54 29 6443 6400

CABA - Buenos Aires  
Miñones 2177  
C1428ATG  
Argentina  
+54 11 3752 7100

