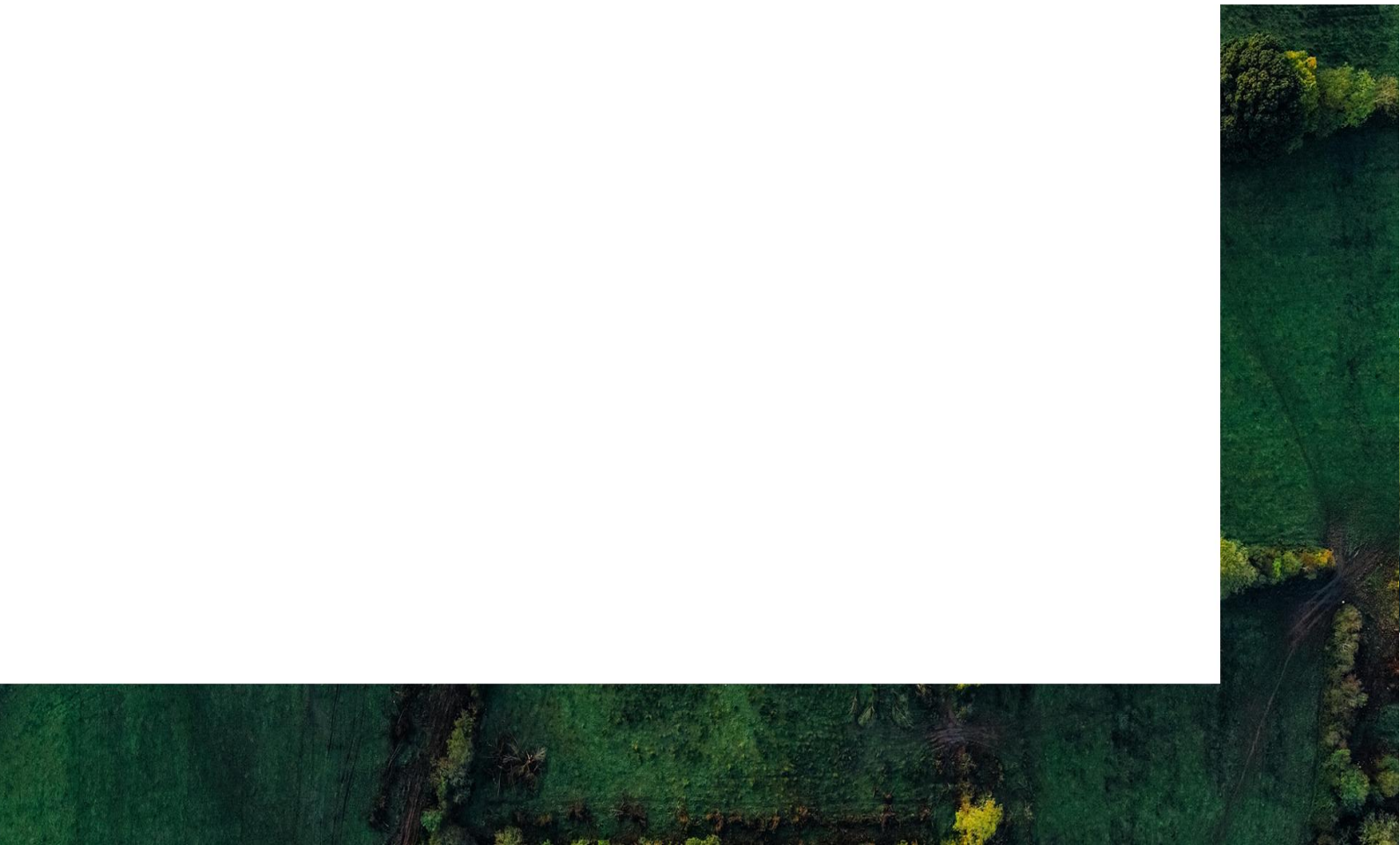




Nota de Resultados 2° Trimestre 2026



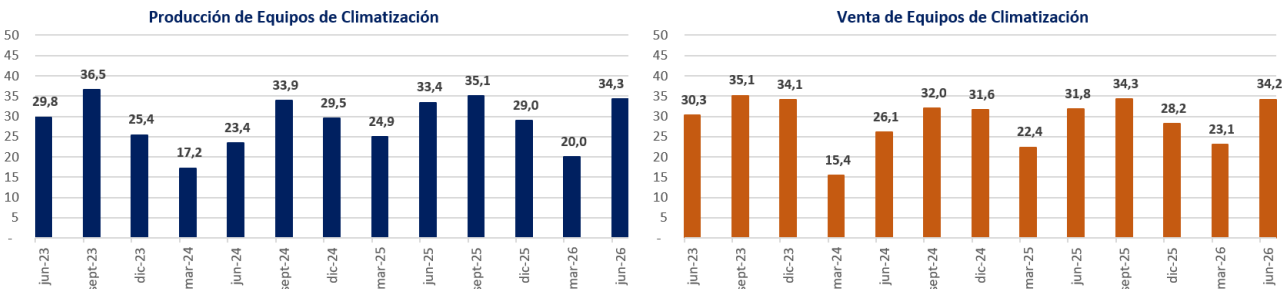
Nota de Resultados – 2º Trimestre 2026

El segundo trimestre del año tuvo una desaceleración de la inflación pasando de 9,48% en el primer trimestre a 6,74% en el segundo mostrando una tendencia a la baja. Por el lado del tipo de cambio los primeros tres meses mostraron una revaluación del peso de un 5,0% mientras que los segundos tres meses efectivizaron una devaluación de 7,24%. En cuanto a la actividad, tanto la industrial manufacturera como la comercial registraron contracción en el trimestre.

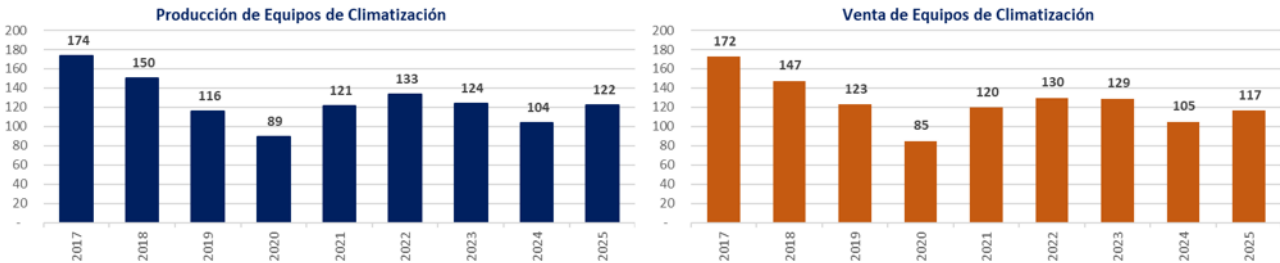
Segmento Automotriz

Equipos de Climatización

La producción del trimestre alcanzó las 34.256 unidades, siendo 71,0% mayor que el trimestre anterior y un 2,6% superior que la del 2ºT 2025. Las ventas del trimestre alcanzaron las 34.187 unidades, siendo 48,1% mayor que el trimestre anterior y un 7,5% superior que las del mismo trimestre del 2025.

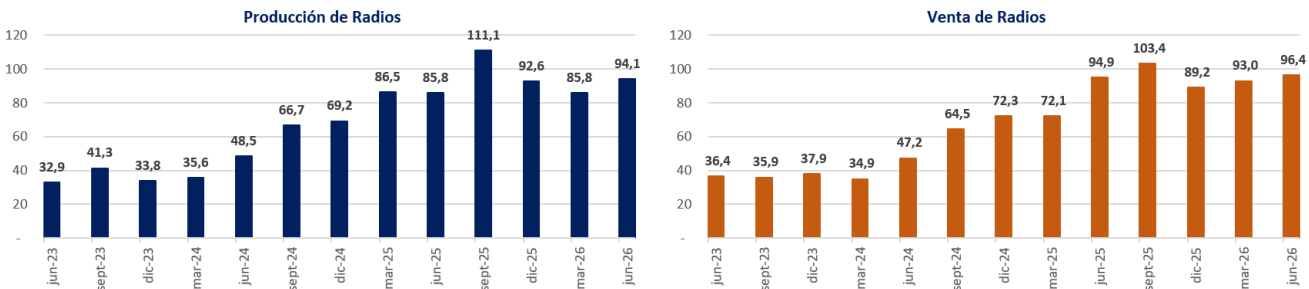


Si lo vemos en términos anuales, la producción del año 2025 alcanzó las 122.309 unidades siendo un 17,6% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 116.587 unidades superando a las del año 2024 en un 11,0%.

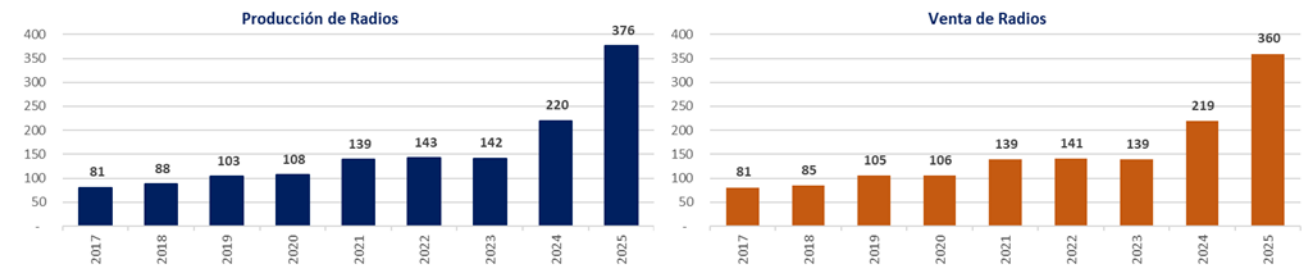


Autorradio

La producción de equipos de información y entretenimiento a bordo para automóviles sumó 94.079 unidades en el trimestre, siendo 9,6% mayor a la realizada en el trimestre anterior y 9,6% superior a la alcanzada en el 2ºT 2025. En cuanto a las ventas del trimestre que llegaron a 96.419 unidades, resultando 3,7% superiores a las del trimestre anterior y 1,6% mayores que las entregadas en el 2ºT 2025.

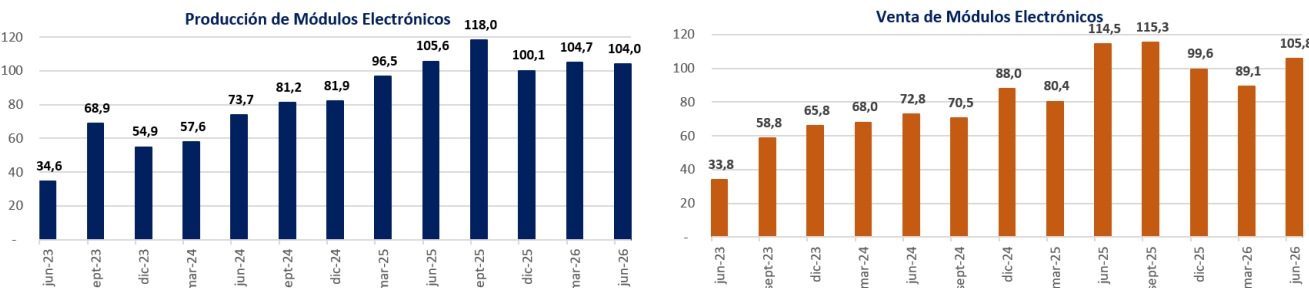


En términos anuales la producción del año 2025 alcanzó las 375.923 unidades siendo un 70,9% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 359.517 unidades superando a las del año 2024 en un 64,3%.

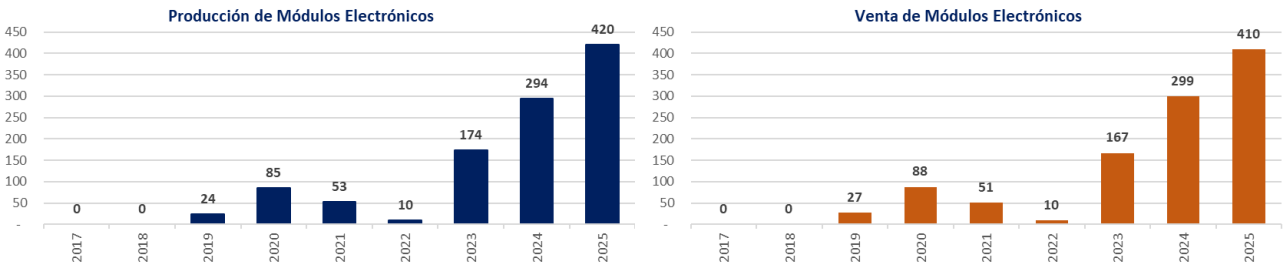


Módulos Electrónicos

La producción de módulos electrónicos en el trimestre sumó 104.005 unidades, siendo 0,7% menor a la realizada en el trimestre anterior y 1,5% inferior a la alcanzada en el 2ºT 2025. En cuanto a las ventas del trimestre que llegaron a 105.767 unidades, resultaron 18,6% superiores a las del trimestre anterior y 7,7% menores que las entregadas en el 2ºT 2025.

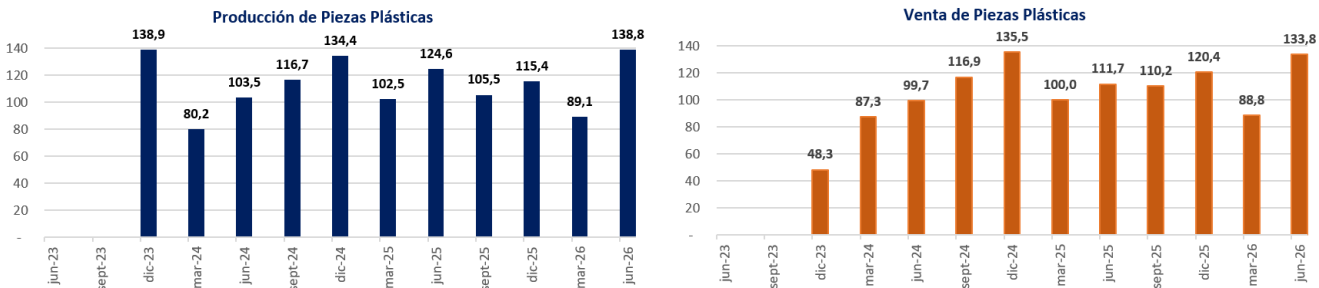


La producción del año 2025 alcanzó las 420.131 unidades siendo un 42,7% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 409.806 unidades superando a las del año 2024 en un 36,9%.

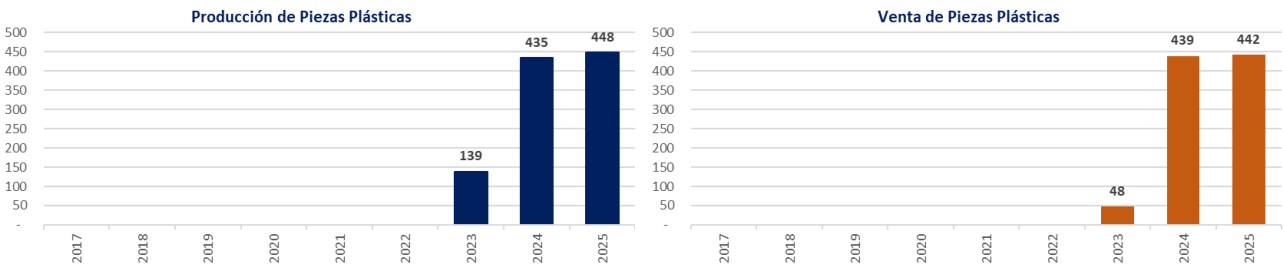


Piezas Plásticas de Apariencia

La producción del trimestre alcanzó las 138.808 unidades, siendo 55,9% mayor que el trimestre anterior y 11,4% superiores que las alcanzadas en el 2ºT 2025. Las ventas del trimestre alcanzaron las 133.780 unidades, siendo 50,7% mayor que el trimestre anterior y 19,8% superiores que las del mismo trimestre de 2025.

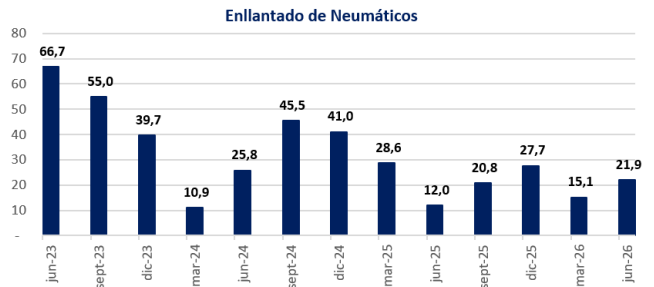


La producción del año 2025 alcanzó las 447.943 unidades siendo un 3,0% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 442.327 unidades superando a las del año 2024 en un 0,7%.

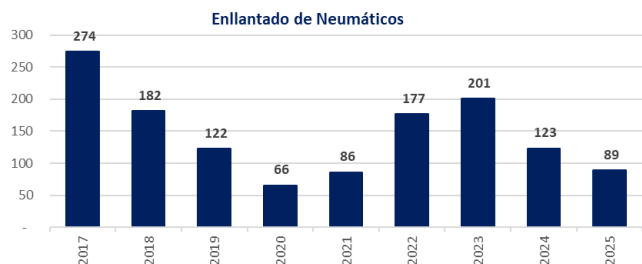


Enllantado de Neumáticos

La cantidad de neumáticos enllantados por la compañía en el trimestre sumó 21.915 unidades, siendo 44,8% mayor que el trimestre anterior y 82,2% superior si lo comparamos con el 2ºT 2025.



En términos anuales en 2025 se enlantarón 89.141 neumáticos siendo un 27,7% inferior a lo realizado en 2024.

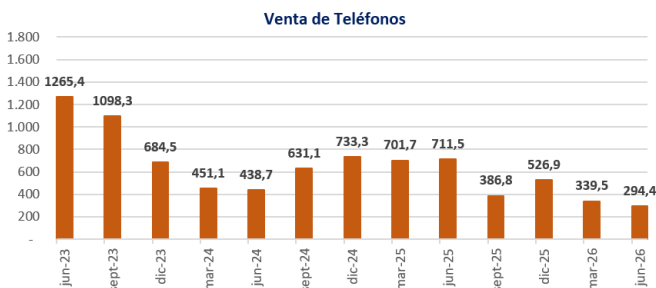
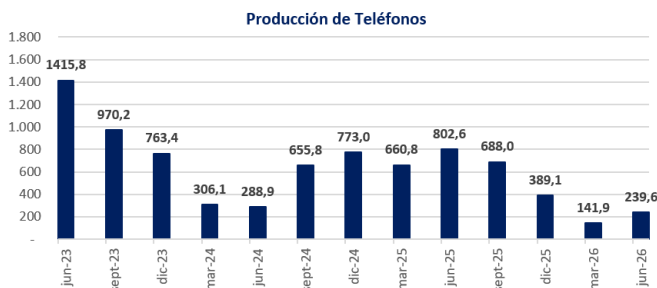


Segmento de Telefonía Móvil y Electrónica de Consumo

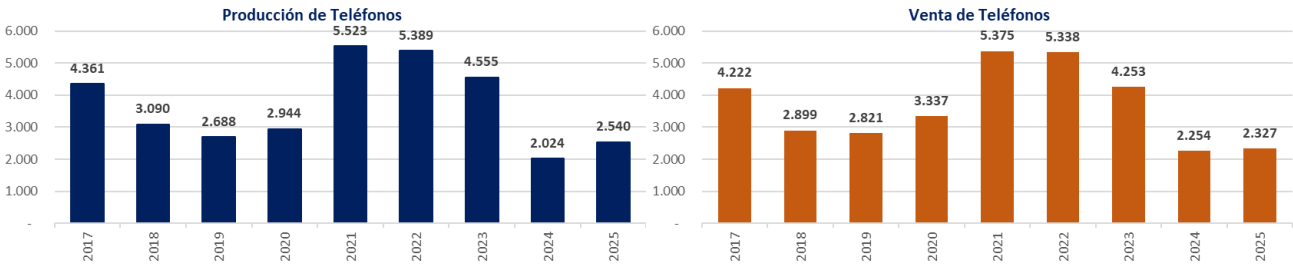
Telefonía Móvil

La producción de teléfonos en el trimestre sumó 239.427 unidades, aumentando en un 68,9% si lo comparamos a lo realizado el trimestre anterior y 70,1% menor si la comparamos con la del 2ºT 2025.

En lo referente a las ventas del trimestre sumaron 294.427 unidades reflejando una baja del 13,3% con respecto al trimestre anterior y una disminución del 58,6% si lo comparamos contra el 2ºT 2025.



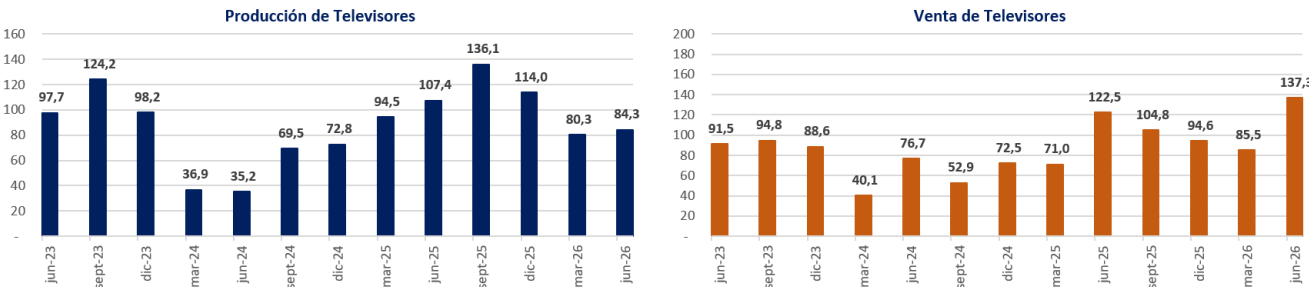
En términos anuales la producción del año 2025 alcanzó las 2.540.480 unidades siendo un 25,5% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 2.326.901 unidades superando a las del año 2024 en un 3,2%.



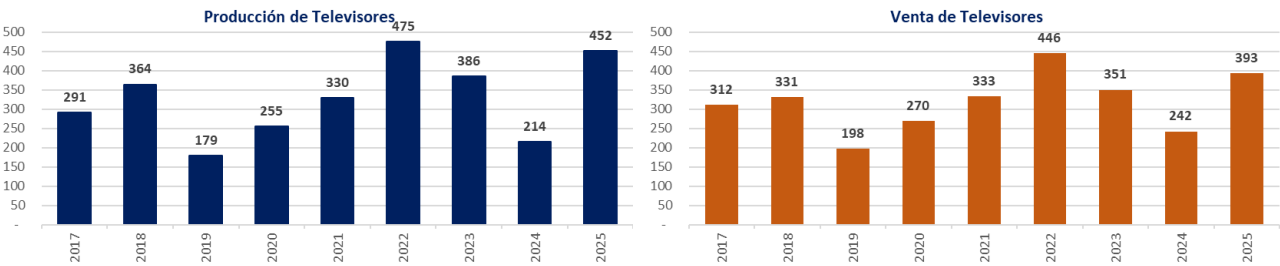
Televisión

La producción de televisores en el trimestre sumó 84.302 unidades siendo mayor en un 5,0% con respecto al trimestre anterior y 21,5% inferior si lo comparamos con el 2ºT 2025.

Las ventas sumaron 137.269 unidades, un 60,6% superiores a las del trimestre anterior y 12,1% mayores si las comparamos con el 2ºT 2025.

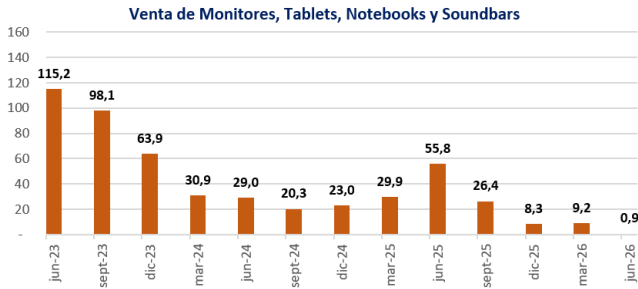
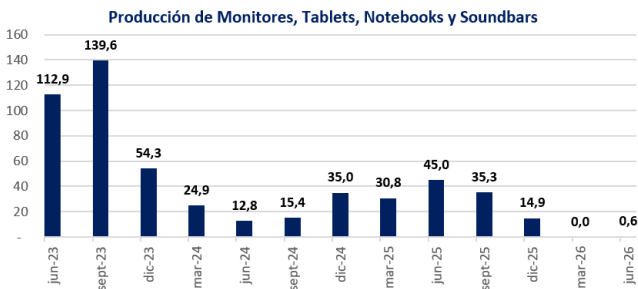


Si lo vemos anualmente la producción del año 2025 alcanzó las 451.999 unidades siendo un 110,8% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 392.912 unidades superando a las del año 2024 en un 62,2%.

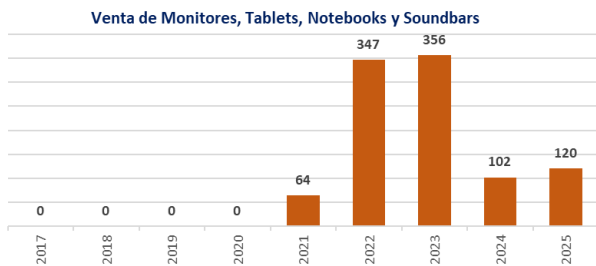
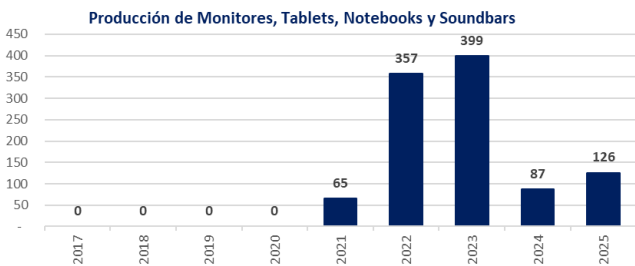


Monitores, Tablets, Notebooks y Soundbars

La producción en el segmento de monitores, tablets, notebooks y soundbars en el trimestre fue 599 unidades manteniéndose solo la producción residual de monitores. Las ventas sumaron 876 unidades, un 90,5% inferiores a las del trimestre anterior y 98,4% menores si las comparamos con el 2ºT 2025.



La producción del año 2025 alcanzó las 125.929 unidades siendo un 44,0% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 120.427 unidades superando a las del año 2024 en un 17,9%.

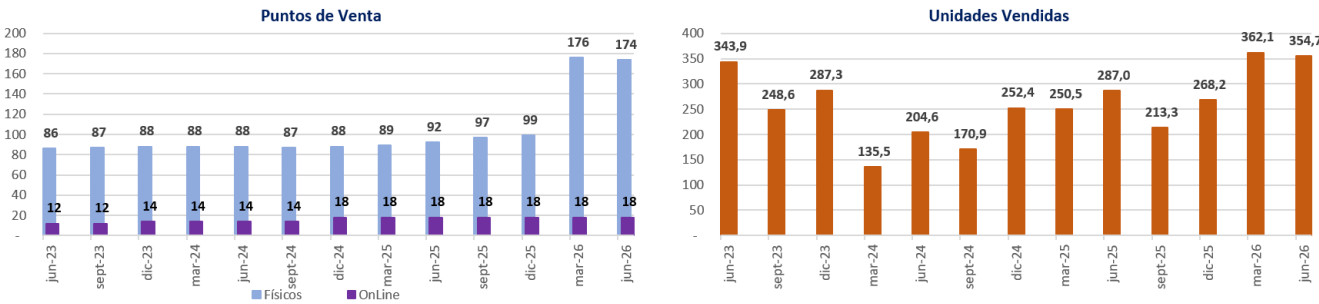


Segmento de Venta Minorista

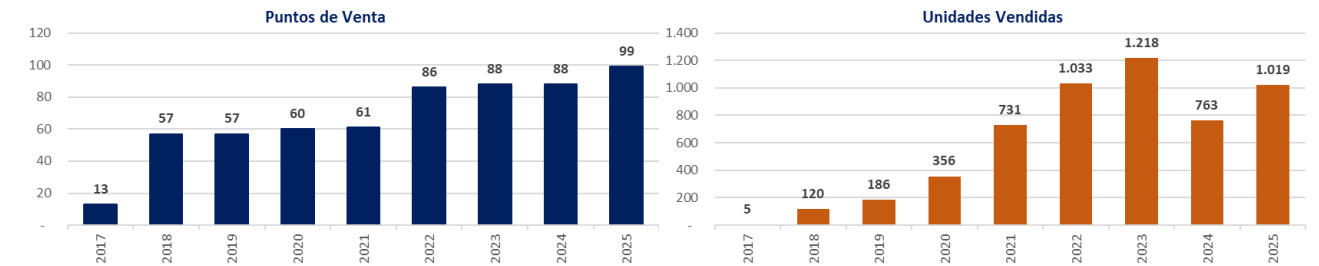
La venta minorista se canaliza mediante puntos de venta físicos y canales en línea. En este trimestre la cantidad de locales físicos sumaban 174, de los cuales 75 son de marca Riiing, 66 son representando a la marca Samsung, 17 de la marca de audio JBL, 13 correspondientes a Diggitt, 1 de la marca de computadoras Asus, 1 de Dolce Gusto y 1 de Ferbi para productos reacondicionados. 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 Diggitt, Ferbi, Samsung TV y Samsung Celulares, JBL, Harman, Asus y Nvidia, el portal digital TiendaDiggitt.com y BeneficiosDiggitt.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 354.711 unidades, un 2,0% inferiores a las del trimestre anterior y 23,6% mayores si las comparamos con el 2ºT 2025.



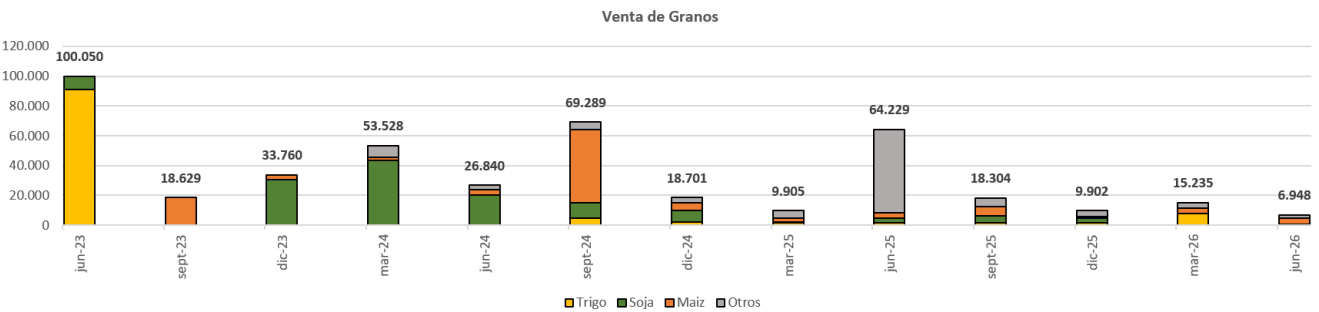
Si vemos la evolución de las tiendas físicas en 2025 sumaban 99, un 12,5% más que en año anterior y la cantidad de unidades vendidas en el año suman 1.019.004 siendo un 33,5% más que en 2024.



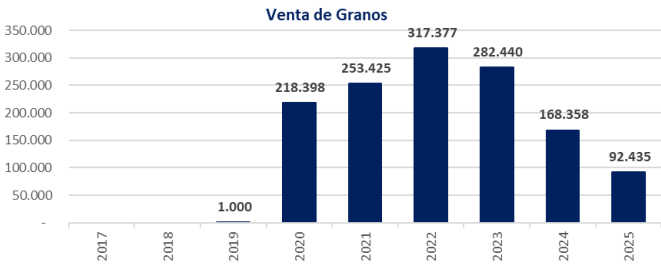
Segmento Agropecuario

Agro

El volumen comercializado en el trimestre ascendió a 533 toneladas de soja, 4.084 toneladas de maíz y 2.331 toneladas de otros productos como fibra de algodón, girasol y maní. Estos volúmenes de venta son 54,4% menores que el trimestre anterior y 89,2% inferiores a los vendidos en el 2º trimestre de 2025.

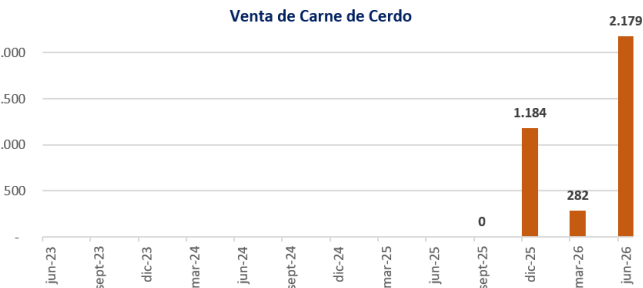
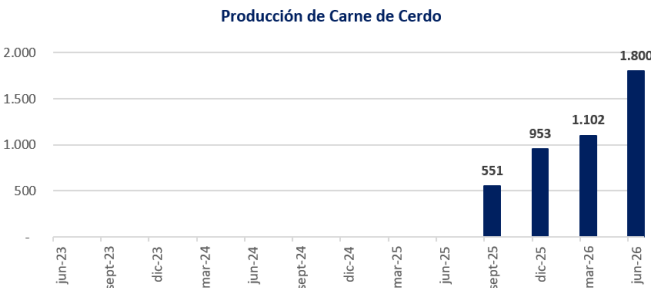


A nivel anual en el año 2025 la venta de granos totalizo 92.435 toneladas, siendo un 45,1% menor que en 2024.



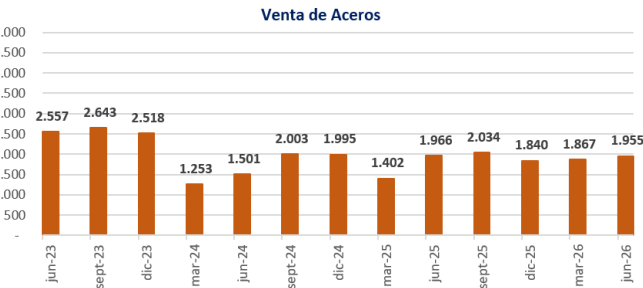
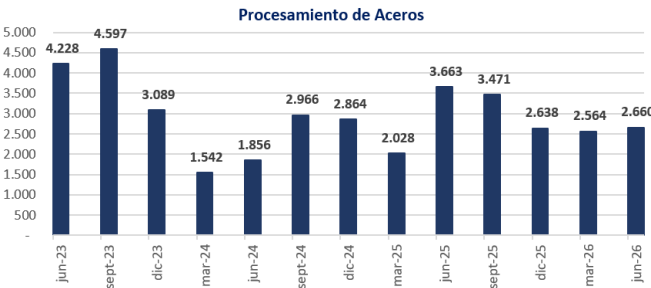
Porcinos

En el mes de junio de 2025 comenzó el proceso de engorde de porcinos en el primer sitio de seis naves y en el mes de febrero de 2026 se inició en el segundo sitio de seis naves. En este trimestre se ganaron 1.799.668 kilos de engorde y se vendieron 2.178.778 kilos.

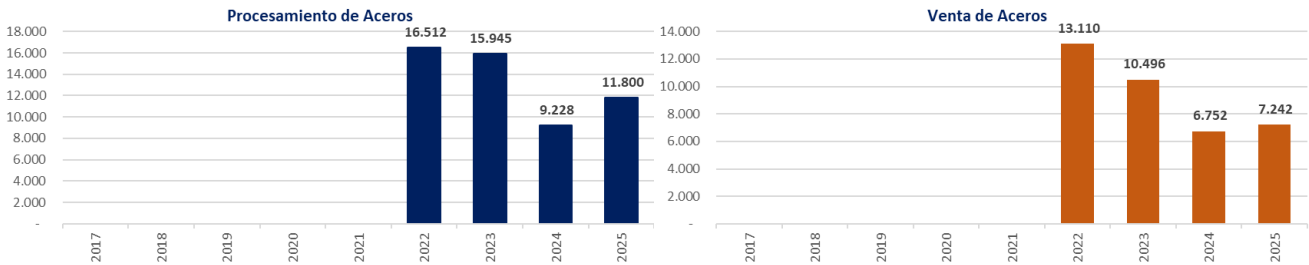


Segmento Siderúrgico

La compañía procesa y comercializa en el mercado local aceros inoxidables, aceros especiales y chapas antidesgastes. En el trimestre se procesaron 2.660 toneladas de acero, un 3,7% superior a lo realizado en el trimestre anterior y un 27,4% inferior al mismo trimestre del año previo. En cuanto a las ventas, se despacharon 1.955 toneladas alcanzando un 4,7% más que el trimestre previo y un 0,6% inferior al 2ºT 2025.

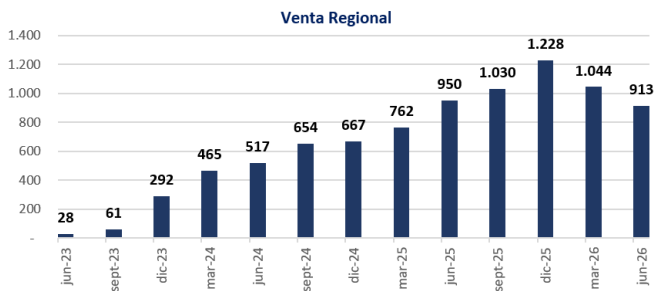


En términos anuales el procesamiento del año 2025 alcanzó las 11.800 toneladas siendo un 27,9% superiores a las del año anterior, por su parte las ventas en el año fueron 7.242 toneladas superando a las del año 2024 en un 7,3%.

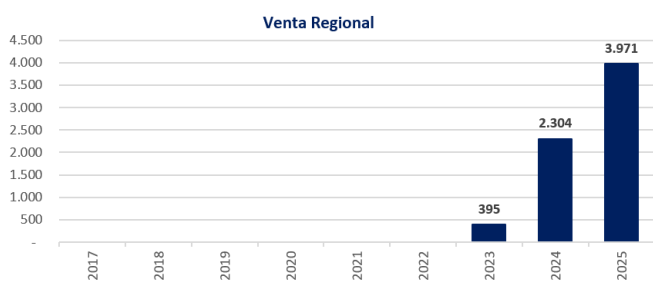


Operación Regional

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 Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Panamá, Colombia, Ecuador, Bolivia Paraguay, Uruguay y Chile. En el trimestre se vendieron un total de 913.001 unidades representando un 12,6% menos que el trimestre previo y un 3,9% menor que en el mismo trimestre de 2025.

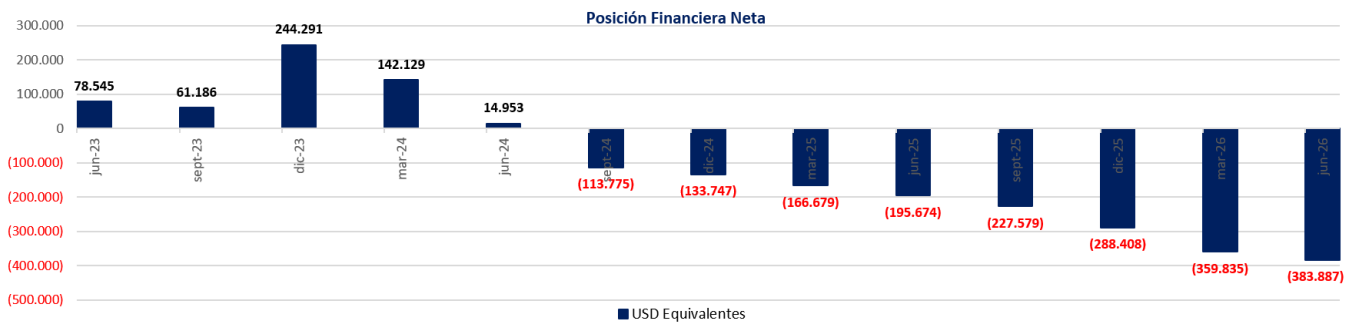


En términos anuales en el año 2025 se vendieron 3.970.856 unidades con un crecimiento del 72,3% comparado con el año anterior.



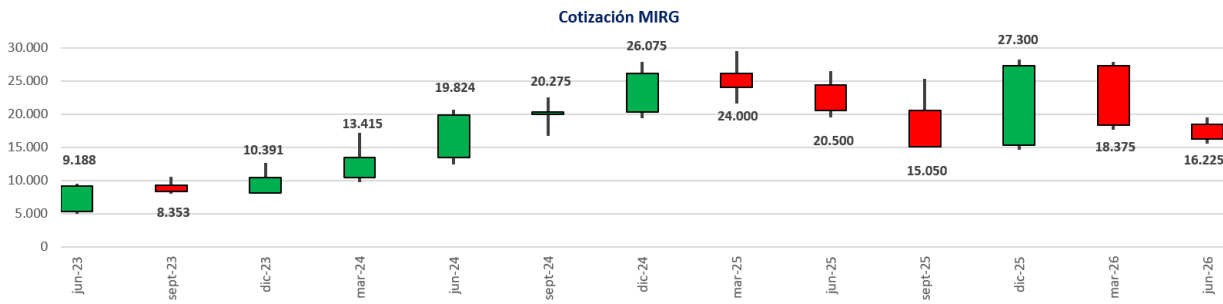
Posición Financiera

La sociedad cerro este primer trimestre con activos financieros por ARS80.191 millones y pasivos financieros por ARS649.112 millones, ambos al cierre del período.



Movimiento Bursátil

Las acciones de la sociedad cotizadas en la bolsa de comercio de Buenos Aires bajo la nomenclatura MIRG, tuvieron un movimiento de 2.057.370 acciones tranzadas en el trimestre en el segmento de entrega en 48hs, pasando su cotización desde los 18.375,0 a los 16.225,0 pesos cada 10 unidades, reportando una baja del 11,7% con respecto al trimestre anterior y una disminución de 20,9% si lo comparamos con el cierre registrado en el 2ºT de 2025.



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
Venta	225.094	108.491	124.025	9.728	8.172	232.521	708.030
Costos Directos de Venta	(177.433)	(68.468)	(80.049)	(7.259)	(7.658)	(213.927)	(554.795)
Margen de Contribución	47.661	40.023	43.976	2.468	513	18.594	153.235
% s/ventas	21%	37%	35%	25%	6%	8%	22%
Gastos de Operación	(41.977)	(37.694)	(32.078)	(2.604)	(1.497)	(9.908)	(125.759)
Amortizaciones	(830)	(332)	(2.657)	(509)	(11)	(59)	(4.398)
Margen Operativo	4.854	1.996	9.241	(845)	(994)	8.627	23.078
% s/ventas	2%	2%	7%	-7%	-12%	4%	3%
Gastos Financieros Netos	(5.705)	(2.226)	(6.786)	(624)	986	(5.626)	(19.982)
Otros Ingresos y Egresos	(1.413)	363	33	20	1	(50)	(1.046)
Margen Neto Total	(2.264)	133	2.488	(1.249)	(8)	2.950	2.050
% s/ventas	-1%	0%	2%	-13%	0%	1%	0%

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
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

