

GRUPO MULTI 1T24 MARGEM BRUTA DE 22,6% E MELHORA DE R\$268,1 MILHÕES DO EBITDA

São Paulo, 14 de maio de 2024 – O Grupo Multi S.A. (B3: MLAS3) anuncia hoje seus resultados do 1º trimestre de 2024. As informações contábeis foram preparadas de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), as orientações técnicas e interpretações do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) e estão em conformidade com o padrão internacional de contabilidade IFRS (*International Financial Reporting Standards*), bem como o Conselho Federal de Contabilidade (CFC).

Destaques do 1T24

- A receita líquida no 4T23 foi de R\$730,8 milhões, -6,9% vs. 1T23. Iniciamos o ano executando a estratégia de melhoria de margens, recebemos novos estoques e focamos as vendas nos produtos saudáveis. A descontinuação da linha de telefonia contribuiu para uma menor venda ano contra ano, no segmento de Mobile Devices, entretanto os demais segmentos apresentaram crescimentos superiores a 15%, com destaque para Kids & Sports que cresceu 62,2% ano contra ano. Da perspectiva de canais de vendas os pequenos e médios varejistas e nosso canal de vendas diretas ao consumidor se destacaram, enquanto o grande varejo seguiu mais desafiador e o canal de governo seguiu postergando a efetivação de pedidos.
- No trimestre, com o foco nos produtos corretos a preços corretos, voltamos a apresentar lucro bruto, somando de R\$165,0 milhões, com margem bruta de 22,6%. Evolução de R\$217,4 milhões frente ao resultado bruto do 1T23, que estava impactado por provisão por obsolescência e ajuste de estoque. Efeito da renovação de estoques e alinhamento do portfólio de produtos. Para efeitos de comparação a margem bruta desconsiderando os ajustes no estoque e provisões de obsolescência do ano de 2023 seria de 15,2%.
- O EBITDA do trimestre foi negativo em R\$27,3 milhões, uma melhora de R\$268,1 milhões, em virtude da recuperação do lucro bruto e da redução de R\$47,3 milhões nas despesas, frente ao 1T23. A margem EBITDA foi de -3,7%, evolução de 33,9p.p. frente a -37,6% do 1T23.
- No trimestre, a Companhia registrou prejuízo líquido de R\$69,0 milhões em virtude do EBITDA negativo e da variação cambial no resultado financeiro, melhora de R\$273,6 milhões frente ao 1T23.
- Geração de caixa operacional de R\$97,1 milhões, no 1T24. Em função da melhora no Capital de Giro.
- Posição de Caixa líquido da Companhia de R\$269,2 milhões, com a redução de R\$139,3 milhões da dívida bruta vs. o 4T23.

MENSAGEM DO CEO

Entramos na fisio!

Na última carta mencionei a alegoria de um dos nossos investidores, que demonstrou preferência por apostar em “atletas gripados”. Agradei a gentileza e o eufemismo, apontando que no nosso caso, na verdade, o atleta sofreu de forte indigestão (2022), depois foi eletrocutado (jan/2023), infartou, e foi levado à UTI. Passamos, no segundo semestre de 2023 para a semi-intensiva e tenho agora a satisfação de informar que, no primeiro trimestre de 2024, o atleta deixou o hospital e está agora na fisio. O gráfico do eletrocardiograma, no nosso caso, é melhor exemplificado pela evolução das margens brutas. Apesar dos números ainda estarem longe do que queremos e precisamos, entendo que houve algumas evoluções positivas em relação aos últimos trimestres. Acima de tudo, é preciso notar o forte retorno da margem bruta, pedra fundamental de qualquer recuperação. Saindo de um patamar de -9% no 4º tri de 2023 (e -7% no 1º tri), passamos a uma margem de razoáveis 23%. Isso foi entregue praticamente sem nenhuma venda a Governo, sem ainda ter entrado em vigor a nova política comercial e ainda com smartphones entrando com 0% de margem bruta, bem como as linhas antigas de games e CFTV (segurança) ofendendo a margem, portanto acredito que ainda temos espaço pra galgar patamares melhores e buscar os sonhados 30%, que deixam a operação bastante saudável.

A volta da rentabilidade bruta ajudou a reduzir drasticamente o prejuízo operacional da Companhia, que foi no primeiro trimestre desse ano menos de um décimo dos dois períodos anteriores, citados acima. Ainda não estamos no azul, porém, tal redução é um sinal bastante positivo e promissor. A receita veio um pouco abaixo do mesmo período, puxada pelas postergações de pipeline de Governo. Sem esse fator, teríamos apresentado crescimento. Mesmo assim, conseguimos gerar quase R\$100 milhões de caixa operacional e chegar a um caixa líquido de R\$ 269 milhões. Os estoques tiveram nova redução, da ordem de R\$ 44 milhões. Seguimos bastante contidos nas compras e muito conservadores, trazendo apenas produtos com baixa probabilidade de encalhe. Outra mudança importante na política foi que colocamos uma trava não apenas no momento da colocação dos pedidos, mas também no momento dos embarques internacionais de materiais, evitando assim o custo do carregamento de produtos que possam eventualmente ser postergados algumas semanas.

O nome do jogo é recuperar margem bruta e escala. Acreditamos que estamos em um piso natural de receita e com bastante potencial de colocar mais volume na primeira linha, diluindo assim os custos fixos e melhorando rentabilidade. Dois projetos que agregam nesse aspecto, sem colocar em risco a margem que são a parceria com a Hisense para TVs e a recém-anunciada parceria com a OPPO, para fabricação e distribuição de smartphones. Ambos os projetos, que já tiveram pequenos volumes de faturamento no 2T24, irão contribuir com a primeira linha da empresa, bem como serão estratégicos para nossa melhoria de qualidade e performance industrial. Ambos tratam-se de utilizar a experiência do Grupo Multi na industrialização de eletrônicos para viabilizar a entrada no Brasil de marcas muito fortes no exterior, mas que não tinham apetite ou expertise local para fazerem a chegada sozinhas.

Já estamos mergulhados na execução do 2º trimestre de 2024 e confiantes que poderemos seguir nessa evolução gradual dos resultados. Focados em receber um diagnóstico melhor com a esforço na fisioterapia. Por fim, gostaria de agradecer a todos os colaboradores, clientes, acionistas e parceiros que nos apoiam diariamente.

Alê Ostrowiecki,
CEO do GrupoMulti

Resultados Consolidados



RESULTADOS CONSOLIDADOS 1T24

Demonstrações dos Resultados Consolidados

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|---|----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| Receita Líquida | 730,8 | 840,8 | -13,1% | 784,6 | -6,9% | 3.445,2 | 4.193,0 | -17,8% |
| Custo da Mercadoria Vendida | (565,8) | (920,1) | -38,5% | (837,1) | -32,4% | (3.036,8) | (3.385,4) | -10,3% |
| Lucro Bruto | 165,0 | (79,3) | - | (52,4) | - | 408,4 | 807,6 | -49,4% |
| Margem Bruta (%) | 22,6% | -9,4% | 32,0 p.p. | -6,7% | 29,3 p.p. | 11,9% | 19,3% | -7,4 p.p. |
| Receitas (Despesas) Operacionais | | | | | | | | |
| Despesas com Vendas | (202,4) | (246,2) | -17,8% | (227,7) | -11,1% | (880,1) | (968,5) | -9,1% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (26,7) | (28,1) | -5,1% | (40,2) | -33,6% | (121,7) | (165,8) | -26,6% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | 20,9 | 49,4 | -57,7% | 12,4 | 68,1% | 131,7 | 88,9 | 48,1% |
| Resultado Operacional | (43,2) | (304,3) | -85,8% | (307,9) | -86,0% | (461,7) | (237,8) | 94,2% |
| Receitas Financeiras | 79,7 | 61,4 | 29,8% | 27,2 | 193,5% | 290,9 | 299,1 | -2,8% |
| Despesas Financeiras | (63,3) | (139,5) | -54,6% | (111,6) | -43,3% | (1.026,3) | (706,7) | 45,2% |
| Variação Cambial Líquida | (45,7) | 47,5 | - | 43,7 | - | (4,5) | (63,6) | -93,0% |
| Lucro Antes do IR e CS | (72,4) | (334,9) | -78,4% | (348,6) | -79,2% | (1.201,6) | (709,0) | 69,5% |
| IR e CS Corrente | (0,7) | (0,0) | 1619,5% | (0,3) | 146,5% | 13,9 | (46,1) | - |
| IR e CS Diferidos | 4,1 | 10,1 | -59,5% | 6,2 | -34,4% | 16,0 | 0,5 | 2865,6% |
| Lucro (Prejuízo) Líquido | (69,0) | (324,8) | -78,8% | (342,6) | -79,9% | (1.171,7) | (754,6) | 55,3% |
| Margem Líquida (%) | -9,4% | -38,6% | 29,2 p.p. | -43,7% | 34,2 p.p. | -34,0% | -18,0% | -16,0 p.p. |
| Resultado Por Ação (em R\$) | (0,42) | (1,03) | -59,0% | (0,42) | 1,0% | 0,00 | 0,00 | - |
| EBITDA | (27,3) | (284,0) | -90,4% | (295,3) | -90,8% | (390,4) | (178,8) | 118,4% |
| Margem EBITDA (%) | -3,7% | -33,8% | 30,0 p.p. | -37,6% | 33,9 p.p. | -11,3% | -4,3% | -7,1 p.p. |

Receita Líquida

A receita líquida no 1T24 foi de R\$730,8 milhões, o que representa uma diminuição de 6,9% em relação ao 1T23, resultado principalmente da descontinuação da venda de algumas linhas de produtos, bem como a continua postergação de verbas de compras do governo, com maior impacto no segmento de Mobile Devices. De forma geral os demais segmentos e canais estão operando de forma saudável e apresentando crescimento. Sem os efeitos de produtos em processo de descontinuação a receita apresentaria uma queda de 5,3%.

Resumo da receita dos segmentos operacionais:

- Mobile Devices registrou uma receita de R\$129,5 milhões, -56,9% vs. 1T23. Em portfólios comparáveis a redução seria de -62,5%, em ambos os casos o principal impacto de menores vendas ao Governo.
- Office & IT Supplies obteve uma receita de R\$256,3 milhões, +18,7% vs. 1T23 e +23,1% em portfólios comparáveis.
- Home Electric Products apresentou receita de R\$246,4 milhões +15,4% vs. 1T23, e +16,0% em portfólios comparáveis.
- Kids & Sports gerou R\$123,8 milhões em receita líquida, +62,2% vs. 1T23 e +71,2% em portfólios comparáveis.

Custo da Mercadoria Vendida

No 1T24, o CMV foi de R\$565,8 milhões, -32,4% vs. 1T23 e -38,5% vs. 4T23. A redução se deve, principalmente, pelas provisões de obsolescência e redução de ajustes de estoques nos períodos anteriores, que agora voltaram a níveis normais.

No 4T23 a provisão somada aos ajustes de estoques, em razão da revisão do inventário da Companhia, totalizou R\$181,4, e de aproximadamente R\$91,3 milhões no 1T23. Essa redução pode ser observada principalmente na linha de materiais, mas vale destacar que os resultados para a readequação das operações aos novos níveis de produção e estoques podem ser notados pela redução do custo com pessoal de 17,3% vs. 1T23 e de 12,5% vs. 4T23, também contribuindo para a melhora da margem bruta dos produtos continuados.

Lucro Bruto

O Lucro bruto totalizou R\$165,0 milhões, revertendo os cenários de prejuízo bruto de ambos 1T23 e 4T23. Melhorando R\$217,4 milhões e R\$244,2 milhões respectivamente. Resultado da normalização do portfólio, e as constituições de provisões que afetaram os trimestres do ano anterior.

O lucro bruto do portfólio recorrente foi de R\$167,0 milhões, levemente superior ao lucro bruto consolidado, uma vez que alguns produtos em descontinuação foram vendidos a preços reduzidos.

Em ambas as análises de composição de portfólio todos os segmentos apresentaram lucro bruto.

Despesas com Vendas

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|---------------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|--------------|
| Comerciais | (74,4) | (88,2) | -15,6% | (70,0) | 6,3% | (311,9) | (312,9) | -0,3% |
| Distribuição | (67,1) | (92,8) | -27,7% | (71,7) | -6,4% | (320,6) | (308,6) | 3,9% |
| Promoções e Marketing | (27,3) | (40,3) | -32,3% | (43,3) | -36,9% | (145,9) | (163,4) | -10,7% |
| Pós-Venda | (26,6) | (20,0) | 32,8% | (21,0) | 26,6% | (90,2) | (119,2) | -24,3% |
| Créditos de Liquidação Duvidosa | (6,9) | (4,8) | 43,9% | (21,7) | -68,3% | (11,6) | (64,5) | -82,1% |
| Despesas com Vendas | (202,4) | (246,2) | -17,8% | (227,7) | -11,1% | (880,1) | (968,5) | -9,1% |
| % da Receita Líquida | -27,7% | -29,3% | 1,6 p.p. | -29,0% | 1,3 p.p. | -25,5% | -23,1% | -2,4 p.p. |

No 1T24, as despesas com vendas totalizaram R\$202,4 milhões, -11,1% vs. 1T23. As despesas comerciais apresentaram um aumento de 6,3%, resultado de ações para fomento do giro de mercadorias em trimestres anteriores, enquanto as despesas com distribuição caíram 6,4%, já com a captura inicial das otimizações de fretes e logística. As despesas de Promoções e Marketing apresentaram redução de 36,9% em virtude do momento de priorização de margem, tendendo a se manter em menores patamares que do ano anterior.

Frente ao 4T23, as despesas comerciais reduziram 15,6%, em função da queda sazonal na receita.

Despesas Gerais e Administrativas

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|--|-------------|-------------|--------------|-------------|---------------|--------------|--------------|---------------|
| Com Pessoal | 8,1 | 10,1 | -20,0% | 11,4 | -29,2% | 40,0 | 43,8 | -8,7% |
| Honorários e Serviços | 4,3 | 4,2 | 2,9% | 6,6 | -34,8% | 19,3 | 41,6 | -53,6% |
| Comunicação | 0,4 | 0,4 | 7,3% | 0,6 | -33,5% | 1,6 | 6,3 | -74,0% |
| Tecnologia e Comunicação | 8,0 | 6,1 | 31,1% | 11,2 | -28,5% | 30,9 | 39,7 | -22,2% |
| Aluguéis, Seguros, Viagens, Outras | 5,9 | 7,3 | -20,1% | 10,3 | -43,2% | 29,9 | 34,4 | -13,1% |
| Despesas Gerais e Administrativas | 26,7 | 28,1 | -5,1% | 40,2 | -33,6% | 121,7 | 165,8 | -26,6% |
| % da Receita Líquida | 3,7% | 3,3% | 0,3 p.p. | 5,1% | -1,5 p.p. | 3,5% | 4,0% | -0,4 p.p. |

As despesas gerais e administrativas no 1T24 totalizaram R\$26,7 milhões, -33,6% vs. 1T23 e -5,1% vs. 4T23. As despesas com pessoal reduziram em função da redução da estrutura de colaboradores da Companhia que ocorreu ao longo do ano anterior. Despesas com honorários e serviços, assim como as despesas com tecnologia e comunicação também reduziram em função da menor demanda de consultorias relacionadas ao ERP, frente ao 4T23 houve um maior investimento para otimização de sistemas.

Entendemos que o patamar de despesas administrativas fixas está adequado ao tamanho atual do Grupo Multi, e existe espaço para melhora pela diluição com maiores vendas.

Resultado Financeiro Líquido

| | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|---|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------------|----------------|--------------|
| Juros Passivos | (16,7) | (21,0) | -20,4% | (19,0) | -12,1% | (90,3) | (75,4) | 19,7% |
| Juros Ativos | 26,4 | 26,6 | -0,5% | 17,1 | 54,3% | 100,1 | 64,3 | 55,7% |
| Resultado de Variações Cambiais Ativas e Passivas | (45,7) | 47,5 | - | 43,7 | - | (4,5) | (63,6) | -93,0% |
| Resultado Líquido com Derivativos | 8,1 | (28,5) | - | (79,0) | - | (57,4) | (68,3) | -15,9% |
| Valor Justo do Mútuo Conversível em Participação Societária | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | - | 0,0 | 30,4 | - |
| Ajustes a Valor Presente | 13,1 | 16,7 | -21,4% | 7,7 | 70,3% | 53,9 | 50,3 | 7,3% |
| Resultado Líquido de Atualizações Monetárias | (11,0) | (50,8) | -78,3% | (9,4) | 17,1% | (104,9) | (74,6) | 40,6% |
| Outras Receitas (Despesas) Financeiras | (3,4) | (21,0) | -83,7% | (1,8) | 93,2% | (27,7) | (3,4) | 705,0% |
| Resultado Financeiro Líquido | (29,2) | (30,6) | -4,6% | (40,7) | -28,2% | (130,7) | (140,4) | -6,9% |

No 1T24, o Resultado financeiro líquido foi negativo em R\$29,2 milhões. A redução da dívida bruta levou a queda dos juros passivos, de 12,1% em relação ao 1T23 e 20,4% quando comparado ao 4T23. Os juros ativos, por outro lado, registraram um aumento de 54,3% em relação ao 1T23 devido à maior posição de caixa e queda de 0,5% em vs. 4T23 pela redução de caixa com o pagamento de principal de empréstimos.

O resultado líquido de variações cambiais ativas e passivas gerou perda de R\$45,7 milhões, fruto da desvalorização do real no período. Com isso os derivativos, principalmente ligados à hedge de empréstimos, registraram um ganho de R\$8,1 milhões.

Já o resultado líquido de atualizações monetárias, que inclui correção de contingências, provisões e parcelamentos fiscais, aumentaram 17,1% frente ao 1T23, e redução de 78,3% vs. o 4T23 que estava afetado pela atualização de uma nova contingência no trimestre.

EBITDA

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|------------------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
| Lucro Líquido | (69,0) | (324,8) | -78,8% | (342,6) | -79,9% | (562,6) | (423,7) | 32,8% |
| Resultado Financeiro Líquido | 29,2 | 30,6 | -4,6% | 40,7 | -28,2% | 130,7 | 140,4 | -6,9% |
| IR e CS Corrente e Diferido | (3,4) | (10,1) | -66,3% | (6,0) | -43,1% | (29,9) | 45,6 | - |
| Depreciação e Amortização | 15,9 | 20,3 | -21,7% | 12,5 | 27,0% | 71,3 | 58,9 | 20,9% |
| EBITDA | (27,3) | (284,0) | -90,4% | (295,3) | -90,8% | (390,4) | (178,8) | 118,4% |
| Margem EBITDA (%) | -3,7% | -33,8% | 30,0 p.p. | -37,6% | 33,9 p.p. | -11,3% | -4,3% | -7,1 p.p. |

O EBITDA do trimestre foi negativo em R\$27,3 milhões, uma melhora de R\$268,1 milhões vs. 1T23 e de R\$256,7 milhões vs. 4T23. Grande parte da melhora foi em virtude da recuperação do lucro bruto (+R\$244,2 milhões vs. 1T23 e +R\$217,4 milhões vs 4T23) com a renovação dos estoques e redefinição de produtos, bem como pela redução nas despesas (-R\$47,3 milhões vs. 1T23 e -16,9 milhões vs. 4T23), resultado das ações para a readequação de estrutura e retomada de margens.

Lucro (Prejuízo) Líquido

No 1T24, a Multi registrou prejuízo líquido de R\$69,0 milhões com margem líquida de -3,7%. Recuperação de R\$273,6 milhões vs. 1T23 e de R\$255,8 milhões vs. 4T23. Acompanhando a retomada dos demais resultados, principalmente do resultado bruto, que é o objetivo da Multi neste ano.

Fluxo de Caixa

O fluxo de caixa gerado pelas atividades operacionais foi de R\$97,1 milhões no 1T24, principalmente pela melhora no Capital de Giro. A geração de caixa livre, que considera o fluxo de caixa operacional reduzido do fluxo de caixa das atividades de investimentos, foi de R\$81,3 milhões no trimestre. O fluxo de financiamentos foi negativo em R\$177,2, impactado pelo pagamento de amortização de principal de dívida no total de R\$147,7 milhões e de R\$24,8 de juros, levando a um consumo de R\$95,9 milhões de caixa no período.

| R\$ Milhões | |
|---|----------------|
| Caixa 4T23 | 1.046,0 |
| Resultado Líquido | (69,0) |
| Ajustes não-caixa | (147,8) |
| Resultado Caixa | (216,8) |
| Estoques | 68,7 |
| Contas a Receber | 31,6 |
| Fornecedores | 35,4 |
| Outras Variações Patrimoniais | 177,4 |
| Fluxo de Caixa Operacional | 96,3 |
| Capex | (12,3) |
| Outros Investimentos | (2,7) |
| Fluxo de Investimentos | (15,0) |
| Pagamentos de Empréstimos | (147,7) |
| Pagamentos de Juros | (24,8) |
| Pagamentos de Arrendamento e Variação Cambial sobre Caixa | (4,7) |
| Fluxo de Financiamento | (177,2) |
| Caixa 1T24 | 950,1 |

ENDIVIDAMENTO 1T24

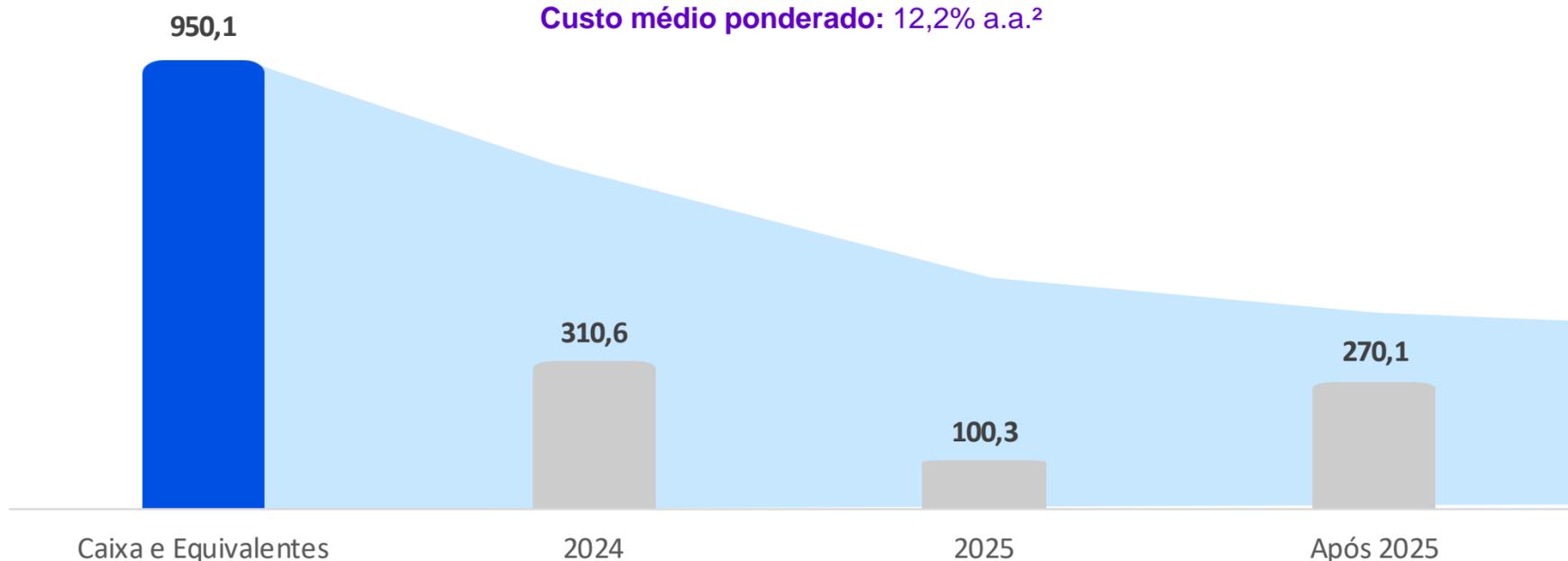
Endividamento

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% |
|--|----------------|------------------|---------------|----------------|---------------|
| Dívida Bruta | 680,9 | 820,2 | -17,0% | 1.293,1 | -47,3% |
| Empréstimos e Financiamentos (CP) | 310,6 | 357,6 | -13,2% | 606,0 | -48,8% |
| <i>% sobre Dívida Bruta</i> | <i>45,6%</i> | <i>43,6%</i> | | <i>46,9%</i> | |
| Empréstimos e Financiamentos (LP) | 370,4 | 462,6 | -19,9% | 687,1 | -46,1% |
| <i>% sobre Dívida Bruta</i> | <i>54,4%</i> | <i>56,4%</i> | | <i>53,1%</i> | |
| (-) Caixa e equivalentes de caixa | (950,1) | (1.046,0) | -9,2% | (892,4) | 6,5% |
| Dívida Líquida | - 269,2 | - 225,8 | 19,2% | 400,7 | - |
| Alavancagem (Dívida líquida / EBITDA) | 0,69x | 0,34x | | -2,24x | |

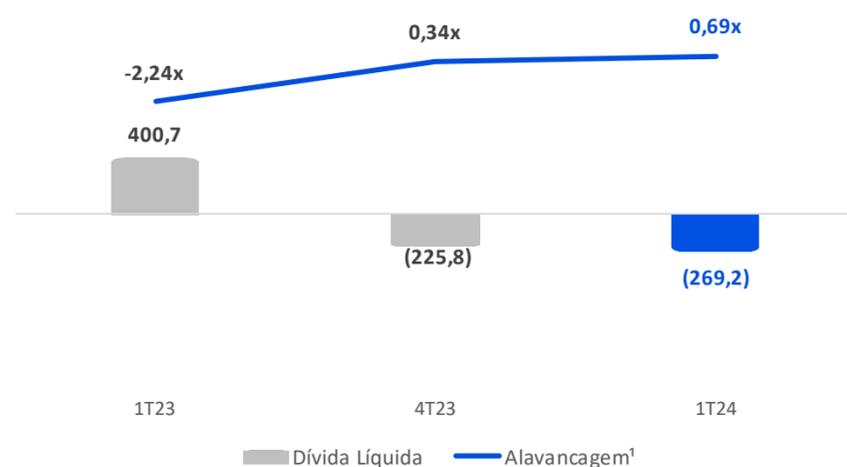
A Multi encerrou o 1T24 com R\$680,9 milhões de dívida bruta e R\$950,1 milhões em caixa, o que resulta em uma posição de caixa líquido de R\$269,2 milhões, resultado da continuidade da diligencia na reposição de estoques, focando a geração de caixa e na retomada de margens. Isso representa uma posição de caixa 3,1x maior que sua dívida de curto prazo.

Cronograma de Amortização da Dívida

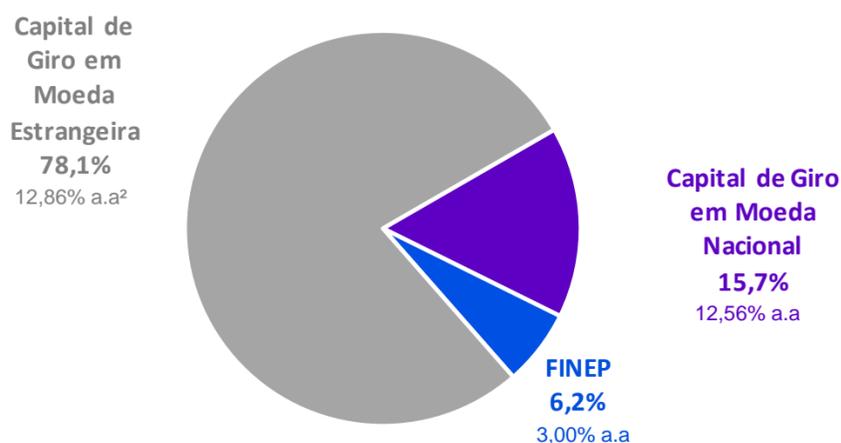
Em R\$ milhões
Custo médio ponderado: 12,2% a.a.²



DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM¹



ABERTURA POR MODALIDADE E CUSTO

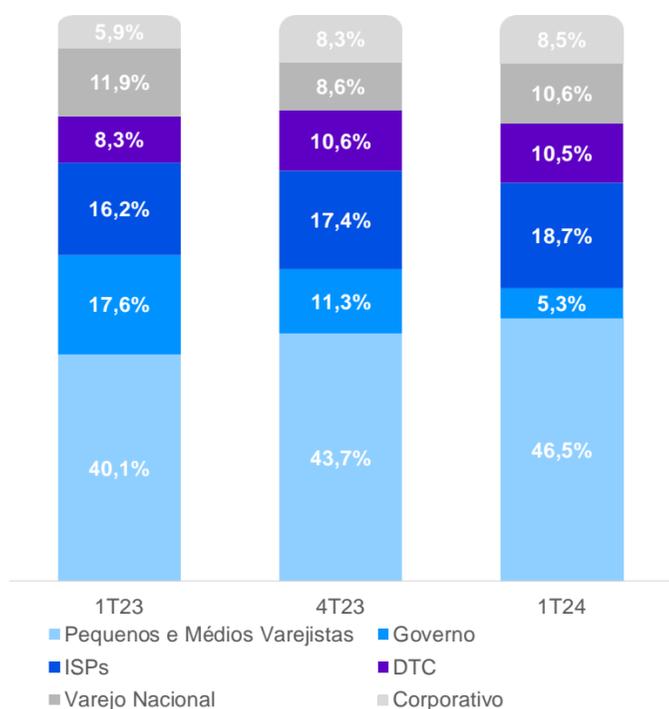


Nota 1: Considerando Dívida Líquida / EBITDA dos últimos 12 meses

Nota 2: Considera o custo de derivativos (swap de "dólar + spread" para "CDI + spread")

VENDAS POR CANAL 1T24¹

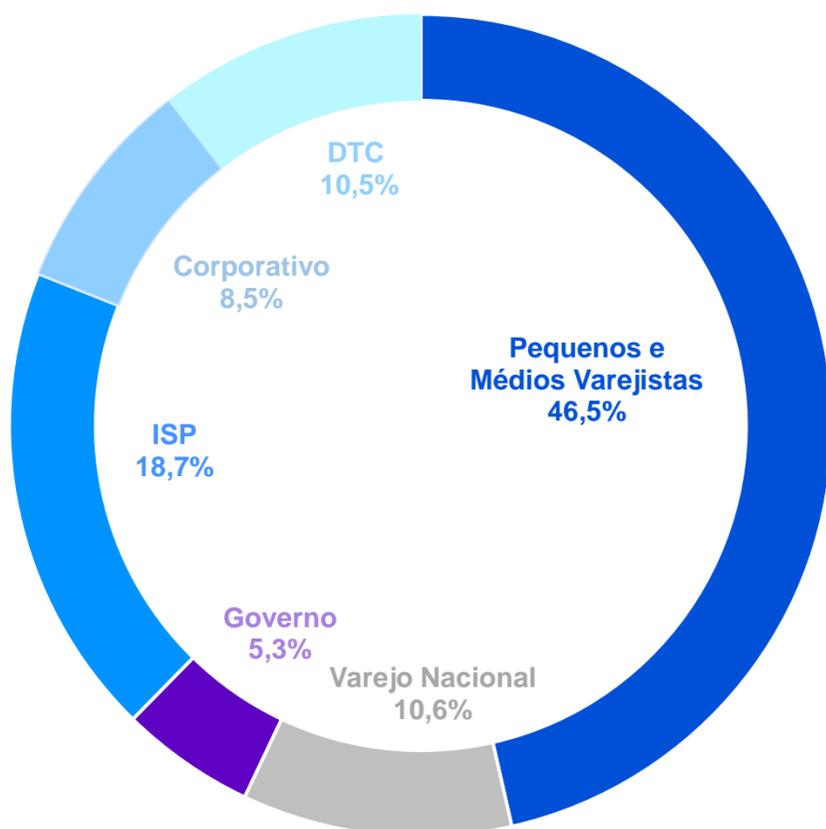
Evolução das Vendas por Canal²



| | Δ% 1T24 x 1T23 | Δ% 1T24 x 4T23 |
|------------------------------|-------------------|-------------------|
| Pequenos e Médios Varejistas | 13,7% | -13,8% |
| Varejo Nacional | -13,3% | -0,3% |
| Governo | -70,5% | -62,2% |
| ISP | 13,3% | -12,8% |
| Corporativo | 42,4% | -17,0% |
| DTC | 24,3% | -19,5% |

Abertura das Vendas por Canal

| Top Famílias por Canal | % Canal | % Total |
|--|---------|---------|
| Pequenos e Médios Varejistas / Especializados | | |
| Telas & Vídeo | 22,7% | 10,5% |
| Health Care | 8,8% | 4,1% |
| Áudio & Acessórios Mobile | 7,2% | 3,4% |
| Drones & Câmeras | 5,9% | 2,8% |
| PCs & Tablets | 8,1% | 3,8% |
| Telefonia | 5,8% | 2,7% |
| Eletrportáteis | 5,0% | 2,3% |
| Acessórios PC | 4,9% | 2,3% |
| Pets | 4,8% | 2,2% |
| Outros | 26,7% | 12,4% |
| Varejo Nacional | | |
| Telas & Vídeo | 42,6% | 4,5% |
| Áudio & Acessórios Mobile | 33,3% | 3,5% |
| Eletrportáteis | 13,0% | 1,4% |
| Outros | 11,1% | 1,2% |
| Governo | | |
| PCs & Tablets | 89,8% | 4,7% |
| Outros | 10,2% | 0,5% |
| ISP | | |
| Redes | 99,9% | 18,6% |
| Outros | 0,1% | 0,1% |
| Corporativo | | |
| Redes | 70,1% | 6,0% |
| OEM | 19,7% | 1,7% |
| Telefonia | 6,9% | 0,6% |
| Outros | 3,3% | 0,3% |
| DTC³ | | |
| Drones & Câmeras | 22,1% | 2,3% |
| Telas & Vídeo | 17,1% | 1,8% |
| Telefonia | 9,5% | 1,0% |
| Eletrportáteis | 8,6% | 0,9% |
| Health Care | 8,5% | 0,9% |
| Baby | 7,2% | 0,8% |
| Outros | 27,0% | 2,8% |



¹Informações gerenciais não-auditadas.

²Os percentuais apresentados no gráfico informam participação de cada canal no trimestre, enquanto que a tabela, a variação das vendas por canal.

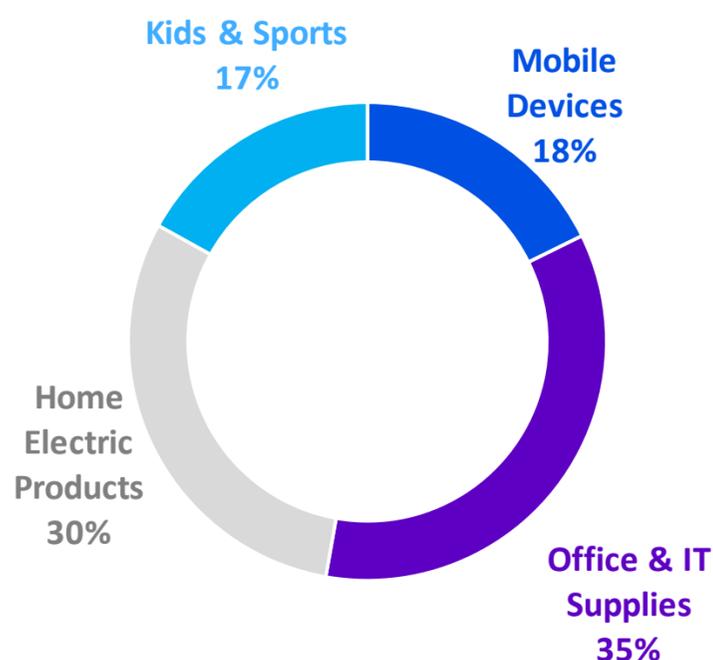
³Vendas diretas ao consumidor final considerando e-commerce, market place e loja física.

ABERTURA DAS VENDAS POR SEGMENTO 1T24

Segmentos Operacionais

A Companhia divulga informações contábeis (auditadas) e gerenciais (não-auditadas) selecionadas abertas em 4 (quatro) grandes segmentos, conforme segue:

- **MOBILE DEVICES:** PCs & Tablets | Telefonia
- **OFFICE & IT SUPPLIES:** Acessórios de Informática | Drones | OEM | Mídias & Pen Drives | Redes | Segurança | Papel & Escritório | Gamer
- **HOME ELECTRIC PRODUCTS:** Automotivo | Eletroportáteis | Health Care | Áudio & Acessórios de Celulares | Telas & Vídeos
- **KIDS & SPORTS:** Baby | Brinquedos | Esporte & Lazer | Pets | Wellness | Drones & Câmeras | Mobilidade Elétrica



| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|-------------------------|--------------|---------------|------------------|---------------|------------------|----------------|----------------|------------------|
| Receita Líquida | 730,8 | 840,8 | -13,1% | 784,6 | -6,9% | 3.445,2 | 4.193,0 | -17,8% |
| Mobile Devices | 129,5 | 175,6 | -26,3% | 300,7 | -56,9% | 784,5 | 1.392,9 | -43,7% |
| Office & IT Supplies | 256,3 | 264,9 | -3,2% | 215,9 | 18,7% | 1.150,5 | 1.222,1 | -5,9% |
| Home Electric Products | 221,2 | 246,4 | -10,2% | 191,7 | 15,4% | 988,3 | 1.136,2 | -13,0% |
| Kids & Sports | 123,8 | 153,9 | -19,6% | 76,4 | 62,2% | 521,8 | 441,8 | 18,1% |
| Lucro Bruto | 165,0 | (79,3) | - | (52,4) | - | 408,4 | 807,6 | -49,4% |
| Mobile Devices | 23,8 | (207,1) | - | (173,7) | - | (248,4) | 177,7 | - |
| Office & IT Supplies | 32,1 | 24,3 | 32,1% | 41,7 | -22,9% | 204,7 | 192,0 | 6,6% |
| Home Electric Products | 63,3 | 47,8 | 32,4% | 51,9 | 21,9% | 256,1 | 291,7 | -12,2% |
| Kids & Sports | 45,8 | 55,7 | -17,8% | 27,7 | 65,6% | 196,0 | 146,3 | 34,0% |
| Margem Bruta (%) | 22,6% | -9,4% | 32,0 p.p. | -6,7% | 29,3 p.p. | 11,9% | 19,3% | -7,4 p.p. |
| Mobile Devices | 18,4% | -117,9% | 136,3 p.p. | -57,7% | 76,1 p.p. | -31,7% | 12,8% | -44,4 p.p. |
| Office & IT Supplies | 12,5% | 9,2% | 3,4 p.p. | 19,3% | -6,8 p.p. | 17,8% | 15,7% | 2,1 p.p. |
| Home Electric Products | 28,6% | 19,4% | 9,2 p.p. | 27,1% | 1,5 p.p. | 25,9% | 25,7% | 0,2 p.p. |
| Kids & Sports | 37,0% | 36,2% | 0,8 p.p. | 36,2% | 0,8 p.p. | 37,6% | 33,1% | 4,4 p.p. |



Mobile Devices

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Mobile Devices

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|------------------|-------|---------|------------|---------|-----------|----------|----------|------------|
| Receita Líquida | 129,5 | 175,6 | -26,3% | 300,7 | -56,9% | 784,5 | 1.392,9 | -43,7% |
| Lucro Bruto | 23,8 | (207,1) | - | (173,7) | - | (248,4) | 177,7 | - |
| Margem Bruta (%) | 18,4% | -117,9% | 136,3 p.p. | -57,7% | 76,1 p.p. | -31,7% | 12,8% | -44,4 p.p. |

No 1T24, foi apresentada receita líquida de R\$129,5 milhões, queda de 26,3% em comparação ao trimestre anterior e de 56,9% em relação ao 1T23. Mesmo com a queda na receita, o segmento reportou lucro bruto de R\$23,8 milhões, revertendo o prejuízo bruto de R\$207,1 milhões do 4T23. A margem bruta também mostra recuperação, saltando de -117,9% para 18,4%, uma diferença de 136 p.p em relação ao trimestre anterior. Em comparação ao 1T23, também foi observada importante melhora no índice em 76,1 p.p.

O maior impacto na margem bruta ainda está na família **Telefonia**, que teve grande parte das vendas de produtos em descontinuação e, portanto, sem margem, como esperado por conta das provisões e *write-offs* realizados no últimos trimestres.

Desconsiderando as linhas em descontinuação do segmento, os produtos continuados representaram 76,2% das receitas do trimestre, assim, a margem bruta no trimestre seria de 27,9%, materializando os esforços da Companhia para retomada aos patamares históricos de rentabilidade no segmento.

Principais Destaques¹

A família de produtos **PCs & Tablets** reportou queda de 65,5% nas vendas vs. 1T23 e de 28,0% vs. 4T23, principalmente por conta das contínuas postergações de vendas ao Governo. Nesse canal, foi registrado 65,7% menos faturamento quando comparado ao 4T23 e 70,2% menos em comparação ao 1T23. Enquanto houve crescimento de 29,6% nos Pequenos e Médios Varejistas e de 4,9% no e-commerce ano contra ano.

Telefonia apresentou uma crescimento de 0,4% de faturamento em relação ao 1T23 e queda de 21,2% em relação ao 4T23, refletindo nossa decisão de descontinuar os produtos. Do ponto de vista de canais houve esperada queda de vendas aos varejistas, parte do mix foi compensado pelo aumento da participação do canal Corporativo quando comparado ao 4T23, saltou de 0,3% de participação para 13,8%. Nesse trimestre não foram realizadas provisões de obsolescência ou *write-offs* relevantes para essa família.

Para os próximos trimestres, a perspectiva da Companhia para **Telefonia** ganha uma nova avenida com a exclusividade na fabricação e distribuição de produtos da marca chinesa OPPO, um dos maiores *players* globais em dispositivos inteligentes. Nessa parceria, a responsabilidade pelo *marketing*, *trade marketing* e posicionamento do produto no mercado é atribuição do parceiro, diminuindo a exposição da Companhia ao risco de mercado, ao custo de uma margem bruta um pouco menor.

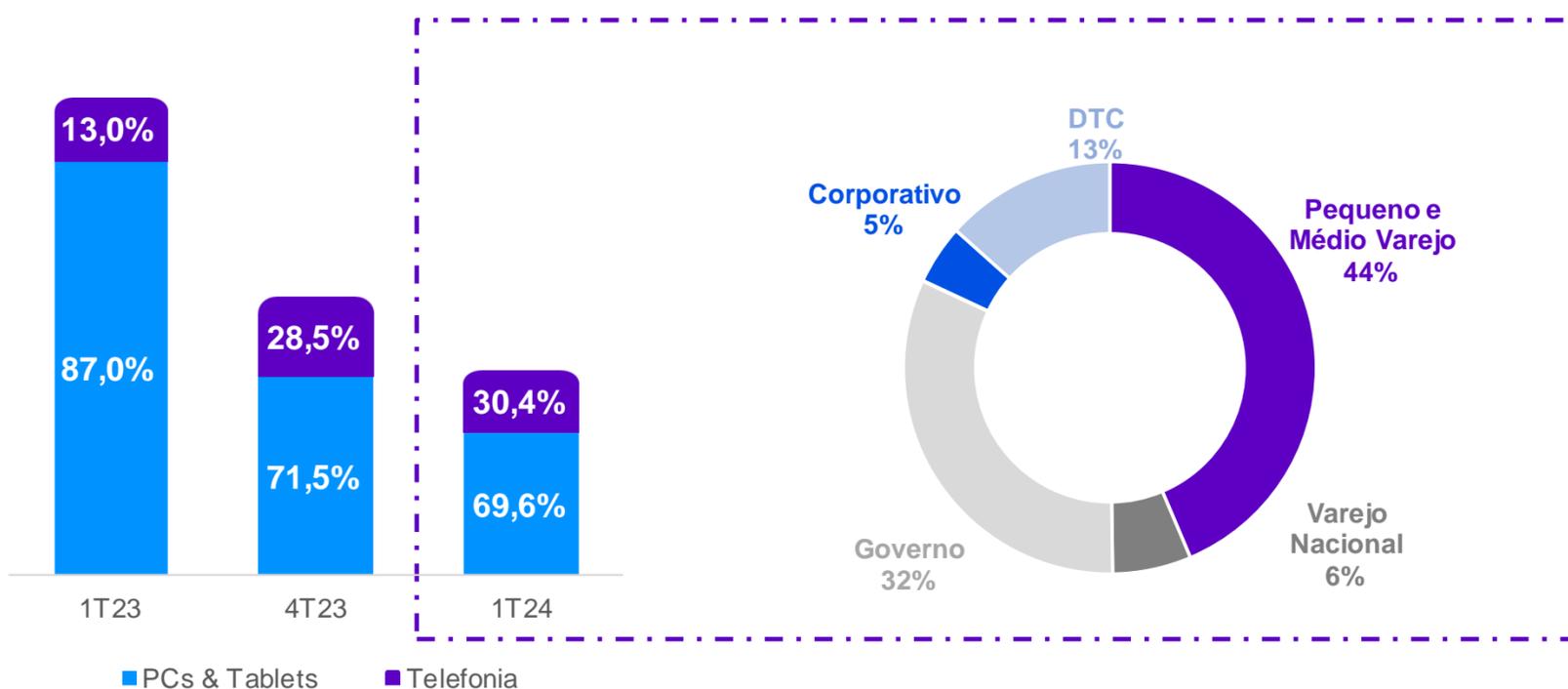
¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

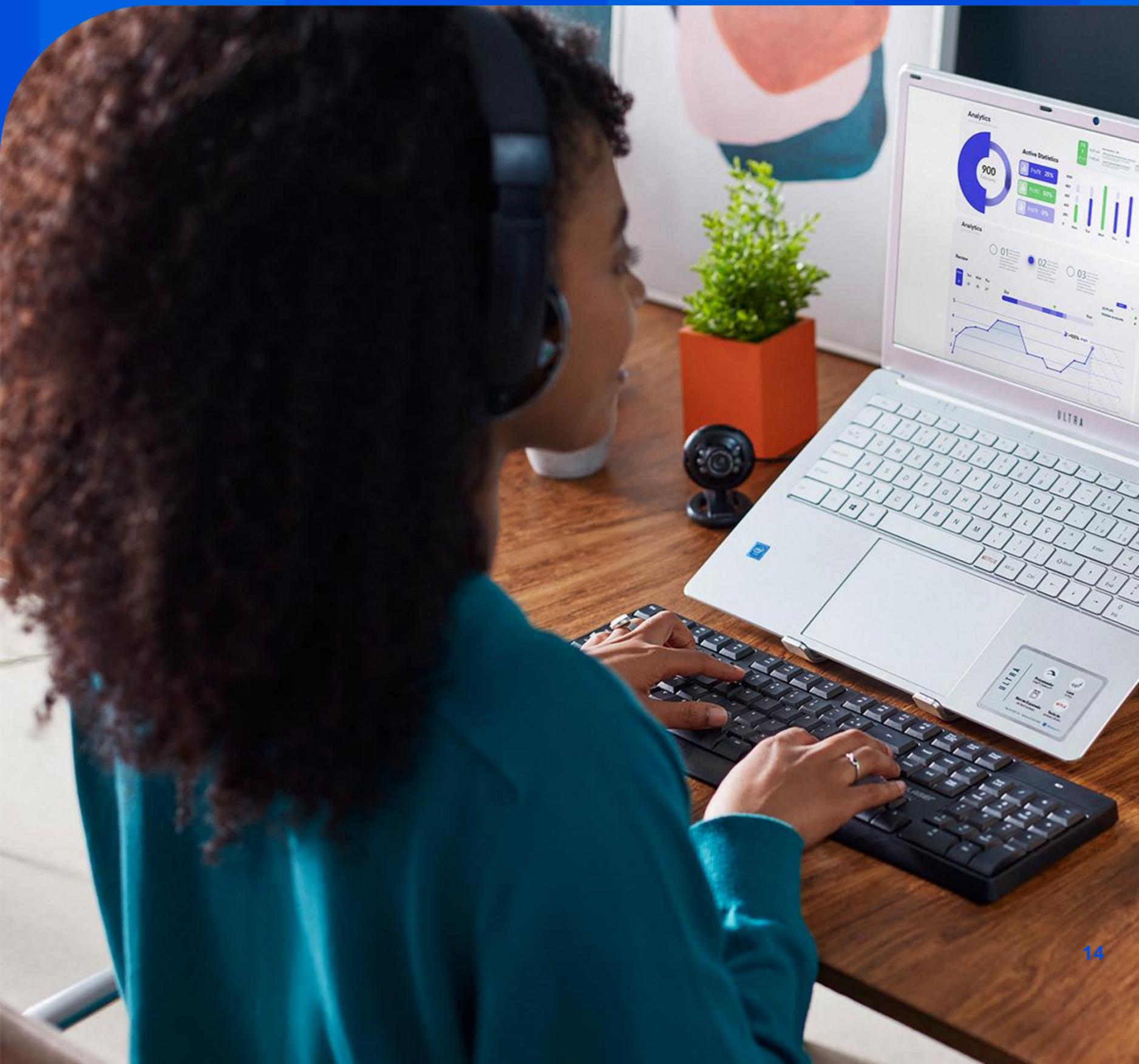
| Mobile Devices | Δ% 1T24 vs. 4T23 | Δ% 1T24 vs. 1T23 | Δ% LTM 1T24 vs. LTM 1T23 |
|----------------|------------------|------------------|--------------------------|
| PCs & Tablets | -28,0% | -65,5% | -44,7% |
| Telefonia | -21,2% | 0,4% | -39,9% |

Abertura por Família e Canal¹



¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

Office & IT Supplies



SEGMENTOS OPERACIONAIS

Office & IT Supplies

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|------------------|-------|-------|----------|-------|-----------|----------|----------|----------|
| Receita Líquida | 256,3 | 264,9 | -3,2% | 215,9 | 18,7% | 1.150,5 | 1.222,1 | -5,9% |
| Lucro Bruto | 32,1 | 24,3 | 32,1% | 41,7 | -22,9% | 204,7 | 192,0 | 6,6% |
| Margem Bruta (%) | 12,5% | 9,2% | 3,4 p.p. | 19,3% | -6,8 p.p. | 17,8% | 15,7% | 2,1 p.p. |

Ao longo de 2023, o segmento se consolidou como o de maior receita da Companhia. No 1T24, a receita atingiu R\$256,3 milhões, 18,7% maior que o 1T23 e 3,2% menor que o 4T23. Em relação ao lucro bruto, o segmento apresentou no 1T24 o valor de R\$32,1 milhões, um aumento de 32,1% em relação ao 4T23, porém, queda de 22,9% em relação ao mesmo período do ano passado, afetado pela família de **Redes**, pelo desconto em roteadores AC (Wi-Fi 5) que estão sendo substituídos por roteadores AX(Wi-Fi 6).

A margem bruta apresentada foi de 12,5%, um crescimento de 3,4 p.p. em relação ao trimestre anterior. Todavia, a margem bruta foi menor em 6,8 p.p. em relação ao 1T23. em virtude da pressão de roteadores em **Redes**.

Nesse segmento, a Companhia também atua na descontinuação de produtos, como parte do portfólio de **Acessórios para PCs** e **Segurança**. Desconsiderando os produtos em descontinuação, o segmento apresenta margem bruta de 12,9% para o 1T24. Os produtos continuados representaram 96,9% das receitas do 1T24.

Principais Destaques¹

A maior família do segmento, **Redes** apresentou um aumento expressivo de 79,2% em vendas em relação ao 1T23 e crescimento de 6,4% em comparação ao último trimestre. O canal de ISP continua sendo a principal fonte de faturamento com 72,8% das vendas.

Acessórios para PCs decresceu 12,5% em relação ao 1T23 e cresceu 24,7% em relação ao 4T23, com 78,5% das vendas realizadas para Pequenos e Médios Varejistas.

Com vendas concentradas no canal Corporativo (88,7%), **OEM** apresentou queda de 61,0% em relação ao 1T23 e 55,3% em relação ao 4T23.

Segurança, família responsável por apenas 5,1% das vendas do segmento, apresentou queda de 43,0% nas vendas em comparação ao 1T23 e também queda de 41,0% em relação ao 4T23, reflexo da descontinuidade de algumas linhas de parceiros.

A família **Mídias** registrou crescimento de 12,4% vs. 1T23 e decresceu 2,8% vs 4T23, com 80,4% das vendas realizadas para Pequenos e Médios Varejistas.

Papel & Escritório viu um início de ano fraco, com queda de 9,6% de vendas em relação ao 1T23 e 24,2% em relação ao 4T23. As vendas foram distribuídas principalmente em Pequenos e Médios Varejistas (64,5%) e DTC (26,2%).

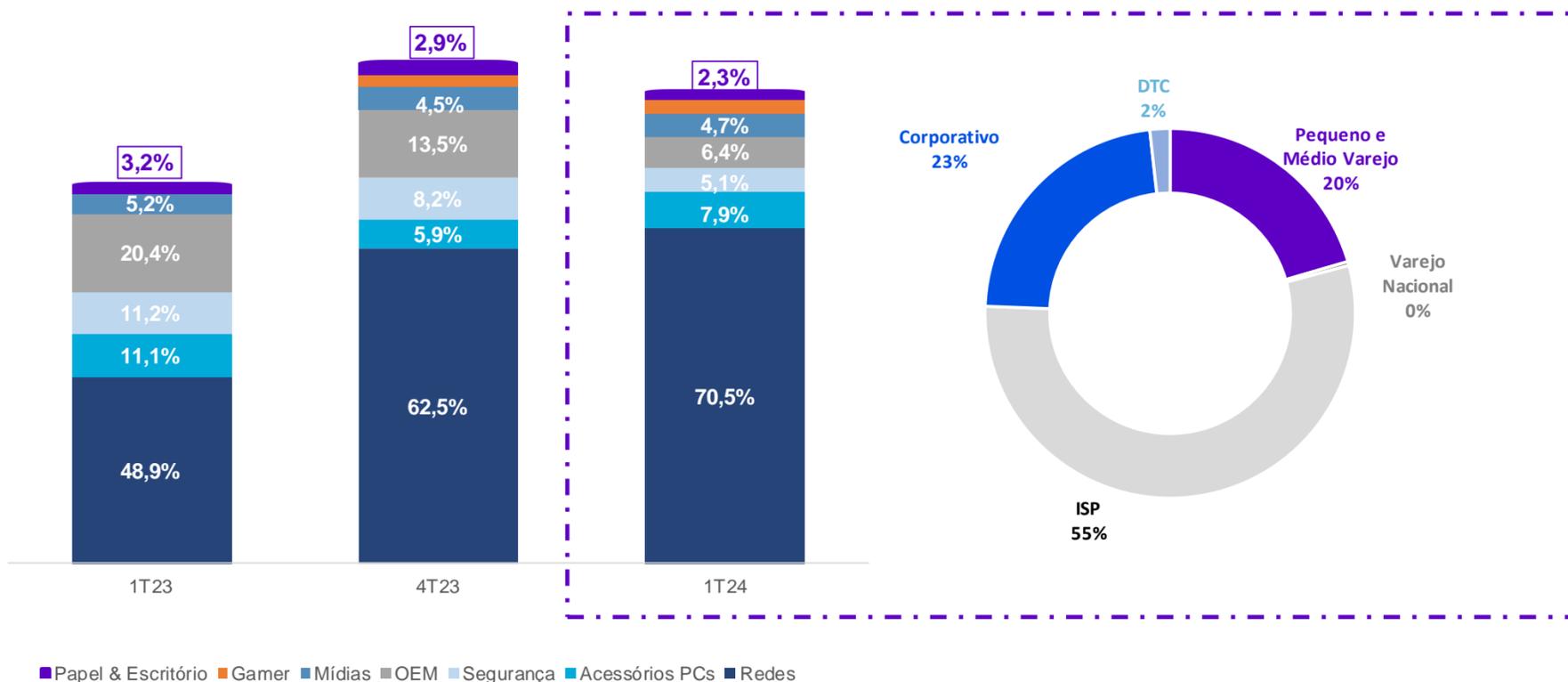
¹Informações sobre canais de venda são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

| Office & IT Supplies | Δ% 1T24 vs. 4T23 | Δ% 1T24 vs. 1T23 | Δ% LTM 1T24 vs. LTM 1T23 |
|----------------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Acessórios PCs | 24,7% | -12,5% | -41,1% |
| Gamer | 19,8% | - | - |
| Mídias | -2,8% | 12,4% | -30,9% |
| OEM | -55,3% | -61,0% | -25,6% |
| Papel & Escritório | -24,2% | -9,6% | -24,3% |
| Redes | 6,4% | 79,2% | 24,3% |
| Segurança | -41,0% | -43,0% | -16,3% |

Abertura por Família e Canal¹



¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.



Home Electric Products

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Home Electric Products

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|------------------|-------|-------|----------|-------|----------|----------|----------|----------|
| Receita Líquida | 221,2 | 246,4 | -10,2% | 191,7 | 15,4% | 988,3 | 1.136,2 | -13,0% |
| Lucro Bruto | 63,3 | 47,8 | 32,4% | 51,9 | 21,9% | 256,1 | 291,7 | -12,2% |
| Margem Bruta (%) | 28,6% | 19,4% | 9,2 p.p. | 27,1% | 1,5 p.p. | 25,9% | 25,7% | 0,2 p.p. |

A receita líquida do segmento foi de R\$221,2 milhões no 1T24, +15,4% vs. 1T23. Em comparação ao 4T23, houve queda de 10,2% na receita, parte em razão da sazonalidade das vendas de fim de ano.

O lucro bruto do 1T24 foi de R\$63,3 milhões, um crescimento de 32,4% em relação ao 4T23 e de 21,9% em relação ao 1T23. Do mesmo modo, a margem bruta acompanha a melhora, saltando de 19,4% no 4T23 para 28,6% no 1T24. Esse resultado reflete a diligência da Companhia na compra e manutenção de estoques mais saudáveis.

Atendendo as estratégias de racionalizar os estoques e a de trazer rentabilidade, a Companhia vem descontinuando as linhas de produtos da família **Automotivo** e o portfólio de **Utilidades Domésticas** (dentro de **Eletrorportáteis**), que somadas representaram 1,0% das receitas do segmento. Dessa forma a Margem dos produtos continuados permaneceu igual a margem total.

Principais Destaques¹

Telas & Vídeos, a maior família de produtos do segmento, cresceu 31,4% vs. 1T23 e caiu 23,2% em relação ao 4T23. Pequenos e Médios Varejistas lideram as vendas dessa família, representando 55,5%.

A família **Áudio e Acessórios para Celulares** apresentou crescimento de 6,8% nas vendas em relação ao 1T23 e 15,9% em relação ao trimestre passado, com faturamento concentrado sobretudo no Varejo Nacional (47,7%).

Impactado pela sazonalidade das vendas de fim de ano como Natal e Black Friday, **Eletrorportáteis** demonstrou queda de 9,7% nas vendas em relação ao 1T23 e de 18,1 vs, 4T23. Destaque para o crescimento da participação do DTC nas vendas, com 19,7% no 1T24.

Health Care apresentou crescimento de 61,7% nas vendas em relação ao 1T23 e de 19,5% em relação ao 4T23, com grande participação de canais especializados no *share* (79,8%).

Em descontinuação, **Automotivo** observou queda de 4,5 % vs. 1T23 e de 16,2% nas vendas em relação ao 4T23 com os esforços da Companhia em limpar os estoques do produto.

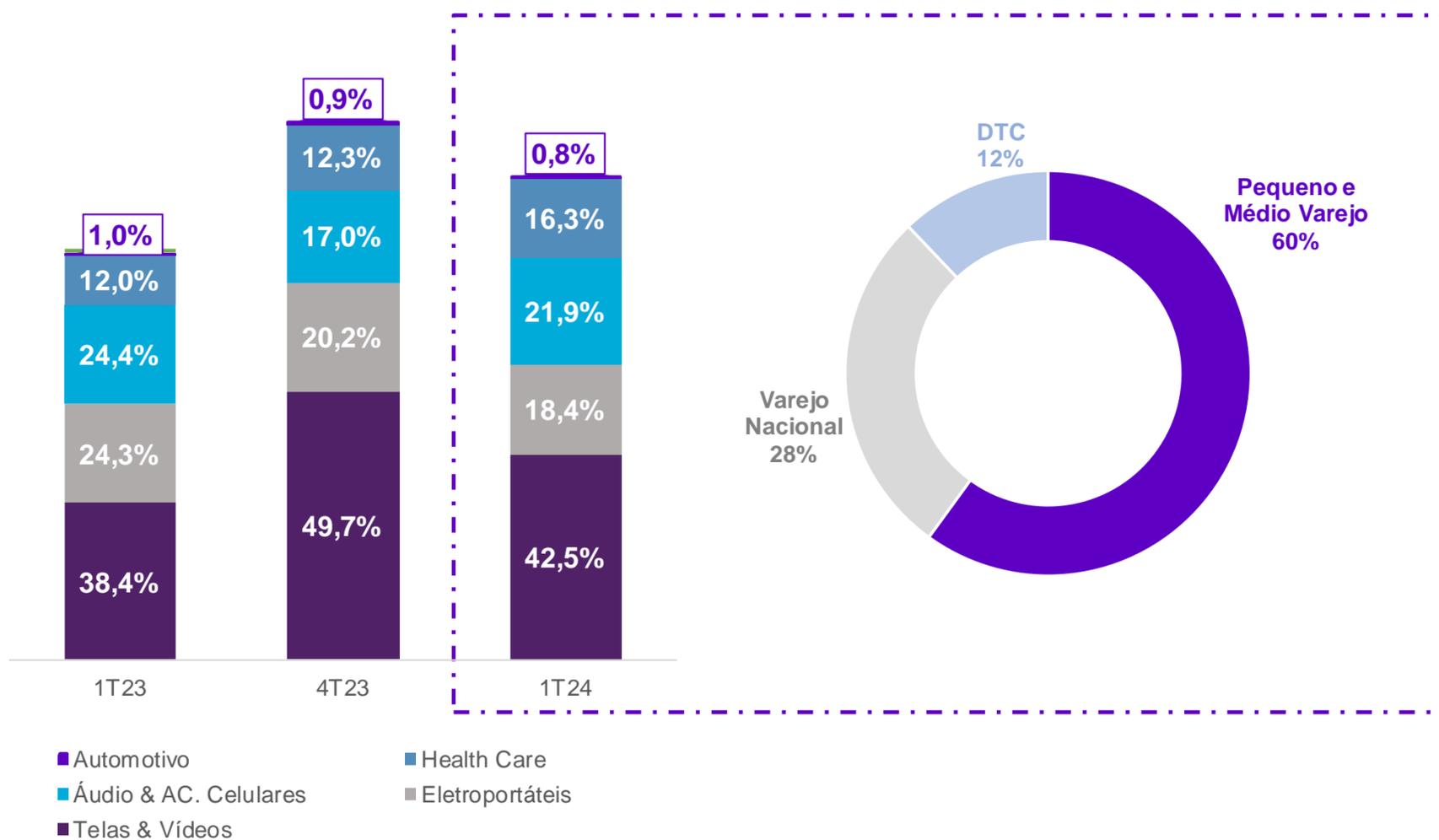
¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

| Home Electric Products | Δ% 1T24 vs. 4T23 | Δ% 1T24 vs. 1T23 | LTM 1T24 Δ% vs. LTM 1T23 |
|------------------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Áudio & AC. Celulares | 15,9% | 6,8% | -11,8% |
| Automotivo | -16,2% | -4,5% | -58,8% |
| Eletrportáteis | -18,1% | -9,7% | -15,4% |
| Health Care | 19,5% | 61,7% | -9,4% |
| Telas & Vídeos | -23,2% | 31,4% | -8,8% |

Abertura por Família e Canal¹



¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

Kids & Sports



SEGMENTOS OPERACIONAIS

Kids & Sports

| R\$ Milhões | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|------------------|-------|-------|----------|-------|----------|----------|----------|----------|
| Receita Líquida | 123,8 | 153,9 | -19,6% | 76,4 | 62,2% | 521,8 | 441,8 | 18,1% |
| Lucro Bruto | 45,8 | 55,7 | -17,8% | 27,7 | 65,6% | 196,0 | 146,3 | 34,0% |
| Margem Bruta (%) | 37,0% | 36,2% | 0,8 p.p. | 36,2% | 0,8 p.p. | 37,6% | 33,1% | 4,4 p.p. |

No 1T24, a receita líquida do foi de R\$123,8 milhões, um expressivo aumento de 62,2% em relação ao 1T23, refletindo o crescimento da participação do segmento na composição das receitas da Companhia ao longo do último ano. Já em relação ao 4T23, a receita líquida foi menor em 19,6%, sobretudo em função da sazonalidade das compras de fim de ano.

O lucro bruto foi de R\$45,8 milhões no trimestre, um aumento de 65,6% em comparação ao mesmo período de 2023. Proporcionalmente à queda da receita em relação ao 4T23, o lucro bruto do 1T24 foi 17,8% menor em relação ao trimestre anterior.

Em relação à margem bruta, este é o segmento com melhor resultado percentual da Companhia, nesse trimestre margem bruta foi de 37,0%, um aumento de 0,8 p.p. em relação tanto ao 4T23 como 1T23. Continuando os esforços da Companhia na melhora da rentabilidade, destacamos a descontinuidade dos produtos de **Esportes & Lazer**. Os produtos continuados representaram 96,2% das vendas do 1T23 e obtiveram uma margem bruta de 37,8%.

Principais Destaques¹

Drones e Câmeras é a principal linha de produtos do segmento e segue aumentando sua participação nas vendas, com crescimento de 16,2 em comparação ao 4T23. Com distribuição exclusiva no Brasil dos produtos DJI, a Companhia realizou no trimestre 44,0% das vendas no DTC (especializado, site próprio e *marketplaces*) e 51,7% para Pequenos e Médios varejistas.

Com um portfólio composto de produtos de puericultura leve e pesada, além de carrinhos de bebê, a família **Baby** é a segunda mais importante do segmento, com vendas no 1T24 crescendo 8,8% vs. 1T23 e 29,6% vs. 4T23, distribuídas principalmente entre varejo especializado (71,5%) e DTC (28,1%).

A família **Pets**, com um portfólio que engloba de brinquedos a tapetes higiênicos, crescemos 34,9% nas vendas em relação ao 1T23 e decrescemos 15,1% vs. o 4T23.

Brinquedos apresentou crescimento de 37,8% vs. 1T23 e queda 65,9% vs. 4T23, dada a forte sazonalidade de vendas de final de ano. Essa família tem suas vendas concentradas sobretudo no varejo especializado (93,8%).

Wellness apresentou no 1T24 um aumento de 230,8% nas vendas em relação ao 1T23 e queda de 5,9% vs. 4T23, mostrando a consolidação da marca ao longo de 2023. As vendas são realizadas principalmente por meio de canais especializados (academias) (76,8%) e Pequenos e Médios varejistas (13,4%).

Mobilidade Elétrica cresceu 39,5% vs. 1T23 e redução 18,8% em relação ao 4T23. As vendas de motos, *scooters* e *bikes* elétricas acontecem por meio das concessionárias credenciadas pela Watts.

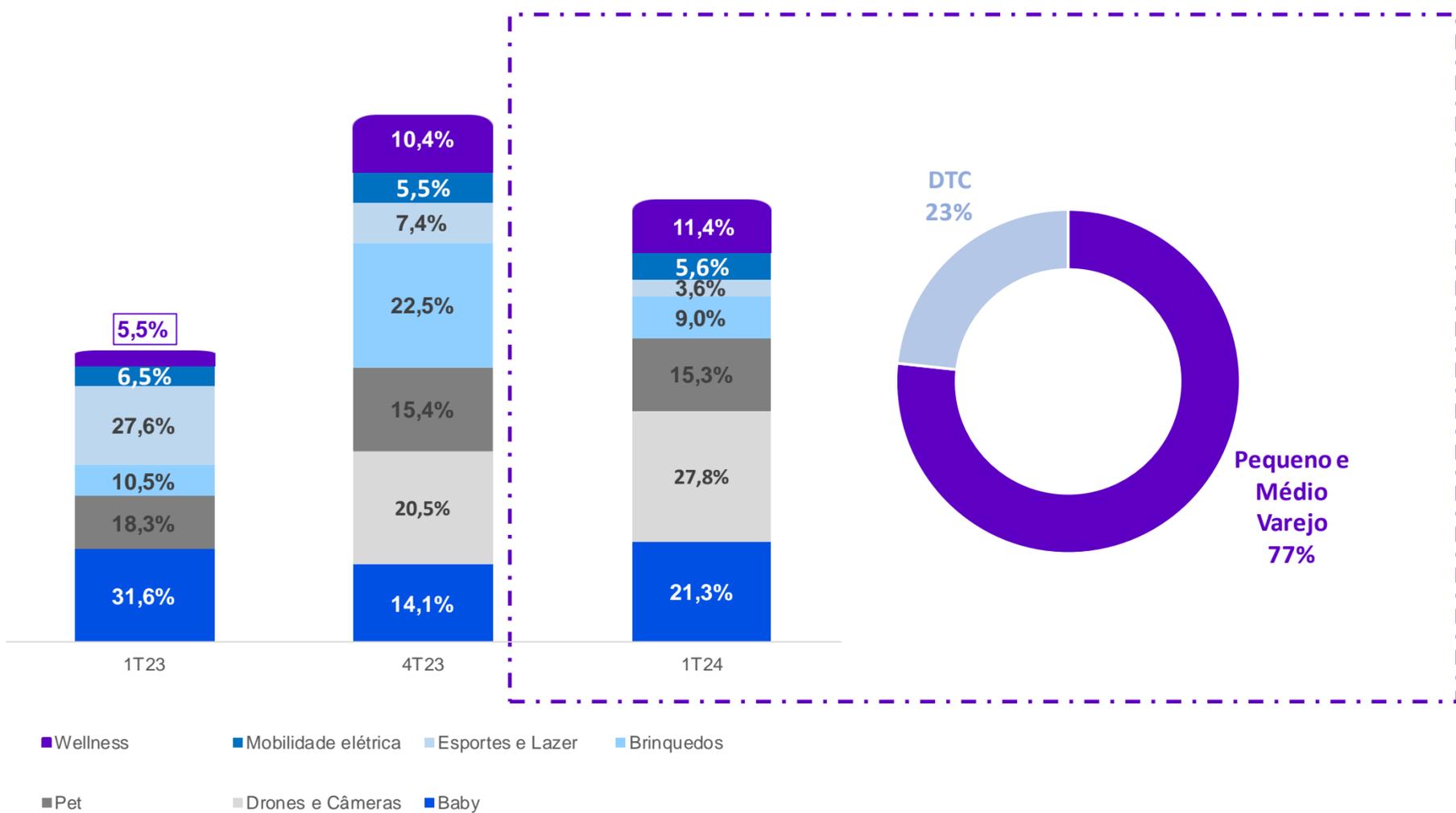
¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

| Kids & Sports | Δ% 1T24 vs. 4T23 | Δ% 1T24 vs. 1T23 | LTM 1T24 Δ% vs. LTM 1T23 |
|---------------------|------------------|------------------|--------------------------|
| Baby | 29,6% | 8,8% | -27,3% |
| Brinquedos | -65,9% | 37,8% | 2,8% |
| Esportes e Lazer | -58,5% | -79,1% | -47,6% |
| Drones e Câmeras | 16,2% | - | - |
| Pet | -15,1% | 34,9% | 24,1% |
| Mobilidade elétrica | -12,8% | 39,5% | 66,4% |
| Wellness | -5,9% | 230,8% | 64,2% |

Abertura por Família e Canal¹



¹Informações sobre canais de vendas são gerenciais não-auditadas e não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

grupo Multi



Anexos

Balço Patrimonial (R\$ milhões)

| Ativo | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% |
|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|---------------|
| Ativo Circulante | | | | | |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 950,1 | 1.046,0 | -9,2% | 892,4 | 6,5% |
| Contas a Receber | 954,8 | 1.032,3 | -7,5% | 1.116,5 | -14,5% |
| Estoques | 1.476,9 | 1.521,4 | -2,9% | 2.686,8 | -45,0% |
| Impostos a Recuperar | 388,2 | 401,7 | -3,4% | 499,8 | -22,3% |
| Despesas Antecipadas | 17,4 | 7,9 | 120,0% | 8,9 | 96,4% |
| Outros Ativos | 2,9 | 2,7 | 4,3% | 2,0 | 40,1% |
| Total do Ativo Circulante | 3.790,2 | 4.012,1 | -5,5% | 5.206,4 | -27,2% |
| Ativo Não Circulante | | | | | |
| Impostos Diferidos | 193,8 | 189,7 | 2,2% | 177,8 | 9,0% |
| Impostos a Recuperar | 390,4 | 408,6 | -4,5% | 359,7 | 8,5% |
| Contas a Receber | 78,5 | 72,1 | 8,9% | 52,1 | 50,8% |
| Depósitos Judiciais | 32,1 | 34,0 | -5,6% | 77,6 | -58,7% |
| Outros Ativos | 39,6 | 114,1 | -65,3% | 135,4 | -70,7% |
| Propriedades para Investimentos | 5,0 | 5,0 | - | 5,0 | - |
| Investimentos | 130,2 | 121,3 | 7,3% | 92,1 | 41,4% |
| Imobilizado | 392,2 | 391,0 | 0,3% | 363,2 | 8,0% |
| Intangível | 133,2 | 62,2 | 114,0% | 61,3 | 117,3% |
| Ativos de Direito de Uso | 43,9 | 48,0 | -8,6% | 35,4 | 24,0% |
| Total do Ativo Não Circulante | 1.438,8 | 1.446,0 | -0,5% | 1.359,5 | 5,8% |
| Total do Ativo | 5.229,0 | 5.458,0 | -4,2% | 6.565,8 | -20,4% |

Balço Patrimonial (R\$ milhões)

| Passivo | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Passivo Circulante | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 310,6 | 357,6 | -13,2% | 606,0 | -48,8% |
| Fornecedores | 620,2 | 576,9 | 7,5% | 724,2 | -14,4% |
| Obrigações Trabalhistas e Sociais | 38,3 | 34,8 | 10,1% | 63,8 | -40,0% |
| Obrigações Fiscais | 79,2 | 59,7 | 32,8% | 94,7 | -16,3% |
| Adiantamento de Clientes | 1,6 | 5,0 | -68,7% | 18,0 | -91,3% |
| Derivativos | 21,4 | 38,0 | -43,7% | 30,0 | -28,8% |
| Obrigações com Garantia | 42,7 | 42,7 | - | 42,7 | - |
| Passivos de Arrendamento | 15,5 | 15,3 | 1,3% | 11,9 | 30,3% |
| Outros Passivos | 63,5 | 87,7 | -27,5% | 99,4 | -36,1% |
| Total do Passivo Circulante | 1.193,1 | 1.217,7 | -2,0% | 1.690,7 | -29,4% |
| Passivo Não Circulante | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 370,4 | 462,6 | -19,9% | 687,1 | -46,1% |
| Obrigações Fiscais | 396,3 | 313,7 | 26,3% | 238,7 | 66,1% |
| Obrigações Trabalhistas e Sociais | 46,8 | 43,6 | 7,3% | 15,4 | 203,5% |
| Provisão para Riscos Processuais, Cíveis e Fiscais | 28,8 | 133,6 | -78,5% | 167,2 | -82,8% |
| Passivos de Arrendamento | 31,3 | 35,3 | -11,3% | 25,4 | 23,0% |
| Instrumentos Financeiros | 13,8 | 34,4 | -60,0% | 30,2 | -54,4% |
| Outros Passivos de Longo Prazo | 0,0 | 0,0 | - | 0,1 | - |
| Total do Passivo Não-Circulante | 887,4 | 1.023,3 | -13,3% | 1.164,1 | -23,8% |
| Patrimônio Líquido | | | | | |
| Capital Social | 1.713,4 | 1.713,4 | - | 1.713,4 | - |
| Ajuste Acumulado de Conversão | 0,2 | (0,4) | - | 0,0 | - |
| Gastos com Emissão de Ações | (58,3) | (58,3) | - | (58,3) | - |
| Reservas de Capital | 975,4 | 975,4 | - | 975,4 | - |
| Reserva Legal | 88,7 | 88,7 | - | 88,7 | - |
| Reserva de Incentivos Fiscais | 951,2 | 951,2 | - | 1.201,2 | -20,8% |
| Reserva para Compra de Ações em Tesouraria | 22,7 | 22,7 | - | 22,7 | - |
| Reserva para Investimentos | 369,7 | 369,7 | - | 119,7 | 208,8% |
| Ações em Tesouraria | (9,2) | (9,2) | - | (9,2) | - |
| Lucro (Prejuízo) Acumulado | (836,2) | (836,2) | - | (342,6) | 144,1% |
| Prejuízos Acumulados do Exercício | (69,0) | 0,0 | - | 0,0 | - |
| Total do Patrimônio Líquido | 3.148,6 | 3.217,0 | -2,1% | 3.711,0 | -15,2% |
| Total do Passivo e do Patrimônio Líquido | 5.229,0 | 5.458,0 | -4,2% | 6.565,8 | -20,4% |

Demonstração dos Resultados (R\$ Milhões)

| | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% | LTM 1T24 | LTM 1T23 | Δ% |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|----------------|
| Receita Líquida | 730,8 | 840,8 | -13,1% | 784,6 | -6,9% | 3.445,2 | 4.193,0 | -17,8% |
| Custo da Mercadoria Vendida | (565,8) | (920,1) | -38,5% | (837,1) | -32,4% | (3.036,8) | (3.385,4) | -10,3% |
| Custo de Materiais | (554,4) | (935,9) | -40,8% | (671,6) | -17,4% | (2.857,8) | (3.031,0) | -5,7% |
| Com Pessoal | (31,1) | (35,6) | -12,5% | (37,6) | -17,3% | (144,3) | (167,8) | -14,0% |
| Depreciação/Amortização | (5,0) | (9,9) | -49,0% | (4,8) | 4,5% | (30,1) | (29,2) | 3,2% |
| Outros | (24,8) | 61,3 | - | (123,1) | -79,9% | (54,2) | (157,3) | -65,5% |
| Lucro Bruto | 165,0 | (79,3) | - | (52,4) | - | 408,4 | 807,6 | -49,4% |
| Receitas (Despesas) Operacionais | | | | | | | | |
| Despesas com Vendas | (202,4) | (246,2) | -17,8% | (227,7) | -11,1% | (880,1) | (968,5) | -9,1% |
| Comerciais | (74,4) | (88,2) | -15,6% | (70,0) | 6,3% | (311,9) | (312,9) | -0,3% |
| Distribuição | (67,1) | (92,8) | -27,7% | (71,7) | -6,4% | (320,6) | (308,6) | 3,9% |
| Promoções e Marketing | (27,3) | (40,3) | -32,3% | (43,3) | -36,9% | (145,9) | (163,4) | -10,7% |
| Pós-Venda | (26,6) | (20,0) | 32,8% | (21,0) | 26,6% | (90,2) | (119,2) | -24,3% |
| Créditos de Liquidação Duvidosa | (6,9) | (4,8) | 43,9% | (21,7) | -68,3% | (11,6) | (64,5) | -82,1% |
| Gerais e Administrativas | (26,7) | (28,1) | -5,1% | (40,2) | -33,6% | (121,7) | (165,8) | -26,6% |
| Com Pessoal | (8,1) | (10,1) | -20,0% | (11,4) | -29,2% | (40,0) | (43,8) | -8,7% |
| Serviços Profissionais | (4,3) | (4,2) | 2,9% | (6,6) | -34,8% | (19,3) | (41,6) | -53,6% |
| Comunicação | (0,4) | (0,4) | 7,3% | (0,6) | -33,5% | (1,6) | (6,3) | -74,0% |
| Tecnologia e Comunicação | (8,0) | (6,1) | 31,1% | (11,2) | -28,5% | (30,9) | (39,7) | -22,2% |
| Aluguéis, Seguros, Viagens, Outras | (5,9) | (7,3) | -20,1% | (10,3) | -43,2% | (29,9) | (34,4) | -13,1% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | 20,9 | 49,4 | -57,7% | 12,4 | 68,1% | 131,7 | 88,9 | 48,1% |
| Resultado Operacional | (43,2) | (304,3) | -85,8% | (307,9) | -86,0% | (461,7) | (237,8) | 94,2% |
| Receitas Financeiras | 79,7 | 61,4 | 29,8% | 27,2 | 193,5% | 290,9 | 299,1 | -2,8% |
| Despesas Financeiras | (63,3) | (139,5) | -54,6% | (111,6) | -43,3% | (1.026,3) | (706,7) | 45,2% |
| Variação Cambial Líquida | (45,7) | 47,5 | - | 43,7 | - | (4,5) | (63,6) | -93,0% |
| Lucro antes do IR e CS | (72,4) | (334,9) | -78,4% | (348,6) | -79,2% | (1.201,6) | (709,0) | 69,5% |
| IR e CS Corrente | -0,7 | (0,0) | 1619,5% | (0,3) | 146,5% | 13,9 | (46,1) | - |
| IR e CS Diferidos | 4,1 | 10,1 | -59,5% | 6,2 | -34,4% | 16,0 | 0,5 | 2865,6% |
| Lucro Líquido | (69,0) | (324,8) | -78,8% | (342,6) | -79,9% | (1.171,7) | (754,6) | 55,3% |
| Resultado por Ação (em R\$) | -0,42 | (1,0) | -59,0% | -0,42 | 1,0% | 0,00 | 0,00 | - |

Fluxo de Caixa (R\$ milhões)

| | 1T24 | 4T23 | Δ% | 1T23 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Fluxo de Caixa da Atividade Operacional | | | | | |
| Lucro (Prejuízo) do Período | (69,0) | (324,8) | -78,8% | (342,6) | -79,9% |
| Ajustes as Atividades Operacionais | | | | | |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | (4,1) | (10,1) | -59,5% | (6,3) | -35,4% |
| Depreciação e Amortização | 15,9 | 20,3 | -21,7% | 12,5 | 27,0% |
| Baixa de Ativos Imobilizados e Intangíveis | 0,1 | 1,6 | -93,7% | 0,5 | -82,1% |
| Baixa de contratos de arrendamentos | 0,0 | (0,3) | - | 0,0 | - |
| Variação Cambial Não Realizada | 27,5 | 0,0 | - | (13,6) | - |
| Despesas de Juros Líquidos | 15,0 | 16,3 | -7,9% | 17,6 | -14,8% |
| Ajuste ao Valor Presente de Contas a Receber | (3,2) | 0,4 | - | 0,8 | - |
| Estimativa para Perdas com Crédito de Liquidação Duvidosa | 11,6 | (0,7) | - | 15,2 | -24,0% |
| Estimativas para Gastos e Abatimentos com Clientes | 31,2 | 43,7 | -28,7% | 35,3 | -11,8% |
| Perda Estimativa para Ajuste ao Valor Realizável do Estoque | (24,2) | 47,7 | - | 81,2 | - |
| Provisão para Riscos Processuais, Cíveis e Tributários | (104,9) | 30,4 | - | 3,1 | - |
| Provisões para Garantias | 0,0 | 0,0 | - | 3,9 | - |
| Crédito Financeiro | (25,6) | (38,0) | -32,7% | (25,5) | 0,0% |
| Resultado Financeiro com Precatórios | (1,2) | (2,8) | -55,0% | (1,3) | -2,3% |
| Valor Justo dos Fundos de Investimento | (77,9) | (0,2) | 47104,2% | 1,4 | - |
| Outras Transações Sem Efeito Caixa | (8,1) | 54,4 | - | 49,8 | - |
| | (216,8) | (162,1) | 33,7% | (167,9) | 29,1% |
| Variações Patrimoniais | | | | | |
| Contas a Receber | 31,6 | (42,3) | - | 259,5 | -87,8% |
| Estoques | 68,7 | 460,2 | -85,1% | 158,1 | -56,6% |
| Créditos Tributários | 57,3 | 31,5 | 81,7% | 33,7 | 70,2% |
| Outros Ativos | 68,0 | 31,8 | 113,5% | (5,5) | - |
| Fornecedores | 35,4 | 42,0 | -15,5% | (93,3) | - |
| Obrigações Fiscais | 102,2 | (6,7) | - | (3,6) | - |
| Contas a Pagar | (20,9) | (32,7) | -36,2% | 8,0 | - |
| Instrumento Financeiro para Proteção Cambial | (29,2) | (40,7) | -28,2% | (18,2) | - |
| | 313,1 | 443,2 | -29,4% | 338,8 | -7,6% |
| Caixa Líquido Gerado Pelas/(Aplicado nas) Atividades Operacionais | 96,3 | 281,1 | -65,7% | 170,8 | -43,6% |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos | | | | | |
| Aquisição de Ativo Imobilizado | (12,3) | (8,8) | 39,8% | (9,0) | 36,6% |
| Aquisição de Intangível | (0,3) | (1,8) | -83,4% | (0,0) | 533,3% |
| Aportes em Outros Fundos de Investimento | (2,4) | (3,0) | -20,0% | - | - |
| Caixa Líquido Consumido nas Atividades de Investimentos | (15,0) | (13,6) | -63,6% | (24,5) | 570,0% |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos | | | | | |
| Recursos Provenientes de Empréstimos e Financiamentos | 0,0 | 0,0 | - | 313,5 | - |
| Pagamentos de Empréstimos e Financiamentos | (147,7) | (108,8) | 35,7% | (221,7) | -33,4% |
| Juros Pagos por Empréstimos e Financiamentos | (24,8) | (5,7) | 338,9% | (5,1) | 384,5% |
| Pagamentos de Passivos de Arrendamento | (5,2) | (4,9) | 6,7% | (3,8) | 38,0% |
| Variação Cambial sobre Caixa e Equivalentes de Caixa | 0,5 | (0,4) | - | 0,0 | - |
| Caixa Líquido Consumido nas Atividades de Financiamentos | (177,2) | (119,7) | 48,0% | 83,0 | - |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período | 1.046,0 | 898,3 | 16,4% | 663,1 | 57,7% |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Final do Período | 950,1 | 1.046,0 | -9,2% | 892,4 | 6,5% |
| Aumento Líquido/(Diminuição) do Caixa e Equivalentes de Caixa | (95,9) | 147,7 | - | 229,3 | - |

DISCLAIMER

As declarações contidas neste relatório relativas às perspectivas dos negócios da Multi, projeções e ao seu potencial de crescimento constituem-se em meras previsões e foram baseadas em nossas expectativas, crenças e suposições em relação ao futuro da Companhia.

Tais expectativas estão sujeitas a riscos e incertezas, já que são dependentes de mudanças no mercado e no desempenho econômico geral do país, do setor e do mercado internacional, de preço e competitividade dos produtos, da aceitação de produtos pelo mercado, de flutuações cambiais, de dificuldades de fornecimento e produção, entre outros riscos, estando, portanto, sujeitas a mudanças significativas, não se constituindo garantias de desempenho.