

MULTILASER ENCERRA O 1T22 COM LUCRO LÍQUIDO DE R\$171 MILHÕES

São Paulo, 11 de maio de 2022 – A **Multilaser Industrial S.A.** (B3: MLSA3) anuncia hoje seus resultados do 1º trimestre de 2022. As demonstrações financeiras consolidadas 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 1T22

TELECONFERÊNCIA

Em português com tradução simultânea para o inglês

Data: 12 de maio de 2022
Horário: 09h BRT (08h EST)

Link para a teleconferência:
[clique aqui](#)

MLAS3

Ações emitidas: 820.539.225
Preço de fechamento: R\$4,80
Valor de mercado: R\$3,9 bilhões

FALE COM O RI

Leonardo Dib - CFO
Juliane Goulart - DRI
Pedro Abe - RI
Nathaly Santos - RI

E-mail: ri@multilaser.com.br
Site: ri.multilaser.com.br

- A **receita líquida** no 1T22 foi **em linha com o planejado** pela Companhia, totalizando **R\$975,5 milhões**, 20,6% menor em relação ao 1T21. A Multilaser teve um 1T21 atípico, dado o acréscimo de R\$700 milhões na receita em função do *backlog* das vendas de dezembro de 2020 para janeiro de 2021, além dos efeitos da explosão da demanda pelos seus produtos durante a pandemia.
- O **lucro bruto** foi de **R\$277,4 milhões**, 4,7% maior que o 4T21, dada a melhora no mix de canais e de produtos, e 26,5% menor em relação ao 1T21, também como resultado dos efeitos mencionados acima. A **margem bruta** aumentou de 21,0% no 4T21 para **28,4%** no 1T22.
- O **EBITDA** totalizou **R\$128 milhões**, uma redução de 16,6% comparado ao 4T21 e de 45,7% frente ao 1T21. A **margem EBITDA** cresceu de 12,2% no 4T21 para **13,1%** no 1T22.
- O **lucro líquido** foi de **R\$171 milhões**, o que corresponde a um aumento de 11,7% em relação ao 4T21 e uma redução de 11,7% em relação ao 1T21, que, conforme mencionado, foi um trimestre atípico. A **margem líquida** cresceu 5,4 pontos percentuais do 4T21 para o 1T22, passando de 12,1% para **17,5%**.
- Ao final do 1T22, a Companhia possuía **R\$739,8 milhões** em **caixa e equivalentes de caixa** e uma dívida líquida de R\$6,6 milhões. A **alavancagem** (dívida líquida / EBITDA) ficou em **0,01x**.

Principais Indicadores

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Lucro Bruto	277,4	264,9	4,7%	377,4	-26,5%	1.256,8
Margem Bruta (%)	28,4%	21,0%	7,4 p.p.	30,7%	-2,3 p.p.	27,4%
EBITDA	128,0	153,5	-16,6%	235,7	-45,7%	709,0
Margem EBITDA (%)	13,1%	12,2%	0,9 p.p.	19,2%	-6,1 p.p.	15,4%
Lucro Líquido	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%	752,1
Margem Líquida (%)	17,5%	12,1%	5,4 p.p.	15,8%	1,8 p.p.	16,4%

MENSAGEM DO CEO

Encerramos o primeiro trimestre de 2022 apresentando uma razoável melhora na margem bruta da Companhia. Considero essa notícia bastante relevante e em linha com o que mencionamos no call dos resultados do 4T21. Partindo de um vale de 21% no 4T21, aumentamos a margem bruta em cerca de 7,4 pontos percentuais, para 28,4%. Isso se deve a maior concentração das vendas em clientes de pequeno e médio portes, combinado a um mix de produtos mais rentável, bem como ao crescimento do e-commerce, o nosso canal de vendas diretas ao consumidor, que também entregou resultados mais saudáveis.

A receita líquida caiu 20,6% em relação ao mesmo período de 2021, porém isso já era esperado e está em linha com o planejamento do ano. O 1T21 foi absolutamente atípico e pegou o auge da explosão de demanda durante a pandemia. Viramos o ano de 2020 para 2021 com mais de R\$700 milhões na fila de pedidos e, na época, vendia-se praticamente tudo que chegava no estoque instantaneamente. Prova disso é que, em 2021, o primeiro trimestre, que normalmente é o mais fraco do ano, foi quase 30% acima do quarto trimestre de 2020, sendo que os quartos trimestres historicamente são os mais fortes. Se observarmos um histórico mais longo, de dois anos, veremos que 1T22 teve uma receita líquida 114% maior que o mesmo período de 2020. Por ora, portanto, estamos na direção correta para fecharmos o ano em linha com o planejado.

Também vale mencionar que os principais indicadores da Multi estão em linha com o histórico e bastante eficientes quando medidos como percentual das vendas. Considerando os últimos 12 meses, estamos falando aqui de uma empresa com custo total de distribuição ao redor de 3,0% das vendas, custo total com pós-venda em torno de 1,5% e despesas gerais e administrativas em torno de 2,0% das vendas, sendo que, no 1T22, subimos para 2,4% devido principalmente a gastos não-recorrentes ligados a troca de ERP. A única linha de aumento significativo e permanente é a dos investimentos em marketing, dentro da nossa estratégia de fortalecer mais a nossa marca, passando de 1,2% nos 12 meses encerrados no 1T22 para 2,6% da receita bruta do 1T22.

A margem EBITDA fechou o trimestre em 13,1%, um incremento de 90 pontos base em relação ao 4T21 e dentro do patamar médio que vínhamos apresentando antes da pandemia. O lucro líquido fechou em R\$171 milhões, ou 17,5% da receita líquida. O percentual é bastante interessante, mas é preciso vê-lo com cautela, pois o resultado líquido foi beneficiado pela variação cambial positiva, que não é recorrente.

Adicionalmente, a posição de caixa da Companhia reduziu significativamente no trimestre, porém isso é resultado essencialmente de uma decisão estratégica de aproveitar a queda do dólar para quitar centenas de milhões de reais em fornecedores estrangeiros e diminuir a exposição cambial, além de reduzirmos também em aproximadamente R\$151 milhões o endividamento bancário. O aumento do dólar que ocorreu após o fechamento do 1T22 pode significar que a decisão foi positiva para a Multilaser.

Estamos lançando, também, uma série de iniciativas para melhorar a posição de caixa, revisando todas as despesas, CAPEX e apertando os critérios para compra de mercadoria, visando um giro do estoque mais rápido, bem como liberação de capital de giro.

O mercado de consumo brasileiro continua desafiador. O consumidor, pressionado pela inflação, desemprego e juros altos, ainda está pouco animado para compras. As lojas tem feito reposições pontuais e somente dos itens de giro, com poucas apostas de alto volume. Nossas conversas com clientes apontam que o cenário se estende por todo o país e nas mais diversas categorias de produtos. Desta forma, continuamos tendo que investir forte no ponto de venda e em ações de preço para girar produto. Por outro lado, os níveis de estoque na cadeia diminuíram em relação ao fechamento do ano passado. Além disso, novas preocupações com a cadeia de suprimentos e fechamentos de portos na Ásia ajudam a criar senso de urgência para que os varejistas puxem os estoques atualmente na indústria, contribuindo para o giro do inventário.

Também quero destacar que concluímos no 1T22 o plano de revitalização da marca e estamos otimistas com as mudanças que estamos implementando para atrair ainda mais consumidores à Multi.

As parcerias e aquisições que fizemos ao longo desse ano também estão começando a gerar frutos e já temos drones DJI e motos elétricas Watts a caminho do Brasil, além de já termos peças para produção das mesmas em Manaus. Também tivemos a alegria de anunciar uma importante aliança estratégica com a Hikvision, uma das duas maiores empresas globais de soluções de segurança. Nesse modelo de negócio, a Multilaser assume a fabricação e distribuição de diversas linhas de produto da Hikvision com exclusividade para o Brasil e agrega musculatura à nossa divisão de segurança, que já conta com os produtos marca Giga Security.

Nosso aplicativo para acesso a conteúdo via streaming, o Multilaser Play, está em desenvolvimento em parceria com a Watch Brasil, e deve começar a agregar receita ainda esse ano. A Watch Brasil é uma startup paranaense investida da Multilaser que está colocando produtos audiovisuais como HBO Max nos pacotes dos provedores de banda larga regionais.

Também estamos otimistas com o canal de exportações, no qual atuamos a partir do Brasil, da China e do Uruguai. Já temos diversos pedidos com destino a Portugal, México e uma série de outros países com mercadorias à caminho ou contratos assinados. As vendas nesse canal cresceram 98% de 2020 para 2021 e 52% do 1T21 para o 1T22.

Após o fechamento do 1T22, seguimos animados com as perspectivas para o ano, prontos a explorar todas as nossas avenidas de crescimento, lançamentos de produtos, ganho de *market-share* e competitividade nos nossos produtos. A diversificação da Companhia, a cultura descentralizada de gestão, a agressividade comercial, a capacidade ímpar de lançamentos, a presença pulverizada em dezenas de milhares de pontos de venda, a operação logística eficiente e a solidez financeira são peças chave para atingir as metas de crescimento e rentabilidade a serem seguidas.

Agradeço a todos que fazem parte do nosso time e que são responsáveis pelo crescimento sustentável da Companhia e aos investidores e parceiros pela confiança depositada. Por fim, reafirmo o compromisso da Multilaser em tornar a vida das pessoas Multimehor.

Alê Ostrowiecki, CEO Multilaser

DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Bruta	1.358,3	1.736,4	-21,8%	1.746,4	-22,2%	6.296,2
Devoluções e Abatimentos	(155,6)	(194,6)	-20,0%	(202,2)	-23,0%	(598,6)
Impostos sobre Vendas	(227,2)	(281,0)	-19,2%	(316,0)	-28,1%	(1.103,6)
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Custo da mercadoria vendida	(698,1)	(995,8)	-29,9%	(850,8)	-17,9%	(3.337,2)
Lucro bruto	277,4	264,9	4,7%	377,4	-26,5%	1.256,8
Receitas (Despesas) Operacionais						
Despesas de vendas	(210,5)	(226,1)	-6,9%	(214,2)	-1,7%	(823,4)
Gerais e administrativas	(32,5)	(38,6)	-15,7%	(30,9)	5,4%	(132,1)
Outras receitas (despesas) operacionais	80,9	139,4	-42,0%	96,1	-15,8%	364,1
Resultado operacional	115,2	139,7	-17,5%	228,3	-49,6%	665,3
Receitas financeiras	34,8	97,9	-64,5%	48,1	-27,8%	284,7
Despesas financeiras	(167,1)	(65,8)	154,1%	(33,2)	403,9%	(433,9)
Variação cambial líquida	187,4	(7,3)	-	(6,2)	-	197,3
Lucro antes do IR e CS	170,3	164,5	3,5%	237,1	-28,2%	713,4
IR e CS Corrente	(2,3)	(25,5)	-91,2%	(35,2)	-93,6%	(20,7)
IR e CS Diferidos	3,0	14,2	-78,9%	(8,3)	-	59,5
Lucro (Prejuízo) Líquido	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%	752,1
Lucro Por Ação (em R\$)	0,21	0,94	-	0,90	-	-

ANÁLISE DOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Bruta	1.358,3	1.736,4	-21,8%	1.746,4	-22,2%	6.296,2
Devoluções e Abatimentos	(155,6)	(194,6)	-20,0%	(202,2)	-23,0%	(598,6)
Impostos sobre Vendas	(227,2)	(281,0)	-19,2%	(316,0)	-28,1%	(1.103,6)
Deduções de Vendas	(382,8)	(475,6)	-19,5%	(518,2)	-26,1%	(1.702,3)
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Devoluções e Abatimentos / Receita Bruta (%)	-11,5%	-11,2%	-0,2 p.p.	-11,6%	0,1 p.p.	-9,5%
Impostos sobre Vendas / Receita Bruta (%)	-16,7%	-16,2%	-0,5 p.p.	-18,1%	1,4 p.p.	-17,5%

Receita Bruta e Receita Líquida

No 1T22, a receita bruta foi de R\$1.358,3 milhões, o que representa uma redução de 22,2% em relação ao 1T21 e de 21,8% em relação ao 4T21. A receita líquida atingiu R\$975,5 milhões no 1T22, 20,6% menor que no 1T21 e 22,6% menor que no 4T21, mas em linha com o planejado pela Companhia, visto que o 1T21 foi atipicamente forte dado o *backlog* de R\$700 milhões em vendas de dezembro de 2020 que acabaram sendo reconhecidas em janeiro de 2021, além dos efeitos da explosão da demanda pelos produtos da Companhia durante a pandemia.

Entre os segmentos, houve queda na receita de Mobile Devices e de Office & IT Supplies, parcialmente compensada por um crescimento dos segmentos Kids & Sports e Home Electric Products no 1T22 quando comparado ao 1T21.

Custo da Mercadoria Vendida

O custo da mercadoria vendida no 1T22 foi de R\$698,1 milhões, o que corresponde a uma redução de 17,9% em relação ao 1T21 e de 29,9% em relação ao 4T21.

Como percentual da receita líquida, o custo da mercadoria vendida passou de 79% no 4T21 para 71,6% no 1T22, contribuindo para a melhora na margem bruta no período.

Lucro Bruto

No 1T22, o lucro bruto foi de R\$277,4 milhões, 4,7% maior que no 4T21, com a margem bruta crescendo de 21% para 28,4% neste período, como resultado de um melhor mix de canais e de produtos, especialmente nos segmentos Mobile Devices e Home Electric Products.

Em relação ao mesmo período do ano passado, houve redução de 26,5% no lucro bruto, porém, como mencionado anteriormente, o 1T21 foi atípico dado o backlog da receita, além dos efeitos da pandemia que impulsionaram a demanda pelos produtos da Multilaser no trimestre.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Custo da Mercadoria Vendida	(698,1)	(995,8)	-29,9%	(850,8)	-17,9%	(3.337,2)
CMV % da RL	-71,6%	-79,0%	7,4 p.p	-69,3%	-2,3 p.p	-72,6%
Lucro Bruto	277,4	264,9	4,7%	377,4	-26,5%	1.256,8
Margem Bruta (%)	28,4%	21,0%	7,4 p.p.	30,7%	-2,3 p.p.	27,4%

Despesas com Vendas

No 1T22, as despesas com vendas totalizaram R\$210,5 milhões, 1,7% menores que no 1T21 e 6,9% menores que no 4T21. Como percentual da receita líquida, houve crescimento de 17,4% no 1T21 para 21,6% no 1T22, explicado principalmente pela estratégia da Companhia em aumentar os investimentos em Marketing, o que inclui o plano de revitalização da marca Multilaser.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Comerciais	67,9	143,2	-52,6%	68,3	-0,6%	359,1
Distribuição	49,0	50,8	-3,5%	45,5	7,7%	186,7
Promoções e Marketing	35,3	5,0	602,9%	39,5	-10,6%	76,7
Pós-Venda	23,0	24,9	-7,5%	17,1	34,8%	89,1
Pesquisa e Desenvolvimento	25,6	38,2	-33,0%	28,8	-11,2%	102,1
Créditos de Liquidação Duvidosa	9,8	(36,0)	-	15,1	-35,2%	9,7
Despesas com Vendas	210,5	226,1	-6,9%	214,2	-1,7%	823,4
% da Receita Líquida	21,6%	17,9%	3,7 p.p.	17,4%	4,1 p.p.	17,9%

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas foram de R\$32,5 milhões no 1T22, 5,4% maiores que no 1T21, porém 15,7% menores que no 4T21. A redução em relação ao 4T21 se deve principalmente à diminuição de 54% na rubrica de honorários e serviços, que inclui consultoria jurídica, parcialmente compensada por um aumento nos investimentos em tecnologia e comunicação, com foco na implantação do Sistema SAP na Companhia.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Com Pessoal	10,4	5,8	80,3%	19,1	-45,6%	39,9
Honorários e Serviços	6,0	13,0	-54,0%	2,1	180,6%	35,5
Comunicação	0,6	0,8	-22,9%	1,0	-35,2%	2,3
Tecnologia e Comunicação	9,2	4,2	116,7%	4,5	105,4%	26,9
Aluguéis, Seguros, Viagens, Outras	6,3	14,8	-57,2%	4,2	51,2%	27,5
Despesas Gerais e Administrativas	32,5	38,6	-15,7%	30,9	5,4%	132,1
% da Receita Líquida	3,3%	3,1%	0,3 p.p.	2,5%	0,8 p.p.	2,9%

Resultado Financeiro Líquido

No 1T22, as receitas financeiras totalizaram R\$34,8 milhões, 64,5% menores em relação ao 4T21, em função da redução das rubricas juros ativos e atualizações monetárias ativas, que no 4T21, tiveram um alto impacto em função do reconhecimento da receita financeira sobre os créditos advindos do processo de ICMS na base de cálculo do PIS e da Cofins. As despesas financeiras totalizaram R\$167,1 milhões, impactadas pelas perdas com derivativos, decorrente da alta dos juros, uma vez que a Companhia optou por trocar a variação cambial dos empréstimos em dólar pelo CDI. Esse efeito é compensado pela variação cambial ativa no montante de R\$231,1 milhões, proveniente dos saldos de empréstimos em dólar e também dos fornecedores estrangeiros. A variação cambial passiva foi de R\$43,6 milhões, totalizando uma variação cambial líquida de R\$187,4 milhões. Desta forma, a Multilaser obteve no 1T22 um resultado financeiro líquido de R\$55,1 milhões.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receitas Financeiras	34,8	97,8	-64,5%	48,1	-27,8%	132,4
Rendimento de Aplicação Financeira	19,8	27,6	-28,5%	1,2	1618,2%	63,7
Juros Ativos	0,3	6,6	-96,0%	0,6	-56,6%	6,7
Atualizações Monetárias Ativas	3,1	32,2	-90,4%	0,2	1764,8%	0,0
Ajustes a Valor Presente	8,2	7,9	4,0%	2,3	256,6%	18,0
Ganhos com Derivativos	0,0	22,7	-	43,9	-	39,2
Outras Receitas Financeiras	3,4	0,8	329,0%	0,0	18894,4%	4,8
Despesas Financeiras	(167,1)	(65,7)	154,2%	(33,2)	403,9%	(357,0)
Juros Passivos	(8,2)	(16,5)	-49,9%	(12,0)	-31,5%	(65,2)
Atualizações Monetárias Passivas	(0,6)	(3,2)	-80,5%	(0,6)	-3,2%	(5,1)
Perdas com Derivativos	(147,5)	(28,2)	423,1%	(15,5)	852,7%	(253,5)
Despesas Bancárias	(1,7)	(3,5)	-51,3%	(3,6)	-53,6%	(16,8)
Deságio Precatórios	(0,8)	(7,3)	-88,6%	-	-	(0,8)
Outras Despesas Financeiras	(8,2)	(7,1)	15,2%	(1,4)	502,1%	(15,5)
Variação Cambial	187,4	(7,3)	-	(6,2)	-	162,3
Ativa	231,1	89,8	157,2%	71,7	222,2%	522,3
Passiva	(43,6)	(97,2)	-55,1%	(77,9)	-44,0%	(360,0)
Resultado Financeiro Líquido	55,1	24,7	122,8%	8,7	530,5%	(62,4)

Lucro Líquido

No 1T22, o lucro líquido foi de R\$171 milhões, o que representa um aumento de 11,7% em relação ao 4T21 e redução de 11,7% em relação ao 1T21. Vale ressaltar que o lucro líquido foi positivamente impactado pelo ganho não-recorrente de variação cambial, dada a valorização do Real frente ao Dólar Americano entre o 4T21 e o 1T22, bem como pelos ganhos na margem bruta no período. A margem líquida foi de 17,5%, o que corresponde a um aumento de 5,4 p.p. em relação ao 4T21 e de 1,8 p.p. em relação ao 1T21.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Lucro Líquido	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%	752,1
Margem Líquida (%)	17,5%	12,1%	5,4 p.p.	15,8%	1,8 p.p.	16,4%

EBITDA

A Multilaser registrou um EBITDA de R\$128 milhões no 1T22, redução de 45,7% em relação ao 1T21 e de 16,6% em relação ao 4T21, sendo que a margem EBITDA do trimestre registrou uma recuperação de 0,9 pontos percentuais nesse período, passando de 12,2% no 4T21 para 13,1% no 1T22, ficando dentro dos patamares registrados historicamente pela Companhia.

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Lucro Líquido	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%	752,1
Resultado Financeiro Líquido	(55,1)	(24,8)	122,0%	(8,7)	530,5%	(48,1)
IR e CS Corrente e Diferido	(0,7)	11,4	-	43,5	-	(38,7)
Depreciação e Amortização	12,8	13,8	-7,4%	7,4	73,5%	43,7
EBITDA	128,0	153,5	-16,6%	235,7	-45,7%	709,0
Margem EBITDA (%)	13,1%	12,2%	0,9 p.p.	19,2%	-6,1 p.p.	15,4%

Fluxo de Caixa

No 1T22, o fluxo de caixa aplicado nas atividades operacionais foi de R\$397,7 milhões, comparado a R\$446 milhões no 1T21. Durante o trimestre, a administração da Companhia aproveitou a queda do dólar para diminuir o saldo de fornecedores a pagar em dólares, o que também impactou o fluxo de caixa das atividades operacionais.

Vale mencionar que o primeiro trimestre do ano tem, sazonalmente, um maior consumo de caixa em decorrência do vencimento dos pagamentos aos fornecedores pelos estoques adquiridos antes das altas estações de consumo e por conta da diminuição das vendas que normalmente ocorre após a temporada do Natal.

Endividamento

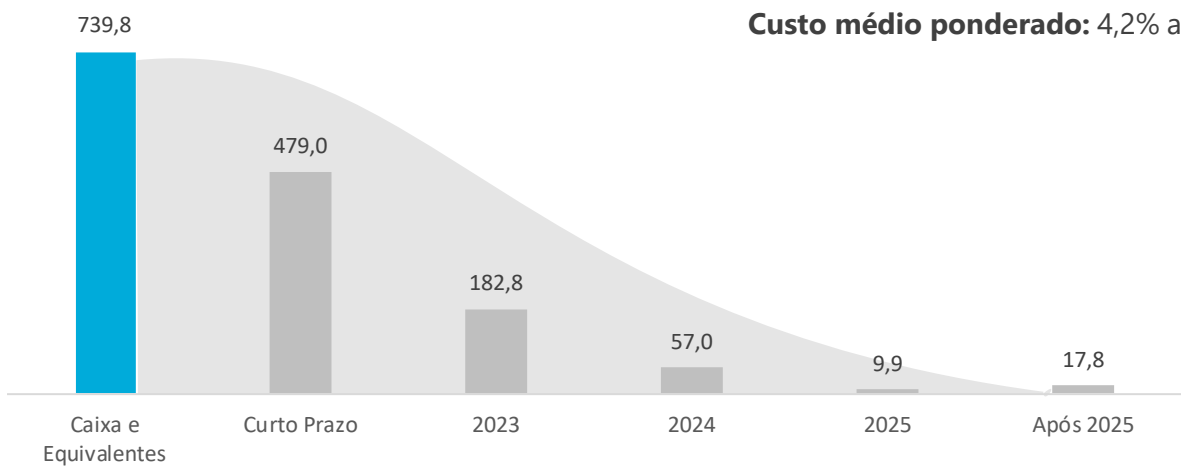
A Multilaser encerrou o 1T22 com R\$746,4 milhões em dívida bruta e R\$739,8 milhões em caixa, o que confere à Companhia uma dívida líquida de R\$6,6 milhões e uma posição de caixa 1,5x maior que sua dívida de curto prazo.

Em relação ao 1T21, a dívida bruta reduziu 40,7% e, quando comparado ao 4T21, 25,2%, principalmente devido ao pagamento de principal e impacto de variação cambial.

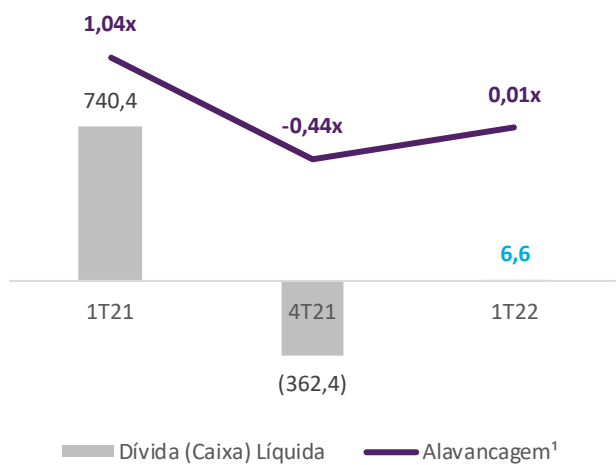
A alavancagem do período foi de 0,01x, 0,45 bps acima do 4T21 e 1,03 bps abaixo do 1T21.

Cronograma de Amortização da Dívida

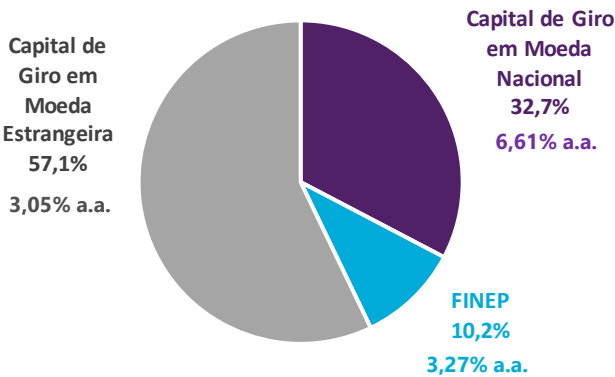
Custo médio ponderado: 4,2% a.a.



Dívida Líquida e Alavancagem¹



Abertura por Modalidade e Custo



¹ Dívida líquida / EBITDA últimos 12 meses

MULTILASER

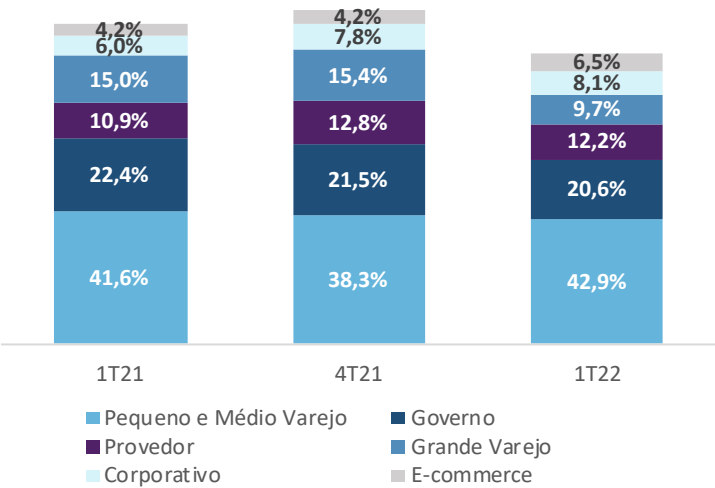
Canais e Segmentos Operacionais



ABERTURA DAS VENDAS POR CANAL¹

A Multilaser possui uma estrutura comercial matricial para atendimento aos varejistas que possibilita alta especialização por categoria e profundo conhecimento regional. São 11 equipes especializadas por categoria e 17 equipes regionais que cobrem todo o território nacional. Em complemento a estas 28 equipes que atendem do pequeno ao grande cliente de varejo, a Companhia dispõe de estruturas dedicadas para vendas corporativas, governamentais, provedores e e-commerce.

Abertura das Vendas por Canal



Em todos os trimestres analisados, o canal de pequeno e médio varejo se destaca com a maior participação nas vendas da Companhia, atingindo 42,9% do total no 1T22. Isso é fruto da força do time de vendas e da grande capilaridade que a Multilaser possui e que a permite estar presente em mais de 44 mil pontos de vendas, de diversos tamanhos, em todo o território nacional.

Seguindo a tendência observada em todo o Brasil, as vendas para o grande varejo durante o 1T22 sofreram redução tanto na comparação anual quanto na trimestral, fruto de um excesso de estoque na cadeia em função do desempenho aquém do esperado do setor varejista durante o 4T21.

Já as vendas para o Governo, que apresentaram forte crescimento durante o ano de 2021, sofreram redução de 16,6% no 1T22 comparado ao 1T21. Todavia, a Companhia já possui um volume significativo de licitações aprovadas para 2022 e que devem contribuir positivamente para os resultados nos próximos trimestres.

O grande destaque foi o canal de vendas diretas ao consumidor, que já conta com efeitos iniciais da integração com a Obabox, apresentando 40,4% de crescimento frente ao 1T21 e passando a ser responsável por 6,5% das vendas do 1T22.

O canal de Provedores continua apresentando crescimento consistente e aumentando sua relevância no portfólio da Companhia. Vale mencionar que, comparado ao 1º trimestre de 2020, as vendas deste canal cresceram 142% e permaneceram estáveis em relação ao 1T21.

O canal de vendas Corporativo, cujas principais linhas são OEM (*Original Equipment Manufacturer* – Componentes Eletrônicos) e Automotiva, dada a parceria com a Toyota, cresceu 22,7% comparado ao 1T21.

¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

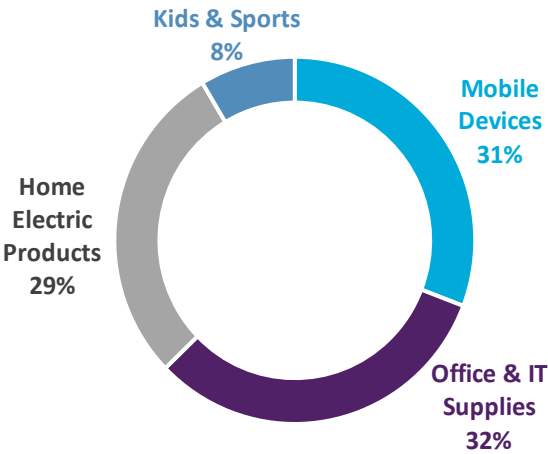
SEGMENTOS OPERACIONAIS

Com a finalidade de simplificar a compreensão da Multilaser por parte do mercado, a Companhia divulga desde o IPO informações contábeis (auditadas) e gerenciais (não-auditadas) selecionadas abertas em 4 (quatro) grandes segmentos, que diferentes famílias, conforme segue:

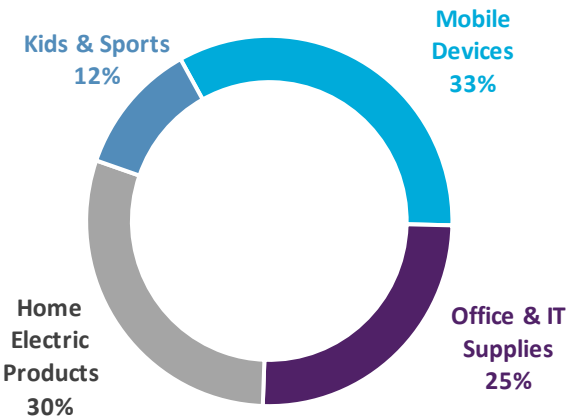
- MOBILE DEVICES:** Tablets & PCs | Telefonia
- OFFICE & IT SUPPLIES:** Acessórios de Informática | Energia | OEM | Mídias & Pen Drives | Redes | Segurança | Smart Box | Papel & Escritório
- HOME ELECTRIC PRODUCTS:** Automotivo | Eletroportáteis | Health Care | Áudio & Acessórios de Celulares | Telas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

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Mobile Devices	303,2	570,3	-46,8%	554,2	-45,3%	1.901,5
Office & IT Supplies	308,4	370,0	-16,6%	373,6	-17,4%	1.347,6
Home Electric Products	284,5	223,6	27,2%	259,6	9,6%	1.001,6
Kids & Sports	79,4	96,8	-18,0%	40,8	94,7%	343,3
Lucro Bruto	277,4	264,9	4,7%	377,4	-26,5%	1.256,8
Mobile Devices	92,7	57,9	60,2%	129,0	-28,1%	432,7
Office & IT Supplies	69,9	119,9	-41,7%	160,8	-56,5%	432,8
Home Electric Products	82,5	45,9	79,7%	62,8	31,3%	247,4
Kids & Sports	32,3	41,2	-21,7%	24,8	30,0%	143,8
Margem Bruta (%)	28,4%	21,0%	7,4 p.p.	30,7%	-2,3 p.p.	27,4%
Mobile Devices	30,6%	10,1%	20,4 p.p.	23,3%	7,3 p.p.	22,8%
Office & IT Supplies	22,7%	32,4%	-9,8 p.p.	43,0%	-20,4 p.p.	32,1%
Home Electric Products	29,0%	20,5%	8,5 p.p.	24,2%	4,8 p.p.	24,7%
Kids & Sports	40,7%	42,6%	-1,9 p.p.	60,9%	-20,2 p.p.	41,9%

Receita por Segmento (1T22)



Lucro Bruto por Segmento (1T22)



MOBILE DEVICES

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	303,2	570,3	-46,8%	554,2	-45,3%	1.901,5
Lucro Bruto	92,7	57,9	60,2%	129,0	-28,1%	432,7
Margem Bruta (%)	30,6%	10,1%	20,43 p.p.	23,3%	7,30 p.p.	22,8%

No 1T22, a receita líquida foi de R\$303,2 milhões, redução de 45,3% em relação ao 1T21 e de 46,8% em relação ao 4T21. Vale lembrar que o 1T21 foi atípico em função do backlog de vendas, bem como dos efeitos da pandemia e que, no 4T21, a Multilaser optou por uma estratégia de liquidar produtos com baixo giro, o que contribuiu para uma forte receita naquele trimestre. Por sua vez, a margem bruta apresentou expressivo crescimento de 20,43 p.p. em relação ao 4T21, passando de 10,1% para 30,6% no período.

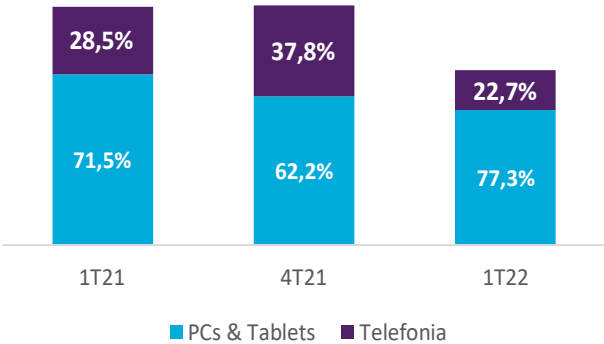
Principais Destaques¹

As vendas de Tablets & PCs sofreram redução de 21% em relação ao 1T21. De uma perspectiva de canal, destacam-se a queda de aproximadamente 47% no grande varejo, que representou 11% das vendas da família no trimestre, e queda de 16% nas vendas ao Governo no mesmo período, que, por sua vez, representaram mais de 70% da família no 1T22. Por outro lado, as vendas para o canal corporativo cresceram 66,5% em relação ao 1T21.

De uma perspectiva de produto, os principais destaques foram a linha de Tablets 4G, que sofreram uma queda de 56% nas vendas e de Chromebooks, que tiveram um forte crescimento de 317% em relação ao 1T21, ambos os movimentos sendo influenciados pelas vendas ao Governo.

As vendas de Telefonia também sofreram redução, da ordem de 42% quando comparado ao 1T21. De uma perspectiva de canal, destaca-se a queda de cerca de 50% em todos os canais de varejo, que, em conjunto, representaram cerca de 80% das vendas da família no trimestre, com o Smartphone modelo de entrada da Companhia sendo responsável por uma parte importante da redução das vendas. Já os celulares da marca Nokia tiveram aumento de 5,5% nas vendas em relação ao 1T21.

Vendas por Família¹



Mobile Devices	Δ% 1T22 vs. 4T21	Δ% 1T22 vs. 1T21
PCs & Tablets	-9,5%	-21,0%
Telefonia	-56,3%	-41,9%

¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

OFFICE & IT SUPPLIES

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	308,4	370,0	-16,6%	373,6	-17,4%	1.347,6
Lucro Bruto	69,9	119,9	-41,7%	160,8	-56,5%	432,8
Margem Bruta (%)	22,7%	32,4%	-9,76 p.p.	43,0%	-20,37 p.p.	32,1%

No 1T22, a receita líquida foi de R\$308,4 milhões, 17,4% menor que no 1T21 e 16,6% que no 4T21. Essa unidade também foi beneficiada pelos efeitos da pandemia no 1T21, o que explica parcialmente a queda de 56,5% no lucro bruto do 1T22.

Principais Destaques¹

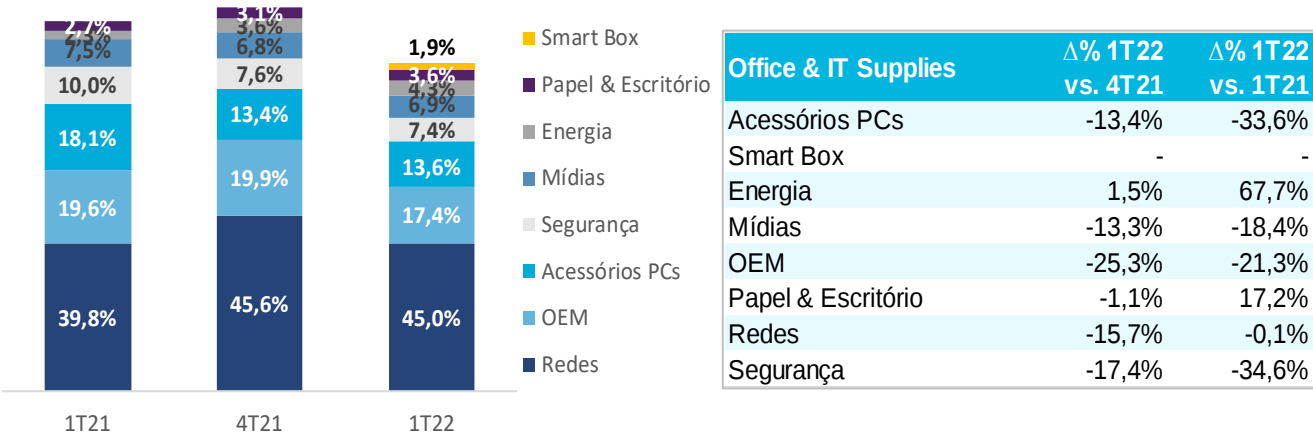
A família Redes, que inclui produtos para provedores de internet tais como roteadores e fibra óptica, correspondeu a 45% das vendas do segmento Office & IT Supplies no 1T22, e seu desempenho foi praticamente estável em relação ao 1T21. Entretanto, essa família foi a mais impactada pela redução da margem bruta, visto que o desempenho no 1T21 foi impulsionado pela pandemia, em face do crescimento no número do provedores de internet disponíveis no mercado, enquanto no 1T22, o ambiente foi mais próximo do histórico e as margens voltaram a patamares mais normalizados.

A segunda família mais representativa neste segmento é a OEM, cujos principais produtos são memórias para celulares, memórias DDR e discos SSD. Responsável por 17,4% das vendas do segmento no 1T22, essa família teve queda de 21,3% nas vendas quando comparado ao 1T21.

Acessórios para PCs, a terceira maior família e responsável por 13,6% das vendas do segmento no 1T22, sofreu uma queda de 33,6%, com as linhas Gamer e Office tendo as maiores reduções, porém esta última mantendo a margem bruta praticamente estável no período.

Em termos de canais, Provedores, responsável por 43% das vendas do segmento, teve um desempenho praticamente estável em relação ao 1T21, enquanto que o varejo regional, responsável por cerca de 25% das vendas, sofreu queda de 21% no período.

Vendas por Família¹



¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

HOME ELECTRIC PRODUCTS

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	284,5	223,6	27,2%	259,6	9,6%	1.001,6
Lucro Bruto	82,5	45,9	79,7%	62,8	31,3%	247,4
Margem Bruta (%)	29,0%	20,5%	8,47 p.p.	24,2%	4,80 p.p.	24,7%

No 1T22, a receita líquida foi de R\$284,5 milhões, 9,6% maior que no 1T21 e 27,2% que no 4T21. O lucro bruto teve um expressivo aumento de 31,3% frente ao 1T21 e de 79,7% em relação ao 4T21, atingindo R\$82,5 milhões, com a margem bruta passando de 20,5% nesse trimestre para 29,0% no 1T22.

Principais Destaques¹

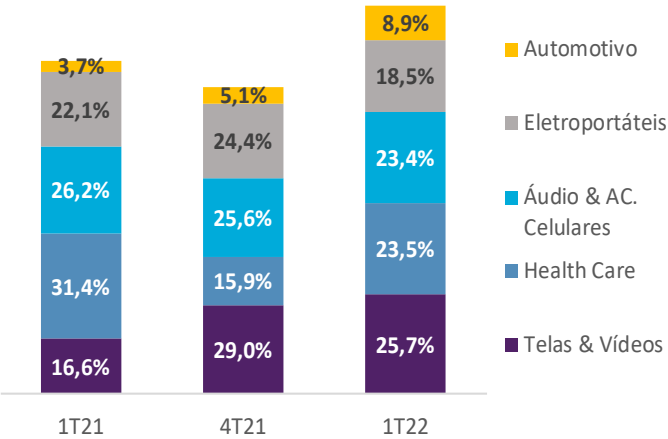
A família de Telas & Vídeos vem crescendo continuamente em participação em Home Electric Products e, no 1T22, respondeu por 25,7% das vendas do segmento, com um expressivo aumento de 80,4% em relação ao 1T21, alavancado pela parceria com a Toshiba, firmada em maio de 2021. Vale ressaltar que em relação ao 4T21, as vendas de Telas & Vídeos cresceram 12,4% e as de Telas Toshiba aumentaram em 23,6% no período.

A família Health Care, responsável por 23,5% do segmento no 1T22, registrou redução de 13,1% nas vendas quando comparado ao 1T21, visto que essa foi uma das famílias mais beneficiadas pelos efeitos da pandemia. Porém, as vendas aumentaram 86,5% em relação ao 4T21, com a margem bruta crescendo 6 pontos percentuais nesse período. Vale mencionar que essa família teve um crescimento de 400% nas vendas em relação ao 1T20.

Áudio e Acessórios para Celulares registraram crescimento de 3,7% nas vendas em relação ao 1T21, com aumento de 20,9% no varejo regional. A margem bruta ficou praticamente estável no período.

Eletroportáteis registraram pequena redução de 2,4% nas vendas em relação ao 1T21, porém o segmento Automotivo cresceu expressivos 181,2% no mesmo período, impulsionado pela parceira da Companhia com a Toyota, aumentando sua representatividade de 3,7% das vendas do segmento no 1T21 para 8,9% no 1T22.

Vendas por Família¹



Home Electric Products	Δ% 1T22 vs. 4T21	Δ% 1T22 vs. 1T21
Áudio & AC. Celulares	15,7%	3,7%
Automotivo	120,9%	181,2%
Eletroportáteis	-3,6%	-2,4%
Health Care	86,5%	-13,1%
Telas & Vídeos	12,4%	80,4%

¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

KIDS & SPORTS

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Líquida	79,4	96,8	-18,0%	40,8	94,7%	343,3
Lucro Bruto	32,3	41,2	-21,7%	24,8	30,0%	143,8
Margem Bruta (%)	40,7%	42,6%	-1,90 p.p.	60,9%	-20,23 p.p.	41,9%

No 1T22, a receita líquida foi de R\$79,4 milhões, 94,7% maior que no 1T21, porém 18% menor que o 4T21. O lucro bruto sofreu redução de 30% em relação ao 1T21 e de 21,7% comparado ao 4T21. A margem bruta sofreu redução quando comparada aos trimestres anteriores e ficou em 40,7% no 1T22.

Principais Destaques¹

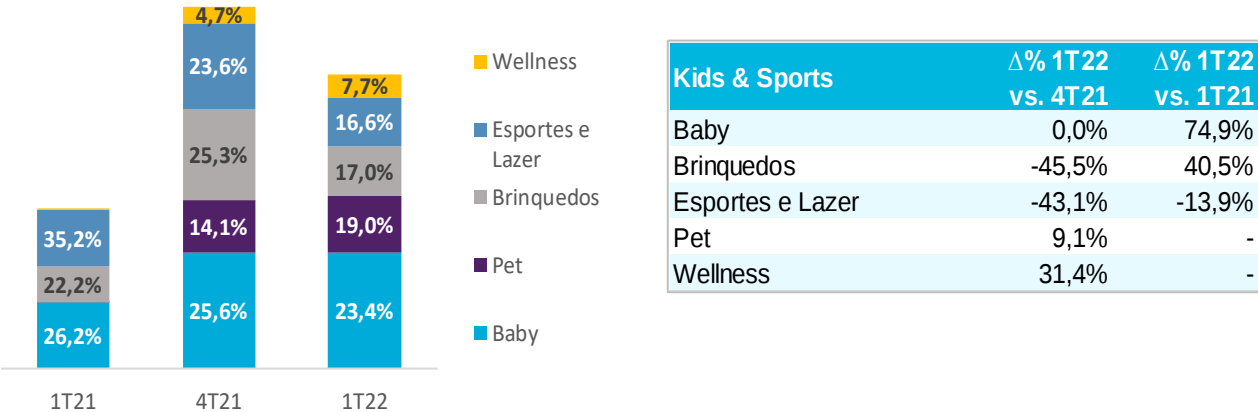
A família Baby, a maior do segmento e responsável por 23,4% das vendas no 1T22, registrou um aumento de 74,9% quando comparado ao 1T21, com destaque para a linha Fisher Price, que cresceu 118% no período. Todavia, a margem bruta da família reduziu em 11 pontos percentuais, impactando o resultado do segmento.

Já a linha Pet, que cresceu expressivamente em participação no portfólio do segmento de Kids & Sports a partir da aquisição da Expet, em agosto de 2021, registrou um aumento de 9,1% nas vendas em relação ao 4T21, com a margem bruta permanecendo praticamente estável.

A família de Brinquedos, terceira maior do segmento, teve um aumento de 40,5% nas vendas em relação ao 1T21, porém a margem bruta apresentou queda de 8 pontos percentuais no período.

Esportes e Lazer tiveram redução de 13,9% nas vendas comparado ao 1T21, porém a administração da Companhia acredita que a parceria com a DJI, maior fabricante de drones do mundo, anunciada no 1T22, irá contribuir para o crescimento da categoria.

Vendas por Família¹



¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

MULTILASER

Anexos

MULTILASER



BALANÇO PATRIMONIAL (R\$ MILHÕES)

Ativo	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%
Ativo circulante					
Caixa e equivalentes de caixa	739,8	1.359,7	-45,6%	517,3	43,0%
Contas a receber	1.355,9	1.347,9	0,6%	1.428,9	-5,1%
Estoques	2.756,2	2.497,7	10,3%	2.648,8	4,1%
Derivativos	-	4,9	-	19,8	-
Impostos a recuperar	454,5	389,9	16,6%	360,7	26,0%
Despesas antecipadas	4,5	6,2	-27,8%	27,2	-83,6%
Outros ativos	1,6	98,0	-98,4%	23,3	-93,2%
Total do ativo circulante	5.312,4	5.704,3	-6,9%	5.026,1	5,7%
Ativo não circulante					
Impostos diferidos	177,2	174,7	1,4%	124,9	41,8%
Impostos a recuperar	266,4	268,2	-0,7%	-	-
Contas a receber	37,4	37,6	-0,6%	-	-
Depósitos judiciais	70,9	56,9	24,5%	61,8	15%
Outros ativos	42,9	42,2	1,6%	16,0	168,4%
Propriedades para investimentos	5,0	5,0	-	5,0	-
Investimentos	112,4	96,6	16,4%	19,6	472,6%
Derivativos	-	12,8	-	-	-
Imobilizado	247,0	223,7	10,4%	185,4	33,3%
Intangível	50,7	40,8	24,3%	5,3	853,9%
Ativos de direito de uso	19,8	16,7	18,8%	11,8	68,3%
Total do ativo não circulante	1.029,7	975,1	5,6%	429,8	139,6%
Total do ativo	6.342,1	6.679,4	-5,0%	5.455,9	16,2%
Passivo	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%
Passivo circulante					
Empréstimos e financiamentos	479,0	615,8	-22,2%	402,6	19,0%
Fornecedores	711,4	1.161,9	-38,8%	1.941,6	-63,4%
Obrigações trabalhistas e sociais	50,3	45,7	10,0%	38,2	31,8%
Obrigações fiscais	37,5	27,8	34,9%	41,2	-9,0%
Adiantamento de clientes	115,1	31,8	262,0%	81,8	40,8%
Derivativos	43,6	-	-	3,8	1058%
Obrigações com garantia	38,8	38,8	-	35,4	-
Dividendos e juros sobre capital próprio	54,9	54,9	-	23,5	-
Passivos de arrendamento	6,9	5,7	21,4%	3,7	88,0%
Outros passivos	42,7	65,2	-34,5%	88,4	-51,6%
Total do passivo circulante	1.580,2	2.047,7	-22,8%	2.660,1	-40,6%
Passivo não circulante					
Empréstimos e financiamentos	267,5	381,5	-29,9%	855,1	-68,7%
Obrigações fiscais	120,3	118,6	1,5%	58,7	105,0%
Provisão para riscos processuais, cíveis e fiscais	100,2	102,3	-2,1%	143,3	-30,1%
Passivos de arrendamento	13,1	11,0	19,5%	8,9	47,5%
Outros passivos de longo prazo	81,1	9,7	738,9%	-	-
Total do passivo não circulante	582,2	623,0	-6,6%	1.066,0	-45,4%
Patrimônio Líquido					
Capital social	1.713,4	1.713,4	-	757,0	126,3%
Gastos com emissão de ações	-58,3	-58,3	-	-	-
Reservas de capital	975,4	975,4	-	12,3	7848,6%
Reserva legal	84,2	84,2	-	45,5	85,1%
Reserva de incentivos fiscais	1.210,8	1.115,7	8,5%	599,4	102,0%
Reserva de retenção de lucros	-	-	-	101,7	-
Reserva para compra de ações em tesouraria	22,7	22,7	-	22,7	-
Reserva para Investimentos	164,8	164,8	-	-	-
Ações em tesouraria	-9,2	-9,2	-	193,6	-
Lucro Acumulado	76,0	-	-	-2,4	-
Total do patrimônio líquido	4.179,7	4.008,7	4,3%	1.729,9	141,6%
Total do passivo e do patrimônio líquido	6.342,1	6.679,4	-5,0%	5.455,9	16,2%

DEMONSTRAÇÕES DOS RESULTADOS

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%	LTM 1T22
Receita Bruta	1.358,3	1.736,4	-21,8%	1.746,4	-22,2%	6.296,2
Devoluções e Abatimentos	(155,6)	(194,6)	-20,0%	(202,2)	-23,0%	(598,6)
Impostos sobre Vendas	(227,2)	(281,0)	-19,2%	(316,0)	-28,1%	(1.103,6)
Receita Líquida	975,5	1.260,8	-22,6%	1.228,2	-20,6%	4.593,9
Custo da mercadoria vendida	(698,1)	(995,8)	-29,9%	(850,8)	-17,9%	(3.337,2)
Custo de Materiais	(642,1)	(877,7)	-26,8%	(810,0)	-20,7%	(3.046,7)
Com pessoal	(36,8)	(45,6)	-19,3%	(21,8)	68,9%	(145,3)
Depreciação/Amortização	(7,9)	(8,7)	-10,0%	(4,3)	83,8%	(24,7)
Outros	(11,4)	(63,8)	-82,2%	(14,8)	-23,1%	(120,5)
Lucro bruto	277,4	264,9	4,7%	377,4	-26,5%	1.256,8
Receitas (Despesas) Operacionais						
Despesas de vendas	(210,5)	(226,1)	-6,9%	(214,2)	-1,7%	(823,4)
Comerciais	(67,9)	(143,2)	-52,6%	(68,3)	-0,6%	(359,1)
Distribuição	(49,0)	(50,8)	-3,5%	(45,5)	7,7%	(186,7)
Promoções e Marketing	(35,3)	(5,0)	602,9%	(39,5)	-10,6%	(76,7)
Pós-venda	(23,0)	(24,9)	-7,5%	(17,1)	34,8%	(89,1)
Pesquisa e desenvolvimento	(25,6)	(38,2)	-33,0%	(28,8)	-11,2%	(102,1)
Créditos de liquidação duvidosa	(9,8)	36,0	-	(15,1)	-35,2%	(9,7)
Gerais e administrativas	(32,5)	(38,6)	-15,7%	(30,9)	5,4%	(132,1)
Com pessoal	(10,4)	(5,8)	80,3%	(19,1)	-45,6%	(39,9)
Serviços profissionais	(6,0)	(13,0)	-54,0%	(2,1)	180,6%	(35,5)
Comunicação	(0,6)	(0,8)	-22,9%	(1,0)	-35,2%	(2,3)
Tecnologia e comunicação	(9,2)	(4,2)	116,7%	(4,5)	105,4%	(26,9)
Aluguéis, seguros, viagens, outras	(6,3)	(14,8)	-57,2%	(4,2)	51,2%	(27,5)
Outras receitas (despesas) operacionais	80,9	139,4	-42,0%	96,1	-15,8%	364,1
Resultado operacional	115,2	139,7	-17,5%	228,3	-49,6%	665,3
Receitas financeiras	34,8	97,9	-64,5%	48,1	-27,8%	284,7
Despesas financeiras	(167,1)	(65,8)	154,1%	(33,2)	403,9%	(433,9)
Variação cambial líquida	187,4	(7,3)	-	(6,2)	-	197,3
Lucro antes do IR e CS	170,3	164,5	3,5%	237,1	-28,2%	713,4
IR e CS Corrente	(2,3)	(25,5)	-91,2%	(35,2)	-93,6%	(20,7)
IR e CS Diferidos	3,0	14,2	-78,9%	(8,3)	-	59,5
Lucro (Prejuízo) Líquido	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%	752,1
Lucro Por Ação (em R\$)	0,21	0,94	-	0,90	-	-

FLUXO DE CAIXA

R\$ Milhões	1T22	4T21	Δ%	1T21	Δ%
Fluxo de caixa da atividade operacional					
Lucro (Prejuízo) do período	171,0	153,1	11,7%	193,6	-11,7%
Ajustes as atividades operacionais:					-
Imposto de renda e contribuição social diferidos	(3,0)	(14,2)	-78,9%	8,3	-
Depreciação e amortização	12,8	13,8	-7,4%	7,4	73,5%
Baixa de ativos imobilizados e intangíveis	0,0	(0,0)	-	0,0	700,0%
Perdas por redução ao valor recuperável do ativo imobilizado	-	-	-	-	-
Variação cambial não realizada	(191,2)	7,3	-	(3,8)	-
Despesas de juros líquidos	9,4	16,6	-43,2%	11,8	-20,4%
Ajuste ao valor presente de contas a receber	4,0	5,1	-21,7%	(0,7)	-
Estimativa para perdas com crédito de liquidação duvidosa	8,9	(1,9)	-	(15,2)	-
Estimativas para gastos e abatimentos com clientes	(18,5)	19,7	-	13,1	-
Perda estimativa para ajuste ao valor realizável do estoque	(12,5)	47,8	-	(10,9)	15,1%
Provisão para riscos processuais, cíveis e tributários	(2,1)	(9,8)	-78,5%	1,2	-
Provisões para garantias	-	3,5	-	(0,0)	-
Crédito Financeiro	(72,1)	(98,7)	-26,9%	(96,9)	-25,6%
Resultado financeiro com precatórios	(1,0)	3,1	-	-	-
Valor justo dos fundos de investimento	0,2	(1,0)	-	(0,0)	-
Outras transações com efeito não caixa	139,3	14,1	884,8%	(13,5)	-
	45,3	158,7	-71,5%	94,4	-52,0%
Variações patrimoniais					
Contas a receber	(1,9)	(33,0)	-94,3%	(458,3)	-99,6%
Estoques	(244,3)	784,5	-	(27,3)	793,6%
Créditos tributários	10,1	45,7	-77,8%	(9,7)	-
Outros ativos	84,5	(246,0)	-	(38,2)	-
Fornecedores	(360,0)	(765,6)	-53,0%	(46,4)	675,0%
Obrigações fiscais	11,4	(67,5)	-	19,9	-43,0%
Contas a pagar	57,6	11,1	419,1%	51,6	11,8%
Imposto de renda e contribuição social pagos	(0,5)	(5,6)	-91,4%	(31,9)	-98,5%
	(443,0)	(276,5)	60,2%	(540,3)	-18,0%
Caixa líquido gerado pelas/(aplicado nas) atividades operacio	(397,7)	(117,8)	237,5%	(446,0)	-10,8%
Fluxo de caixa das atividades de investimentos					
Aquisição de ativo imobiliizado	(34,3)	(17,4)	97,4%	(30,0)	14,4%
Combinação de negócios Watts	(10,7)	-	-	-	-
Aquisição de intangível	-	(0,3)	-	-	-
Combinação de negócios OBABOX	-	(15,0)	-	-	-
Investimento Watch - Inova V	(10,0)	(18,0)	-44,4%	-	-
Aportes em outros fundos de investimento	(6,0)	(14,5)	-58,5%	(6,0)	0,0%
	(61,0)	(65,1)	(0,1)	(36,0)	0,1
Fluxo de caixa das atividades de financiamentos					
Recursos provenientes de aporte de capital por acionistas	-	(0,0)	-	-	-
Recursos provenientes de empréstimos e financiamentos	-	-	-	590,4	-
Pagamentos de empréstimos e financiamentos	(151,0)	(101,6)	48,6%	(41,3)	265,3%
Juros pagos por empréstimos e financiamentos	(8,2)	(5,2)	56,5%	(9,7)	-15,5%
Pagamentos de passivos de arrendamento	(2,0)	(1,8)	12,9%	(0,9)	133,7%
	(161,2)	(108,6)	48,4%	538,5	-
Caixa e equivalentes de caixa no início do período	1.359,7	1.651,3	-17,7%	460,8	195,1%
Caixa e equivalentes de caixa no final do período	739,8	1.359,7	-45,6%	517,3	43,0%
Aumento líquido/(diminuição) do caixa e equivalentes de caixa	(619,9)	(291,6)	112,6%	56,6	-

MULTILASER

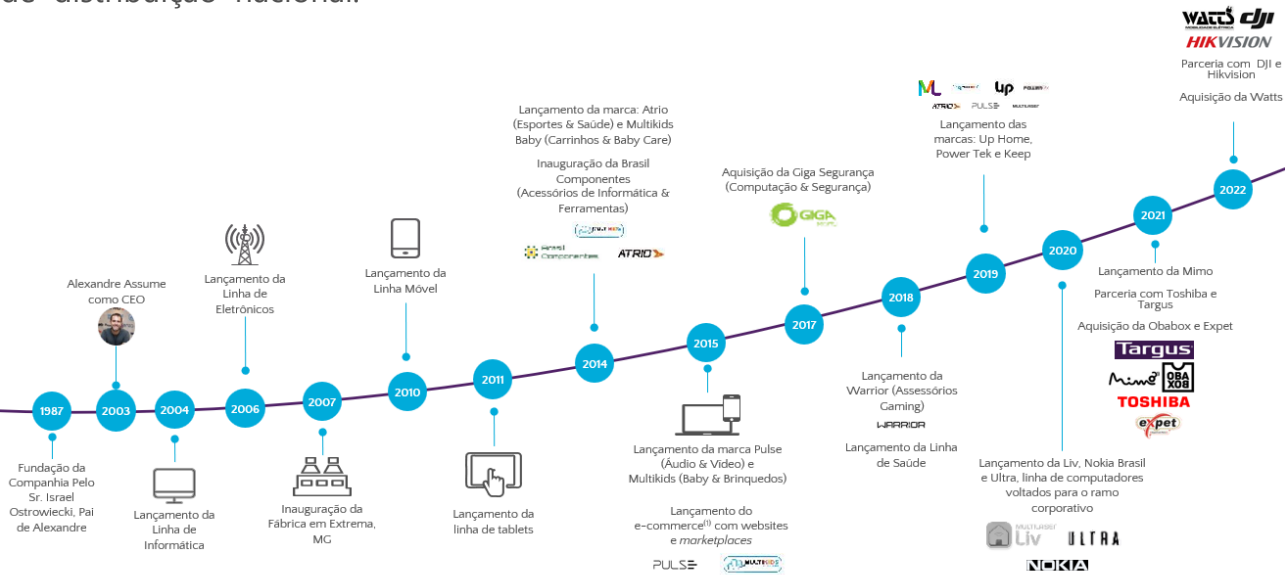
Sobre a Companhia

MULTILASER



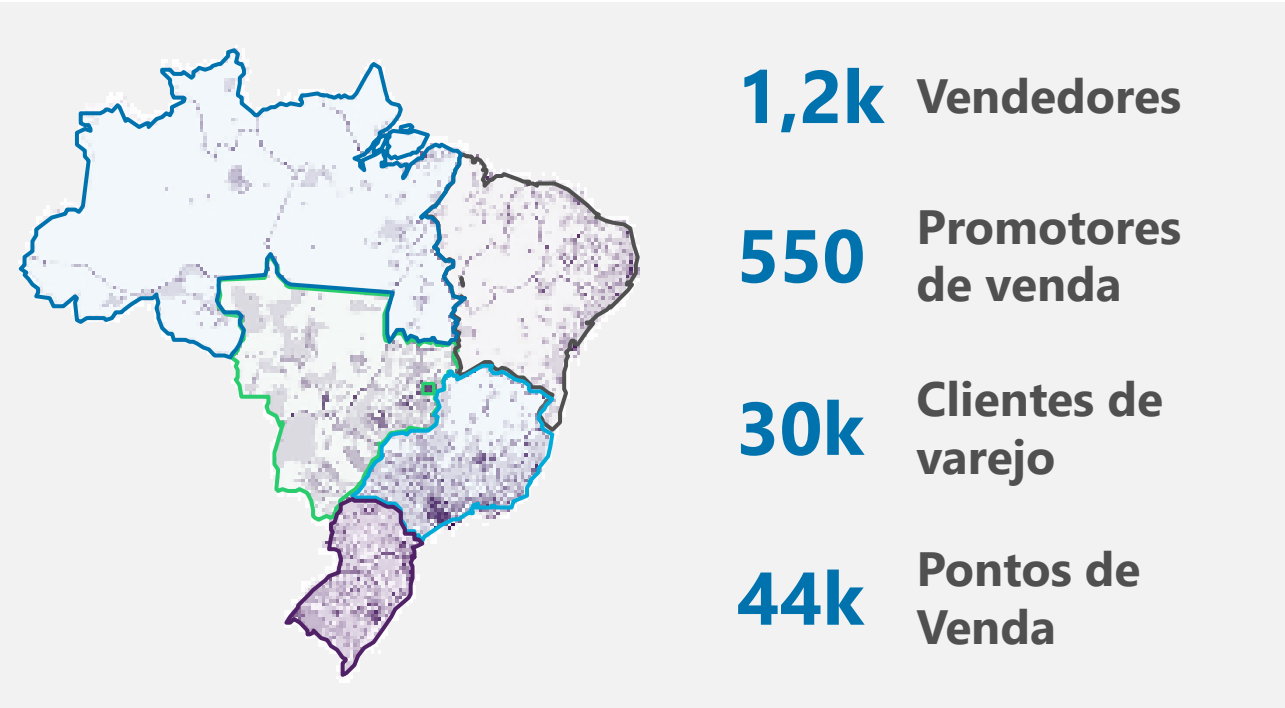
História bem-sucedida e de longa data

Com uma trajetória de mais de 30 anos no mercado, a Multilaser é uma das maiores fabricantes de produtos de consumo do varejo brasileiro. 100% brasileira e multivertical, a Multilaser está organizada em 13 unidades de negócio e atua no desenvolvimento, fabricação, distribuição, venda e pós-venda de diversos produtos. É uma das mais diversificadas companhias de bens de consumo do Brasil devido a amplitude de seu portfólio com mais de 7.200 produtos diferentes (SKUs) e ampla capacidade de distribuição nacional.



Nota: (!) Com sete sites de marcas próprias e mais de 40 marketplaces através de parcerias com os principais participantes do setor, como Amazon, Mercado Livre, Magazine Luiza, Lojas Americanas, B2W, Shoptime e Submarino.

Capilaridade de vendas sem precedentes com cerca de
30 mil clientes varejistas diretos



QUEM É A MULTILASER

MULTILASER

Máquina de lançamentos
com uma média de cinco novos produtos por dia

13

Unidades de
Negócios

18 + 11

Marcas Próprias +
Marcas Globais

+7,2k
SKUs

3,5k

Novas SKUs Lançadas
em 2021*

Mobile Devices



Notebooks



Tablets



Smartphones
/ Celulares



Computers e
Mini PCs

Office & IT Supplies



Acessórios de
Informática



Energia



Interfones



Câmeras



Acessórios
para jogos



Papellaria



Switches



Roteador



Mochilas



Cartão SD



Memória
EMMC



IoT

Home Electric Products



TVs



Utensílios de
Cozinha



Eletrodomésticos



Acessórios
de celular



Inaladores



Termômetros



Cuidados
Pessoais



Balanças



Caixas de som



Automotivo



Ferramentas



Fones de
Ouvido

Kids & Sports



Esportes



Produtos para
bebês



Smartwatches



Pet



Mobilidade
Elétrica



Drones



Baby Care



Câmeras de
Ação

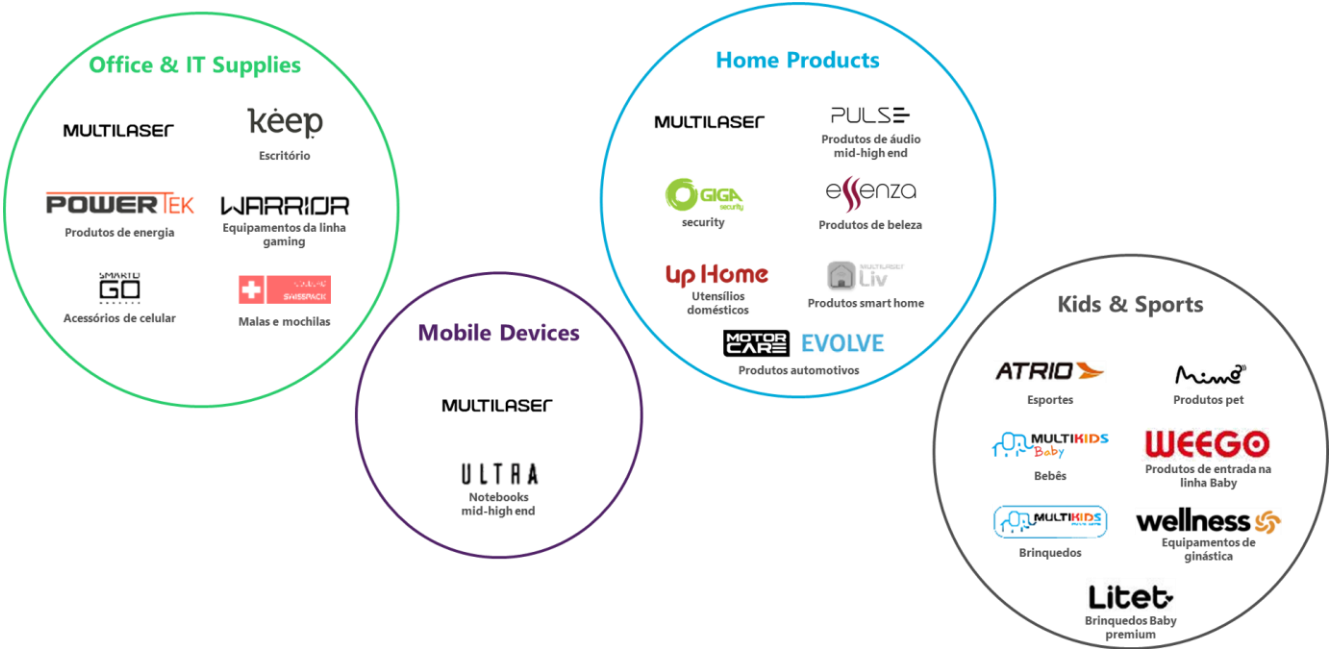


Brinquedos

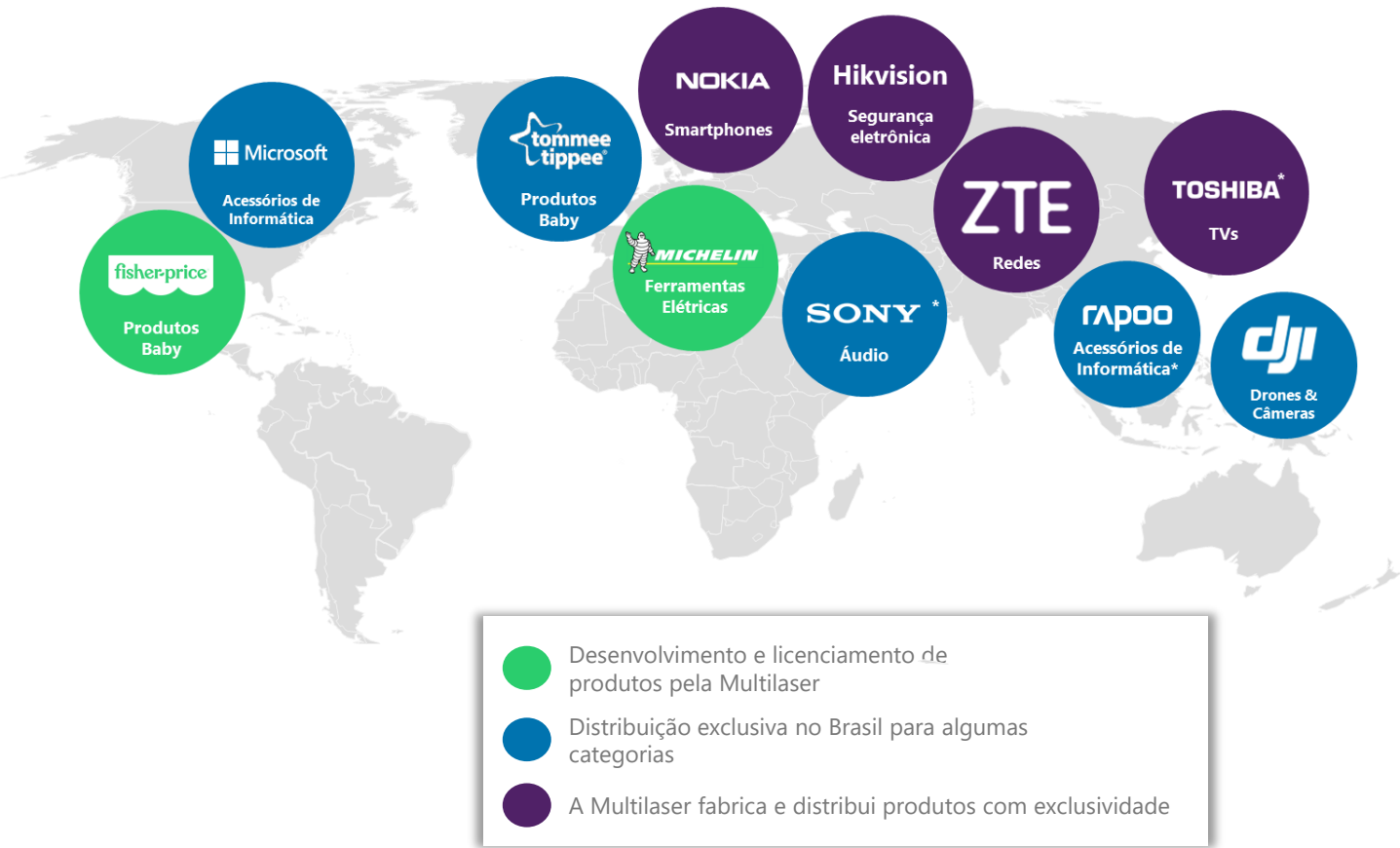
QUEM É A MULTILASER

MULTILASER

Marcas próprias com forte reconhecimento em todos os segmentos



Marcas globais: parceiro local confiável para operações no brasil

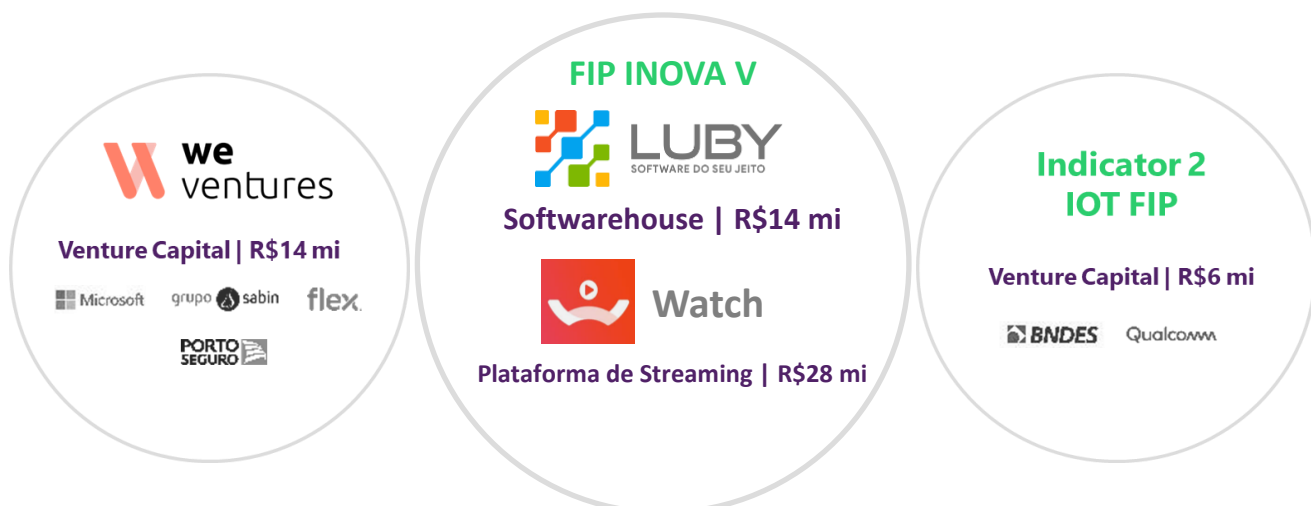


QUEM É A MULTILASER

Histórico de M&A bem-sucedido

Ano	Empresa	Segmento	Critérios de Seleção
2008	Mirage	 Câmera Digital	 Canal
2009	West Cores	 Produtos Automotivos	
2017		 Câmeras de Segurança	 Marca
2020		 Esportes & Ginástica	
2021		 Produtos Pet	 Recursos do Produto
		 E-commerce	
2022		 Mobilidade Elétrica	 R\$20-100mi de Receita

Investimentos relevantes em Startups e Fundos



DISCLAIMER

As declarações contidas neste relatório relativas às perspectivas dos negócios da Multilaser, 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.