

Transcrição de Teleconferência

Grupo Multilaser

Resultados do 2T25

Operadora:

Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos à videoconferência de divulgação dos resultados do Segundo trimestre de 2025 do Grupo Multilaser. Destaco aqueles que precisarem de tradução simultânea que temos essa ferramenta disponível na plataforma.

Para acessar, basta clicar no botão Interpretation através do ícone do globo na parte inferior da tela e escolher o seu idioma de preferência, português ou inglês. Para aqueles ouvindo a videoconferência em inglês, há a opção de silenciar o em português clicando em Mute Original Áudio. Informamos que esta videoconferência está sendo gravada e será disponibilizada no site de R.I. da companhia, onde se encontra disponível o material completo da divulgação de resultados. É possível fazer o download da apresentação também no ícone de chat, inclusive em inglês.

Durante a apresentação da companhia, todos os participantes estarão com o microfone desabilitado. Ao final da apresentação, daremos início à sessão de perguntas e respostas. Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A na parte inferior de sua tela e escreva sua pergunta. Para entrar na fila, indique se gostaria de ativar o áudio ou o vídeo.

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela. Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez. Ressaltamos que as informações contidas nesta apresentação e eventuais declarações que possam ser feitas durante a videoconferência, relativas às perspectivas de negócios, projeções e metas operacionais e financeiras do Grupo Multilaser, constituem-se em crenças e premissas da administração da companhia, bem como em informações atualmente disponíveis.

Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições de mercado e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro do Grupo Multilaser e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Para o disclaimer completo, consulte o penúltimo slide desta apresentação.



Hoje contamos com as presenças dos executivos da companhia, André Poroger, CEO, e Richard Ku, CFO e diretor de relações com investidores. Passo a palavra ao senhor André para iniciar a apresentação.

André Poroger:

Olá, bom dia a todos. Um prazer estar aqui com vocês. Obrigado pela presença de todos. Vamos dar início, então, à apresentação de resultados do segundo trimestre de 25, trazendo primeiro alguns destaques. A gente tentou sumarizar aqui alguns destaques do trimestre, para que todos fiquem na mesma página.

Tivemos um crescimento de receita de 21,7% em relação ao mesmo período do... Desculpa, em relação ao primeiro trimestre de 2025. A gente conseguiu também ter uma recuperação de margem bruta importante, 1.2 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre também. Um ganho, um aumento de EBITDA, um aumento de 25 milhões, um aumento expressivo de EBITDA, que poderia ainda ser melhor, vale ressaltar, que poderia ser ainda melhor, por volta de 6 milhões. A gente fez um redimensionamento da estrutura, então tivemos alguns custos, algumas despesas adicionais agora no segundo trimestre. Então esse número poderia ser ainda por volta de 6 milhões melhor, chegando aí a 4% de EBITDA. E o lucro líquido com bons avanços, muito em função da avaliação cambial, principalmente no primeiro trimestre, que a gente teve lá de 6 e pouco para 5,70. Então tivemos bons avanços ajudados também pela avaliação cambial que nos ajudou aí. E um indicador muito importante, que a gente vem acompanhando muito de perto, é o caixa operacional. Então, a gente teve uma geração de 64,9 milhões nesse trimestre, e uma redução da dívida líquida também importante, de 52 milhões, de 216 milhões para 164. Então, a gente considera, né, consideramos aqui que realmente houve bons avanços em relação ao primeiro trimestre, acho que os indicadores mostram isso, então nos dá confiança de poder ir seguindo nesse trabalho que a gente vem começando aqui com as medidas que a gente vem tomando, mas sabemos, temos consciência de que esse número não é ideal, não está bom ainda, Então, é o início de um caminho importante e retomada. Mas acho que isso dá confiança e a gente fica bastante animado com os números, com esse progresso desse segundo trimestre.

Aqui só falando um pouquinho para vocês das iniciativas. No último call, a gente falou para vocês um pouco do que seria nosso foco do trimestre. E aí, uma das coisas que eu falei foi a parte de eficiência operacional. Então, é importante frisar que a gente fez a redução, a gente fez uma reanequação da estrutura para o tamanho da empresa. A gente entende que essa redução já foi concluída logo nos primeiros dias do trimestre. Como eu falei, teve um aumento pontual de despesa no TRI. em função dessa readequação, mas essa mudança vai nos permitir boas reduções de despesas no futuro, a gente estima algo como 40, 50 milhões de reais a ano. E essa parte a gente foi concluída com bastante sucesso.



O segundo ponto que também a gente forçou muito aqui seria a otimização do capital de giro, os indicadores também me mostrando bastante, já uma melhora importante aqui, dias de estoque e redução do estoque também. Então esse é um trabalho forte que a gente vem fazendo, tanto de otimização de compra, melhor planejamento com os nossos principais parceiros, trabalhar com nível de estoque mais baixo. Só para vocês terem uma ideia, cada dia de estoque nosso representa mais ou menos, liberaria mais ou menos 3 milhões de reais de capital. Então a gente está muito focado nessa redução, nessa otimização de estoques, isso vai trazer bastante ganho para a companhia.

E o terceiro ponto, a gente acabou de concluir também o nosso novo centro de distribuição e polo industrial em Manaus, não sei se todos estão sabendo, mas esse é um polo que conta com mais de 16 mil metros quadrados, já está pronto, já está operando, e basicamente será a nossa nova fábrica de televisores. Então esse novo polo nos permite duplicar a produção atual de TVs que a gente vem fazendo dentro da marca Multi, quanto Toshiba, quanto também da marca Hisense. Então vai nos permitir duplicar. E também como vocês podem ver aí nas fotos, ele tem uma expansão. A gente consegue fazer a expansão dele no mesmo terreno, que isso é muito bom. Então, já também permitindo novos projetos de fabricação em Manaus, que a gente já vinha estudando, e a expansão também das linhas, otimização, permite uma otimização, a gente consegue ter, pelo fato do layout dele, permite que a gente tenha uma linha mais eficiente também de produção de televisores. A gente está bem animado também com esse novo projeto aí, que já foi entregue agora em julho. A fábrica de TVs, a gente começa operando como um galpão logístico, E a fábrica de TV a gente planeja migrar no ano que vem, após a sazonalidade.

Vou passar um pouco para o Richard, falar um pouco dos dados financeiros.

Richard Ku:

Bom dia, obrigado André, bom dia a todos. Vamos falar um pouco aí, um pouco mais de detalhes dos nossos resultados financeiros, começando pela parte da receita líquida. Como o André bem ressaltou, a nossa receita do segundo trimestre teve um avanço importante em relação ao trimestre anterior de 21,7%. Isso aqui principalmente puxado, como vocês virem ao longo da apresentação, por dois segmentos importantes aqui, que é o segmento corporativo, nosso segmento de varejo especializado. E quando a gente faz a comparação contra o ano passado, crescemos 5% também puxado por esses dois segmentos. Importante destacar que na comparação com o ano passado, a gente ainda sofre um pouco com o tema da descontinuação do produto que nós concluímos no final do ano passado apenas. Então, numa base de produtos continuados, a nossa comparação com o ano passado de 5% teria sido 8% de crescimento numa base de produtos continuados.

Quando a gente olha o nosso lucro bruto, temos bons avanços aqui também. Então, a nossa margem bruta atingiu 24,9%. São 1,2 pontos percentuais melhor que o primeiro TRI de 25 e



mais quase 3 pontos, 2,9 pontos percentuais melhor do que o ano passado. Novamente, aqui quando a gente olha por um pouco de detalhe a cor para vocês, é puxado aqui quando a gente faz a comparação com o primeiro trim. Ela é puxada também pelas nossos segmentos corporativos e especializados, melhorando muitos produtos, e a gente está conseguindo manter a margem aqui, praticamente manter a margem no nosso segmento de varejo técnico. E quando a gente faz a comparação com o ano passado, esse avanço significativo de quase três pontos percentuais é reflexo também desses três segmentos aqui. A gente vem trabalhando muito forte na eficiência operacional, tanto na nossa cadeia comercial, como também na cadeia de operação das nossas fábricas. Então você está trazendo essa melhora, tanto em relação ao primeiro TRI de 25, quanto ao ano passado.

No próximo slide, vamos falar aqui do nosso EBITDA. O nosso EBITDA fechou aqui o TRI com 3,3% de margem. Como o André falou, nós tivemos nesse trimestre o efeito pontual dos custos da readequação que concluímos no segundo TRI. Esse efeito, esse custo pontual foi de 6,6 milhões de reais. Excluindo esse efeito, o nosso EBITDA, vamos dizer, nosso EBITDA running rate seria de 37,4 milhões de reais ou uma margem de 4%. E é um pouco disso que nós olhamos daqui pra frente. Na comparação com o primeiro TRI deste ano, um bom avanço, com todas as eficiências que nós nos propusemos a fazer. E na comparação com o ano passado, é importante destacar o seguinte, quando a gente olha o EBITDA do ano passado, entre esses R\$ 29,8, nós tivemos aqui créditos extemporantes de R\$ 30,2 milhões. São créditos, são reversões de provisões básicas de INSS, que nós fizemos em Junho do ano passado, e são créditos de INSS de anos anteriores a 2024. Então, quando a gente olha o nosso resultado de 2024, na comparação ano contra ano do nosso EBITDA, seria uma comparação de 30,8 milhões contra um EBITDA do ano passado do EBITDA, quando se exclui esse efeito dos créditos temporários. Então, o avanço também é muito importante ano contra ano.

O nosso EBITDA de 3,3 desse segundo trimestre de 2025, ele vem de dois pontos aqui, como você mencionou. Primeiro, do avanço da margem de lucro bruta, a nossa margem bruta, que avançou 1,2 pontos percentuais desse primeiro TRI, e também da nossa eficiência na parte das despesas, que reduziu a nossa despesa como percentual de receita líquida, reduziu 1,8. Então, esses 3.3 pontos percentuais, quando a gente compara com o primeiro trim desse ano, vem da nossa progressão da margem bruta e também da redução da despesa, como você já fez ali. Contra o ano passado, a nossa progressão de margem de dívida vem, logicamente, dos 2.9 pontos percentuais de avanço na margem bruta e também na nossa redução das despesas. A nossa despesa, quando a gente exclui esse efeito da reversão de créditos temporâneos no ano passado, nossa despesa, ela reduz, na realidade, esse ano, 0,7 pontos percentuais. Então, isso mostra que o resultado nosso, início dessa nova jornada de reestruturação, tá que estamos fazendo a companhia.

Quando a gente olha o nosso lucro líquido, R\$19,8 milhões de lucro líquido contra R\$64 milhões no primeiro trim e um prejuízo de R\$52 milhões no ano passado. Esse lucro líquido do nosso segundo TRI tem o reflexo do nosso EBITDA de R\$30,8 milhões. Tem a parte de receitas e despesas financeiras, imposto de renda e tem um componente importante que é a variação cambial. A variação cambial desse nosso segundo TRI foi de R\$73,5 milhões de reais



favoráveis. Mas a gente tem que olhar também que esse resultado da variação cambial positiva, ela tem um reflexo no nosso curso derivativo, a marcação mercado da nossa NDF. Segundo o TRI, foi um negativo, uma despesa de R\$ 47 milhões. Então, nós tivemos efeito favorável da variação cambial, é verdade, mas nós fizemos nossos REDs, NDFs, SWAPs, e isso teve um custo, por conta dessa mudança, dessa favorabilidade do câmbio, o efeito negativo de R\$ 47 milhões. Então, o nosso efeito líquido, da forma como a gente olha aqui, o efeito líquido de variação cambial de derivativo de R\$ 26,5 milhões. A gente ainda tem o lucro líquido, quando exclui esse efeito ainda é negativo, mas já bem menos negativo do que foi no primeiro TRI, menos negativo do que foi no ano passado. Então isso aqui é um sinal importante também dessa nossa virada, do nosso resultado. A gente fecha o nosso semestre com lucro de R\$ 84 milhões contra o prejuízo do ano passado de R\$ 121 milhões.

Indo para o próximo slide, Falando dos nossos estoques. O nosso estoque, como o André mencionou, a gente conseguiu reduzir o nosso giro de estoque. A gente terminou o primeiro tricô 218, estamos indo agora para 201 dias de estoque. Estamos melhorando no indicador de giro e estamos melhorando no indicador de absoluto. Reduzimos 86 milhões de reais no nosso estoque de valor absoluto, segundo TRI versus o primeiro TRI. Importante destacar aqui que nós fizemos, acho que tem um tema da nossa performance de vendas, vendemos mais, isso é verdade, mas também nós fizemos ajustes e calibração na cobertura das nossas compras, na cobertura de estoque refletindo em menores compras, sendo mais preciso, mais assertivo no nosso processo de compra. Então, só para vocês terem uma ideia, no primeiro TRI de 25, nós compramos aproximadamente 780 milhões de reais. Nesse segundo TRI nós compramos 600 milhões de reais. Então, nós reduzimos nossa compra em mais de 180, 170 milhões de reais. Então, esse ajuste de compra que nós fizemos foi importante para fazer com que o nosso estoque tivesse essa redução. Lógico, as vendas ajudaram, a performance das vendas do segundo TRI foram melhores que a do primeiro TRI, mas nós também reduzimos nossas compras e isso permitiu que a gente melhorasse, reduzisse o nosso estoque absoluto e melhorasse a nossa performance em dia de estoque também.

Indo para o próximo slide, o nosso fluxo de caixa, como André mencionou nos destaques, conseguimos gerar quase 65 milhões de caixa operacional, uma performance muito importante aqui. Essa performance do caixa operacional vem, obviamente, do nosso EBITDA positivo, da nossa gestão do capital do estilo, da redução dos estoques, a gente também conseguiu consumir créditos tributários nesse trimestre. Então, isso são três grandes componentes que permitiram que a gente tivesse esse resultado de fluxo caixa operacional. A gente, ao mesmo tempo, geramos esse caixa operacional, a gente conseguiu também reduzir nosso endividamento em R\$ 25 milhões. Então, pagamos aqui parte do nosso principal, da nossa dívida, como vamos lá atrás, E terminamos o nosso caixa bruto aqui com um crescimento de R\$ 26 milhões quando a gente olha o segundo TRI contra o primeiro TRI. Então são, acho que, importantes destacar essa nossa performance, a boa gestão do nosso caixa e reduzindo o nosso endividado.

Indo para o próximo slide. nosso cronograma de amortização. Nós temos aqui, então, R\$ 498,411 em caixa. Isso é mais do que o suficiente para cobrir nossas obrigações de dívida no



curto prazo, aqui por trás de R\$ 440 milhões. A gente também conseguiu reduzir nesse processo com o sem-dividimento, como o André mencionou logo no início. A gente está buscando aqui, quando a gente olha o nosso caixa, a gente entende que quando a gente olha para frente, A gente continua trabalhando aqui para buscar a alternativa de reperfilamento na nossa dívida. A gente tem um total de dívida de R\$ 656 milhões, dos quais R\$ 440 milhões vem sempre no curto prazo. A nossa ideia aqui é reperfilar a dívida. Esse é o primeiro. Buscar uma estruturação de FDIC, como a gente mencionou também no nosso primeiro trimestre, e captações oportunas que a gente possa ter aqui para melhorar a nossa estrutura de capital. Mas estamos bem confortáveis com a nossa posição de caixa e com o nosso nível de tratamento por hora. Passo a palavra agora para o André para as próximas imagens.

André Poroger:

Aqui fizemos uma mudança, como vocês notaram, nos segmentos operacionais da Multilaser. Basicamente é para facilitar um pouco. Essa mudança vem muito em linha com a maneira com que a gente faz a gestão do negócio já no dia a dia dentro da companhia. A gente entende que vai simplificar bastante e vai melhorar também o entendimento da empresa. Então, basicamente, estamos falando agora de três segmentos operacionais. O primeiro deles é o corporativo. Basicamente, o nosso segmento, nosso pilar corporativo, ele é composto de alguns negócios. A gente tem um negócio importante de produção de aparelhos de telecomunicações para operadores e para provedores de internet, os ISPs. Também temos um negócio importante de fornecimento de produtos para o governo e para empresas privadas. Temos a Wellness, que é a nossa marca, e algumas marcas dentro do mercado de aparelhos de ginástica para academias. Temos uma divisão que é Brasil Componentes, que a gente faz memórias nacionais e carregadores para fornecer para indústrias locais aqui no Brasil. Temos também um polo industrial dedicado para motos e bikes elétricas, que hoje inclusive, como vocês sabem, estamos produzindo, boa parte da fábrica está sendo utilizada para produzir as motos da marca Royal Enfield, que é uma marca muito importante no segmento, um dos maiores players do mercado mundial. E além das parcerias de fabricação que hoje temos aí com a OPPO na parte de smartphones e a Hisense na parte de televisores. Então todos esses negócios compõem o nosso segmento corporativo.

Outro segmento é que a gente colocou aqui é todos os nossos negócios, que a gente chama de Varejo Tech, que são nossos milhares de produtos de tecnologia distribuídos para mais de 40 mil pontos de venda no Brasil inteiro. E nesse segmento a gente atua com os produtos de televisores, rede de áudio, notebooks, temos drones, informática, eletroportáteis, cuidados pessoais, a linha gamer, entre outros. São milhares de produtos dedicados a este varejo. Este varejo compreende tanto redes varejistas, em que a gente faz a distribuição, faz mais de 44 mil pontos de venda, quanto também a nossa parte de venda direta, que é o canal dos canais diretos, e as plataformas de marketplace. Então esse é o nosso varejo tech.



E o varejo especializado, a gente compõe aqui as nossas linhas de brinquedo, e produtos para bebê para o segmento especializado, ou seja, os brinquedeiros e lojas especializadas de bebê. Aqui também entra a nossa marca Blue, que a gente tem uma marca bastante importante no mercado de tapete higiênico, em que a gente tem a fábrica estrela e distribui para pet shops. E também a nossa linha de saúde, que tem uma distribuição para redes de farmácia. Todos eles aqui, todos esses pilares, esses segmentos, tem um time dedicado. Tem um time dedicado tanto de desenvolvimento de produto, marketing, quanto comercial. Então, atuam de forma bastante especializada. E também englobam os canais de venda direta. Ta bom?

Vamos falar um pouquinho então cada um desse segmento já no novo formato, para vocês entenderem. Então hoje o segmento corporativo, que engloba os produtos que eu mencionei agora, já compõe quase um pouquinho mais de 50% da receita da Multi. Hoje, talvez alguns de vocês aqui tenham a impressão de que a multivareja, a multaconsumo, sim, somos, mas também temos negócios importantes no segmento da linha da área corporativa que vem crescendo, que nos permite ter uma estabilidade maior em termos de rentabilidade, já que são contratos, são contratos de longo prazo, são FIIs de fabricação que a gente tem, embora mais baixos, são FIIs fixos. E aqui temos uma retomada de margem importante, de margem bruta, puxado muito nesse trimestre pela venda de governo, tivemos uma retomada de venda de governo nesse primeiro semestre, tivemos o início da produção de motos da Royal, como eu mencionei. E a receita aqui, tivemos um crescimento importante de receita, 55% de crescimento, também impulsionado por esses dois negócios que eu mencionei e também pelas parcerias de produção local que vem crescendo bastante e contribuindo com a receita, bem como redução de despesas.

Já no varejo tech, temos aqui uma participação hoje de 37,8% da receita da companhia, que compõe todos aqueles milhares de produtos que eu mencionei para vocês, para o varejo e para o canal direto. Aqui tivemos uma prioridade bastante grande, até falei isso no último call, de priorizar o giro. Então tivemos aqui uma margem bruta andando de lado, que me parece uma boa notícia, já que o giro foi a prioridade aqui, ou seja, teve uma manutenção de margem, a gente não precisou sacrificar a margem, foi bom. A gente teve uma leve queda na receita, aqui muito em função dos ajustes dos próprios varejistas, que com esse aumento de juros estão trabalhando de uma forma, todo o varejo, todo o mercado está buscando reduzir, obviamente os estoques, os dias de estoque. Então, houve essa readequação de compra por parte do varejo, que acabou impactando um pouco aqui nesse trimestre, com essa leve queda. Mas a boa notícia, que é o indicador mais importante para a gente, que a gente acompanha, que é a venda do varejo para o consumidor. Esse indicador subiu. Então, o que é o mais importante, ou seja, as reposições do varejo devem acontecer e se reajustar agora a partir dos próximos trimestres. Lembrando que esse canal é um canal que tem uma sazonalidade bastante importante no segundo semestre, a segunda data a gente tem as datas importantes de venda de produtos de tecnologia, produtos para casa. Então a gente entende também que esse canal possa ter alguns avanços a partir do segundo semestre. É uma linha que a gente está bastante de olho aqui, tanto a otimização de portfólio para ganhar mais profundidade, quanto também o avanço no mercado online, digital, que também contribui com mais margem.



Já no segmento especializado, que são as linhas dos canais especializados, saúde, brinquedos, baby e pet, hoje ele contribui com 11,7% da nossa participação de receita. Tivemos aqui uma boa notícia também em relação à margem, venho de 3,3 pontos percentuais. Aqui, fortemente impressionado, a gente está tendo um bom desempenho na linha de saúde e na linha de brinquedos, que vem contribuindo com esse aumento de receita. Então, é uma linha que vem contribuindo para o resultado do Grupo Multilaser também.

Aqui uma outra novidade, cheio de novidades hoje nessa call, que é uma novidade bastante legal aqui que a gente trouxe de volta. Como vocês sabem, a gente havia mudado o nome do Grupo para Grupo Multi. E a gente entendeu que ao longo desses dois anos em que a gente fez a mudança, o nome Multilaser não deixou de estar com a gente, sempre mencionados em reunião, com os parceiros, com os consumidores, com todos aqueles que nos acompanham de perto. Então o que a gente resolveu fazer é basicamente incorporar novamente o nome que carrega um legado e uma força bastante importante de muitos anos de mercado. Então ele passa a ser, passa a representar o nosso nome corporativo, Ou seja, todos os negócios, tanto no segmento corporativo, quanto no segmento Tech, quanto no segmento especializado, ele basicamente faz esse guarda-chuva de marca. A marca de produtos hoje, de tecnologia, que é a nossa marca Multi, que inclusive é um apelido carinhoso de Multilaser, ela continua, então é um nome mais curto, um nome que já está bastante presente aí no mercado. Então basicamente essa marca, ela continua como marca Multi, mas agora fazendo parte do Grupo Multilaser e não mais Grupo Multi. Então essa é uma nova mudança que a gente anunciou ontem para todos e para todas.

E aqui compartilhar com vocês também duas iniciativas importantes. Obviamente tem várias iniciativas, mas gostaria que essas duas principais prioritárias deste trimestre que a gente já vai trabalhar, embora uma parte seria a eficiência operacional, que basicamente embora é importante dizer que nossas despesas estejam controladas, a gente teve ganho em relação a receita líquida, a gente teve um ganho de redução de despesa, só que a gente está aqui olhando e não cresceu em linha com o ano passado, tem um crescimento, um leve crescimento de um ponto percentual em relação ao mesmo período do ano passado, mas em relação a receita líquida a gente teria uma queda e mesmo lembrando que essas despesas elas sofrem muito impacto de inflação, de reajuste de preço, ou seja, eu considero que a gente está com bastante sucesso aí segurando, ou seja, evitando esse crescimento e reduzindo em relação a receita líquida, mas mesmo assim estamos aqui com um projeto bastante importante de visitar todos os centros de custos e trazer reduções importantes aqui nessa parte de despesas, assim como a gente fez no início com a estrutura, a companhia, com toda a adequação estrutural. Esse será o nosso foco aqui.

O segundo foco, como a gente mencionou, o Richard mencionou também, seria a otimização do capital de giro. A gente já vem reduzindo o estoque, já vem reduzindo o dia de estoque, Temos um trabalho para fazer também com contas a receber importante, temos aí uma estruturação possível de FDIC que pode nos ajudar nessa otimização e obviamente essa liberação, essa otimização de compra, mais planejamento, introduzindo algumas travas dentro de compras em função de giro de estoque, Isso tende a liberar também capital, é



bastante importante como eu mencionei, cada dígito de estoque é mais ou menos 3 milhões de reais no caixa, então aqui também continua um foco importante em relação à otimização de capital de giro.

E é isso pessoal, agradeço aí, é a hora, agradeço a todos pela presença, vamos abrir agora para perguntas, é isso?

Operadora:

Começaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Lembrando que, para fazer perguntas, vocês devem clicar no ícone Q&A na parte inferior da tela e escrever a sua pergunta para entrar na fila.

Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas. Solicitamos, por gentileza, que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

Vamos à nossa primeira pergunta. É da Maria Clara, Analista Sell Side do Itaú. Maria Clara, por favor, pode prosseguir.

Maria Clara – Itaú:

Pessoal, obrigada pela oportunidade. Eu tenho duas perguntas. A primeira delas, pedir para vocês pincelarem com um pouco mais de detalhe como vocês enxergam a evolução de rentabilidade olhando à frente. Vocês começam a mostrar sinais de melhoria na frente de despesa e a minha pergunta está mais no sentido de entender onde vocês enxergam que ainda existe oportunidades para essa tendência a seguir persistindo, olhando para frente.

E o segundo tema relacionado às perspectivas para o segundo semestre. A gente escuta aqui internamente sobre um risco, né, de desaceleração do consumo, especialmente nos próximos meses, e eu queria entender como que o Grupo Multilaser tem enxergado essa tendência internamente. Se vocês puderem passar um pouco das perspectivas de crescimento ao longo do segundo semestre, seria interessante. Obrigada

Richard Ku:

Maria Clara, que é o Richard, obrigado pela pergunta. Vamos dividir isso aqui em duas partes. Eu vou responder a primeira, sobre a evolução da rentabilidade, e depois eu passo para uma direta da perspectiva do segundo semestre.



A gente olha o nosso ano, nosso segundo semestre de maneira, acho que, positiva. A gente vê que nós terminamos aqui o nosso segundo TRI com uma boa evolução da margem, chegando aqui em 24,9%. A gente vê para o segundo semestre ainda a oportunidade de evolução nessa parte da margem bruta ainda, continuando tendo uma evolução em relação ao segundo TRI, uma leve evolução em relação ao segundo TRI. A gente vê continuar isso. E a outra parte aqui que é com a boa gestão das despesas e com as eficiências que nós temos nas linhas abaixo da margem bruta, a gente vê também o nosso EBITDA, a margem EBITDA progredindo. Como comentei, a nossa margem de lidar do segundo TRI, quando a gente exclui as despesas com a readequação, seria na casa dos 4%. Essa redução que nós fizemos na estrutura, na readequação, traz mais ou menos 9 a 10 milhões de reais de savings por TRI para nós. Isso flui para o nosso EBITDA. Então, a gente vê a nossa margem EBITDA para o segundo semestre, também acima dos 4% nós fechamos o nosso segundo grupo. Estamos aqui mirando o patamar que próximo dos 5% de margem EBITDA dá para terminar ao longo do segundo semestre. Lógico que tem bastante coisa ainda para fazer, tem muito sistema de execução que nós temos que fazer aqui para que isso se conclua, mas a gente está num ritmo bom. Tanto que o nosso resultado aqui do mês 7 que estamos vendo aqui, mostra que estamos no caminho certo nessa progressão de rentabilidade.

Eu passo para o André aqui para ele falar um pouco da perspectiva do segundo semestre.

André Poroger:

Obrigado aí, Maria Clara, pela pergunta. Realmente a tua leitura é correta, a gente tem um cenário bastante desafiador para o varejo, mais juros, mais aceleração, mas mesmo assim, poderia dizer que a gente está animado, que a gente entende que temos alguns segmentos aí que vêm crescendo bastante, que é o segmento corporativo, que está um pouco menos atrelado a esta questão específica mais do varejo, e o segmento, como vocês viram, vem com um crescimento importante e isso tende a se manter no segundo semestre.

A segunda, em relação ao varejo, tem essa questão, mas acho que é importante lembrar que o nosso grupo, a gente trabalha bastante com produtos de primeiro preço, produtos de bom custo-benefício, Então, nesse momento que a gente vê muitos varejistas cobrando juros de 9%, 10%, ou seja, quase mais que duplicando o custo do produto no parcelamento, produto de mil reais, ele passa a ser mais que dois mil reais no parcelamento, ou seja, ocupa mais, uma boa parte do bolso do consumidor. Então, o consumidor busca muito hoje o produto que cabe, que a parcela cabe no bolso e aí eu diria que produtos do grupo Multilaser, produtos hoje de maior custo-benefício, ou seja, a gente costuma também ter, realmente depende do mercado, mas costuma ter que se encaixar bem nesses momentos de mercado. Então, tem que dar confiança. E, obviamente, o segmento online. Esse segmento online de venda elétrica vem crescendo muito, as empresas, as plataformas, vem crescendo com médias muito superiores ao varejo tradicional. E esse é um canal que a gente vem olhando muito de perto, temos uma estrutura bastante forte aqui e a gente já vem também aproveitando isso. Obviamente sempre



de forma organizada, com políticas organizadas para tentar alisar qualquer conflito de canal. Mas eu diria que mesmo nesse cenário, esses indicadores nos deixam um pouco mais confiantes para o segundo semestre.

Maria Clara – Itaú:

Tá ótimo, obrigada pelas respostas.

Operadora:

A nossa próxima pergunta veio por escrito e é do Marcelo Afonso, Analista by side do Clube Belvedere.

E ele diz, bom dia, gostaria de saber quais são as perspectivas para os próximos 12 meses da evolução dos tributos a recuperar. O que a empresa tem feito para reduzir essa conta? Mais especificamente, como deve ser a evolução dos créditos financeiros Lei 13.969 e do ICMS a recuperar para os próximos trimestres.

Richard Ku:

Marcelo, obrigado pela sua pergunta. Eu acho que aqui tem um ponto importante e com a retomada nossa da performance da companhia da margem e gerando o EBITDA positivo, e tudo mais, a gente deve começar a ver um consumo desses créditos na ordem de R\$50 a R\$70 milhões ao ano. Então, começamos aqui o Segundo TRI, um consumo ainda de maneira tímida dos nossos créditos, e aí a partir de agora, para o segundo semestre em diante, a gente imagina com essa retomada da performance da companhia, é um consumo entre R\$50 a R\$70 milhões desse crédito. Então, isso é um indicador importante para a gente, tanto do ponto de vista de caixa, como também da redução desses créditos que nós temos no nosso balanço. Obrigado.

Operadora:

A próxima pergunta veio por escrito e é do Gabriel Ettore, investidor.

E ele diz, bom dia, as despesas com vendas representam 21% da receita líquida, uma queda em relação ao trimestre anterior, mas ainda muito longe dos pares listados, que tem essa relação por volta de 13%. Podemos esperar diminuição desse percentual para frente? Atingir o percentual dos pares listados é possível?



Richard Ku:

Gabriel, obrigado pela sua pergunta. Eu acho que aqui tem um tema importante. Lógico, nós vamos buscar ainda a redução das nossas despesas. Isso é um trabalho contínuo que estamos fazendo, mas quando a gente compara com os nossos pares, o Grupo Multi, tem uma participação do segmento de varejo mais relevante que eles. Então, como a gente mencionou aqui, a área do varejo técnico e do varejo especializado, eles representam quase a metade do nosso portfólio. Então, o varejo tem um custo de servir um pouco mais elevado do que os segmentos corporativos, comparado com nossos pares. Então, essa comparação A gente imagina reduzir um pouco essa despesa, mas chegar ao patamar do nosso concorrente, dos nossos pares, não será possível dado a diferente dinâmica do nosso negócio em relação a eles. Obrigado.

Operadora:

A próxima pergunta veio por escrito, é do Rafael Xavier, Analista Sell side do UBS.

Ele diz, Boa tarde. Sobre o crescimento visto no segmento corporativo, poderiam comentar sobre a perspectiva de crescimento em parcerias e receitas do governo? O que deveríamos esperar para níveis de estoque no segundo semestre? Se puder abrir um pouco mais as iniciativas para trazer maior eficiência operacional, isso tende a se perpetuar para o segundo semestre. Obrigado.

André Poroger:

Perfeito. Obrigado pela pergunta. Então, dentro do segmento corporativo, a gente tem boas perspectivas, no segmento de governo já houve uma retomada, a gente entende que devemos ter avanços aí no segundo semestre em relação a vendas para governo também, Tem um pipeline importante cheio de licitações que a gente já ganhou, que devemos realizar as entregas, se tudo der certo agora no segundo semestre. Temos o crescimento também de parcerias, como mencionei, da própria Royal, de motocicletas, que começou agora nesse primeiro trimestre e já vem ganhando corpo e tem de ter uma boa perspectiva também para o segundo semestre, bem como a área de provedores e operadoras também, a gente tem projetos aí já, contratos para o segundo semestre, então, e também as parcerias que a gente vem produzindo aí da própria Open License, que tem uma sazonalidade mais importante também agora no segundo semestre. Então, dentro desse segmento, né, a gente tá com eu já



falei, tem algumas perspectivas positivas aí de receita. Essas operações são operações com margem mais apertada, margem mais baixa. Muitas delas são um FII fixo em que a gente cobra, mas isso ajuda, à medida que essa receita cresce, também nos ajuda a diluir custos dentro da empresa, despesas. Então, o trabalho de despesa operacional, como o Richard bem falou, é um trabalho prioritário nosso. A gente entende que esses 21%, quando a gente fala de despesa, a despesa total não seria só comercial e ela tende a... a gente quer... a gente está trazendo um trabalho importante de redução, acho que tem oportunidades de ganho de alguns pontos percentuais que continuam sendo um foco bastante importante no segundo semestre para poder aumentar a rentabilidade.

Operadora:

A próxima pergunta veio de Sani Miranda e ele diz, qual a meta de lucro líquido anual que a empresa projeta para voltar a ter PL, PNL positivo?

Richard Ku:

Sani, obrigado pela pergunta. Eu acho que aqui quando a gente olha os nossos resultados, não quero cravar aqui uma meta de lucro líquido. A gente está esperando aqui terminar o ano. Obviamente com uma geração de EBITDA positivo, revertendo aqui a tendência de anos anteriores. Como você viu no nosso resultado desse primeiro semestre, a gente conseguiu no acumulado do primeiro semestre 36 milhões de EBITDA positivo comparado com o EBITDA do ano inteiro, do ano passado inteiro de 41 milhões. Então a gente conseguiu em seis meses o que nós fizemos o ano inteiro, o ano passado. A perspectiva é de terminar o segundo semestre de maneira mais forte, até pela sazonalidade do nosso negócio, pelas eficiências que temos conquistado aqui, tanto na margem quanto nas despesas. Então, terminar com uma vida mais robusta e, conseqüentemente, estrutura o nosso lucro líquido.

Operadora:

A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Informamos que as perguntas restantes do Q&A serão respondidas posteriormente via e-mail pela área de RI. Gostaríamos de passar a palavra ao Sr. André para as considerações finais da companhia.

André Poroger:

Obrigado a todos pela presença. Vamos dizer assim, ainda cautelosos, obviamente, com a situação macro de mercado, mas os indicadores nos animam, e quando a gente olha a



perspectiva, também estamos animados do que pode nos chegar, não estamos satisfeitos, acho que tem muita coisa para conquistar ainda, para melhorar, mas entendo que estamos, a empresa como um todo, bastante unida em todas essas melhorias, e agradecer a todos pela presença.

Operadora:

A videoconferência de resultados referente ao segundo trimestre de 2025 do Grupo Multilaser está encerrada. O Departamento de Relações com Investidores está à disposição para responder às demais dúvidas e questões. Muito obrigado e tenha um ótimo dia!

