

MULTI ENCERRA 1T23 COM RECEITA LÍQUIDA DE R\$784,6 MILHÕES E GERAÇÃO DE CAIXA OPERACIONAL DE R\$170,8 MILHÕES

São Paulo, 15 de maio de 2023 – A Multilaser Industrial S.A. (B3: MLAS3) anuncia hoje seus resultados do 1º trimestre de 2023. As informações contábeis intermediárias 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 1T23

TELECONFERÊNCIA

Em português com tradução simultânea para o inglês

Data: 16 de maio de 2023

Horário: 09h BRT (08h EST)

Link para a teleconferência:

[clique aqui](#)

MLAS3

Ações emitidas: 820.539.225

Preço de fechamento: R\$2,29

Valor de mercado: R\$1,9 bilhão

FALE COM O RI

Eder Grande - CFO

Juliane Goulart - DRI

E-mail: ri@multilaser.com.br

Site: ri.multilaser.com.br

- A receita líquida no 1T23 foi de R\$784,6 milhões, uma redução de 29,4% em relação ao 4T22 e de 19,6% em relação ao 1T22, impactada principalmente pela migração do sistema ERP da Companhia em janeiro.
- No trimestre, foi reportado um prejuízo bruto de R\$52,4 milhões, como resultado da migração do sistema ERP, bem como pela liquidação de produtos com cobertura de estoque elevada, conforme estratégia comentada pela companhia na teleconferência de resultados do 4T22.
- O EBITDA do trimestre ficou negativo em R\$295,3 milhões, resultado de uma margem bruta pressionada, bem como pelo aumento das despesas em um cenário de menor faturamento.
- No 1T23, a Multi registrou prejuízo de R\$342,6 milhões.
- Apesar do resultado operacional prejudicado principalmente pela migração do ERP, a Multi registrou forte geração de caixa operacional no período, de R\$170,8 milhões.
- A dívida líquida sofreu importante redução de 26,7% no período, passando de R\$546,9 no 4T22 para R\$400,7 no 1T23.

MENSAGEM DO CEO

Você concorda com a frase que “receita é vaidade, lucro é opinião e caixa é realidade”, comumente atribuída ao CEO da Volvo em 1987? Se a máxima da perseguição do caixa tem seu mérito, então não podemos descartar a forte geração de caixa realizada pela nossa Companhia ao longo do 1º trimestre de 2023, mesmo debaixo de uma enxurrada de problemas. A dívida líquida caiu aproximadamente R\$150 milhões no período, além de reduzirmos em mais de R\$90 milhões o saldo de fornecedores a pagar. Isso foi conquistado ao mesmo tempo em que enfrentávamos o duplo desafio da retração do varejo e da migração do nosso ERP. A contrapartida, claro, foi a redução do nível de estoque, com a saída de produtos com custo alto e sem pararmos de repor os produtos curva A (alto giro), que possuem boa margem bruta na reposição.

Sobre o mercado em geral, as últimas demonstrações financeiras publicadas pelas grandes varejistas, no agregado, demonstraram quedas preocupantes nos resultados. Esse é um ramo que depende fortemente de dinheiro barato e, no patamar atual de juros, toda a cadeia fica comprimida. As linhas de PCs e smartphones sofreram particularmente no período, tendo passado por um boom anterior durante a pandemia, do qual também nos beneficiamos. Há que se mencionar também a concorrência com plataformas do exterior, que se valem de brechas na legislação para enviar milhões de pacotes de encomendas diariamente ao Brasil, sem recolher qualquer tributo, praticando subfaturamento e disfarçando suas vendas sob o pretexto de “presentes de pessoa física para pessoa física”. Percebe-se que, finalmente, o poder público tomou ciência da situação e começa a ventilar possíveis medidas práticas para garantir uma carga tributária igual a todos. Por hora, o fato dos produtos legalizados brasileiros serem tributados em cerca de 40% do preço final enquanto certas plataformas conseguem entregar pagando zero, é algo que comprime as vendas e margens de toda a cadeia.

Além do ambiente externo, como mencionei na última conferência de resultados, tivemos também uma tempestade criada dentro de casa: a migração do ERP para o sistema SAP. Durante a ocasião, usei a palavra “incalculável” para descrever o tamanho do prejuízo causado especificamente por essa migração e agora no fechamento do trimestre, podemos dar um pouco de cor a essa palavra. Posso dizer com bastante confiança que a esmagadora maioria do prejuízo que estamos amargando é diretamente ligada aos custos e problemas da migração. Cito aqui alguns para exemplificar, entre muitos outros:

- Travamento de entradas de mercadorias e matérias-primas, paralisando a produção, acumulando materiais nos portos e gerando espiral de custos alfandegários;
- Lentidão na produção por travas de apontamento, gerando centenas de colaboradores parados aguardando destravamento de sistema;
- Travamento no faturamento, erros de carga de dados de inventário, impactando entregas, gerando multas e desabastecimento no mercado;
- Verbas adicionais concedidas a clientes e descontos para recuperar espaços perdidos nas lojas;
- Complexidade adicional e travamentos específicos de produtos com número de série, dificultando ainda mais a saída e atrasando o giro de smartphones, categoria especialmente perecível;
- Custos adicionais de hora extra de fábrica e logística, bem como consultoria de sistemas;
- Travamento nas trocas de garantia a consumidores finais, gerando enxurradas de reembolsos;
- Problemas de parametrização fiscal, causando faturamentos errados, retornos de mercadoria, reenvios e centenas de notas fiscais tendo que ser refaturadas manualmente por dia;
- Verbas rescisórias referentes à redução do quadro feita em fevereiro.

Esses são apenas alguns dos problemas operacionais gerados pela migração de ERP. Certamente os piores problemas já foram equacionados, porém as consequências da migração serão sentidas ainda por mais um tempo. Mas apesar dos desafios ainda enfrentados, geramos caixa. Sim, o estoque baixou cerca de R\$240 milhões em relação ao final de 2022, mas continuamos repondo os produtos mais importantes para a recuperação da lucratividade. Em termos de varejo, cerca de 80% do custo das mercadorias vendidas foi usado para colocar novos pedidos de materiais mais baratos, que virão com frete muito menor e já com margens saudáveis no plano conservador. Conforme mencionei na minha carta anterior, paralisamos novos projetos de CAPEX, mas continuamos todos os projetos atuais sem parar no meio investimentos que estavam sendo feitos e parcialmente pagos, como por exemplo a fábrica de motos da Watts, em Manaus, já 100% completa, máquinas de embalagem robotizadas para a linha de tapetes Pet da Blue, a fábrica de injeção plástica e as obras dos galpões G6 (terminado) e G10 (90% concluído), que permitirão concentrar todos os produtos de cinco para apenas dois depósitos em Minas Gerais.

A agenda da Multi agora é composta pelo tripé da a) estabilização completa do SAP b) corte de linhas de produto deficitárias e c) geração de caixa. Estamos 100% focados nisso e com o time confiante que vamos virar o jogo. Até agora a rotatividade tem sido baixa, refletindo o comprometimento do time na entrega desses resultados. Por fim, quero deixar o meu muito obrigado a todos os colaboradores, clientes, acionistas e parceiros que nos apoiam diariamente.

Alê Ostrowiecki

CEO do Grupo Multi

Resultados Consolidados



RESULTADOS CONSOLIDADOS 1T23

Demonstrações dos Resultados Consolidados

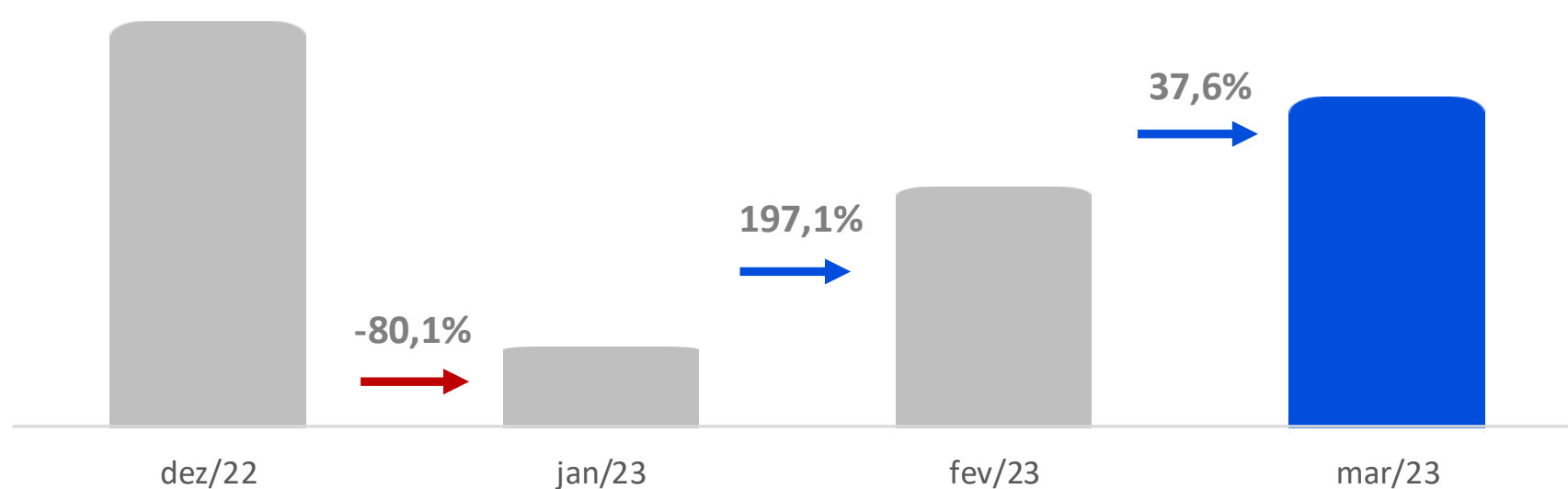
| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|---|----------------|----------------|-------------------|----------------|-------------------|
| Receita Líquida | 784,6 | 1.111,8 | -29,4% | 975,5 | -19,6% |
| Custo da Mercadoria Vendida | (837,1) | (910,8) | -8,1% | (698,1) | 19,9% |
| Lucro Bruto | (52,4) | 201,0 | - | 277,4 | - |
| Margem Bruta (%) | -6,7% | 18,1% | -24,8 p.p. | 28,4% | -35,1 p.p. |
| Receitas (Despesas) Operacionais | | | | | |
| Despesas com Vendas | (243,2) | (316,1) | -23,1% | (210,5) | 15,5% |
| Despesas Gerais e Administrativas | (40,2) | (64,3) | -37,5% | (32,5) | 23,5% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | 28,0 | 13,9 | 101,2% | 80,9 | -65,4% |
| Resultado Operacional | (307,9) | (165,5) | 86,0% | 115,2 | - |
| Receitas Financeiras | 27,2 | 38,3 | -29,2% | 34,8 | -21,8% |
| Despesas Financeiras | (111,6) | (72,9) | 53,0% | (167,1) | -33,2% |
| Variação Cambial Líquida | 43,7 | 36,2 | 20,9% | 187,4 | -76,7% |
| Lucro Antes do IR e CS | (348,6) | (163,9) | 112,6% | 170,3 | - |
| IR e CS Corrente | (0,3) | (20,2) | -98,6% | (2,3) | -87,3% |
| IR e CS Diferidos | 6,2 | (21,1) | - | 3,0 | 108,9% |
| Lucro (Prejuízo) Líquido | (342,6) | (205,2) | 66,9% | 171,0 | - |
| Margem Líquida (%) | -43,7% | -18,5% | -25,2 p.p. | 17,5% | -61,2 p.p. |
| Resultado Por Ação (em R\$) | (0,42) | (0,25) | 66,9% | 0,21 | - |
| EBITDA | (295,3) | (150,4) | 96,4% | 128,0 | - |
| Margem EBITDA (%) | -37,6% | -13,5% | -24,1 p.p. | 13,1% | -50,8 p.p. |

Receita Líquida

No 1T23, a receita líquida foi de R\$784,6 milhões, 29,4% menor que no 4T22 e 19,6% inferior ao 1T22, impactada principalmente pela migração do sistema ERP da Companhia, que trouxe dificuldades no faturamento e despacho de produtos especialmente nos dois primeiros meses de integração do novo sistema, parcialmente compensada pelo efeito do cut-off das vendas do final do ano passado.

Em janeiro, mês no qual houve a troca de sistemas, a receita atingiu cerca de 30% do usual para o período, porém ganhou tração nos meses seguintes, conforme os problemas da integração foram sendo solucionados. Em fevereiro, o nível de faturamento estava próximo aos 50% do usual e, em março, a Companhia atingiu sua meta interna.

Evolução do Faturamento Mensal



Nota: Baseado em números gerenciais, não auditados

Custo da Mercadoria Vendida

O custo da mercadoria vendida no 1T23 foi de R\$837,1 milhões, superando a receita líquida e levando a Companhia a registrar um prejuízo bruto pela primeira vez em sua história.

O aumento no CMV se deve principalmente à migração do ERP, como também a um crescimento nos custos com pessoal, como resultado da redução no quadro de colaboradores da Companhia, além da constituição de uma provisão para obsolescência nos estoques, relacionada a alguns modelos de PCs e de smartphones, cujos preços foram baixados no 1T23 em função de um cenário mercadológico desafiador nesses segmentos. A provisão, que visa adequar o custo do estoque à realidade do mercado, totalizou R\$91,3 milhões.

Lucro (Prejuízo) Bruto

No 1T23, a Companhia registrou um prejuízo bruto de R\$52,4 milhões, como resultado do aumento do CMV, que por sua vez foi impactado pela migração do sistema ERP e pela constituição da provisão acima mencionada, bem como pela liquidação de produtos com cobertura de estoque elevada, conforme estratégia comentada pela companhia na teleconferência de resultados do 4T22.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|-----------------------------|---------|---------|------------|---------|------------|
| Receita Líquida | 784,6 | 1.111,8 | -29,4% | 975,5 | -19,6% |
| Custo da Mercadoria Vendida | (837,1) | (910,8) | -8,1% | (698,1) | 19,9% |
| CMV % da RL | -106,7% | -81,9% | -24,8 p.p. | -71,6% | -35,1 p.p. |
| Lucro Bruto | (52,4) | 201,0 | - | 277,4 | - |
| Margem Bruta (%) | -6,7% | 18,1% | -24,8 p.p. | 28,4% | -35,1 p.p. |

Despesas com Vendas

No 1T23, as despesas com vendas totalizaram R\$243,2 milhões, uma redução de 23,1% em relação ao 4T22, porém aumento de 15,5% em relação ao 1T22.

A troca do sistema ERP acabou ocasionando um gargalo logístico na Companhia, com muitos pedidos tendo sua entrega atrasada em função disto. Para mitigar o problema, a Multi optou por fatiar os pedidos em vários, de forma a realizar as entregas na maior velocidade possível, o que ocasionou um importante crescimento nas despesas com distribuição.

Adicionalmente, em função da piora no cenário macroeconômico, em conformidade com sua política de PECLD, a Companhia majorou o montante provisionado para créditos de liquidação duvidosa, o que também contribuiu para o crescimento das despesas com vendas.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|---------------------------------|--------------|--------------|---------------|--------------|--------------|
| Comerciais | 70,0 | 100,9 | -30,6% | 67,9 | 3,1% |
| Distribuição | 71,7 | 86,0 | -16,7% | 49,0 | 46,4% |
| Promoções e Marketing | 43,3 | 39,5 | 9,6% | 35,3 | 22,7% |
| Pós-Venda | 21,0 | 30,5 | -31,1% | 23,0 | -8,6% |
| Pesquisa e Desenvolvimento | 15,5 | 22,3 | -30,3% | 25,6 | -39,3% |
| Créditos de Liquidação Duvidosa | 21,7 | 36,9 | -41,3% | 9,8 | 121,4% |
| Despesas com Vendas | 243,2 | 316,1 | -23,1% | 210,5 | 15,5% |
| % da Receita Líquida | 31,0% | 28,4% | 2,6 p.p. | 21,6% | 9,4 p.p. |

Despesas Gerais e Administrativas

As despesas gerais e administrativas foram de R\$40,2 milhões no 1T23, 23,5% maiores que no 1T22, como resultado principalmente do aumento nas despesas com pessoal, em função dos desligamentos que ocorreram no trimestre, de honorários e serviços devido à migração do ERP e a consequente necessidade de contratação de consultores especialistas, bem como na linha de alugueis, seguros, viagens e outras.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--|-------------|-------------|---------------|-------------|--------------|
| Com Pessoal | 11,4 | 11,6 | -1,6% | 10,4 | 9,8% |
| Honorários e Serviços | 6,6 | 18,0 | -63,5% | 6,0 | 9,5% |
| Comunicação | 0,6 | 2,8 | -78,1% | 0,6 | -0,2% |
| Tecnologia e Comunicação | 11,2 | 13,8 | -18,7% | 9,2 | 22,1% |
| Aluguéis, Seguros, Viagens, Outras | 10,3 | 18,0 | -42,7% | 6,3 | 63,7% |
| Despesas Gerais e Administrativas | 40,2 | 64,3 | -37,5% | 32,5 | 23,5% |
| % da Receita Líquida | 5,1% | 5,8% | -0,7 p.p. | 3,3% | 1,8 p.p. |

Resultado Financeiro Líquido

No 1T23, a Multi registrou um resultado financeiro líquido negativo de R\$40,7 milhões, frente a R\$55,1 milhões positivos no 1T22. O resultado líquido de variações cambiais ativas e passivas ficou em R\$43,7 milhões, compensado por uma perda líquida de R\$79 milhões com derivativos. Os juros passivos, que consideram juros sobre empréstimos e financiamentos bem como despesas bancárias, ficaram em R\$19 milhões, sendo parcialmente compensados pelos juros ativos, que incluem juros recebidos de clientes e rendimentos de aplicações financeiras e totalizaram R\$17,1 milhões no trimestre.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|---|---------------|------------|----------|-------------|----------|
| Juros Passivos | (19,0) | (24,2) | -21,4% | (9,9) | 91,6% |
| Juros Ativos | 17,1 | 13,5 | 26,7% | 20,0 | -14,4% |
| Resultado de Variações Cambiais Ativas e Passivas | 43,7 | 36,2 | 20,9% | 187,4 | -76,7% |
| Resultado Líquido com Derivativos | (79,0) | (28,7) | 175,4% | (147,5) | -46,4% |
| Valor Justo do Mútuo Conversível em Participação Societária | 0,0 | (0,2) | - | 0,0 | - |
| Ajustes a Valor Presente | 7,7 | 17,1 | -55,0% | 8,2 | -6,6% |
| Resultado Líquido de Atualizações Monetárias | (9,4) | (17,5) | -46,2% | 2,5 | - |
| Outras Receitas (Despesas) Financeiras | (1,8) | 5,4 | - | (5,6) | -68,4% |
| Resultado Financeiro Líquido | (40,7) | 1,6 | - | 55,1 | - |

EBITDA

No 1T23, a Multi apresentou um EBITDA negativo de R\$295,3 milhões, com uma margem EBITDA negativa de 37,6%, frente a um EBITDA negativo de R\$150,4, com margem negativa de 13,5% no 4T22.

Esse resultado decorre principalmente da redução da margem bruta e do aumento das despesas em um cenário com faturamento reduzido, como resultado da migração do sistema ERP da Companhia.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|------------------------------|----------------|----------------|-------------------|--------------|-------------------|
| Lucro Líquido | (342,6) | (205,2) | 66,9% | 171,0 | - |
| Resultado Financeiro Líquido | 40,7 | (1,6) | - | (55,1) | - |
| IR e CS Corrente e Diferido | (6,0) | 41,3 | - | (0,7) | 711,0% |
| Depreciação e Amortização | 12,5 | 15,1 | -17,2% | 12,8 | -2,1% |
| EBITDA | (295,3) | (150,4) | 96,4% | 128,0 | - |
| Margem EBITDA (%) | -37,6% | -13,5% | -24,1 p.p. | 13,1% | -50,8 p.p. |

Lucro (Prejuízo) Líquido

No 1T23, a Multi registrou um prejuízo de R\$342,6 milhões, 66,9% superior ao prejuízo reportado no 4T22 e revertendo o lucro reportado de R\$171 milhões no 1T22.

Fluxo de Caixa

A estratégia da Companhia em focar na geração de caixa vem se mostrando efetiva. No 1T23, o fluxo de caixa gerado nas atividades operacionais foi de R\$170,8 milhões, comparado a um consumo de R\$44,5 milhões no 4T22 e de R\$397,7 no 1T22.

Essa geração de caixa é resultado do controle mais rigoroso acerca do ritmo de reposição do inventário, que passou a ser conduzido de forma mais moderada e com maior seletividade dos produtos, priorizando aqueles que apresentam maior giro e margem, bem como da importante redução na conta de estoques ao mesmo tempo em que foi observada uma diminuição no contas a receber do trimestre.

ENDIVIDAMENTO 1T23

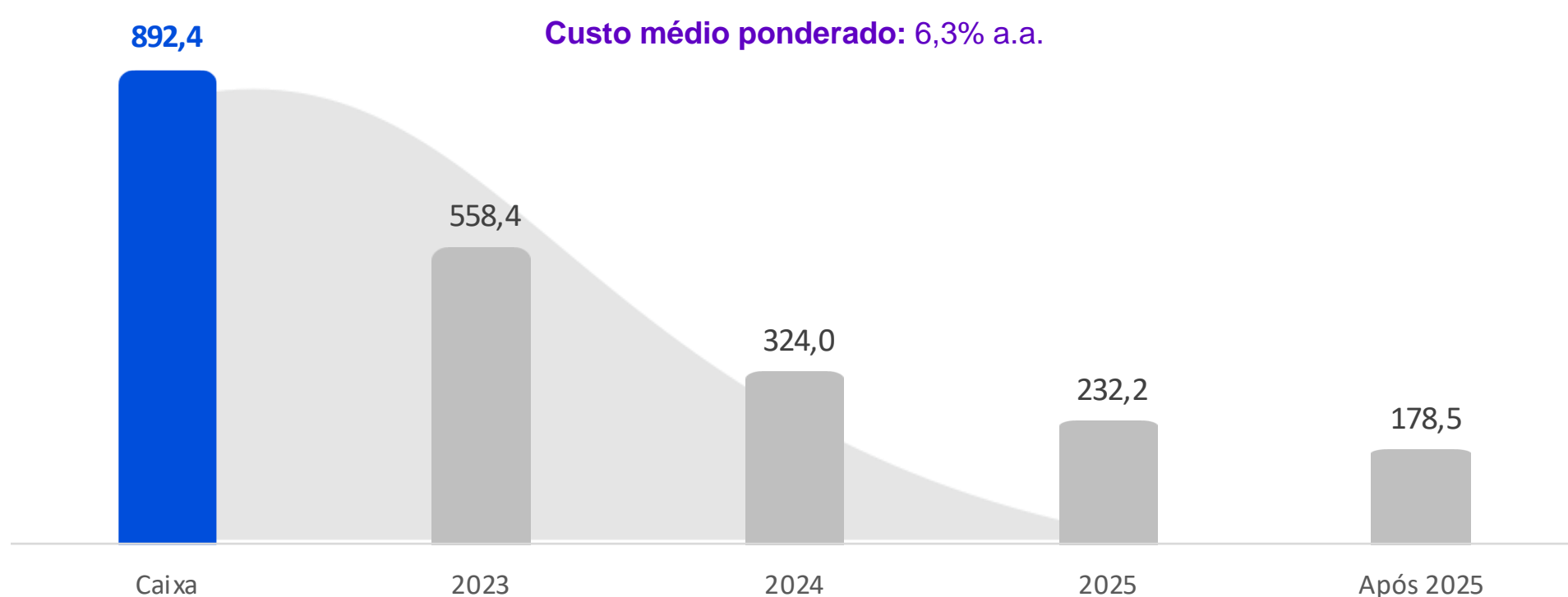
Endividamento

A Multi encerrou o 1T23 com R\$1.293,1 milhão em dívida bruta e R\$892,4 milhões em caixa, o que confere à Companhia uma dívida líquida de R\$400,7 milhões, o que representa uma redução de 26,7% em relação ao 4T22, e uma posição de caixa 1,5x maior que sua dívida de curto prazo.

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| Dívida Bruta | 1.293,1 | 1.210,0 | 6,9% | 746,4 | 73,2% |
| Empréstimos e Financiamentos (CP) | 606,0 | 530,7 | 14,2% | 479,0 | 26,5% |
| <i>% sobre Dívida Bruta</i> | <i>46,9%</i> | <i>43,9%</i> | | <i>64,2%</i> | |
| Empréstimos e Financiamentos (LP) | 687,1 | 679,3 | 1,2% | 267,5 | 156,9% |
| <i>% sobre Dívida Bruta</i> | <i>53,1%</i> | <i>56,1%</i> | | <i>35,8%</i> | |
| (-) Caixa e equivalentes de caixa | (892,4) | (663,1) | 34,6% | (739,8) | 20,6% |
| Dívida Líquida | 400,7 | 546,9 | -26,7% | 6,6 | 5925,7% |
| Alavancagem (Dívida líquida / EBITDA) | -2,24x | 2,24x | | 0,01x | |

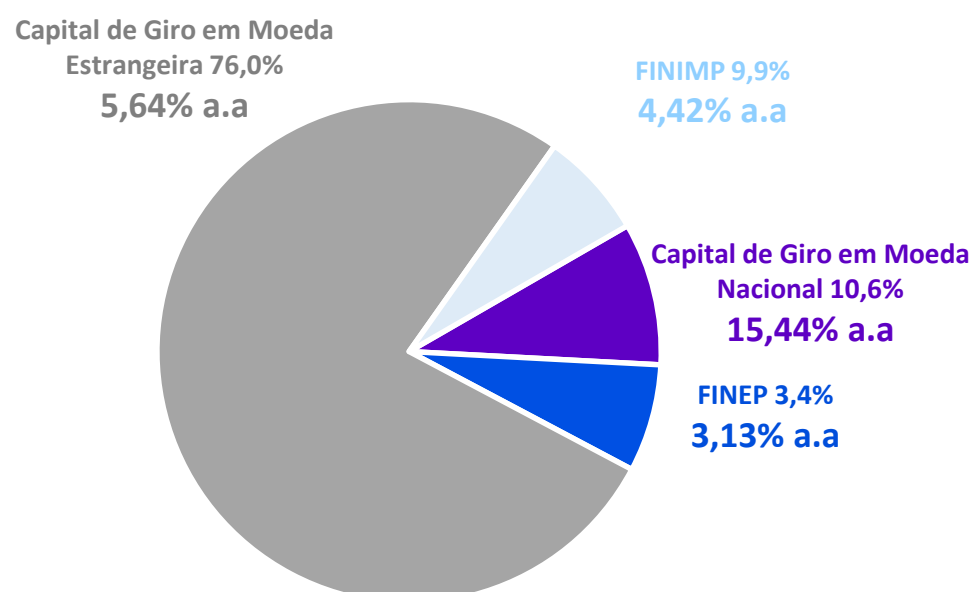
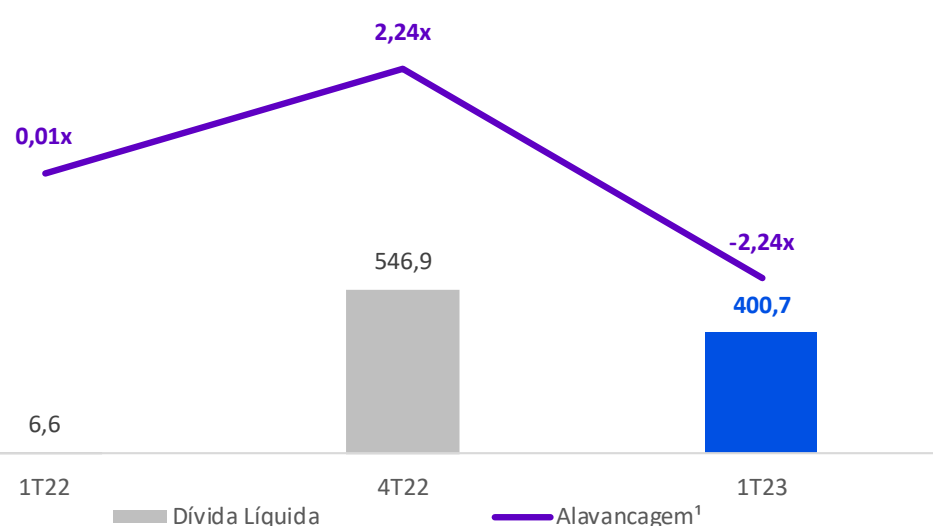
Nota: Considerando endividamento financeiro no 4T22

Cronograma de Amortização da Dívida



DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM¹

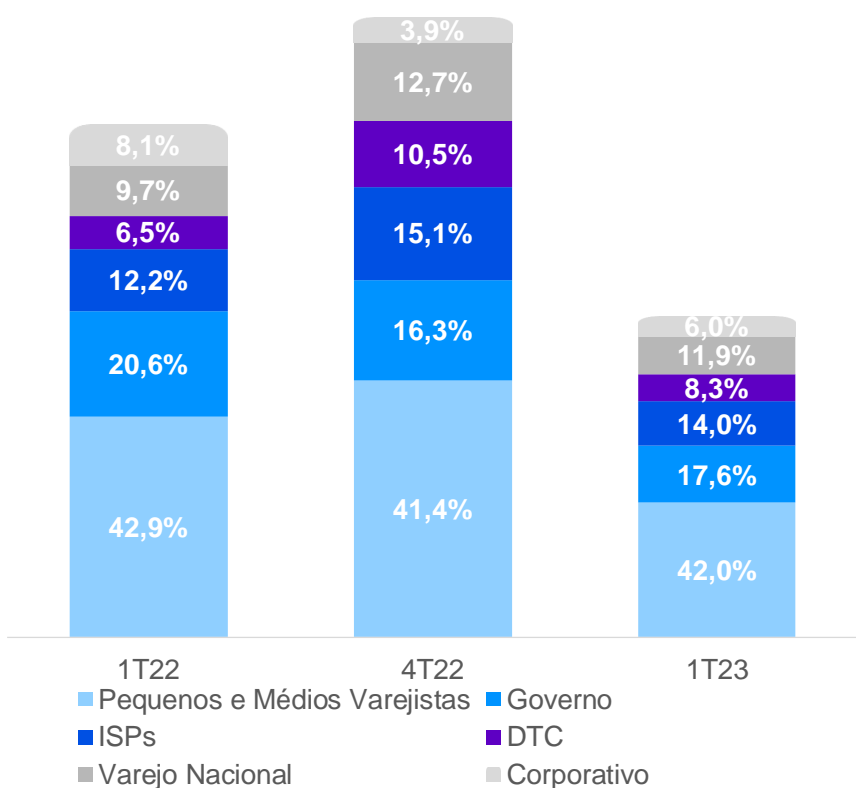
ABERTURA POR MODALIDADE E CUSTO



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

VENDAS POR CANAL 1T23¹

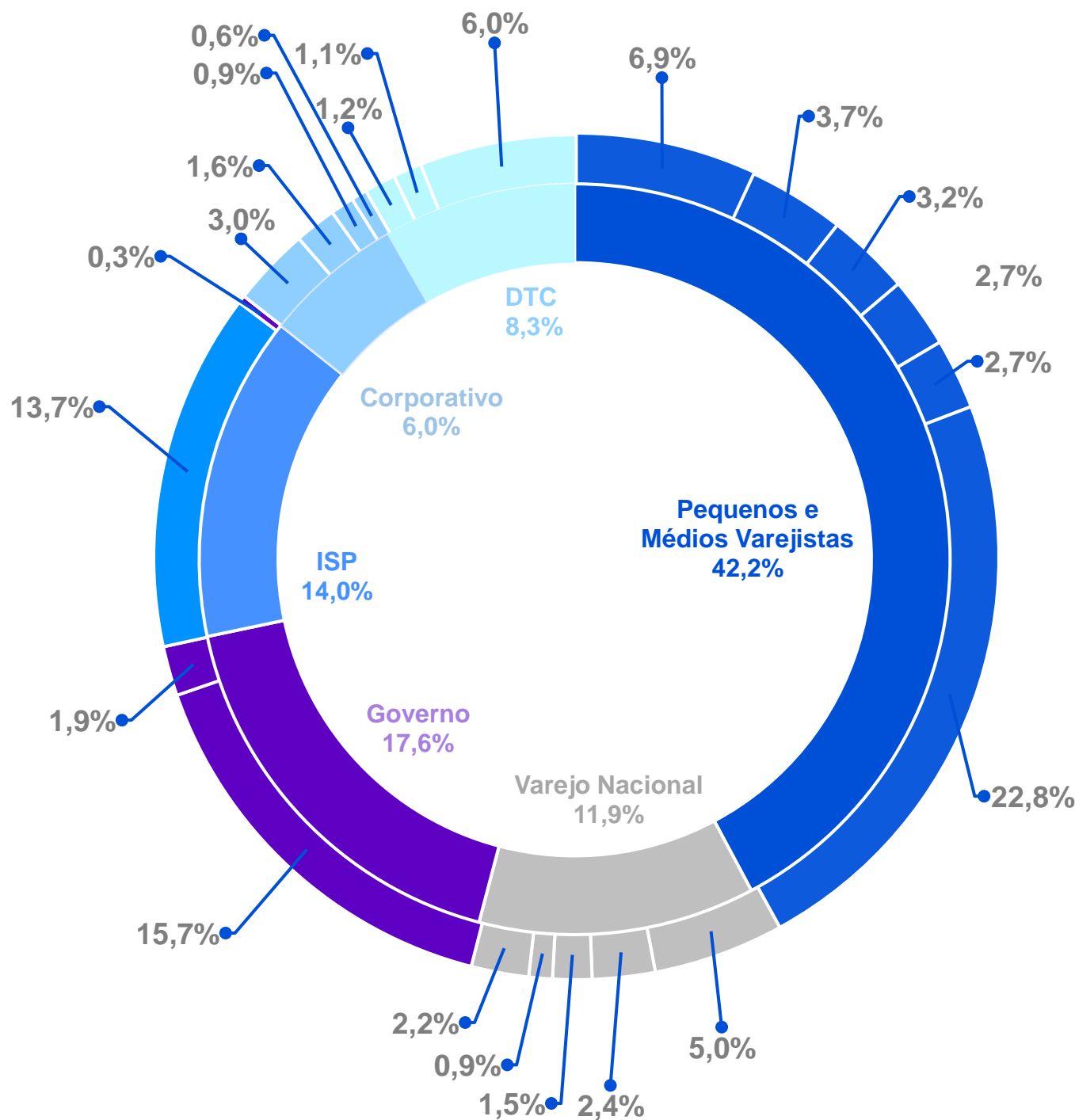
Evolução das Vendas por Canal²



| | Δ% 1T23 x 1T22 | Δ% 1T23 x 4T22 |
|------------------------------|----------------|----------------|
| Pequenos e Médios Varejistas | -38,9% | -47,5% |
| Varejo Nacional | -23,2% | -51,5% |
| Governo | -46,5% | -43,9% |
| ISP | -28,2% | -51,9% |
| Corporativo | -53,4% | -20,7% |
| DTC | -19,6% | -59,0% |

Abertura das Vendas por Canal

| Top famílias por Canal | % Canal | % Total |
|-------------------------------------|---------|---------|
| Pequenos e médios varejistas | | |
| Telas & Vídeo | 16,4% | 6,9% |
| Segurança | 8,9% | 3,7% |
| Eletrorportáteis | 7,6% | 3,2% |
| Health Care | 7,5% | 3,2% |
| Áudio & A. Mobile | 6,6% | 2,7% |
| Outros | 53,0% | 22,3% |
| Varejo nacional | | |
| Telas & Vídeo | 42,0% | 5,0% |
| Áudio & A. Mobile | 19,9% | 2,4% |
| Eletrorportáteis | 12,3% | 1,5% |
| Tablets & PCs | 12,2% | 1,5% |
| Outros | 13,6% | 1,6% |
| Governo | | |
| Tablets & PCs | 88,8% | 15,7% |
| Outros | 11,2% | 2,0% |
| ISP | | |
| Redes | 97,8% | 13,7% |
| Outros | 2,2% | 0,3% |
| Corporativo | | |
| OEM | 49,6% | 3,0% |
| Redes | 26,3% | 1,6% |
| Telefonia | 14,6% | 0,9% |
| Outros | 9,6% | 0,6% |
| DTC³ | | |
| Telas & Video | 14,6% | 1,2% |
| Eletrorportáteis | 13,3% | 1,1% |
| Outros | 72,1% | 6,0% |



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 de forma sequencial.

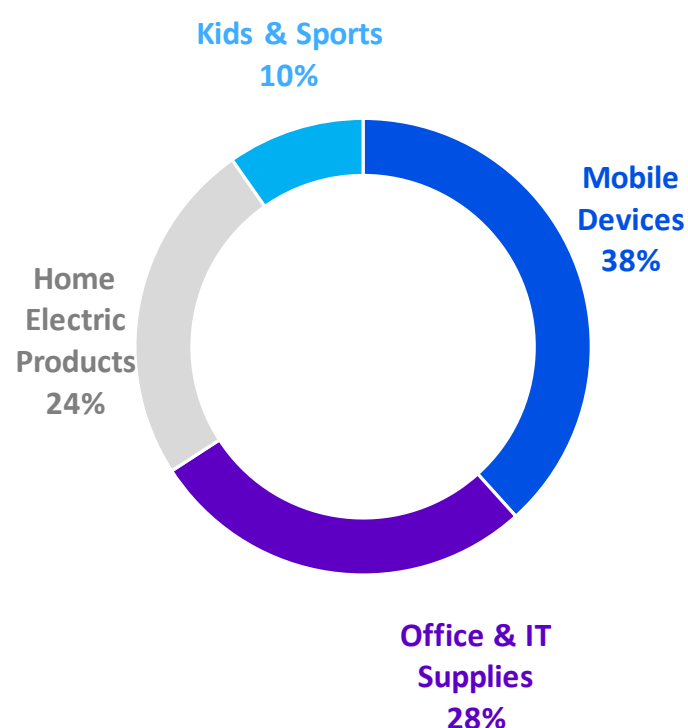
³Vendas diretas ao consumidor final considerando e-commerce, market place e loja física.

ABERTURA DAS VENDAS POR SEGMENTO 1T23

Segmentos Operacionais

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

- **MOBILE DEVICES:** Tablets & PCs | Telefonia
- **OFFICE & IT SUPPLIES:** Acessórios de Informática | Drones | 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 | Drones e Câmeras | Gamer



| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|-------------------------|---------------|----------------|-------------------|--------------|-------------------|
| Receita Líquida | 784,6 | 1.111,8 | -29,4% | 975,5 | -19,6% |
| Mobile Devices | 300,7 | 309,1 | -2,7% | 303,2 | -0,8% |
| Office & IT Supplies | 215,9 | 316,3 | -31,7% | 308,4 | -30,0% |
| Home Electric Products | 191,7 | 354,5 | -45,9% | 284,5 | -32,6% |
| Kids & Sports | 76,4 | 131,9 | -42,1% | 79,4 | -3,8% |
| Lucro Bruto | (52,4) | 201,0 | - | 277,4 | - |
| Mobile Devices | (173,7) | 73,8 | - | 92,7 | - |
| Office & IT Supplies | 41,7 | 22,2 | 87,7% | 69,9 | -40,4% |
| Home Electric Products | 51,9 | 72,0 | -27,9% | 82,5 | -37,1% |
| Kids & Sports | 27,7 | 33,0 | -16,1% | 32,3 | -14,4% |
| Margem Bruta (%) | -6,7% | 18,1% | -24,8 p.p. | 28,4% | -35,1 p.p. |
| Mobile Devices | -57,7% | 23,9% | -81,6 p.p. | 30,6% | -88,3 p.p. |
| Office & IT Supplies | 19,3% | 7,0% | 12,3 p.p. | 22,7% | -3,4 p.p. |
| Home Electric Products | 27,1% | 20,3% | 6,8 p.p. | 29,0% | -1,9 p.p. |
| Kids & Sports | 36,2% | 25,0% | 11,2 p.p. | 40,7% | -4,5 p.p. |



Mobile Devices

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Mobile Devices

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|------------------|---------|-------|------------|-------|------------|
| Receita Líquida | 300,7 | 309,1 | -2,7% | 303,2 | -0,8% |
| Lucro Bruto | (173,7) | 73,8 | - | 92,7 | - |
| Margem Bruta (%) | -57,7% | 23,9% | -81,6 p.p. | 30,6% | -88,3 p.p. |

No 1T23, a receita líquida foi de R\$300,7 milhões, praticamente estável em relação ao 1T22 e 2,7% menor que no 4T22, graças principalmente ao efeito do cut-off das vendas faturadas em dezembro de 2022, porém entregues e reconhecidas contabilmente apenas em janeiro de 2023.

O lucro bruto ficou negativo em R\$173,7 milhões, revertendo o resultado positivo dos períodos anteriores. Esse resultado se deve principalmente à necessidade de rebaixa de preços relacionada a alguns modelos de PCs e smartphones, de forma a adequá-los a um cenário mercadológico desafiador nessas categorias. Em função dessa rebaixa de preços, a Companhia constituiu uma provisão de obsolescência de seu estoque no montante de R\$91,3 milhões, a qual também impactou o lucro bruto do segmento no 1T23.

Principais Destaques¹

Tablets & PCs registraram forte queda de 50,5% nas vendas do 1T23 quando comparado ao 4T22 e de 54,1% em relação ao mesmo período do ano passado. De uma perspectiva de canal, varejo nacional e governo concentraram 82,2% das vendas dessa família de produtos no trimestre. A participação do varejo regional foi pressionada, passando de 15,2% no 4T22 para 11,1% no 1T23.

As vendas de **Telefonia** também sofreram forte redução, da ordem de 48% quando comparado aos dois períodos anteriores, principalmente em função de um desempenho fraco no varejo, que foi parcialmente compensando pelo canal de governo. Historicamente, a maior parte dos produtos de telefonia da Multi são vendidos aos clientes varejistas da Companhia, com uma maior participação do pequeno e médio, seguido pelo varejo nacional.

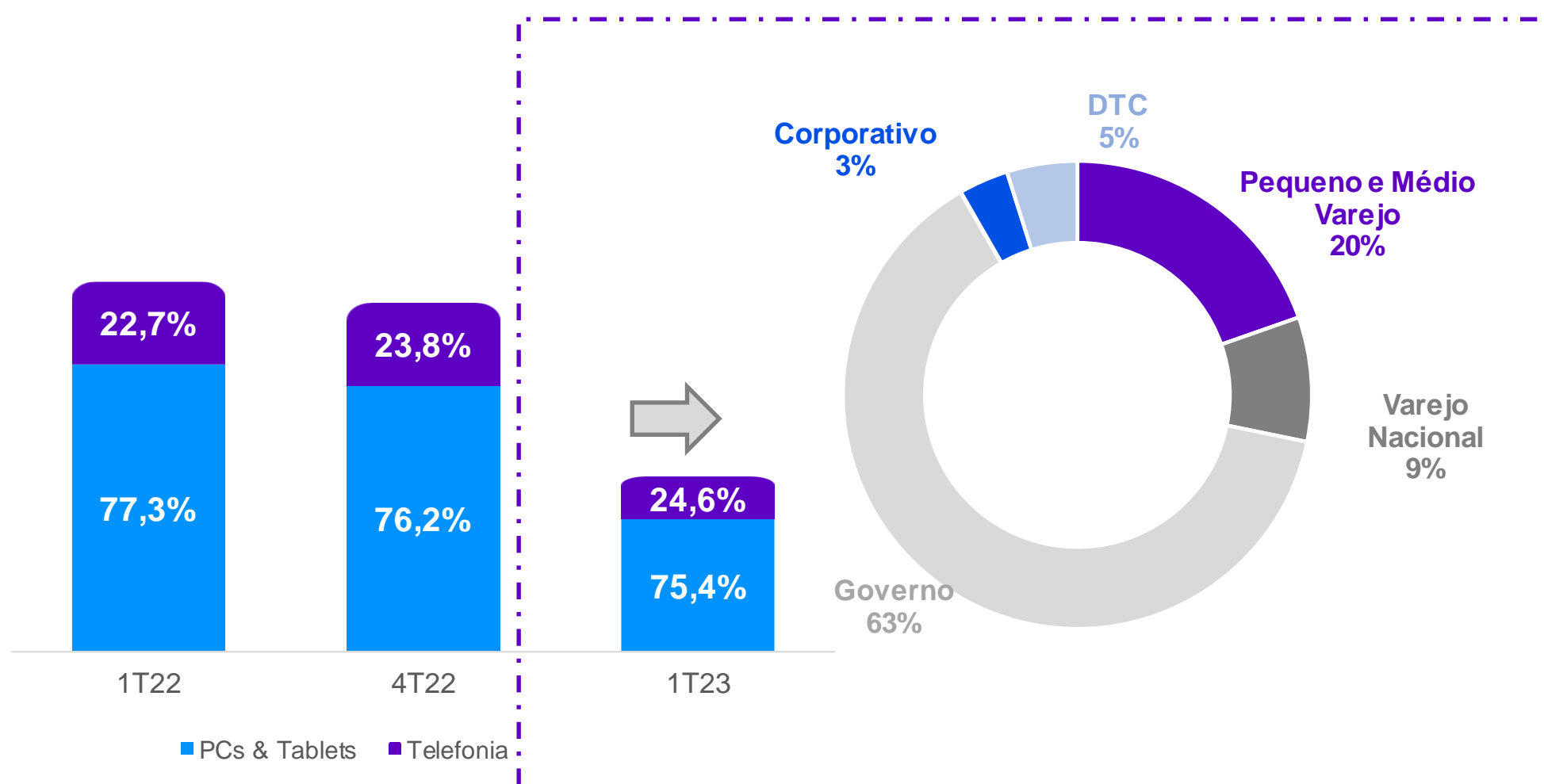
¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

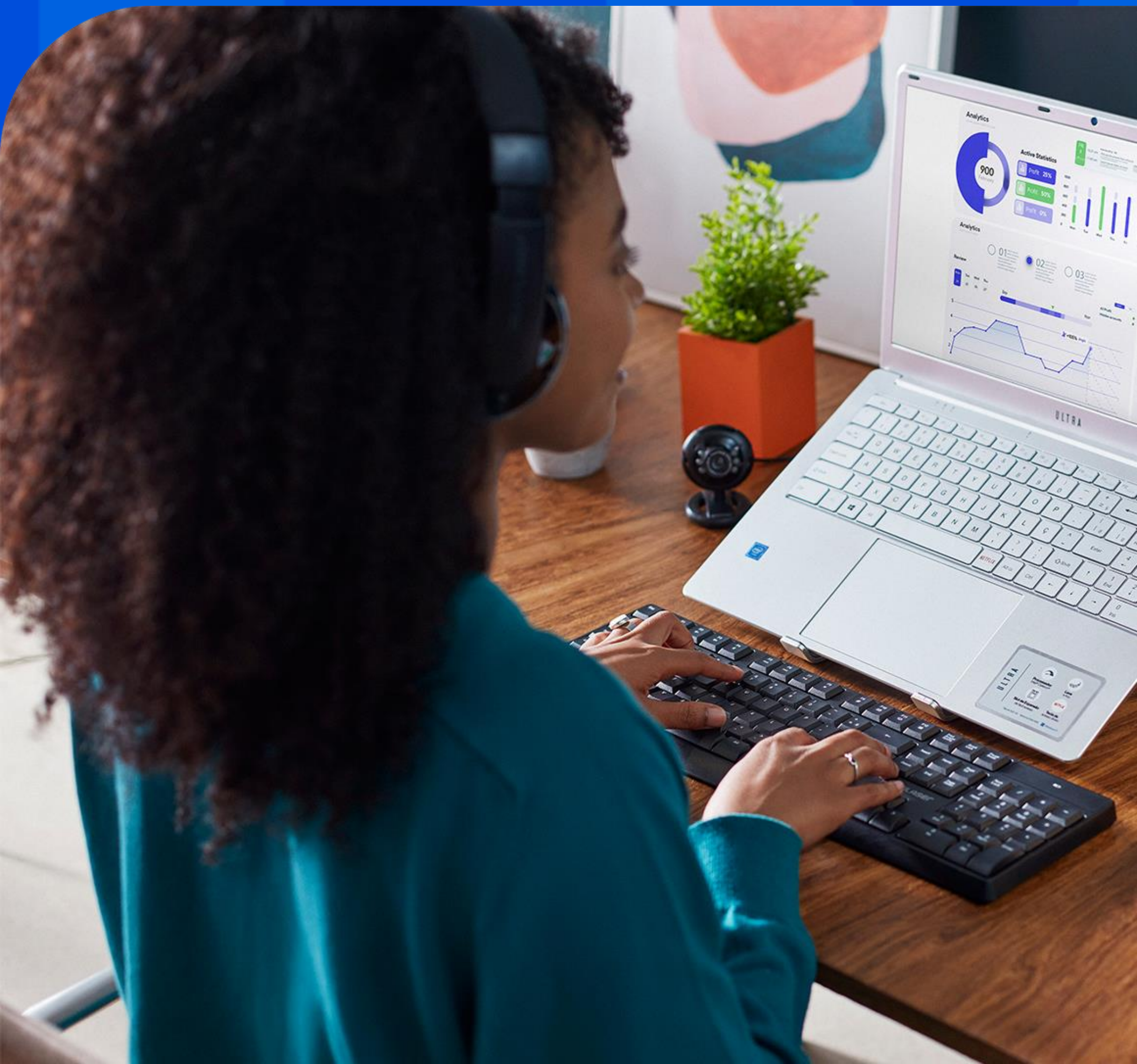
| Mobile Devices | Δ% 1T23 vs. 4T22 | Δ% 1T23 vs. 1T22 |
|----------------|------------------|------------------|
| PCs & Tablets | -50,5% | -54,1% |
| Telefonia | -48,2% | -48,9% |

Abertura por Família e Canal¹



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

Office & IT Supplies



SEGMENTOS OPERACIONAIS

Office & IT Supplies

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|------------------|-------|-------|-----------|-------|-----------|
| Receita Líquida | 215,9 | 316,3 | -31,7% | 308,4 | -30,0% |
| Lucro Bruto | 41,7 | 22,2 | 87,7% | 69,9 | -40,4% |
| Margem Bruta (%) | 19,3% | 7,0% | 12,3 p.p. | 22,7% | -3,4 p.p. |

No 1T23, a receita líquida foi de R\$215,9 milhões, redução de 31,7% em relação ao 4T22 e de 30% em relação ao 1T22, impactada principalmente pela migração do ERP da Companhia.

No trimestre, o lucro bruto aumentou 87,7% frente ao 4T22 e reduziu 40,4% frente ao 1T22, com a margem bruta ficando em 19,3%, uma melhora sequencial de 12,3 pontos percentuais.

Principais Destaques¹

A família **Redes**, a maior desse segmento, continua aumentando sua participação dentro do segmento, passando de 45% no 1T22 para 57,5% no 1T23, porém as vendas sofreram queda de 15,9% no período. O canal de ISP permaneceu sendo o mais representativo e correspondeu a 78,6% das vendas dessa família no trimestre.

Acessórios PCs apresentou vendas 58,4% inferiores frente ao 4T22 e 61,4% frente ao mesmo período do ano anterior. Sua participação nas vendas do segmento, passaram de 13,6% no 1T22 para 11% no 4T22 e 8,0% no 1T23, como resultado de uma menor representatividade nas vendas de periféricos de informática da Microsoft e na família de teclados. O canal varejo regional continua sendo o mais relevante, correspondendo a 81,6% das vendas dessa família.

Mídias também seguiram com queda nas vendas, de 48,3% comparado ao 4T22 e de 51,4% em relação ao 1T22, com mídias e DVDs sendo as categorias mais pressionadas no trimestre. Em relação aos canais de distribuição, o canal de pequenos e médios varejistas foi responsável por 88% das vendas, seguido pelo DTC com 6,3%.

Segurança apresentou queda de 25,7% frente ao 4T22, porém cresceu 16,8% frente ao 1T22. A família continua ganhando mais relevância no segmento, registrando um aumento na sua representatividade de 7,4% no 1T22 para 13,1% no 1T23. Destaque para as linhas da Hikvision e Hilook que ganham cada vez mais tração dentro do negócio e já passaram a representar 14,6% e 31,2% do faturamento da família.

Papel & Escritório apresentou queda de 19,3% e 37% frente ao 4T22 e 1T22, respectivamente. O grupo de produtos para escritório como fragmentadora de papel e repouso para os pés, bem como o grupo de móveis para escritório foram mais pressionados, perdendo representatividade de vendas no trimestre. Por outro lado, destaque positivo para a Targus, que aumentou sua representatividade de vendas dentro desta família, passando de 4,8% no 1T22 para 31,1% no 1T23.

OEM sofreu redução de 29,9% nas vendas em relação ao 4T22 e de 57,6% quando comparado ao mesmo período do ano anterior. Módulos de memória foi o grupo mais pressionado no período, passando sua representatividade na família de 30,5% no 1T22, para 7,8% no 1T23.

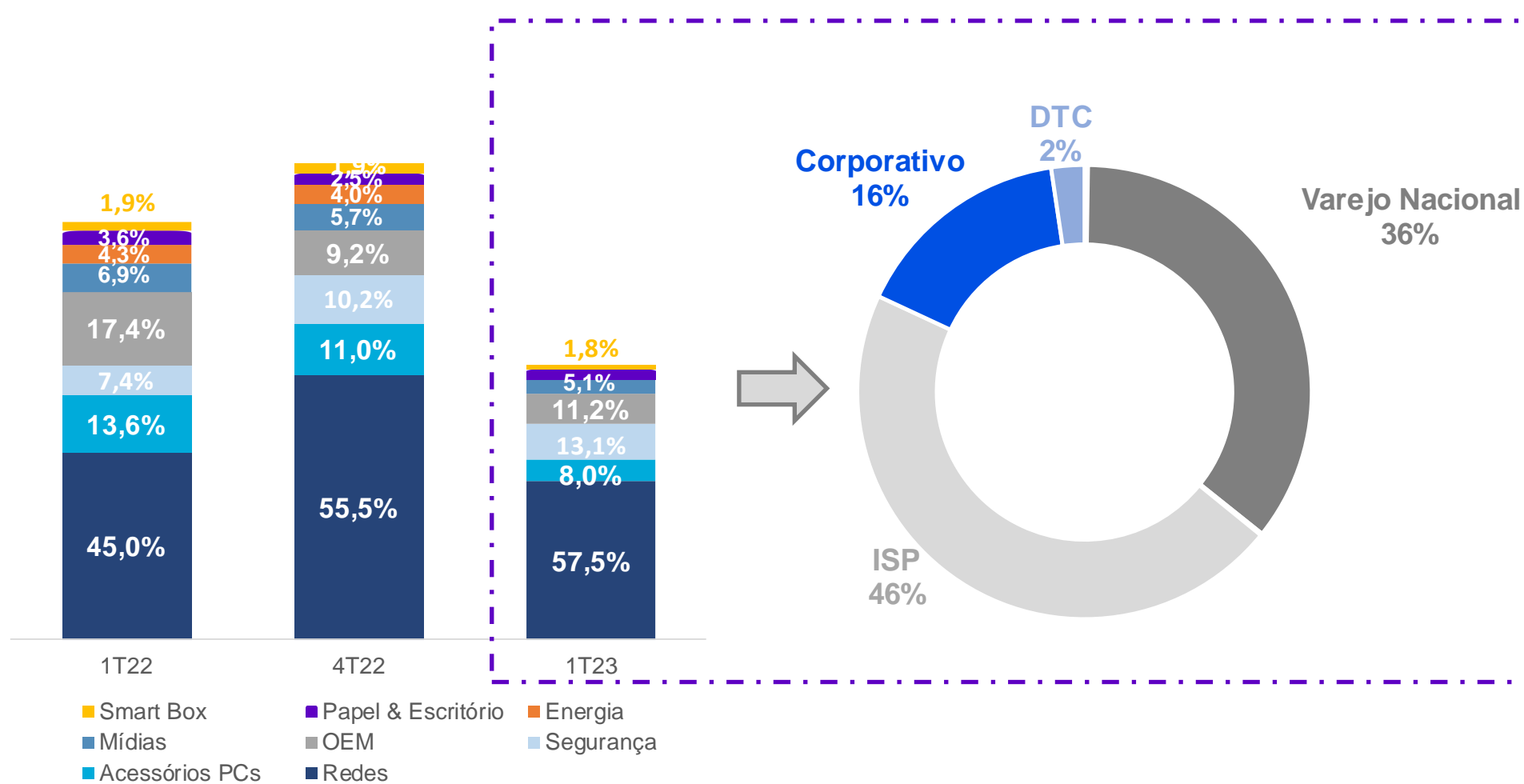
¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

| Office & IT Supplies | Δ% 1T23 vs. 4T22 | Δ% 1T23 vs. 1T22 |
|----------------------|------------------|------------------|
| Acessórios PCs | -58,4% | -61,4% |
| Smart Box | -46,2% | -39,4% |
| Mídias | -48,3% | -51,4% |
| OEM | -29,9% | -57,6% |
| Papel & Escritório | -19,3% | -37,0% |
| Redes | -40,2% | -15,9% |
| Segurança | -25,7% | 16,8% |

Abertura por Família e Canal¹



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



**Home Electric
Products**

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Home Electric Products

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|------------------|-------|-------|----------|-------|-----------|
| Receita Líquida | 191,7 | 354,5 | -45,9% | 284,5 | -32,6% |
| Lucro Bruto | 51,9 | 72,0 | -27,9% | 82,5 | -37,1% |
| Margem Bruta (%) | 27,1% | 20,3% | 6,8 p.p. | 29,0% | -1,9 p.p. |

No 1T23, a receita líquida foi de R\$191,7 milhões, queda de 45,9% em relação ao 4T22 e de 32,6% em relação ao 1T22, impactada pela migração do ERP da Companhia.

O lucro bruto sofreu queda de 27,9% em relação ao 4T22 e de 37,1% quando comparado ao mesmo período do ano anterior, porém a margem bruta apresentou melhora frente ao 4T22, aumentando 6,8 p.p., atingindo 27,1%.

Principais Destaques¹

Telas & Vídeos continuam a ser a maior família do segmento, representando 43,7% do segmento no 1T23. No trimestre, apresentou queda de 61,1% nas vendas em relação ao 4T22 e aumento de 17,3% em relação ao 1T22. Em uma perspectiva de canal, cerca de 90,7% das vendas são realizadas no varejo, seguido pelo canal DTC, o qual representou 9,3% das vendas da família.

Eletroportáteis continua aumentando sua participação no segmento, atualmente, sendo responsável por 19,3% das vendas do segmento. Devido à migração do ERP, as vendas desta família reduziram 48,9% frente ao 4T22 e 28,3% frente ao 1T22. Destaque para a linha Gourmet, que contempla produtos como *air fryer* e chaleiras elétricas, a qual aumentou sua participação dentro da família para 62,7%, e ventiladores, cuja representatividade passou de 4,3% no 1T22 para 8,6% no 1T23.

Health Care apresentou queda de 47,8% nas vendas quando comparado ao 4T22 e de 62,1%, frente ao 1T22. Em relação a sua participação dentro do segmento, foi observado uma redução, passando de 23,5% de participação no 1T22 para 12,9% no 1T23. A categoria de produtos descartáveis foi a principal ofensora do trimestre, tendo sua participação nas vendas da família caindo de 20,6% para 8,4%. Porém, vale mencionar o aumento nas linhas cardio e ortopédico, que tiveram sua representatividade elevadas para 19,1% e 9,8%, respectivamente.

Áudio & Acessórios para Celulares apresentaram uma queda de 31,9% na receita frente ao 4T22 e de 44% frente 1T22. As caixas portáteis e caixas amplificadas apresentaram uma redução na participação da receita da família, que foi parcialmente compensada por um aumento na participação das vendas de caixas torre e mini system.

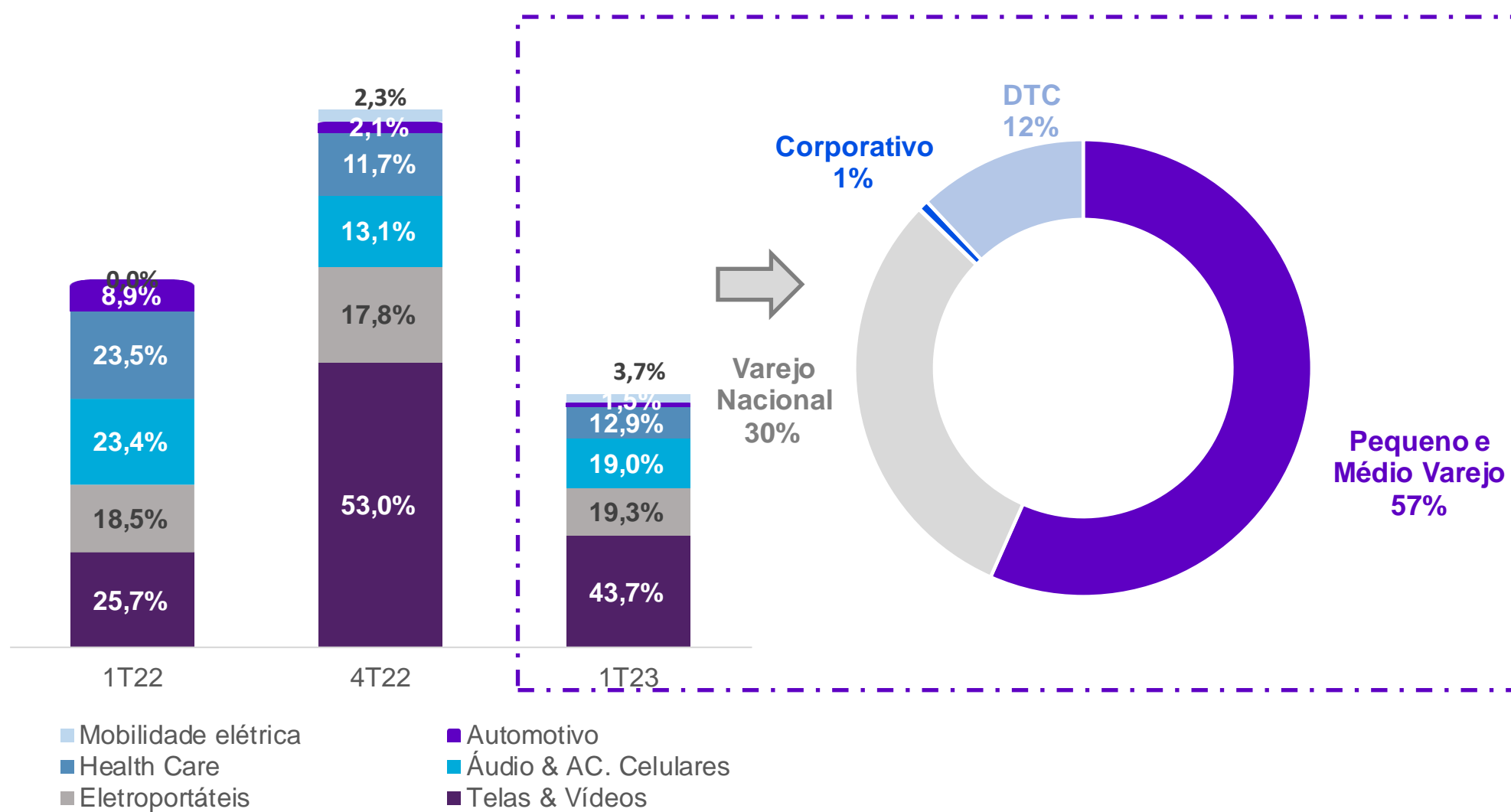
¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

| Home Electric Products | Δ% 1T23 vs. 4T22 | Δ% 1T23 vs. 1T22 |
|------------------------|------------------|------------------|
| Áudio & AC. Celulares | -31,9% | -44,0% |
| Automotivo | -66,3% | -88,6% |
| Eletrportáteis | -48,9% | -28,3% |
| Health Care | -47,8% | -62,1% |
| Telas & Vídeos | -61,1% | 17,3% |
| Mobilidade elétrica | -24,8% | - |

Abertura por Família e Canal¹



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

Kids & Sports



SEGMENTOS OPERACIONAIS

Kids & Sports

| R\$ Milhões | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|------------------|-------|-------|-----------|-------|-----------|
| Receita Líquida | 76,4 | 131,9 | -42,1% | 79,4 | -3,8% |
| Lucro Bruto | 27,7 | 33,0 | -16,1% | 32,3 | -14,4% |
| Margem Bruta (%) | 36,2% | 25,0% | 11,2 p.p. | 40,7% | -4,5 p.p. |

No 1T23, a receita líquida foi de R\$76,4 milhões, 42,1% menor que no 4T22 e 3,8% abaixo do mesmo período do ano anterior, impactada pela migração do ERP da Companhia.

O lucro bruto sofreu queda de 16,1% em relação ao 4T22 e de 14,4% comparado ao 1T22. A margem bruta aumentou 11,2 p.p. frente ao 4T22, atingindo 36,2%.

Principais Destaques¹

Baby registrou uma queda de 40,6% em relação ao 4T22 e de 19,6% frente o 1T22 e a sua representatividade no segmento caiu de 37,3% no 1T22 para 31,7% no 1T23. Destaque para a parceria com a Fisher Price, que continua contribuindo positivamente para o segmento e aumentou sua participação na receita desta família para 76,1%. Em relação aos canais, o varejo regional continua sendo o principal, sendo responsável por 68,1% das vendas, seguido do DTC, com 30%.

Pet apresentou queda de 11,4% em relação ao 4T22 e aumento de 3% em relação ao 1T22, sendo que sua participação no segmento aumentou de 17,9% no 1T22 para 19,4% no 1T23. Destaque para a venda de tapetes higiênicos que representou mais de 95% das vendas desta família.

Brinquedos apresentaram queda de 72,9% nas vendas quando comparado ao 4T22 e de 40,6% frente ao 1T22. As vendas de brinquedos concentram-se no varejo especializado, que ficou responsável por 85,3% do total de produtos vendidos desta família. Todavia, o canal DTC vem se destacando, passando de uma representatividade de 1,8% no 1T22 para 6,5% no 1T23.

A família de produtos **Gamer** apresentou uma queda de 57,1% frente ao 4T22 e de 53% frente ao mesmo período do ano anterior. Quanto aos canais de distribuição, atualmente o varejo regional representa 75,7% das vendas, seguido pelo DTC com 16,7%.

Drones e Câmeras, que representam 21% das vendas do segmento e contam com produtos da DJI no portfólio, registraram queda de 39,4% em relação ao 4T22. Em relação aos canais de venda, a maior parte dos produtos são distribuídos através do varejo regional que representa 59% das vendas, seguido pelo DTC com expressiva participação de 34,9%.

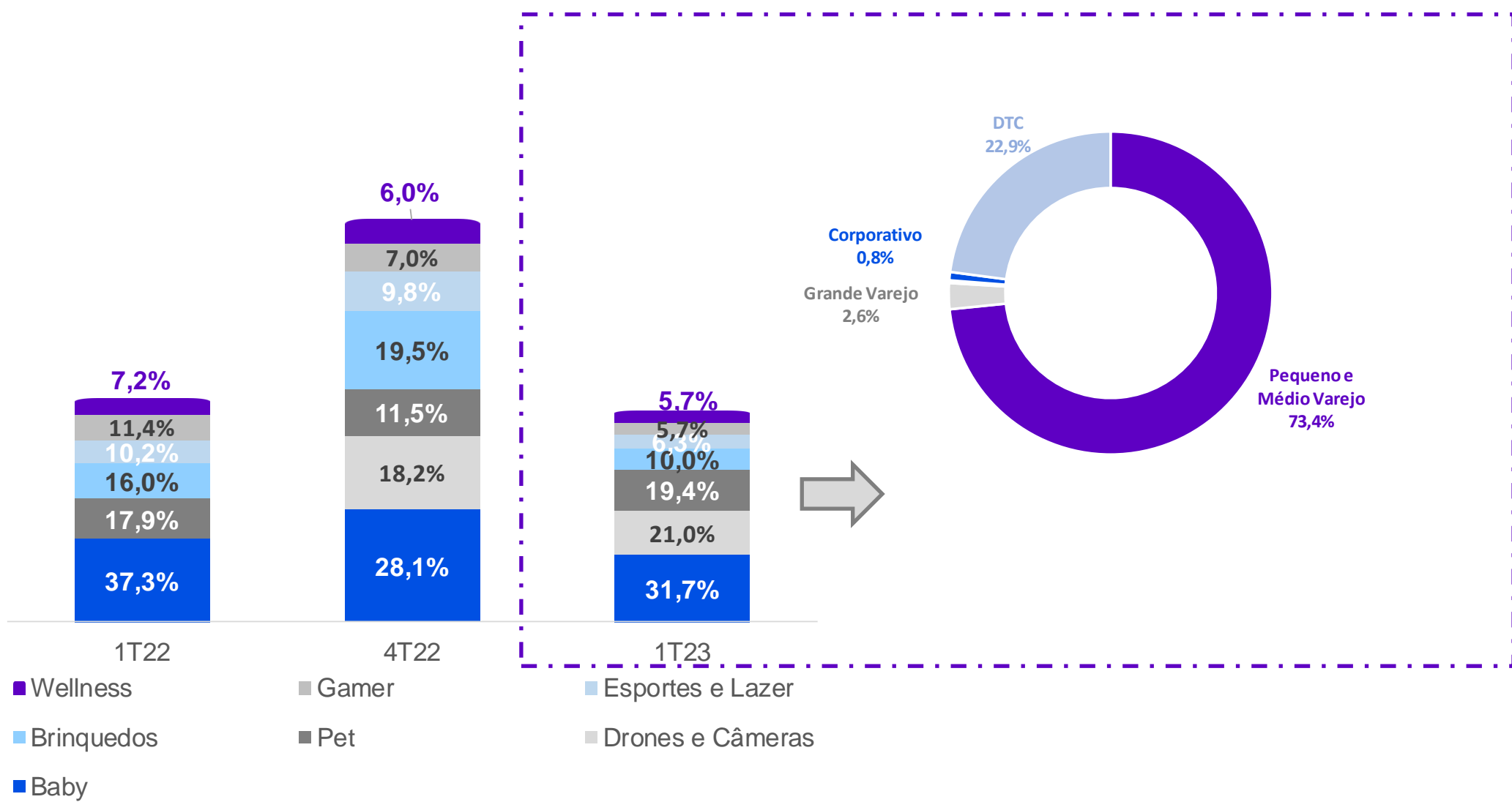
¹Informações gerenciais não-auditadas e que não consideram efeito de cut-off nos trimestres.

SEGMENTOS OPERACIONAIS

Crescimento das Vendas por Família¹

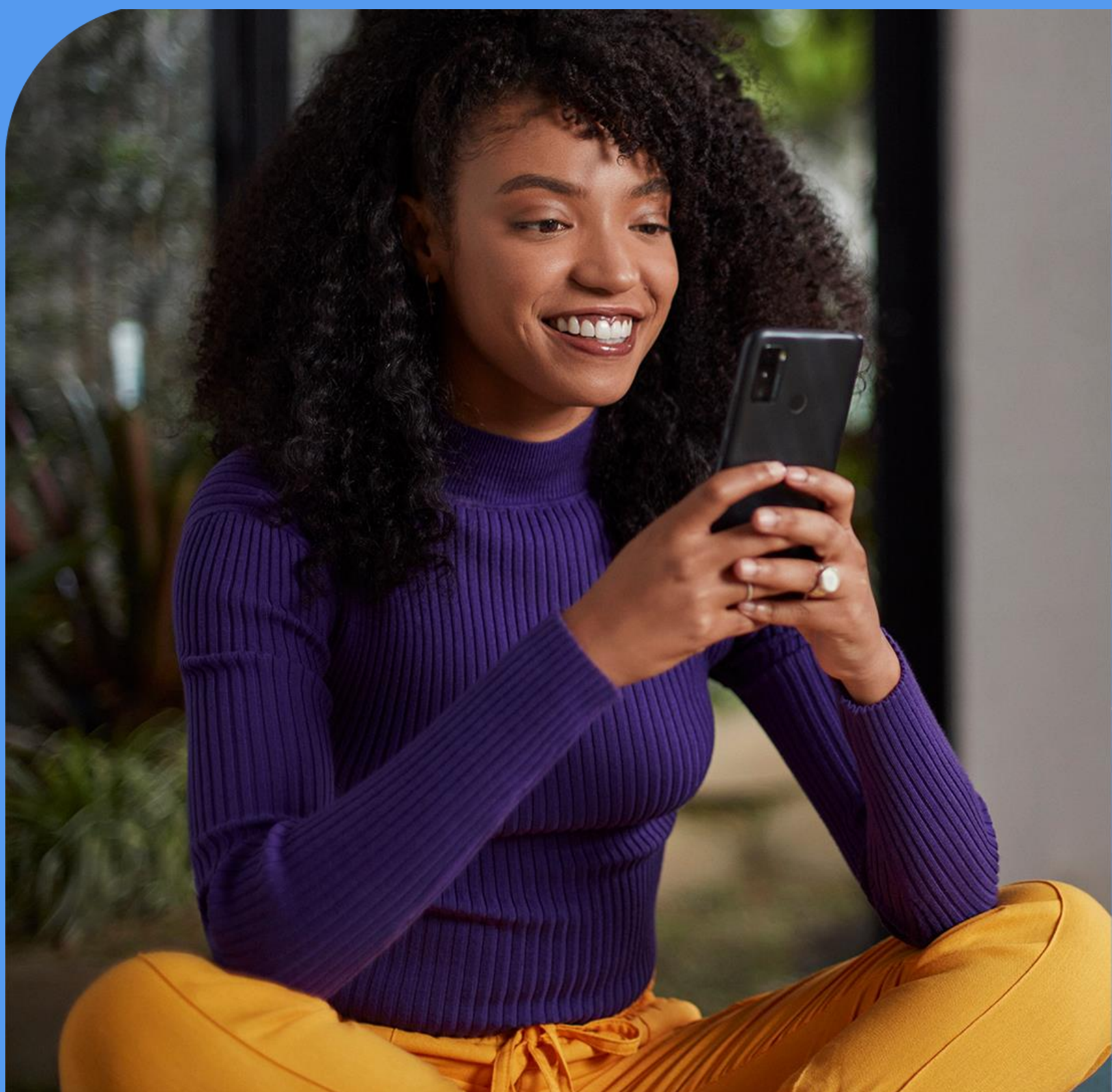
| Kids & Sports | Δ% 1T23 vs. 4T22 | Δ% 1T23 vs. 1T22 |
|------------------|------------------|------------------|
| Baby | -40,6% | -19,6% |
| Brinquedos | -72,9% | -40,6% |
| Esportes e Lazer | -66,1% | -41,4% |
| Gamer | -57,1% | -53,0% |
| Drones e Câmeras | -39,4% | - |
| Pet | -11,4% | 3,0% |
| Wellness | -49,3% | -24,5% |

Abertura por Família e Canal¹



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

grupo **M**ulti



Anexos

Balanco Patrimonial (R\$ milhões)

| Ativo | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
| Ativo Circulante | | | | | |
| Caixa e Equivalentes de Caixa | 892,4 | 663,1 | 34,6% | 739,8 | 20,6% |
| Contas a Receber | 1.116,5 | 1.419,0 | -21,3% | 1.355,9 | -17,7% |
| Estoques | 2.686,8 | 2.926,1 | -8,2% | 2.756,2 | -2,5% |
| Derivativos | - | 2,1 | - | 0,0 | - |
| Impostos a Recuperar | 499,8 | 500,4 | -0,1% | 454,5 | 10,0% |
| Despesas Antecipadas | 8,9 | 11,4 | -22,0% | 4,5 | 98,9% |
| Outros Ativos | 2,0 | 1,9 | 6,8% | 1,6 | 27,9% |
| Total do Ativo Circulante | 5.206,4 | 5.524,1 | -5,8% | 5.312,4 | -2,0% |
| Ativo Não Circulante | | | | | |
| Impostos Diferidos | 177,8 | 171,4 | 3,7% | 177,2 | 0,3% |
| Impostos a Recuperar | 359,7 | 367,1 | -2,0% | 266,4 | 35,0% |
| Contas a Receber | 52,1 | 60,4 | -13,8% | 37,4 | 39,1% |
| Depósitos Judiciais | 77,6 | 74,2 | 4,6% | 70,9 | 9,5% |
| Outros Ativos | 135,4 | 114,6 | 18,1% | 42,9 | 215,9% |
| Propriedades para Investimentos | 5,0 | 5,0 | - | 5,0 | - |
| Investimentos | 92,1 | 93,0 | -1,0% | 112,4 | -18,1% |
| Derivativos | - | 4,2 | - | 0,0 | - |
| Imobilizado | 363,2 | 363,8 | -0,2% | 247,0 | 47,0% |
| Intangível | 61,3 | 61,6 | -0,5% | 50,7 | 20,9% |
| Ativos de Direito de Uso | 35,4 | 38,5 | -8,1% | 19,8 | 78,9% |
| Total do Ativo Não Circulante | 1.359,5 | 1.353,9 | 0,4% | 1.029,7 | 32,0% |
| Total do Ativo | 6.565,8 | 6.878,0 | -4,5% | 6.342,1 | 3,5% |

Balço Patrimonial (R\$ milhões)

| Passivo | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Passivo Circulante | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 606,0 | 1.058,3 | -42,7% | 479,0 | 26,5% |
| Fornecedores | 724,2 | 811,1 | -10,7% | 711,4 | 1,8% |
| Obrigações Trabalhistas e Sociais | 63,8 | 53,0 | 20,4% | 50,3 | 26,9% |
| Obrigações Fiscais | 94,7 | 88,2 | 7,3% | 37,5 | 152,5% |
| Adiantamento de Clientes | 18,0 | 54,9 | -67,2% | 115,1 | -84,4% |
| Derivativos | 30,0 | 17,6 | 70,8% | 43,6 | -31,1% |
| Obrigações com Garantia | 42,7 | 38,8 | - | 38,8 | - |
| Dividendos e Juros sobre Capital Próprio | - | - | - | 54,9 | - |
| Passivos de Arrendamento | 11,9 | 11,6 | 2,8% | 6,9 | 72,1% |
| Outros Passivos | 99,4 | 70,4 | 41,1% | 42,7 | 132,6% |
| Total do Passivo Circulante | 1.690,7 | 2.204,0 | -23,3% | 1.580,2 | 7,0% |
| Passivo Não Circulante | | | | | |
| Empréstimos e Financiamentos | 687,1 | 151,7 | 353,0% | 267,5 | 156,9% |
| Obrigações Fiscais | 238,7 | 248,7 | -4,0% | 120,3 | 98,3% |
| Obrigações Trabalhistas e Sociais | 15,4 | 9,2 | 67,9% | 0,0 | - |
| Provisão para Riscos Processuais, Cíveis e Fiscais | 167,2 | 164,1 | 1,9% | 100,2 | 66,9% |
| Passivos de Arrendamento | 25,4 | 28,2 | -9,7% | 13,1 | 93,5% |
| Instrumentos Financeiros | 30,2 | 17,3 | 74,7% | 0,0 | - |
| Outros Passivos de Longo Prazo | 0,1 | 1,2 | -95,7% | 81,1 | -99,9% |
| Total do Passivo Não-Circulante | 1.164,1 | 620,4 | 87,6% | 582,2 | 99,9% |
| Patrimônio Líquido | | | | | |
| Capital Social | 1.713,4 | 1.713,4 | - | 1.713,4 | 0,0% |
| Gastos com Emissão de Ações | (58,3) | (58,3) | - | (58,3) | 0,0% |
| Reservas de Capital | 975,4 | 975,4 | - | 975,4 | 0,0% |
| Reserva Legal | 88,7 | 88,7 | - | 84,2 | 5,3% |
| Reserva de Incentivos Fiscais | 1.201,2 | 1.201,2 | 0,0% | 1.210,8 | -0,8% |
| Reserva para Compra de Ações em Tesouraria | 22,7 | 22,7 | - | 22,7 | - |
| Reserva para Investimentos | 119,7 | 119,7 | - | 164,8 | -27,4% |
| Ações em Tesouraria | (9,2) | (9,2) | - | (9,2) | 0,0% |
| Lucro Acumulado | (342,6) | - | - | 76,0 | - |
| Total do Patrimônio Líquido | 3.711,0 | 4.053,6 | -8,5% | 4.179,7 | -11,2% |
| Total do Passivo e do | 6.565,8 | 6.878,0 | -4,5% | 6.342,1 | 3,5% |

Demonstração dos Resultados (R\$ Milhões)

| | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Receita Líquida | 784,6 | 1.111,8 | -29,4% | 975,5 | -19,6% |
| Custo da Mercadoria Vendida | (837,1) | (910,8) | -8,1% | (698,1) | 19,9% |
| Custo de Materiais | (671,6) | (845,8) | -20,6% | (642,1) | 4,6% |
| Com Pessoal | (37,6) | (45,5) | -17,3% | (36,8) | 2,3% |
| Depreciação/Amortização | (4,8) | (7,1) | -31,6% | (7,9) | -38,5% |
| Outros | (123,1) | (12,4) | 888,8% | (11,4) | 983,4% |
| Lucro Bruto | (52,4) | 201,0 | - | 277,4 | - |
| Receitas (Despesas) Operacionais | | | | | |
| Despesas de Vendas | (243,2) | (316,1) | -23,1% | (210,5) | 15,5% |
| Comerciais | (70,0) | (100,9) | -30,6% | (67,9) | 3,1% |
| Distribuição | (71,7) | (86,0) | -16,7% | (49,0) | 46,4% |
| Promoções e Marketing | (43,3) | (39,5) | 9,6% | (35,3) | 22,7% |
| Pós-Venda | (21,0) | (30,5) | -31,1% | (23,0) | -8,6% |
| Pesquisa e Desenvolvimento | (15,5) | (22,3) | -30,3% | (25,6) | -39,3% |
| Créditos de Liquidação Duvidosa | (21,7) | (36,9) | -41,3% | (9,8) | 121,4% |
| Gerais e Administrativas | (40,2) | (64,3) | -37,5% | (32,5) | 23,5% |
| Com Pessoal | (11,4) | (11,6) | -1,6% | (10,4) | 9,8% |
| Serviços Profissionais | (6,6) | (18,0) | -63,5% | (6,0) | 9,5% |
| Comunicação | (0,6) | (2,8) | -78,1% | (0,6) | -0,2% |
| Tecnologia e Comunicação | (11,2) | (13,8) | -18,7% | (9,2) | 22,1% |
| Alugueis, Seguros, Viagens, Outras | (10,3) | (18,0) | -42,7% | (6,3) | 63,7% |
| Outras Receitas (Despesas) Operacionais | 28,0 | 13,9 | 101,2% | 80,9 | -65,4% |
| Resultado Operacional | (307,9) | (165,5) | 86,0% | 115,2 | - |
| Receitas Financeiras | 27,2 | 38,3 | -29,2% | 34,8 | -21,8% |
| Despesas Financeiras | -111,6 | -72,9 | 53,0% | -167,1 | -33,2% |
| Variação Cambial Líquida | 43,7 | 36,2 | 20,9% | 187,4 | -76,7% |
| Lucro antes do IR e CS | (348,6) | (163,9) | 112,6% | 170,3 | - |
| IR e CS Corrente | -0,3 | -20,2 | -98,6% | -2,3 | -87,3% |
| IR e CS Diferidos | 6,2 | -21,1 | - | 3,0 | 108,9% |
| Lucro Líquido | (342,6) | (205,2) | 66,9% | 171,0 | - |
| Resultado por Ação (em R\$) | -0,42 | -0,25 | 66,9% | 0,21 | - |

Fluxo de Caixa (R\$ milhões)

| | 1T23 | 4T22 | Δ% | 1T22 | Δ% |
|--|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
| Fluxo de Caixa da Atividade Operacional | | | | | |
| Lucro (Prejuízo) do Período | (342,6) | (205,2) | 66,9% | 171,0 | - |
| Ajustes as Atividades Operacionais | | | | | |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Diferidos | (6,3) | 21,1 | - | (3,0) | 112,1% |
| Depreciação e Amortização | 12,5 | 15,1 | -17,2% | 12,8 | -2,1% |
| Baixa de Ativos Imobilizados e Intangíveis | 0,5 | 0,0 | 1593,8% | 0,0 | - |
| Variação Cambial Não Realizada | (13,6) | (21,1) | -35,8% | (191,2) | -92,9% |
| Despesas de Juros Líquidos | 17,6 | 14,5 | 21,8% | 9,4 | 87,3% |
| Ajuste ao Valor Presente de Contas a Receber | 0,8 | 4,2 | -82,1% | 4,0 | -81,3% |
| Estimativa para Perdas com Crédito de Liquidação Duvidosa | 15,2 | 35,5 | -57,1% | 8,9 | 71,2% |
| Estimativas para Gastos e Abatimentos com Clientes | 35,3 | 14,0 | 152,7% | (18,5) | - |
| Perda Estimativa para Ajuste ao Valor Realizável do Estoque | 81,2 | 5,5 | 1369,4% | (12,5) | - |
| Provisão para Riscos Processuais, Cíveis e Tributários | 3,1 | 60,7 | -94,9% | (2,1) | - |
| Provisões para Garantias | 3,9 | (0,2) | - | - | - |
| Crédito Financeiro | (25,5) | (68,7) | -62,8% | (72,1) | -64,6% |
| Resultado Financeiro com Precatórios | (1,3) | (0,8) | 56,9% | (1,0) | 31,7% |
| Valor Justo dos Fundos de Investimento | 1,4 | (0,5) | - | 0,2 | 657,5% |
| Outras Transações com Efeito Não Caixa | 49,8 | 20,0 | 148,7% | 139,3 | -64,2% |
| | (167,9) | (105,7) | 58,8% | 45,3 | - |
| Variações Patrimoniais | | | | | |
| Contas a Receber | 259,5 | (99,1) | - | (1,9) | - |
| Estoques | 158,1 | 190,8 | -17,1% | (244,3) | - |
| Créditos Tributários | 33,7 | 105,6 | -68,1% | 10,1 | 231,6% |
| Outros Ativos | (5,5) | 17,3 | - | 108,5 | - |
| Fornecedores | (93,3) | (59,2) | 57,6% | (360,0) | -74,1% |
| Obrigações Fiscais | (3,6) | 33,6 | - | 11,4 | - |
| Contas a Pagar | 8,0 | (111,2) | - | 57,6 | -86,2% |
| Instrumento Financeiro para Proteção Cambial | (18,2) | (8,6) | 111,7% | (24,0) | - |
| Imposto de Renda e Contribuição Social Pagos | 0,0 | (8,0) | - | (0,5) | - |
| | 338,8 | 61,3 | 452,9% | (443,0) | - |
| Caixa Líquido Gerado Pelas/(Aplicado nas) Atividades | 170,8 | (44,5) | - | (397,7) | - |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Investimentos | | | | | |
| Aquisição de Ativo Imobilizado | (9,0) | (58,4) | -84,6% | (34,3) | -73,8% |
| Combinação de Negócios Watts | - | 0,2 | - | (10,7) | - |
| Investimento ZiYou - Inova V | (11,5) | - | - | 0,0 | - |
| Investimento Map - Inova V | (4,0) | - | - | 0,0 | - |
| Contrato de Mútuo conversível em participação societária Watch TV | - | (2,1) | - | 0,0 | - |
| Investimento Watch - Inova V | - | 0,0 | - | (10,0) | - |
| Aportes em Outros Fundos de Investimento | - | 0,0 | - | (6,0) | - |
| Caixa Líquido Consumido nas Atividades de Investimentos | (24,5) | (60,3) | -84,6% | (61,0) | -73,8% |
| Fluxo de Caixa das Atividades de Financiamentos | | | | | |
| Recursos Provenientes de Empréstimos e Financiamentos | 313,5 | 367,7 | -14,7% | - | - |
| Pagamentos de Empréstimos e Financiamentos | (221,7) | (107,5) | 106,1% | (151,0) | 46,8% |
| Juros Pagos por Empréstimos e Financiamentos | (5,1) | (2,4) | 117,0% | (8,2) | -37,6% |
| Pagamentos de Passivos de Arrendamento | (3,8) | (3,7) | 2,9% | (2,0) | 85,0% |
| Caixa Líquido Consumido nas Atividades de Financiamentos | 83,0 | 254,1 | -67,3% | (161,2) | - |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Início do Período | 663,1 | 513,8 | 29,1% | 1.359,7 | -51,2% |
| Caixa e Equivalentes de Caixa no Final do Período | 892,4 | 663,1 | 34,6% | 739,8 | 20,6% |
| Aumento Líquido/(Diminuição) do Caixa e Equivalentes de Caixa | 229,3 | 149,3 | 53,5% | (619,9) | - |

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.

