



**Local Conference Call
Springs Global S/A (SGPS3)
Resultados do 3T21
16 de novembro de 2021**

Operador: Senhoras e senhores, obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à audioconferência da SPRINGS GLOBAL para discutir o resultado do terceiro trimestre 2021.

No momento, todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes. Depois de uma breve introdução, será conduzida uma sessão de perguntas e respostas e as instruções serão dadas naquele momento. Se vocês necessitarem de assistência durante a conferência, por favor, pressionem * e então 0, e um operador irá assisti-lo fora da linha.

Para obter cópia do *press release* do resultado, das demonstrações contábeis e da apresentação do *webcast*, por favor acessem a página da internet da Springs Global, www.springs.com/ri.

Antes de prosseguir, deixem-me mencionar que considerações futuras refletem a percepção atual e perspectivas da Administração sobre a evolução dos negócios, tendo como base a evolução do ambiente macroeconômico, condições da indústria, desempenho da Companhia e resultados financeiros. Quaisquer mudanças em tais expectativas e fatores podem implicar que o resultado seja materialmente diferente das expectativas correntes e contemplam diversos riscos e incertezas.

Conosco hoje está o Sr. Josué Gomes da Silva, CEO da SPRINGS GLOBAL, que irá comentar o desempenho da Companhia. Agora, gostaria de passar a palavra ao Sr. Josué.

Sr. Josué Gomes da Silva: Muito obrigado, bom dia a todos. Estamos aqui eu, a Alessandra e o Roberto Cristofanilli para relatar a vocês os resultados do terceiro trimestre de 2021 da Springs Global Participações. Os resultados, como vocês devem ter tido a oportunidade de verificar, do ponto de vista operacional, foram satisfatórios, com um crescimento de receita em relação ao ano anterior, que ficou um pouquinho aquém do que estávamos prevendo, mas ainda assim um crescimento importante, já que no terceiro trimestre do ano passado as vendas tinham performado muito bem com o início da reabertura do comércio e principalmente tendo em vista aquela existência do Corona Voucher, que tinha aumentado muito a demanda por produtos de cama, mesa e banho, né, em conjunto com o fato de que as pessoas estavam investindo em seus lares.

Tivemos um crescimento importante no resultado operacional propiciado por uma melhora do lucro bruto graças obviamente a uma melhor utilização das plantas industriais neste trimestre comparativamente ao mesmo trimestre do ano



passado; tivemos um crescimento do EBITDA de forma também significativa, já que o EBITDA do terceiro trimestre do ano passado já tinha performado bem, e isso significa que o EBITDA dos últimos 12 meses ultrapassa R\$220 milhões, contribuindo para uma queda significativa da dívida líquida / EBITDA para 3,1 vezes; um alongamento importante propiciado por uma emissão de debêntures de 10 anos, alongamento esse que vai continuar, e teremos também notório desenvolvimento nesse alongamento neste último trimestre do ano, tendo em vista negociações já avançadas com instituições. E além disso precisamos ter um destaque importante para o fato de termos merecido estarmos incluído entre as empresas Lugares Incríveis para Trabalhar em 2021, além do lançamento da nossa nova plataforma, uma plataforma para a qualidade do sono, que é o Persono, com o lançamento da edição beta teste, edição limitada dos primeiros produtos que possuem o Persono Sensor, que ajudam as pessoas a medir o sono e com isso contribui para melhor qualidade do sono.

Estamos obviamente satisfeitos com o progresso operacional da companhia, ainda que impactados pelas despesas financeiras que estão sendo trabalhadas principalmente com a realização dos valores cada vez mais importantes dos imóveis para investimento, não é? Nós recentemente divulgamos que fizemos a negociação e a aprovação no nosso Conselho estamos agora em fase de elaboração dos contratos para conclusão de uma parceria para o desenvolvimento dos imóveis residenciais no projeto comercial e residencial do Seridó, no Rio Grande do Norte, o lançamento do *outlet* também está dando andamento com muito sucesso, com grande interesse já com contratos a serem assinados que representam uma taxa de ocupação bastante razoável, mesmo antes do lançamento oficial do *outlet*, que seguramente o residencial ajudará o comercial e o comercial ajudará no lançamento do residencial. E isso tudo significa obviamente realização de valores, de ativos disponíveis para venda com a consequente maior redução do grau de endividamento da empresa, que aliás é digno de se registrar que já reduziu novamente neste último trimestre em relação aos trimestres anteriores.

De maneira que essas são as observações iniciais relativamente ao trimestre, um trimestre em que a nossa empresa continua apresentando um desenvolvimento significativo com um crescimento da ordem de 22% das nossas vendas no ano em relação ao ano anterior... 26% na verdade em relação ao ano anterior, sendo que o varejo representou um crescimento de 22% nos nove primeiros meses e o atacado 28%.

Vou passar agora para Alessandra, para ela fazer as considerações adicionais sobre cada uma das unidades de negócios, e retorno para as explicações finais e respostas às perguntas que vocês tiverem. Muito obrigado.

Sra. Alessandra Gadelha: Bom dia a todos.

Registramos nos primeiros nove meses de 2021 forte crescimento da receita, tanto no atacado como no varejo, conforme apresentado no slide 4. A receita



líquida consolidada alcançou R\$1.269 milhões de reais nos primeiros nove meses de 2021, sendo 26% superior à dos nove primeiros meses de 2020.

No slide 5 mostramos que a nossa rentabilidade acumulada no ano de 2021 foi em linha ou superior ao nível pré pandemia. Continuamos nosso crescimento no varejo através das vendas nos canais digitais e expansão de categorias, que são escaláveis e que demandam menos capital de trabalho, conforme ilustrado no gráfico do slide 6, promovendo maior rentabilidade.

No slide 8 apresentamos os destaques do resultado consolidado do terceiro trimestre de 2021, quando registramos crescimento de 12,3% do lucro bruto entre anos, que atingiu R\$161,7 milhões, com margem bruta de 35,6%. Realizamos a emissão de debêntures no valor total de R\$160 milhões com prazo de 10 anos com objetivo de alongamento do prazo médio da dívida, e recebemos o Prêmio Lugares Incríveis para Trabalhar promovido pela Fundação Instituto de Administração (FIA) e UOL. A seguir comentarei de forma mais detalhada os componentes do resultado.

Conforme ilustrado no slide 9, a receita líquida alcançou R\$454 milhões com crescimento de 3% entre anos e de 19% em relação ao terceiro trimestre de 2019. Em relação aos custos de produção, a maior produtividade neste trimestre foi compensada por maiores custos de energia e outras utilidades, conforme ilustrado no slide 10. O EBITDA atingiu R\$58 milhões no terceiro trimestre, em termos recorrentes, com margem EBITDA de 12,8% como apresentado no slide 11. O EBITDA dos últimos 12 meses findos em 30 de setembro de 2021 (o LTM EBITDA) alcançou R\$230 milhões.

No slide 12 apresentamos o desempenho da unidade de negócios atacado, onde registramos receita de R\$331 milhões, com crescimento de 5% entre anos, e 32% entre trimestres, com margem bruta de 29,2%, e margem EBITDA de 13,5%.

No slide 13 apresentamos o desempenho da unidade de negócios varejo, onde a receita *sell-out* totalizou R\$208 milhões, mesmo patamar do terceiro trimestre de 2020, e com um crescimento de 40% em relação ao terceiro trimestre de 2019. A receita líquida somou R\$123 milhões, permanecendo estável entre anos, e sendo mais do dobro da obtida no terceiro trimestre de 2019, com margem bruta de 53% e margem EBITDA de 14,4%, ambas com expansão entre anos.

A receita *sell-out* alcançou R\$607 milhões nos primeiros nove meses de 2021, como apresentado no slide 14, com crescimento de 22% em relação aos nove primeiros meses de 2020 e de 51% em relação aos primeiros nove meses de 2019. Verificamos que houve migração de vendas do *e-commerce* para lojas físicas após o término das restrições do comércio e com o avanço da vacinação. A participação do *e-commerce* foi 35% nos nove primeiros meses de 2021 versus 43% nos primeiros nove meses de 2020, e 12% nos primeiros nove meses de



2019, sendo que a receita do *e-commerce* nos primeiros nove meses de 2021 foi 4,5 vezes o valor obtido no mesmo período de 2019.

Continuamos a nossa estratégia de expansão de categorias, tanto nas lojas *online* como nas lojas físicas. As novas categorias, que chamamos de ex-cama, mesa e banho, foram responsáveis por 12,7% das vendas nas lojas *online* no terceiro trimestre de 2021. No quarto trimestre de 2021 ofereceremos produtos de decoração de Natal nas lojas *online* e físicas, visando aumento de tráfego e consequentemente aumento das vendas, conforme ilustrado no slide 15.

Lançamos em outubro de 2021 o travesseiro com tecnologia Persono embutida, como apresentado no slide 16. O sensor Persono Sense vem embutido nas camadas internas do travesseiro, e através de algoritmos que fazem a classificação do sono, monitora três parâmetros do sono: regularidade, qualidade e quantidade. Sem fricção, ou seja, sem a conexão direta ao corpo da pessoa. A edição é limitada e as vendas são exclusivas das lojas *online*. Estimamos que o mercado endereçável de produtos para o sono no Brasil é cerca de R\$2 bilhões. Pelo fato de ser um mercado pouco explorado, entendemos que além de termos a oportunidade de nos posicionarmos como um *player* no mercado brasileiro, há oportunidade de venda para o exterior, principalmente para os Estados Unidos.

Estamos à disposição para responder às perguntas que os senhores venham a ter.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, vamos dar início à sessão de perguntas e respostas somente para analistas e investidores. Para fazer uma pergunta por favor pressione a tecla * e a tecla 1. As questões serão respondidas pela ordem em que forem recebidas. A qualquer momento, se quiser remover a sua pergunta da lista, por favor pressione a tecla *2.

Sr. Josué Gomes da Silva: Tem uma pergunta no *webcast* a respeito de aumento de preços de matérias-primas, especialmente algodão, mas também poliéster.

É verdade, todos acompanham os índices de preços destas matérias-primas tem crescido ao longo dos últimos meses de maneira bastante importante, isso ocorre no mundo. É um impacto desse aumento de preço dessas *commodities* nos custos da companhia. Nós costumamos ter preços fixados trimestralmente, obviamente aos poucos estes aumentos das matérias-primas vão sendo incorporados aos custos dos produtos, e temos repassado estes aumentos para os nossos preços.



Acredito que tenha, vamos dizer, encontrado um certo patamar de equilíbrio o preço desta matéria-prima. O Brasil felizmente é um grande produtor de algodão, os produtores nacionais são extremamente competentes e extremamente competitivos. É claro que a formação de preços se dá em função dos preços internacionais, mas no Brasil o *basis* acaba sendo favorável à indústria têxtil nacional, e é um *basis* de um país grande produtor e grande exportador. Por exemplo, para os produtores chineses o *basis* é muito mais alto do que para os industriais brasileiros, de maneira que esse é um fator de competitividade da indústria têxtil nacional em relação à indústria têxtil de outros países. Mas é natural que os custos são impactados, e, portanto, nós temos que continuar repassando para os preços esses aumentos das matérias-primas.

Uma segunda pergunta também relevante a respeito do processo já anunciado de venda da nossa participação na empresa coligada, a Keeco.

Continua em andamento, acreditamos que este terá um desfecho nos próximos meses, o que também contribuirá significativamente para a redução da dívida líquida da empresa, que esperamos em breve esteja entre 2 e 2,5 dívida / EBITDA.

Com relação ao IPO da controlada AMMO, aí nós estamos no período de silêncio e portanto, como nós temos esta recomendação por parte dos advogados que acompanham esse processo, de não comentarmos sobre o assunto, eu vou me permitir não dar maiores detalhes, ainda que, obviamente, vocês sabem que a janela no momento em razão das condições do mercado de capitais brasileiro, ela não está permitindo novos lançamentos, mas estamos durante o período de silêncio.

Operadora: Nossa próxima pergunta é de Carlos Herrera, Condor Insider.

Sr. Carlos Ferreira: Bom dia, obrigado pela oportunidade. Eu queria ver se era possível você compartilhar um pouco do edital da venda possível da Keeco. Eu me lembro que no segundo trimestre havia alguma consultoria ou alguma avaliação que estava sendo feita, vocês conseguiriam compartilhar se isso já foi feito e como que está essa possível venda? É provável, vocês estão otimistas de que possa acontecer ainda neste quarto trimestre?

Sr. Josué Gomes da Silva: Carlos, obrigado pela pergunta. De fato, este processo a que você se referiu já foi concluído. O trabalho de oferta dentro dos passos normais que acontecem num processo deste está em andamento célere, acredito que a conclusão será nos próximos meses, muito provavelmente nos primeiros meses do próximo ano, já que estamos já nos aproximando do final do ano, e ainda por cima com as festas de final de ano você sempre tem uma menor celeridade neste tipo de processo. Mas o mercado americano - eu posso te adiantar - está muito ativo, você inclusive deve ter visto hoje a divulgação do crescimento das vendas no varejo norte-americano. É verdade que a inflação nos Estados Unidos está ocorrendo, mas o mercado continua crescendo, aliás os salários nos Estados Unidos estão sendo reajustados, os resultados da



companhia lá, estão, ainda que impactados pelo aumento dos preços de fretes da China para os Estados Unidos, mas fora isto, que é passageiro, muito positivos, com também capacidade de repasse para os preços dos aumentos de custos acarretados, portanto estamos otimistas e acreditando que o processo se encerre em breve, o que, repito, será outro importante fator de desalavancagem da Springs Global, já que esse investimento não é mais estratégico para a companhia. Obrigado pela pergunta, Carlos.

Sr. Carlos Ferreira: Muito obrigado. Você tem alguma ideia, ou se conseguiria compartilhar, ou tem alguma noção de se esses recursos vão ser recebidos integralmente, ou é provável que sejam parcelados?

Sr. Josué Gomes da Silva: Não, essas transações, Carlos, em geral são à vista, não é? Então não há expectativa de valores pagos em parcelas. Exceto eventualmente se o comprador quiser ter alguma expectativa de um *earn-out* ou coisa que o valha, mas eu acho que isso é pouco provável, é pouco usual neste tipo de transação para uma empresa que é muito consolidada e que os números são muito conhecidos.

Sr. Carlos Ferreira: Ótimo muito obrigado.

Operadora: Novamente, para fazer uma pergunta, por favor pressione a tecla * e a tecla 1. As questões serão respondidas pela ordem em que forem recebidas. A qualquer momento, se quiser remover a sua pergunta da lista, por favor pressione a tecla a tecla *2.

Senhoras e senhores, encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Passo a palavra ao senhor Josué para as suas considerações finais e encerramento.

Sr. Josué Gomes da Silva: Agradeço a todos, peço desculpa por estarmos ainda sem poder sem dar maiores cores em relação ao momento atual da companhia em função do período de silêncio, mas agradecer a participação de todos e dizer que estamos muito seguros de que em breve, com a transação da Keeco, com a realização desses ativos disponíveis para venda, estaremos corrigindo este último detalhe para a empresa se tornar altamente lucrativa, que é justamente a estrutura de capital dela, é feito da nossa participação no mercado norte-americano durante um período tão difícil para os Estados Unidos, que foi a crise de 2008 e anos seguintes. De maneira que em breve essa estrutura de capital estará totalmente corrigida com a venda desses ativos, e poderemos consertar essa última linha do lucros e perdas que tem prejudicado os resultados da empresa, já que operacionalmente a empresa vai bem, e o nosso varejo, especialmente, continua andando, especialmente quando comparado a empresas semelhantes, que nós usamos como *benchmark*, continua andando muito bem, tendo em vista as suas forças. A força das marcas, MMartan, Artex, da marca em licença perpétua que é a Santista, das nossas plataformas digitais proprietárias que é o PIX - o Ponto de Incríveis Experiências, já falei que o Pix do Banco Central é posterior ao nosso PIX, nós tínhamos esse



nome antes graças a uma equipe excepcional, a capacidade de de fato ser a empresa dominante no segmento *home and wellness*.

Muito obrigado a todos e espero que vocês, tendo outras perguntas, possam entrar em contato através da Alessandra. Estamos sempre à disposição e espero nos vermos em breve para os resultados do ano. Obrigado e bom dia a todos.

Operadora: Encerramos neste momento a áudio conferência da Springs Global. Muito obrigada pela participação de todos.