



Transcrição

GRUPO MULTILASER 4T25

Operador:

Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos à videoconferência de Divulgação dos Resultados do quarto 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 áudio original em português clicando em Mute Original Áudio. Informamos que esta videoconferência está sendo gravada e será disponibilizada no site de RI da companhia, aonde 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 Eduardo Belelas, CFO. Passo a palavra agora ao Sr. André para iniciar a apresentação.

André Poroger:

Olá, bom dia, bom dia a todos. Gostaria de agradecer a presença de todos vocês aí no call. Eu vou falar um pouquinho, pessoal, dos highlights do último trimestre de 2025, o income do ano, o fechamento do nosso ano. Depois eu passo aqui a palavra para o Eduardo Belelas, nosso antigo controller, com mais de três anos de casa, agora efetivado ao CFO, que vai falar um pouquinho mais para todos aí dos nossos números e detalhes da companhia.

Então vamos lá. Pessoal, acho que vale a pena dar um contexto sobre o ano de 2025, que foi um ano bastante importante aqui para o nosso Grupo. A gente veio de um desafio imenso de anos anteriores, dois anos muito duros, como vocês sabem, em termos de resultado. E a gente, esse ano, basicamente, como costuma se dizer, a gente acabou trocando o pneu com o carro andando.

Acho que esse foi o grande mote aqui do ano. A gente começou o segundo trimestre de 2005 com uma série de ajustes da companhia, uma reestruturação geral, basicamente em todas as áreas da empresa. Contou aí com apoio, e conta ainda com o apoio de todo o time, que se engajou muito fortemente nessa nova agenda do Grupo. Então foi um ano que a gente classifica aqui como uma arrumação de casa total.

E aí eu acho que os números refletem um pouco disso. Toda essa transformação e restauração do Grupo, a gente sempre com foco, acho que é importante que vocês saibam, sempre com foco no nosso propósito e missão, que é transformar a vida das pessoas através da tecnologia. Esse é o grande a grande missão, a grande razão de ser investido no Grupo Multilaser, é democratizar essa tecnologia e transformar a vida das pessoas. Então esse trabalho imenso que foi feito, ele veio desde uma parte importante de que a gente vem falando, de otimização de portfólio.

A gente tinha, só para vocês terem uma ideia, cerca de 3.500 SKUs, que são diferentes produtos da companhia, E a gente fez um trabalho de realmente de otimização de portfólio, olhando margem, olhando consumidor, olhando realmente a necessidade e a gente reduziu mais de 52%, a gente saiu de 3.500 SKUs para 1.700 SKUs aproximadamente. Lembrando que esse trabalho de revisão é um trabalho contínuo, é um trabalho que ele continua. E mesmo assim, já entrando um pouquinho nos números, mesmo com essa redução de SKU que a gente incrementou ao longo do ano, a gente conseguiu a boa notícia de crescer o top-line, crescer a receita ano contra ano em 15,8%. E no último trimestre a gente conseguiu o recorde de receita, foi a maior receita nos últimos 14 trimestres com um crescimento de 20,8%.

Então aqui uma boa notícia que a racionalização do portfólio e mais profundidade também ajudou a gente aqui a crescer a receita. O mais importante do que a receita efetivamente, que a gente aqui, o time inteiro muito focado e é o grande número que a gente olha aqui em termos

de eficiência, é a margem bruta. Aqui também uma ótima notícia, a gente conseguiu capturar 1,5 pontos percentuais de margem em relação ao mesmo período do ano passado. Então esse é um trabalho também desde estrutura de planejamento, área de pricing que a gente implementou esse ano, que tem hoje a governança das políticas comerciais, da precificação, das aprovações de desconto. Então só esses 1,5 pontos percentuais equivalem a mais de 60 milhões de reais direto no EBITDA. Então uma notícia também bastante importante aqui.

E falando no EBITDA, a gente também trazendo um pouco do contexto, A gente começa o ano de 2025, primeiro trimestre, com 0,7% de EBITDA, aí a gente vai para o segundo trimestre com 3,3, e nos últimos dois trimestres do ano, terceiro e quarto trimestre, a gente faz acima de 6% de EBITDA, ou seja, mais de duas vezes o crescimento do EBITDA de 2,2, do médio de 2,2 para 6,4, três vezes de crescimento. Fechando o ano com R\$176 milhões, uma média de 4,5% versus 1,2%.

Lembrando que os últimos dois trimestres estão na casa de R\$6.000. Então, a gente vê uma trajetória também positiva de recuperação de EBITDA, um trabalho que a gente entende que é consistente e deve se manter. E aí, obviamente, indo para a última linha, lucro líquido, também que é uma boa notícia, uma excelente notícia, a conta se atualizar. Pessoal, a gente fecha o ano de 2024 com menos 321 milhões de prejuízo, ou seja, o prejuízo de 321 milhões em 2024.

E a gente fecha agora o ano de 2025 com essa reestruturação toda em 136 milhões de lucro líquido, ou seja, uma retomada, se a gente pensar no gap entre o ano passado e esse, foram mais quase 500 milhões de reais, quase meio bilhão de reais, 457 milhões, de crescimento em relação a 2024, né? Então isso também nos deixa bastante animado de ver essa recuperação acontecendo. Essa é a agenda, aquela agenda que continua, tá? Ela não acabou, mas esse resultado aparecer com certeza nos deixa bastante animados aqui que estamos no caminho certo.

O Q4, você vê um resultado ligeiramente positivo e negativo. Ele foi fortemente impactado com uma variação cambial no quarto trimestre. Não tem efeito caixa e já deve retornar agora no primeiro trimestre. Ela foi muito mais ligada à variação cambial, se vira que o limite da pressão é 6%. Então não nos preocupa essa questão do lucro líquido nessa baixa agora no quarto trimestre. O importante é retomar a do ano aqui.

Outro indicador super importante, que a gente está super em cima aqui, que o Edu vai falar um pouco melhor, é a questão de geração de caixa. A gente viu agora no último trimestre com uma geração importante de caixa de 209 milhões de reais. Dando o contexto do ano também, pessoal, a gente começou o ano, primeiro trimestre de 2025, com 330 milhões de queima de caixa. Esse foi o nosso primeiro trimestre de 2025. A partir daí a gente veio com uma geração positiva em todos os trimestres, a gente veio com 65 milhões no segundo trimestre, a gente

veio com 131 milhões de geração de caixa operacional no terceiro trimestre e fechando agora com 209 milhões.

Isso faz com que a nossa geração fique positiva no ano em 75.3 buscando uma queima grande de caixa de 330 milhões no primeiro trimestre. Então isso também é um resultado bastante positivo, nada adianta o lucro, o EBITDA sem o caixa. Então esse é o indicador que nos guia aqui de todo o management, inclusive avaliado por essa geração de caixa.

E a gente em paralelo também tem uma notícia boa em relação à redução de dívida. A gente reduz a dívida em 24,4% quase 160 milhões de reais e vai e fecha o ano em uma posição muito sólida de caixa líquido positivo em 166 milhões de reais. Então o balanço ele fecha uma ideia muito sólida, a gente fica bastante animado com a solidez, o ano de 2026, como a gente vai falar um pouquinho mais pra frente, ele entra mais desafiador aí num cenário tanto interno quanto externo. Então essa posição de caixa e de dívida líquida, de caixa líquido, também nos dá bastante ânimo.

E para fechar aqui, também temos boas notícias em relação à redução de despesas. Vale lembrar que a gente cresceu a receita em 2025 em 15,7% e as despesas mesmo com a inflação, com tudo, dissídios etc. A gente cresce as despesas em apenas 7%, ou seja, metade do nosso crescimento. Isso nos ajuda em uma redução de 1.8 pontos percentuais na classificação analítica, que vale R\$ 70 milhões. Então, essa redução também, essa melhor eficiência ajuda bastante.

E para fechar agora os highlights, aí o Edu vai entrar mais um detalhe, é a questão dos estoques, que é um trabalho também muito forte de todo o time aqui. A gente teve durante o ano, no fechamento do primeiro trimestre, o recorde de 218 dias de estoque. A gente conseguiu trazer agora no fechamento do ano para 173, equivale mais ou menos a 350 milhões de reais de redução de estoque com essa otimização de portfólio. E a gente tem a previsão dos 173 que a gente está agora em chegar em 150 dias de estoque, que deve liberar aproximadamente 200 milhões em caixa. Cada dia de estoque é mais ou menos 9 milhões de reais. Então a gente também tem uma oportunidade aqui de liberar caixa com essa otimização dos estoques.

Então estamos aqui, vou passar a palavra para o Eduardo Belelas, mas basicamente aqui bastante positivo, os números do ano, um cenário de recuperação sólido e consistente. Então vai lá, Edu.

Eduardo Belelas:

Obrigado, André. Bom dia, pessoal.

Como o André comentou, o quarto trimestre de 2025 foi mais um trimestre de crescimento de vendas, nós fizemos 1.160 bilhões em vendas e contruando, também nós conseguimos ver o aumento da receita líquida, onde nós fizemos em 2024 3.3 e agora 3.9 bilhões. E o mais

importante, além do aumento da venda, é a margem. Nós ganhamos no ano 1,5 pontos percentuais de incremento da margem bruta, que refletiu na melhora desse indicador, logicamente, mas também no EBITDA.

Ao longo do ano, nós estamos tendo esse aumento da margem bruta, apesar de termos fechado em 24,7% em 2025, nos últimos dois trimestres o patamar já foi de 25%. O que tende a nos dar uma boa expectativa para continuidade para o início de 2026.

No slide seguinte, a gente comenta um pouquinho sobre o EBITDA. A curva aqui demonstra bem a evolução que nós tivemos no ano de 2025, que o André comentou, no primeiro semestre a média ali de 2% e nos dois últimos trimestres de 2025, 6%, o triplo de rentabilidade, ainda que no ano nós tivemos 4,5, está ponderado pelos dois primeiros trimestres que foram mais desafiadores.

A evolução do ano contra ano, quando nós comparamos tanto o trimestre quanto o ano foi de 1.2 para 4.5 a rentabilidade do EBITDA, reflexo direto da gestão de otimização do portfólio, gestão eficiente das despesas e redução de custos. Importante comentar aqui, vocês estão vendo a EBITDA ajustado, nós tivemos um efeito não recorrente nesse trimestre que foi a descontinuidade da nossa unidade de PETs, de fabricação de tapete higiênico, nós tivemos que fazer a baixa contada de 14,8% das marcas. Que nós havíamos adquirido em 2021, bem como do AGI da operação lá de 2021.

Nós fizemos a baixa, aqui também é uma ação de otimização de portfólio, foco em rentabilidade. E esse não tem efeito caixa, nós conseguimos repassar todo o estoque para uma empresa que fez a aquisição dos ativos e esse efeito é não recorrente, então por isso que a gente está apresentando o EBITDA não ajustado. No entanto, ainda com esse efeito, o EBITDA foi muito superior ao que nós apresentamos em 2024.

Lucro líquido ajustado, no ano tem a melhora de um prejuízo de R\$ 320 milhões no ano passado para R\$ 136 milhões esse ano, uma margem líquida de 3,5% versus menos 9,5%. Temos aqui no quarto trimestre a subida do dólar em relação ao real, descolou um pouco, então esse efeito dos menos 13,3 lucro líquido no último trimestre se deve à variação cambial. Não fosse isso a gente teria um lucro líquido no trimestre muito próximo ao EBITDA com efeito só da diferença da depreciação principalmente.

No próximo slide reforçando aqui o que o André comentou, nós temos 36 dias a menos de estoque quando a gente compara com o quarto trimestre de 2024 e é um movimento contínuo, não é algo pontual que aconteceu desse trimestre, ele vem de uma melhor gestão de compras, um forecast acurado das vendas e uma forte interação com o S&OP. é isso, a continuidade desse movimento que vai nos dar capacidade de manter esse controle, de manter esses dias de estoque, ainda que com novos negócios, novos segmentos, esse estoque

possa aumentar em volume absoluto, mas os dias de estoque, com esse giro bom que nós estamos conseguindo, vai manter esse patamar de saúde dos nossos estoques.

No próximo slide nós temos o fluxo de caixa do quarto trimestre de 2025. Como o André bem pontuou, além do EBITDA de R\$ 72 milhões, uma forte geração de capital de giro que vem do estoque que a gente acabou de falar, mas também contas a receber. Nós tivemos os recebimentos de governo que nos ajudaram a chegar nesse patamar de capital de giro e nós fechamos. Onde tivemos a geração do capital, desculpa, geração de caixa operacional de 209 milhões.

Próximo slide a gente fala um pouquinho do fluxo de caixa anual e aí tem o EBITDA gerado de 176 milhões e aí um consumo de capital de giro de 20 milhões. E aqui novamente, como nós tivemos no EBITDA e na margem bruta, é importante a evolução do ano. No primeiro trimestre nós tivemos um consumo de capital de R\$ 227 milhões, um consumo de caixa operacional de R\$ 330 milhões e isso foi se revertendo ao longo do ano. Por isso que nós tivemos ainda uma geração de caixa operacional positiva de R\$ 75 milhões, apesar do forte consumo no primeiro trimestre, advindo de renegociações com fornecedores no quarto trimestre de 2024 em função do transporte de Manaus e outros elementos. Com isso, nós fechamos o caixa de 2025 com R\$ 656 milhões. Apesar de ser 9% menor do que o caixa de dezembro de 2024, isso nos possibilitou reduzir a nossa dívida em 24%.

Falando em dívida, no próximo slide, nós fechamos a dívida bruta em R\$ 490 milhões, com o caixa de R\$ 656 milhões, nós voltamos a ter um caixa líquido, caixa líquido de R\$ 166 milhões, que nos dá tranquilidade, esse caixa que nós temos hoje, ele pagaria toda a nossa dívida. E ainda assim nós estamos fazendo alguns movimentos para deixar esse fluxo ainda mais saudável. Agora no primeiro trimestre nós fizemos um alongamento da dívida que iria impactar o caixa de curto prazo e o de 2027, nós alongamos até 2031 com as mesmas condições de custo e ontem quando a gente estava fechando aqui todo o material para apresentação, nós recebemos a primeira tranche do BNDES. Alguns trimestres atrás nós informamos ao mercado, nós assinamos o compromisso de financiamento de 294 milhões para fazer a indústria 4.0, principalmente lá em Manaus. Tem o rito de documentação que a gente precisava prover ao BNDES, nós fizemos isso e ontem os 50 milhões já entraram no nosso caixa, então nós temos uma posição de caixa hoje saudável, nós estamos atentos para oportunidades, mas não entendemos que nesse momento a Multi precisa fazer grandes movimentos no mercado. Sempre as oportunidades serão bem-vidas e estudadas pela companhia.

Na parte de finanças é isso, pessoal. Agradeço a todo mundo. André, com você.

André Poroger:

Obrigado, Edu. Então, falando um pouquinho dos nossos segmentos aqui, vamos entrar um pouquinho mais no detalhe. Então, aqui nosso portfólio de marcas, como vocês sabem, a gente atua dentro do segmento corporativo, aqui no negócio mais B2B. Que vem sendo, deixa eu falar um pouquinho mais, que vem sendo uma alavanca importante de crescimento de receita.

E aí a gente tem as marcas que a gente vem atuando hoje em parceria dentro da linha de consumer tech, consumer especializado, então a parte de consumer tech são todas as marcas próprias e parceiras que temos hoje dentro do portfólio de produtos voltados à tecnologia, tanto na venda direta quanto a venda através nossos parceiros varejistas e na parte de consumo especializado temos aí as linhas de produtos de bebê, as marcas de produtos de bebê e brinquedos e saúde dentro do portfólio. Vamos falar um pouquinho de cada uma delas.

O segmento corporativo, realmente a gente tem aí um crescimento importante de receita, como a gente mencionou no início. Essa aqui é uma margem, a gente consegue um mix de margem melhor, legalmente melhor, principalmente em função de mix, a gente teve principalmente no quarto trimestre uma participação maior da parte de governo, que nos trouxe uma rentabilidade um pouco maior do que a média que a gente tem nas outras divisões.

Temos aqui, lembrando a todos, um segmento importante de Telecom, em que a gente produz, a gente tem uma parceria exclusiva com a Aztec, um dos maiores fabricantes mundiais, globais de fibra óptica, principalmente de fibra óptica e conexão de internet. Então, a gente tem um crescimento também, uma contribuição maior de top-line nesse segmento no quarto trimestre.

A gente tem a parte de PCs e tablets para o governo, contribuiu um pouco com esse aumento de margem bruta. Temos uma divisão de memórias e componentes, vou falar um pouquinho mais, mas a gente tem o caso das memórias, principalmente processadores, componentes eletrônicos com uma pressão de custo muito grande. Com isso a gente conseguiu repassar um pouco desse aumento já no quarto trimestre, também ajudando nessa contribuição.

E aí a parte de equipamentos de ginástica, temos uma nova parceria que eu vou falar um pouquinho mais depois, e todos os projetos de fabricação, parceria com a Opo, e a parceria com a Hisense, e a parceria com a Royal, na parte de motocicletas lá em Manaus. Então essa é uma área que é importante deixar, a gente continua muito forte, embora uma margem mais apertada, são parcerias, são contratos de longo prazo, Então a gente está menos exposto ao risco de variação cambial, risco de receita, ou seja, a gente opera aqui para as marcas, ou seja, aqui tem uma operação que ela ajuda bastante e tem um propósito, além de contribuir com a top line, também ajudar a diluir as despesas da companhia, trazer expertise de fabricação, de qualidade e parceria com grandes empresas globais. Então, aqui é uma área que a gente está sempre olhando, potenciais, novas parcerias, como eu vou falar daqui a pouquinho sobre a mais recente.

Vamos para o nosso outro segmento. Aqui, pessoal, é onde a gente faz uma limpeza, aquela limpeza que eu falei, limpeza no sentido de redução de portfólio, otimização de portfólio. Mais de 3.000 SKUs para 1.700 SKUs. Muitos deles estão aqui na nossa divisão de produtos de tecnologia. Hoje a gente tem um principal produto que são TVs. Temos a parte de notebooks, PCs. Temos uma parte importante de drones, que a gente tem a apresentação exclusiva da DJI

no Brasil. Temos uma divisão de tablets, que é bastante importante, uma linha de áudio, que a marca Pulse hoje está entre as três maiores marcas em market share do Brasil.

Temos uma linha de acessórios de informática, memórias e pendrives, entre outros. Então, todos são de tecnologia. Aqui é importante, a gente olha e fica bastante claro, a gente tem uma redução de receita que foi proporcional no sentido que a gente reduz esse caos, sai de algumas linhas, aposta em linhas que a gente entende que tem mais aderência para o consumidor hoje em dia. Ou seja, tem uma queda de top line, mas quando a gente olha a margem, que é o mais importante para a companhia, ela cresce.

A gente vai de 26.2 para 28 e a margem é absoluta, de 401 para 410 milhões. E é isso que a gente vem buscando bastante. Então a gente entra agora em 2026 com a casa muito mais em ordem em relação a esse pilar. Obviamente o nosso desejo é voltar a crescer em receita, mantendo a margem, crescendo a margem. Esse é o drive aqui do time. A gente está com um trabalho bastante importante desde o fortalecimento das marcas, uma revisão de portfólio mais aderente com a necessidade desse ano, com consideração de todos os fatores macroeconômicos. Então essa é uma linha que a gente tem como ambição agora voltar a crescer, receita, a limpeza de casa e arrumação de casa foi feita e tentar maximizar essa margem ao longo do tempo, com essa missão de trazer sempre tecnologia para as pessoas e melhorar a vida das pessoas.

Na parte do especializado, que são as linhas de bebê, brinquedo e saúde, que representa quase 10% do faturamento, totalmente de R\$ 100 milhões no trimestre. A divisão PET saiu com a venda que a gente realizou no ano passado. E aqui também a gente tem o mesmo efeito, aqui um efeito um pouco maior, a gente consegue aqui uma boa notícia de trazer uma margem histórica de 34.7, que já era uma margem interessante, para um patamar de 42.4, então mostra a capacidade, a nossa capacidade de conseguir, com um trabalho muito bem feito dos times, de olhar para o consumidor e de definir bem o portfólio, de maximizar essa margem, trazendo para 42,4%. E mesmo com a receita caindo, a gente vê o mesmo efeito aqui de margem absoluta ano contra ano. Então, também é uma boa notícia. E também aqui agora, a gente, entre esse ano aqui, tentando buscar um crescimento de receita também, com manutenção de margem nesse pilar aqui do especializado.

Desafios para 2026, pessoal, acho que vocês aí, muita gente aí de banco, que conhece muito mais que a gente os desafios, contextos, tanto externos quanto internos, a gente tem um cenário agora de pressão de custos de combustível, como todo mundo sabe. Temos uma questão também na área de logística, que apesar de a gente não ter sido impactado diretamente agora, mas é um ponto de atenção. Então até agora não tem uma grande escultura nesse setor, mas é uma área que a gente está olhando, principalmente a parte de aumento de custos logísticos, que já é uma realidade.

Nós temos uma questão também natural de cenário de eleições, juros ainda alto, uma situação ainda de retração de consumo quando a gente fala dos pilares de consumer. Mas acho que a companhia como tudo, como vocês podem ver, está muito bem estruturada, um estoque muito mais otimizado. Então acho que a gente entra com bastante, apesar de todo esse contexto, a gente entra bastante confiante num ano que no Brasil não tem ano fácil, a gente está acostumado já com esses cenários, mas acho que a companhia como toda, aquilo que a gente pode realmente controlar, ter um controlável e ter o que a gente controla. Acho que a gente está, fico bastante animado, acho que a gente está em um caminho bastante positivo.

Um importante ponto que vale ressaltar, não sei se está todo mundo ao par aí, mas a gente tem recebido notícias, acho que a imprensa tem ressaltado muito isso, mas a gente que está aqui dentro da indústria, a gente vê isso muito de perto. Que é uma crise global, que aconteceu desde o final do ano passado, continua esse ano e deve continuar, que tudo indica, vai continuar, nem que deve, quando você conversa com grandes empresas globais e com penitentas de memória, eles afirmam que vai esse ano, não tem jeito, vai continuar, há dúvida agora para o ano que vem. Então a gente tem um aumento geral de componentes, principalmente de memórias, processadores e outros instrumentos importantes na cadeia de instrumentos eletrônicos, muito em função, aqui dando uma breve explicação, muito em função da demanda dos grandes servidores de IA, que puxam, fizeram muitas encomendas de processadores e memórias, vamos dizer assim, mais farrudas, com margem mais alta, ticket mais alto, e aí os produtos como TVs, tablets, computadores, alguns produtos de rede, que também usam memória e também usam processadores como componente, como parte dos componentes, sofre uma pressão, porque esses fabricantes globais, que acaba sendo poucos, cinco, seis no máximo, migraram a demanda para produtos de ticket mais alto e deixaram desabastecidos os produtos recorrentes desse mercado que tem um ticket mais baixo.

Então isso impactou não só o multilêndio, mas todo o cenário global. A gente acompanha, principalmente pelos parceiros e outros. A gente está muito envolvido no cenário de renda emprego, então isso é uma questão global de mercado. A gente vem acompanhando bastante. A gente não deve ter grandes impactos, a gente tem tentado repassar os preços novamente com esse aumento. Isso pode ajudar inclusive no top line, obviamente traz um desafio de rentabilidade, que a gente vem tentando ao quanto possível controlar, tem um cenário também de certo alívio na parte do câmbio, que ajuda também um pouco a contrabalancear esse aumento. Então a gente está bastante atento a isso, bastante, vamos dizer assim, tomando as medidas possíveis para a gente não ter nenhum rompimento de fornecimento, conseguir repassar os preços e tentar ter o menor efeito aí, um cenário que a gente não controla.

E, obviamente, aí, né, pensando também no copo mais cheio, o Grupo Multilaser atua muito forte na democratização da tecnologia, ou seja, os produtos sempre tem um ticket mais baixo do que o mercado. Então quando o mercado inteiro sobe o preço, que é o que acontece agora, as TVs vão subir de preço, os computadores vão subir de preço, os tablets vão subir de preço, a gente continua sendo o produto mais competitivo. E esse é o produto que encaixa no bolso

da maioria da população. Então muitas vezes em cenários como esse a gente pode até ter um cenário positivo olhando um pouquinho o copo mais cheio dessa perspectiva.

Essa aqui, pessoal, é uma certificação bastante importante que a gente conquistou agora no começo do ano, no final do ano passado. É uma certificação de parceria com a Receita Federal. São pouquíssimas empresas, são menos de mil empresas no Brasil, ou 900, alguma coisa assim. Que tem essa certificação, é uma certificação que não é todo mundo que consegue, são grandes empresas, que tem uma parceria bastante importante com a Receita, ou seja, troca informações. Em relação à importação, pela parte tributária. E essa certificação traz uma série de benefícios para a companhia. A gente consegue fazer o desembaraço agora sobre águas. A hidratororia já chega a desembaraçar no Brasil. Ou seja, o tempo demora para o desembaraço até chegar na fábrica e a gente conseguir produzir isso acaba reduzindo. A gente reduz o custo também. Então aqui é um trabalho que foi feito, é só pra vocês terem uma ideia, é um trabalho de mais de três anos que a gente vem trabalhando em cima dessa certificação. E agora todo o time se engajou bastante esse ano, a gente conseguiu com bastante louvor, a companhia trazer essa certificação, que vai ajudar, é mais uma medida que ajuda também nessa questão da eficiência operacional.

Iniciativas aqui da época do 2026, a gente continua, eu costumo dizer internamente que o processo de reestruturação continua, a gente ainda não está satisfeito, essa é uma trajetória, é um caminho que a gente vem trilhando, acho que nos anima bastante, o pessoal aqui também está bastante animado com essa, de ver essa retomada, mas ainda não chegamos onde a gente quer chegar, então existe um trabalho bastante importante de despesas, como falei, capital de giro, a otimização de portfólio continua. E agora a novidade, o que eu posso dizer, talvez comparando com o ano passado, o ano passado foi um ano de reestruturação, arrumação de casa, esse ano também, só que entra algo a mais aí que a gente vai estar bastante atento, o DNA da companhia aqui é monitorar oportunidades, eventualmente novos negócios ou até M&A, que façam sentido dentro da nossa missão de tecnologia, de melhorar a vida das pessoas. Então a gente está bastante de olho esse ano, estudando bastante oportunidades, novas linhas, que a gente entenda que possam contribuir tanto com a missão quanto com o crescimento sustentável da empresa.

E aqui por fim, a gente anunciou com muita alegria a parceria com o Grupo Sennheiser, que é um Grupo alemão, uma das empresas, quem não conhece, uma das empresas mais renomadas na parte de som, principalmente na área profissional, que é a divisão que a gente fez a parceria exclusiva aqui no Brasil. Então a partir desse ano a gente passa a operar todo o Grupo Sennheiser no Brasil, então é uma operação exclusiva que a gente tem um contrato com eles. Esse produto entra dentro do nosso portfólio corporativo, é uma venda mais B2B, são produtos profissionais, produtos bastante de alta qualidade, focados tanto em canais especializados, de som e música, quanto também grandes eventos, shows, emissoras de TVs, igrejas, qualquer grande, qualquer local que se faça uma comunicação ao público, que se tenha público, geralmente aí a Sennheiser já tem hoje, talvez mais de 50% do mercado, nessas caixas profissionais, soluções de áudio, que vai de microphones, caixas, videoconferência, etc.

E essa divisão, basicamente, ela entra, o time que estava atuando na Operação Sennheiser no Brasil, vem compor agora, está junto com a gente aqui no Grupo, com uma unidade de negócio focada nessa parte de som profissional, esse canal especializado, ou seja, um time que já trabalhava, que já faturava, E que agora a gente entende que também tem muita aderência com essa questão de tecnologia. É um canal novo, ou seja, é uma receita complementar. Ela acaba complementando o portfólio como um todo. Então a gente está bastante empolgado aí, um time bastante profissional que conhece muito desse mercado, que veio tocar essa operação. Então a gente está bastante animado com essa nova parceria. E que venham outras no futuro. E eu acho que é isso, pessoal. Eu queria agradecer. Eu acho que vamos ter aqui o mais claro e transparente possível.

Operador:

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 fazer a sua pergunta. Solicitamos, por gentileza, que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

A nossa primeira pergunta veio por escrito, e é do Gustavo Farias, da UBS. A primeira pergunta, olhando para frente, como enxergam o mix de receita à medida que as parcerias maturam? Se puderem comentar a dinâmica de margem bruta para frente conforme vemos o rollout de parcerias, que teoricamente tem margens menores.

A segunda pergunta do Gustavo é, como vocês se preparam para uma eventual pressão maior de custos de logística?

André Poroger:

Obrigado, Gustavo, pela pergunta. Em relação ao primeiro ponto das parcerias que a gente enxerga aí pra frente, entendo que a gente tem um caminho positivo em relação às parcerias, há uma previsão de crescimento que a gente gostaria de entregar esse ano, com certeza é uma margem bruta mais apertada, ou seja, ao mesmo tempo ela também tem um O nível de despesa é menor, é uma área independente, ou seja, ela consome menos despesa da companhia, ou seja, ela também ajuda a diluir a despesa, como a gente já viu o efeito do ano passado.

E ela traz também o menos risco, ela traz uma receita que a gente tem, a gente fica menos dependente do varejo, do consumidor, desses cenários políticos de aversão. Então para a gente é uma área que, embora com certeza tenha uma pressão de margem, não vou esconder, mas se a gente trabalhar bem a eficiência, como a gente já vem trabalhando, acho que a gente consegue capturar bons resultados. Então é uma divisão que a gente continua bastante focada.

Em relação ao segundo ponto, que é o custo e logística, isso realmente a gente, acho que quem acompanha a gente mais sempre, acompanha o mercado, a gente teve no passado a questão da seca de Manaus, que foi também outro, rendidor aí, sempre tem alguma coisa. É impressionante, eu estou há 22 anos nesse mercado, todo ano tem alguma coisa, agora temos o efeito da guerra, então assim, é uma situação que a gente está acostumado, a gente está tentando repassar os preços, tentar renegociar, tentar otimizar a pessoa do que pode, mas vai faltar todo o mercado e no final do dia não tem como não repassar. E aí a gente, como falei anteriormente, a gente tem uma situação de ser um produto de primeiro preço, então está passando efeito para todo mundo igual aqui. Mas basicamente a gente tem como não repassar e essa é a nossa desafio aqui.

Operador:

A nossa próxima pergunta é do Leonardo Cintra, do Itaú BBA. Leonardo, abriremos o seu áudio para que você possa realizar a pergunta. Leonardo, pode prosseguir.

Leonardo Cintra- Itaú BBA:

Bom dia, André. Bom dia, Eduardo. Bom dia, pessoal. Tudo bem?

Obrigado pelo call, pela oportunidade de fazer perguntas aqui. A minha primeira é sobre o processo de reestruturação. Eu entendi que é um processo aqui duradouro, que sempre vai continuar existindo, mas se vocês puderem dar uma ordem de grandeza aqui, de, vamos dizer assim, de 0 a 100, quanto que vocês já conseguiram capturar dessa reestruturação, se puderem comentar um pouquinho sobre, principalmente acho que margem bruta aqui, se ainda tem eficiência para ser capturada, acho que a parte de liberação de working capital seria legal de ouvir também, o que vocês esperam de geração de caixa ainda vindo desse processo de reestruturação.

E a segunda é sobre o top-line aqui, só pensando na dinâmica para 2026, se a gente pode esperar algo parecido com o que foi em 2025, no sentido de um corporate auto-performando. E aqui, se vocês puderem comentar na parte de retail, se a gente já pode, agora que você comentou que a casa está mais em ordem, se a gente já pode ver um top-line respondendo melhor aqui também, tanto em consumer tech, quanto em especializado. Acho que seria legal para a gente ajudar a pensar aqui no top-line, nos diferentes segmentos. Obrigado.

Eduardo Belelas:

Leonardo, bom dia, obrigado pela pergunta. Leonardo, com relação à reestruturação, a gente tem aqui na companhia um entendimento que isso precisa ser contínuo. Nós pegamos cada linha do PNL, entendemos onde tem oportunidade ali. E de forma eficiente a gente tá atacando cada uma delas. Então, assim, de 0 a 100, quanto que vocês já capturaram, é complicado porque a gente entende que tem muita oportunidade ainda. Então, não gostaria de falar um percentual pra você, mas vocês podem contar que é um processo que faz parte da agenda de todos os diretores e os gerentes aqui da companhia.

Margem bruta, nós temos questão do corporativo, que é uma margem bruta que está vindo aí na casa dos 20% e os outros dois segmentos, tanto o tech quanto especializado, são margens brutas que estão em ascensão, mesmo nós vendemos, ainda que a venda do ano de 2025 tenha sido menor do que 2024, nós entregamos montante de margem bruta, valores muito maiores do que o ano anterior. Dentro dessa dinâmica, que daí já respondendo a questão do top line, ambos os varejos é algo que a gente está bastante focado, é aquilo que depende de nós em 100%, são as nossas marcas próprias e é onde a companhia está se movimentando para a melhoria da visão do mercado para essas marcas, a melhoria das nossas margens.

Aqui e mantendo o foco em rentabilidade que já está demonstrando resultado, então com esse percentual de margem bruta e um top line ainda maior nesses dois segmentos, os nossos resultados devem continuar melhorando.

Com relação ao working capital, é o que a gente comentou também, continua a nossa a nossa gestão, o André trouxe o número de 250 milhões, a gente espera ainda reduzir nos dias de estoque, tem oportunidades também com fornecedores e clientes, mas o estoque é aquilo que está na nossa mão, nós temos o departamento da S&OP que está atuando bastante forte e todos esses pontos que você trouxe fazem parte da nossa agenda, assim como ocorreu em 2025 e mantendo em 2026 para que os nossos resultados continuem na sessão.

André Poroger:

Só complementando a parte de reestruturação, Leonardo, e a todos. Esse ano, a gente está muito ligado a toda essa parte de eficiência na função de automações, inteligência artificial. Então, isso não dá para falar que terminou. Pelo contrário, a gente está aqui super mergulhado em como a gente pode ganhar continuamente eficiência.

É um negócio totalmente disruptivo, ou se abraça, ou se abraça, ou se abraça, não tem como não, e a barra subiu, no sentido de qualidades, que você pode chegar, então a gente está muito antenado a isso, a gente agora acabou de montar uma área para apoiar todos os departamentos nessa oportunidade de automação, então esse processo de automação ele continua, e agora muito focado também nesse Grupo de eficiência, igualmente, como o Edu falou, o foco nosso, a gente está muito preocupado mais com a rentabilidade do que efetivamente o top-line, com os desafios que a gente falou, de aumento de custo, repasse, mas a companhia é muito mais sólida para aguentar qualquer percalço pelo caminho.

Leonardo Cintra- Itaú BBA:

Boa, super claro. Obrigado, André. Obrigado, Eduardo.

Operador:

A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaríamos de passar a palavra ao senhor André para as considerações finais da companhia.

André Poroger:

Eu só agradecer, acho que tentei ser o mais claro possível. Obrigado Edu, obrigado a todos pelo apoio, todo o time, todo o time que no final do dia vem executando as mudanças, vem planejando. Então acho que essa trajetória é uma vitória de toda a companhia. Não tem herói aqui, realmente é um trabalho dia a dia. Então, agradecer a presença de todos, a confiança, estaremos em breve aí no próximo call. Obrigado, pessoal.

Operador:

A videoconferência de Resultados referentes ao quarto trimestre de 2025 e ao ano de 2025 do Grupo Multilaser está encerrada. O Departamento de Relações com Investidores está à disposição para responder as demais dúvidas e questões. Muito obrigado e tenham um bom dia!