

Transcrição

GRUPO MULTILASER 1T26

Operador

Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam muito bem-vindos à videoconferência de divulgação dos resultados do primeiro trimestre de 2026 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 Audio”.

Informamos que esta videoconferência está sendo gravada e será disponibilizada no site de RI da companhia, onde se encontra disponível o material completo da nossa 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 e ou o vídeo. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela e 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 sem crenças e premissas da administração da companhia, bem como 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, consultem o penúltimo slide desta apresentação. Hoje, contamos com as presenças dos executivos da companhia, André Poroger, CEO, e Eduardo Belelas, CFO e DRI. Passo a palavra ao Sr. André para iniciar a apresentação.

Andre Poroger

Bom dia, bom dia a todos. Obrigado pela presença de todos nesse *call* para a gente falar um pouquinho do primeiro trimestre de 2026.

Antes de começar a falar um pouquinho dos números, um resumo do trimestre, queria fazer um *disclaimer* pessoal aqui.

Em abril agora, faz um ano que completamos a nova gestão completa aqui do Grupo Multilaser.

Então queria agradecer a confiança de todos, agradecer ao time também que vem ajudando e contribuindo muito para essa trajetória de resultados e crescimento e transformação.

Então, vamos lá falar um pouquinho do resumo do trimestre.

Bom, falar um pouquinho aqui do trimestre, cinco indicadores importantes que a gente traz aqui para trazer um pouco do resumo. Acredito que notícias boas aqui em relação a todos os indicadores, então isso nos deixa muito orgulho aqui do que está sendo feito.

Na parte de receita líquida, a gente apresentou um crescimento de 14,3%. Teve uma queda em relação ao quarto trimestre devido à sazonalidade normal no nosso segmento. Quarto trimestre sempre muito puxado pelas vendas de Black Friday, de sazonalidade dos eletrônicos de final do ano. É um importante crescimento em relação ao primeiro trimestre de 2025.

Em relação à margem bruta também, temos uma excelente notícia aqui. Chegamos aqui no patamar de 30,4%. Crescimento extraordinário comparado com o mesmo trimestre de 2025, onde a gente tinha apresentado 23,7%.

Então, acho que a margem bruta vem realmente de um trabalho muito intenso, muito forte do time, no que tange a precificação, no que tange ao melhor mix como vocês podem lembrar, a gente fez uma redução importante de mix. A gente saiu de mais de 3 mil produtos para atualmente 1.700 produtos no portfólio.

Então, esse acerto no mix vem contribuindo muito para esse resultado de margem bruta. Temos um efeito aqui também, um pequeno efeito também de uma situação pontual, como vocês sabem, a gente teve um efeito aí, está tendo um efeito de aumento e escassez, um aumento espantoso no custo de componentes eletrônicos, principalmente memórias, processadores, e aí junto com isso vem a gente obviamente esse aumento que não, ele não, ele continua acontecendo ainda, ele não parou.

Esse é um fator global que envolve, que impacta todos os fabricantes, não só a Multilaser, mas todos os fabricantes, tanto nacionais quanto globais, esse é um fenômeno global. E a gente veio conseguindo fazer esse repasse de preço, então acho que essa é uma boa notícia.

Teve também um fator de antecipação, a preocupação do mercado com esse aumento continue, então tivemos também aqui clientes que preferiram antecipar pedidos, isso nos trouxe aqui também uma possibilidade de melhorar a margem pontualmente nesse trimestre. Mas a trajetória é muito boa, acho que teve certo impacto, acho que a gente conseguiu capturar, isso é uma boa notícia, a gente conseguiu capturar esse aumento de margem bruta, mas a trajetória é muito boa, quando a gente fala de 23% para 25% no último trimestre, no quarto trimestre. Então aqui, entendo que a gente continua com uma melhora consistente aqui de margem bruta.

Em relação ao EBITDA, também uma outra excelente notícia, a gente entregou em R\$ 96,5 milhões, um salto de quase R\$ 91 milhões, comparado com o mesmo período do ano passado, em que a gente fez R\$ 5,5 milhões.

Então, acho que esse reflexo de margem bruta, mais um controle de despesas, a nossa despesa mesmo crescendo a margem, crescendo a receita em 14,5%. A nossa despesa cai 4%, então a gente conseguiu ter uma eficiência melhor em relação à receita líquida e ainda assim trazer uma redução nominal de despesa muito importante, reflexo do trabalho de todo o time, do empenho de trabalhar muito eficiente a operação. E esse trabalho continua, não é um trabalho que a gente parou, é um trabalho recorrente.

E aí tivemos aqui um reflexo também no lucro líquido, R\$ 123 milhões, crescimento de 91% comparado com o mesmo trimestre do ano passado, que já havia sido bom, o primeiro trimestre do ano passado com R\$ 65 milhões.

Então aqui tem um efeito aqui de melhoria de EBITDA, de melhoria de margem bruta, de redução de despesa, tem um efeito positivo também de variação cambial, mas mesmo sem a variação cambial, o nosso lucro continua bastante positivo. Então aqui é uma vitória bastante importante, consistente.

E talvez o que mais nos alegra aqui e que nos deixa dormir tranquilo é a geração de caixa. Para quem lembra, a gente teve uma queima no primeiro trimestre do ano passado, em 2005, a gente teve uma queima de quase, há pouco, mais de R\$ 330 milhões de reais. E esse trimestre, a gente conseguiu ter uma geração, um trimestre que a gente sabe que é um trimestre mais desafiador em relação à geração de caixa pela sazonalidade e mesmo assim a gente conseguiu ter uma geração de caixa de R\$ 65,8 e isso é uma inversão de quase R\$ 400 milhões de um ano para o outro, então esse com certeza é um indicador que a gente acompanha muito de perto e que nos deixa mais tranquilo e obviamente essa geração de caixa nos dá um alívio grande em relação a gente reverter também uma dívida líquida que a gente tinha no ano passado, para um caixa líquido de R\$ 190 milhões.

Então, acho que tudo isso, esses indicadores também nos deixam animados pela trajetória. Tem muito a fazer, a gente está trabalhando muito nessa questão de portfólio, melhoria de

rentabilidade, encontrando novas oportunidades, olhando novas oportunidades e capturando as oportunidades que aparecem também, mesmo num cenário desafiador.

Então, vou passar aqui para o Eduardo Belelas, nosso CFO, falar um pouquinho mais dos números financeiros, e aí eu volto dando um pouquinho mais de cor nos nossos segmentos.

Eduardo Belelas

Obrigado, André.

Bom dia, pessoal, então agora falando um pouquinho mais, trazendo mais detalhes a que o André já antecipou, a nossa receita líquida no trimestre foi de R\$ 872 milhões, uma queda em relação ao quarto trimestre, mas em função da sazonalidade. Se nós olharmos para o primeiro trimestre de 2025, tivemos um aumento de 14,3%, quando a gente abre isso por segmentos, o André vai entrar no detalhe, mas a gente consegue ver que nós fomos muito fortes no segmento corporativo, principalmente na linha de redes e nas linhas de memória, em função também dessa antecipação de compra pelos clientes para garantir um preço menor em função dos aumentos dos preços das memórias e das CPUs que estão ocorrendo no mercado mundial.

Trazendo para a margem bruta, apesar de nós estarmos falando de uma redução de montantes em relação ao 4º trimestre, o percentual foi de 30,4% quando nós comparamos com o mesmo período do ano passado, são quase 7 pontos percentuais de aumento.

Aqui tem uma questão de mix de portfólio, o foco da companhia em mais rentabilidade dos produtos e daí propriamente não se preocupando tanto com o volume de vendas e ainda assim a gente consegue demonstrar um volume de vendas melhor do que o primeiro trimestre de 2025.

Passando para o próximo slide. O EBITDA, a gente entrega o EBITDA de 11,1% da Receita Líquida é o maior EBITDA da companhia desde 2022, falando dos trimestres, comparado com o quarto trimestre do ano passado, que foi um trimestre bom, nós dobramos em margem EBITDA e no valor do EBITDA absoluto entregamos também quase R\$ 40 milhões a mais.

Aqui tem o reflexo, que o André já pontuou muito bem, margem bruta, mix em uma pequena parcela dessa antecipação dos repasse de preços que nós conseguimos fazer, capturando essa oportunidade. A gestão de despesas, que vem mês, trimestre a trimestre, vocês podem acompanhar, o percentual de despesas em relação a receita vem caindo e isso combinado traz um EBITDA entregue muito maior do que a gente vinha entregando e o principal ponto aqui, pessoal, além da magnitude desse resultado, é que é um resultado 100% operacional. Nós não temos aqui reversão de provisão de tributárias ou alguma coisa não recorrente que esteja dentro desse resultado.

Falando do lucro líquido, entregamos R\$ 123 milhões de lucro líquido, aqui dentro tem o efeito de 35 milhões positivos de variação cambial, então apesar da variação cambial positiva, o lucro líquido é consistente, muito próximo ao EBITDA que nós entregamos.

Comparando com os últimos trimestres, em 2024 ficou negativo por conta da variação cambial com o efeito contrário que está acontecendo nesse primeiro trimestre e o primeiro trimestre de 2025 ele foi muito impactado pela variação cambial também. Então assim como o EBITDA ele é operacional, 100% operacional, sem recorrência, o lucro líquido está refletindo isso independente da variação cambial.

Agora falando um pouquinho de fluxo de caixa. Nós geramos R\$ 65 milhões de caixa operacional, como o André bem disse, no mesmo período do ano passado nós entregamos um consumo de caixa operacional de R\$ 330 milhões. Foi esse consumo de caixa no primeiro trimestre que fez com que a nossa geração de caixa, durante todo o ano de 2025, tenha sido algo próximo a R\$ 70 milhões de reais. Ou seja, comparando com todo o ano de 2025 não fosse o primeiro trimestre, nossa geração de caixa já teria sido robusta. Então, esse efeito que nós conseguimos reverter agora no primeiro trimestre com a disciplina das compras, a gestão dos prazos de pagamento e de recebimento junto aos clientes, nos dá a percepção de que realmente as estratégias estão sendo bem executadas e nós temos hoje um caixa que nos dá a possibilidade inclusive passando para a próxima parte desse fluxo, de ter feito uma distribuição de dividendos de R\$ 40 milhões esse trimestre, reduzimos a dívida em R\$ 40 milhões e lembrando que ainda nesse primeiro trimestre nós fizemos a captação de R\$ 50 milhões junto ao BNDES, ou seja, não fosse essa entrada de captação, a redução da dívida seria ainda maior.

Falando em endividamento, nós fechamos o primeiro trimestre com uma dívida bruta de R\$ 433 milhões, um caixa de R\$ 624 milhões, logo, um caixa líquido ou uma dívida líquida negativa de R\$ 190 milhões.

Esse caixa seria suficiente para a gente liquidar 2,4 vezes a dívida de curto prazo. Nós temos uma concentração da dívida em curto prazo, mas que não preocupa em função da robustez do caixa que nós temos.

Então encerrando aqui a sessão financeira, a companhia continua focada na entrega de resultados, com disciplina na gestão de despesas, gestão do mix, da margem bruta, capturando as oportunidades que venham, e quanto mais robustez, nós estaremos mais preparados para aquilo que vem do cenário macro, que o André vai comentar um pouco mais além do cenário das memórias, também a questão de frete, guerra e tudo mais.

Então, seguimos aí com essa disciplina para ser uma companhia, além de geradora de caixa, que possa remunerar os seus acionistas. Agradeço a todos aí, André, com você.

André Poroger

Obrigado, Edu.

Então, vamos falar um pouquinho mais dos segmentos que a gente atua. Então, como vocês bem sabem, aqui temos três principais segmentos de atuação, o que a gente chama de segmento corporativo, que envolve todas as operações que a gente chama de B2B, desde operações de equipamento de ginástica para academias e condomínios.

Temos uma operação grande para provedores de distribuição e fabricação de equipamentos de fibra ótica e telecomunicações para provedores de internet.

Temos uma fábrica de mobilidade em Manaus, em que a gente hoje produz a marca Royal Enfield e a nossa marca de mobilidade elétrica Watts.

Temos uma operação de memórias, que é a Brasil Componentes, que produz e fornece memórias para as principais indústrias no Brasil.

Temos as parcerias de fabricação também, junto com a Oppo, Hisense e mais recentemente, já capturado nesse primeiro trimestre também, a nossa nova parceria com a Sennheiser, que é uma referência mundial para equipamentos de áudio profissional, para grandes eventos, grandes produtoras, emissoras, que também já começamos a arrumar e sentir o resultado nesse primeiro trimestre.

O segundo é o que a gente chama de Consumer Tech, que são todas as nossas marcas de tecnologia, e a terceira que a gente opera *full*, que a gente faz a operação completa, desde a importação, fabricação, distribuição, marketing, venda, pós-venda. Então aqui temos as nossas marcas Multi, Pulse, Warrior, que é de gamer, temos também as parcerias Toshiba, Cuisinart.

E na parte que a gente chama especializado, que são basicamente a nossa linha Kids, que tem tanto a parte de brinquedos quanto a parte de Baby, de produtos para beber, e também a Multi Saúde, que é uma operação de paredes de produtos de tecnologia de saúde voltados para a farmácia.

Então vamos falar um pouquinho sobre a distribuição desses três segmentos. Em um segmento corporativo a gente realmente foi o repulsor do crescimento do trimestre em relação à receita. Então a gente teve realmente um crescimento importante de receita em relação ao primeiro trimestre do ano passado, obviamente tem uma sazonalidade como comentei inicialmente em relação ao quarto trimestre que faz com que a receita caia.

E aqui a grata surpresa, realmente uma captura de margem adicional como a gente comentou, esse segmento, ele é um segmento que ele tende a realmente ter uma margem bruta mais baixa, são operações B2B, parcerias em que a gente trabalha com um feed serviço, que ao mesmo tempo ele é mais baixo, mas ao mesmo tempo ele não tem risco e ajuda a diluir as despesas da companhia. Então, aqui, muito em função da operação de captura de antecipação, a gente conseguiu ter aí um repasse na venda de memórias. E para o governo também.

Mesmo assim a gente entende que teria tido uma evolução. É uma área que está contribuindo bastante, a gente continua a focar bastante no nosso segmento corporativo.

Vamos lá para o segmento Consumer Tech. Vocês podem ver uma redução, uma queda de receita por volta de 15%.

E aí essa queda não foi uma surpresa, pelo contrário, foi uma decisão estratégica da companhia de realmente focar na rentabilidade, a gente tende com a escassez de memória, de componentes, causando o custo do produto subir globalmente, o nosso estoque por sequência valoriza também, então, a gente priorizou, obviamente, a rentabilidade ao invés de volume agora.

Isso refletiu bastante positivamente. Então, a linha que foi mais impactada aqui foi a linha de TVS, que a gente deliberadamente decidiu segurar, rentabilizar mais, muito em função desses aumentos futuros. E isso, se não fosse a linha de telas e tablets também que tem um efeito de aumento de custo em função da memória, essa linha inteira aqui nossa estaria crescendo em quase 10%, então, realmente um efeito estratégico.

E tão estratégico que a gente olha a parte de margem bruta, a gente vê que mesmo faturando 15% a menos, ou seja, preservando o estoque e preservando o capital, a gente entrega mesmo o mesmo volume nominal de margem. De períodos anteriores em que a receita foi maior. Então aqui eu entendo que a gente consegue rentabilizar melhor os estoques atuais e capturar essa margem.

E compartilhar com vocês, dentro dessa categoria, a gente tem projetos, linhas importantes, como linhas de áudio, linha de PCs, que são notebooks, eletroportáteis. Essas linhas vêm crescendo muito.

A áudio a gente tem um crescimento em relação ao mesmo período do passado de mais de 40%. 35%, Desculpa, PCs que é mais de 40%, 54,2% e eletroportáteis 31%.

Então são linhas que a gente vem apostando muito, são categorias gigantes, a gente entende que essas categorias ainda têm muito, muito potencial de crescimento. Além das demais, que a gente entende também que o foco, com certeza, é a rentabilidade, mas a gente tende a voltar o crescimento dessas linhas também, em mantendo a rentabilidade, obviamente que sempre com foco, a gente não vai renunciar à rentabilidade.

Eu acho que aqui é uma notícia, embora aquela de receita, é uma notícia muito boa e que nos deixa animado, principalmente em categorias que a gente vem crescendo e se firmando como player importante dentro do varejo e para os consumidores.

Na parte de consumo especializado, a gente tem uma queda também aqui de receita.

Essa queda, acho que no ano passado a gente fez um desinvestimento importante, que é a saída do negócio da divisão PET, que a gente produzia, a gente tinha uma fábrica de tapete higiênico para cães, que é um dos principais mercados para pets.

E essa... Então a gente tem um impacto aqui pra saída, né? A base... A gente tinha uma base de faturamento do negócio Pet do começo do ano de 25, que não tem mais. Então a gente sente um pouco o efeito no top-line, na receita, mas o foco aqui é o mesmo que a gente tem trabalhado no próprio Consumer Tech, que é busca de rentabilidade. Essa é uma divisão que, embora com uma receita menor, trazendo uma rentabilidade, uma margem bruta, contribuindo uma margem bruta.

E aqui a gente tem também uma oportunidade de crescimento, com essa base ela fica mais difícil, mas na medida, com o tempo, a gente também tem grandes projetos aí nesses segmentos, que é basicamente o segmento Saúde e o segmento de Kids e Brinquedos.

Então, realmente assim, a receita ela é bastante atenuada e ela foi, estrategicamente, a gente priorizou realmente a rentabilidade em função da receita inteira que a estratégia esteja funcionando aqui.

Aqui para dar uma cor, a gente falou bastante, a gente tem uma escassez, acho que vocês sabem, talvez quem acompanha a indústria de eletroeletrônico saiba do que está acontecendo no mercado global. A gente teve uma corrida para a fabricação dos servidores de AI no mundo e essa corrida fez com que os preços dos componentes subissem como um todo.

E, obviamente, a indústria de eletrônico mais tradicional consome, às vezes, chipsets, processadores, memórias não tão sofisticadas e avançadas quanto as de AI, sofreram mais, porque, obviamente, esses fabricantes globais que acabam priorizando as demandas de ticket mais alto e rentabilidade mais alta, isso vem afetando a indústria como um todo, indústria de smartphones, indústria de computadores, produtos de rede, que a gente atua com os provedores.

Então isso, a gente, no geral, só para compartilhar com vocês um pouco do nosso sentimento, quando é um aumento global assim, que está tudo afetando todas as cadeias, todos os fabricantes da mesma maneira, a gente acaba não se preocupando tanto. Normalmente é um impacto ruim aumentar preço, mas sendo para todo mundo o mercado, a gente entende que o mercado se ajusta a essa nova realidade.

Então, quando você viu antes uma TV que custava abaixo de mil reais, agora você vai ver uma TV que custa R\$ 1.200, R\$ 1.300, a mais barata do mercado. Então, nesse sentido, o mercado vai se ajustar, acho que ninguém vai deixar de comprar uma TV por causa de R\$ 100 ou R\$ 200 e acaba, o mercado se adequando a uma nova realidade.

Então, aqui tem uma preocupação, obviamente, mas acho que é uma preocupação moderada, desde que a gente consiga estar repassando e isso realmente reflita, talvez tenha um momento de transição, Como eu te falei, a gente conseguiu capturar ainda positivamente essa transição nesse trimestre.

Estamos acompanhando de perto, aqui a gente tem uma proximidade muito grande da cadeia de suprimentos. Também temos a produção local de memórias, então acho que a gente está bem-posicionado aqui, é o momento que a gente tem que estar olhando, com certeza tem um impacto, mas a gente está acompanhando de perto e aqui bem seguro das decisões.

E aqui as iniciativas para fechar a gente continua assim a gente vem numa trajetória que nos dá muito orgulho como os resultados que aparecem aí no balanço que a gente vê os principais indicadores principalmente a parte de caixa líquido que nos deixa bastante tranquilos com operação, com o futuro e eventualmente situações que possam de crise que possam acontecer. Acho que a gente está bem mais forte, bem mais fortalecido.

E aqui é um trabalho que não acaba, é um trabalho recorrente aqui, acho que o time inteiro, não é um trabalho de um herói, na verdade, o time inteiro se empenhando para achar cada oportunidade em relação à despesa. Uma gestão de capital de giro muito forte, a gente está acompanhando diariamente. Essa otimização do portfólio foi muito acertada, a gente está cada vez mais próximo do consumidor e próximo dos nossos clientes, definindo a quatro mãos esse portfólio, isso tem sido uma vitória, que acho que ainda vai colher muitos frutos, a gente está num processo.

E agora também a gente passa numa situação de monitorar mais oportunidades, como vocês sabem, a Mutilaser e sempre é uma empresa de negócios, em que a gente desenvolve os novos negócios, olha para oportunidades, a gente cresceu muito nos últimos anos, agora a gente deu uma otimizada, a gente não vai fazer nenhuma loucura, pelo contrário, mas a gente, obviamente, vai estar sempre no radar, oportunidades que a gente entenda que... E aí trazer junto a experiência, os aprendizados do passado, para tentar capturar oportunidades, tanto de novas linhas, quanto, eventualmente, um M&A. Então, acho que é isso. Para fechar aqui, acho que tem mais... É isso, né?

Eu queria agradecer a todos pela participação com a gente hoje. Vamos abrir para perguntas. Obrigado.

Operadora:

Começaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Lembrando que, para fazer perguntas, vocês devem clicar no ícone Q&A na parte inferior da tela e escrever a sua pergunta para entrar na fila. Ao ser anunciado uma solicitação para ativar seu microfone, aparecerá na tela e, então, você deve ativar o seu microfone para fazer perguntas. Solicitamos, por gentileza, que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

A nossa primeira pergunta veio por escrito e é do investidor Rodrigo Chaves e ele diz: “Bom dia, parabéns pelos resultados. Considerando a sobra de caixa e retorno aos lucros, já consideraram um pagamento de dividendos mais recorrente?”

Eduardo Belelas:

Bom dia, obrigado pela pergunta.

Então é legal que essa pergunta só vem por conta da geração de caixa que a gente está fazendo.

A nossa política atual de dividendos que está no nosso estatuto, ela tem um mínimo obrigatório de 25% de lucro líquido. Em relação ao 2025, nós fizemos e ultrapassamos ainda isso e, nesse momento, a nossa intenção e prioridade é continuar reduzindo o endividamento.

Nós temos aí uma parcela importante no curto prazo de R\$ 260 milhões. E nós vamos, sem dúvida, temos isso como pauta do Conselho de Administração, a questão da distribuição de dividendos, sempre em linha com a rentabilidade que a companhia vai apurar, vai entregar, e a disponibilidade de caixa.

Então, é um assunto, sim, que nós estamos considerando, mas a prioridade, nesse momento, ainda é a redução de endividamento e cumprir, pelo menos, o que está no estatuto dos 25% de distribuição.

André Poroger:

Só complementando aqui, é perfeito a colocação do Edu, mas como a visão de longo prazo é para compartilhar com todos, com certeza, havendo possibilidades de ação de caixa, queremos sim ser uma empresa pagadora de dividendos. Esse é o nosso foco sempre, obviamente, priorizando a saúde financeira da empresa, mas queremos sim ter esse pagamento recorrente anual.

Operadora:

A próxima pergunta também veio por escrito e é do investidor Eliseu Soares de Oliveira e ele diz: “Bom dia, parabéns pelos resultados. Poderia explicar melhor sobre a divisão de memórias da Multi, por favor?”

André Poroger:

Bom dia, nós temos aqui uma das unidades de negócio dentro do segmento corporativo. A gente faz a fabricação de memórias ali na nossa fábrica em Minas Gerais. E essa fabricação de memórias ela tanto abastece produtos nossos, de eletrônicos nossos, como também para o mercado. Então a gente tem alguns tipos de memórias que a gente já atua fortemente.

Obviamente essa memória depende de um componente que a gente chama de *wafers*, que é o wafer de silício, que é o componente principal da memória. E esse componente, ele também sofre flutuações de acordo com o mercado global.

Então, não é que a gente tem um custo desconectado do mercado global, ele acaba sendo conectado, é igual quando a gente pensa no petróleo, você sobe o petróleo lá fora, sobe aqui também. Então, a gente acaba tendo essa...

Estar ligado um pouco no que acontece globalmente, mas isso faz com que a gente tenha, acho que o principal diferencial aqui, é que a gente tenha uma conexão com esses grandes fabricantes do wafer de silício, que é o componente principal da memória, e consiga estar na frente aí, no cenário de escassez, os parceiros acabam, quem está mais próximo ali acaba conseguindo ter o fornecimento do produto. Então, isso nos coloca nessa posição de estar mais conectado nesse ambiente, nesse produto especificamente que está sofrendo mais com situação de escassez e aumento de preço.

Operadora:

A próxima pergunta também veio por escrito, é do investidor Matheus Luan. Ele diz: “Bom dia. A escassez e o consequente aumento dos preços das memórias pode afetar negativamente o resultado do segundo trimestre e do resto do ano? E a opção do governo em acabar com a remessa conforme pode impactar a empresa?”

André Poroger:

Bom dia. A gente colocou que essa escassez, ela traz um benefício, um benefício, acho que a gente já estaria vendo um resultado mesmo sem essa questão da antecipação. Então acho que é importante dizer isso. E essa situação da antecipação acabou trazendo um ganho ainda adicional daquilo que a gente já teria. O que seria um bom resultado foi ainda melhor.

Então, obviamente, segundo semestre, enxergando os estoques novos com custo mais alto, ele tende a pressionar obviamente a margem, mas também há um repasse, como eu falei, o repasse é global, não é uma coisa exclusiva nossa. Os preços estão aumentando para todo mundo, então a tendência é haver um repasse que faça com que a margem se mantenha.

Talvez a gente não tenha essa captura adicional que a gente conseguiu agora, mas entendo que a gente tem um trabalho, uma tendência que a gente vem construindo boa, tanto de portfólio quanto de redução de despesa, que possam contribuir.

Então não tem um cenário nebuloso que a gente está vendo, mas obviamente existem essas melhoras extraordinárias que a gente faz, a gente vai, vindo semestre a semestre, a gente vai conseguir manter esse 30, talvez não, mas com certeza acima de uma trajetória que a gente vinha construindo ainda no ano passado. E tinha alguma outra pergunta? Era isso.

Ah, você falou da “taxa das blusinhas”, né? A gente tem assim, obviamente que a indústria como um todo, a gente não sabe como vai reagir, acaba sendo uma concorrência adicional. Agora sim, existe ainda o ICMS que é mantido, não é zerado o Imposto Federal.

E pra esses produtos nossos, né, a gente só sentia, assim, a gente já teve, já foi liberado antes, a gente não sentiu a hora que bloqueou também a “taxa das blusinhas”, a gente não sentiu nenhuma grande melhora em função disso. Obviamente é ruim, acho que é ruim para o Brasil, é ruim para a indústria.

A gente está aqui pagando os impostos, quase 4.500 colaboradores, empregando pessoas e aí você tem um fabricante chinês que manda para cá sem passar por nenhuma dessas etapas aí e sem pagar imposto ainda, que não faz nenhum sentido. Então, obviamente é ruim para todo mundo, para a indústria, mas a gente não... Não deve ter grandes impactos aqui nossa visão.

Operadora:

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

André Poroger:

É só agradecer a todos pela presença, obrigado pela confiança, obrigado ao time que vem construindo esse resultado e essa trajetória positiva.

A gente sabe que o caminho nem sempre é reto, mas é um caminho positivo e enfrentar a gente, o jeito que a gente enfrenta os problemas aqui e encara e cria oportunidades também é o mais importante. Então acho que essa é a cabeça aqui de todo o time.

E obrigado aí, espero vê-los no próximo trimestre.

Operadora:

A videoconferência de resultados referentes ao primeiro trimestre de 2026 do Grupo Multilaser está encerrada. O Departamento de Relações com Investidores está à disposição para responder às demais dúvidas e questões. Muito obrigada a todos e tenham um ótimo dia.