



**Local Conference Call
Springs Global
Resultados do Primeiro Trimestre de 2019
20 de maio de 2019**

Operador: Senhoras e senhores, obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à audioconferência da SPRINGS GLOBAL para discutir o resultado do primeiro trimestre de 2019. 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 assistência durante a conferência, por favor, pressionem asterisco então "0" e um operador irá assisti-lo fora da linha.

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

Antes de prosseguir, deixe-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: Obrigado, boa tarde a todos. Estamos aqui eu, Roberto Cristofanilli, Alessandra Gadelha para falarmos sobre os resultados do primeiro trimestre, em que, basicamente, já se esperavam os resultados que estão aí demonstrados, que, obviamente, tem como fator preponderante a conclusão da nossa transação de consolidação das nossas operações no mercado Norte-americano com a empresa Keeco.

Essa transação já anunciada amplamente ao mercado não só porque foi objeto de Fato Relevante quando da assinatura do contrato definitivo em 29 de dezembro, como também de Fato relevante quando do *closing* da operação, da conclusão da



operação em meados de março, ela, obviamente, já tinha nas notas explicativas do demonstrativo contábil publicado relativamente aos resultados de 31 de dezembro de 2018 todos os elementos que permitiam vocês prognosticarem o resultado que ocorreria neste primeiro trimestre.

Um fato muito importante, ocorrido na sexta-feira e que só aumentam as perspectivas do resultado de nossa participação de 17,5% na Keeco será ainda mais promissor do que já era, é que o nosso grande concorrente nos Estados Unidos fez um *filing* de *chapter 11*, ou seja, o que era antigamente uma concordata, uma recuperação judicial, na sexta-feira. A Holland é uma empresa que hoje pertence a um fundo de investimentos, chamado Centennial, e desde esta contratação, há cerca de 2 semanas, de uma empresa de reestruturação e de um escritório, normalmente um escritório bastante ativo nas áreas de *chapter 11* nos Estados Unidos, então já se prognosticava que eventualmente eles iriam fazer um *filing* de *chapter 11*, o que acabou ocorrendo na última sexta-feira.

Naturalmente, a Keeco, uma empresa muito mais diversificada, com vários segmentos de atuação, inclusive o segmento agora de travesseiros e *mattress pads*, então ela tem condições únicas de não só crescer as suas vendas no mercado norte-americano, como também melhorar ainda mais os serviços aos nossos clientes varejistas, o que torna a Keeco uma empresa com um futuro já (que era muito promissor) ainda mais promissor e a nossa participação de 17,5% nesta empresa, obviamente, uma participação muito relevante e que vai nos trazer resultados muito substanciais.

Importante também destacar no trimestre o crescimento das nossas operações de *e-commerce*, especialmente (e deve ser destacado isso) com o nosso multicanal, com nossa presença *omnichannel* se reforçando cada vez mais, afinal, hoje, dos nossos pedidos de *e-commerce*, cerca de 70% ou um pouco mais são ou retirados nas lojas, escolhidos pelo cliente no momento da compra, ou entregues pela loja, que servem como centros de distribuição, mini centros de distribuição, a partir dos quais a mercadoria é despachada, reduzindo o custo do *last mile* e também o tempo de entrega ao consumidor.

Aliás, esta discussão hoje de tempo de entrega ao consumidor é algo que está se generalizando no *e-commerce* do mundo, a gente vê hoje o Wal-Mart nos Estados Unidos definindo que o prazo de entrega de 24h não terá taxa adicional, forçando a própria a Amazon a seguir no mesmo caminho, e, portanto, prazo de entrega é algo relevante e todas as empresas que possuem uma rede física de distribuição elas têm melhores condições de entregar num prazo de entrega mais curto do que as empresas que têm uma rede de distribuição apenas baseadas em CDs.



nós temos esta rede física de distribuição, vamos começar a reduzir os prazos de entrega em grandes centros metropolitanos, regiões metropolitanas mais substanciais e nós achamos que isto vai ser um diferencial competitivo importante para uma empresa realmente de multicanalidade, que opera dentro de um modelo de multicanalidade como a nossa.

O desenvolvimento das tecnologias, para isso, são todas internas, estão indo muito bem, tanto o Pix quanto nosso software e plataforma de venda na Internet, tudo interno, se integrando com os nossos ERPs. E mais, obviamente, sobre este tema, vocês terão oportunidade de ouvir caso nos deem a honra de participar do Springs Day, que ocorrerá dia 29 de maio às 8:30 da manhã. O convite foi distribuído para todos os que estejam na nossa *mailing list*, mas eu gostaria de reforçar este convite porque daremos um foco muito importante nesta área nossa de tecnologia, do modelo de multicanalidade e diversas iniciativas, e eu vou deixar para falar sobre elas durante o Springs Day, porque acabou ficando muito próximo do relatório relativamente aos resultados do primeiro trimestre, durante o Springs Day as nossas iniciativas, muitas delas com um potencial muito grande de geração de crescimento de receitas, nós vamos estar falando sobre estas iniciativas no Springs Day no dia 29, todos nós estaremos lá, portanto, reforço o convite para vocês estarem presentes.

Além deste fator da conclusão da operação com a Keeco, além do crescimento das vendas da Internet em mais de 150%, é preciso destacar que o nosso perfil de financiamento, não só hoje, está bem mais saudável como também está bem mais alongado. Isto é importante e ainda estamos trabalhando em novos alongamentos e temos muita convicção de que, já no balanço do segundo trimestre, estaremos registrando outros alongamentos do perfil de financiamento, o que nos dará muita segurança e tranquilidade para continuarmos investindo e crescendo as nossas vendas diretamente aos consumidores finais nos nossos modelos *omnichannel*.

Importante dizer que quando me refiro a investimentos é principalmente investimentos em marcas, em novas categorias de produtos (que nós vamos ter a oportunidade de conversar sobre elas no dia 29) muito mais do que em Capex de planta industrial. Até porque ainda temos algumas ociosidades, o que significa dizer que temos uma alavancagem operacional muito significativa.

Estas são as informações preliminares, vou passar a palavra à Alessandra para que ela possa falar um pouco sobre as unidades de negócios e voltamos ao final para responder qualquer dúvida que vocês tenham. Obrigado.

Sra. Alessandra Gadelha: Boa tarde a todos. Começamos ressaltando, no slide 3, a conclusão do acordo com a Keeco, empresa americana de produtos moda lar



para a combinação de nossas operações da América do Norte que ocorreu neste trimestre, quando recebemos a parcela em dinheiro e as ações da empresa combinada Keeco Holding, representando uma participação de 17,5% do seu capital social.

O resultado contábil foi R\$275 milhões antes dos impostos. Houve absorção do imposto de renda diferido no valor de R\$80 milhões e, portanto, sem efeito caixa. A empresa combinada possui portfólio de produtos e marcas líderes no mercado de cortinas, *utility bedding* e *decorative bedding*, além de carteira diversificada de clientes incluindo as principais empresas do varejo tradicional e digital.

Esta combinação de negócios proporcionará o fortalecimento da nossa participação no mercado norte-americano através de uma posição acionária relevante numa empresa com amplo portfólio de produto, competitividade, potencial de crescimento e maior rentabilidade devido às sinergias. Ao mesmo tempo, permitirá uma maior dedicação aos nossos negócios da América do Sul com uma estrutura financeira mais robusta.

Seguindo o pronunciamento técnico CPC-31, passamos a reportar os resultados referente às operações vendidas para Keeco como “operações descontinuados” a partir do quarto trimestre de 2018, portanto, apresentamos a seguir os resultados das nossas operações continuadas.

No slide 4 apresentamos os destaques do primeiro trimestre de 2019, onde tivemos receita líquida de R\$340,7 milhões com margem bruta de 28,6%. O Ebitda somou R\$316,9 milhões. O Ebitda ajustado, excluindo o resultado da combinação de ativos, foi igual a R\$41,8 milhões com margem Ebitda ajustada de 12,3%. Passamos a adotar a norma IFRS 16 a partir 1 de janeiro de 2019 com efeito negativo de R\$2,6 milhões no resultado líquido das operações continuadas. O lucro líquido totalizou R\$159,4 milhões.

Neste semestre tivemos aumento do preço médio em todas as categorias de produtos, crescimento de 8% da receita *sell-out* do varejo e aumento de 155% das vendas do *e-commerce*.

No slide 5 mostramos a evolução dos resultados consolidados da Companhia. Para efeito de comparação, apresentamos o primeiro trimestre de 2018 como reportado e também como reclassificado, excluindo as operações descontinuados. Vale ressaltar que na reclassificação as receitas das operações descontinuadas não são consideradas, entretanto, a geração de caixa operacional das operações descontinuadas é inclusa no Ebitda total, ampliando, deste modo, o valor da margem Ebitda consolidada da Companhia.



No slide 6 expomos a redução da alavancagem financeira, que alcançou 1,8 vezes neste trimestre, impulsionada pela redução da dívida líquida entre anos. Os créditos para fins de compensação do PIS e do CONFINS, no valor de R\$194 milhões reconhecidos em 2018, estão sendo habilitados. Esperamos que o efeito caixa desta compensação ocorra nos próximos trimestres.

No slide 7 apresentamos os principais usos dos recursos recebidos pela combinação de nossas operações da América do Norte no valor de US\$126 milhões, 29% equivalente à participação de 17,5% na Keeco, 23% foi utilizado para a quitação de empréstimos das operações descontinuadas, 6% foi gasto com as despesas com a transação e 42% foi direcionado para o abatimento da dívida líquida das operações continuadas.

No slide 8 mostramos os destaques do segmento Brasil - Atacado, cuja receita líquida alcançou R\$275,7 milhões com um crescimento de 4%, com maior participação de produtos de maior valor agregado no mix de vendas. O Ebitda somou R\$24 milhões.

Em relação ao segmento Brasil - Varejo, apresentado no slide 9, a receita *sell-out* foi 8% superior à do primeiro semestre de 2018, enquanto a receita líquida foi ampliada em 0,2%. Estamos crescendo a receita *sell-out* mais rapidamente que nossa receita líquida por estarmos transferindo vendas para os nossos franqueados através do modelo de franquia digital que lançamos no início de 2018 e que contribuiu para o crescimento de 155% das vendas do *e-commerce*.

No primeiro trimestre, abrimos 3 novas lojas franqueadas e realizamos 2 conversões de loja própria para franquia. O Ebitda somou R\$4 milhões.

No slide 10 mostramos que a receita líquida do segmento Argentina alcançou R\$31,8 milhões com redução de 23% entre anos, negativamente impactado por menores volumes de venda e pela desvalorização cambial do peso argentino. O Ebitda somou R\$1,4 milhão.

No slide 11 apresentamos as principais oportunidades da Springs Global para 2019:

A primeira é a ampliação do consumo e das vendas dos nossos produtos. A recuperação da economia no Brasil e na Argentina alavancará o crescimento de vendas de itens discricionários como os nossos produtos, que podem ter a decisão de compra postergada durante o período recessivo;



Esperamos também a ampliação de vendas através do *e-commerce* impulsionadas pela franquia digital e por investimentos em marketing digital e também através do crescimento do número de lojas com a abertura de novas lojas franqueadas; iremos aproveitar a capacidade já instalada de nossas fábricas ajudando na direção dos custos fixos e, conseqüentemente, a melhoria da margem operacional;

Continuaremos o processo de desalavancagem financeira através da utilização de créditos fiscais para a compensação de impostos, da melhoria da geração de caixa operacional decorrente dos fatores já mencionados e da monetização de ativos não operacionais.

Por fim, no slide 12, reiteramos o nosso convite para o evento Springs Global Day, que será realizado no dia 29 de maio na parte da manhã em São Paulo. Os interessados devem confirmar presença até o dia 23 de maio através do e-mail ri@springs.com.

Muito obrigada, estamos à disposição para responder as perguntas que os senhores venham a fazer.

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 asterisco 1. As questões serão respondidas pela ordem que forem recebidas. A qualquer momento, se quiser remover a sua pergunta da lista, por favor, pressionem asterisco 2.

Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Sr. Josué: Temos aqui uma pergunta do *webcast* a respeito do *guidance* para o ano, se, a partir dos resultados do primeiro trimestre e, obviamente, da situação macroeconômica do país, nós continuamos reafirmando o *guidance*.

Veja bem, no primeiro trimestre nós alcançamos o nosso orçamento do trimestre, portanto, não nos surpreendeu, já estávamos esperando uma margem Ebitda um pouco mais fraca em função de custos de matéria-prima que vinham dos custos anteriores, obviamente, e agora as matérias-primas cederam. Então, esperamos, principalmente a partir do segundo trimestre, mas especialmente terceiro e quarto, custos de matérias-primas mais baixas, e que já temos isto assegurado, o que, portanto, vai se refletir positivamente nas margens.



Também esperávamos – e isto, de novo, eu não quero adiantar porque gostaríamos de tratar mais durante o nosso Springs Day – crescentes vendas, especialmente no segundo semestre, com um conjunto de iniciativas, inclusive novas categorias, que são muito promissoras e que, portanto, vão trazer um crescimento de vendas significativo no segundo semestre.

Então, nós hoje reafirmamos o nosso *guidance*, seja de vendas, seja de Ebitda. É verdade que a situação macroeconômica está um pouco pior do que quando traçamos o orçamento, que foi em novembro e dezembro do ano passado. As expectativas eram mais favoráveis e todas as casas que fazem projeção no Brasil, casas financeiras, têm reanalisado os seus prognósticos e têm feito estimativas mais baixas de crescimento do PIB.

Isso, obviamente, é um vento contra que não esperávamos, mas como o resultado do primeiro trimestre alcançou o orçamento, como nós já esperávamos um primeiro trimestre/segundo trimestre um pouco mais fracos, principalmente o primeiro, crescentemente depois resultados, especialmente no segundo semestre graças às novas iniciativas de categorias, novos produtos e também melhores margens tendo em vista o custo de matéria-prima, estamos confiantes, seja com relação a vendas, seja com relação ao *guidance* de geração de caixa.

Os investimentos também deverão estar dentro do *guidance*, obviamente, houve um volume de investimentos relativamente importante no primeiro trimestre em função da chegada do nosso equipamento de estamperia digital – aliás, isso é uma das iniciativas importantes que nós vamos estar percorrendo mais durante o Springs Day – esse equipamento é um equipamento muito grande, aliás é o maior equipamento de estamperia digital das Américas e ele chegou no primeiro trimestre, foi pago 100% no primeiro trimestre, então teve um deslocamento no que se refere à Capex mais forte no primeiro trimestre em relação ao total do ano.

Mas continuamos muito confiantes no *guidance*, seja de vendas, seja de geração de caixa ou de Ebit, lucro das operações, pontuando que, de fato, a macroeconomia do Brasil (e até da Argentina) tem decepcionado e é aquém do que tínhamos esperado e eu acho que o mercado em geral esperava quando estávamos na elaboração do orçamento em novembro e dezembro.

A gente acha que não pode deteriorar-se mais, e a gente acredita que também daqui para frente a base de comparação ajuda um pouco. Temos que lembrar que no ano passado tivemos a greve de caminhoneiros, que repercutiu no final do mês de maio e no mês de junho muito negativamente, e depois tivemos, ainda por cima, a Copa do Mundo, que também prejudicou um pouco o comércio até a conclusão dos jogos, mais ou menos meados de julho.



Obviamente, uma coisa que é importante, todos nós temos que torcer, é para que estas temperaturas que começaram a chegar um pouquinho mais baixas neste final de semana elas, de fato, baixem. Nós estivemos um mês de abril com temperaturas em média 5 Cº maiores do que as médias dos meses de abril das últimas muitas décadas, e maio também a temperatura média estava muito alta. Começou a cair agora, se vier um friozinho vai ajudar também a fazermos ainda com mais tranquilidade os números do *guidance*.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Pedro Ruppenthal, da Benjamin Ruppenthal.

Sr. Pedro: Olá, Josué. Olá, Alessandra. Eu gostaria de fazer 3 perguntas. A primeira é a respeito da despesa da venda da unidade dos Estados Unidos. Eu gostaria de entender se entraram todos os 30 milhões já no quarto trimestre, se uma parte disto foi colocada como despesa no primeiro trimestre de 2019.

Eu gostaria de entender também esse posicionamento das vendas pela Internet, que agora deu para começar a sentir o efeito forte, que o Ebitda foi a 4 milhões, e entender um pouco o quê que isto pode ter de efeito no terceiro trimestre. Enfim, o terceiro trimestre é sempre muito forte, eu que entender quantos milhões vocês estão... bem, é difícil saber quantos milhões está projetando para o terceiro trimestre, mas se entendem que vai haver um crescimento que vai continuar, porque ele veio muito forte nessa parte. Então, se isso vai ter uma continuação em visão de que já cresceu bastante.

E a outra pergunta diz respeito à unidade em São Gonçalo, porque o que se passa pela imprensa é de que está havendo uma expansão da capacidade produtiva lá da unidade da Santista, porque hoje a base de mercado nacional não vem bem nos últimos anos, se a empresa está vendo alguma coisa em parte de exportação ou se é o entendimento realmente que o mercado nacional vai ter uma expansão ou uma saída de alguns *players*. É isso, obrigado.

Sr. Josué: A sua primeira pergunta relativamente às despesas da transação com a Keeco, foi totalmente quitada no *closing*. Tem um demonstrativo no *press release* e também nesse *webcast* que mostra bem



uma espécie de um quadro de “usos e fontes” do recebimento dos US\$126 milhões, que foi a consideração pelos ativos que vendemos à Keeco.

Se você vir este quadro, você vai ver que 100% das despesas foram quitadas no *closing*, e, portanto, não tem mais uma despesa relativa à operação da Keeco, pelo contrário, agora gente espera é dividendos e resultados muito expressivos vindos da nossa participação nos 17,5% da Keeco e, obviamente, estamos trabalhando para reduzir o quanto antes e o mais rapidamente possível os *legacies* que ainda sobraram na operação dos Estados Unidos, como já fiz referência, nos resultados do ano passado.

É importante afirmar que sobrou na Springs Global US, além da participação de 17,5%, alguns ativos imobiliários que têm valor, que também estamos trabalhando o processo de valorização desses ativos e venda justamente para podermos eventualmente até recomprar as obrigações que significam as obrigações do *legacy*, e quem sabe também parar com as obrigações do *legacy* completamente.

Agora, os resultados que nós esperamos que virão da Keeco são mais do que suficientes para cobrir o *legacy* do ponto de vista de resultado contábil, não necessariamente de caixa. Lembrando sempre que, pela estrutura que foi criada, a Keeco hoje é um *pass through* e, portanto, os acionistas da Keeco pagam os impostos corporativos da empresa na sua participação acionária da empresa, e, portanto, nós continuaremos nos utilizando dos benefícios do *tax loss carryforward* que temos nos Estados Unidos.

A segunda pergunta sua é sobre crescimento das vendas da Internet. Foi significativo, é verdade que, finalzinho de março/início de abril, tendo em vista essa mudança de clima de confiança do consumidor, as vendas já não estão mais naquela força de 150%, que foi um número fechado no primeiro trimestre, mas acreditamos com absoluta convicção de que vamos encerrar o ano com vendas de 3 dígitos. Crescimento de vendas no *e-commerce* de 3 dígitos.

Talvez a não seja 150%, mas é algo entre 100% e 150%. Estamos muito confiantes nisso e, de novo, vou me permitir não contar todos os detalhes e todas as novidades para que todos possam participar do Springs Day no dia 29, que, aliás, nós vamos também transmitir por *webcast*... ou não?



Devíamos transmitir por *webcast*, tentar ver se a gente consegue fazer um *streaming* e fazer o evento também para que outros possam participar através do *webcast*.

E vale a pena porque existe um conjunto de iniciativas importantes que vocês têm que tomar conhecimento, e por isso nós temos muita convicção de que as nossas vendas vão crescer 3 dígitos na Internet. Mas, de novo, isso não está prejudicando em nada as nossas lojas físicas porque uma parte importante, cerca de 70%, ou é retirado na loja porque o cliente optou por retirar na loja e ele que escolhe a loja, ou é entregue a partir da loja.

Por último, sua pergunta desrespeito...?

Sra. Alessandra: A Natal, a expansão.

Sr. Josué: Ah, as fábricas de Natal! Eu acho que eu já mencionei para vocês no resultado do ano – e aliás, é uma das razões que nós reconfirmamos a meta e o *guidance* de Ebitda para este ano – que no segundo semestre nós teremos também o benefício de consolidação de 2 unidades industriais que vão trazer reduções de custos iniciais importantes para nós; a redução de custos anualizada da ordem de R\$70 milhões, a gente espera uma redução de custo nesse ano de metade disso porque é mais somenos no segundo semestre, e, justamente, é a redução da operação em Natal do acabamento e também a consolidação da tecelagem de Campina Grande, preparando essa para uma futura fiação muito moderna à anel.

Então, estes 2 eventos que estão ocorrendo, na verdade, neste trimestre, no segundo trimestre do ano, eles vão repercutir também favoravelmente para a redução de custos industriais, custos de conversão no segundo semestre, ajudando a garantir uma margem Ebitda no segundo semestre mais robusta e o atingimento do *guidance*, que por enquanto nos sentimos confortáveis para reafirmá-lo.

Então, eu não sei o que significa a notícia que você viu de crescimento. Pelo contrário, essa consolidação, de certa maneira, retira um pouco das capacidades ociosas, mas ainda temos capacidades ociosas e, portanto, a alavancagem operacional na medida em que as nossas vendas (principalmente as vendas diretas) ao consumidor vão crescendo.



Operadora: Nossa próxima pergunta vem de João Paulo Reis, Venture Investimentos. Pode falar.

Sr. João Paulo: Boa tarde, Josué. Boa tarde, Alessandra. Acompanhando aqui os resultados como sempre. A gente queria tirar uma dúvida em relação à questão da organização societária. A gente viu que a AMMO passou a ser uma controladora da Coteminas S/A nessa reorganização e a gente queria entender o porquê disso.

E também entender do Josué se está na cabeça dele alguma possibilidade de uma reorganização maior dentro de todo o grupo, como foi ventilado no passado, em 2012 ou 13 se eu não me engano. Se isso faz sentido hoje para que os investidores entendam melhor como os resultados perpassam por todo o grupo. Seria essa a minha pergunta, obrigado.

Sr. Josué: Obrigado, João Paulo, boa tarde. Quanto à segunda, a começar por ela, [0:32:50 a 33:04 – incompreensível – áudio picotado] ... que significa a junção de todos os ativos têxteis de uma única empresa listada. obviamente hoje a gente acaba dividindo um pouco a liquidez entre 3 empresas de capital aberto.

De novo, João Paulo, essa estrutura ela não foi gerada com o objetivo de ser uma estrutura piramidal, ela foi gerada por circunstâncias, afinal de contas, quando nós fizemos a operação com a aquisição da Springs era, na verdade, uma ideia de fusão de iguais, portanto, da área de cama mesa e banho da Companhia de Tecidos Norte de Minas (Coteminas) com a área de cama mesa e banho da Springs Industries nos Estados Unidos, e acabou depois surgindo essa empresa Springs Global listada, até porque os acionistas da Springs tinham como direito negociado durante aquela fusão o *registration right*, ou seja, o direito de exigir que a empresa se tornasse listada, por isso mesmo acabou a empresa estando listada.

Então, é uma estrutura societária que foi gerada por uma circunstância, ela não foi planejada para ser assim, e seria, obviamente, acredito, de interesse de todos que eventualmente se tornasse uma única estrutura.

Não há hoje, João Paulo, nenhum trabalho específico neste momento ocorrendo em torno disso, até porque nós estávamos focados em algumas



outras coisas, como a própria consolidação da nossa operação norte-americana com a Keeco e, obviamente, isso dá trabalho e deixa como sendo o foco da empresa não só no dia-a-dia como nessa operação.

Eventualmente, é um assunto que deve ser estudado, um conjunto grande de bancos de investimento trazem de vez em quando (nada recente) estruturas, vamos dizer, e sugestões de estudar o tema, a gente entende que é um tema relevante e estamos dispostos a estudar isso em conjunto com todos os acionistas, inclusive vocês, que são detentores de posição importante nas empresas.

A sua segunda (primeira) pergunta ela é mais fácil de responder. Essa, vamos dizer, não é bem uma “reorganização”, a AMMO ficou... não é o contrário, não é AMMO que é controladora de Coteminas S/A. A Coteminas S/A que é controladora de AMMO. Você inverteu. Mas isto é simplesmente por uma razão: A Coteminas S/A fornece para a AMMO, fornece até a preço de mercado. E até como uma forma de capitalizar a AMMO, ela muitas vezes aqueles, vamos dizer, recebíveis vão sendo mecanismos de financiamento das atividades da AMMO, que estava crescendo e ainda estava consumindo caixa.

Em função disso, para evitar que o mútuo tenha custos, porque tem tributários, nós optamos por fazer um aumento de capital transformando aqueles recebíveis em aumento de capital. Isso não muda nada do ponto de vista material. Como você sabe, a AMMO era 100% da Springs Global, a Coteminas S/A é 100% da Springs Global, portanto, a AMMO sendo um pedaço da Coteminas S/A não muda nada do ponto de vista para os acionistas da Springs Global, mas é apenas uma forma de economizar esse atrito tributário de um mútuo que estava crescente, foi a forma encontrada.

Sr. João Paulo: E se puder também comentar alguma coisa em relação ao Dia das Mães como é que foi.

Sr. Josué: Ah, não foi bom não, João Paulo, porque não teve inverno até aqui, não é? Então, não foi um Dia das Mães. O Dia das Mães é uma data relevante para o setor, mas, em geral, não só nas nossas lojas (que é um bom indicador), mas, em geral, no varejo, o segundo trimestre está decepcionando.



De novo, eu acho que não vai decepcionar porque a partir daqui a base de comparação melhora. Então, vai ser um trimestre com crescimento, e nós estamos dentro dos nossos números do orçamento, então um pouquinho abaixo, mas nada que não possa ser revertido.

Então, a gente está confiante. Mas o Dia das Mães especificamente não foi um bom Dia das Mães não. Eu acho que, em geral, foi um Dia das Mães fraco para o varejo, especialmente no varejo têxtil, agravado por também um clima quase que de verão no Centro-Sul.

Sr. João Paulo: Alguma expectativa que a gente possa ter em relação às exportações já com esse dólar alto?

Sr. Josué: De novo, João Paulo, não é a este dólar, até a dólar um pouco mais baixo, ou um real um pouco mais valorizado do que esse, as exportações são rentáveis. Mas gato escaldado tem medo de água fria. A gente está crescendo exportações, mas de maneira cautelosa. A própria combinação com as operações da Keeco dão esta oportunidade de crescimento, mas sempre de maneira cautelosa. A gente não quer ter, como já tivemos no passado, 65% dos volumes produzidos no Brasil que eram destinados ao mercado externo.

A gente acha que, infelizmente, a volatilidade macroeconômica brasileira não permite que uma empresa destine um percentual tão alto de sua produção para as exportações. Mas tem perspectivas favoráveis, estamos crescendo com alguns clientes que já tínhamos e crescendo ainda mais com esta perspectiva de que a Ikea seja um distribuidor de produtos nossos, ampliando a linha de produtos em que eles estão, que até são sinérgicas com as linhas em que eles estão e são líderes.

Sr. João Paulo: Maravilha, muito obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem de Heloisa Cruz, Stoxos. Pode prosseguir, Heloísa.

Sra. Heloísa: Boa tarde, obrigado por pegar minha pergunta. Eu tenho 2 dúvidas, a primeira delas em relação ao capital de giro. De certo modo, já era esperado que tivesse pouca variação no capital de giro com a saída dos Estados Unidos, mas eu queria entender se, assim, considerando que o



capital de giro hoje onera bastante o retorno da empresa porque ele é muito grande, se tem alguma expectativa de uma redução substancial com esta reorganização de fábricas que a gente está fazendo, e, assim, considerando que está melhorando um pouco a questão das franquias, ou se o processo todo de redução de capital de giro tem pouco espaço para ganhar. Essa é uma pergunta.

A outra pergunta também é se a gente tem algum... se você consegue ter alguma ideia de como teria sido a equivalência patrimonial que vem da Keeco ao longo do primeiro trimestre ou se este é um número que a gente só vai conhecer no próximo resultado?

Sr. Josué: Heloisa, o capital de giro, sendo muito sincero, eu acho que tem algum potencial ganho, mas não significativo. Veja bem, produto em processo não é o principal item no capital de giro da empresa. Antes é prazos de recebíveis, infelizmente a indústria têxtil tem por tradição trabalhar com prazos de recebíveis relativamente longos, e também estoque de produto acabado, o que é fundamental porque, abaixo de determinados níveis de estoque de produtos acabados, o *order fill rate* de pedidos vai perdendo muito, você começa a ter *order fill rates* muito mais baixos do que o ideal e o seu nível de serviço de atendimento aos pedidos para os varejistas diminui muito.

É verdade que com a adoção de um software de inteligência artificial, um algoritmo de inteligência artificial que nós desenvolvemos em conjunto com uma destas grandes empresas americanas, uma das [incompreensível], nós estamos tendo em pilotos em lojas nossas uma melhoria de estoque da ordem de 30%.

Se, de fato, esse número se confirmar, ou seja, tivermos reduções de estoques de 30% na ponta de venda através deste software de inteligência artificial, faz uma previsão de venda muito mais assertiva, a gente tem um potencial de também melhorar o desempenho total na cadeia inclusive dos nossos clientes multimarcas, dos varejistas tradicionais, e com isso, eventualmente, melhorar também o capital de trabalho, porque se ele tiver menor nível de estoque isso poderá se repercutir em menores prazos de pagamentos e aí sim o impacto de redução de capital de trabalho é grande.



Infelizmente, do ponto de vista proporcional, quando a gente vende as operações norte americanas, que eram menos intensivas em capital de trabalho, capital de trabalho versus venda, a gente acaba prejudicando este indicador porque o Brasil sempre foi muito mais intensivo em capital de trabalho do que a operação norte-americana vis-à-vis a venda. A operação norte-americana trabalhava com estoque de produtos acabados zero porque era linha branca, praticamente feita contra pedido, não tinha nem espaço para estocagem, você embarcava imediato, prazos de pagamentos nos Estados Unidos são muito curtos, ou seja, você vende com prazo médio inferior a 30 dias, e, portanto, a intensidade de capital de trabalho nos Estados Unidos era muito menor do que a intensidade de capital de trabalho no Brasil.

Então, a gente, obviamente, agora não consolida mais venda ainda que tenhamos 17,5% de participação na empresa, então nós perdemos até neste indicador. Temos que trabalhar com inteligência para melhorar os indicadores do Brasil, talvez a maior promessa seja este algoritmo de inteligência artificial *machine learning*, está trazendo bons resultados em testes piloto em lojas nossas, ele sendo realmente desta ordem de magnitude, ele poderá trazer ganhos de capital de trabalho importantes.

A consolidação das 2 plantas industriais traz algum impacto, mas é relativamente pequeno, já que, vamos dizer, o principal do capital de trabalho não está em estoques de produtos e processos.

Sra. Heloísa: Tá, e em relação ao resultado da Keeco?

Sr. Josué: Pois é, nós vamos vê-lo a partir do segundo trimestre, até porque, vamos lembrar, que a gente teve 2,5 meses deste resultado e eles tiveram só 15 dias deste resultado. É óbvio que eles têm o resultado deles durante os 3 meses, mas o *closing* ocorreu no dia 15 de março. Então, 2,5 meses está aí na operação descontinuada do resultado que é nosso mesmo.

Sra. Heloísa: Tá, e só mais uma pergunta rápida. Vocês avançaram bem em franquia de Artex, né. Como é que estão as negociações? Tem bastante demanda ou foi coincidência ter tido 2 ou 3 novas lojas, mais transferências ao longo de um trimestre?



Sr. Josué: Olha, se tem uma marca que está indo muito bem em loja física e loja *e-commerce* é a Artex. Artex está surpreendentemente forte. É claro que a marca Santista é a que mais cresce porque também ela começou mesmo no *e-commerce* a partir do final de agosto do ano passado, mas a marca a Artex, que já estava já no *e-commerce* e estava com crescimento relevante, continua com crescimento muito relevante.

Eu acho que é um todo, você tem maiores vendas, maior investimento em marketing digital, é óbvio que hoje a jornada de compra do consumidor envolve o meio digital, ele começa a buscar também o produto Artex em lojas multimarcas e as lojas multimarcas compram mais Artex. Eu acho que é um círculo virtuoso que se fecha. Então, tem demanda para mais franquia Artex.

Sra. Heloísa: Excelente, obrigada.

Operadora: Lembrando que para fazer perguntas, basta pressionar * 1.

Sr. Josué: Tem uma pergunta aqui muito importante porque, de fato, é um tema relevantíssimo, que é esta guerra comercial Estados Unidos e China.

Em geral, todos os produtos têxteis foram afetados por essa sobretaxa e, portanto, hoje varejo americano, que importava muito, muito da China e continua importando têxteis, inclusive vestuário, ele vai ter aumento de custos. O que aumenta – e aí lidando com a pergunta do João Paulo – a possibilidade de exportações.

A questão é a dosagem; quanto nós teremos, porque quando você faz um contrato com o varejo americano normalmente esse contrato ele é contrato de abastecimento por 2 anos. Então, o grande risco é você fazer o contrato e eventualmente as condições macroeconômicas no Brasil mudam, o Brasil aprova previdência (se Deus quiser), o câmbio começa a se valorizar, essa crise política meio que se vai porque estas coisas mudam muito rapidamente e de repente nós estamos com um câmbio de novo muito valorizado.

Não vamos nos esquecer, talvez no final do ano passado a gente já podia prognosticar câmbios de 3,20, 3,30, 3,40, as perguntas eram até na direção contrária, até quando a empresa consegue com um câmbio se valorizando.



Mas é impactante a sobretaxa em produtos têxteis chineses, é o maior abastecedor, mas disparado, por um múltiplo de vários, em relação mesmo a grandes países exportadores como China, é relevante a exportação de têxteis chineses para os Estados Unidos, isso significará, obviamente, aumento de preços nos Estados Unidos e também por isso busca por outras possibilidades de suprimento.

Existe sim uma janela para nós crescermos a nossa exportação. A questão é quanto nós vamos dosar isso. Hoje o nosso foco, de novo, é venda direta ao consumidor. São novas categorias de produtos, inclusive para enriquecer ainda mais as nossas marcas e a nossa venda direto ao consumidor. Mas a gente não descuida de ocupar as fábricas, e a exportação certamente é um caminho, mas sempre dosando em determinada medida.

Aonde vai terminar essa guerra comercial ninguém sabe. Na verdade, muitos acreditam que já na Reunião do G-20, em junho, eventualmente esta guerra comercial termina, o Trump vai declarar a vitória, ainda que não tenho obtido necessariamente nada a mais do que tinha obtido até então, declara vitória e põe um fim nela.

Mas é muito imprevisível. Por exemplo, hoje tem notícias inclusive no Financial Times de que os chineses estão se preparando para uma guerra comercial longa. Quanto mais tempo ela demorar, mais abrem oportunidades para um exportador como nós ganhar *share*. Mas, de novo, a gente vai ser comedido neste ganho de *share*, o que nós acreditamos hoje é que os grandes valores nossos, os grandes ativos nossos são as nossas marcas. É verdade que a nossa estrutura de produção ela contribui para a valorização das nossas marcas no nosso território, mas esse é o nosso foco, não é tanto apenas produzir volumes grandes para exportação.

Operadora: Lembrando que para fazer perguntas basta pressionar * 1.

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

Sr. Josué: Bem, eu vou só pra terminar não só agradecê-los, mas reforçar o convite para no dia 29, 8:30 da manhã, estarmos todos lá porque teremos



muitas novidades para mostrar, e que eu acho que vocês vão estar muito mais seguros do nosso prognóstico de vendas, de crescimento de vendas, que afinal de contas é de quase 20%, e do nosso prognóstico de geração de caixa para este exercício e os próximos exercícios.

Muito obrigado e estamos à disposição, eu, Roberto, Alessandra e todos da empresa. Bom-dia para vocês.

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