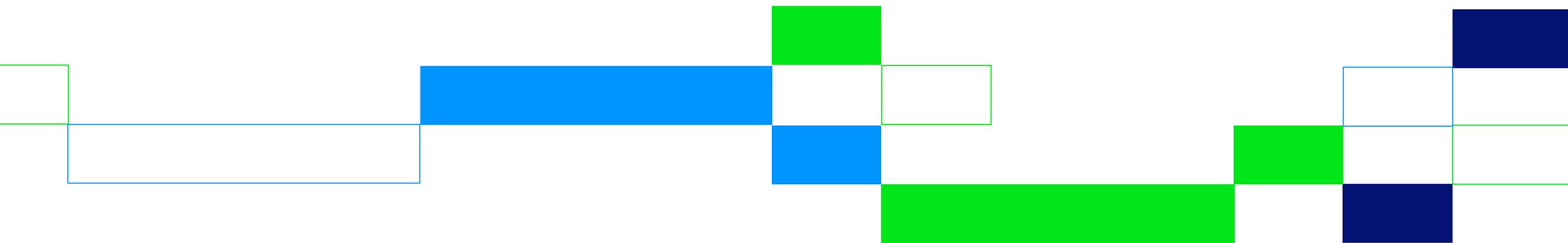




# ULTRAPAR PARTICIPAÇÕES S.A.

**Teleconferência de resultados – 2T21**

12.08.2021



## Considerações iniciais

### ▶ Previsões acerca de eventos futuros

- ✓ Este documento pode conter previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões refletem apenas expectativas dos administradores da Companhia. Palavras como “acredita”, “espera”, “planeja”, “estratégia”, “prospecta”, “prevê”, “estima”, “projeta”, “antecipa”, “pode” e outras palavras com significado semelhante são entendidas como declarações preliminares sobre expectativas e projeções futuras. Tais declarações estão sujeitas a riscos e incertezas previstos ou não pela Companhia, e podem fazer com que os resultados reais sejam significativamente diferentes daqueles projetados. Portanto, o leitor não deve fundamentar suas decisões apenas com base nestas estimativas.

### ▶ Padrões e critérios aplicados na preparação das informações

- ✓ As informações financeiras apresentadas nesse documento foram preparadas de acordo com as normas IFRS (*International Financial Reporting Standards*). As informações financeiras referentes à Ultrapar correspondem às informações consolidadas da Companhia. As informações da Ultragaz, Ultracargo, Oxiten, Ipiranga e Extrafarma são apresentadas sem eliminação de transações realizadas entre segmentos. Portanto, a soma de tais informações pode não corresponder às informações consolidadas da Ultrapar. Adicionalmente, as informações financeiras e operacionais são sujeitas a arredondamentos e, como consequência, os valores totais apresentados nas tabelas e gráficos podem diferir da agregação numérica direta dos valores que os precedem.
- ✓ As informações financeiras apresentadas nesse documento contemplam a adoção da norma IFRS 16 e a segregação de certas despesas da *holding*.
- ✓ As informações denominadas EBITDA estão apresentadas de acordo com a Instrução nº 527 emitida pela CVM em 04 de outubro de 2012.

## Principais destaques e iniciativas ESG do trimestre

### Principais destaques

- ✓ **Resultados trimestrais recordes** da Ultracargo e da Oxiteno
- ✓ **Evolução dos resultados e redução da dívida líquida** permitem alcançar o **menor patamar de alavancagem financeira dos últimos dois anos**
- ✓ Aprovação da distribuição de **R\$ 218 M em dividendos** referentes ao 1S21, equivalente a **R\$ 0,20 por ação**
- ✓ **Antecipação do início das operações dos novos terminais de Itaquí e Vila do Conde**, gerando faturamento e resultados adicionais para a Ultracargo ainda em 2021
- ✓ Avanço no processo de **revisão do portfólio da Ultrapar**, com anúncio dos **desinvestimentos da Extrafarma e da ConectCar**
- ✓ Realização, em julho, do **segundo evento da Séries Ultra – Encontros com a Liderança** com Marcello Farrel, Diretor da AmPm

### Iniciativas ESG

#### Ultrapar

- ✓ Lançamento do **Relatório Integrado 2020**, com divulgação de indicadores e iniciativas ESG
- ✓ **Doação de R\$ 1,5 M ao Instituto Butantã** para apoio à produção das vacinas contra COVID-19 (ButanVac) e influenza

#### Ultragaz

- ✓ Lançamento do **Relatório de Sustentabilidade 2020** e revisão e lançamento da **Política de Sustentabilidade**, além da **distribuição de cilindros de oxigênio e doações** na frente de responsabilidade social

#### Ultracargo

- ✓ Renovação do **Prêmio Comunidade em Ação**, doação de **cestas básicas** às comunidades próximas às operações e conclusão do **curso de formação operacional** dirigida à comunidade do entorno do novo terminal de Vila do Conde

#### Oxiteno

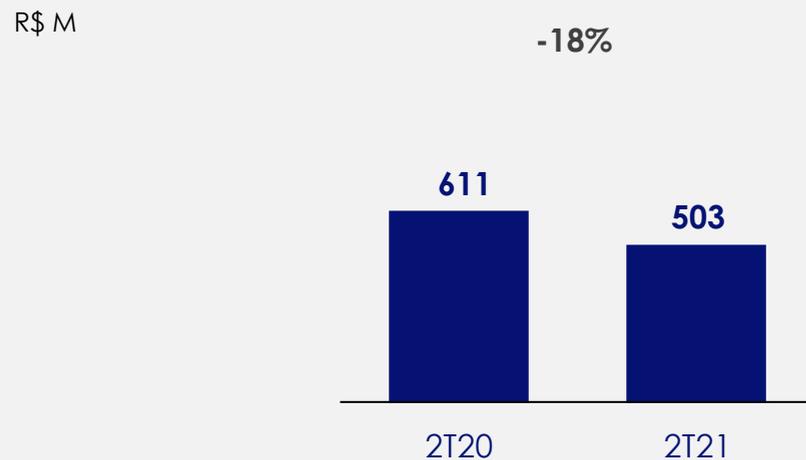
- ✓ Lançamento do **Relatório de Sustentabilidade 2020**, parceria com a ONG Gerando Falcões na campanha **“Corona no paredão, fome não”** e lançamento do **programa de diversidade e inclusão “Together”**

#### Ipiranga

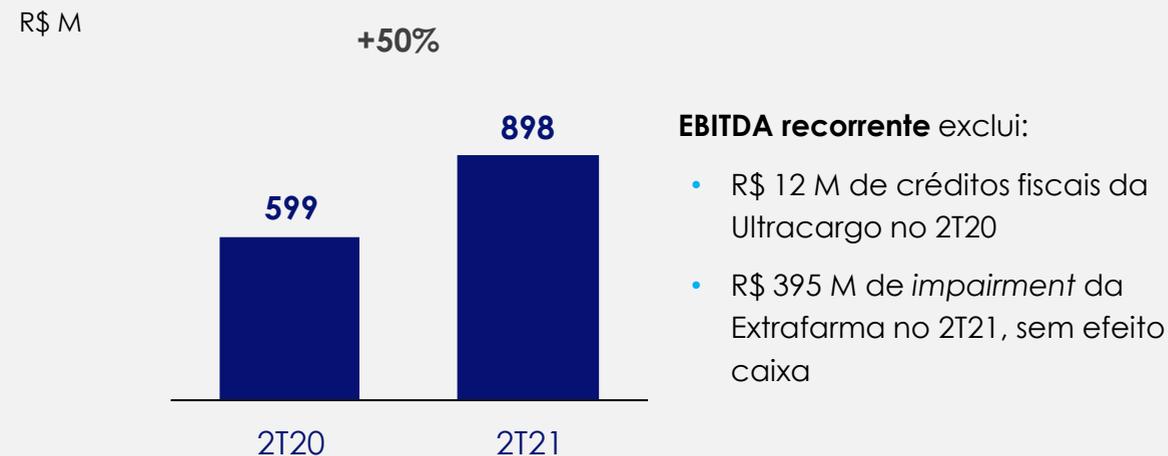
- ✓ Lançamento do **Relatório de Sustentabilidade 2020**, início da temporada do **Programa Saúde na Estrada** e **doações** de cestas básicas e medicamentos para intubação

## Resiliência do portfólio, com crescimento de EBITDA recorrente

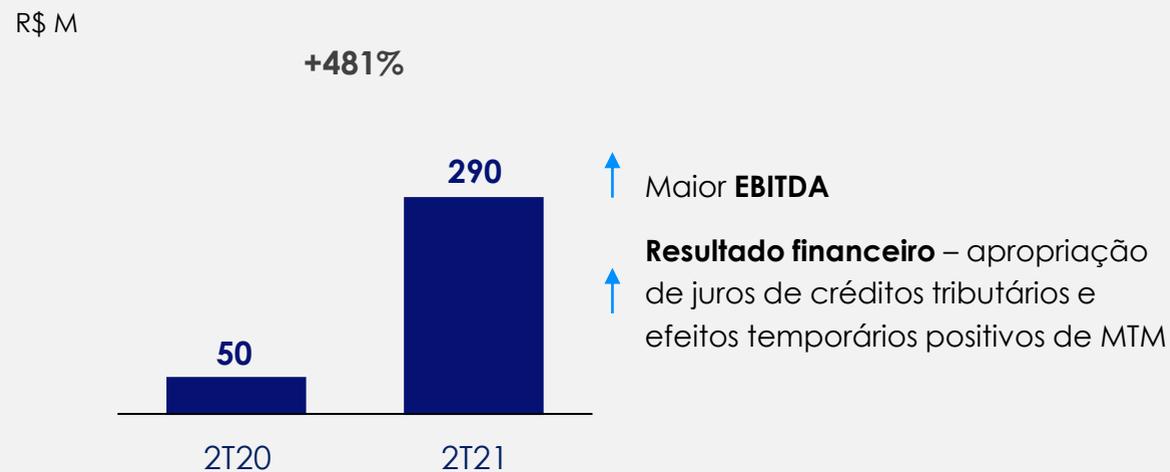
### EBITDA reportado



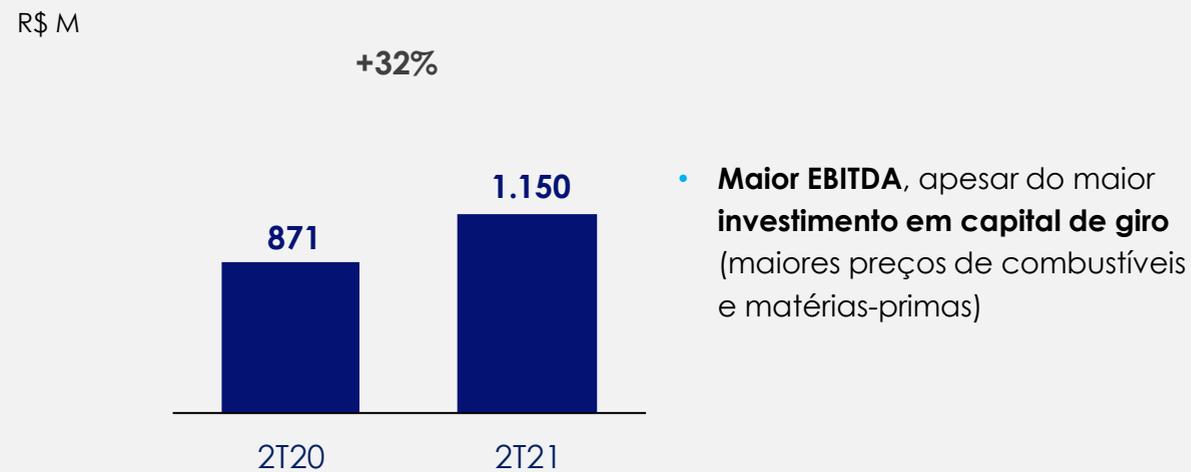
### EBITDA recorrente



### Lucro líquido ex-*impairment*<sup>1</sup>



### Fluxo de caixa das atividades operacionais

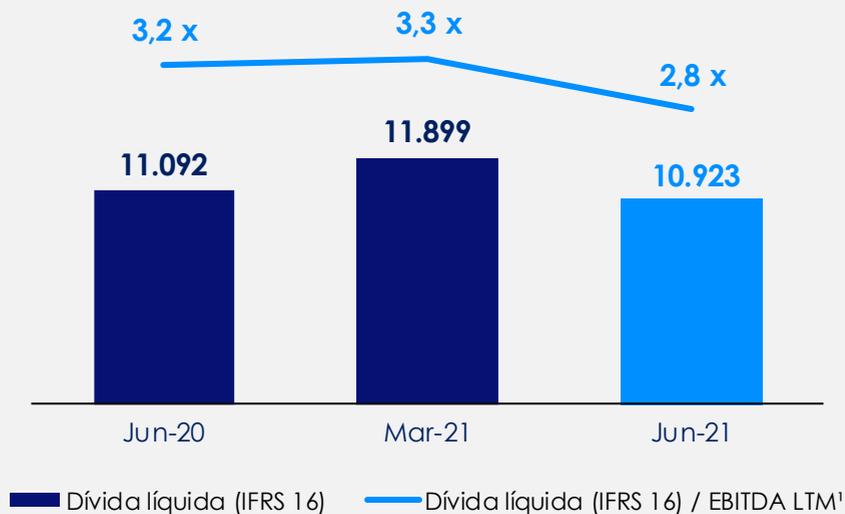


<sup>1</sup> Efeito do *impairment* de R\$ 309 M no lucro líquido

## Ultrapar – Dívida e alavancagem

### Dívida líquida e alavancagem

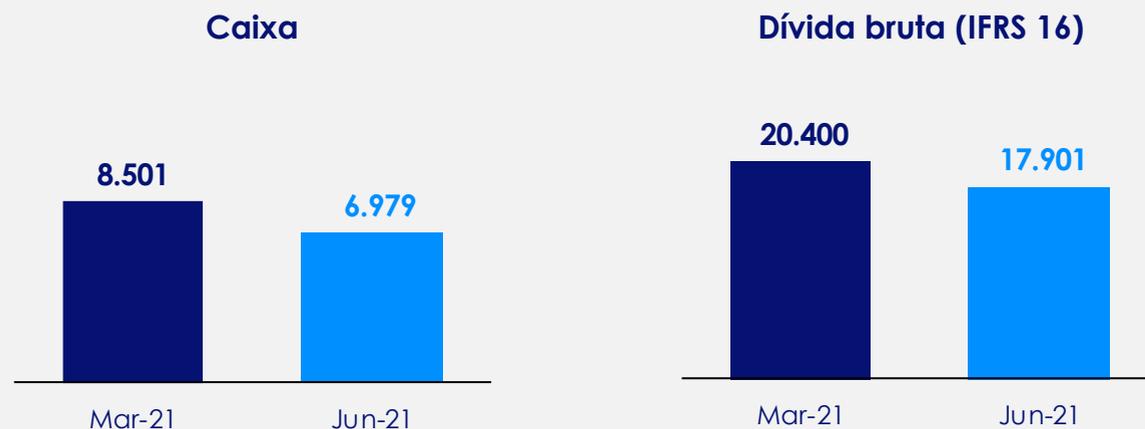
R\$ M



- ✓ Redução de R\$ 1 bi da **dívida líquida QoQ**, em função de:
  - Maior **geração de caixa operacional** no trimestre
  - Efeito positivo da variação cambial na dívida líquida sobre a **parcela dos bonds designada para hedge accounting**
- ✓ Alcance do **menor patamar de alavancagem (2,8x)** dos últimos dois anos

### Redução do custo de carregamento da dívida

R\$ M



- ✓ **Redução da dívida bruta** com recursos do caixa para reduzir custo de carregamento da dívida, sem perder flexibilidade e segurança

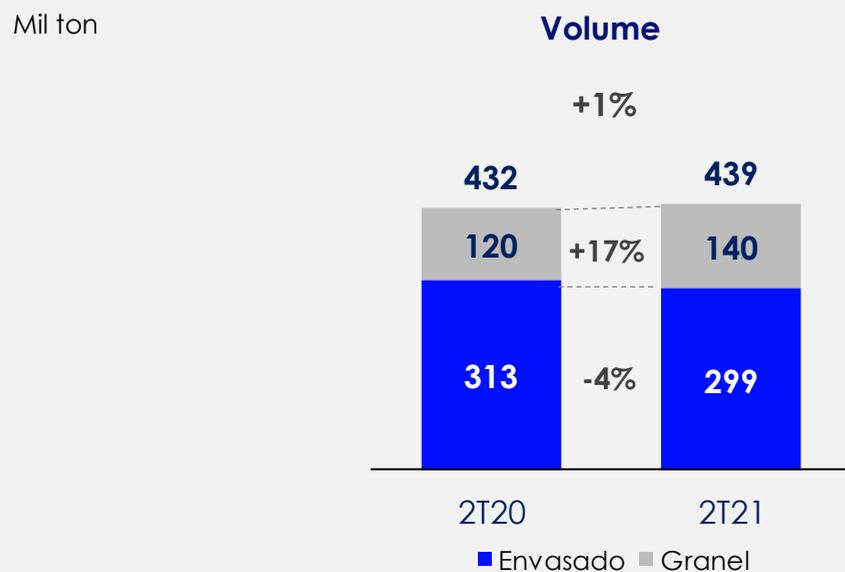
2T21

- ✓ **Custo médio da dívida (DI+): 0,5%**
- ✓ **Duration (anos): 4,4**

<sup>1</sup> EBITDA Ajustado LTM não inclui *impairment* da Extrafarma para Jun-20 (registrado em Dez-19) e Jun-21

# Ultragaz – Desempenho 2T21

## Base de comparação influenciada pela pandemia



### Volume

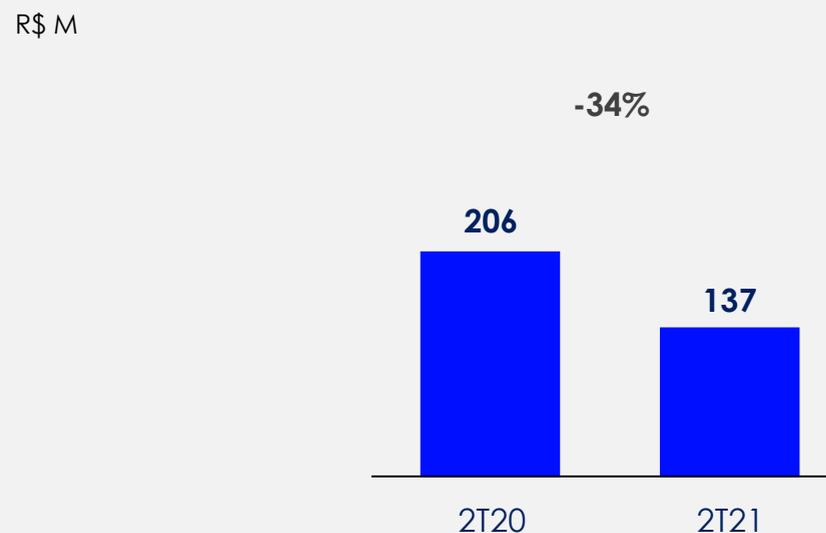
#### Granel

↑ Crescimento de vendas para **indústrias, comércios e serviços** (setores mais afetados pelas restrições impostas pela pandemia no 2T20)

#### Envasado

↓ Aumento temporário na **demanda por botijões de GLP** no 2T20 (reflexo da pandemia)

## EBITDA



### EBITDA

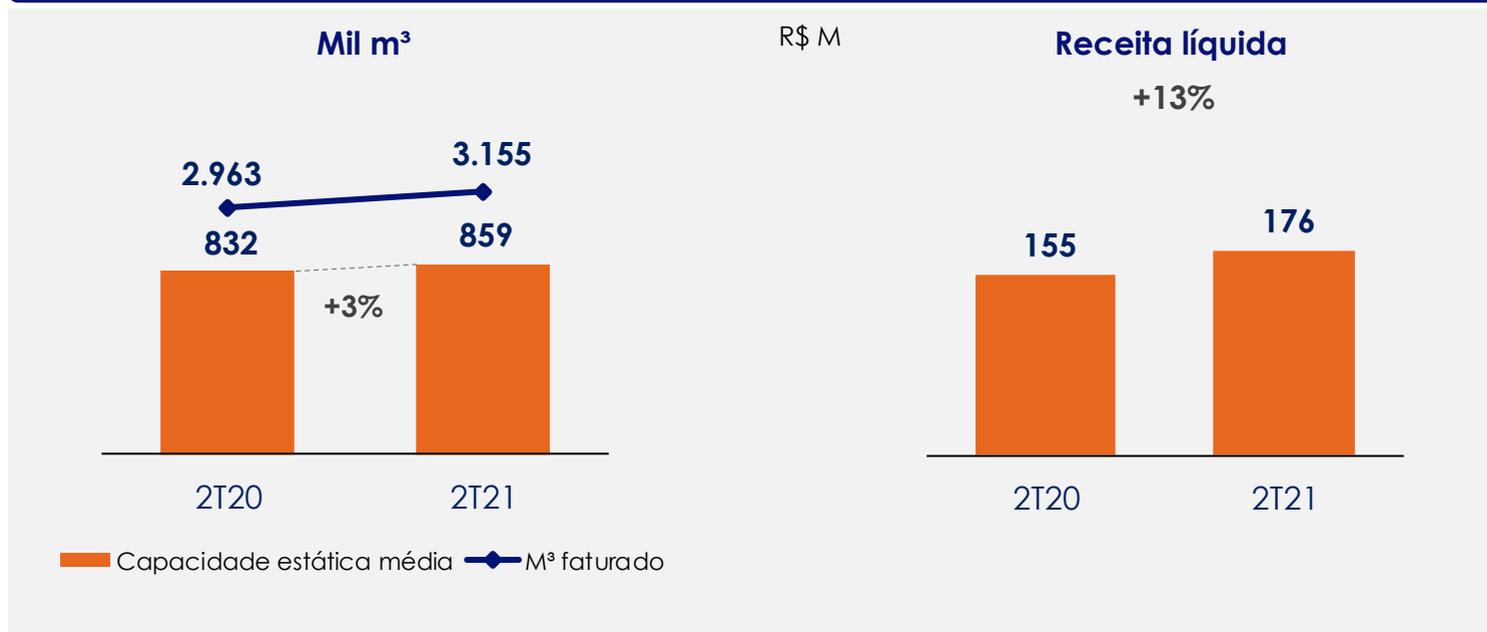
↓ Aumentos sucessivos de custo de GLP

↓ Maiores **despesas** (pessoal e fretes)

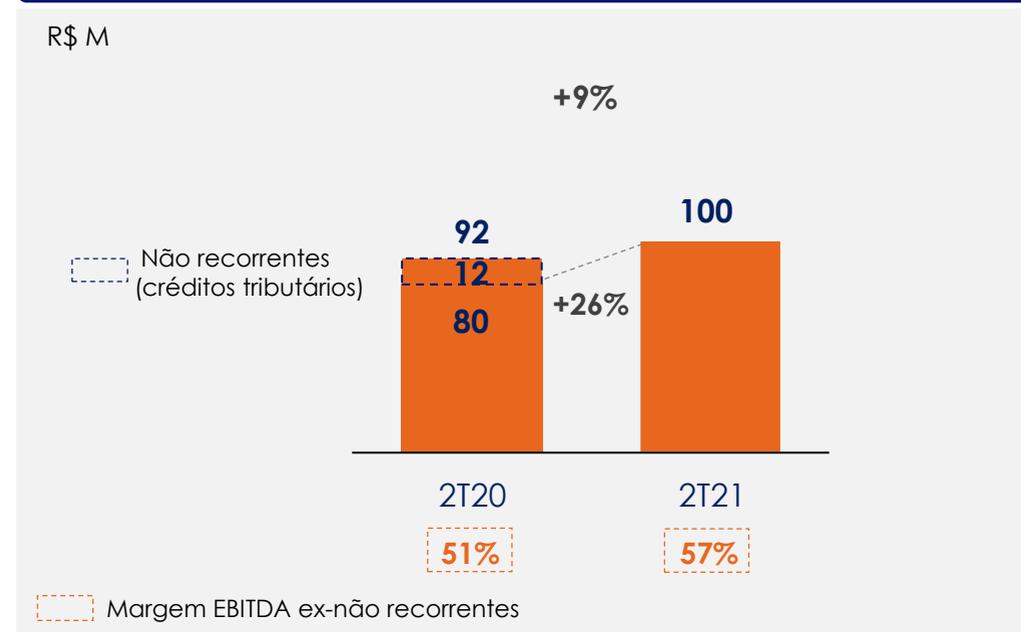
↑ Maior **volume de vendas**, alavancado pela recuperação do granel

# Ultracargo – Desempenho 2T21

## Crescimento alavancado pelas expansões de capacidade



## EBITDA – patamar recorde no 2T21



### Capacidade e receita líquida

- ↑ **Expansões** de capacidade em **Itaqui** (fase III)
- ↑ Maiores **movimentações de combustíveis**
- ↑ **Reajustes** contratuais

#### Antecipação do início de operação dos novos terminais

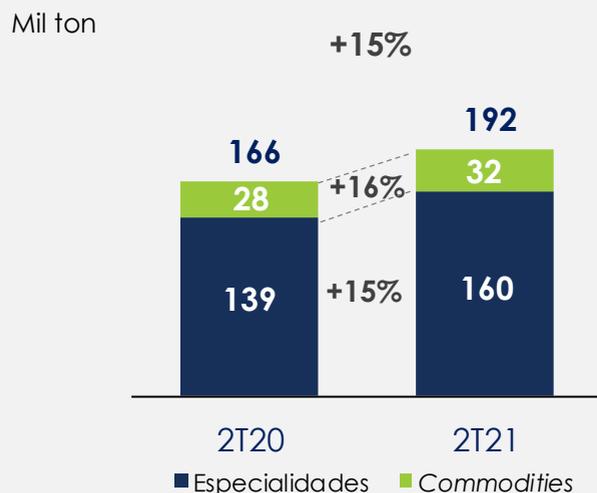
- Itaqui: 5 meses na média (conclusão jul/21)
- Vila do Conde: 3 meses (conclusão 4T21)

### EBITDA

- ↑ Maior **faturamento** e melhora na **margem bruta**
- ↓ Maiores **custos e despesas** (maior movimentação, expansões de capacidade e gastos com programas de produtividade e transformação digital)

# Oxiteno – Desempenho 2T21

## Maior volume de vendas

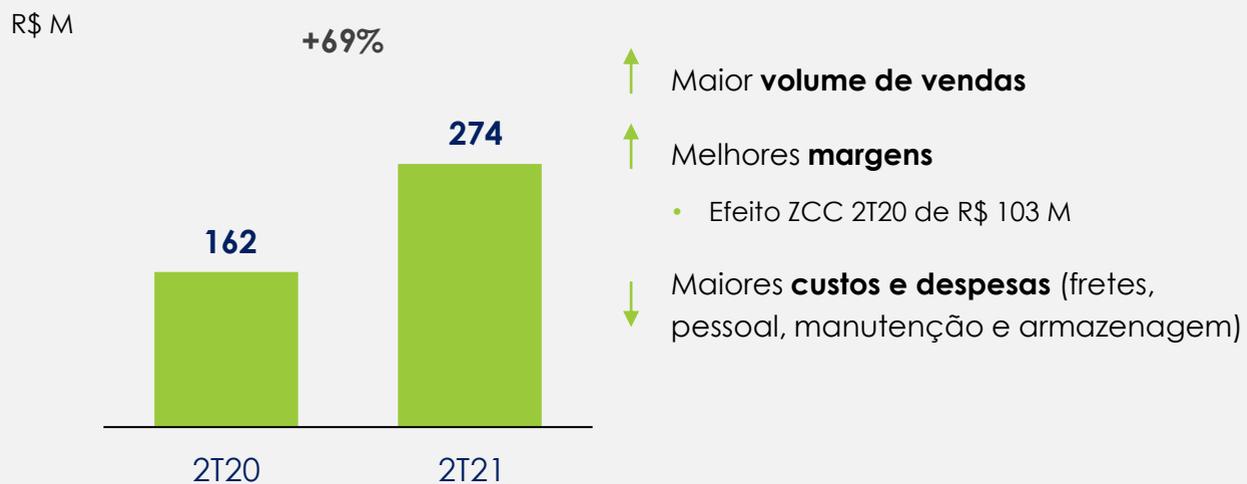


- ✓ MI: **tintas e vernizes** (mais afetado no 2T20) e **agroquímicos**
- ✓ ME: Estados Unidos
- ✓ **Commodities**: menor demanda no 2T20 (pandemia)

## Câmbio ainda em patamar favorável

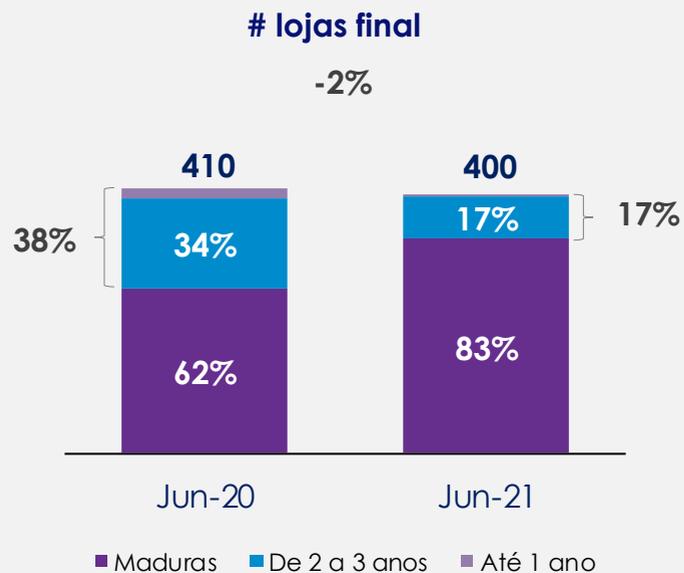


## EBITDA – patamar recorde no 2T21



# Extrafarma – Desempenho 2T21

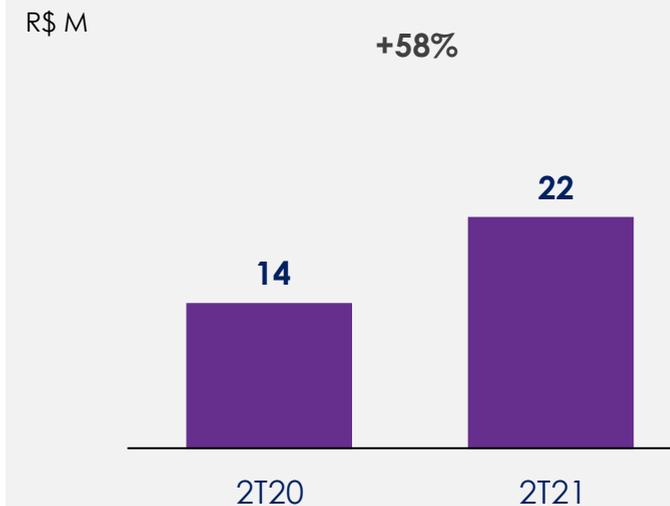
## Rentabilização da rede



## Receita bruta



## EBITDA recorrente<sup>1</sup>



### Receita bruta

- ↑ Maior **same store sales ex-telefonia** (SSS)
  - Evoluções e aumento regulatório de preços (CMED)
- ↓ **Número de lojas** menor
- ↓ **Base forte** de vendas de telefonia no 2T20 (-65%)

### EBITDA

- ↑ **Depuração** de lojas deficitárias
- ↑ Maior **rentabilidade da rede**
- ↓ Maiores **despesas** (pessoal e serviços)
  - *Impairment* de R\$ 395 M no 2T21, sem efeito caixa, em função da assinatura do contrato de venda da Extrafarma

<sup>1</sup> Não inclui *impairment* no 2T21

# Ipiranga – Desempenho 2T21

## Volumes e participação de mercado em recuperação

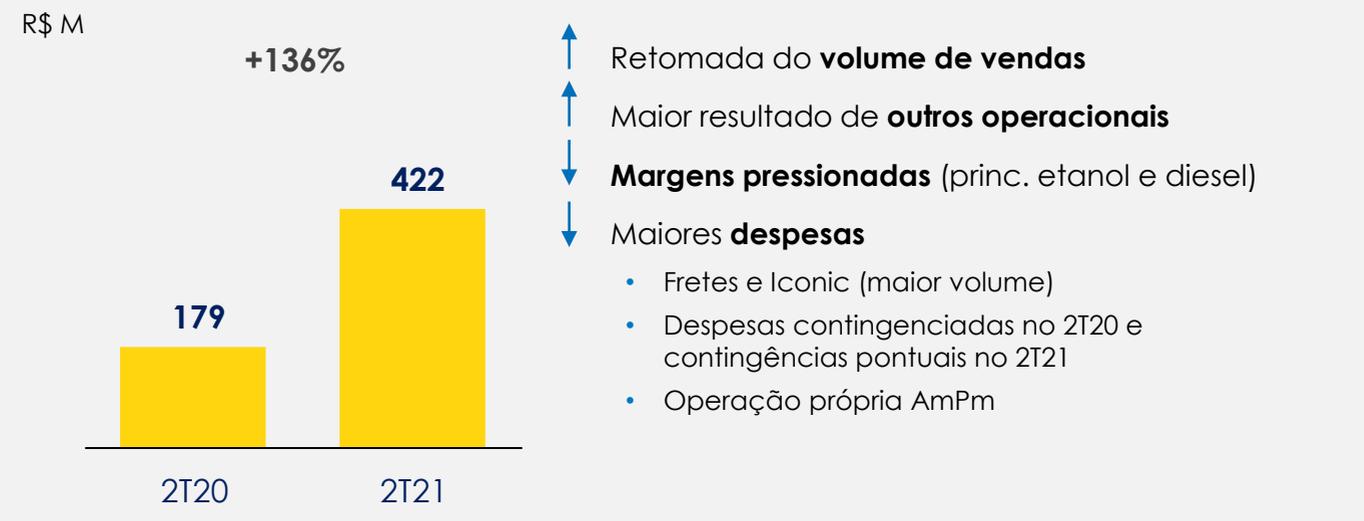


## Evolução AmPm



- ✓ **Faturamento total (GMV<sup>1</sup>)** de R\$ 393 M (SSS +11% YoY)
- ✓ **1.804 lojas** de conveniência
  - 25% de penetração
- ✓ **101 lojas** com **operação própria**
  - 22 lojas a mais do que no 1T21

## EBITDA



<sup>1</sup> Gross merchandise value

# Ipiranga – Jornada de transformação para elevar a competitividade e rentabilidade

4

## GRANDES AVENIDAS ESTRATÉGICAS

Fortalecer competitividade da rede

Elevar a competitividade de custos e eficiência do capital

Recuperação gradual de *market share*

Preparar a companhia para o futuro

### Estratégia Integrada Regional

Até 2020: S&OP apenas a nível nacional, com decisões centralizadas (organização funcional)

#### Estágio atual

- Revisão da organização, com criação de VP Comercial e gestão por corredor logístico
- Identificação e captura de *Quick Wins*

#### Próximos passos (2021/22)

- Planejamento integrado e gestão por corredor logístico (infraestrutura, expansão, S&OP, P&L)

**Expectativa de ganhos incrementais no EBITDA anual**

### Trading

Até 2020: visão limitada a suprimentos, importações e estratégias de carregamento de etanol

#### Estágio atual

- Equipes de *trading* e inteligência sendo formadas
- Sistema de V@R e governança de riscos em implementação

#### Próximos passos (2021/22)

- Geração de valor adicional, beneficiando-se da nossa infraestrutura e posição de mercado
- Intermediação (venda a terceiros)
- Novas estratégias de *trading*

**R\$ 200 M**  
em 2022



**>R\$ 400 M**  
em 2024/25

### Fortalecimento da rede

- Elevação da qualidade da rede
- Aprimoramento do relacionamento com os revendedores
- Evolução do sistema de *pricing*
- Maior penetração do Posto + Completo

### Frentes complementares

- Automação e simplificação de processos
- Maior independência e aceleração do crescimento da AmPm



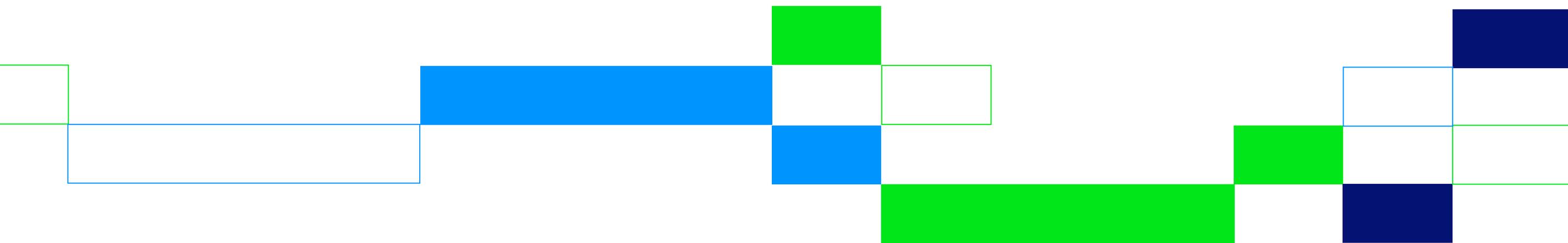
# ULTRAPAR PARTICIPAÇÕES S.A.

Relações com Investidores

55 11 3177-7014

[invest@ultra.com.br](mailto:invest@ultra.com.br)

[ri.ultra.com.br](http://ri.ultra.com.br)





**Local Conference Call**  
**Ultrapar Participações S/A (UGPA3)**  
**Resultados do 2T21**  
**12 de agosto de 2021**

**Operadora:** Bom dia e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência e reunião da Ultrapar para discussão dos resultados referentes ao segundo trimestre de 2021.

O evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via Webcast, podendo ser acessado no site [ri.ultra.com.br](http://ri.ultra.com.br) e pela plataforma do MZiQ.

Essa teleconferência será conduzida pelo Sr. Frederico Curado, Diretor Presidente da Ultrapar, pelo Sr. Rodrigo Pizzinatto, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar e pelo Sr. Marcelo Araújo, presidente da Ipiranga.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Após a apresentação, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando instruções adicionais serão fornecidas.

Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando \*0. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar antecipadamente no website perguntas a serem respondidas durante a sessão de perguntas e respostas. O replay desse evento estará disponível logo após seu encerramento pelo período de uma semana.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Ultrapar, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria 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 da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Ultrapar e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Frederico Curado, que dará início a teleconferência.

Por favor, Sr. Curado, pode prosseguir.



**Frederico Curado:** Bom dia a todos, obrigado pela participação na nossa conferência e deixa eu dar início aqui ao nosso trabalho falando do bom progresso que nós fizemos nesse segundo trimestre, em particular na nossa agenda estratégica, mas também na gestão de caixa e na nossa trajetória de redução gradual do endividamento da companhia.

Falando um pouquinho das transações, em maio nós assinamos o contrato de venda da Extrafarma para a Pague Menos e esse contrato agora aguarda aprovação do CADE para concretização final. Nós também anunciamos a venda da nossa participação de 50% no capital da ConectCar para a Porto Seguro. Nesse caso, a operação já teve, já recebeu a aprovação do CADE e resta apenas a aprovação do Banco Central, dado que a ConectCar é uma instituição financeira.

Por fim, nós anunciamos também as negociações em bases exclusivas para a venda da Oxiteno, no caso para Indorama, e nossa expectativa é que essas negociações se concluam proximamente.

Bom, deixa eu falar rapidamente dos negócios. Evidentemente, o Rodrigo vai detalhar logo na sequência, mas só para comentar de maneira bastante resumida, tivemos no caso da Ultracargo e da Oxiteno mais um excelente trimestre, tivemos, na verdade, um novo recorde trimestral para as duas empresas, então o desempenho das empresas continua muito, muito forte, e trazendo aí resultados até além daqueles que nós tínhamos planejado.

Eu acho que vale a pena mencionar a antecipação das obras da Ultracargo lá em Vila do Conde, que é uma base nova, e da expansão em Itaqui, em ambos os casos antecipando a entrada em serviço que vai nos propiciar já um incremento de receita inclusive já a partir do final deste ano. Então, também é uma boa notícia nesse campo.

Falando da Extrafarma, a empresa teve mais um trimestre de melhoria sequencial, tem sofrido pressão competitiva nas suas principais praças, mas vem seguindo aí firme na sua trajetória de recuperação. Ultragaz, comentando Ultragaz, outro trimestre sólido com pressão sobre as margens. Essa pressão vem fundamentalmente dos contínuos aumentos de preço de matéria-prima, para que vocês tenham uma ideia, em 2021 apenas nesse ano, o GLP já subiu cerca de 40% a nível das refinarias.

Bom, e por fim completando com a Ipiranga, a empresa teve um bom volume de vendas, mas teve muita pressão competitiva e acabou apresentando margens que eram aquém daquilo que nós esperávamos. E evidentemente, aí está o nosso principal ponto de atenção, a Ipiranga vem se estruturando com uma trajetória de recuperação de margens e de *market share* e, nesse sentido, ela alterou recentemente a sua organização como vocês sabem, nós divulgamos já há algumas semanas, mas também vem seguindo uma agenda de transformação que tem quatro grandes avenidas estratégicas e, dada a relevância do tema, nós achamos que seria uma boa ideia, convidamos o Marcelo para participar do *call*, ele vai se juntar a nós no fim dessa conferência e a ideia é que ele compartilhe com vocês essa agenda com um pouco mais de detalhes.



Voltando aí ao consolidado da Ultrapar, nosso lucro líquido, se nós desconsideramos o *impairment* da Extrafarma foi de R\$300 milhões e isso aí lastreia uma antecipação de dividendos, uma antecipação de dividendos na ordem de R\$218 milhões.

E por fim, eu queria só destacar a emissão do nosso segundo relatório integrado, esse ano já com a certificação da GRI, e já também com as primeiras referências cruzadas com o padrão SASB, já que a nossa intenção é trabalhar com ambos os padrões nos próximos anos. Seguimos trabalhando na definição das nossas metas ESG para 2030, que pretendemos divulgar no final do ano, tá?

Bom, eu agradeço a vocês a atenção de todos, mais uma vez a presença e estarei ao final na sessão de Q&A para responder. Passo aqui a palavra para o Rodrigo detalhar os resultados do trimestre. Obrigado.

**Rodrigo Pizzinatto:** Obrigado Fred e bom dia a todos! É um prazer estar aqui mais uma vez com vocês para falar sobre os resultados trimestrais da Ultrapar.

Começando então pelos resultados consolidados da Ultrapar, no slide 4.

Como vocês podem ver no gráfico superior à direita, nosso EBITDA recorrente totalizou R\$ 898 milhões no segundo trimestre deste ano, um crescimento de 50% sobre o 2T de 2020, que foi o trimestre mais impactado pela COVID-19, especialmente em função da queda significativa no consumo de combustíveis que afetou a Ipiranga. Tivemos neste segundo trimestre a assinatura da venda da Extrafarma, que gerou um reconhecimento do *impairment* dos ativos que afetou negativamente o EBITDA em R\$ 395 milhões, montante não recorrente que não tem efeito caixa.

O lucro líquido, excluindo os efeitos do *impairment*, foi de R\$ 290 milhões, um crescimento de R\$ 240 milhões em relação ao 2T de 2020, devido ao maior EBITDA e à melhora no resultado financeiro, principalmente decorrente de créditos tributários de R\$ 73 milhões e de efeitos temporários positivos de marcação a mercado dos hedges cambiais, que compensou parcialmente o efeito negativo que tivemos no 1T de 21.

Tivemos uma geração de caixa operacional de R\$ 1 bilhão 150 milhões no 2T 21, em comparação a geração de R\$ 871 milhões no 2T de 2020. A maior geração de caixa decorre do maior EBITDA, apesar dos maiores investimentos em capital de giro, em função dos aumentos neste trimestre de preços de combustíveis e matérias-primas, que estavam em trajetória de queda em 2020.

Passando para o slide 5, para falar um pouco da evolução na gestão do endividamento. Encerramos o trimestre com uma dívida líquida de R\$ 10,9 bilhões, uma redução de R\$ 1,0 bilhão em relação à dívida líquida de março de 2021. Essa melhora é explicada pela maior geração de caixa operacional no trimestre e pela variação cambial na dívida líquida sobre a parcela dos *bonds* designada para *hedge accounting*.



Destaco que ao longo do 2T de 2021 liquidamos com recursos do caixa a parte remanescente das dívidas emergenciais contratadas em março e abril de 2020, no início da pandemia. Estas dívidas tinham custos mais altos e vencimentos de curto prazo. Portanto, com estes vencimentos, teremos uma redução do custo de carregamento da dívida, sem perdermos a flexibilidade e segurança financeira.

A combinação da geração de caixa operacional com a melhora do EBITDA *ex-impairment* nos últimos doze meses resultou na redução da nossa alavancagem de 3,3x no 1T de 2021 para 2,8x no 2T de 2021, o menor patamar de alavancagem dos últimos dois anos, reforçando nosso compromisso com a solidez financeira e demonstrando a resiliência do nosso portfólio.

Vale lembrar que desde o 1T de 2020, em função do IFRS 16, passamos a incluir os arrendamentos a pagar no cálculo da dívida líquida, o que contribui para o aumento da alavancagem, apesar desses arrendamentos não serem dívidas bancárias.

Passando agora para o slide número 6, vamos falar sobre o trimestre da Ultragaz.

O volume vendido neste segundo trimestre foi 1% maior que o do 2T de 2020, com crescimento de 17% no granel e redução de 4% no envasado. O crescimento do granel está relacionado a maiores vendas para indústria, comércio e serviços, que foram mais afetadas pelas restrições impostas pela pandemia no ano passado. Já a redução no envasado é explicada pela forte demanda por botijões de GLP no 2T de 2020, fruto das medidas de isolamento social.

O EBITDA da Ultragaz foi de R\$ 137 milhões no trimestre, uma redução de 34% em relação ao mesmo trimestre de 2020. Apesar do maior volume de vendas, a queda do EBITDA reflete a forte base de comparação e os aumentos subsequentes de custo do GLP. Além disso, tivemos maiores despesas com pessoal e fretes, em função do maior volume de vendas e aumentos do preço do diesel.

Para este terceiro trimestre, a perspectiva é de volumes sazonalmente mais fortes e custos de GLP mais estáveis, permitindo uma evolução importante de resultado em relação ao 2T de 2021, porém aquém do 3T de 2020, que foi também mais beneficiado pela pandemia.

Vamos seguir agora para a Ultracargo, no slide 7.

A capacidade estática média atingiu 859 mil metros cúbicos no 2T de 2021, um crescimento de 3% em comparação com o 2T de 2020, consequência das expansões de capacidade de tancagem que fizemos em Itaquí nos últimos 12 meses. O metro cúbico faturado apresentou um crescimento de 7% na comparação anual, principalmente com maior movimentação de combustíveis em Itaquí, fruto das expansões de capacidade.

A receita líquida da Ultracargo totalizou R\$ 176 milhões no segundo trimestre, 13% superior ao 2T de 2020, principalmente em função das expansões e de reajustes contratuais.



Os custos e despesas combinados apresentaram crescimento de 10% no trimestre, resultado principalmente do crescimento da movimentação e de maiores gastos com reajustes de aluguéis e depreciação, decorrente das expansões de capacidade, além de maiores despesas com tecnologia da informação e engenharia para suporte a futuros projetos de expansão, ganhos de produtividade e transformação digital.

Assim, alcançamos novo patamar recorde de EBITDA da Ultracargo de R\$ 100 milhões no trimestre, 9% superior ao do 2T de 2020, em razão do maior faturamento, parcialmente compensado pelo aumento em custos e despesas. A Ultracargo continua a seguir sua trajetória de expansão com rentabilidade. A margem EBITDA ex-não recorrentes atingiu 57% no 2T de 21, acima dos 51% do 2T de 20.

Para o trimestre em curso, esperamos uma continuidade no desempenho operacional da Ultracargo, com patamar de resultados similar ao do 2T de 2021.

Como vocês podem ver no quadro inferior do slide, aproveito também para chamar a atenção para a nova antecipação do início de operações nos novos terminais. Antecipamos em média em 5 meses as obras das expansões em Itaqui, que concluímos agora em julho. Vamos também antecipar em cerca de 3 meses as obras de Vila do Conde, para conclusão no 4T de 21. Conforme já comentado pelo Fred, com contribuição para os resultados ainda em 2021. Isso reflete a dedicação e evolução da equipe da Ultracargo na gestão dos projetos de expansão, com redução no CAPEX inicialmente planejado e antecipação do início de operação.

Passando para o próximo slide, número 8, para falarmos de mais um ótimo trimestre da Oxiteno.

O volume vendido no 2T de 2021 foi 15% superior ao do 2T de 2020. O volume de especialidades químicas apresentou crescimento de 15%, resultado de maiores vendas nos segmentos de tintas e vernizes, que foi mais afetado no início da pandemia, e agroquímicos, que tem mantido forte crescimento. Vimos também vendas 36% maiores nos Estados Unidos. O volume de commodities também apresentou crescimento, de 16%, em função da queda da demanda no ano passado com a pandemia.

A Oxiteno também alcançou um patamar recorde de EBITDA, de R\$ 274 milhões no trimestre, crescimento de 69% sobre o EBITDA do 2T de 2020. Esse desempenho é resultado do maior volume de vendas e de melhores margens, que foram prejudicadas no 2T 20 pelo efeito negativo do *Zero Cost Collar*, que limitou o *upside* do câmbio para a Oxiteno naquele trimestre. Estes efeitos foram atenuados por maiores custos e despesas, com destaques para 4 efeitos: frete e armazenagem, com maiores volumes e custos unitários em reais, pessoal, em linha com a progressão de resultados, e manutenção, principalmente relacionada à parada programada de Mauá neste trimestre.



Para o 3T deste ano, a perspectiva continua positiva, com crescimento de volume mais normalizado e patamar de resultados similar ao do 2T21, assumindo câmbio no nível atual.

Passando agora para a Extrafarma no slide 9.

Encerramos o trimestre com 400 lojas, rede 2% menor que a do 2T de 2020, reflexo da maior seletividade na expansão e do maior rigor com as lojas de baixo desempenho. Destaco que 17% das lojas encontram-se em processo de maturação.

A receita bruta foi de R\$ 542 milhões, 5% superior à do 2T de 20. Tivemos crescimento de 10% nas vendas de mesmas lojas ex-telefonía, parcialmente compensado pelo número de lojas 2% menor e pela forte base de comparação nas vendas de telefonía do 2T de 2020, devido ao fechamento temporário do comércio não essencial em função da pandemia.

O EBITDA recorrente da Extrafarma totalizou R\$ 22 milhões no trimestre, crescimento de 58% em relação ao 2T de 2020, consequência do processo de depuração implementado e da maior rentabilização da rede existente. Estes efeitos foram parcialmente compensados pelos impactos inflacionários sobre pessoal e serviços e pelo contingenciamento de despesas realizado no 2T de 2020.

Com a assinatura do contrato de venda da Extrafarma para a Pague Menos neste trimestre, fizemos também o reconhecimento do *impairment* dos ativos no montante de R\$ 395 milhões, que é a diferença entre o valor de livro e o valor anunciado na transação, ainda sujeito aos ajustes de fechamento. Como comentei, este *impairment* não tem efeito caixa.

Para o trimestre em curso, esperamos resultados similares ao patamar verificado no 2T de 2021.

Indo para o slide 10, vamos falar um pouco sobre a Ipiranga.

O volume vendido foi 21% maior que o do 2T de 2020, com crescimento de 25% no ciclo Otto e 17% no diesel, importante recuperação de volumes, como vocês podem observar no gráfico superior. Tivemos também recuperação de nossa participação de mercado, se aproximando dos níveis pré-pandemia.

Encerramos o 2T de 2021 com uma rede de 7.110 postos, praticamente estável em relação ao 1T de 2021, com 66 postos abertos e 63 postos depurados no trimestre. A contribuição média de volume dos postos inaugurados é de 250 a 300 metros cúbicos por mês, enquanto os postos depurados representam volume inferior a 100 metros cúbicos por mês.

O SG&A aumentou 36% em comparação ao 2T de 2020, com 3 grandes efeitos: (i) crescimento de fretes e despesas com Iconic, principalmente em função do maior volume de vendas, (ii) contingenciamento de despesas no 2T de 20 e maiores despesas pontuais com contingências no 2T de 21, e (iii) o crescimento da operação própria da AmPm.



A linha de outros resultados operacionais apresentou aumento de R\$ 52 milhões em relação ao 2T de 2020, principalmente em função da constituição de créditos, líquidos de baixas, de R\$ 97 milhões no 2T de 2021, atenuada pela apropriação dos custos de CBios relativos às metas do RenovaBio de R\$ 32 milhões.

Assim, o EBITDA da Ipiranga totalizou R\$ 422 milhões no segundo trimestre, 136% maior que o do 2T de 2020, em função da retomada do volume de vendas e do maior patamar de outros resultados operacionais, atenuados pelas margens pressionadas, principalmente de etanol e diesel, e por maiores despesas.

Olhando para o terceiro trimestre da Ipiranga, vemos um maior volume de vendas, retomando patamares pré-pandemia do 3T de 2019, com margens em recuperação, mas ainda pressionadas.

Chamo a atenção de vocês para a AmPm nesse slide. Como mencionado no evento recente que tivemos da Série de Encontros com a liderança Ultra, passamos a divulgar a partir desse trimestre os dados de faturamento total GMV da AmPm, para uma melhor visibilidade da evolução de seus planos e resultados. Esse faturamento corresponde ao total de vendas das franquias e lojas próprias. Encerramos o 2T de 2021 com 101 lojas próprias e já temos atualmente mais de 120 lojas próprias em funcionamento.

Com isso, eu encerro a minha apresentação e passo a palavra ao Marcelo Araujo, que irá detalhar as principais iniciativas da jornada de transformação da Ipiranga.

**Marcelo Araújo:** Obrigado Rodrigo e bom dia a todos!

Eu tentei resumir em um único slide, o slide 11 da apresentação, uma atualização sobre o andamento das principais iniciativas para elevar nossa competitividade e rentabilidade.

Conforme mostrei no Ultra Day em maio, definimos 4 avenidas de crescimento e rentabilidade que resumem nossas prioridades estratégicas e que trago novamente para vocês. Aproveito e detalho também algumas das iniciativas ligadas a essas avenidas e as expectativas de contribuição nos resultados de todo o programa de aceleração da nossa competitividade.

Selecionamos 2 frentes relevantes para uma visão mais detalhada – estratégia regional integrada e Trading.

A primeira delas é a que chamamos de estratégia integrada regional. Os 12 principais corredores logísticos que operamos já contam com comitês de gestão integrando as áreas comerciais de rede e empresarial, às estruturas de *pricing*, *trading*, logística e operações de cada corredor. Isso vem permitindo uma gestão descentralizada, implementando estratégias e decisões de forma mais ágil, refletindo a dinâmica da região.



Essa é a maior mudança no modelo operacional da Ipiranga em muitos anos e, enquanto avançamos no redesenho dos sistemas de gestão e operação para suportar a maior granularidade dos corredores, já esperamos capturar alguns “*quick wins*” nos próximos meses. Em especial ajustes de alguns fluxos logísticos e otimização de contratos de “*take or pay*” de armazenagem e transporte, oportunidades já identificadas pelos gestores, devem ter impacto de R\$ 15 a 20 MM ainda no 2S21.

Agora em agosto iniciamos o nosso planejamento para 2022, que será construído por corredor logístico. Cada corredor já tem definida sua estratégia competitiva, terá o seu plano de expansão e investimentos, e seu próprio P&L.

Uma segunda frente, ainda no pilar de competitividade, é a de implantação da competência de *Trading* na Ipiranga. Enquanto até 2020 o foco era o suprimento eficiente de produtos para atender nossa rede e clientes empresariais, a nível nacional. Hoje já estamos realizando algumas operações apoiadas na infraestrutura existente (*asset-backed trading*) e iniciamos a intermediação de produtos para terceiros. Com isso, estamos ampliando nossa área de atuação em *trading* e ganhando conhecimento e aprimorando nossos processos ao longo do caminho.

Formamos a equipe completa de *trading* e inteligência de “*supply and demand*” e estamos implantando um modelo de governança e gestão de riscos. Já iniciamos os testes do sistema dedicado de gerenciamento das operações de *Trading* e cálculo do V@R (*value at risk*) em cada operação. Com a parametrização e metodologias integradas ao sistema, asseguramos o monitoramento diário do posições, aumentando nossa visibilidade sobre as oportunidades e controle dos riscos.

Para 2022, com o sistema já em pleno funcionamento, passaremos a adotar novas estratégias de *trading* das *commodities* que operamos e seus instrumentos financeiros. Mais à frente, à medida do amadurecimento da equipe, processos e controles, vamos começar a utilizar capital próprio assumindo posições direcionais, buscando maximizar os ganhos com essa iniciativa.

Essas são as duas iniciativas que escolhemos para detalhar no *call* de hoje, visto que apresentam o maior potencial de contribuição de resultados nos próximos anos.

Outra frente das mais importantes que seguimos perseguindo é o fortalecimento do relacionamento e a recuperação da robustez financeira de nossa rede, prioridades inegociáveis como temos dito.

Neste caso, vale destacar o *roll-out* e evolução do novo sistema de *pricing*, que até Set/21 estará já operativo em toda a rede urbana. Um fato recente importante foi a aprovação do CADE de nossa consulta para um novo processo de sugestão de preços referência para nossa rede, tornando mais efetivo o alinhamento da competitividade de cada posto em sua área de influência.

Por fim, as demais frentes seguem dentro do cronograma, em especial, a emancipação da AmPm, que apresentamos em recente evento.



Como temos reafirmado e em linha com o que falamos no Ultraday, temos a firme intenção de defender nosso *market share* atual, em especial na rede bandeirada e clientes consumidores, enquanto avançamos nessa jornada de transformação e as iniciativas comecem a dar frutos mais consistentes.

Nossa expectativa é que o conjunto dessas iniciativas contribua com um incremento de EBITDA anual já em 2022 de R\$ 200 milhões. Olhando para os próximos 3 a 4 anos, o potencial de ganho incremental no EBITDA é de pelo menos R\$ 400 milhões, quando já teremos a maturação dessas estratégias. À medida que colhemos os frutos da maior eficiência em custos e aumento da competitividade, poderemos então acelerar o ganho de *market share*.

Assim eu encerro aqui a minha apresentação e essa primeira parte de nosso encontro. Agora vamos passar à sessão de perguntas e respostas, onde estaremos Fred, Rodrigo e eu disponíveis para responder suas perguntas.

### **Sessão de Perguntas e Respostas**

**Operador:** Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, digitem \*1. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando \*2.

As perguntas serão atendidas na ordem em que são recebidas. Solicitamos a gentileza de tirarem o fone do gancho ao efetuarem a pergunta, dessa forma, uma ótima qualidade de som será oferecida. Se você estiver participando via webcast, favor clicar em “pergunta ao palestrante” para enviar sua pergunta aos executivos da companhia.

Iniciamos com a pergunta de André Hachem, Itaú, pode prosseguir.

**André Hachem:** Perfeito. Muito obrigado pelas perguntas. Talvez eu gostaria de esperar um pouquinho mais o fato de o Marcelo está no call para fazer uma pergunta direcionada a ele. Marcelo, o resultado desse trimestre, talvez acho que dessa série histórica, foi um dos mais baixos quando a gente ajusta para o crédito que teve e também para as vendas de terrenos.

Você poderia discutir um pouquinho mais os efeitos que levaram a essa compressão, principalmente na margem bruta que a gente viu, um pouquinho do ambiente competitivo que você está vendo olhando nesse tri específico e como você imagina que isso vai ser reajustado ao longo do segundo semestre, certo? Como que a gente deveria pensar principalmente tendo em mente o *guidance* que vocês têm hoje, parece assim, fazendo esses ajustes o *low end* do *guidance* parece talvez um pouco difícil de alcançar, olhando essa base de partida no segundo trimestre. Depois eu faço a minha segunda pergunta.

**Marcelo Araújo:** Oi, André, bom dia, é Marcelo Araújo que está falando, obrigado pela sua pergunta, eu acho que você foi cirúrgico, você foi no ponto central dos nossos



desafios. Vou tentar passar para você rapidamente aqui e para todos que estão ouvindo a nossa visão. Foi um trimestre, de fato, desafiante para as margens brutas, eu acho que foi um trimestre que teve uma evolução muito distinta de mês para mês, então a gente entrou o trimestre na virada de março para abril nós estávamos um pouco longo no nosso estoque, nós não tínhamos previsto que haveria uma contração tão grande, um recrudescimento tão grande no *lockdown* devido à pandemia.

Então, passamos um pouco longos de março para abril e isso nos fez com a entrada da safra de etanol, principalmente no etanol, e uma queda de preço momentâneo que teve um forte impacto nas nossas margens junto com a queda de volume, então abril foi um mês muito desafiador. Logo em seguida o mercado se estabilizou, março foi muito melhor, um mês muito bom até para nós, mas houve então uma seca aí na safra, uma série de restrições de produtos e houve uma aceleração muito grande dos preços do etanol, uma volta muito grande e inesperada para esta época do ano, nós estamos em plena safra e os preços do etanol ainda estão em níveis recordes, nos patamares históricos, e isso dificultou muito a recuperação das margens, à medida que vai aumentando os preços com um consumo muito contraído, o consumidor muito suscetível aos preços, os preços de gasolina e diesel já tinham subido muito no primeiro trimestre e aí nós vimos o preço do etanol também subindo muito.

Quer dizer, os preços acumulados de gasolina, diesel e etanol neste ano subiram mais de 65%, então realmente um impacto muito grande no consumidor. Então, apesar da volta do volume, o patamar de preços acabou dificultando a recuperação das margens e nós decidimos então manter a nossa estratégia, que já havia sido divulgada e compartilhada com vocês, de firmemente defender a posição de *market share* na nossa rede durante esse período e ainda que isso exigisse um pouco de sacrifício nas margens.

Acho que um outro ponto, outro fator que nos impediu talvez de capturar um pouco mais na retomada do Pis/Cofins que aconteceu na virada de maio, nós vínhamos ganhando mercado no diesel e portanto com volumes muito elevados naquele momento e aí nós acabamos passando com um estoque pouco abaixo do nosso estoque médio, nos aproveitamos um pouco menos do que poderíamos da volta dos R\$350 por m<sup>3</sup> do Pis/Cofins.

São coisas pontuais, mas o fato foi que o mercado ficou com margens bastante estressadas ao longo do processo.

Mas como é que nós estamos vendo para a frente? Claramente, até recentemente numa *live* na Fundação Getúlio Vargas, eu coloquei claramente a nossa visão para o segundo semestre de um otimismo muito grande, nossas projeções inclusive indicam um crescimento de mercados acima do crescimento que a EPE, a Empresa de



Planejamento Energético do Brasil, está projetando para o mercado de combustíveis, então nós temos certeza de que com volumes mais firmes o mercado virá se ajustando e isso irá distender as margens e a gente vai começar a recuperar as margens do sistema. Claro que os preços ainda sendo mantidos alto, isso pode ainda ser um fator de impacto para o consumidor. E isso acaba pressionando um pouco as margens do sistema entre distribuição e revenda, acho que todo o mercado está sentindo isso.

Então, nós temos aí realmente um desafio grande no segundo trimestre e estamos enxergando agora com bastante otimismo essa recuperação para frente, e por isso nós continuamos acreditando que o *guidance*, para responder essa pergunta do *guidance* para o ponto que você levantou do *guidance*, é perfeitamente possível de ser atingido ainda, não temos um motivo ainda para uma revisão desse número.

O primeiro semestre como um todo nós estamos bastante alinhados com as expectativas que estavam embutidas aí nesse *guidance* e, se confirmando essa recuperação para o segundo semestre, tudo indica que nós continuaremos nessa jornada de recuperação. Então, espero ter respondido aí os principais pontos para você e fico à disposição de vocês.

**André Hachem:** Não, perfeito, ficou super claro sua resposta, Marcelo. Se eu puder agora fazer uma segunda pergunta para Rodrigo. Rodrigo, eu queria explorar um pouquinho mais o que aconteceu na Ultragaz este trimestre. Você tem um fator de *hard comps*, teve toda aquela discussão sobre o botijão no começo da pandemia, mas a dinâmica de aumento de custo parecido com o Ipiranga parece ter afetado bastante as margens da Ultragaz. Você poderia discutir um pouquinho o que que você viu nesse trimestre e os fatores com maior compressão de margem e um pouco da sua expectativa para o segundo trimestre?

**Rodrigo Pizzinatto:** Bom dia, André. O principal fator que afetou o resultado da Ultragaz no segundo tri, na margem, foram os aumentos sucessivos do custo do GLP e o processo desse repasse e com a maior estabilização dos preços de GLP, esperado para o terceiro trimestre, a gente espera o retorno da margem normalizada que a gente tinha e estava experimentando na Ultragaz.

**André Hachem:** Perfeito, super claro. Obrigado pelas respostas.

**Operador:** Nossa próxima pergunta vem de Gabriel Barra, Citibank.

**Gabriel Barra:** Oi Fred, Rodrigo, Marcelo, obrigado pelas perguntas. Vou fazer duas perguntas, primeiro para o Marcelo. Fazendo até um pequeno *follow-up* da pergunta do André e pegando um gancho do que tem acontecido no mercado com relação a essa parte regulatória, ontem a gente viu que o governo aprovou uma MP com relação



à venda dentro dos postos embandeirados, permitindo a venda dos postos embandeirados com uma bomba branca e a venda direta de etanol.

Então, minha pergunta, Marcelo, é assim: como vocês veem essas mudanças em um escopo até um pouco mais amplo com a discussão que também tem ocorrido na ANP com a consulta pública, que acho que é até um escopo um pouco mais amplo do que a própria MP aprovada ontem. Então, se pudesse esclarecer um pouco como vocês veem essa mudança e se tem algum impacto na relação contratual que vocês têm com a própria rede, se tem algum risco jurídico nesse ponto. Acho que ajudaria muito até por essa questão da dinâmica de competição daqui para frente. É, se puder responder essa, depois eu faço a segunda. Fica mais fácil. Obrigado.

**Marcelo Araújo:** Bom dia Gabriel, obrigado. Esse ponto que você levanta é bastante importante, até porque está em todas as mídias aí desde ontem à noite essa Medida Provisória, mas acho que tem uma coisa bastante importante, só para deixar bastante claro para todos vocês, que a Medida Provisória, primeiro assim, ela não vai entrar em vigor imediatamente. Nenhuma das duas medidas de venda direta de etanol está prevista para entrar daqui a quatro meses para dar tempo do ajuste tributário – vou falar um pouco mais sobre isso à frente – e a questão da fidelidade de bandeira, da bomba branca nos postos, que é uma questão muito polêmica, a ANP tem aí 90 dias para regulamentar.

Mas de qualquer maneira, acho que é importante que a gente deixe claro, a própria ANP deixou aí quando ela mudou o artigo 68 D da Lei do Petróleo, e no seu parágrafo único que ela diz claramente que este disposto, essa nova disposição não prejudicará cláusulas contratuais no sentido de que já existente no contrato nessa data ou futuros.

Portanto, o que o governo está fazendo é propondo mais uma alternativa possível aos dois modelos já existentes hoje, quando você tem um compromisso com uma determinada bandeira de exclusividade de você se incorporar a uma rede que leva um conjunto de propostas até o consumidor ou você operar de maneira independente comprando de quem você quiser e você se responsabilizando então pela qualidade, pelo serviço que você entrega ao consumidor, esses dois modelos convivem quase que meio a meio já no mercado brasileiro em grande harmonia, mas nós vemos muito pouca eficácia, seja na qualidade do serviço, seja nos preços, com esta nova modalidade sugerida pelo governo, portanto achamos que o nosso não é uma coisa nem relevante nem prioritária para estar sendo discutida nesse momento, mas ok, vamos discuti-la.

Nos causou um pouco de surpresa, claramente, Gabriel, acho que vocês devem ter visto o posicionamento das empresas, do IBP nos jornais, um processo que está sendo discutido em consulta pública da ANP, já com dificuldades no próprio processo



de transparência das análises de impacto regulatório, como devem ser as evoluções regulatórias no setor base da economia como o nosso.

Você é, vamos dizer assim, surpreendido pela edição de uma MP no meio de todo este processo regulatório, então claramente não parece ser a forma mais adequada de você fazer evoluções num setor regulado, seja aí no setor de petróleo, seja qualquer outro setor regulado. A evolução regulatória tem algumas premissas que são importantes, elas precisam ser previsíveis, elas precisam ser transparentes, elas precisam ser compreendidas pelos agentes econômicos regulados para que eles possam não só contribuir, como também se preparar para os impactos que essas medidas possam vir a ter e isso não afetar investimentos futuros. Então, qualquer coisa nesta direção, nós vemos com um pouco de preocupação.

Mas o fato é que não vemos nenhum impacto relevante e certamente não mudará o modelo de negócios, a própria Medida Provisória deixa explícito isso, e os contratos seguem preservados, é opção do empresário de fazer ou não um contrato de exclusividade, uma vez que o fez, deverá cumpri-lo conforme regras comerciais de todos os tipos de negócio.

A outra questão da venda direta, é uma questão que nós nunca fomos contra a venda direta do etanol, pelo contrário. A gente acha que deve haver uma evolução na direção da maior liberdade entre os agentes. A grande preocupação nossa, que vocês conhecem já há muito tempo, não é nenhuma novidade, é a enorme complexidade tributária do sistema brasileiro, que é o mais complexo do mundo do setor de combustíveis, principalmente dos biocombustíveis.

E quando você faz um processo desses que cria potencialmente assimetrias tributárias, ele tende a criar diferenças concorrenciais ou até oportunidades maiores de sonegação, principalmente no etanol, que já é um segmento do nosso mercado que acaba concentrando uma grande parte dos problemas de sonegação que nós temos hoje. A própria Fundação Getúlio Vargas estima aí de R\$14 a R\$24 bilhões em 2020 de sonegação no setor, quase 70% disso vindo do etanol.

Então, assim, o que nos preocupa aqui é que nós devíamos estar discutindo com mais e mais eficácia e mais rigor a evolução do modelo tributário de combustível, o governo está até tentando fazer isso, publicou lá que hoje enviou ao Congresso um projeto de lei para o PLP 16 e está tentando provocar uma evolução para o ICMS, que seja *ad rem* não mais *ad valorem* e que tenha convergência de alíquotas para ver grandes distorções entre os estados. Portanto, essa medida da venda direta ela pode causar algum ruído nessa questão tributária.



Agora, o alcance dela é muito limitado, muito limitado mesmo na nossa opinião, não vai fazer grandes estragos, talvez acho que o governo vai ter um pouco mais de dificuldade de fazer a fiscalização das questões tributárias e espero que isso não aumente a sonegação que pode afetar a arrecadação, principalmente dos estados.

Ele endereçou aí na própria MP uma solução para o Pis/Cofins, resta saber como será resolvido o problema do ICMS, que é ainda maior do que o Pis/Cofins a base de cálculo desses indicadores. De toda forma, não estamos vendo em nenhum dos dois casos nenhum impacto muito relevante, viu, Gabriel.

**Gabriel Barra:** Ótimo, Marcelo, muito claro. Antes de fazer minha segunda pergunta e acho que você pode dar um pouco mais direcionado para o Fred e para o Rodrigo. Olhando para a questão desse processo de reestruturação da companhia, a gente viu que vocês assinaram a venda da Extrafarma, a venda da Oxiteno vocês começaram a conversa exclusiva com a Indorama e o ponto final falando dessa reestruturação estaria na compra da refinaria, na negociação da Refap, e o meu ponto, a minha pergunta é que, com essas considerações que têm ocorrido da venda, do processo de desinvestimento da Petrobrás, qual risco vocês enxergam nesse processo de compra?

No caso onde você vai chegando cada vez mais perto de um ano de eleição, onde talvez o risco vá aumentando, como que vocês enxergam esse cenário de talvez não ter uma venda concreta do parque de refino, se teria alguma possibilidade de não ocorrer realmente a compra da Refap nesse cenário. Se vocês pudessem pontuar um pouco esse cenário e os riscos que vocês veem nesse processo. Obrigado.

**Frederico Curado:** Oi, Gabriel, é o Fred. Tudo bem? Talvez eu vá dar uma resposta um pouco mais ampla do que a sua pergunta. Nós estamos naquele processo de gestão de portfólio que nós sempre comunicamos em duas fases - de racionalização do portfólio e outra de evolução desse portfólio.

A racionalização passa justamente por esse processo de desinvestimentos que estão em curso e, por fim, usando aí no critério Ipiranga, Ultragas e Ultracargo, realmente um bloco onde nós temos muita escala, temos presença, liderança de mercado, e já na segunda fase de evolução, a gente pretende realmente avançar um pouco mais na direção do consumidor, em relação como, por exemplo, a AmPm, reforçando aí a aceleração da AmPm e também Abastece Aí e também avançando na cadeia para trás em termos de integração, e no caso de combustíveis fósseis aí surge a oportunidade da refinaria. Nós sempre dissemos, e eu repito aqui, é um setor onde nós enxergamos como uma possibilidade de grande retorno sobre o investimento.



Há um balanço de risco versus retorno que seja, que faça sentido. Evidentemente, a nossa proposta, que foi selecionada pela Petrobrás, no nosso ver, dá esse bom equilíbrio entre o retorno e risco e nós temos aí até o final de outubro um prazo suficiente para encerrar essas negociações a contento. Estamos em curso, ainda não chegamos na conclusão das negociações.

Ainda falando da questão da evolução do portfólio, nós estamos olhando claramente para frente a questão de transição energética, nós temos uma vocação muito clara em energia mais *latu senso* como também em infraestrutura, então temos olhado o gás natural com granularidade crescente, operação de GNL é algo que nós estamos começando a tentar modelar para ver se podemos aí começar a atuar nesse setor na medida que o Brasil também vai abrindo o seu mercado de gás natural, temos processos de privatização de distribuidoras estaduais, que pode ser uma outra possibilidade também de nós avançarmos já no processo de transição energética, embora seja forte, é uma energia muito mais limpa do que o utilizado, e por fim, a Ultracargo nós temos aí também planos e estudos até expandir a sua própria atuação.

Ela é uma empresa que tem um potencial de crescimento não só no que ela faz, mas tem um *know-how*, uma presença, uma liderança que pode nos capacitar até outras verticais de mercado. Mas sobre o refino é isso. Para nós sempre foi e continuará sendo um balanço de oportunidade de retorno de investimento e risco e nós estamos na fase de negociação, agora com o prazo final de outubro para conclusão.

**Gabriel Barra:** Ótimo. Obrigado, Fred.

**Operador:** A próxima pergunta vem de Luiz Carvalho, banco UBS.

**Luiz Carvalho:** Oi Fred, Rodrigo, Marcelo, obrigado. Eu vou tentar voltar um pouco aqui, eu estava, quando vocês reportaram o resultado ontem, me impressionou muito, de fato, e negativamente, essa margem na Ipiranga R\$ 50/R\$ 52 por m<sup>3</sup>, e olhando no meu modelo aqui, acho que o último ano que eu vi uma margem parecida com isso foi acho que em 2009, e de lá para cá o volume cresceu, o volume de vocês especificamente, cresceu sei lá, 35%, quase 40%.

E a gente teve uma discussão bastante ampla nesses últimos anos, acho que principalmente depois da tentativa da compra lá da AleSat que o CADE acabou barrando, sobre a estratégia da Ipiranga e sobre, obviamente, o posicionamento da companhia vis-à-vis os principais competidores e o mercado.

E olhando até, Marcelo, o teu último slide, me chama muita atenção como vocês ficaram atrasados em alguns passos, por exemplo, na questão da importação. A



importação está no Brasil, estou lembrando que desde que o Pedro Parente entrou na Petrobrás em 2016, o mercado de importação já está acontecendo.

E aí eu queria entender, talvez uma pergunta mais até acho que de retórica aqui, seria entender, ok tem R\$200 milhões para ser capturado no ano que vem, R\$400 milhões lá na frente, a visibilidade que o mercado tem hoje desses números e, obviamente, acho que é até uma pergunta anterior de vocês eventualmente estarem colocando até o *guidance* sob risco é muito baixa, é a capacidade da companhia de entrega neste momento, a gente viu uma margem de um competidor de vocês nesse trimestre literalmente o dobro do que vocês conseguiram entregar.

Eu queria entender assim um pouco, que vocês dessem uma luz do que está acontecendo, exatamente assim, fazendo meio que uma análise, de fato, de onde eventualmente a companhia está perdendo aqui um pouco do passo ou da estratégia, em que momento eventualmente tem que se revisar isso. Acho que é uma pergunta talvez um pouco mais ampla.

A segunda é em relação ainda à pergunta anterior da parte do refino. Se vocês puderem dar um pouco mais de cor em que pé está essa negociação. Obviamente a Petrobrás solicitou ao CADE um prazo adicional ali até outubro. Quais são os principais pontos que estão pegando eventualmente na negociação contratual, se vocês acreditam que, de fato, como é que eu vou colocar, essa negociação seria fechada ali até outubro pelo menos do lado de vocês? Obrigado.

**Marcelo Araujo:** Oi, é Marcelo falando, obrigado aí pela sua pergunta. Certamente, eu acho que é um tema aqui que precisa ser aprofundado, mas só para a gente recordar.

Nós fizemos então uma grande e profunda revisão da nossa estratégia no final do ano passado ano e início deste ano, até com o apoio da McKinsey, que gerou a priorização daquelas quatro avenidas de crescimento: a competitividade da rede; a competitividade de custos e de capital da companhia ou a recuperação de *market share*; e a preparação da companhia para o futuro. E dentro destas quatro avenidas, nós temos 14 iniciativas aí, sendo que cinco, seis delas são as, de fato, prioritárias e estratégicas, duas delas eu detalhei aí, é o fortalecimento da rede, a emancipação da AmPm.

Eu acho que, assim, a estratégia, o caminho, está bastante claro para nós, nós não temos muitas dúvidas, esse plano está aprovado e está sendo acompanhado e monitorado pelo Conselho de Administração em bases bastante regulares, então nós estamos na trilha dessa jornada.



Com relação ao ponto que você coloca sobre importação, a gente não está atrasado na importação, ao contrário, nós temos feito uma importação bastante relevante, comparável às importações dos nossos pares. Saímos do mercado um pouco no primeiro trimestre deste ano por conta das arbitragens fechadas, já voltamos nesse segundo trimestre.

A questão aqui não é apenas a importação para suprimento, mas o quanto você utiliza esse *short* da Ipiranga e essas diferentes fontes de suprimento para poder capturar mais a volatilidade desse mercado e ter margens adicionais ou ter posições direcionais que nos possam levar a ter valores adicionados às nossas margens. Para isso, essa é a iniciativa de *trading* que eu procurei detalhar aí, ela está em plena jornada de implementação, inclusive já com a nova política de gestão de riscos e um novo sistema em implantação, já em validação e apresentação para os nossos órgãos de governança. Portanto, nós estamos exatamente neste caminho.

Durante esse processo, como eu enfatizei bastante agora na parte anterior aqui do nosso encontro, nós temos uma firme determinação de não ceder mais espaço de mercado. Você tem acompanhado a performance da Ipiranga ao longo dos anos e durante muitos anos nós viemos cedendo mercado e defendendo rentabilidade, achamos que chegou a hora de a gente... temos um plano claro, temos iniciativas que precisarão do seu tempo adequado para amadurecerem, e nesse período não faz sentido a gente ceder mais mercado, então algum sacrifício de margem eventualmente pode ser necessário.

Esse trimestre especificamente, como eu comentei ali na resposta ao André, a gente teve um trimestre atípico, onde nós tivemos um ou dois fatos relevantes que não são recorrentes, na virada de março para abril, na virada da safra do etanol, o problema na recuperação de margens do diesel. Com o volume se mantendo firme para o próximo ano e a gente continuar sustentando a nossa posição de mercado e crescendo o nosso volume, a gente vê claramente que isso vai se recuperar.

Então, assim, tivemos um fato pontual realmente muito desafiante no segundo trimestre e uma recuperação gradual aí pelos próximos meses. Então, essa é a nossa visão, nós estamos absolutamente convictos de que os nossos planos são bastante robustos e nós fizemos um ano, não se esqueça, creio que você acompanhou a nossa apresentação no Ultra Day depois o evento com a AmPm, fizemos um ajuste importante na nossa estrutura de organização em abril para justamente aumentar a nossa capacidade de execução e ter mais certeza da nossa entrega, da captura desses valores que nós sumarizamos aí nesse slide que está no material.

Espero ter conseguido te ajudar aí a compreender a nossa jornada.



**Luiz Carvalho:** Ok. E se eu puder, desculpa, eu sei que o Fred vai responder sobre o refino, mas se eu pudesse, me desculpa, fazer uma terceira aqui, Fred, mas até pegando um gancho do que o Marcelo colocou. A gente teve recentes mudanças no *board* da companhia, se pudesse dar um pouco de cor para a gente de como é que está essa relação, essa nova composição vis-à-vis a esses planos, quais são os principais *challenges*, os principais pontos que eles ganhem eventualmente questionando vocês como executivos. Obrigado aí.

**Frederico Curado:** Oi, Luiz. Então, deixa eu falar aqui do refino primeiro, é claro que a velocidade ela está aquém do que nós imaginávamos, nós começamos a negociação em janeiro, mas, assim, a negociação por definição são duas partes e a gente compreende também que, claro, a mobilidade de uma empresa estatal não é igual a de uma empresa privada, e particularmente uma grande estatal que tem diversos processos de desinvestimento, de M&A, em curso. A gente entende isso aí também e é uma negociação complexa, são vários contratos e ocorrem de maneira muito objetiva, talvez com um ritmo aquém do que a gente gostaria, mas com muito respeito e muita clareza sobre a mesa.

Então, nós estamos aí buscando assegurar a equação de risco x retorno que nós concebemos lá na proposta final e claro que na negociação tem pontos que podem ou não afetar risco e também valor, mas estamos perseguindo isso e, mais uma vez, o prazo que está colocado é absolutamente suficiente para que a gente conclua isso. Mas são duas partes nessa conversa, não somos apenas nós.

Em relação ao Conselho, transição normal, quer dizer, entraram novos conselheiros. Então, o Conselho está estruturado em comitês, eu acho que essa estrutura foi criada há cerca de dois ou três anos com os comitês facilita muito o *oversight* por parte deles, porque comitê de estratégia, comitê de pessoas e comitê de auditoria e riscos, você não tem, de fato, nenhum tema relevante para a companhia que não seja trabalhado em detalhe em um dos comitês antes de apreciação do colegiado.

Então, a nossa dinâmica é grande, está cada vez mais intensa, Marcelo mencionou há pouco, é claro que o tema hoje é um tema de maior atenção de todos nós é justamente o desempenho da Ipiranga, não temos a menor dúvida disso, e não é diferente, quer dizer, o acompanhamento do Conselho também se reflete nessa prioridade, mais ou menos granularidade dependendo justamente dos resultados.

Então, nós estamos bastante, digamos assim, alinhados e *pari passu* nesse acompanhamento, relação muito positiva, nós temos um Conselho forte, acho que as adições foram, não só essa última, mas as anteriores também, nós temos contribuições muito relevantes de todos os nossos conselheiros. Então, acho que a



governança da Ultrapar é sempre um ponto forte na nossa empresa, sempre foi, mas acho que cada vez mais.

**Luiz Carvalho:** Está certo. Obrigado, Fred, obrigado, Marcelo.

**Operador:** Próxima pergunta de Vicente Falanga, Bradesco BBI.

**Vicente Falanga:** Boa tarde, pessoal. Fred, Rodrigo, Marcelo. Eu tinha duas perguntas. Primeiro se vocês têm alguma estimativa de quanto ficou mais ou menos a margem por m<sup>3</sup> de saída da Ipiranga no trimestre mais para o mês de junho, ou se daria para quantificar quanto da compressão de margem da Ipiranga no trimestre foi causada por um *lag* no repasse de aumento de preços da Petrobrás, que foi mais ou menos um beta setorial, e quanto foi por outros motivos, o alfa da companhia.

Minha segunda dúvida é, a gente tem lido recentemente que o Grupo Polimix eles estão construindo um terminal *ship-to-ship* para exportação de óleo e aparentemente para movimentação de derivados no Espírito Santo também. Eu queria saber se tem alguma oportunidade de negócio para vocês aqui do ponto de vista de Ipiranga e Ultracargo. Obrigado.

**Marcelo Araújo:** Oi, Vicente. Bom, deixa eu começar aqui pela sua primeira pergunta, sobre a questão da margem de saída e o impacto que pode ter causado os aumentos de preço. Bom, acho que é importante que a gente ter em mente os segmentos que nós atuamos, de gasolina, diesel e etanol, não incluem alguns outros negócios, como óleo e combustível, como aviação etc., então nós não participamos desse total.

Então, isso tem que ser colocado em perspectiva quando a gente faz algumas comparações mais diretas. O nosso fluxo, o nosso ciclo neste trimestre foi um ciclo que começou com um impacto maior no etanol, depois de uma boa recuperação e os desafios de preços muito altos de etanol e diesel principalmente, já no fechamento do mês e até um pouquinho no início de julho, mas que já começou a se recuperar e a gente espera que agosto a recuperação seja mais vigorosa ainda. E por quê? Porque os volumes estão muito firmes.

Então, quando os volumes ficam firmes, a demanda fica aquecida, naturalmente você começa a ter um *flow*, um despedimento maior e uma acomodação desse aumento de custos no mercado. Quando os custos sobem na amplitude que subiram, 60 a 70%, num período de seis meses em todos os produtos, a dificuldade de você repassar isso para a ponta é muito grande sem você pressionar demasiadamente a cadeia que está no meio, o que é um cuidado enorme que nós temos, até para ser consistente com a nossa outra iniciativa estratégica, que é fortalecer não só o nosso relacionamento com a rede, mas também resgatar a robustez financeira da nossa rede, que também estava



muito pressionada nos últimos anos e que obviamente no período da pandemia não houve um grande alívio da pressão financeira.

Um indicador muito importante para nós neste contexto é a queda consistente da nossa inadimplência desde 2019. Então, esse é um indicador muito relevante para nós sabermos como está a evolução da robustez financeira da nossa rede, que é uma garantia que a gente vai ter os nossos parceiros comerciais competitivos para o futuro.

Então, assim, esses são indicadores importantes que nos dão um sinal de que, olha, nós estamos longe ainda talvez de estar no momento ideal, de nós estarmos com toda a robustez financeira da nossa rede, capaz de investir e de ser competitiva e de ser agressiva ao mercado, como já estivemos em alguns momentos mais lá atrás no passado e que veio se deteriorando ao longo dos anos e a gente começa essa recuperação, e a queda da inadimplência é um dos principais indicadores que a gente tem nesse sentido.

Então, a gente vê como muito positivo que se vem uma retomada nós estamos mais competitivos, a nossa rede estando mais competitiva, por isso que a gente não quer nesse momento abrir mão da nossa participação de mercado e vamos defender a nossa participação de mercado. Então, essa é a estratégia.

Com relação ao projeto da Polimix no porto do Espírito Santo, é uma coisa que a gente tem acompanhado, como vocês sabem, nós ganhamos uma licitação no ano de 2019 para a construção de um novo terminal em Vitória, que já está em construção, então nós temos um plano importante de investimentos em Vitória, nós tínhamos uma posição bastante frágil lá, nós operávamos com uma capacidade deficiente de armazenagem num terminal conjunto com VR dentro da Vale e agora vamos construir um terminal *greenfield*, estamos construindo um terminal *greenfield* no Porto de Vitória, mas estamos acompanhando eventuais oportunidades nesse novo projeto.

Acho que esse projeto talvez seja mais eficiente para crus do que para derivados, na nossa opinião, mas ele pode ser útil para a cabotagem, você poder receber grandes navios, se ele conseguir ter o porto e ser, de fato, um terminal de águas profundas, ele receber grandes navios e fazer umas operações de distribuição de cabotagem para os portos do Sudeste e talvez da Bahia. Acho que são oportunidades que a gente monitora e certamente a Ultracargo também.

**Frederico Curado:** Só complementando, Vicente, a Ultracargo não está olhando em particular essa oportunidade no Espírito Santo não, estamos focados mais na região Norte, Nordeste, onde temos um déficit estrutural e crescimento de demanda mais clara.



**Vicente Falanga:** Perfeito, Fred, Marcelo, obrigado.

**Operador:** A próxima pergunta é de Bruno Montanari, Morgan Stanley.

**Bruno Montanari:** Boa tarde, obrigado por pegar as perguntas. Tenho só alguns *follow-ups* rápidos. Na questão da competição da Ipiranga, quando vocês dizem, defender o *market share* da rede, essa defesa ela é mais de bandeira branca ou é dos *peers* mais diretos?

Na Ultragaz, vocês estão vendo mais dificuldade de repasse no preço na ponta no total tentando entender se vai ser possível fazer todo o repasse para cobrir o aumento de custo ou se tem um limite aí por conta do poder de compra do consumidor, principalmente do engarrafado. E se puder comentar também na questão da refinaria, o *bottom neck* ele é mais uma discussão de preço ou é mais um vai e volta de contrato, cláusula e coisas operacionais? Eu queria entender se a questão do preço já é ponto passivo dentro dessa negociação. Muito obrigado.

**Marcelo Araújo:** Oi, Bruno, aqui é Marcelo. Vou começar aqui a responder a primeira parte da sua pergunta, veja só, até para deixar claro, acho que é um bom ponto que você levanta. Quando a gente fala em defender o *market share* da rede bandeirada, nós estamos falando da rede de postos Ipiranga.

O nosso *market share* na revenda, como vocês veem aí na ANP, ele é composto pelo volume que eu vendo para minha própria rede, para a rede com a bandeira Ipiranga, e pelo volume que eu também vendo para as redes de bandeira branca. Então, a rede de bandeira branca é mais ou menos como um TRR no caso do mercado consumidor, que são mercados mais *spots*, mercados que a gente faz venda de oportunidade em alguns locais onde a gente tem uma infraestrutura maior, uma capacidade competitiva maior, a gente acaba vendendo mais para bandeira branca.

Na média, isso costuma ser 7 a 8% do nosso volume de venda para revenda, ele vai para a bandeira branca. Agora, esse é um mercado *spot*, é um mercado de competitividade, você entra e sai. É importante a gente estar, porque às vezes tem regiões do Brasil onde nós não temos uma participação tão grande na rede, isso ajuda a dar escala na nossa logística até para poder crescer a nossa rede nessas participações ou até mesmo manter um bom relacionamento com os postos de bandeira branca para eventual embandeiramento.

Ele tem o seu significado estratégico em todo o nosso conjunto, mas a nossa grande preocupação, de fato, é a rede com a bandeira Ipiranga. Então, essa rede a gente quer defender o *market share* dela frente a todo o mercado. Então, a gente quer o *market share* da rede bandeirada siga uma rota de crescimento, e esse crescimento



da rede bandeirada vem do aumento do número de postos e da produtividade desses postos. Nesse momento, nós estamos muito focados na produtividade de nossos postos, de aumentar a venda de cada um dos nossos postos. Isso só vai acontecer se eles forem mais competitivos no seu mercado, na sua área de influência.

Então, aqui, quando eu me refiro a defender o *market share* da rede bandeirada Ipiranga, estou me referindo ao *market share* da rede de postos Ipiranga frente a todo o mercado de postos no Brasil.

**Rodrigo Pizzinatto:** Bom dia Bruno, sobre a Ultragaz, você tem razão, a renda, de fato, dificulta o repasse desses aumentos sucessivos de custos de GLP que a gente teve, mas a gente já viu um mês de julho melhor e por isso que o nosso direcionamento para o terceiro trimestre é de recuperação de margem com o preço mais estabilizado do GLP.

**Frederico Curado:** O mercado tem uma inelasticidade de demanda razoável, mas sobre o refino, Bruno, eu não posso te dar mais granularidade, mais detalhamento de um processo negocial. Então, eu não quero ser evasivo aqui e prefiro dizer que nós estamos em negociação. Se eu entrar em detalhes aqui eu estou cruzando a linha do razoável. Então, eu espero que você entenda.

**Bruno Montanari:** Justo. Obrigado, pessoal.

**Operador:** A nossa próxima pergunta vem de Régis Cardoso, Credit Suisse.

**Régis Cardoso:** Oi, pessoal, bom dia, obrigado por pegar minhas perguntas, Fred, Rodrigo, Marcelo. O trimestre, sem dúvidas, foi desafiador, eu queria entender, quer dizer, as perguntas são duas e mais focadas para a frente do que para trás. Nesse trimestre muito desafiador, eu queria entender o seguinte, se vocês entendem que os impactos ficaram restritos ao segundo trimestre agora ou se não, se ele ainda tem algum *spillover* para os períodos seguintes.

Talvez se pudessem comentar de alguma forma em trajetória de margens ou, os volumes a gente tem acompanhado, a gente tem sido mais firme, mas pelo lado de margens.

Só para ser um pouco mais claro no que eu quero dizer, eu entendo que vocês precisariam atingir margens/EBITDA de qualquer coisa como 90, 95 a depender dos volumes ao longo do segundo semestre para chegar no valor do *guidance*. Então, me parece que só é possível se você já tiver uma recuperação plena a partir do terceiro trimestre, tem esses efeitos de *spillover*.



Então, eu queria entender um pouco de vocês assim se isso foi um efeito pontual restrito ao segundo tri ou se é uma recuperação mesmo mais gradual e que a gente deve continuar sentindo ainda ao longo do terceiro trimestre.

Se me permitir talvez a segunda pergunta, que eu vou fazer as duas agora, a segunda é sobre os ganhos que vocês apontaram nos slides, um ganho de R\$200 milhões já para o próximo ano e depois de R\$ 400 milhões lá para 24/25.

A minha dúvida é sobre que base de comparação eu deveria considerar esses ganhos, digamos, é o ano cheio do ano passado, é o trimestre atual anualizado, e se sobre essa base de comparação eu deveria fazer algum tipo de ajuste, por exemplo, sobre a base atual, teve alguns efeitos talvez não recorrentes em natureza como ganhos de venda de ativos e tributários. Então, só entender sobre que base aplica esse 200 e 400.

E ainda neste tema, se vocês pudessem talvez detalhar um pouco da onde vem esses ganhos para entender se a maior parte aqui é alguma eficiência de despesa ou se é uma expectativa de incremento de margens brutas, por exemplo, obrigado.

**Marcelo Araújo:** Oi, Régis, é Marcelo. Vamos lá. Ótimos pontos que você levanta. De fato, a trajetória de margens nós vemos claramente ela como positiva daqui para frente, então claramente uma recuperação gradual, também não achamos que vai ter grande saltos de um mês para o outro e etc., e por uma razão muito simples, o patamar de preço, como eu me referi, é um patamar de preços alto que impõe desafios de recuperação de margens no momento em que a demanda ainda está se aquecendo. Ela não está uma demanda tão aquecida assim, estamos ainda vivendo um processo de início da recuperação econômica do pós-pandemia. Mas claramente ela é uma trajetória muito positiva, motivo pelo qual a gente continua acreditando no *guidance* daqui para o resto do ano.

Bom, sobre a captura de valores de R\$200 milhões, acho que a pergunta que você coloca é perfeita e acho realmente que talvez não tenha ficado claro no nosso ponto, mas essa captura de valor é em cima da nossa expectativa que nós tínhamos de resultados para este ano. Então, talvez possa usar o próprio *guidance* ou resultados normalizados de 2019, e claro que 2020 foi um ano muito atípico, portanto, não serve como base para isso.

Então, a nossa projeção aqui, a metodologia que a gente utilizou para calcular isso foi em cima dos nossos próprios planos, portanto, em cima dos planos que acabaram se repetindo na origem, que deram origem a esse *guidance*. Então, é em cima disso que a gente está projetando essas capturas, essas capturas que eu detalhei hoje aqui, as duas estratégias que têm o maior impacto nelas.



Aqui nós não estamos falando de impacto em despesas não, aqui nós estamos falando, de fato, de impactos em margem, custos operacionais, seja na estratégia integrada regional, onde eu tenho mais oportunidade de rever fluxos logísticos e aproveitar mais a integração da minha infraestrutura, do meu *trading*, do meu *pricing* para poder crescer negócio.

Então, é crescimento de negócio, crescimento de *marketing*, redução de custos naquelas estratégias daquela região. E o *trading*, ele agrega valor ao eu poder usar todo o volume transacional dos negócios da Ipiranga para poder capturar margens complementares, gerindo melhor a volatilidade das diferentes *commodities* e utilizando instrumentos mais sofisticados de proteção desta volatilidade.

Então, são ganhos adicionais que virão de margem. Em questão de despesas, certamente a gente ainda tem espaço para ter ganho, mas serão marginais daqui para frente, você acompanhou o esforço que nós fizemos no projeto evoluir em 2019 e 2020, onde nós já capturamos R\$ 240 milhões de redução nas despesas da companhia e acho que o patamar nosso de SG&A é um patamar muito competitivo hoje comparado até aos nossos *peers* dado que o nosso volume é até menor do que deles.

Então, acho que aqui nós estamos num processo muito acelerado e bastante consistente de captura de valor dessas novas iniciativas.

**Régis Cardoso:** Muito claro, Marcelo, obrigado. Bom dia.

**Operador:** A próxima pergunta vem de Pedro Soares, BTG Pactual.

**Pedro Soares:** Boa tarde. Boa tarde a todos. A minha primeira pergunta é referente ao Capex na Ipiranga especificamente. O Capex até agora está em 19% do *guidance*, isso é bem abaixo da média histórica para este período do ano. E o número de adição de postos, a adição bruta de postos também foi o mais baixo desde 2019, se eu não estou enganado.

Então, se vocês puderem falar um pouquinho sobre como esses fatores estão relacionados, se é alguma cautela associada a essas margens menores ou então alguma dificuldade específica qualquer de embandeirar. Acho que seria uma informação importante para a gente ter.

E voltando ao assunto de refinaria e à estratégia de *trading* perseguida agora para frente, se puderem passar um pouco da visão de vocês de como essa refinaria se encaixa e auxilia na questão do desenvolvimento dessa área.



E uma terceira muito rápida, Marcelo, a gente normalmente faz essa pergunta, fez essa pergunta em *calls* passados, mas se vocês puderem nos passar o *backlog* também de postos a serem embandeirados. Se não me engano, a última vez que a gente perguntou isso girava em torno de 1,5%. Se você puder falar se ainda está nesses patamares. Obrigado.

**Marcelo Araujo:** Oi, Pedro, é Marcelo novamente, obrigado pela pergunta, acho que é um ponto bastante interessante, acho que é importante esclarecer para vocês que não existe nenhum receio nosso na aplicação de nosso Capex ou de embandeiramentos por conta das margens atuais, a gente entende absolutamente que essas margens são transitórias dado o momento que nós estamos vivendo e que a gente já explorou aqui hoje.

O Capex neste primeiro semestre ele está baixo basicamente no que diz respeito à rede, não pela falta de embandeiramento ou negociações, pelo contrário, nós tivemos até um embandeiramento ligeiramente superior às nossas próprias projeções para o semestre, nossas expectativas para o semestre, mais de 100 postos, já dando também um *hands up* para vocês aqui.

O nosso *backlog* hoje é de mais de 200 postos hoje, então claramente deve superar 250 postos adicionados à nossa rede ao longo desse ano, que é mais ou menos a nossa média e é o nosso plano, de fato. Veja bem, a gente não tem mais a expectativa de que – é muito importante que isso fique claro para todos nós - de fazer um grande número de postos. Ao contrário, nós estamos sendo extremamente seletivos, nós estamos focando a produtividade dos postos embandeirados acima de 300 m<sup>3</sup> e gradualmente nós vamos substituindo esses postos por uma cauda mais longa da nossa rede, que ainda é muito grande, nós ainda temos uma quantidade muito grande de postos, que, quando a gente olha em perspectiva para o futuro, terão bastante dificuldade de sobreviver e de ser competitivo no longo prazo. Então, nós estamos fazendo, de fato, um *shift* na nossa rede e estamos absolutamente *on budget*, *on track* aqui nos nossos planos sobre isso.

Aqui no primeiro semestre teve uma pequena distorção porque nós acabamos fazendo mais negociações com postecipáveis do que por antecipado. Portanto, não se reflete diretamente no Capex deste ano, mas isso deve se equilibrar porque as negociações já estão assinadas, já tem mais de 100 casos assinados que devem se converter agora neste segundo semestre, e outros 100 já com negociações concretizadas.

Então, nós não estamos enfrentando nenhuma grande dificuldade, é claro que o mercado está bastante competitivo, não estamos também encontrando um oceano azul, não está uma festa do caqui, uma expressão mais cotidiana, mais corriqueira,



mas não estamos enfrentando nenhuma dificuldade na nossa capacidade nem de atrair nem de concretizar as negociações de embandeiramento com nossos sócios. Ao contrário, nós temos uma coisa que há muitos anos nós não tínhamos, nós temos tido uma demanda crescente de empresários nos procurando para aderir à nossa rede, o que é muito positivo e que mostra o acerto da estratégia de resgate de relacionamento com a nossa rede ao longo do tempo.

**Marcelo Araújo:** Oi, Pedro. Você tinha um outro ponto acho que sobre o refino, você gostaria de explorar. Você pode repetir, por favor?

**Pedro Soares:** Isso, era sobre como a possível compra da Refap auxiliaria no desenvolvimento do *trade*, um pouco da visão de vocês.

**Marcelo Araújo:** Perfeitamente, Pedro, desculpa. Certamente, veja só, toda a operação de *commodities*, como é o nosso caso, ela se beneficia muito da inteligência do produtor desde o início da cadeia. Portanto, eu ter uma boa operação do produtor, seja de derivados de petróleo, seja de biocombustíveis ou ter o acesso a este mercado, é muito importante para eu poder monitorar com semanas ou meses de antecedência as tendências de comportamento de preços dessas *commodities*.

Elas auxiliarão certamente de maneira muito importante e aí as inteligências das duas áreas, dos dois negócios se complementam, a gente olhando mais o lado da demanda, a refinaria olhando mais o lado da oferta e que nos ajudariam certamente a administrar muito melhor a volatilidade desses preços.

Espero ter respondido os seus pontos, né, Pedro? Muito obrigado pelas perguntas.

**Pedro Soares:** Está bastante claro. Obrigado, Marcelo.

**Operador:** Obrigado. Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Rodrigo Pizzinatto para as últimas considerações.

Sr. Rodrigo, prossiga, por favor.

**Rodrigo Pizzinatto:** Muito bem, obrigado a todos pelas perguntas, pelo avançado aqui do tempo a gente recebeu algumas perguntas pelo webcast que a equipe de RI vai responder diretamente a vocês. Agradeço mais uma vez a atenção e até o próximo, pessoal. Bom dia a todos.

**Operador:** Obrigado. A teleconferência dos resultados da Ultrapar está encerrada. Podem desconectar suas linhas, tenham uma boa tarde.