

Anna Branco

Good afternoon. Before we begin, for those who need translation, the tool is available in the platform. Please click “interpretation button” using the globe icon on the bottom of the screen and choose your language of preference. You may also choose to mute or unmute the original audio by clicking the “unmute original audio” button.

Boa tarde, e sejam bem-vindos ao webinar da Localiza&Co referente aos resultados do 4º trimestre e do ano de 2022. Estão presentes conosco Bruno Lasansky, CEO, Rodrigo Tavares, CFO e Nora Lanari, Diretora de Relações com Investidores da Companhia.

Informamos que este webinar está sendo gravado e será disponibilizado em ri.localiza.com, onde se encontra disponível o material completo da Divulgação de Resultados. É possível fazer download da apresentação, também, no ícone de chat.

Para a sessão de perguntas e respostas para analistas e investidores, orientamos que sinalize o seu interesse em participar via ícone de Q&A, no botão inferior de suas telas, digitando o seu nome, instituição e idioma. Ao ser chamado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela.

Para enviar perguntas por escrito, utilize o ícone de Q&A no botão inferior de suas telas e preencha com seu nome e instituição antes da pergunta.

Informamos que os valores desta apresentação estão em milhões de Reais e em IFRS. Ressaltamos que as informações contidas nesta apresentação e eventuais declarações que possam ser feitas durante a videoconferência, relativas às perspectivas de negócios, projeções e metas operacionais e financeiras da Localiza, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Agora, passarei a palavra ao Bruno Lasansky, nosso CEO, para começar a apresentação.

Bruno Lasansky

Boa tarde a todos.

Em 2022 demos passos largos em direção ao nosso propósito de construir o futuro da mobilidade sustentável. Os resultados alcançados no ano, fruto de nossa visão de longo prazo e eficiência na alocação de capital, reforçam nosso DNA de crescimento com geração de valor e de encantamento dos nossos clientes.

Seguindo nossa jornada de transformação positiva, ficamos ainda mais preparados para alçar voos mais altos, com a conclusão da combinação de negócios com a Locamerica. Realizamos um desinvestimento (carve-out) em apenas três meses - que consistiu na criação de uma

empresa, com profissionais capacitados, sistemas funcionais, 49 mil carros e 200 agências - e efetivamos a venda desta empresa com geração de valor para nossos acionistas. Seguindo um planejamento robusto liderado pelo nosso Escritório de Integração, concluímos com agilidade e excelência a integração das equipes, agências de Aluguel de Carros, lojas de Seminovos, times de venda e administrativo e continuamos avançando nas integrações de sistemas, captura de sinergias e frentes de cultura organizacional e engajamento. Além disso, equalizamos as práticas contábeis e fizemos as reclassificações necessárias. Ainda estamos avançando na integração, mas entendemos que a combinação de negócios coloca a Localiza&Co numa posição competitiva admirável, com maior escala e ainda mais bem posicionada para capturar as oportunidades de crescimento rentável.

Ainda no contexto da combinação, se fez essencial uma reavaliação do nosso portfólio de negócios com objetivo de racionalizar e otimizar a alocação de capital e do uso de recursos, focando apenas em iniciativas alinhadas à nossa estratégia de crescimento com geração de valor. Nesse sentido, lançamos o Localiza+, com soluções voltadas para quem tem carro próprio, como revisão e manutenção, que já possui mais de 15 mil clientes. Priorizamos também o aluguel de Pesados, uma nova avenida com alto potencial de crescimento, alavancando as competências, know-how e clientes da Companhia. Por outro lado, decidimos descontinuar as iniciativas de compra e venda de carros usados, Acelero e Willz, aproveitando a tecnologia e aprendizados, mas reduzindo investimentos e aumentando o nosso foco.

Temos uma equipe de liderança de classe mundial preparada para os desafios do nosso negócio, além de estrutura operacional, parque tecnológico e portfólio de soluções construídas para que continuemos a surpreender nossos clientes.

O alto engajamento do nosso time foi reconhecido com o 4º melhor lugar para se trabalhar do país, pelo ranking do Great Place to Work. Também, o clima organizacional da Companhia ficou no percentil P90, colocando a Localiza&Co entre as 10% melhores empresas avaliadas pela Korn Ferry. Fomos reconhecidos ainda pela nossa paixão pelo cliente com os prêmios NPS Awards e Reclame Aqui, nas categorias Aluguel de Carros, Seminovos e Carro por Assinatura, por vários anos consecutivos.

Estamos construindo nosso futuro apoiados em direcionamentos estratégicos muito claros: 1) crescimento acelerado com geração de valor no negócio principal (core-business); 2) transformação da experiência dos clientes; 3) e investimentos seletivos em negócios adjacentes. Iremos alcançar esses objetivos com um time de alta performance e uma cultura sólida, investindo ainda mais em inovação e tecnologia, ampliando nosso diferencial competitivo. Temos também como viabilizador a nossa marca, que passou por um rebranding recente para comunicar de forma mais clara e moderna o portfólio de soluções que oferecemos aos nossos clientes. Lançamos, ainda nossa marca corporativa, a Localiza&Co, para evoluir a nossa comunicação com nossos públicos de relacionamento como colaboradores, investidores e parceiros. Em 2023, temos diversas alavancas de geração de valor para compensar os efeitos da normalização da margem de Seminovos, da maior depreciação e do ambiente de juros altos com menor crescimento econômico.

A primeira refere-se ao investimento em frota: para 2023, conseguimos fechar os volumes de compra de carros em melhores condições comerciais e de mix, que permitirá a renovação da frota e consequente redução nos custos de manutenção. Além disso, teremos o início da captura de sinergias resultantes da combinação de negócios em custos e despesas, bem como diversas iniciativas de eficiência e produtividade, incluindo avanços nos processos associados à telemetria. Por fim, temos a oportunidade de geração de receitas adicionais vindas da gestão de mix e segmentos, além das novas soluções desenvolvidas pela Companhia como carro por assinatura, aluguel para motoristas de aplicativo (Zarp Localiza) e o Localiza+, entre outros.

Essas alavancas, somadas à nossa diligência e disciplina na alocação de capital, irão contribuir para mantermos o ROIC-spread alinhado com os objetivos de geração de valor traçados pela Administração.

Acreditamos que 2022 foi um ano histórico para a Localiza&Co. Concluímos uma combinação de negócios (ainda em fase de integração) que nos posiciona como uma das maiores e mais completas plataformas de mobilidade do mundo; continuamos crescendo com geração de valor a patamares elevados de retorno aos nossos acionistas, mesmo em um contexto desafiador de mercado; e avançamos na nossa agenda de ESG, com forte reconhecimento do mercado e clientes, deixando um legado às futuras gerações. Nos próximos anos, iremos colher os frutos dos investimentos do ano passado e continuar nossa jornada de transformação, apoiados na nossa visão de futuro, disciplina na alocação de capital e paixão pelos clientes.

Passo a palavra ao Rodrigo, nosso CFO, para falar dos resultados.

Rodrigo Tavares

Obrigado, Bruno. Boa tarde a todos.

Antes de passarmos pelos números destaco que o formato de apresentação do resultado segue aquele feito no último trimestre. As comparações anuais serão feitas com base nos números históricos proforma das duas companhias. Além disso, considerando os diversos efeitos que impactam esse trimestre, traremos além do resultado contábil do 4T22; o resultado ajustado pelos one-offs da combinação de negócios e da descontinuação de nossas operações de compra e venda de carros, que acreditamos melhor refletir a nossa real performance.

Em resumo, temos 4 mensagens principais:

- 1) crescemos forte, com mix e condições de compras adequados;
- 2) mesmo com impactos de equalização de práticas, não ajustados no resultado, apresentamos margens robustas no Aluguel de Carros e Gestão de Frotas. Lembrando que ainda não capturamos totalmente os benefícios associados ao rejuvenescimento da frota, custos variáveis e sinergias;

3) o resultado de Seminovos foi fortemente impactado por questões pontuais de descasamento entre preparação e venda de carros e pela venda pelo canal de leilão, já superados no primeiro trimestre;

4) A alavancagem, conforme previsto, encerra o ano em patamar mais alto devido ao forte investimento em crescimento de frota. Acreditamos que ao longo do ano o ratio dívida líquida/Ebitda apresentará inversão da tendência, com a maturação desses investimentos.

No slide 4, apresentamos os destaques do trimestre.

Mantendo o ritmo de compra similar ao do último trimestre e agora já capturando substancialmente melhores condições de compra, conseguimos adicionar mais de 55 mil carros, com redução significativa do preço de compra para R\$74,9 mil na divisão de aluguel.

Mesmo com a venda do carve-out conseguimos crescer quase 5 mil carros no trimestre, recompondo 60% da receita de aluguel do carve-out em apenas 1 trimestre, encerrando o ano com 591 mil carros, crescimento de 21%.

Em Gestão de Frotas, com mais uma forte adição de frota e sequência na captura de preços, entregamos um crescimento de receita anual de 59%, reforçando o excelente momento do segmento.

Destacamos que a nossa posição competitiva, nos permitiu negociar carros em mix e condições comerciais mais favoráveis para o último trimestre e para 2023 que, somada a uma importante vantagem comparativa considerando ganhos de sinergia e de redução de custo de manutenção a partir do rejuvenescimento da frota, ainda não totalmente refletidos nas margens de aluguel, nos coloca em um patamar de retornos para essa nova safra alinhados com os objetivos de rentabilidade da Companhia.

Para detalhar os resultados, passo a palavra para a nossa diretora de RI, Nora Lanari.

Nora Lanari

Obrigada, Rodrigo. Boa tarde a todos.

Entrando nos detalhes do resultado e reforçando que, conforme fizemos no último trimestre, as comparações anuais serão feitas considerando o 4T21 proforma para somar as duas empresas. Começamos a apresentação pela divisão de Aluguel de Carros, na página 5. Na comparação anual, a receita cresce 28,2%, sendo que o quarto trimestre cresce 6,7%, apesar da venda do carve-out, que reduziu cerca de 15% da frota da divisão. O volume, impactado pelo carve-out, cresceu 4% em 2022 e caiu 7,3% no 4T22 na comparação anual. Na página 6, trazemos o avanço da diária média, que cresce 23,6% no ano e 16,3% no trimestre, que refletem o mix de clientes e os repasses de preço necessários para recompor os níveis de retorno da companhia, em função do maior capital investido e custo de capital elevado. Mesmo com as maiores diárias médias e a forte movimentação de frota no trimestre, mantivemos elevado nível de utilização, em 77,9%, o que demonstra nossa gestão eficiente da precificação e alocação da frota, além de evidenciar a resiliência da demanda. Enfatizamos que este nível de preço alcançado, somado às condições negociadas de compra de carro, que reduzem a depreciação esperada; as iniciativas de eficiência para redução de custos, incluindo

os custos de manutenção a partir da renovação da frota; a diluição de custos fixos; e as sinergias da combinação de negócios que serão capturadas ao longo de 2023, nos dão conforto em relação ao patamar de ROIC esperado para os carros que estão sendo adquiridos atualmente, acima do WACC da companhia.

Passando para a página 7, na divisão de Gestão de Frotas, seguimos com forte ritmo de crescimento sequencial e na comparação anual, com a receita líquida aumentando 58,9% e o número de diárias aumentando 30,1% em relação ao 4T21. Nesta comparação, conforme demonstrado na página 8, a tarifa tem aumento de 20,6%, alcançando R\$74,7 por diária e refletindo a precificação dos novos contratos em um contexto de aumento de preço dos carros e juros mais altos, além de um efeito de mix de segmentos.

Seguimos vendo uma perspectiva positiva na demanda e resultados da Gestão de Frotas, nos vários segmentos. Nossa confiança é reforçada pela percepção de qualidade dos nossos produtos, medida pelo nível de NPS, mas também pela perspectiva operacional, analisando pelo nível de risco de crédito e qualidade de nossa carteira e gestão dos ativos. Mesmo em momento de aumento de inadimplência observado no mercado, não sentimos tal efeito de forma material em nossa carteira.

Seguindo para a página 9, mostramos os saldos de compra e venda de carros. Conforme mencionado, temos um contexto favorável para a compra de carros, no qual vemos grande disponibilidade de volumes e diversidade de modelos, com o aumento gradual da produção e maior relevância das vendas diretas, agora evidenciado por dois trimestres consecutivos de fortes compras. Foram comprados 97.358 carros e vendidos 41.493 no trimestre, resultando em uma adição de 55.865 carros no período e um investimento líquido de 5,4 bilhões de reais, considerando também a renovação da frota.

Continuando na página 10, nosso preço médio de compra em aluguel de carros foi de R\$74,9 mil, reduzindo sequencialmente R\$7,9mil por carro, evidenciando o gradual retorno de um mix composto de uma parcela maior de carros econômicos em condições comerciais mais favoráveis razoavelmente melhores em comparação às que vinham sendo praticadas. O preço de venda cai R\$3,7mil sequencialmente, para R\$62,6mil em Aluguel de Carros, refletindo a venda de carros de entrada com maior quilometragem, objetivando o rejuvenescimento da frota. A menor queda do preço de venda em relação ao de compra, permite a redução sequencial do Capex de renovação por carro.

Em Gestão de Frotas, também vimos redução no preço de compras, saindo de R\$98,3mil para R\$96,5mil. Nesta divisão, a menor queda nos preços de compra reflete o efeito do crescimento do mix de veículos pesados e carros especiais. Excluindo pesados, o preço de compra foi de R\$ 92,7 mil. Os preços de venda dos carros da divisão, por outro lado, se mantiveram estáveis em relação ao 3T22, em R\$62,9mil, uma vez que nesta divisão não há efeito de mudança de mix na venda.

Na página 11, mostramos o avanço da frota total ao longo do ano, que alcançou 591.041 carros no final do período, uma adição líquida de perda e roubo de 152mil carros antes do carve-out. Ou 102 mil após o carve-out, um crescimento de 21%.

Passando para a página 12, vemos que, na comparação anual do quarto trimestre, as receitas líquidas de alugueis apresentaram crescimento de 23,7%, sendo 6,7% de aumento na divisão de Aluguel de Carros e 58,9% em Gestão de Frotas, enquanto a de Seminovos sobe 61,8%. Como resultado, a receita líquida consolidada do trimestre sobe 40,3% na comparação anual, somando R\$5,9 bilhões.

Nas páginas 13 e 14 mostramos a reconciliação do EBITDA contábil com o ajustado pelos one-offs referentes à integração e efeitos da descontinuação das iniciativas de compra e venda. No 4T22, os ajustes somaram R\$109,1 milhões, sendo R\$77,1 milhões referentes à integração e R\$32,0 milhões referentes à descontinuação das operações de compra e venda de carros. No ano os ajustes somaram R\$261,2 milhões.

Na página 15, mostramos o avanço no EBITDA ajustado do 4T22 em relação ao mesmo período do ano anterior. Destacamos a qualidade do resultado operacional da companhia, refletindo forte aumento dos volumes e preços praticados, com impacto positivo nas margens de Aluguel de Carros e Gestão de Frotas. A capacidade de consolidarmos um novo patamar de preços e estrutura de custos permitirá maior nível de margem no aluguel de carros e de frotas, adequando os níveis de retorno ao contexto de maior custo de capital, nível de depreciação.

No 4T22, excluindo-se os efeitos one-offs da combinação de negócios, a divisão de Aluguel de Carros apresentou margem de 61,0%. Em comparação ao EBITDA proforma do 4T21, a expansão de 10,3p.p. na margem se deve ao aumento de preço e início do processo de rejuvenescimento da frota, mesmo com maiores custos de mobilização em razão da forte compra de carros e efeitos do carve-out. Além disso, não incorporado no ajuste, nesse trimestre fizemos a equalização de práticas contábeis das Companhias, com impacto negativo de R\$25,3 milhões na divisão de Aluguel de Carros, equivalente a 1,4p.p. de EBITDA.

A Divisão de Gestão de Frotas apresentou margem ajustada para as despesas da combinação de negócios de 66,5%, 4,4 pontos percentuais superior à margem proforma do mesmo período no ano anterior. Nesta divisão, a margem foi positivamente impactada pelo avanço do volume e da diária média, que compensaram o aumento dos custos de mobilização de frota no trimestre. Adicionalmente, o avanço dos gastos em novas iniciativas impactou negativamente a margem EBITDA desta divisão em 0,9p.p. Os efeitos de maior mobilização e novas iniciativas não foram ajustados no EBITDA.

Em Seminovos, na comparação anual a margem EBITDA ajustada pelos one-offs retrai 9,2 pontos percentuais, para 5,2%.

Nesse trimestre, tivemos o efeito do descasamento entre compra e desativação de carros. Em razão da grande disponibilidade de carros novos em condições favoráveis, aceleramos a desativação dos carros com maior quilometragem, antecipando os custos de preparação. Foram desativados 61 mil carros e vendidos 41 mil, com impacto de R\$42,0 milhões ou 1,6p.p. na margem EBITDA, sendo R\$39 milhões em Aluguel de Carros e R\$2,5 milhões em Gestão de Frotas. Além disso, no âmbito da combinação de negócios tivemos aumento pontual da venda de carros Seminovos pelo canal de leilão, com efeito total no trimestre de R\$52,8 milhões, que representa 2,1p.p. na margem. Sendo R\$27,0 milhões na margem de Seminovos do

Aluguel de Carros e R\$25,8 milhões na margem Seminovos de Gestão de Frotas. Estes dois itens não estão ajustados na margem reportada.

Em 2023, ampliamos com eficiência os volumes de venda na divisão de Seminovos, encerrando o primeiro bimestre do ano com cerca de 35 mil carros vendidos com margem Ebitda entre 7,0% e 8,0%.

Como resultado, a margem EBITDA consolidada do 4T22, ajustada para os efeitos one-offs da combinação de negócios atinge o patamar de 67,6%.

Na página 16 vemos que no RAC, a depreciação média anualizada por carro continua avançando sequencialmente, a R\$4.659. A aceleração das compras e da renovação da frota faz com que a depreciação média suba, uma vez que os carros novos possuem maior nível de depreciação que os antigos, que já não estavam mais sendo depreciados. Na Divisão de Gestão de Frotas a depreciação média anual também acelera pela mesma razão, atingindo R\$5.063. Ressaltamos que, em Gestão de Frotas, os novos carros possuem um mix com depreciação mais elevada, pelo preço do ativo, que passou a incluir veículos pesados e pelo maior desgaste, no caso de veículos especiais.

Nas páginas 17 e 18, trazemos a reconciliação do EBIT consolidado ajustado para os one-offs da combinação de negócios e pelas operações descontinuadas. No EBIT, além dos ajustes relativos aos custos de integração, há também o efeito da amortização dos intangíveis reconhecidos na combinação de negócios, que trouxe efeito não caixa de R\$148,2M no trimestre e 427,6 milhões no ano.

Passando para a página 19, vemos o EBIT ajustado de R\$1,5 bilhão no trimestre, crescimento de 9,9% em relação ao 4T21. No ano, o EBIT cresce 22%, somando R\$6,3 bilhões. A margem EBIT da divisão de Aluguel de Carros em 45,1% e de Gestão de Frotas, em 48,0%, apresentam redução em relação ao 4T21 em função da maior depreciação e menor resultado de Seminovos, conforme mencionado anteriormente.

Entendemos que o EBIT é a principal métrica para medir nosso resultado operacional, sendo o ROIC nosso principal indicador de performance.

Lembramos que temos uma parcela da frota, adquirida entre 2T21 e 3T22 que traz maior depreciação pelas condições de compra no período de escassez de produção. Para a safra comprada a partir do 4T22, vemos um nível menor de depreciação e os níveis de retornos alinhados aos objetivos da Companhia.

O lucro líquido ajustado do trimestre, demonstrado na página 20, atinge R\$637,7 milhões trazendo os efeitos mencionados de EBIT e a baixa do prejuízo fiscal associada à operação descontinuada, de R\$23,8M. Na página 21 trazemos a visão anual do lucro ajustado, que atinge R\$2,75 bilhões.

Na página 22, vemos o lucro ajustado do 4T22 de R\$637,7 milhões, impactado pelas despesas financeiras que avançaram R\$422,9 milhões, devido ao incremento do CDI e do saldo médio de dívida, parcialmente compensadas pelo menor imposto de renda.

Gostaria de retornar a palavra ao Rodrigo para apresentar geração de caixa, alavancagem e ROIC.

Rodrigo Tavares

Na página 23, demonstramos a geração de caixa livre operacional antes do crescimento de R\$3,5 bilhões em 2022, consumida pelo investimento líquido de R\$10,8 bilhões na renovação e crescimento da frota, resultando em um consumo de caixa de R\$7,7 bilhões. Entendemos que a maturação desses investimentos em novos carros, alavancagem operacional e captura de sinergias, associados à redução no capex de renovação, tendem a contribuir para um menor consumo de caixa.

Como pode ser visto na página 24, no segundo semestre a dívida líquida aumentou R\$7,7 bilhões para financiar a aceleração do crescimento da frota na segunda metade do ano, encerrando o período em 26,1 bilhões.

Na página 25, podemos ver que encerramos o trimestre com um perfil de dívida e posição de caixa robustos. Incluindo as emissões anunciadas até 14 de março de 2023, a Companhia teria R\$10,6 bilhões em caixa.

No slide 26, nossos ratios de dívida refletem a aceleração da compra de carros para crescimento, encerrando o ano 3,2x Dívida Líquida / EBITDA.

Na página 27, apresentamos a evolução do spread ROIC, excluindo os efeitos da mais valia, ágio e one-offs, versus custo de dívida depois de impostos. Vemos um spread de 6,7p.p. considerando os últimos 12 meses. Temos segurança de que, apesar dos desafios que vemos à frente, gradualmente, a companhia está reequilibrando a composição do resultado e retorno, tomando decisões de investimento pensando no ciclo do carro e avaliando os efeitos de longo prazo, de forma a reforçar e consolidar ainda mais seus diferenciais competitivos

Ficamos agora à disposição de vocês para responder às perguntas.

Lembramos que para o Q&A, orientamos que sinalize o seu interesse em participar via ícone de Q&A, no botão inferior de suas telas, indicando o seu nome, instituição e idioma. Ao ser chamado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela.

Para enviar perguntas por escrito, utilize o ícone de Q&A, no botão inferior de suas telas, e preencha com seu nome e instituição antes da pergunta.

Anna Branco

A primeira pergunta é do Daniel Gasparetto, do Itaú BBA. Daniel pode ativar seu microfone, por favor?

Vamos dar sequência aqui. Então a próxima pergunta seria do Lucas Marquiori, do BTG. Lucas está aí para ligar seu microfone, por favor?

Lucas Marquiori

Estou aqui, sim, pessoal, bom dia.

Você está me ouvindo aí, não é?

Nora Lanari

Estamos sim, Lucas.

Lucas Marquiori

Fechado. Obrigado na Nora, pessoal. Bom dia a todos. Aí é 2 tópicos que eu queria escutá-los, entender um pouquinho mais? Acho que ficou evidente aí, na escala do negócio após a fusão, mas eu queria pegar 2 pontos em específico, é vocês já adiantaram certa forma, margem de Seminovos aí para fevereiro, para janeiro, né?

Imagina que os efeitos aí, dessa desmobilização acelerada e também do canal da utilização, do canal de leilão, imagino, não estejam aí para começo do ano, mas será que não é essa, entendendo piora, na margem de Seminovos no Q4 muda de alguma forma o planejamento do Seminovos, Ou esse, vamos dizer esse, esse landing da curva de Seminovos de vocês para 2023? Acho que vocês puderem comentar um pouco, se a curva está mais Sharp do que vocês imaginavam que fosse estar, acho que seria importante. E o segundo tópico é Rodrigo comentou um pouco agora na fala final, na questão da captura das sinergias operacionais do deal.

É, a gente sabe que a maior parte do né, da das energias, vão aparecer mais para 24, não é? Principalmente falando em ágio, é, tem alguma coisa aí que a gente já poderia esperar para 23. Se vocês puderem eventualmente citar alguns dos pontos que já ficam mais evidentes para 23, para a gente construir a ponte aí para o lucro de 23, seria importante ter alguma ajuda nesse ponto aí, pessoal, obrigado.

Rodrigo Tavares

Obrigado, Lucas. Obrigado pelas perguntas aqui. Em relação ao aumento o estado de Seminovos acho que já falamos aqui que foram 2 fatores pontuais. Um é uma questão da desmobilização. É pense num contexto de integração, que estamos integrando as lojas, os sistemas, o comissionamento, compramos quase 100.000 carros no trimestre. Temos que preparar nossa desmobilização, reforçar os nossos estoques e um aumento temporário disso faria sentido nesse contexto, não é? Então, isso não se repete.

A gente sempre trabalhou com giro de estoque muito próximo dos 30 dias, o que significa que a gente vende basicamente o que tem estoque e nesse trimestre isso não aconteceu, assim como algo bem pontual que aconteceu na questão da venda de leilão. Sim, o mercado de Seminovos é um mercado que está é um pouco mais desafiador. A gente já viu um primeiro bimestre muito melhor.

Acho, até pelo fato da nossa integração e Seminovos ter avançado aqui e da distância do preço do zero para os Seminovos também já ter retomado basicamente o patamar histórico pré pandemia em alguns casos até superior, a diferença do patamar histórico da pandemia.

Então, sim, tem algum efeito de mercado. Tem um landing um pouco mais rápido do que o esperado, mas a gente já está vendo no primeiro bimestre, pelo menos uma situação bem diferente desse último trimestre. Mas também a gente já começa a ver uma recomposição das margens de aluguel acelerada. Você falou aqui da sinergia? Então, mesmo sem considerar, Sem ajustar as questões das práticas contábeis, a gente já vê um aumento sequencial aqui nas margens de aluguel que a gente espera que isso vai continuar. Em relação às sinergias, é claro que quando você fala de ágio e outras sinergias em 2024, mas a nossa expectativa é que energias operacionais já comecem o seu ciclo no segundo trimestre de 2023.

É uma parte vai ser pela renovação da própria frota, seja em mix, seja em quilometragem, não é? A gente tem um efeito muito forte em custos variáveis dessa renovação, mas as sinergias, que é a diluição do custo fixo com o crescimento em um mercado que ainda está crescendo e demandando, vai começar a acontecer e vai ser visível, e as sinergias de melhores práticas entre as empresas, visivelmente em PDD, manutenção, custo de roubo, acidentes e toda essa parte aqui que contribui para elevar a nossa margem sequencialmente aí ao longo do ano, obrigado.

Lucas Marquiori

Obrigado, Rodrigo. Bom dia a todos aí.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Daniel, acho que agora ele vai conseguir, ligar o microfone. Daniel, pode ligar o microfone, por favor?

Daniel Gasparete

Agora consegue me ver?

Anna Branco

Agora, sim.

Daniel Gasparete

Maravilha, é? Obrigado, é bom também são 2 perguntas, a primeira, entender um pouco mais com vocês, como é que está a tendência de depreciação? Vocês mencionaram um pouco no call e mencionaram um pouco no release, mas eu queria entender um pouco vocês, como é que vocês imaginam que vai se desenhar aqui ao longo do ano? Imagina que já tem um aumento de depreciação, isso vira um pouco mais do segundo semestre, então entender um pouco mais essa cabeça com vocês e a segunda a entender um pouco mais de taxa de ocupação é a maior parte dos indicadores que a gente tem observado aqui internamente, proprietários ou não, tem apostado a tem apontado aí uma atividade um pouco mais fraca e a gente queria pegar um pouco da visão de vocês sobre como é que vocês tão vendo nesse ambiente de economia um pouco mais devagar são os 2 pontos. Obrigado, obrigado pela chance de fazer pergunta novamente.

Rodrigo Tavares

Muito obrigado, nós agradecemos, Daniel. Em relação a depreciação no primeiro trimestre, principalmente do começo desse ano, você vai ver uma evolução um pouco mais forte na depreciação, principalmente por uma mudança do período, quando a gente rejuvenesce a frota, a gente passa a depreciar os carros ao invés de 24 meses para 18 meses.

Isso no começo tem um efeito. Tem um efeito que eu diria até bem temporário. Não é que, em vez de um carro depreciar, por exemplo, em 6, 7 meses ele passa a depreciar em 1,2 meses, porque ele está mais próximo da venda. Então, no primeiro trimestre vai ter uma aceleração dessa depreciação, mas ela deve começar a se normalizar, e à medida que a gente começar a vender a safra 2, substituir pela 3, aí sim, a gente deve começar a ver até essa depreciação diminuindo, mas isso só deve acontecer mais no final do ano, então, a tendência é de uma subida no primeiro trimestre, junto com o segundo, uma estabilização dessa depreciação, e para o final do ano, dependendo das condições, a gente pode ver uma acomodação até uma redução é novamente.

Nora Lanari

Isso, falando principalmente de aluguel de carros.

Rodrigo Tavares

De Aluguel de carros, acho que fleet tem a sua dinâmica. Que tem uma tendência de subir, até porque, à medida que a gente vai renovando a frota com carros mais caros a renovação do fleet é um pouco mais lenta. Essa tendência aqui no fleet é positiva por um período um pouco normal.

Nora Lanari

E Daniel, pegando a segunda parte da sua pergunta em relação à taxa de ocupação, a gente nota que o quarto trimestre ele é de fato impactado por uma decisão da companhia de antecipar um pouco as compras do ano em função das condições comerciais aí, então a gente faz uma adição muito forte de frota ali no quarto trimestre, tem todo o efeito de recomposição de carve-out, mas o impacto disso é muito carro em mobilização e desmobilização que afeta a nossa taxa de utilização. Para o primeiro tri a gente já entra com uma frota operacional/alugadas, mais equacionadas e a gente ainda, né, tendência, mas a gente já vê esses carros sendo colocados para aluguel está? Então ainda não sentimos o impacto de demanda na ponta.

É claro que depois da alta temporada, a gente vê acomodação de demanda de PF, mas a gente acha que tem espaço para continuar crescendo ao longo do ano.

Daniel Gasparete

Legal. Muito obrigado, nora. Obrigado, Rodrigo. Bom dia a todos.

Anna Branco

Próxima pergunta do Guilherme Mendes, do JP Morgan, Guilherme pode ativar seu microfone, por favor?

Guilherme Mendes

Oi, pessoal. Bom dia, vocês me escutam?

Rodrigo Tavares

Escutamos.

Guilherme Mendes

Perfeito. Bom dia. Obrigado pela pergunta. São 2 pontos aqui. O primeiro um follow up na questão de compra de carros, vocês mencionaram algumas vezes já sobre comprar em condições melhores, de atingir esses níveis de roic-spread, acho que está bem clara a mensagem, mas sem justificam de ficar um pouco essa dinâmica de compra de carro não é que que é comparado aos níveis de pré pandemia, em termos de condição de desconto é já voltou para esse nível pré pandemia ou é só uma melhora? Vis a vis o que a gente viu ali, nos piores momentos de compra de carro dos durante 2021 e 2022? E a segunda pergunta no segmento de pesados, você espera dar um pouco uma abertura um pouco maior em termos de o ritmo de crescimento também de frota? Uma eventual rentabilidade é do segmento. Seria ótimo, obrigado.

Rodrigo Tavares

É Guilherme, eu que agradeço. Primeiro ponto, dos níveis de rentabilidade desconto. A gente sempre tem que falar também em relação ao mix. Então, os níveis tanto de desconto e, principalmente, de mix não são os mesmos níveis ainda de pré pandemia, o que quer dizer isso. Teve aqui um aumento, é na questão do mix dos carros, carros ficaram mais premium prêmio em geral, posso citar alguns exemplos: carros automáticos 1.0, né que são sedan, são os carros mais vendidos hoje no segmento, por exemplo, de assinatura, o segmento de SUVs pequenas que sequer existia antes da pandemia. Você tinha aí um carro básico que era muito básico no pré pandemia isso tudo apoiava para uma depreciação menor, mas também por uma tarifa menor.

Você vê, o consumidor hoje está valorizando alguns desses elementos aqui, então por isso as condições não são ainda as mesmas da pré pandemia.

É, vi aqui na pergunta também a diferença de carro novo para usado, como eu falei, já voltou para níveis pré pandêmicos e, em alguns casos, até um pouco acima dos níveis da pré pandemia.

Em relação ao Business de pesados, Business que, sim, está crescendo. Temos ainda um estoque do euro 5. Esse estoque é vendido numa rentabilidade superatrativa.

Acho que o grande ponto aqui é a gente ver a nova safra desses caminhões, principalmente no euro 6 num contexto, né, de um crescimento de preço desse disso e de um crescimento de tarifa que vai ter que ser repassado para o cliente, então o Business está evoluindo bem, não é? Temos aqui algumas sinergias importantes dentro do nosso, a gente chama de aquário, Dentro dos nossos próprios clientes, que alugam leves, também tem um o volume de

caminhões muito elevados. Então a questão aqui a gente conseguir é adequar a nossa oferta com uma rentabilidade apropriada para esse Business também.

Nora Lanari

E Guilherme só reforçando, Marco Túlio apresentou esse segmento no nosso investor day sinalizou que a gente estaria com algo próximo a 5.000 unidades, então, só para vocês terem uma referência, a gente não abre isso, esses números estão consolidados em Gestão de Frotas, mas para ficar uma referência para o mercado.

Guilherme Mendes

Perfeito, Rodrigo, Nora, obrigado, bom dia.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Victor Mizusaki, do Bradesco BBI. Victor pode ligar seu microfone, por favor?

Victor Mizusaki

Oi, bom dia. Eu tenho 2 perguntas. A primeira é relacionada a alíquota de imposto de renda, Nora, você mencionou na apresentação que é alíquota, veio um pouco mais baixa. Aparentemente, isso está um pouco ligado ao resultado financeiro. Se você puder comentar um pouco esse ganho do quarto tri da marcação a mercado e se de repente isso está relacionado à questão do da operação de financiamento da transação.

E a segunda pergunta é com relação a PIS Cofins. Se agora no quarto tri teve algum benefício, algum crédito que vocês puderam capturar? Obrigado.

Rodrigo Tavares

Nós que agradecemos, Victor.

Começar pelo PIS e Cofins. Não, não teve só o tradicional não é a questão do nós somos sempre muito transparentes em relação à tomada de créditos e com a nova expectativa aqui da base de ICMS não ser mais considerada na tomada de crédito de PIS e Cofins, temos aqui uma convicção muito grande que esses créditos serão utilizados de fato e monetizados que era um pouco até da nossa estratégia. Além disso, a gente já vê após essa mudança, um Rent a car, como levemente devedor, e o Fleet, ainda bem próximo aqui do breakeven em relação à tomada de créditos de PIS e Cofins.

Em relação à alíquota efetiva, claro que esse é um dos um dos ganhos aqui dessa energia. A gente tem a questão de JCP, a gente considera hoje uma alíquota efetiva normalizada na ordem de 20 e poucos por cento, né? É então, isso é o que deveria ser considerado, principalmente por benefícios aí associados a diferimento de imposto e também a parte toda de JCP e nesse trimestre efetivamente, se eu entendi bem a sua pergunta, nós estamos falando efetivamente de um efeito associado aos empréstimos dos acionistas no contexto da aquisição.

Para deixar bem claro como parte do preço de aquisição, tinha um empréstimo a todos os acionistas aqui da antiga Locamérica. Este empréstimo é marcado como se todos os acionistas permanecessem com um empréstimo pelo duration total de 5 anos. E por isso você tem uma taxa diferente da taxa de mercado. Isso tem um valor presente. O que ocorre na prática é que alguns desses empréstimos são liquidados e nesse trimestre, especificamente, foram liquidados mais de 200 milhões, com efeito real de caixa, que acontece na ordem aí de 90 milhões de reais que a gente teve no período aqui exclusivamente pela essa liquidação desses empréstimos de forma antecipada, isso pode acontecer, futuramente ou não, depende das condições de mercado e a decisão dos próprios acionistas de ficarem ou não permanecerem com esse empréstimo por mais tempo.

Victor Mizusaki

Está ótimo, obrigado.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Regis Cardoso, do Credit Suisse. Regis pode ativar seu microfone, por favor?

Regis Cardoso

Oi, pessoal. Bom dia, vocês me escutam bem?

Nora Lanari

Sim, Regis, escutamos.

Regis Cardoso

Obrigado, Nora, Rodrigo, obrigado pelo espaço. Alguns temas aqui que eu que eu queria perguntar ou talvez fazer umas perguntas mais rápidas. Um é o seguinte, se vocês podem comentar quão relevante tem sido já o Localiza+ no resultado do GTF seria, de alguma forma, afeta margem, enfim. Se essa é uma consideração que a gente tem que começar a fazer.

É um outro tema, rápido, assim é que a gente viu uma queda de 2 bilhões na conta de fornecedores, quando na realidade a gente aumentava com o aumento geralmente na sazonalidade no final do ano, então, se puderem comentar se teve algum, tem alguma condição de estratégia, de negociação que vocês tenham usado.

É um outro tema é, e aí, um pouco mais e aí uma pergunta mais longa, uma resposta mais longa mais objetiva, é sobre as novas iniciativas, então vocês podem comentar já para 2023 se tem alguma medida, algum foco maior em alguma das medidas de crescimento, seja por internacionalização, por veículos pesados, ou no Localiza+? Acho que vou ficar por aqui para não monopolizar, obrigado.

Rodrigo Tavares

Está bom, Regis, obrigado.

É primeiro em relação a Localiza+ ainda o efeito é relativamente pequeno. Ele tem um efeito negativo no Ebitda, mas positivo nas despesas financeiras por que uma parte do resultado? Aqui se vem da antecipação de fornecedores, a gente presta esse serviço aqui para fornecedores, então isso gera um lucro na linha abaixo do Ebitda e ainda tem alguns custos que entram acima da linha de Ebitda, mas relativamente pequenos aqui no contexto geral.

Fornecedores aqui aconteceram alguns eventos, você viu que realmente a gente comprou um volume parecido, mas no terceiro trimestre especificamente, a gente teve aqui um prazo um pouco acima do usual. Até foi uma gestão ativa que nós fizemos para combinar com a entrada do carve-out, né? Com a entrada dos fluxos financeiros do carve-out.

Então, foi pontual, +10, 15 dias que parte desses fornecimentos foi pago no início de outubro, ao invés de ser no final de setembro, por isso é que a quantidade de fornecedores a pagar no terceiro trimestre foi um pouco acima do usual, mais uma vez para fazer esse match aqui em relação a entrada de recursos da venda do carve-out, e agora se normalizou. Tipicamente, o prazo de pagamento é 60 dias e a gente tem conseguido, em alguns casos aqui, estender este prazo diretamente com a montadora via negociações de acordos comerciais, mas em geral a gente paga com 60 dias.

Em relação às nossas novas iniciativas vou deixar o Bruno comentar.

Bruno Lasansky

Obrigado Regis, só complementando aqui, a parte das novas iniciativas, como a gente comentou no investor day, nós estamos fazendo investimentos bem seletivos nesses negócios adjacentes.

Mas primeiro vou começar falando que a gente fez uma reavaliação do portfólio e decidi encerrar as iniciativas de compra e venda de carros, especificamente Acelero. Isso libera capital e, principalmente, libera foco e tempo sênior para a gente alocar nas 3 iniciativas que a gente priorizou que são pesados, onde a gente vê uma atração muito boa, com crescimento bem elevado com geração de valor nos contratos que a gente coloca nessa safra a partir da combinação de negócios.

Anteriormente, o estoque que a gente vem tem uma estratégia de roic-spread alinhado com a estratégia da Locamérica.

Então a gente já partir desse novo ciclo, começa a precificar esse negócio dentro do alvo de roic-spread da Localiza&Co e o nível de encantamento INPS bastante elevado. Então temos essa iniciativa aí de pesados, mas também buscando, como a gente fala, trabalhar com os clientes dentro do nosso próprio aquário, que tem dezenas de milhares de ativos dentro já de clientes fiéis a nossa marca.

O segundo é o Localiza+ que já foi comentado, é que, além do ponto aqui financeiro, a gente entende que tem um aspecto bastante relevante com relação a relação com os clientes. Aqui estamos falando de 40 milhões de carros circulantes de carros próprios, que tem essas dores, mas que potencialmente são clientes de Seminovos, são clientes de assinatura no Localiza

Meo e a gente pode obviamente aumentar a venda cruzada com esses clientes de novos produtos que a gente tem na plataforma, não é?

Sem contar, obviamente, do benefício que a gente tem pela relação com as oficinas, que nos permite acelerar também a redução de custos variáveis de manutenção, aproximando a relação das oficinas mecânicas.

E último ponto tem a ver com a internacionalização, né? Especificamente a gente tem comentado com o mercado, é o nosso foco em países, não é uma globalização da Localiza&Co, a escolha de mercados específicos para replicar a história de sucesso no Brasil, e o motivo disso é que você não tem uma sinergia de receitas relevantes nem sinergias de custos relevantes quando se entra num novo país.

E a gente escolheu o México como o nosso mercado alvo principal, estamos, né, esquentando os motores já há algum tempo com bastante foco, temos o CEO da operação, que é um executivo com 20 anos de experiência no setor, é aderente aos valores da nossa cultura. E a gente fará esse crescimento obviamente, comunicaremos com o mercado com muito mais detalhe, ao longo do ano, mas a gente é fará isso, obviamente de forma incremental, não é?

A gente não vai fazer o movimento diferente do que é validar a nossa tese de investimento, seja encantando o cliente, seja conseguindo comprovar que conseguimos de Unity economics e o roic dentro dos nossos objetivos. Então essas são as 3 avenidas que a gente é, vai trabalhar dentro do planejamento estratégico.

Regis Cardoso

Ótimo, obrigado pela resposta supercompleta Bruno, Rodrigo, Nora. Um bom dia, obrigado.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Rogério Araújo, do Bank of America. Rogério pode ligar seu microfone, por favor?

Rogério Araújo

Olá, boa tarde. Vocês estão me escutando?

Rodrigo Tavares

Sim, Rogério.

Nora Lanari

Estamos sim.

Rogério Araújo

Legal. Tudo bem? Bruno, Rodrigo, Nora, obrigado aí pela oportunidade. Eu tenho 2 aqui. A primeira eu queria explorar um pouco mais essa parte de compra e venda. Eu acho que tem um problema de mix aqui no spread de compra e venda.

É que vocês têm vendido carros um pouco mais, que foram comprados um pouco mais para trás, mas independentemente do período que a gente pega teve uma piora relevante aí tri contra tri, 17, 18 pontos de piora é de compra-venda.

Se vocês puderem dar um pouco mais de detalhe do que foi exatamente esse mix de venda no tri e quanto one off ele foi, não é? E talvez qual que é a relevância, do mix parecido que ainda existe na frota da companhia. Vocês falaram também de mais ou menos 20 mil veículos que foram preparados para a venda, mas ainda não foram vendidos?

Esse é um mix que está é similar ao que foi vendido no quarto tri de 22, né? Ou seja, a gente ainda deve ver um spread de compra e venda pior aí no primeiro tri?

É, e ainda nesse ponto eu queria entender se existe um enfraquecimento de demanda. Como é que está o desconto da tabela Fipe versus os meses anteriores, ou seja, né, eu quero entender se é um problema da frota que que está sendo vendida a ser mais velha, mais rodada e tudo ou se tem também uma piora aí de demanda atual. Obrigado essa é a primeira pergunta depois eu faço a segunda.

Rodrigo Tavares

Obrigado, Rogério. Primeiro ponto em relação ao mix. Sim, tem uma mudança de mix relevante. Agora a gente começa a desativar de forma mais acelerada os carros que estavam no Zarp, né? Os carros que a gente estendeu a vida útil deles e que estavam predominantemente no Zarp. Então, este mix é composto por sua grande maioria carros 1.0 de alta quilometragem destinados ao canal de atacado. Então, quando você olha isso, essa é a principal característica dessa frota. É claro, o ponto aqui, bem esporádico e pontual, o leilão é um outro tema, mas vamos falar apenas especificamente do mix. É um mix mais pobre no sentido que é um mix 1.0 de alta quilometragem, que claro que tem um impacto no custo e vendido no canal de atacado.

Isso deve perdurar nos próximos trimestres. Esse aí ainda vai ser grande parte, apesar da gente já está vendo, com o crescimento do volume de venda. A gente já comentou o primeiro bimestre, nós já estamos experimentando vendas 25% superiores à média deste trimestre que encerramos agora. Então já tem aqui, mais uma vez, com a integração com as novas lojas, com os novos processos, uma melhoria forte do volume de vendas associado aqui de carro.

Em relação ao preço da Fipe, a notícia é positiva. Tirando esse efeito, obviamente de mix, quando eu comparo aqui carro com carro, nós já estamos vendo mais de 2 meses de redução da distância do preço líquido que a gente vende em relação à Fipe. Claro que a Fipe tem que tomar um pouco de cuidado porque ela tem um certo atraso, né, um certo delay aqui de informações, mas por mais de 2 meses a gente compara o preço líquido de venda versus a referência de Fipe e esses valores têm se estreitado principalmente no varejo, mas também no atacado.

Rogério Araújo

Oi, Rodrigo. Obrigado, perfeito e deixa eu. Deixa-me fazer um follow-up. Você citou o leilão, não é? Mas só para entender o que foi especificamente esse caso e por que que ele não deve voltar a ocorrer aí nos próximos tris.

Rodrigo Tavares

É aqui, Rogerio, foi um tema pontual, que um volume de carros foi vendido nesse canal e que a gente espera que, quer dizer, não vão ocorrer de forma categórica, que não vão ocorrer mais nos próximos trimestres.

Rogério Araújo

Legal, beleza, e meu segundo ponto que eu queria explorar um pouco é da demanda de Gestão de Frotas, vocês falam no release de carro de assinatura com competitividade do aluguel em relação à propriedade do ativo, vocês falam que a Localiza está bem-posicionada para capturar esse potencial de crescimento. Se puderem dar um pouco mais de informação do é, quão forte está a demanda do Localiza Meoo, talvez backlog, perspectiva de crescimento está acelerando/está igual? E se puderem colocar em perspectiva a terceirização de frota corporativa versus Localiza Meoo.

Os 2 estão fortes, tem um driver principal de crescimento e tem muito BID acontecendo, onde as empresas não terceirizavam antes ou terceirizavam uma parte menor da frota, e agora estão aumentando. Eu tenho 2 vetores de crescimento aí nesse aumento de terceirização só para a gente explorar, entender melhor que que acontece nos próximos tris. Obrigado.

Bruno Lasansky

Obrigado Rogério, e comentando aqui sobre carro por assinatura, eu acho que aqui a gente começa a ver os frutos de construir vantagem competitiva. A gente vê uma aceleração consistente da venda de carro por assinatura, ganhando uma proporção relevante aí no nosso mix de novos contratos e isso é decorrência de vários aspectos. Primeiro, a consolidação da marca como a líder da categoria, mas também fazer uma boa precificação, seja do residual, seja do risco de inadimplência, do custo operacional e, principalmente, das alavancas de excelência operacional de execução da companhia junto com tecnologia, onde a gente tem informação bem concreta onde o nosso é o nosso valor de inadimplência é significativamente inferior ao dos concorrentes e, em função disso, a esses desafios operacionais, a gente vê os concorrentes de alguma forma levantando um pé desse segmento mais complexo de operar.

Então assim, uma perspectiva bem positiva, porque a gente vê uma marca forte, um NPS alto, nível de digitalização evoluindo em toda a jornada do cliente e ao mesmo tempo, excelência operacional que nos permite ter um custo inferior também no lado operacional versus os clientes.

Em terceirização de frotas, a gente vê, obviamente, o primeiro ciclo aí do ano, entre férias e carnaval um período em que as vendas normalmente vão em crescimento e a gente vê uma aceleração aí a partir do último mês do trimestre, vemos um pipeline bem robusto e bem saudável dentro, inclusive dos valores de retorno que a gente se propõe aí em termos de roic-spread. Então, entendemos que neste momento de juro alto, de custo de capital alto, os

clientes corporativos também buscam aliviar o seu Balanço utilizando as soluções de terceirização de frotas da companhia. Então vemos um pipeline robusto aqui também.

Rogério Araújo

Perfeito. Ficou bem claro, obrigado, Bruno. Obrigado, Rodrigo. Boa tarde a todos.

Anna Branco

A próxima pergunta vem do Pedro Bruno, da XP. Pedro pode abrir seu microfone, por favor?

Pedro Bruno

Bom dia, pessoal, vocês me escutam?

Nora Lanari

Escutamos sim, Pedro.

Pedro Bruno

Obrigado, Nora. Bom, obrigado pelo espaço da pergunta. Eu acho que de certa maneira, ela foi respondida em partes, mas eu queria pegar uma atualização com vocês das alavancas de recomposição de roic, mais até do que individualmente, elas olhadas como um todo. Acho que individualmente até já foi explorado, mas vocês vem incitando, o poder de barganha retomado com as com as montadoras, seja no desconto, seja no mix, e essa distinção é importante, vocês salientaram isso bastante ao longo do tempo. As sinergias com escala etc., e em terceiro e último, que acho que vocês sempre colocam isso como última alavanca, a de preço e aí, talvez essa tenha sido menos explorada no call, por enquanto, então se vocês puderem pôr em perspectiva, onde vocês enxergam isso dado que naturalmente, pelo movimento de frota de vocês, a gente entende que, além da recomposição, vocês tem acelerado o crescimento, entendendo que o que o roic-spread está recomposto, pelo menos num nível aceitável para vocês, ainda que não totalmente de volta aos níveis pré pandemia - como vocês já disseram - mas principalmente essa talvez terceira alavanca do preço eu queria entender um pouco melhor como vocês acham que já foram mais e menos, vamos dizer assim, vocais do ponto de vista desse repasse de preço e também depende, obviamente, das condições de mercado, juros e etc., então, pegar uma atualização nesse sentido. Obrigado.

Rodrigo Tavares

Pedro, nós que agradecemos. Acho que que esses são os pontos mesmo quando a gente fala das melhores condições, das sinergias, dos custos fixos e variáveis, elas são as variáveis ideais para a gente estar falando que o retorno, a reposição está praticamente recomposta aqui nos mesmos níveis pré pandemia.

A variável de preço é a última a ser utilizada sempre porque ela prejudica no final do dia, o cliente, eventualmente até a própria demanda. Agora, ela é tem ocorrido. Acho que uma das coisas que a gente conseguiu mostrar nesse trimestre é que há 2 trimestres consecutivos a gente cresceu quase 100 mil carros. Claro que teve o carve-out, mas esses carros continuam

no mercado, então o crescimento de fato adicionado no quase 100 mil carros e com repasse de preço mostrando a robustez aqui da demanda.

Hoje a relação entre roic e preço a cada 3% de preços, dá mais ou menos um ponto de roic, então a necessidade de repasse de preço não é uma necessidade de repasse de preço grande. Ela tem ocorrido mais seletivamente, principalmente em alguns segmentos onde essa necessidade era um pouco maior, notadamente, no segmento aqui de ride sharing, alguns segmentos corporativos, então esses segmentos aqui, você é que teve um aumento de preço mais relevante, então a gente vai usar essa alavanca no mínimo necessário para entrar no nosso retorno alvo que é o retorno que a gente sempre divulgou entre 500 e 800 basis points acima do custo de capital. Claro que com o aumento do custo de capital a gente está sempre calculando a necessidade aqui em relação a nosso benchmark, que é hoje o CDI mais o nosso spread.

Pedro Bruno

Perfeito, muito obrigado.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Bruno Amorim, do Goldman Sachs. Bruno pode ativar esse microfone, por favor?

Bruno Amorim

Boa tarde a todos, eu tenho 2 perguntas mais estratégicas e uma um pouco mais objetiva. A primeira pergunta é com relação a veículos pesados. Eu queria entender quão madura está a decisão da empresa de investir de forma relevante nesse segmento? A empresa historicamente testa as novas iniciativas pequeno e depois cresce essas iniciativas muito rápido, a partir do momento que as vantagens competitivas e a rentabilidade dos negócios são provadas. Então eu queria só entender em que pé que está a decisão ou a decisão de crescer de forma mais relevante, mais acelerada em veículos pesados dentro dessa lógica.

A segunda é ainda um pouco mais estratégica também o follow up no comentário do Bruno sobre estratégia no México, estratégia sendo começar pequeno e testar a iniciativa. Essa é uma indústria, vocês sabem melhor que ninguém, onde escala é super relevante, né? Então eu queria só entender, qual que é o game plan? Se vocês pudessem comentar como é que a dinâmica competitiva lá, como é que vocês testam essa iniciativa sendo pequenos numa indústria onde a escala é importante, seja para comprar, para vender o veículo. Enfim, é a rede de lojas etc. Então essas são as 2 perguntas mais estratégicas.

Rodrigo Tavares

Obrigado, Bruno. Eu vou falar de pesados e aí vou falar para o Bruno Lasansky comentar sobre México.

Acho que veículo pesado já tem 5.000 unidades. Nós estamos falando já de uma unidade que fatura perto de 500 milhões por ano, anualizado. Quando você olha hoje aqui, então está longe de falar que é algo pequeno, de teste. Então é uma decisão madura que a gente está

investindo em pesados. Evidentemente que, como todo o processo de alocação de capital, todas as iniciativas dentro da empresa estão competindo por esse mesmo capital. E para ter acesso ao capital, a gente precisa ter certeza de que o retorno está dentro do retorno requerido pela organização. Então aqui já temos um negócio de porte. No ano de 2022 a companhia já foi o segundo maior comprador de pesados do país, mesmo não tendo o principal foco como pesados, aqui o ritmo de crescimento e o ritmo de alocação de capital, assim como em qualquer outro segmento, vai depender da capacidade de retorno desse segmento.

Nora Lanari

Só para adicionar aqui, Bruno, nós temos que lembrar que esse ainda é um ano de transição para Localiza, em que o capex de renovação de carro tanto de aluguel de carros e aluguel de frotas tão acomodando. A gente está numa fase de captura de sinergia, uma tendência de alavancagem operacional, aumento de volume, então esse negócio ainda está demandando bastante capital, então você vê que a nossa capacidade de bancar um crescimento foi reduzida durante a pandemia e isso deve voltar a normalizar em algum tempo.

Por outro lado, a gente está numa posição competitiva bastante robusta, não é? A companhia tem um balanço forte, tem essas iniciativas de alavancagem para vir, então a gente tem um caminho grande de crescimento em aluguel de carros, aluguel de frotas para esse ano com avenidas muito grandes, excelência comercial, como o Bruno, mencionou.

Bruno Lasansky

E só pegando aqui, Bruno, a parte de México especificamente, obviamente vamos dar muito mais detalhe, mas já adiantando, estamos falando de um país com mais de 100 milhões de habitantes e com mais de 45 milhões de turistas. Então bastante relevante em termos de tamanho. Ao mesmo tempo, vemos uma oferta extremamente pulverizada, com o nível de encantamento e satisfação dos clientes bastante baixa e com pouco acesso à capital nesses atuais players nesse mercado. Então aqui o nosso jeito de pensar, é claro que a escala é relevante, mas nós temos uma escala relevante que nos permite até já começar com o pé direito não só pelo conhecimento do negócio, disponibilidade de tecnologia e talento, mas também alavancando até as nossas próprias relações com as montadoras no Brasil, onde isso nos permite entrar na perspectiva de compra, com algumas vantagens interessantes nesse ponto. E nossa cabeça aqui é muito de ir validando ATS, né? Como a gente fala em ciclos trimestrais que são avaliados pela administração e pelo conselho, onde a gente decide de fato ir ampliando alocação de capital em função da tração. Aqui é claro para nós que precisamos primeiro conseguir demonstrar que encantamos o cliente, temos uma proposta de valor superior à dos concorrentes, que conseguimos todas as pontas da equação do roic, do unit economics do negócio nesse país, seja na ponta da compra, na compra do aluguel da operação e da venda, e finalmente, que a gente consegue ter uma operação eficiente, assim como a gente tem aqui no Brasil.

Também, claro, a gente está aproveitando todos os aprendizados que a gente vê dos jogadores internacionais. Eu estive recentemente até com o nosso parceiro Enterprise, entendendo o que que deu certo, o que que deu errado na própria expansão que eles fizeram

na Alemanha, no Reino Unido e a gente incorporadora o conhecimento global/internacional, que é a Localiza&Co traz junto com um management local bastante conhecedor e experiente do mercado local, para trazer o melhor dos 2 mundos, então iremos avançando e compartilhando com o mercado. Um mercado bem grande, bem interessante, onde a gente entende que consegue construir as vantagens competitivas que temos no Brasil.

Rodrigo Tavares

Se eu só puder complementar aqui, que provavelmente, com todas essas iniciativas, deve ter uma pergunta sobre alavancagem, alocação de capital, né?

Antes, até a questão da escala, Bruno. O líder do México, tem uma escala equivalente a 15 dias de compra da Localiza. Então, uma vez a gente tem a confiança que o modelo está adequado a atingir uma escala relativa importante, não é um desafio tão grande assim quando você compara com a nossa referência.

Em relação à alavancagem, todas essas iniciativas de capital, muitos desses investimentos foram feitos no último semestre, então esses carros ainda não maturaram investimento. O que significa maturar o investimento? Nós temos a grande maioria desses carros com 1 mês, 2 meses, 3 meses de resultado operacional, então a gente tem todo o fardo de aumento do endividamento no curto prazo, porque o investimento é feito agora e o benefício é colhido ao longo do ano, a gente ainda espera que essa alavancagem agora suba de forma um pouco mais moderada nos próximos mês e a partir do segundo semestre, provavelmente no final do segundo trimestre, a gente já vai ver uma geração operacional crescendo num ritmo muito mais acelerado em relação ao endividamento e esses índices começam a convergir e se reduzirem, muito provavelmente atingindo no final deste ano patamares até menores do que do final do ano passado.

Bruno Amorim

Perfeito, muito obrigado! Está super claro. Se eu puder só um follow-up mais rápido e objetivo com relação ao potencial para redução de custos de manutenção, se vocês puderem comentar quanto que já aconteceu, quanto que tem para acontecer, qualquer métrica que vocês possam dividir ajudaria. Obrigado.

Rodrigo Tavares

Olha, se você pegar no último ano, já tivemos um impacto de quase 8 pontos.

Nora Lanari

Isso em Rent a Car.

Rodrigo Tavares

Em Rent a Car, desculpa. Quando você olha simplesmente Rent a Car compara um ano com o outro, são 8 pontos aqui e ainda estamos no processo, né? A pergunta anterior foi do mix de venda, então nós estamos falando de um mix de venda de carros de 70, 80, 90 mil km, dependendo dos casos. Então, à medida que você elimina esses carros, vão ter 4 fatores de ganho de custo de manutenção aqui. O primeiro é a renovação da frota, baixar os

quilômetros; a segunda é um mix, menos premium que também, evidentemente tem um impacto positivo aqui na manutenção; o terceiro item é levar os processos da Locamérica de manutenção ao mesmo patamar dos processos da Localiza, que é o que a gente chama aqui, da sinergia de equiparação das melhores práticas; e aí o quarto e potencialmente o maior, é dada essa nova escala, nós elevamos o nível da corporação inteira. Cito alguns exemplos que a gente já com a escala, consegue controlar a logística de algumas peças, e faz isso de forma própria: estamos importando itens diretamente no caso de pneu, vemos uma redução de 35% pelo fato de importarmos isso diretamente. Então temos aqui uma avenida ainda que está no início do processo de melhoria desses custos de manutenção.

Bruno Amorim

Obrigado, boa tarde.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Lucas Barbosa, do Santander. Lucas pode abrir seu microfone, por favor?

Lucas Barbosa

Oi. Boa tarde, Bruno, Rodrigo, Nora, obrigado pela oportunidade. Duas perguntas do meu lado. Primeira para fechar o caixão na discussão sobre Seminovos queria entender um pouco como conversa a dinâmica de depreciação e de margem de Seminovos. Se a gente tirar os não recorrentes na margem Ebitda dos Seminovos, caiu uns 300 bits, né? Um pouquinho menos de 300 basis tri contra tri. Do outro lado, a depreciação do RAC aumentou só 7% e notei que vocês tiveram renovação e adição de frota bem razoável. A minha leitura é que de fato, vocês estão confortáveis com a dinâmica de Seminovos e que essa queda de margem estava dentro do esperado. Só queria entender que essa leitura está correta. E aí eu faço a segunda pergunta. Obrigado.

Rodrigo Tavares

Obrigado, Lucas. É como eu falei, o Seminovos teve esses efeitos pontuais que não vão se repetir, né? De fato, a convergência tem sido um pouco mais acelerada e a mudança do prazo de 24 para 18 meses, que ocorre agora em janeiro, ele acelera um pouco mais essa depreciação, mas sim, estamos confortáveis com a questão da dinâmica da relação da depreciação com a margem Seminovos, sem grandes sem grandes preocupações aqui.

Lucas Barbosa

Perfeito. Muito obrigado, Rodrigo. E aí você se me permitirem uma segunda pergunta? Pensando no crescimento para frente, então, follow up da última discussão da última pergunta do Bruno, agora que a oferta de carros 0 km não parece mais ser um problema, o que que vocês entendem que vai ditar o ritmo de crescimento nos próximos 18 meses? É balanço, é capacidade de achar demanda dentro do target de roic-spread, é Seminovos?

Rodrigo Tavares

Acho que no final do dia é a demanda dentro do roic-spread que deveria ser o limitador. Entendo que se a gente tiver uma demanda robusta, com roic-spread adequado, a recessão de capital não deveria ser um problema, né? Seminovos é um foco, um dos maiores focos da organização. Como eu falei no primeiro bimestre, já um crescimento de vendas da ordem de 25% e a rampagem está ocorrendo da forma como a gente está planejado. A demanda, lembrando uma vez, nós crescemos de forma absoluta, antes do carve-out quase 100 mil carros num semestre com repasse de tarifa, de crescimento em fleet, crescimento no Rent a car, isso prova a robustez desse mercado, não é? Temos aqui um ambiente competitivo favorável. Até a gente ouve retração de frota em geral no mercado, enquanto a gente continua ainda acelerando, então, dado que exista essa demanda na rentabilidade adequada, entendo que esse vai ser quem vai ditar ultimamente o nosso apetite para alocar esse capital.

Lucas Barbosa

Perfeito, Rodrigo, super claro, muito obrigado. Bom, boa tarde.

Anna Branco

A próxima pergunta é do Tiago Almeida, da Milestones. Tiago pode abrir seu microfone, por favor?

Tiago Almeida

Boa tarde, obrigado pela pergunta. Só voltando um pouquinho, até um follow up do Lucas, a gente, tempos atrás, conversava muito com relação a questão do roic-spread, muitas vezes falava que estava na casa de 2, 3%, vocês inclusive assumiram a estratégia de postergar a venda de veículo, inclusive conseguindo, dessa forma, até mapear melhor curvas de depreciação etc. Pensando no momento agora que a gente tem uma curva de juros aí possivelmente mais alta por mais tempo e um cenário que você enxerga de competição até com um maior competidor retraindo frota, etc., quando a gente pensa assim, 3, 5 anos, hoje como é que vocês enxergam as mais maiores alavancas de crescimento e quando você imagina em termos de manutenção desse roic-spread vis a avis capital investido para crescimento da companhia, como que você - uma pergunta assim, muito aberta para entender mesmo pra entender sua visão e do Bruno também de alocação de capital e crescimento da empresa diante de um roic satisfatório aí para o conselho, por favor.

Nora Lanari

Oi, Tiago, deixa eu tentar começar a pegar essa pergunta aqui. Obrigada. Acho que assim, a companhia tem um histórico de roic-spread em cima do custo da dívida depois de imposto que é entre 5 e 8 pontos percentuais. Você vê que consistentemente a companhia entrega aquele set, e esse número que a gente busca, reflete as nossas vantagens competitivas. A esse nível de roic-spread, a companhia é AVA positiva. A concorrência tem um pouco mais de dificuldade nas condições de compra, custo de dívida e efeitos de escala.

O nosso direcionador de crescimento, então acaba sendo um roic-spread nesse patamar. A gente acredita que tem bastante espaço para crescer volume, tanto em RAC quanto em Gestão de Frotas, acho que Gestão de Frotas fica mais óbvio para o mercado dado a avenida

nova aí do carro por assinatura, mas mesmo em Gestão de Frotas tradicional, com roic-spread dentro desse patamar. Alavanca de preço, novamente, a companhia usa de forma cuidadosa, porque a gente sabe que em um dado momento o mercado não é inelástico a preço.

Então a gente prefere criar um certo colchão aqui, melhorando a eficiência operacional, melhorando o processo internos, alavancagem e um pouco da combinação de negócios se justifica nesse contexto. Então, a companhia vê bastante oportunidade de melhora de margens operacionais em Aluguel de Carros e Gestão de Frotas, que devem compensar uma normalização de Seminovos, uma normalização da depreciação, uns juros mais altos e a gente vai direcionando o crescimento. De novo, do ponto de vista competitivo, a gente se vê numa posição bastante robusta, a gente entende que tem espaço para crescer e já temos aqui contratado volumes de compra e de venda para o ano.

Anna Branco

A próxima pergunta do Guilherme Costa, da AZ Quest, Guilherme pode abrir seu microfone, por favor? O Guilherme, na verdade, mandou aqui a pergunta por escrito, vou ler para vocês “Boa tarde, como a Localiza&Co está acompanhando o andamento da reforma tributária e a possibilidade de unificação de alíquota de bens e serviços? Esperam aumento de alíquota?”

Nora Lanari

Guilherme, obrigada pela pergunta. Acho que assim muito cedo para a gente dar um diagnóstico preciso. Nós temos 2 PECs sendo discutidas, talvez uma terceira via é o que a gente imagina é que tem um perfil arrecadatário importante que pode ter algum impacto para a companhia. Mas difícil de estimar nesse momento, acho que vale informar até porque a gente vai precisar de uma legislação para regular fato gerador, base de cálculo. Então a gente ainda não tem muita clareza dos detalhes do texto final. Acho que vale reforçar que, pelo que se diz em mercado, a gente tem um prazo de transição longo, então a companhia tem um tempo para se ajustar e puxar as alavancas que ela entende relevantes para poder manter um nível de roic-spread dentro dos objetivos de rentabilidade da companhia.

Anna Branco

É, vamos a nossa última pergunta aqui é da Isabella Lamas de UBS? Isabella, pode abrir seu microfone, por favor?

Isabella Lamas

Oi, pessoal, vocês me escutam?

Nora Lanari

Escutamos sim, Isabella, um pouquinho baixo.

Isabella Lamas

Ficou um pouco melhor?

Nora Lanari

Está ótimo.

Isabella Lamas

Está ótimo, obrigado aí pelo espaço, gente. Até alguns pontos aqui que queria tocar. Primeiro, aquela questão dos custos da integração que a gente viu de 77 milhões nesse tri, queria entender como é que a gente vai vendo isso nos próximos tris, se ainda tem alguma coisa para acontecer ou bem mais reduzido no próximo, como é que vai ser essa dinâmica? Esse é o primeiro ponto.

O segundo eu queria entrar na questão do preço dos carros comprados, que já foi bem abordado. A questão do mix mais favorável, as condições de compra melhor. Queria pensar um pouco nessa dinâmica para os próximos tris e, principalmente, diferenciando ali o RAC do Fleet. Porque no pit vocês destacaram que vão continuar investindo na parte dos pesados, né? Teve esse impacto, vocês quebraram o preço diferenciado dos pesados ou não?

A gente deve ver um impacto maior, deve continuar nesses patamares? Como é que seria a dinâmica também para o RAC? Ainda dá para cair? O mix ainda consegue melhorar ou já tá ótimo? Enfim, um pouquinho também da visão para o ano.

E só o último bem pontual, eu queria abordar a questão de capex. Vocês citaram no release um plano robusto de expansão de lojas de Seminovos. É totalmente esperado considerando a nova escala que vocês adquiriram. Vocês podem dar um pouquinho mais de abertura, alguma relevante ou números de loja? Como é que vão distribuir isso também aí para a frente, algum impacto mais relevante é isso? Muito obrigada.

Rodrigo Tavares

Eu que agradeço. Primeiro, Isabela, deixa eu falar aqui da integração. Grande parte desses custos da gente ocorreu ainda neste último trimestre ainda é associada a estruturação do empréstimo, no contexto da aquisição da fusão aqui com a Locamérica. Olhando aqui para a frente, esses gastos deveriam se reduzir de forma muito, muito relevante. Então agora a gente espera que se tiver algum gasto ele é um gasto de natureza mais residual em comparação com que a gente tenha experimentado. É claro que ao longo do ano é um número relevante, mas quando você compara com o Enterprise value de quase 20 milhões, a gente acha que foi bastante adequado os valores que investimos nessa integração que tem ocorrido de forma bem-sucedida, então, daqui para frente, deveríamos experimentar uma redução muito, muito relevante de qualquer gasto associado à integração.

Preço de compra a tendência também é positiva, não é? Quando você olha aqui mais no curto e médio prazo, então uma parte relevante é a parte de mix realmente, mas também tem condições, não só condições comerciais, mas o próprio prazo em alguns casos, como eu citei aqui, o prazo também faz parte dessa condição mais atrativa, então aqui a tendência é uma tendência positiva quando você olha para o Rent a Car. Quando você olha para o Fleet, ele é um carro que é comprado depois do pedido, né? Então o preço de compra aqui em Fleet é um pouco menos relevante. O que é relevante é o ter a garantia que eu estou precificando da forma correta dentro do roic-spread correto. Nesse caso, até quanto maior, melhor que eu estou alocando mais capital dentro de uma rentabilidade adequada e ele se vale para

Pesados. A gente vai querer dar mais visibilidade à medida que Pesados ganha, para separar realmente o preço de compra de Pesados, do preço de compra da Fleet para o mercado ter uma visibilidade melhor aqui.

Em relação à capex Seminovos, a gente não dá aqui uma grande visibilidade, mas há um plano relevante. Estamos falando de dezenas de lojas que a gente espera abrir aqui ao longo do ano.

Nora Lanari

Oi, Isabela, só dois comentários aqui na pergunta do Rodrigo, a primeira em relação ao capex Seminovos, acho que vale reforçar que o capex relevante da companhia é carro. Então, por mais que seja um plano robusto, a gente não vai gastar “muito dinheiro” com esse plano de expansão e, obviamente, a expansão já preparando a companhia para desativação, que ela vai precisar para o ano de 2024. Como Rodrigo pontuou ao longo desse call, a gente vem crescendo bastante na ponta, tem crescimento de mercado para o ano de 23 esperado e para o ano de 24 a gente vai precisar fazer uma desativação robusta porque continuamos no processo gradual de rejuvenescimento da frota do Aluguel de Carros além disso, você vai ter o delta de crescimento para computar ainda. Então a gente já tem ali as cidades mapeadas e a gente acha que aqui tem bastante capilaridade. Aqui temos muito espaço para crescer o Seminovos sem trombar necessariamente em algum, vou dizer, em algum limite de preço, está? Tem, tem bastante mercado aqui.

O segundo ponto que eu faria em relação ao preço de carros comprados e vendidos só para fazer um link com uma pergunta do Akshat, esta é uma pergunta em inglês, como é que a gente vê o preço dos carros novos e vendidos ao longo de 2023? Acho que vale reforçar o seguinte: a gente ainda vê inflação de carro novo, esse é um ponto importante. O que a gente vê? Seminovos não acompanha essa inflação de novos, então o spread entre o novo praticado e o Seminovos, já abriu, o Rodrigo pontou isso algumas vezes durante o call, já está em pré pandemia em alguns casos, até um pouquinho mais abertos, a gente começa a ver uma estabilidade nesse spread, o que é uma notícia positiva dado que a gente começa agora a rampar os volumes de venda.

Isabella Lamas

Perfeito, pessoal. Obrigada.

Anna Branco

Agora, para encerrar, eu passo a palavra ao Bruno Lasansky.

Bruno Lasansky

Mais uma vez, muito obrigado a todos pelas perguntas e só reforçar aqui que depois de 1 ano transformacional a gente entende que começa esse ano de 2023 numa posição competitiva bastante diferenciada e bem prontos para executar nosso plano estratégico com excelência para trazer crescimento com geração de valor e visão de longo prazo. Obrigado a todos. O nosso time de RI, como sempre, estará à disposição para esclarecimentos adicionais. Boa tarde.