



CALL DE RESULTADOS LOCALIZA 4T20 E 2020

26 de fevereiro de 2021

OPERADORA: Boa tarde, e sejam bem-vindos à teleconferência da Localiza Rent a Car referente aos resultados do 4º trimestre e do ano de 2020. Estão presentes os Srs. Eugênio Mattar, CEO, Rodrigo Tavares, CFO e a Sra. Nora Lanari, Diretora de Relações com Investidores.

Informamos que os valores desta apresentação estão em milhões de Reais e em IFRS. Todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação, que será gravada. Em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas para analistas e investidores, quando mais instruções serão fornecidas. Caso alguém necessite de alguma assistência durante a conferência, por favor, solicite a ajuda de um operador, digitando *0.

O áudio e os slides dessa teleconferência estão sendo apresentados simultaneamente pela Internet no endereço www.localiza.com/ri. Neste endereço pode ser encontrada a respectiva apresentação para download, que pode ser acessada ao se clicar no banner “Webcast 4T20”.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Localiza, metas operacionais e financeiras, constituem-se em projeções da Diretoria da Companhia, que podem ou não ocorrer.

Investidores devem compreender que fatores políticos e macroeconômicos e outros fatores operacionais podem afetar o futuro da Companhia, e conduzir a resultados materialmente diferentes das perspectivas de negócios da Localiza.

Para abrir a teleconferência do 4º trimestre de 2020, passo a palavra para o CEO, Eugênio Mattar

EUGÊNIO: Boa tarde e obrigado a todos pela presença. Em 2020, enfrentamos desafios enormes em nossos negócios, mas provamos mais uma vez a nossa resiliência e capacidade de adaptação, planejamento e execução.

No contexto da pandemia, agimos rápido. Em março instituímos nosso comitê de gestão de crise, que entregou importantes resultados em cinco principais frentes: cuidado com nossos colaboradores, nossos clientes, nossas operações, nossa liquidez e com a sociedade. Instituímos a política de trabalho remoto e uma nova metodologia – PEG – para fomentar e medir a Produtividade, Engajamento e Gestão do time durante



esse período. Nossos colaboradores, que inspiram e transformam, comprovaram mais uma vez seu protagonismo e ousadia na construção do futuro da mobilidade.

Cuidamos de nossos parceiros e da sociedade a nossa volta. Reforçando nosso papel de empresa cidadã, contribuimos este ano com cerca de R\$16 milhões em várias iniciativas, incluindo apoio ao sistema de saúde, com infraestrutura hospitalar e equipamentos, bem como ações direcionadas a pequenos e médios negócios fortemente impactados pela pandemia e a cidadãos em situação de vulnerabilidade.

Tomamos a decisão acertada de reforçar nosso caixa com novas captações, ao invés de acelerar a redução de nossa frota, em um período de baixa liquidez na venda de carros. Com isso, conseguimos ver o reflexo do aumento do preço dos carros novos nos carros seminovos, resultando em menor depreciação. Ao longo do segundo semestre, notadamente no último trimestre de 2020, o desafio passou a ser a limitação temporária da capacidade de expansão da frota por meio da aquisição de novos carros em decorrência da reduzida oferta de veículos no mercado nacional, nos forçando a reduzir o ritmo de venda de carros do Seminovos. Estamos confiantes de que contratempos e desafios da cadeia automotiva serão sanados, com o reestabelecimento dos níveis de produção e suprimento ao longo do segundo trimestre de 2021.

Mesmo em mar revolto, com o reforço das estruturas e decisões acertadas, mantivemos nosso planejamento de futuro e não deixamos de investir em importantes avanços. Vale destacar o lançamento do Localiza Meoo, um novo jeito de ter carro que representa um modelo de mobilidade por assinatura de longo prazo para pessoas físicas e pequenas e médias empresas.

Criamos o Localiza Labs, o laboratório de tecnologia e inovação da Localiza que, com cerca de 700 profissionais, protagoniza nossa transformação digital, aumentando a nossa capacidade de desenvolvimento interno de novas soluções.

Também olhamos no entorno e, por meio de escolhas criteriosas, demos importantes passos. Adquirimos a Mobi7, que nos traz diversas oportunidades a partir do monitoramento da frota, telemetria e internet das coisas (IoT). Estamos conectando toda a frota em ritmo acelerado, ao mesmo tempo em que agregamos diversas funcionalidades para nossa operação, nosso negócio e nossos clientes. Também anunciamos a combinação das nossas operações com a Unidas, uma transação que pode ser transformacional para a indústria de aluguel e gerar muito valor para todos *stakeholders*.

O ano de 2020 foi, para o time Localiza, um ano de muita ousadia e protagonismo. Os desafios exigiram resiliência, flexibilidade e muita agilidade para tomarmos as decisões corretas, que contribuíram para a rápida retomada dos volumes e preços praticados, permitindo a entrega de resultados recordes. Ultrapassamos a marca de R\$ 1 bilhão de lucro líquido! Esse desempenho é fruto de uma cultura sólida que se fortalece com a evolução do tempo, apoiada por uma base de muita confiança e ética.



No ano passado, comentamos em nossa carta sobre as fortes mudanças que o mundo da mobilidade estava atravessando, sem ter na época a visibilidade dos efeitos que a quarentena e o distanciamento social, decorrentes da pandemia do coronavírus, pudessem ter na aceleração desse processo. Hoje temos a percepção de que as mudanças de hábito devem acelerar ainda mais a curva de adoção de novas tecnologias e inovações em mobilidade. Buscamos capturar essas oportunidades geradas pela mudança cultural e social, e estamos absolutamente focados em continuar servindo com prazer nossos clientes e suprimindo suas necessidades nesse ambiente de constantes mudanças.

Nos últimos anos, nosso mercado se ampliou de forma considerável, e a Localiza, protagonista nessa expansão, é a empresa que possui o melhor atendimento e soluções às demandas de diversas origens. Essa diversificação torna nosso negócio altamente resiliente, adaptável e atento às tendências, permitindo o direcionamento dos nossos esforços às melhores oportunidades do mercado.

Para o país, contribuimos de forma expressiva, com mais de 11 mil empregos diretos e recolhimento de R\$723 milhões em impostos líquidos dos créditos, além de aproximadamente R\$1,1 bilhão em impostos incidentes na compra de carros. Soma-se a isso a movimentação e o fomento de todo um ecossistema múltiplo de negócios que envolve desde grandes indústrias a milhares de PMEs e prestadores de serviços espalhados em todas as regiões do Brasil.

Nesse ano que nos inspirou ainda mais a ter cuidado com o próximo, evoluímos nossa atenção à diversidade, tema extremamente relevante para a Companhia, com iniciativas que incluem o lançamento do Programa de Diversidade e Inclusão. Temos a missão de trabalhar continuamente para um ambiente ainda mais plural, respeitoso e que fomenta o debate criativo e construtivo tanto para o negócio, quanto para a sociedade. Na frente ambiental, avançamos significativamente, com a neutralização das emissões das nossas operações referentes ao ano de 2019 (escopos 1 e 2), reportadas no inventário de emissão de 2020, e nos tornamos parceiros e apoiadores do Programa Compromisso com o Clima, um movimento com o propósito de engajar e inspirar o setor privado em ações de responsabilidade climática. Fomos honrados, em 2020, com o reconhecimento de diversos veículos de comunicação e inclusão em rankings internacionais pelo nosso investimento em iniciativas nos três pilares de ESG.

Para continuar construindo o futuro da mobilidade, mantemos nosso foco na geração de valor e de impacto positivo para a sociedade, nossos clientes e parceiros. Continuamos investindo no aprimoramento dos nossos processos e na qualificação da experiência do cliente, prezando por relacionamentos de longo prazo. Sabemos que grandes desafios foram superados, mas temos consciência de que outros virão e trarão novas oportunidades, às quais estaremos preparados para abraçar com ousadia, inovação e agilidade!

Ontem, ao final do dia, também fizemos o anúncio da minha sucessão. Estou me mudando para a função de *Executive Chairman*, trabalhando em horário integral ainda



na Companhia, dando apoio ao Bruno Lasansky, que foi indicado pra meu sucessor como CEO, uma pessoa absolutamente preparada pra ocupar a minha função e pra cuidar da Localiza pros próximos anos. Um processo bem planejado, organizado, bem ao estilo da Localiza, sem trazer surpresas e de forma a preservar a experiência de quem entra e a renovação com a pessoa que chega. Então, assim como eu continuo ao lado do Bruno, como CEO, o Oscar Bernardes, também, nosso Chairman, continuará ao meu lado como Vice-Presidente do Conselho, ainda no próximo mandato.

Obrigado e passo a palavra agora para o nosso CFO, Rodrigo Tavares.

RODRIGO: Obrigado, Eugênio. Boa tarde a todos. É com grande prazer que inauguro minha presença como CFO em *calls* de divulgação da Localiza e compartilho com vocês o resultado de 2020 da Companhia, divulgando resultados recordes.

Começando pela **página 2** podemos ver o resumo dos destaques operacionais da Localiza no ano de 2020.

Em aluguel de carros, atingimos a frota média alugada de mais de 156 mil carros no 4º trimestre, consolidando a retomada dos volumes com um crescimento de 4,1% na comparação com o mesmo período do ano anterior. A divisão encerra o ano com crescimento de volume de 8,9%.

O quarto trimestre de aluguel de carros foi marcado por elevadas taxas de utilização e tarifas, consequências da boa gestão da frota e da precificação em um contexto de indisponibilidade de veículos. A taxa de utilização atingiu 84,5% no trimestre, reduzindo o impacto causado pela pandemia no 2º e 3º trimestres do ano, e 73,5% no ano, enquanto a diária média foi de R\$ 79,6 no trimestre e R\$ 68,5 no ano.

Em gestão de frotas, tivemos em 2020 um crescimento de 11,7% na frota média alugada, atingindo mais de 59 mil carros. Na comparação trimestral, a diária média de gestão de frotas avança 0,7%, enquanto na comparação anual o avanço é de 2,3%.

Na **página 5**, podemos ver os destaques financeiros do trimestre e do ano.

No trimestre, a receita consolidada cai 2,2%, refletindo a decisão da Companhia de frear as vendas de seminovos em um contexto de menor oferta de carros novos, porém com crescimento de 19,5% do EBITDA.

Enquanto no ano, a receita líquida consolidada cresce 1,1%, alcançando R\$ 10,3 bilhões, e o EBITDA apresenta um crescimento de 11,5%.

Impulsionado por uma menor depreciação, o EBIT trimestral cresce 56,6%, enquanto o EBIT anual ultrapassa R\$1,8 bilhão, com crescimento de 21%.

Atingimos lucro trimestral e anual recordes, superior a R\$ 400 milhões no trimestre e a R\$ 1 bilhão no ano.



Para apresentar mais detalhes do resultado do 4º trimestre, passo a palavra para a nossa diretora de relações com investidores, Nora Lanari.

NORA: Obrigada Rodrigo e boa tarde a todos. Dando um pouco mais de detalhes sobre os resultados do trimestre e do ano, gostaria de começar pela divisão de aluguel de carros, e destaco que, a partir desta divulgação de resultados, passamos a reportar a divisão de Franchising juntamente com a DRE da divisão de Aluguel de Carros.

Os números apresentados na **página 4** já refletem essa mudança. Indo aos destaques, em 2020, a frota média alugada do RAC cresceu 8,9%, um aumento de mais de 11 mil carros alugados em média no ano. A receita líquida aumentou 3,2%, quando comparada ao ano anterior.

No 4º trimestre, o crescimento da receita foi de 12,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, ultrapassando a marca de R\$1 bilhão de receita em um trimestre, principalmente devido à diária média praticada no período.

No slide 5, vemos que a diária média de 79 reais e 60 centavos no RAC teve um aumento de 10,4% em relação ao 4T19, reflexo de uma gestão eficiente do *mix* e preços por segmento. A taxa de utilização alcançou 84,5%, resultado de uma eficiente gestão da frota em um contexto de escassez na disponibilidade de carros, que se mantém ainda no primeiro trimestre de 2021.

Na página 6, mostramos que a rede de agências próprias foi ampliada em 15 unidades em relação ao final do ano de 2019, sendo que destas, 6 são agências anteriormente operadas por franqueados. Além disso, diversas agências foram ampliadas ou reformadas para aumentar a capacidade das mesmas e viabilizar a expansão da frota.

Passando para o **slide 7**, na divisão de Gestão de Frotas, a frota média alugada cresceu 5,1% e a receita líquida aumentando 7,7% em relação ao 4T19. Nesta comparação, a diária tem alta de 2,3% refletindo, principalmente, a precificação dos novos contratos que refletem preços de carros mais altos e expansão do Meoo, que trouxe um *mix* com tarifa mais elevada. No ano, a divisão de gestão de frotas apresentou crescimento de 11,7% na frota média alugada e 12,0% na receita líquida, que somou mais de R\$ 1 bilhão.

Seguindo para o **slide 8**, mostramos os saldos de compra e venda de carros. No ano, mesmo tendo entregue crescimentos de volume, tanto em aluguel de carros, quanto em gestão de frotas, reduzimos a frota em 26 mil carros. O investimento em frota de 2020 atingiu R\$5,5 bilhões, e o resultado líquido da redução da frota foi de uma geração de R\$585 milhões. Já no trimestre, compramos 42.748 carros e, mesmo em um período de forte demanda de seminovos, reduzimos o ritmo de desativação, e vendemos 31.857, para viabilizar um aumento de quase de 11 mil carros no atual contexto de menor oferta de carros novos. Já fazendo referência ao que observamos atualmente nesse início de ano, destacamos que as montadoras estão trabalhando no



reestabelecimento dos níveis de produção e volumes de entrega, mas o contexto de restrição ainda permanece com a cadeia de suprimentos afetada pela pandemia.

No **Slide 9**, mostramos a rede de Seminovos. Em 2020, abrimos 7 novas lojas. No trimestre, limitamos o volume de carros vendidos ao reduzir o ritmo de desativação, trabalhando com um número menor de carros disponíveis para venda e priorizando, dessa forma, o aluguel de carros no período de alta temporada. Com isso, tivemos um volume de 31.857 carros vendidos, uma queda de 23%, parcialmente compensada pelo forte aumento no preço de venda, de 15,7% no trimestre, refletindo o aumento no preço dos carros novos. Fechamos o ano com 130 pontos de vendas e 135.490 carros vendidos.

No **Slide 10**, mostramos a frota de final de período, que foi reduzida em 9,6%, ficando acima de 292 mil carros, com redução de 9,2% na Divisão de Aluguel de Carros e 10,6% em Gestão de Frotas. A redução da frota de final de período, conforme já mencionado, foi compensada pela maior taxa de utilização dos carros, tendo a frota média alugada crescido, em ambas as divisões, no ano de 2020.

Passando para a **página 11**, vemos que a receita líquida consolidada do trimestre reduz 2,2% quando comparada ao 4T19. As receitas líquidas de aluguéis apresentaram aumento de 11,1% no trimestre, enquanto a do Seminovos caiu 10,9% pela redução no volume de vendas, parcialmente compensadas pelos maiores preços. No ano, a receita líquida consolidada apresentou crescimento de 1,1% quando comparada a 2019. Em 2020, as receitas líquidas de aluguéis apresentaram aumento de 5,3%, sendo 3,2% na Divisão de Aluguel de Carros, e 12,0% na Divisão de Gestão de Frotas. No Seminovos, a receita líquida reduz 1,6% quando comparada a 2019, devido à queda de 8,4% nos volumes de venda, compensada pela alta de 7,4% no preço médio dos carros vendidos.

Avançando para a **página 12**, o EBITDA consolidado teve ganho de 19,5% no 4T20 em relação ao mesmo período do ano anterior, resultado da margem mais elevada em seminovos e da expansão das receitas das divisões de negócio da Companhia. A margem EBITDA do RAC cai 4,3 pontos percentuais em comparação com a margem do 4º trimestre de 2019, considerando a mesma base, em função especialmente da recomposição dos salários da liderança, que haviam sido reduzidos no período que a companhia aderiu à MP 936, aumento nas provisões fiscais e para devedores de liquidação duvidosa e aumento nas provisões de participação nos resultados, em razão de um resultado anual melhor do que o previsto para o ano, em um contexto da pandemia.

A Gestão de frotas teve redução de 2,6 pontos percentuais da margem, em função especialmente da recomposição de salários e do provisionamento de participação nos resultados, conforme descrito para o RAC. Já o Seminovos apresentou uma margem de 10,1%, dando continuidade ao efeito do aumento substancial dos preços praticados na venda de Novos e Seminovos. O nível de preços mais altos deve manter um patamar de margem EBITDA Seminovos mais elevada ainda nos próximos trimestres, quando



estaremos desmobilizando veículos adquiridos a preços mais baixos. Em 2020, o EBITDA consolidado ficou perto da marca de R\$2,5 bilhões, apresentando um aumento de 11,5% quando comparado a 2019.

Na **página 13**, trazemos a evolução da depreciação. Como reflexo da expectativa de aumento nos preços de venda dos carros da frota, em consequência ao aumento generalizado dos preços praticados no mercado, no 4º trimestre vemos uma queda de 48% na depreciação do RAC em relação à depreciação contabilizada no 3º trimestre do ano passado, atingindo R\$ 612 por carro. No ano, a depreciação anual média por carro alcançou R\$1.707, queda de 11% quando comparada a 2019. Na Divisão de Gestão de Frotas a depreciação média anual por carro foi de R\$1.907 no 4º trimestre, 17,5% menor em relação à depreciação média do 3T20. Na comparação anual, houve uma queda de 44% na depreciação anual média por carro, sendo essa explicada principalmente pela mudança do método SOYD para linear, para cálculo da depreciação, além do aumento nos preços de venda.

Na **página 14**, podemos ver que o EBIT consolidado do 4T20 atingiu R\$645 milhões, representando crescimento de 56,6% em relação ao mesmo período do ano passado, devido ao aumento de 19,5% do EBITDA consolidado e à queda da depreciação de carros. A margem EBIT da divisão de Aluguel de Carros foi de 46,7%, um aumento de 14,6 pontos percentuais, em relação ao 4T19, especialmente em função da redução na depreciação e da margem de seminovos. Na divisão de Gestão de Frotas, a margem EBIT foi de 63,4%, representando um aumento de 15,1 pontos percentuais, em relação ao 4T19. Assim como no RAC, especialmente em função da redução na depreciação e da margem de seminovos.

Em 2020, a margem EBIT da divisão de Aluguel de Carros foi de 35,1%, apresentando aumento de 1,4 pontos percentuais, em relação a 2019. Na divisão de Gestão de Frotas, a margem EBIT foi de 66,4%, aumento de 17,3 pontos percentuais, na mesma comparação.

O lucro líquido do quarto trimestre, na **página 15**, cresceu 75,9% em comparação ao 4T19, alcançando R\$401,8 milhões. A expansão do lucro é explicada pelo crescimento do EBITDA, em aproximadamente R\$123 milhões, combinado à redução da depreciação em cerca de R\$114 milhões e das despesas financeiras em cerca de R\$47 milhões, parcialmente compensados pelo aumento dos tributos sobre o lucro, de aproximadamente R\$107 milhões.

Em 2020, a Companhia apresentou um lucro acumulado recorde de R\$1 bilhão, representando um crescimento de 25,7% em relação a 2019.

No **slide 16**, demonstramos a geração de caixa antes da redução da frota de R\$1,3 bilhão em 2020. A redução de cerca de 26 mil carros na frota gerou cerca de outros R\$1,2 bilhão, usados para a redução do saldo de contas a pagar a montadoras.



Como pode ser visto na **página 17**, houve uma importante geração de caixa vinda do aluguel, combinada a uma geração de caixa advinda da redução da frota, parcialmente compensadas pela redução do nível de contas a pagar, despesas com juros, recompra de ações e pagamento de proventos, resultando em uma redução da dívida líquida de cerca de R\$ 500 milhões no ano. Gostaria de retornar a palavra ao Rodrigo.

RODRIGO: Obrigado Nora. Vocês podem ver que, na **página 18**, que encerramos 2020 com um perfil de dívida adequado que contribui para retomarmos a trajetória de crescimento pós pandemia e posição de caixa de quase R\$ 4,0 bilhões. Continuamos com a gestão ativa do perfil da dívida.

No **slide 19**, podemos ver que o *ratio* Dívida Líquida/EBITDA fechou o ano em 2,5x, menor alavancagem desde 2016. Consideramos este um patamar confortável para expandir e financiar o crescimento sem necessidade de capital próprio no curto prazo, considerando nossa política de alavancagem e ambiente de juros baixos.

Para encerrar, gostaria de destacar a evolução do spread ROIC anual versus custo de dívida, que pode ser visto na **página 20**. Em 2020, ano que tivemos que enfrentar todos os contratemplos gerados pela pandemia, entregamos o *spread* nominal de 7,4 pontos percentuais, superior a 2019, gerando valor para o nosso acionista em um ano extremamente desafiador.

Mantemos o nosso objetivo de crescimento com rentabilidade e vamos alavancar as nossas vantagens competitivas para capturar as oportunidades de negócios e continuar desenvolvendo e expandindo o mercado de aluguel de carros no Brasil.

Antes de encerrar, na **página 21**, apresentamos nossos avanços em Sustentabilidade, com evolução nas três dimensões. Ficamos agora à disposição de vocês para responder às perguntas.

ÍNICIO SESSÃO PERGUNTAS E RESPOSTAS

OPERADORA: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem asterisco 1 (*1). Para retirar a pergunta da lista, digitem asterisco 2.

A primeira pergunta é de Alex Falcão, do HSBC.

ALEX: Bom dia, bom dia a todos. Eu tenho duas perguntas, na verdade. A primeira é em relação à dinâmica de carro usado. Eu queria só entender se o que está acontecendo é uma diminuição do *spread* entre novos e usados, e o fato de que, claro, também não tem carro novo no mercado e, eventualmente, quando você tiver esses



carros novos, esse *spread* deve voltar, ou, efetivamente, por conta de inflação, por conta de preço de *input* o preço de carros novos também subiu muito rápido, e essa dinâmica que a gente viu no 4º tri deve continuar pelo menos por um período relevante.

A segunda é em relação ao carro por assinatura. Eu queria que vocês falassem um pouco de qual é o tamanho desse *business* hoje, ou como é que estão as perspectivas, eu sei que vocês têm uma aposta relevante em relação a isso, alguns competidores já estão sendo um pouco mais vocais em relação a isso, eu queria saber se, eventualmente, a gente vai ter uma quebra dessa divisão específica pra começar a ajudar a modelar e, segundo, se vocês puderem dar um pouco de o que vocês esperam, alguns pontos da onde vocês acham que esse *business* vai estar nos próximos dois anos ou cinco anos pra ser interessante. Obrigado.

RODRIGO: Muito obrigado. Eu vou responder primeiro a parte aqui do *spread* dos carros novos e usados, e depois a Nora me complementa em relação à segunda pergunta. O que a gente tem visto não é uma compressão do *spread* do preço do carro novo pro líquido, que a gente consegue vender no carro usado. A gente está vendo aqui uma manutenção dos níveis históricos dessa diferença. O que aconteceu, de fato, é que o preço do carro novo tem subido, por questões desde câmbio, falta de insumos, aumento de repasse de preço nos insumos, e esses aumentos têm sido repassados no carro usado, numa proporção semelhante do carro novo, mas a gente não está vendo uma compressão desse *spread*.

NORA: E, Falcão, obrigada pelas perguntas. Em relação ao carro por assinatura, a gente lançou o Localiza Meoo em setembro, 22 de setembro do ano passado, e a gente entrou logo em seguida num contexto ali de restrição de oferta de carros novos, ali, dado a cadeia longa de insumo pras montadoras. Então é difícil ainda dar algum número muito claro sobre o *run rate* desse negócio, mas a gente está razoavelmente otimista com o produto, a percepção tem sido muito boa, e a demanda vem boa também. Em princípio, a gente não tem a expectativa de quebrar essa divisão em alguma subdivisão, como a gente não quebra os segmentos do RAC.

ALEX: E aí, se eu puder, só um *follow up* rapidinho, em relação à política de depreciação de vocês, vocês pretendem, quer dizer, dado tudo isso que está acontecendo, e o carro novo continuando subindo, vocês imaginam que vocês provavelmente devem diminuir a depreciação, dado essa dinâmica de preço de carros, ou a gente vai continuar tendo, eventualmente, essa depreciação na hora que você ajusta isso, aparentemente, era um cenário do ano passado, e agora, com esse cenário novo, se continuar assim, a gente deve continuar tendo queda.

RODRIGO: Olha, a questão da depreciação, a gente tem que avaliar as safras. Então, assim, os carros que foram comprados anteriormente à pandemia, que tinham aí um preço antes desse aumento do preço do novo, ainda a gente vê um contexto de carros provavelmente já depreciados ou com uma depreciação muito baixa. Os carros novos



que estão sendo incorporados na frota, já entram nos novos preços, e aí tem uma política de depreciação que a gente faz sempre, que é a expectativa de realização desse preço, que a expectativa é de voltar a níveis mais normalizados na compra desses novos carros. A composição da depreciação vai ter a interferência destas duas safras, de carros mais antigos e de carros que foram comprados recentemente.

NORA: E aí, Falcão, Se eu puder adicionar, nota que nós estamos num período de restrição de recebimento de carros, ou seja, a nossa frota, ela está ficando 100% depreciada, ou seja, a gente tem mais carros chegando próximos a zero de depreciação. Então, eu dividiria esse ano em duas partes. Na primeira parte, você vai ter uma depreciação mais baixa desses carros, como a gente mencionou e, à medida que a renovação da frota e a recomposição dos volumes de entrega aconteça, os carros novos chegam subindo a depreciação média. Então, ao longo do ano a gente vai ver um aumento dessa depreciação média. Mas já adiantando potencial pergunta, o EBITDA do Seminovos, ele só vai refletir isso numa segunda perna, porque, ao longo deste ano, a gente vai vender os carros que já estão ali 100% depreciados, e já têm ali margem positiva, então essa depreciação sobe ao longo do ano, mas a margem de EBITDA ainda permanece um pouco mais alta por um período um pouquinho mais longo, ao longo de 2021.

ALEX: Era exatamente essa a minha próxima pergunta. Tá ótimo, perfeito. Obrigado.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Lucas Barbosa, do Santander.

LUCAS: Bom dia Eugênio, Rodrigo e Nora, parabéns pelos resultados. Obrigado por pegarem a minha pergunta. A minha dúvida é relacionada a uma das perguntas que foi feita antes, sobre o recebimento de carro zero quilômetro. Eu imaginei que vocês já planejavam ter um recebimento de carros limitado no 1º tri, mas eu gostaria de entender como que vocês viram o nível de fato entregue nos dois primeiros meses deste ano, se foi em linha com a expectativa, se teve alguma surpresa positiva ou negativa, e quando vocês esperam que a situação normalize? Depois eu faço uma segunda pergunta. Obrigado.

RODRIGO: Obrigado. Então, a gente já tinha até antes sinalizado que a expectativa do 1º tri era um recebimento de carros mais reduzido, e o recebimento bem dentro da nossa expectativa, tem vindo dentro da nossa expectativa. Nós estamos esperando que, a partir do início do 2º trimestre, a recomposição na produção ajude a normalizar o suprimento de veículos.

LUCAS: Perfeito, Rodrigo, muito obrigado. Uma segunda pergunta sobre a idade média da frota de RAC, ela chegou a 11.6 meses no fim desse tri, eu gostaria de entender qual que é a estratégia para os próximos tris, se é possível rodar com uma idade média até um pouco mais esticada do que isso, se a Localiza já começa a vender um volume maior de carros, dado que o período de pico de demanda de lazer já vai ter passado?



NORA: Lucas, obrigado aí pelo *follow up*. O nosso negócio é alugar carro, não é vender carro. Então a gente vai priorizar o aluguel de carros e o aluguel de frotas, e se tiver dificuldade adicional de recebimento de carro, pode haver ali uma redução, um freio ali em volumes vendidos, o que a gente fez do 3º para o 4º trimestre, lembrando que no 3º a gente tinha vendido 45 mil carros, temos capacidade pra isso ou até mais, e nós freamos ali pra cerca de trinta e poucos mil carros no 4º trimestre. Então, a gente vai calibrando esse volume de venda pela demanda do aluguel, é o primeiro *input*, e depois pelo recebimento dos carros novos.

LUCAS: Perfeito, Nora, ficou muito claro. Obrigado e bom dia.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Rogério Araújo, do UBS.

ROGÉRIO: Olá, boa tarde Nora, Eugênio, Bruno. Bruno, boa sorte aí na nova função. Eu tenho duas aqui do meu lado. A primeira no *fleet rental*. Um dos seus competidores tem falado que... eles têm, na verdade, mostrado o fechamento de novos negócios, que está bastante superior ao aumento da frota, então eles estão acumulando bastantes veículos contratados, só esperando a chegada aí dos veículos das montadoras pra esses veículos entrarem na frota. Eu queria saber se isso também está acontecendo com a Localiza, se vocês têm fechado bastante contrato no *fleet rental*, mas a gente não tem visto isso nos resultados por conta aí do atraso das montadoras? Essa é a primeira. Obrigado.

NORA: Rogério, obrigada pela pergunta. Em momentos de crise, a nossa tese é que mais empresas viram pra terceirização, e elas vão *cashing* a própria frota e acabam virando clientes. Então a gente tem sentido, sim, demanda de aluguel pra gestão de frotas, mas num contexto de restrição de recebimento de carros. Tem também a avenida nova, que é o carro por assinatura, então a gente está confiante que a demanda segue firme, mas, enfim, não achamos que está nada fora do padrão usual.

ROGÉRIO: Perfeito, Nora, obrigado. A minha segunda pergunta é com relação à provisão de ICMS que foi feito. Primeiro pra vocês confirmarem o número, porque tem um ICMS de 49 milhões ali no *breakdown* de custo e despesa, mas acho que no texto tem 68, né? Qual que foi essa provisão? Se vocês puderem falar um pouco de qual é o período acumulado relativo a essa provisão, desde quando vocês estão trazendo isso, agora, provisionando isso de uma vez, e se vai ter efeito caixa, na visão de vocês, e também qual que é o impacto pra frente, imagino que tenha uma nova política de pagamento de ICMS, qual que é o impacto recorrente aí, nos próximos trimestres, por conta disso? Obrigado.

NORA: Rogério, a gente mencionou alguns efeitos extraordinários que impactaram as margens, tanto do aluguel de carros, quanto do aluguel de frotas, ao longo do 4º trimestre, e uma delas foram as provisões fiscais. Na nota 23 da ITR a gente mostra da abertura, e ela difere da nota 17, Rogério, porque tem uma parte que é contabilizada



acima do EBITDA, e uma parte que é contabilizada, que a correção dos valores vai pra baixo do EBITDA, ou seja, tem uma parte que é contabilizada como despesa financeira.

Então, você tem um impacto ali de 49 milhões no EBITDA, e a diferença dos 49 por 68 foram *bookados* como despesas financeiras. Isso diz respeito, principalmente, a discussões dos últimos 5 anos, provisionadas e, à medida que forem prescrevendo, a gente vai revertendo esses valores.

Ah, desculpa, faltou um pedaço. Você perguntou pra frente. Pra frente não vemos esse risco.

ROGÉRIO: Perfeito, ficou claríssimo, muito obrigado. Parabéns aí, viu, pelos resultados fortes.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Steven Trent, do Citibank.

STEVEN: Bom dia a todos. Muito obrigado pelo tempo. É Steve Trent. Em primeiro lugar, minhas condolências sobre Roberto Mendes, ele era uma pessoa maravilhosa. Duas perguntas, por favor. Uma, por que Maurício Teixeira saiu? Você poderia me lembrar por quanto tempo ele foi CFO, ele foi CFO 3 ou 4 anos, não? Se eu lembro corretamente.

NORA: Steve, obrigada pela menção ao Roberto. Sentindo falta aqui do Roberto. Em relação ao Maurício, Steve, uma pergunta que provavelmente vale fazer pra ele também, mas o Maurício esteve conosco por cerca de 4 anos, e é um executivo que a gente admira muito, respeita muito, e muito bem percebido pelo mercado, mas, por decisão pessoal, ele resolveu assumir um novo desafio, e foi anunciado como o CFO da Hapvida. Então, acho que é decisão pessoal, volta a base da família pra São Paulo e assume um projeto novo pela Hapvida, ali, com a perspectiva que ele achou que fazia sentido, mas foi uma decisão pessoal dele. Temos todo respeito e admiração pelo Maurício, e a nossa casa é a casa dele, as portas abertas aqui.

STEVEN: OK, muito obrigado, Nora. Só uma pergunta mais. Por que o *spread* entre o ROIC e o custo da dívida caiu do 3º e 4º trimestres, ou foi porque o capital investido aumentou?

NORA: Steve, quando a gente olha do 3º pro 4º trimestre de 2020, se eu entendi a pergunta, esse *spread*, ele vai ampliando. Só que existem algumas formas de reportar. No 3º trimestre, a gente reportou os nove meses anualizado, e a gente abriu o 3º trimestre anualizado. Esse *spread* do 3º trimestre anualizado deu 9,5%. No *report* do 4º trimestre, Steve, a gente reportou 2020 fechado, que é esse ROIC que você viu ali de 10,2%, com o *spread* de 7,4. Se a gente calcular o *spread* ROIC desse 4º trimestre anualizado, o nosso ROIC teria atingido 15,1%. Então, é mais porque vários concorrentes reportam de maneira diferente, então é pra gente tentar deixar comparável. O nosso ROIC em 2020 foi de 10,2%, com *spread* de 7,4 e o nosso ROIC no



4º trimestre, anualizado, teria sido de 15,1%, um *spread* ali de quase 12, 13 pontos percentuais.

STEVEN: Ok muito boa, muito obrigado pelo tempo, Nora.

NORA: A base de capital, Steve, me ocorreu que eu esqueci da última parte da pergunta, a base de capital, ela vem aumentando, porque o preço dos carros novos está subindo. Note que desde a desvalorização do câmbio, a gente viu um repasse de preços nos carros novos na ordem de uns 15%, e isso tem impactado o preço, obviamente, do carro que a gente compra, com um *tailwind* nos Seminovos, porque os Seminovos conseguem capturar esse aumento do Novo e faz um repasse parecido. Então, apesar da base de capital ter aumentado, a depreciação caiu, ou seja, o net, ele melhorou, e aí a gente foi vendo uma evolução do ROIC tri a tri ao longo de 2020.

STEVEN: Ok, entendi. Em parte foi uma interferência em contabilidade no período também. Muito obrigado.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Régis Cardoso, do Credit Suisse.

RÉGIS: Oi, pessoal, bom dia, obrigado por pegar minhas perguntas, parabéns pelos resultados. Em dois temas mais específicos de números e, se me permitir, também uma pergunta um pouco mais geral. Os específicos de números são os seguintes: os temas é margem, então na margem, em particular, lógico que tem mais de um assunto, quer dizer, pelo que a gente viu a redução de margem claramente foi uma questão de custos e despesas, dado que o preço subiu, e aí, nos custos e despesas, acho que a gente já comentou alguns, teve a provisão do ICMS, mas se vocês pudessem comentar também sobre a provisão do PLR, o quanto que isso impactou, se era recorrente ou não?

Eu queria entender, também, como é que vocês fizeram sobre a volta das pessoas por causa da NPO da Covid, eu queria entender se isso tem alguma concentração de custo, em particular, no 4º trimestre, ou se esse nível do 4º trimestre já deveria ter normalizado. E aí, mais dois efeitos, eu acho, na despesa, e um no custo. Na despesa tinha ainda uma despesa de marketing, parecia ter aumentado um bocadinho, e tinha também a despesa pontual da Hertz, e no custo a manutenção. Enfim, é uma pergunta longa porque eu queria enumerar os efeitos, mas no fundo eu quero entender o que aconteceu em custos e despesas pra pressionar a margem.

A outra pergunta mais específica é sobre a alíquota de imposto desse ano, me parece que tem uma questão sobre a depreciação dos carros em diferentes escalas e no IFRS e uma questão também do nível de pagamento de JCP, e a pergunta é se esse pagamento de JCP não poderia ter sido maior pra minorar a alíquota. Acho que podemos começar com essas.



RODRIGO: Obrigado, Régis. Deixa eu tentar aqui resumir um pouco os efeitos. Se a gente olhar aqui os efeitos que nós consideramos extraordinários no 4º trimestre, tem a TLR, obviamente, porque a expectativa não era atingir esse resultado. Uma vez que a gente passou a ter essa expectativa, nós fizemos esse ajuste. Também tivemos a recomposição salarial, você já falou das provisões, e comentando a parte do Hertz, a retirada da marca Hertz das nossas agências. Se eu combinar todos esses fatores, e posso falar que isso daria um impacto de 6,6 pontos percentuais na margem do Rent a Car e cerca de 2 pontos percentuais na margem aqui de frotas.

Então, assim, são gastos que nós consideramos, aqui, extraordinários, e que têm efeito relevante, sim, na margem, e por isso explica aí, pelo menos parcialmente um pouco dessa redução aqui que nós experimentamos. Quer falar um pouco, Nora, aí da alíquota?

NORA: Da alíquota de... Régis, acho que só pra lembrar, a gente tem a depreciação que a gente reporta, aqueles R\$600 por carro, e a gente tem a depreciação fiscal, que é usada pra pagar o imposto, que na verdade é 20%, que é linear em cinco anos. A grande razão aqui do efeito da alíquota do imposto de renda está relacionada ao JCP, e como a gente apurou lucros menores ao longo do ano, o pagamento de JCP, ele é apurado trimestralmente, então a gente acabou pagando menos JCP, além disso, o lucro tributável desse ano, ele cresceu com menor alavancagem. O PL foi crescendo ao longo do tempo, mas a gente com lucros um pouquinho mais reduzidos.

Então, nesse contexto, a gente Inclusive, a administração inclusive propôs pra aprovação em assembleia geral de acionistas o pagamento de 18 milhões em dividendos pra completar o mínimo mandatório de 25%. Então a gente teve, sim, esse efeito na alíquota, mas a gente não espera esse impacto pra frente não, teve o efeito da volatilidade dos lucros aqui, especialmente no 2º trimestre do ano de 2020, em função da pandemia.

RÉGIS: Obrigado, Nora, Rodrigo, e se me permitir só um *follow up* ainda na questão dos custos, duas linhas de despesa, na realidade, que parecem que são voláteis no 4º tri, se puder comentar a manutenção, desculpa, marketing e PDD, e a manutenção também, queria entender se esses níveis do 4º tri são níveis recorrentes.

E aí, um outro tema diferente, é o seguinte: eu entendo que duas avenidas de crescimento muito grandes pra frente é o carro por assinatura que a gente já comentou um pouquinho e a segunda era motorista de aplicativo. Eu queria entender o seguinte, se o Localiza 2.0 tem ajudado vocês a aumentar a penetração, inclusive num pool, quer dizer, num horizonte maior, num escopo maior de motorista, sob a ótica de perfil e crédito, se esse produto novo ajuda a mitigar o risco de crédito?

NORA: Régis, obrigada pela pergunta. Acho que um pouco do aumento de marketing é explicado pela alta temporada, então mais pessoa física, e pelas vendas de Seminovos a varejo, num contexto também que a gente freia um pouco venda, a gente foi mais



seletivos nos canais de venda e no segmento de aluguel, mas são canais que capturam uma tarifa média mais alta, mas você precisa de um esforço de marketing em cima disso.

A PDD, Régis, ela foi mais alta ano contra ano, ou seja, no 4º trimestre de 20, em relação ao 4º trimestre de 2019, mas ela já mostra a tendência de queda. O pico aconteceu ali no 3º trimestre, 90 dias depois do, entre aspas, pior efeito da pandemia pra Companhia, e você ainda tem o efeito de arrasto nisso, mas ela já vem menor no 4º tri em relação ao 3º tri, então a gente acha que vai continuar essa normalização, e ela volta pros níveis muito baixos, históricos, da Companhia. Não tem evidência de que ela permaneça alta, pelo contrário, com a pandemia passando, enfim, a gente acha que ela poderia voltar pra patamares mais normalizados.

Você falou de carro por assinatura e depois você falou do motorista de aplicativo. Deixa eu começar pelo motorista de aplicativo, e depois eu entendo qual que era a pergunta no Meoo. Em relação às melhoras incrementais no produto, a gente vem fazendo isso ao longo do tempo, então, o aplicativo de motorista, a gente vem adicionando novos *features* nele e a gente acha que vai conseguir melhor granularidade, melhor inadimplência, enfim, a gente acha que tem benefícios em função dessas aplicações inseridas no próprio aplicativo.

Dito isso, Régis, a gente está num contexto de restrição de carro, então não dá pra dizer ainda que tem uma mudança relevante no relativo, mas acho que deve ser vantagem competitiva pra Localiza, à medida que a gente vai implantando isso. E isso a gente mede pelo NPS, tá? Então, a gente tem algumas medidas aqui de satisfação dos nossos clientes de forma geral e a gente quebra por segmento e quebra inclusive por itens ali, por *touch points* do cliente conosco.

A pergunta de carro por assinatura, Régis, eu me perdi, peço que repita, por favor.

RÉGIS: Na realidade não era nem uma pergunta específica sobre carro de aplicativo, desculpa, pelo carro de assinatura, porque acho que já discutimos. Era mais geral, assim, eu queria entender se vocês concordam que, ou veem como avenida de crescimento, os dois maiores mercados, digamos, que pode aumentar muito a penetração, mercados que podem crescer muito se são esses dois, com aumento do escopo de motoristas interessados, na medida em que você não precise exigir cartão de crédito, apresentam, aumentar o escopo do motorista de aplicativo e a outra era o carro de assinatura, se é um mercado que compete com venda de carro novo.

NORA: Obrigada, Régis. A gente vê o mercado de aluguel de carros com baixa barreira de entrada e muito crescimento, Régis, então eu não limitaria as oportunidades de crescimento ao carro por assinatura e ao carro por aplicativo. A gente tem baixa penetração no segmento de pessoa física, mesmo no segmento de corporativo existe uma migração de aluguel, da propriedade do carro pro aluguel, então a gente vê ainda



bastante avenida de crescimento nos mais diversos segmentos em que a Companhia opera. Eu não assumiria que esses dois são necessariamente os maiores *drivers* não.

RÉGIS: Tá ótimo, obrigado.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Júlia Toledo, do Citibank.

JÚLIA: Olá, boa tarde, gostaria de parabenizá-los pelos resultados. E a minha pergunta é se vocês preveem algum impacto com relação à saída da Ford aqui do Brasil?

RODRIGO: Obrigado, Júlia. Claro que a gente lamenta a saída da Ford no Brasil, uma empresa centenária, que gerava aqui impacto com empregos, então, assim, realmente é uma notícia ruim não só pro mercado automotivo, pras locadoras, mas acho que pro país. Em relação ao impacto, a gente considera que é um impacto limitado. Ele já tinha uma participação muito pequena, relativamente limitada no mercado, de cerca de 7%, e, dada a capacidade ociosa que a indústria tem, do parque instalado, esse volume deve ser absorvido sem maiores dificuldades pelos outros *players* remanescentes aqui no país.

JÚLIA: Tá ótimo, obrigada.

OPERADORA: A próxima pergunta é de Victor Mizusaki, do Bradesco BBI.

VICTOR: Oi, boa tarde, parabéns pelos resultados. Eu tenho duas perguntas. A primeira, Rodrigo, quando a gente vai olhar o slide que fala um pouco de alavancagem e perfil da dívida, a Localiza tem uma posição ali bem confortável. Eu queria entender se de repente faz sentido, de repente a Localiza usar um pouco dessa flexibilidade pra tentar negociar, de repente, a parte de *working capital*, acelerar um pagamento, alguma coisa assim, pra acelerar a entrega de carro. E a segunda pergunta, um pouco sobre o processo de sucessão, dado que a negociação da fusão entre Localiza e Unidas, por que fazer agora e não depois da fusão? Obrigado.

RODRIGO: Sobre a primeira pergunta, aqui com o chapéu de carros também, a gente usa de todas as alavancas numa negociação com as montadoras, então a gente sempre olha aqui a negociação de uma forma bem holística, e se forem necessário usarem alavancas que nos permitam melhores condições de competitividade pra aquisição de carros, a gente vai usar elas e não só limitadas nessa questão aqui da liquidez. Então, a gente olha sempre a negociação de uma forma bem mais completa aqui e vamos usar tudo que puder dentro do nosso arsenal, pra continuar com a garantia, aqui, de maior competitividade no fornecimento de carros. Sobre a sucessão, o Eugênio pode conversar, pode responder.

EUGÊNIO: Bom dia, Victor. Obrigado pela pergunta. A Localiza preparou um processo de seleção bem estruturado, bem organizado, o Bruno já é o CEO da Companhia já há um bom tempo, já está por dentro de todos os negócios. A Companhia continua agindo como se fosse uma empresa independente, nós não vamos ficar amarrados às



decisões de futuro de outras instâncias. É um processo que estava para acontecer e o momento, agora, é muito adequado, até porque eu também continuo na Companhia, como *Chairman*, o Oscar que é o atual *Chairman* continua na Companhia como Vice-Presidente do Conselho, então, assim, não tem descontinuidade, não havia motivo por que não fazer algo que já estava absolutamente maduro pra acontecer.

VICTOR: Ótimo, obrigado.

NORA: Bom, a gente tem uma pergunta aqui pelo *chat*, eu vou ler, do Rodrigo Faria. Rodrigo, obrigada pela pergunta. Boa tarde Eugênio, Rodrigo e Nora, parabéns pela execução em um ano tão desafiador. Tenho duas perguntas, por favor. Poderiam comentar um pouco sobre como foi a estratégia e a execução de priorização dos segmentos no RAC e o quanto isso ajudou a forte tarifa do 4º trimestre? As tarifas praticadas estão oferecendo um *yield* alinhado com o aumento do preço dos carros zero, ou a alta demanda e a priorização de segmentos permitiram alavancar um *yield* ainda melhor? Obrigada.

Rodrigo, obrigada pela pergunta, a gente aproveitou a alta temporada de férias de verão no Brasil, outubro, novembro, dezembro, janeiro, e a gente acabou, dado o contexto de restrição de oferta de carros novos, a gente foi seletivo aqui no *mix* de segmentos, pra compensar um pouquinho essa falta de carros, entre aspas. Então, a Companhia operou com uma taxa de utilização acima da que ela opera usualmente, batendo ali 84,5%, e a gente acabou aumentando o peso do *mix* de pessoa física, que é um *mix* que usualmente aluga mais no período de férias de verão.

Dito isso, o *mix*, em relação ao ano de 2019, ele ainda está tendendo um pouco mais pra segmentos de tarifas de mais longo prazo e tarifas menores, ou seja, o *mix* não explica todo o ganho de *yield*, pelo contrário, o *yield* foi uma precificação seletiva aqui e a escassez de frota. E aí, uma parte, obviamente, desse aumento ajuda a compensar esse aumento no preço dos carros, mas a gente ainda tem que ver o quê que viria de aumento ao longo de 2021, dado o contexto de repasse de aço, enfim, a gente ainda está num contexto de escassez de oferta, e a cadeia de produção retomando.

Bom, temos uma segunda pergunta aqui, que é o seguinte: com o aumento da idade média da frota no RAC, vocês acham que isso tem impacto no nível de serviço, e uma redução das tarifas do RAC para compensar isso?

A Companhia é absolutamente cuidadosa com a percepção de qualidade de serviço do nosso cliente, então é óbvio que tem o envelhecimento da frota, mas a gente faz as manutenções e prepara o carro, e estamos num contexto de escassez de oferta, então a gente vai precificar de acordo com isso, agora, notem que 1º trimestre acaba o pico de férias de verão, e aí usualmente, historicamente, tem uma retomada ali de peso relativo dos segmentos de mais longo prazo. Isso pode ter algum reflexo na tarifa média, vamos ver ao longo do trimestre.



A pergunta anterior tinha sido do Roman. Obrigado Roman.

A seguinte é do Bruno de Oliveira. Bom dia a todos. Vocês poderiam detalhar melhor a questão da entrega de veículos novos pelas montadoras? No ano passado houve atrasos nas entregas? E gostaria de saber se esse *gap* foi normalizado ou se isso já está próximo de acontecer?

RODRIGO: No ano passado, teve a restrição de oferta, principalmente ali no 4º trimestre. Como falamos, essa restrição ainda continua no 1º trimestre. Em relação aos volumes que tinham sido ofertados no 4º trimestre, esses volumes já foram entregues agora em 2021, são novos volumes que são negociados. Ainda existem muitas incertezas. Evidentemente, a gente está esperando que, no 2º trimestre, uma normalização gradual começa a ocorrer, mas ainda existem incertezas, principalmente no fornecimento da parte de semicondutores. Então, a gente, mais uma vez, a nossa expectativa é de uma normalização a partir do início do 2º trimestre, mas, evidentemente, ainda existem algumas incertezas que a gente não consegue ter a precisão exata.

NORA: Bom, temos uma última aqui pelo *chat*, em relação às iniciativas de ASG. Quais são os planos para 2021 para continuar com essa incrível *performance* ambiental, social e de governança?

Lúcio, obrigado aí pelo elogio e pela pergunta. A gente vai continuar tendo a intenção de avançar em todas as frentes relacionadas às questões de sustentabilidade. A Companhia sempre teve a percepção ali do mercado de um “G” muito forte, a governança da Companhia sempre foi muito bem percebida, e nos últimos três anos a gente tem feito um esforço relevante, também, do lado social e ambiental, e vamos continuar seguindo essa tendência aqui de evolução.

OPERADORA: Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas basta digitar *1.

Temos uma pergunta, em inglês, do senhor Nathan Churchill, do American Century.

NATHAN: *I was wondering if you could help us understand how we should be thinking about the margins, in RAC in particular, in the context of the extra cost that you just had this quarter. So, if there were some 600 basis points of added cost, should we anticipate that any of that carries into 2021?*

NORA: Bom, obrigada pela pergunta. Eu imagino que ela tenha sido traduzida, então eu já vou direto pra resposta. Esses são custos extraordinários, a gente entende como não recorrentes, que não deveriam afetar o ano de 2021, agora é claro que, ao longo do ano, podem aparecer outras despesas e custos que a gente não tenha planejado, mas esses específicos que afetaram o 4º trimestre em 2020, a gente não espera que tenham efeitos em 2020/21.



NATHAN: *Thank you.*

NORA: Bom, temos uma outra pergunta aqui no *chat*. Como ficará a atuação no Eugênio no dia a dia da empresa com essa modificação?

EUGÊNIO: Obrigado pela pergunta. Eu vou atuar como *Executive Chairman*, ou seja, um *Chairman* com dedicação integral à Companhia, então vou estar cuidando dos planos de futuro, vou estar apoiando o CEO, vou estar pensando nas opções estratégicas da Companhia, cuidando fortemente da governança, da parte de ESG, e também vou ser o *coach* do CEO, enquanto ele está assumindo a posição, e também vou cuidar da parte mais institucional da Companhia, frente à associação de classe, cuidar dos problemas institucionais da indústria. Vou estar cuidando também do *deal* com a Unidas, no processo do Cade, então eu vou estar fora do operacional, mas muito envolvido na parte estratégica e institucional da Companhia, suportando o CEO e garantindo que o padrão de governança e a parte de cultura e de investimento no ESG estejam coerentes com a nossa proposta e o nosso propósito.

ENCERRAMENTO

OPERADORA: Para encerrar a sessão de perguntas e respostas, devolvo a palavra ao senhor Rodrigo Tavares.

RODRIGO: Muito obrigado pela presença de todos. Nosso time de RI estará à disposição para esclarecimentos adicionais. Um ótimo dia a todos!

OPERADORA: A teleconferência da Localiza Rent a Car está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham uma boa tarde!