



Divulgação 2T21 Localiza Rent a Car 30 julho de 2021

[Anna Branco]: Boa tarde, e sejam bem-vindos ao webinar da Localiza Rent a Car, referente aos resultados do segundo trimestre de 2021. Estão presentes conosco os senhores Rodrigo Tavares, CFO, e Nora Lanari, diretora de relações com investidores. *For those who need translation the tool is available in the platform. Please click on the interpretation button, use the globe icon on the bottom of the screen and choose your language of preference. And you may also to mute or unmute the original audio by clicking the unmute original audio button.*

Informamos que esse webinar está sendo gravado e será disponibilizado em **ri.localiza.com**, onde se encontra disponível o material completo da nossa divulgação de resultados. É possível fazer download da apresentação também no ícone de chat. Na seção de perguntas e respostas para analistas e investidores, orientamos que sinalize o seu interesse em participar, via ícone de Q&A, que se encontra 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 participantes via telefone, disque *9 e assim que a sua pergunta for anunciada, disque *6 para ativar e depois silenciar o áudio. Para enviar perguntas por escrito, utilize o ícone de Q&A que se encontra no botão inferior de suas telas e preencha [o formulário] 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 informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho, elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições de mercado e outros fatores operacionais podem afetar o desempenho futuro da companhia e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Agora passarei a palavra a Rodrigo, CFO da companhia, para começar a apresentação.

[Rodrigo Tavares] Boa tarde a todos. Bem-vindos ao webinar de resultados da Localiza.

Passado um ano do início da pandemia, em retrospectiva, vemos que a crise nos trouxe aprendizados importantes: aceleramos nosso processo de internalização de tecnologia, estamos ampliando nossas competências em telemetria e já ultrapassamos a marca de 100.000 (cem mil) carros monitorados. Essas competências abrirão caminho para o aumento de eficiência e lançamento de novas soluções. Estamos avançando em frente de carro por assinatura e do carro para motoristas de aplicativo. O **Localiza Meo** já revela um processo bastante maduro, entregando uma ótima experiência aos nossos clientes e confirmando o potencial desse mercado de carros por assinatura. Além disso, o lançamento do **Zarp** nos coloca ainda mais próximos dos motoristas de aplicativo e nos deixa mais preparados para atender suas demandas, potencializando as oportunidades do segmento. Continuamos confiantes nas avenidas de crescimento tanto no nosso *core business* quanto no ecossistema. Neste trimestre, fomos hábeis em manter elevado nível de retorno sobre o capital investido, a despeito dos desafios impostos pela segunda onda da pandemia em nossos volumes de aluguel de carro e

pelo baixo nível de produção de veículos no país. Ao longo do trimestre, sentimos a retomada gradual do volume e acreditamos na aceleração do processo de vacinação como um potencial catalisador da demanda por aluguel de carros em todos os nossos segmentos, para os próximos trimestres. Estamos confiantes na retomada, mas entendemos os desafios de curto prazo e reforçamos o nosso compromisso com a austeridade na alocação de capital. Os carros adquiridos nesse ciclo terão impacto relevante no nível de retorno futuro, sendo assim, temos tido a disciplina que o momento exige para garantir a sustentabilidade dos nossos resultados. Por essa razão, temos conseguido manter níveis de depreciação nas mínimas históricas. Além disso, o custo de reposição e o valor residual dos nossos ativos permanecem abaixo das referências de mercado. Estamos focados em otimizar o retorno por quilômetro rodado, com a perspectiva de continuidade na restrição de suprimento de carros, estamos sendo muito cautelosos com a disponibilização e quilometragem da nossa frota, de forma a conseguir alongar a sua vida útil, permitindo manter o volume de renovação mais baixo, até que a indústria normalize o seu fornecimento. Com a maior quilometragem da frota, há um cuidado redobrado com a manutenção dos carros para manter o nível de segurança e qualidade, visando minimizar o possível impacto na experiência de nossos clientes. O aumento do custo de manutenção tem pacto temporário nas margens do aluguel. Para compensá-lo, temos buscado maior eficiência na venda, aproveitando o ambiente de alta demanda por carros. Estamos cientes dos nossos *trade-offs* de curto prazo e certos de que estamos tomando as decisões com visão de longo prazo, buscando crescimento com geração de valor.

Seguindo pelo nosso webcast, na página 2, podemos ver os destaques do trimestre. Considerando um forte impacto da pandemia no segundo trimestre do ano passado, trouxemos também o comparativo com a base do segundo trimestre de 2019. No segundo trimestre, trouxemos crescimento de 94% nas receitas de aluguel de carros, ante o mesmo período do ano anterior. Se comparado com o segundo trimestre 19, temos receita 24,3% superior, mesmo com a segunda onda impactando esse trimestre. No segundo trimestre, a taxa de utilização da divisão alcança 75,9%, e a diária média chega a R\$ 82,5, refletindo nossa estratégia de precificação e o mix de segmentos. A receita de divisão de gestão de frotas vem acelerando sequencialmente e na comparação anual apresenta crescimento de 13,1%, contra o segundo trimestre 2020, devido ao efeito combinado de volume e preços.

Na página 3, mostramos destaques financeiros do segundo trimestre. Em comparação com o mesmo período do ano passado, a receita líquida cresceu 71,7%. Ao compararmos esses resultados com os do segundo trimestre de 19, vemos um crescimento de 13,2%. O EBITDA cresce, ano contra ano, 77%, e 54% se comparado ao 2º trimestre de 19. O EBIT, ajudado pela depreciação menor, avança 208,3% em relação ao mesmo período de 2020 e 96,9%, se comparado ao 2º trimestre de 2019. Por fim, vemos o avanço de 398,2% no lucro líquido do trimestre e 135,6%, se comparado com 2019. Para apresentar maiores detalhes do resultado, passo a palavra para a nossa diretora de Relação com Investidores, Nora Lanari.

[Nora Lanari] Boa tarde a todos. Começando pela divisão de aluguel de carros, como podem ver na página 4, no segundo trimestre, o número de diárias apresentou aumento de 26,3% e a receita cresceu 94% em relação ao mesmo período do ano anterior. O impacto da segunda onda foi relevante nos volumes e preços do segundo trimestre do ano passado, impactando a base comparativa. Quando comparado ao segundo trimestre de 2019, o número de diárias apresenta crescimento de 16,4% e a receita sobe 24,3%. Ao longo desse trimestre, vimos os volumes retomando a trajetória de crescimento e estamos confiantes nas avenidas de crescimento.

Na página 5, mostramos o resultado da gestão eficiente dos preços e mix nos segmentos que resultou em uma diária média de R\$ 82,5, em taxa de utilização acima dos 75%, mesmo no contexto da segunda onda. Além disso, é importante destacar que a partir de maio, como prática usual de mercado, passamos a oferecer a proteção do casco, diretamente aos nossos clientes, com impacto positivo na diária média.

Na página 6, mostramos que a rede de agências próprias foi ampliada em 24 nos últimos 12 meses, passando de 429 agências para 453, sendo 11 dessas no último trimestre, o que reforça a nossa confiança nas oportunidades de crescimento. A companhia vem-se preparando para retomada e aceleração dos volumes à medida que a entrega de carros retome patamares mais robustos.

Passando para página 7, na divisão de gestão de frotas, vemos a frota média alugada, aumentando 8,8% e a receita líquida aumentando 13,1% em relação ao segundo trimestre do ano passado. Nessa comparação, a diária tem aumento de 5,9%, refletindo a precificação dos novos contratos, em um contexto de aumento do preço dos carros novos. Estamos animados com o que temos observado na demanda e resultados do **Localiza Meoo**. O número de pedidos em carteira segue aumentando, mas ainda estamos sendo impactados pelo cenário de restrição de produção e entrega de carros novos.

Seguindo para página 8 mostramos o saldo de compra e venda de carros. No trimestre, ainda com a oferta restrita, vendemos 26.643 carros e compramos 28.653, um acréscimo de cerca de 2000 carros e investimento líquido de R\$ 329,2 milhões de reais. Nosso preço médio de compra foi de R\$ 62.600 em comparação ao preço de venda de R\$ 55.200, resultando em um esforço de reposição de R\$ 7.500 por carro, mostrando a importância em se manter a disciplina na compra de carros.

Na página 9, mostramos a rede de seminovos. No final do segundo trimestre de 2021, tínhamos 132 pontos de vendas e tivemos 26.643 carros vendidos, um acréscimo de 35% no volume vendido, na comparação com o mesmo período do ano anterior que a havia sido afetado pela primeira onda da pandemia e as restrições mais severas de mobilidade. O preço médio praticado foi de R\$ 55.200 por carro, 31,3% superior aos preços praticados no mesmo período do ano anterior. Estes aumentos de preços refletem o contexto do forte aumento do preço do carro zero, que conseguimos capturar em nossas desativações.

Na página 10, mostramos a frota no final de período do segundo trimestre em comparação ao final do ano passado. No aluguel de carros encerramos o trimestre com uma frota de cerca de 208.500 carros, uma redução de 3,6%. A queda da frota de final de período reflete o menor número de carros em ativação e desativação, além do menor número de veículos disponíveis para venda. Em gestão de frotas vemos a expansão sequencial da frota de final de período em 6,8%.

Passando para página 11, vemos que a receita líquida consolidada no trimestre cresceu 71,7% na comparação anual, e 17,2%, quando comparado ao segundo trimestre de 2019. Em comparação ao segundo trimestre do ano passado, as receitas líquidas de aluguel apresentaram aumento de 65,5%, enquanto a dos seminovos subiu 77,2%, impactada pelo preço de venda, que reflete os aumentos do preço dos carros zero.

Avançando para página 12, vemos que o EBITDA reflete o crescimento da receita e avança 77% no 2º semestre de 2021, em relação ao mesmo período do ano anterior, mas com uma composição diferente. No contexto de menores níveis de recebimento de carros novos e envelhecimento da frota, a margem de aluguel de carros permanece impactada, entretanto, esse impacto é mais do que compensado pelo avanço nas

margens de carros novos. Como resultado, a margem EBITDA consolidada permanece em patamar elevado de 62,7%. Dando um pouco mais de detalhe, a margem EBITDA do RAC foi de 38,6% neste trimestre. Como a margem do 2º tri do ano passado foi positivamente impactada pela reversão dos créditos de PIS e COFINS, que ajudou a margem daquele trimestre em 21,7 pontos percentuais, trouxemos também a comparação sequencial. Em relação ao primeiro trimestre deste ano, a margem cede 4,3 pontos percentuais. Há um efeito em margem associada à queda de volume, reflexo da segunda onda da pandemia, ainda não acompanhada por uma redução de custos. As principais linhas impactadas são a de pessoal e de manutenção. A primeira, explicada pela ampliação de mais de 11 agências no trimestre, reforçando nossa confiança com a retomada do crescimento. E a segunda, explicada pelo aumento nos custos de mobilização de frotas com mais carros comprados nessa divisão, em comparação ao trimestre anterior, e a continuidade do envelhecimento da frota. Além disso, ao passarmos a oferecer a proteção de cascos, diretamente pela companhia para o cliente, temos um efeito dilutivo em margem, pelo menos em um primeiro momento, pelo aumento das receitas com contrapartida nos custos associados aos sinistros. À medida que a gestão dos sinistros passa a ser feita pela companhia, acreditamos que teremos efeito positivo na rentabilidade. Na comparação sequencial, a divisão de gestão de frotas teve ampliação de 2,3 pontos percentuais na margem em função, especialmente, de um recuo nos gastos com a manutenção por menor custo de mobilização de frotas, e do efeito dilutivo do crescimento dos volumes e receitas nos custos associados à estruturação e lançamento do **Localiza Meoo**, como mencionado sobre o trimestre anterior. Os seminovos apresentaram uma margem de 14,6% superior à do último trimestre reportado, mesmo com a redução dos volumes vendidos que impactam na diluição dos custos fixos. Com a forte alta de preço dos carros zero nos últimos trimestres é natural esperar que essa margem mais elevada continue repetindo até que os carros adquiridos antes da alta de preços sejam desativados e vendidos.

Na página 13, vemos que no RAC a depreciação média analisada, por carro, se manteve em patamares baixos no trimestre, em R\$ 603. Na divisão de gestão de frotas, a depreciação média anual por carro foi de R\$ 990, 29% inferior à depreciação do trimestre anterior. A depreciação em patamares baixos nas duas divisões de negócios é resultado do aumento dos carros novos e consequente reflexo no preço de venda de seminovos.

Na página 14, podemos ver que o EBIT consolidado no segundo trimestre de 21 atingiu 673,3 milhões de reais, representando crescimento de 208,3% em relação ao mesmo período do ano passado e 96,9% superior ao mesmo período de 2019. Aqui também, faremos a comparação sequencial, em razão da base fraca de comparação do segundo trimestre de 2020. A margem EBIT da divisão de aluguel de carros foi de 49,1%, representando redução de 4,2 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre de 21. Explicada pelos efeitos que impactaram o EBITDA já que a depreciação de carros e o resultado de seminovos permaneceram praticamente estáveis na comparação trimestral. Na divisão de gestão de frotas, a margem EBIT foi de 73,2%, aumento de 6,7 pontos percentuais em relação ao primeiro trimestre de 21. Explicada pelos avanços no EBITDA, somada à redução da depreciação e maior margem na venda de carros dessa divisão.

O lucro líquido do trimestre, na página 15, cresceu 398,2% em comparação ao segundo trimestre de 2020 e 135,6% quando comparado ao lucro do segundo trimestre de 2019. Na comparação em relação ao primeiro trimestre deste ano, a redução de cerca de R\$ 34 milhões no lucro é explicada principalmente pelo efeito da segunda onda e menor volume de venda de carros, além da maior despesa financeira.

Na página 16, demonstramos um consumo de caixa de 303,2 dois milhões no semestre, explicado pela redução de 547,1 milhões na conta de montadoras.

Como pode ser visto na página 17, a dívida líquida no semestre aumentou 484,1 milhões, impactada, principalmente, pela redução “no contas a pagar” à montadoras, e encerrou o trimestre em R\$ 6,6 bilhões.

Vocês podem ver na página 18 que encerramos o trimestre com perfil de dívida e posição de caixa robustos, incluindo a emissão de R\$ 1,2 bilhão em debêntures, com vencimento final em 10 anos, e taxa de CDI mais 1.99%. Dessa forma, encerramos o trimestre com R\$ 4,1 bilhões em caixa, montante que nos dá munção para financiar o crescimento ao longo dos próximos trimestres à medida que a produção de veículos comece a se normalizar. No slide 19, podemos ver que o ratio da dívida líquida EBITDA nos últimos 12 meses fechou em 2,2 vezes. Um patamar que nos dá tranquilidade para financiar o crescimento de curto prazo, com capital de terceiros. Gostaria agora de retornar a palavra ao Rodrigo, para apresentar nosso ROIC spread.

[Rodrigo Tavares] Obrigado, Nora. Na página 20, apresentamos a evolução do spread ROIC versus custo da dívida. No segundo trimestre de 21, considerando os últimos 12 meses, apesar das adversidades, vemos um avanço do nosso spread, que atingiu 11,7 pontos percentuais. Reforçamos que, apesar do elevado nível de retorno de curto prazo, o contexto atual ressalta a importância da tomada de decisão, pensando no ciclo completo de aluguel, partindo da captação, passando pela alocação de capital em forma eficiente, pela geração de caixa do aluguel e recuperação do valor residual. Somente a partir da adequada combinação dessas etapas é possível gerar valor, por isso mantemos a nossa austeridade na alocação de capital, certos de que estamos tomando as decisões com visão de longo prazo, buscando crescimento com geração de valor.

Para encerrar, na página 21, falamos de sustentabilidade. No segundo trimestre de 21, impulsionados pela evolução do propósito da companhia que passa a ser “com você, construindo o futuro da mobilidade sustentável”, seguimos avançando em nossa estratégia ESG, divulgamos o terceiro relatório de sustentabilidade, no formato GRI e com indicadores SASB, fizemos o lançamento do Instituto Localiza, para gerenciar um investimento social privado e aceleramos nosso programa de diversidade e inclusão, com adesão ao fórum de empresas com refugiados da ONU, recebemos um importante destaque no ranking ESG da *Money Times*. Alinhada à estratégia dos nossos negócios e à expectativa dos nossos *stakeholders*, atualizamos a nossa matriz de materialidade, trazendo dos temas centrais que irão orientar as nossas ações no curto, médio e longo prazos. Ficamos agora à disposição de vocês para responder às perguntas.

[Anna Branco] Lembramos que, para 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 participantes via telefone, disque *9 e, assim que a sua pergunta foi anunciada, disque *6 para ativar e depois silenciar o áudio. Para enviar perguntas por escrito, utilize o ícone de Q&A no botão inferior de suas telas e preencha [o cadastro] com seu nome e instituição, antes de escrever a pergunta.

[Nora Lanari] Recebemos aqui uma pergunta escrita de Rogério Araújo da UBS. Rogério, obrigada pela pergunta. Vou ler aqui. “Obrigado pelo call. Qual a razão pela qual a Localiza tem recebido menos carros que os pares em bases relativas. Está relacionado ao preço dos veículos? Se for o caso, a companhia não poderia comprar carros mais caros e repassar o preço, sobretudo no segmento de GTF? Quais as perspectivas para a entrega de veículos normalizar em termos de *timing* e magnitude?”. Muito obrigada.

[Rodrigo Tavares] Obrigado Rogério. O primeiro ponto tem algumas razões. Acho que o volume de produção [falha no áudio]. Agora, a questão de comprar carros mais caros afeta demais aqui a perspectiva de retorno futuro. A gente tem falado que nosso compromisso é um retorno sustentável para os próximos anos, então, o repasse de (preço) aqui [falha no áudio]. Tem casos aqui, realmente, que os carros não seriam viáveis, dadas as condições atuais, seja no *Rent a Car* seja na *GTF*, tendo em vista isso, as nossas [falha no áudio] e que provavelmente no segundo trimestre no segundo semestre do ano que vem é que teremos a normalização plena do fornecimento.

[Nora Lanari] Rogério, obrigada pela pergunta. Só para adicionar algo ao comentário do Rodrigo, a gente vê níveis de preços muito diferentes de carros que são comparáveis. Também, isso impacta obviamente na precificação desses modelos. *GTF* é um segmento bastante competitivo, então a gente é muito disciplinado aqui, na alocação desse capital, como o Rodrigo bem mencionou.

[Nora Lanari] Temos a pergunta seguinte do Régis Cardoso, Credit Suisse. Régis, vamos abrir seu microfone para que faça a pergunta, por favor.

[Régis] Obrigado Nora, Rodrigo, obrigado pela oportunidade das perguntas. Eu queria discutir - bom, tem esse tema de frota que eu acho que já se tocou na pergunta anterior - a minha questão nesse tema é o seguinte, quanto tempo vocês acreditam que essa situação se normalizaria, ou seja, a partir de que momento vocês acreditam que não tem mais o crescimento limitado por disponibilidade de carros. Que precisa acontecer? E aí talvez, em particular se o segundo trimestre agora teve algum efeito, em particular, por exemplo, da parada da Volks ou alguma coisa que os diferencia muito dos peers. Um outro tema que eu queria explorar com vocês é sobre o seguinte: esse segundo trimestre agora foi provavelmente um tri muito favorável para a *GTF*, por outro lado, o *RAC* sofreu mais por causa da segunda onda lá no começo do trimestre, e aí, acho que a *Localiza* é mais exposta a esse segmento de *RAC* do que os pares. Eu queria, talvez - se vocês conseguissem comentar um pouco nesse relativo - queria entender um pouco o seguinte: vocês acreditam que o terceiro tri talvez fosse o contrário, porque na saída do trimestre - e aí talvez conseguir comentar os dados de julho - me parece que foram bastante maiores do que a média, em tarifas, taxas de utilização e assim por diante. Obrigado.

[Rodrigo Tavares] Régis, muito obrigado. Em relação às montadoras, é uma crise global, basicamente pela cadeia de fornecimento e principalmente falando aqui de semicondutores. Hoje a cadeia está competindo não só entre si mas com a cadeia de próprios chips para celulares e outros produtos. Então, tem uma restrição de oferta na cadeia de suprimento das montadoras, o que tem levado eles a reduzirem volume e a alocarem esses semicondutores de forma global. Então, hoje a comparação da rentabilidade é feita pela matriz da montadora, e ela está produzindo os carros nas regiões que ela julga que esses carros terão o melhor retorno. A normalização é gradual e acho que no segundo trimestre, sim, algumas das montadoras sofreram bem mais que outras, sem citar nomes particulares, mas algumas montadoras aqui tiveram realmente uma queda de produção muito maior que outras. Isso afeta, com certeza, os nossos suprimentos. Mas o segundo trimestre, relativamente, foi melhor que o primeiro trimestre. O que a gente vê é que o terceiro trimestre também deve ter uma melhora gradual e assim por diante. As expectativas ainda variam muito da normalização, segundo as informações atuais variam entre o 2º trimestre do ano que vem e o segundo semestre do ano que vem [para haver] uma normalização, mas isso, mais uma vez, vai acontecer de forma gradual. Em relação ao *Rent a Car*, a sua visão é correta, a gente tem uma exposição maior no *Rent a Car*, a segunda onda teve um impacto, ainda que

menor que na primeira, mas teve um impacto (com) uma recuperação gradual de volumes e de tarifas também. Essa recuperação continua, a demanda é crescente, os níveis de vacinação têm ajudado, então a gente está vendo não apenas [em] todos os segmentos, um crescimento dessa demanda. Essas são as perspectivas que a gente teria para os próximos trimestres.

[Régis] Obrigado Rodrigo. Se me permitir abusar um pouquinho aqui em duas [perguntas] rapidinhas sobre mais específicas do resultado agora. A depreciação subiu pouco menos que [a dos] pares, se tiver uma explicação por que [isso], e, também, o efeito do seguro, se você consegue dar uma cor de quanto isso mudou margens ou tarifas, para a gente expurgar esse efeito. Obrigado.

[Rodrigo Tavares] Eu que agradeço. Isso é resultado da nossa disciplina absoluta na alocação do nosso capital. A Localiza aqui sempre foi tradicional na questão da depreciação, de ter uma depreciação competitiva, e agora nesse momento acho que essa qualidade nossa tem sido ainda mais ressaltada. Isso se refere, é claro, a uma renovação pouco menor, mas, com certeza, [por] sermos mais criteriosos na forma como nós estamos aproveitando essa demanda e o crescimento. Hoje existe uma diferença muito grande da oferta, apesar da oferta ser limitada, existe uma diferença muito grande em termos de condições, e a gente tem plena consciência, numa indústria que é tão intensiva em capital com a nossa, da importância de você ter essa disciplina. Mesmo que isso impacte no curto prazo, um pouco, os custos, por exemplo, de manutenção, quando comparados ao impacto na depreciação, esse *trade-off* é extremamente positivo. Vou pedir para a Nora falar mais especificamente do seguro, mas, em relação ao que eu posso adiantar aqui em relação à receita e ao custo, o impacto na margem não é tão material, tem um impacto na operação, mas o impacto na margem não é tão material.

[Nora Lanari] Régis, o seguro de casco, o seguro do carvo, vou simplificar, ele passa, não é seguro, ele era feito via um terceiro, uma seguradora, e agora, a gente, por uma decisão favorável, a gente passa a oferecer a proteção do carro direto ao nosso cliente, como prática de mercado. Boa parte do mercado faz dessa maneira, já. A gente estima o impacto dessa migração, em nossa diária média, em cerca de R\$ 3,00, passamos a migrar isso a partir de meados do trimestre, mas ainda estamos numa fase de transição em que a gente acaba reconhecendo um pouco mais de sinistros e perdas associadas a essa migração, mas a gente entende que é a “creative”, que é positiva, a partir do momento que a companhia passa fazer gestão dos acidentes e roubos.

[Regis] Obrigado Nora, obrigado Rodrigo.

[Nora Lanari] A pergunta seguinte é da Fernanda Recchia do BTG. Fernanda, abrindo seu áudio, por favor.

[Fernanda] Oi Nora, Rodrigo, bom dia. Obrigada pela oportunidade da pergunta. Eu queria só explorar um pouquinho mais esse tema de margem. Acho que vocês abordaram bem, já, os motivos pelos quais a gente teve uma mais um pouco mais fraca no RAC nesse tri, mas, olhando para frente, só para a gente entender se a gente deveria esperar um margem próxima desses 30 alto para o RAC, para os próximos trimestres, ou se a gente deveria voltar a ver uma margem no 40 baixo, e também queria entender um pouquinho como é que tem sido o mês de julho em termos de volume e taxa de utilização, para ver se já está começando a retomar a patamares mais normalizados. Obrigada.

[Rodrigo Tavares] Obrigado, Fernanda. Em relação à margem, só para esclarecer, primeiro tem o impacto do próprio volume de carros alugados, que tem um efeito da segunda onda, apesar de menor que da primeira onda, é um efeito ainda que ocorreu aqui no segundo trimestre, uma receita que nós não tivemos e que é relevante. A parte da manutenção, como eu havia falado, o envelhecimento da frota impacta os custos de manutenção, até porque a gente quer garantir uma boa experiência para o nosso cliente. Não podemos descuidar os nossos valores e dar uma experiência pior para o cliente. Um ponto também relevante é que a quantidade de carros ativados no *Rent a Car*, em proporção aos carros alugados, quando comparada ao primeiro tri, aumentou 30%. Então esse é um custo, uma *off* de ativação que a gente tem, em uma menor base de carros alugados proporcionalmente à quantidade de carros ativados, isso também afeta o nosso custo, momentaneamente. Esses são os principais pontos. Tivemos também um aumento na parte de - com essa transição que a Nora tinha explicado - da parte de seguradora para proteção de casco, tivemos, nessa transição, um aumento de roubo em algumas cidades em particular, mas acreditamos que isso seja um efeito temporário. Em relação ao futuro, o que a gente acredita é que a retomada de volume está vindo, a demanda está vindo. Nós estamos com um foco grande na locação desses carros nos segmentos de maior retorno para a companhia, e o nosso foco, mais do que a margem EBITDA é o retorno, é o ROIC e o ROI desses carros. Isso é que guia toda nossa alocação entre segmentos, e as nossas decisões de curto, médio e longo prazos.

[Nora Lanari] A pergunta seguinte que a gente tem é do Josh Milberg, Morgan Stanley, Josh, microfone aberto por favor, Josh.

[Josh] Oi Nora, oi Rodrigo, muito obrigado. Me estão ouvindo?

[Nora Lanari] Sim, estamos te ouvindo bem.

[Josh] Maravilha. Bem, minha primeira pergunta é se vocês podem revisitar com um pouco de detalhe o cenário para o segmento de aplicativos, para dar atenção, especificamente, para a questão dos incentivos para os motoristas do UBER. Temos tido um entendimento que os preços do UBER eventualmente não têm subido, suficientemente, para compensar a inflação do combustível e outros custos. E seria ótimo ouvir um pouco da sua perspectiva sobre isso e, eventualmente, o que poderia implicar para seu crescimento, neste segmento.

[Nora Lanari] Josh, obrigada pela pergunta. A gente fez o lançamento do **Zarp**, marca em determinadas cidades, agências dedicadas, a gente acha que a gente vai ter maior eficiência operacional e nos custos associados a esse segmento, o que contribui para a rentabilidade. Acho que vale mencionar também que a gente está aumentando a conectividade da frota, mais carros conectados reduzem ainda mais os nossos níveis de inadimplência nesse segmento. E o que a gente tem visto, Josh, acho que não só aqui, mas nos Estados Unidos, por exemplo, faltam motoristas, e tanto UBER quanto Lift, lá, subiram as tarifas para compensar isso. Aqui no Brasil a gente tem além do efeito do combustível subindo, tem o efeito do preço do carro. A gente viu um efeito na base de motorista, sim, e essa tarifa dinâmica provavelmente vai impactar. A gente tem bastante apetite pelo segmento e acha que tem uma avenida muito relevante de crescimento para frente, especialmente se você considerar que, com o aumento do preço dos carros novos, em cerca de 30%, pouco mais de 30% nos últimos 12 meses, o aluguel fica uma opção ainda melhor para o motorista, para testar o trabalho como motorista de aplicativo, e por cuidarmos de manutenção, depreciação, no *t down time*, esse contexto pode gerar oportunidade boa para o segmento, e a gente está bastante otimista com lançamento do **Zarp**.

[Josh] Perfeito. E, ao final, Nora, não estão enxergando a questão de incentivos estar atrapalhando muito a demanda, do ponto de vista dos próprios motoristas?

[Nora Lanari] Não, não Josh, não estamos não. Obviamente, estamos somente impactados justamente pelo 2º trimestre pelos *lockdowns*, mas a gente vê demanda importante pelos motoristas de aplicativo.

[Josh] Perfeito, maravilha. E, Nora, uma segunda pergunta foi se vocês poderiam comentar sobre os próprios comentários do *management* da Unidas no call do trimestre indicando esse plano de investir mais nos negócios de aluguel pesados, de caminhão. Não sei se vocês têm comentado sobre isso ao mercado, mas, eventualmente, a pergunta seria se vocês enxergam a possibilidade de entrar nesse negócio, com Unidas, ou sem?

[Rodrigo Tavares] Obrigado, Josh. Primeiro, as duas empresas são totalmente independentes, seguem seus planos totalmente independentes, até qualquer manifestação da fusão aqui, é com CADE, não temos absolutamente nenhum comentário sobre a estratégia da Unidas. Em relação à nossa estratégia, estamos sempre avaliando nossos planos até o momento, não era uma das prioridades da empresa. Obrigado.

[Josh] Muito obrigado.

[Nora Lanari] Josh, só para completar, isso pode, obviamente, ser reavaliado para a frente, mas a gente está trabalhando junto ao CADE para essa análise. Então, o plano da companhia agora é continuar crescendo no *core business* e apoiar o CADE na tomada de decisão, em relação ao negócio. Mas ele pode ser reaccessado no futuro.

[Josh] Faz sentido, muito obrigado.

[Nora Lanari] Próxima pergunta, Rogério Araújo UBS Rogério. Rogério, agora por favor agora com microfone obrigada.

[Rogério Araújo] Oi, Nora, tudo joia? Eu não sei o que eu fiz aqui, não, mas você já me respondeu à pergunta, muito obrigado.

[Nora Lanari] Está bom. Seguimos à disposição. Tem uma pergunta [escrita] que é do Joerce. “Boa tarde. A empresa pensa em realizar o *split* das ações?”

[Nora Lanari] Deixa eu responder a essa. Eu acho que a companhia obviamente monitora o preço das ações e o índice de negociabilidade e obviamente o número de negócios. Agora, a gente também está em um processo de análise de uma operação de fusão com a Unidas no CADE, Joerce, e inclusive com *ratio* de troca já estabelecido. Então, eu diria que não é o momento agora para a gente pensar em *split*, mas a gente sempre avalia, sim, a depender do preço da ação. Obrigada pela pergunta.

[Nora Lanari] Seguindo aqui, vamos abrir o microfone para o Lucas Barbosa, Santander, por favor.

[Lucas] Oi, boa tarde pessoal. Conseguem me ouvir?

[Nora Lanari] Bem, Lucas.

[Lucas] Perfeito, obrigado. Boa tarde, Nora, Rodrigo Guilherme. Obrigado, parabéns pelos resultados. Eu tenho duas dúvidas: a primeira é sobre digitalização e internalização de tecnologia na Localiza. Quando a gente leu o *release* de vocês, me chamou bastante atenção vocês terem discutido bastante esse tópico já no primeiro parágrafo da mensagem inicial. A impressão que dá é que essa é uma das maiores prioridades na agenda da empresa e aí acho que a gente vai para minha pergunta, que seria: Vocês poderiam compartilhar algumas das iniciativas digitais que vocês acham que tem diferenciado vocês dos competidores, ou que vão diferenciar vocês, e se vocês já puderem compartilhar com a gente? Depois eu faço a minha segunda pergunta. Obrigado.

[Nora Lanari] Lucas, obrigada pela pergunta. Certamente você pegou um ponto importante é um pouco da mensagem que a gente gostaria de passar, a gente nos últimos dois anos vem passando pelo processo de internalização de TI, a gente tem ambição de construir um dos laboratórios de tecnologia mais relevantes do país, não tem menor dúvida, e a gente está entusiasmado com as iniciativas e as frentes que a gente abre a partir dessa internalização de *capabilities* aqui. Eu vou citar algumas mais óbvias que vocês já viram e vou tentar dar um conceito, para tangibilizar o que a gente imagina. Mas, Lucas, a gente, até aliado com a compra da Mobi7, ano passado, a gente está com mais de 100 mil carros, passamos a marca de 100 mil carros conectados, a gente ampliou o *rollout* do **Localiza fecha**, então mais agências e mais carros com a tecnologia de abertura de portas e da reserva alocação 100% digital, lançamos o **Zarp**, lançamos o **Localiza Meoo**, a gente reforça que também a *capability* de *data science* e, em paralelo a essa conexão de frota, ou seja, maior conectividade, isso abre um leque de informações para a gente trabalhar, muito importante. Então, a gente começa a falar de uma, vou chamar de quarta Avenida de crescimento, que é o ecossistema da Localiza, a partir das informações que a gente vai conseguir pela telemetria. Agora, do ponto de vista de *back*, eu acho que a gente também tem vantagens relevantes e eficiências operacionais a serem capturadas, por exemplo, em recuperação de frota, por exemplo, em inadimplência, por exemplo, em precificação, e na granularidade desses movimentos. Claro que isso demanda investimento, então a gente tem uma contrapartida em folha, nosso *headcount* soma, mas a gente não tem a menor dúvida de que é a *creative* e que isso coloca a Localiza em outro patamar. Obrigada pela pergunta.

[Lucas] Nora, obrigado pela resposta, ficou super claro. A minha segunda pergunta é exatamente sobre a questão de avenida de crescimento. Vocês mencionaram essa questão de “avenida de crescimento” do ecossistema, então, vocês poderiam comentar um pouquinho sobre essas oportunidades do ecossistema? Talvez, a estratégia de vocês de oferecer aos clientes a proteção do casco já seja uma dessas oportunidades ligadas ao ecossistema e, também, você acabou mencionando que a gestão de sinistros acontecendo dentro de casa, vocês acham que isso significa que vocês vão verticalizar, também, os reparos de casco?

[Rodrigo Tavares] Obrigado, Lucas. Se você olhar hoje o nosso ecossistema, a gente sempre fala internamente que nós somos a empresa que mais gera financiamento, que mais transporta carro, que mais lava carro, a empresa que mais mexe em termos de manutenção, então nós temos um ecossistema muito rico. A gente está olhando para absolutamente todos os elementos do nosso ecossistema, sejam os aspectos financeiros associados a eles, sejam os aspectos de compra e venda de carros, de manutenção, dos serviços adicionais que a gente pode trazer para o cliente, a questão da proteção do casco nos dá realmente mais flexibilidade para ter um produto que atenda melhor às necessidades, a parte de toda a tecnologia, que a gente citou também, de monitoramento dos veículos, tem toda uma parte de Inteligência Artificial associada aos dados que eu tenho de cada um dos meus clientes conectados. Então, estamos

avaliando de forma holística e abrangente o nosso ecossistema, com uma agenda robusta que a gente quer implementar nos próximos anos.

[Nora Lanari] Acho que conceitualmente, Lucas, a gente pensa no tamanho potencial dessa adjacência, no potencial de geração de valor dessa adjacência, e se a gente tem as competências para ser um *player* relevante nessas adjacências. Então a gente acha que tem, como o Rodrigo bem colocou, esse mundo de informações a que a gente tem acesso pode ser relevante do ponto de vista de ofertas, enfim, de parcerias que a gente pode criar no futuro.

[Lucas] Rodrigo e Nora, muito obrigado, boa tarde.

[Nora Lanari] Tem uma pergunta aqui do Ivan. Vou ler a pergunta: “Boa tarde, gostaria de entender o aparente favorecimento da gestão de frotas versus RAC no recebimento de carro, e quais as perspectivas de cada segmento que motivaram tal alocação.” Obrigada.

[Rodrigo Tavares] Muito obrigado, Ivan. Se você olhar, até o RAC recebeu mais carros do que a gestão de frota. O que hoje dita muito essa alocação. Eu tenho uma fila muito grande de pedidos de gestão de frota e a gente não pode deixar os nossos clientes esperando esse período e são carros com modelos específicos. Então, toda vez que eu recebo aqui um carro, e eu tenho um pedido de gestão de frota específico para aquele carro, a gente tem dado a alocação gestão de frota, visando atender ao cliente que já fez um pedido há alguns meses. Então, para a gente manter a satisfação do nosso cliente enquanto sobre o RAC, nós trabalhamos com um sistema de grupo, então não preciso efetivamente ter um carro específico de algum modelo. Isso é que tem motivado a alocação, mais do que qualquer outro segmento. As perspectivas dos dois segmentos são superpositivas, seja no **Localiza Meoo**, seja na gestão de frota, digamos, tradicional para empresas, e no *Rent a car*, com a volta da vacinação, aceleração da vacinação, e a volta da demanda em todos os segmentos, seja em aplicativos no diário, seja no mensal, a gente está vendo uma retomada dessa demanda de forma robusta.

[Nora Lanari] Ivan, só para complementar, obviamente o RAC é um segmento mais afetado pelos ciclos da pandemia, então isso impactou bastante a nossa gestão de frota disponível, ao longo do ano passado, e desse ano também. Eu vou dizer, o *fleet* acaba tendo um *stream line* de receita mais resiliente e muitas avenidas de crescimento pela frente. Então acho que a mensagem que eu gostaria de passar que a gente vê oportunidades relevantes em ambos os segmentos e estamos sendo cuidadosos exatamente na alocação de capital neste momento de restrição de oferta, mas achamos que tem bastante espaço para crescer ambos os segmentos a partir dos próximos trimestres e obviamente a partir de uma normalização mais robusta da produção, em razão das questões relacionados aos semicondutores.

[Nora Lanari] Seguindo aqui, passo para pergunta do Victor Mizusaki, Bradesco. Vou ler a pergunta escrita. A primeira: “considerando que a entrega de carros novos deve normalizar-se apenas no segundo semestre de 2022, podemos considerar que nos próximos 12 meses estaremos vendo menos crescimento, mas com o ROIC mais elevado?” Segunda:” analisando a evolução da frota de final de período nos parece que aconteceu o aumento da frota sinistrada no RAC nos últimos seis meses e um pouco mais forte no segundo trimestre. Poderiam comentar sobre esse tema?”

[Nora Lanari] Deixa eu começar e Rodrigo me complementa. Vitor, apesar de uma normalização, vou dizer, plena a partir do segundo semestre de 22, a gente tem visto as questões relacionadas a semicondutores, e as paradas de montadora, a gente já

espera um segundo semestre, especialmente a partir de agosto e setembro, mais robusto em entregas. Ou seja, a gente tem uma melhora de volumes esperada para o especialmente para o quarto trimestre, primeiro e segundo de 2022. Mas a sua lógica está correta, a gente está, um *trade off* de manutenção e depreciação, nós estamos avaliando o melhor uso na alocação do nosso capital. Então pode-se esperar, sim, um ROIC mais elevado, até porque a gente tem um certo benefício desse vento de cauda do seminovos que deve durar por mais alguns bons trimestres, tanto em margem, principalmente em margem, mas também na depreciação que está subindo mais lento dado os aumentos de preço desse ano. Segunda pergunta: sobre a evolução de frota de final de período, a gente tem a diferença entre o saldo de compra e venda e as frotas de final de período são relacionadas, como você bem colocou, à frota sinistrada ou roubo. Então, a gente tem obviamente a partir de uma exposição maior ao segmento de pessoas físicas diárias, a gente tem um risco maior relacionado a fraude e sinistro e por isso que a gente acelera o processo de conectividade da frota. Acho que a gente vai capturar ganhos relevantes a partir dessa conectividade de frota nesse segmento específico. Mas falando um pouco mais, no segundo trimestre, acho que, além de um aumento, sim, tri contra tri, a gente teve o efeito da migração da proteção de casco que passou a ser oferecida pela companhia. Então a gente acabou baixando carros em discussões, com um parceiro de seguro que a gente fazia, e agora a gente faz a gestão dessa proteção, em casa. E a gente acha que isso abre um potencial de rentabilidade razoável, para a frente, à medida que a gente faça essa gestão internamente.

[Nora Lanari] Pergunta seguinte do Rodrigo Faria, Sul América. Rodrigo, obrigada pela pergunta. “Boa tarde Rodrigo e Nora, tudo bom? Com as altas dos preços de peças e manutenção, como um todo, vocês têm discutido internamente sobre se é melhor realizar essa manutenção mais cara, na preparação do seminovos, ou se é melhor não incorrer nesses custos elevados e trabalhar com o preço de venda de seminovos um pouco menor, dado bom momento de usados? Obrigado.”

[Rodrigo Tavares] Obrigado Rodrigo. Quando você olha hoje, ainda ter esses custos compensa caso esse veículo vá, principalmente, para um consumidor final, em vez de uma revenda. Hoje o mercado de seminovos está aquecido, a gente dá uma reputação também junto a esse nosso cliente, então não podemos também entregar um carro sem condições necessárias, mas, sim, compensa, dado que a demanda por seminovos, principalmente pelo lado do consumidor, está bastante aquecida.

[Nora Lanari] A pergunta seguinte é da Marília Ônix. Primeiro: “o crescimento sequencial baixo em termos de volume no GTF, 4% sequencial, foi por limitação de frota? E se puderem comentar um pouco do **Localiza Meoo**.” A segunda pergunta é: “como têm visto a competição de tarifas do RAC, dado o aumento do preço de carro zero km. Ainda se espera aumentos relevantes para os próximos trimestres? “

[Nora Lanari] Começando pela primeira pergunta, Marília, vale reforçar o seguinte, nós estamos falando de automóveis e comerciais leves então, assim o crescimento sequencial baixo em relação, não sei se você está mencionando em relação à concorrência, que acaba tendo pesados especiais que são nichos específicos com que a gente não opera. A gente vê um aumento de volume e de demanda, mas, principalmente, o aumento do *backlog*. Então, é, sim, por limitação de frota. A gente tem muito carro pedido em carteira e a gente vai receber muito provavelmente final de terceiro, início de quarto trimestre, então a gente imagina que esse crescimento acelere ao longo dos próximos trimestres, especialmente mais para o final do ano, mas bastante otimistas, não só com o **Localiza Meoo**, mas com a própria GTF normal, vou dizer assim, tem *backlog* importante aqui. Acho que o próprio aumento do preço de carro novo pode trazer alguns clientes para a terceirização. A segunda pergunta, como tem visto a

competição de tarifas no RAC, dado o aumento de preço de um carro zero, ainda espera um aumento relevante para os próximos trimestres? Marília, a gente vai reforçar mais uma vez o ponto de disciplina na alocação de capital. Então, a gente tem sido muito cuidadoso obviamente nas compras de carro, no momento de desativação, na gestão dos quilômetros disponíveis para os nossos clientes, e você já nota que a tarifa média tem uma evolução nos últimos trimestres, pelo nosso lado. Obviamente o segmento é bastante competitivo e a companhia tende a, vou dizer, absorver todas as deficiências operacionais para manter o seu nível de competitividade frente ao mercado e manter ritmo de crescimento forte para a frente, à medida que os volumes de entrega retomem patamares mais fortes.

[Rodrigo Tavares] Só um complemento, Nora, porque não ficou claro se ela estava perguntando se o aumento ainda ia ser em relação ao carro zero, ou da tarifa do aluguel. Se for em relação ao carro zero, a gente espera, o carro já subiu mais de 30% desde o início da pandemia, mas ainda assim existem algumas pressões de custos que devem ser repassados é claro que existe um limite para isso a gente tem uma expectativa ainda de um aumento dos preços dos carros zero, acima da inflação, mas não em patamares históricos como a gente tem visto nos últimos 12 meses.

[Nora Lanari] E isso, não é Rodrigo? acaba favorecendo um pouco esse vento de cauda ali do seminovos porque permite a manutenção dessas margens um pouco mais elevadas até que a gente venda os carros comprados antes do início do aumento de preço. Só para reforçar.

[Nora Lanari] Seguindo adiante, a pergunta do Bruno de Oliveira. “Vocês poderiam falar um pouco mais sobre a demanda específica dos clientes GTF, por alguns modelos de veículos, eles estão demandando mais por SUVs? E a segunda pergunta: Como a Localiza está lidando com as filas de pedidos do GTF.”

[Nora Lanari] Deixa eu começar aqui. Bruno, obrigada pela pergunta. Eu vou dividir os clientes de GTF em dois: vou separar o GTF, que vou chamar de tradicional, que são os B2B, que são as grandes empresas terceirizando frota, e vou falar do **Localiza Meoo**, que é o nosso produto por assinatura, com o objetivo de PMS e pessoas físicas. Nesse segundo, sim, Bruno, a gente vê uma demanda por SUVs e carros mais executivos. Essa tem sido uma das demandas para essa nova linha de produto de segmento que se abre na gestão de frotas, é uma compra boa para a companhia e é uma venda boa para as montadoras, e acho que tem um preço competitivo para os nossos clientes. Em gestão de frota especificamente a gente vê demandas consistentes com as demandas do passado. Então, a questão de SUVs está mais atrelada ao **Localiza Meoo**, e por isso que eu dividi essa pergunta em duas. Como a Localiza está lidando com as filas de pedido em gestão de frotas. A gente tem um cuidado muito forte com a percepção do nosso cliente, em começar um relacionamento com pé direito, por assim dizer, Bruno, então, carros que não têm muita expectativa ainda de entrega a gente prefere não vender agora, mas a gente está alinhando muito a expectativa dos nossos clientes em relação aos prazos de entrega e dificuldades de montadores em razão dos semicondutores. O que a gente nota é que tem uma fila de pedido crescente aqui, sim, a gente está sendo absolutamente transparente com os períodos e os prazos de entrega, e a gente acha que a gente começa a entregar um crescimento mais robusto a partir do 4º trimestre, a partir da retomada de produção de algumas montadoras que tiveram paradas mais relevantes ao longo deste ano.

[Anna Branco] Lembrando que para fazer perguntas é só utilizar o ícone Q&A no canto inferior da sua tela.

[Rodrigo Tavares] Obrigado a todos pela presença, nosso time de RI está à disposição para esclarecimentos adicionais. Um ótimo dia a todos.