



Local Conference Call
Ultrapar Participações S/A (UGPA3)
Resultados do 1T24
09 de maio de 2024

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência da Ultrapar para discussão dos resultados referentes ao primeiro trimestre de 2024. O evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via Webcast, podendo ser acessado no site ri.ultra.com.br e pela plataforma do MZiQ.

A apresentação será conduzida pelo Sr. Rodrigo Pizzinatto, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Ultrapar, e a sessão de perguntas e respostas contará também com a presença do Sr. Marcos Lutz, CEO da Ultrapar, e os CEOs dos negócios, os Srs. Tabajara Bertelli, Décio Amaral e Leonardo Linden.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Após a apresentação, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando instruções adicionais serão fornecidas. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar antecipadamente no website perguntas a serem respondidas durante a sessão de perguntas e respostas. O replay desse evento estará disponível logo após seu encerramento por um período de 7 dias.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Ultrapar, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Ultrapar e podem



conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Rodrigo Pizzinatto, que dará início a teleconferência. Por favor, Sr. Rodrigo, pode prosseguir.

Rodrigo Pizzinatto: Bom dia a todos! É um prazer estar aqui mais uma vez com vocês para falar sobre os resultados da Ultrapar.

E no slide 2, gostaria de destacar que tanto o *Earnings Release* quanto esta apresentação consideram os dados das operações continuadas em 2023 e 2024. Com a conclusão das vendas da Oxitenó e da Extrafarma ao longo de 2022, os dados consolidados da Ultrapar já não incluem mais os resultados das duas empresas.

E já indo para o slide 3, como vocês podem ver no gráfico superior à esquerda, nosso EBITDA recorrente totalizou R\$ 1 bilhão e 306 milhões no primeiro trimestre de 2024, 28% maior em relação ao do 1T de 23. Esse crescimento se deve ao maior EBITDA dos três principais negócios, com destaque para a Ipiranga, resultados que vou detalhar nos próximos slides.

O lucro líquido da Ultrapar foi de R\$ 455 milhões, 66% superior ano contra ano, devido ao maior EBITDA que acabei de mencionar e à menor despesa financeira líquida.

O CAPEX totalizou R\$ 438 milhões no 1T de 24, crescimento de 20% em relação ao 1T de 23, fruto principalmente de maiores investimentos na Ultracargo.

Tivemos um consumo de caixa operacional de R\$ 573 milhões no 1T de 24, R\$ 138 milhões menor que o consumo do 1T de 23, reflexo principalmente do maior EBITDA dos negócios e do aumento de R\$ 265 milhões nas operações risco sacado no 1T de 24. Esses efeitos foram atenuados pelo maior patamar de giro na Ipiranga.

Passando agora para o slide 4, para falar da gestão do nosso endividamento.

Encerramos o primeiro trimestre com uma dívida líquida de R\$ 7,8 bilhões, aumento de R\$ 1,7 bilhão em relação a dezembro de 23. O aumento se deve principalmente ao pagamento de dividendos em março deste ano e ao investimento em capital de giro. Temos um efeito calendário sazonal nos primeiros trimestres, como vocês podem



observar no gráfico, proveniente do feriado bancário no final do ano. Somado a isso, a Ipiranga registrou um maior patamar de giro nos primeiros meses de 2024, com repasse do aumento de impostos, maior estoque e menor fornecedor, pela redução das importações, que possuem maior prazo de pagamento.

Nossa alavancagem passou de 1,1x em dezembro de 23 para 1,3x em março de 24, devido à maior dívida líquida que acabei de mencionar, atenuada pelo maior EBITDA dos últimos 12 meses. Destaco que os números do 1T de 24 ainda não incluem os recebimentos pendentes de R\$ 964 milhões referentes às vendas da Oxiten e da Extrafarma.

Como vocês podem ver também na tabela, na parte inferior desse slide, a dívida líquida de março de 24 somada ao risco sacado, vendor e recebíveis dos desinvestimentos de Oxiten e Extrafarma, seria de R\$ 8,4 bilhões, que é cerca de R\$ 900 milhões inferior ao saldo do mesmo período do ano passado.

Passando agora para o próximo slide, de número 5, para falarmos de mais um bom trimestre da Ultragaz.

O volume vendido de GLP no primeiro trimestre foi 4% menor ano contra ano, devido à redução de 6% no envasado, reflexo principalmente da menor demanda do mercado e do ambiente mais competitivo após repasse do aumento de tributos em alguns segmentos. O granel permaneceu estável, com crescimento compensado por menores vendas em condomínios.

O SG&A da Ultragaz no 1T de 24 foi 1% inferior ao do 1T de 23, em função de iniciativas para aumento da eficiência operacional e menores despesas com comissionamento de vendas, atenuadas por maiores despesas com pessoal, principalmente em função de dissídio.

O EBITDA da Ultragaz totalizou R\$ 401 milhões no trimestre, 4% superior ao do 1T de 23. Esse crescimento é explicado pelas iniciativas de eficiência e produtividade implementadas nos últimos trimestres, pelo melhor mix de vendas e pelo repasse inflacionário, apesar do menor volume de vendas.

Para o segundo trimestre, a perspectiva é de continuidade do bom desempenho operacional da Ultragaz, com EBITDA similar ao do primeiro trimestre, apesar de



volumes sazonalmente mais fortes. Indo agora para o slide 6, para falarmos de mais um ótimo resultado da Ultracargo.

A capacidade estática média da empresa atingiu 1 milhão e 67 mil metros cúbicos no primeiro trimestre de 24, crescimento de 12% em comparação ao 1T de 23, decorrente das adições de capacidade de Opla, Vila do Conde e Rondonópolis ao longo do segundo semestre do ano passado. Essas adições de capacidade ainda tiveram impacto pequeno no resultado deste trimestre e devem começar a contribuir de forma mais relevante gradativamente, com a escalada das operações.

O m³ faturado cresceu 21% ano contra ano, devido principalmente à maior movimentação de combustíveis em Santos, Vila do Conde e Aratu, e ao início das operações em Opla e Rondonópolis.

A receita líquida da Ultracargo foi de R\$ 263 milhões no 1T de 24, 11% superior à do 1T de 23, fruto do maior m³ faturado e das vendas spot.

Os custos e despesas combinados foram 8% maiores que os do 1T de 23, consequência de maiores gastos com pessoal, assessoria jurídica com renovação de concessões e depreciação, em linha com os aumentos de capacidade.

O EBITDA da Ultracargo totalizou R\$ 165 milhões no trimestre, 16% superior ao do 1T de 23, em razão da maior ocupação da capacidade com ganhos de rentabilidade, das vendas spot e dos ganhos de produtividade e eficiência, apesar das maiores despesas. A margem EBITDA foi de 63% no 1T de 24, 3 pontos percentuais superior à margem do 1T de 23.

Para o segundo trimestre, esperamos a continuidade dos bons resultados da Ultracargo, com níveis de EBITDA próximos aos vistos nos últimos trimestres.

E para fechar a apresentação, indo para o slide 7, vamos falar sobre os resultados da Ipiranga.

Quero primeiro chamar a atenção de vocês para uma mudança que fizemos no reporte. O abastecimento aqui, que desde o início de 2020 era reportado junto com os resultados da holding e demais empresas, voltou a compor os resultados da Ipiranga. Para permitir a comparabilidade com os períodos históricos, somamos o resultado da



abastece aí na Ipiranga para o ano de 2023 também. Na página 3 do Earnings Release detalhamos estes ajustes para completo entendimento.

O volume vendido pela Ipiranga no primeiro trimestre cresceu 2% em relação ao 1T de 23, com crescimento de 7% no ciclo Otto, puxado pela maior participação de etanol no mix de produtos, atenuado pela queda de 3% no diesel.

Encerramos o 1T de 24 com uma rede de 5.881 postos, 4 postos a mais do que dezembro de 23. Foram inaugurados 55 postos e depurados 51 ao longo do trimestre. Além disso, encerramos o trimestre com 1.532 lojas na AmPm, com crescimento de faturamento mesmas lojas de 6% no 1T de 24.

O SG&A da Ipiranga aumentou 5% em comparação ao 1T de 23, devido a maiores despesas com pessoal, principalmente maior quadro físico e dissídio, e provisões para créditos de liquidação duvidosa. Esses efeitos foram atenuados por menores despesas com provisões para contingências.

A linha de outros resultados operacionais totalizou R\$ 165 milhões negativos no trimestre, piora de R\$ 26 milhões ano contra ano, fruto de maiores gastos com CBios. Já a linha de resultado na venda de bens totalizou R\$ 36 milhões, decorrente da venda de 8 terrenos.

O EBITDA da Ipiranga foi de R\$ 819 milhões no trimestre. Já o EBITDA recorrente totalizou R\$ 783 milhões, 48% superior ano contra ano. O maior EBITDA reflete as melhores margens, fruto principalmente da normalização do ambiente comercial e de ganhos de estoque no 1T de 24, apesar de três efeitos negativos: (i) o maior nível de estoque no setor, em virtude da formação de posição para o retorno dos impostos nos primeiros meses do ano, (ii) distorções tributárias, com destaque para o benefício tributário do Amapá, que foi revogado em abril passado, e (iii) as irregularidades na mistura do biodiesel, que teve aumento de participação de 10% para 14% no mix nos últimos 12 meses.

Para o segundo trimestre, não antecipamos ganhos relevantes de estoque. Por outro lado, esperamos a normalização do nível de estoque no setor e a redução do efeito das distorções tributárias no Amapá. Assim, a perspectiva é de rentabilidade similar à do primeiro trimestre.



Com isso, eu encerro a minha apresentação. Agradeço o interesse e a atenção de vocês. E passaremos agora para a sessão de perguntas e respostas para responder as questões que tiverem. Muito obrigado!

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas apenas para investidores e analistas.

Monique Grecco, Itaú BBA: Oi pessoal. Bom dia, Lutz, Pizzinatto, demais. Obrigada pela oportunidade de fazer perguntas. Eu tenho duas aqui do nosso lado. A primeira é sobre Ipiranga. No webcast do último trimestre vocês indicavam, naquela época, que esperavam que a Ipiranga postasse margens nesse trimestre, em linha com a margem recorrente de 2023, mas os resultados vieram um pouco aquém do esperado.

O Pizzinatto acabou de destacar que foi um trimestre muito marcado por um excesso de estoque e, também por uma competição um tanto injusta por conta das brechas tributárias e irregularidades. A minha pergunta é, além desses motivos, o quanto vocês acreditam que as oportunidades mais limitadas de ganho no trading também podem ter contribuído para esse resultado um pouco abaixo da expectativa?

E a minha segunda pergunta é, vocês conseguem compartilhar conosco um pouco mais, eu sei que é cedo mas, um pouco mais sobre os impactos das tragédias no Sul, para as operações da Companhia, acho que especialmente Ipiranga, Ultragaz, talvez. E o quanto vocês já conseguem antecipar de impacto para os próximos meses, decorrente dessa tragédia. Obrigada.

Leonardo Linden: Bom dia a todos. Deixa eu dar um bom panorama aqui primeiro para botar um pouco de plano de fundo no trimestre. Nós tivemos um trimestre em que a arbitragem começou em janeiro, *breakeven* e, gradativamente, foi fechando ao longo do trimestre e fechou o trimestre com uma arbitragem razoavelmente fechada.



Mas, nós tivemos, ao mesmo tempo, apesar da arbitragem fechada, um mercado, principalmente, no diesel sobre ofertado, ao longo de todo o trimestre, por dois motivos. Primeiro, porque tinha perspectiva de ganho de inventário com o retorno do PIS/Cofins no diesel em janeiro e com ad rem do ICMS em fevereiro. Então, a indústria como um todo se estocou, e se estocou para um trimestre que, sazonalmente, o volume é menor.

E o segundo, e talvez o mais importante para esse trimestre, é que nós enfrentamos uma adversidade que vocês conhecem, ela foi bastante noticiada na imprensa, que foi o regime especial do Estado do Amapá, que representava, potencialmente, uma evasão fiscal de R\$ 930 por metro cúbico.

Esse cenário, claro, não era previsto, o cenário de ganho com o inventário era previsto, mas, o cenário do Amapá, nós não sabíamos que ia ganhar essa proporção e, isso, óbvio, acaba impactando o que nós tínhamos de projeção de margem. Porque, no final das contas, nós tivemos que dar um apoio e suportar nossa revenda para competir lá na ponta.

Essa potencial evasão, essa oferta de produto, com evasão fiscal, chegou muito forte nas rodovias, a ponto de nós vermos postos de redes importantes, perdendo volume e perdendo margem.

Então, obviamente, para preservar esses negócios, principalmente os nossos negócios de postos, nossos negócios com contratos, nós, obviamente, tivemos que reduzir um pouco as nossas margens, preservando o volume, o que na minha opinião, foi afetado, porque se você olhar 1T contra 1T, temos um ganho de volume de 2%, e muito pouco impacto do ponto de vista de participação de mercado. Então, de fato, foi uma estratégia de preservação do nosso negócio.

Sobre o seu questionamento em relação às oportunidades de ganho de *trading*, continua sendo um veículo importante para nós, inclusive, ajudou no trimestre. Então, nós seguimos com a mesma estratégia e com as mesmas crenças em relação ao que o *trading* pode contribuir com o negócio do Ipiranga.

Com relação ao Sul, o impacto material para a Ipiranga, em relação ao que está acontecendo no Rio Grande do Sul, é pouco relevante. Acho que a discussão aqui



não é uma questão material. Inclusive, eu queria aproveitar, geralmente, esses *calls* têm um número relevante de pessoas assistindo e reforçar que a Ipiranga, até pela identificação que tem com o Rio Grande do Sul, que foi onde a Ipiranga começou há 86 anos atrás, a Ipiranga está absolutamente envolvida no processo de apoio ao povo gaúcho, com doação de alimentos, de água, de kits de higiene, doamos combustível e seguimos doando combustível para as atividades de resgate.

Hoje mesmo, nós colocamos uma logística, toda disposição de médicos para levá-los ao Rio Grande do Sul, com medicamentos e outros bens de extrema necessidade. E, nós temos uma ação, junto com a ONG Ação Cidadania, onde vocês podem contribuir com uma doação e a Ipiranga faz um *match* exatamente do valor contribuído por você.

Temos um link, tanto no Instagram da Ipiranga, quanto no meu Instagram. É só clicar e colaborar. Eu, de fato, gostaria de contar com a colaboração de todos porque eu acho que o Rio Grande do Sul está precisando e vamos ajudar para o quanto antes possamos retomar as atividades e as pessoas retomarem as suas vidas no Rio Grande do Sul, isso é o que, agora, precisamos focar.

Luiz Carvalho, UBS: Olá, pessoal. Obrigado por pegarem as perguntas. Se eu pudesse fazer duas aqui. A primeira, talvez para o Lutz. Nós, acho que, viemos, recorrentemente, chamando atenção para essa estratégia de alocação de capital da Companhia, acho que vocês fizeram um belo *turnaround* nos principais negócios da Companhia e, agora, talvez, publicamente, você consiga dar mais detalhes sobre essa recente aquisição de um *stake* relevante na Hidrovias do Brasil.

Eu queria que, se você pudesse, dar um pouco mais de cor sobre, obviamente, o racional, o que você enxerga de sinergia, o que você espera, eventualmente, de retorno. Eu não sei quais são as principais métricas que, eventualmente, quem olha a Ultrapar deveria olhar para esse investimento em Hidrovias.

E, se você puder comentar também, eventuais outras oportunidades, dado que o *deal* da Hidrovias impacta relativamente pouco a alavancagem da Companhia e vocês estão com um nível de endividamento bastante confortável.



A segunda pergunta é em relação à Ultragaz. Nós vimos, nos últimos anos, uma recuperação muito grande dos retornos do setor, principalmente depois da privatização da Liquigás. Mas, nós, falando com outros *players* do setor, começamos a ver, talvez, um arrefecimento de preço. Vocês tinham dado detalhes que os retornos, obviamente, de um novo entrante, o ROIC de um novo entrante, seria mais baixo, mas ainda assim, limitaria os interessados?

Queria entender como vocês estão vendo essa dinâmica de ROIC para a Ultragaz, olhando, talvez, 12 e 24 meses. Você acha que fica nos patamares que nós estamos vendendo ou que vimos nesses últimos trimestres ou, possivelmente, vai ter uma normalização para baixo? Obrigado.

Marcos Lutz: Oi Luiz, em relação à Hidrovias, nós estávamos em um processo de aumentar a participação e chegar, no máximo 40% que hoje o *waiver* nos permite. Nós olhamos o ativo como um ativo com grandes oportunidades de mercado. Nós olhamos que existe uma sinergia de conhecimento relevante entre o conhecimento da Ultracargo, o conhecimento da Ipiranga, o conhecimento da Hidrovias.

Olhamos que o sistema do arco norte de transporte é um sistema muito relevante e que deve crescer, apoiando o crescimento do Estado do Mato Grosso, essa safra e safrinha. Então, nós olhamos todos esses fundamentos de uma maneira bem positiva. Como eu já havia falado, eu não acho que o modelo da Hidrovias é um modelo de barreira de entrada grande, é um modelo, de fato, de construção do negócio em escala e de eficiência operacional. Acho que nós podemos contribuir bastante nessa governança.

Mas neste momento, eu acho que, especialmente, dado que a Hidrovias é uma empresa de capital aberto, acho que não é o momento de comentar nada, acho que quem vai ter que comentar todos os planos e possibilidades vai ser a Hidrovias no momento apropriado.

Eu vou passar para o Tabajara comentar sobre a Ultragaz.

Tabajara Bertelli Costa: Aqui é o Tabajara. Obrigado pela pergunta. Acho que você fez uma pergunta mais aberta, a nossa visão de forma de gerar mercado, a nossa estratégia continua a mesma. Nós viemos naquele caminho de vendas nos



segmentos que nós temos priorizado, temos avançado bastante, perseguindo bastante a eficiência operacional.

O mercado tem seus ciclos, nós estamos vendo, na prática nós reforçamos esse credo de estar mais próximo ao cliente, desenvolvendo muito forte a nossa rede de revendedores. Este foi um trimestre em que nós conseguimos avançar com as vendas estratégicas, nós continuamos expandindo na nossa rede de revendedores.

Tem essas oscilações, como você comentou, no mercado. Eu acho que cada vez mais nós temos que perseguir esse caminho, de foco no cliente final, no relacionamento com a rede e, nós vemos um caminho, à longo prazo, de fortalecimento desse relacionamento comercial e de expansão disso para os próximos anos. Tem flutuações eventuais de curto prazo, mas a longo prazo, nós vemos, com segurança, esse caminho, que esse é o melhor caminho estratégico para nós aqui.

Luiz Carvalho: Está certo. Ficou claro. Se eu puder voltar, Lutz, se você puder comentar nesse nível de alavancagem, se vocês esperam maturar esse investimento da Hidrovias, ou vocês, eventualmente poderiam olhar para outras oportunidades, dado esse nível de alavancagem da Companhia.

Marcos Lutz: Nós esperamos maturar o investimento da Hidrovias e, sim, podemos olhar outras oportunidades.

Gabriel Barra, Citi: Olá pessoal. Obrigado por pegar as minhas perguntas. Eu tenho dois pontos, quase que *follow ups* das perguntas anteriores. Primeiro, sobre Ultragaz, nós vimos um volume um pouco pior no envasado, com margem, praticamente, em linha com o último trimestre.

E, pegando o gancho do que o Pizzinatto falou sobre a dinâmica para o próximo trimestre, parece que tem um volume um pouco maior, com resultado nominal, praticamente, estável, que, levando em consideração, teria uma margem, basicamente, em linha, um pouco menor do que o trimestre passado.

O que eu queria entender é mais sobre o médio e longo prazo para Ultragaz, vocês têm algumas iniciativas, até com a SHV, que vão amadurecer ao longo do ano. Eu queria entender o que nós poderíamos esperar em relação, tanto a volume quanto



à margem, olhando para frente, para os últimos *conference calls*, até o próprio Tabajara também já falou, que nós não deveríamos esperar esses ganhos de margens que nós vimos nos últimos dois anos. Mas em que nível nós deveríamos estar olhando para 25, 26? Como poderíamos pensar sobre este negócio daqui para frente?

Olhando para Ipiranga, e voltando na primeira pergunta, eu lembro do próprio Pizzinatto falando sobre a margem no final de fevereiro, que esperava uma margem um pouco melhor, em linha com a média do ano. E parece que, realmente, todo esse impacto negativo que aconteceu, aconteceu em março, que foi o mês que nós não tínhamos tanta visibilidade ainda.

A minha preocupação, a minha pergunta para vocês é que, essa liminar, pelo que pareceu na fala do Linden, Amapá foi um dos grandes detratores de margem do trimestre. E essa liminar que aconteceu agora recentemente do Amapá, ela aconteceu agora recentemente. Então você teve uma boa parte do mês de abril ainda sob esse efeito.

Então, se pudesse falar um pouco sobre essa dinâmica de margem agora, nesse começo do trimestre, e como está a cabeça de vocês. E, também, se puder esticar essa discussão para o longo do ano, que parece estar uma dinâmica bem melhor do que nós vimos nesse passado recente. Mas, se pudesse quebrar um pouco essa discussão nesse curtíssimo prazo e para o resto do ano, nos ajudaria bastante. São esses dois pontos. Obrigado.

Tabajara Bertelli Costa: Oi Gabriel, é o Tabajara. Eu vou começar com a pergunta que você fez da Ultragaz. Então, a nossa visão, na linha do que eu comentei na pergunta anterior, nós continuamos exatamente com a mesma visão estratégica. Nós temos um conjunto de iniciativas de longo prazo, você citou uma de captura de eficiência operacional.

Nesse 1T, nós conseguimos cumprir o cronograma previsto, então, nós continuamos acreditando no caminho para o ano, que foi desenhado. Então, tem bastante coisa já feita e bastante coisa para fazer, então, continuamos nesse caminho, vemos muito espaço, a cada trimestre nós nos convencemos mais do caminho que foi desenhado.



Nós vemos, em termos de rentabilidade, uma melhoria gradual, não tão destacada no trimestre, mas ao longo prazo, nos próximos anos, nós acreditamos, sim, em aprofundar isso que nós estamos desenvolvendo, trabalho de construção, de fato, ao longo prazo, mas com bastante potencial para a Companhia.

Leonardo Linden: Gabriel, de fato, você está correto, março foi o pior mês. Teve impacto também em janeiro e fevereiro, mas a situação foi se agravando e isso se arrastou, sim, por abril, até o momento em que esse regime especial foi revogado. Mas é gradativamente, óbvio, uma vez que isso tenha passado, nós esperamos uma recuperação natural das nossas margens.

Vicente Falanga, Bradesco: Bom dia pessoal. Obrigado por pegar minhas perguntas. Queria insistir um pouco mais no mercado da Ultragaz. Vocês mencionaram no *release* que o ambiente competitivo está um pouco mais difícil. Queria entender se tem algo que preocupa, se tem tido a atuação de algum *player* um pouco menos racional.

Eu queria entender se vocês perderam *market share* e, se sim, qual é o plano para recuperar *share*, é só preço ou dá para fazer outras coisas? Se pudessem explorar um pouco mais a fundo esse tema, eu agradeceria.

E, a segunda dúvida, sobre a monofasia do etanol que entrou no texto da reforma tributária. Pelo que nós entendemos, essa monofasia começaria a entrar em vigor a partir de 2027. Queria entender se teria como antecipar esse prazo de início, já que, talvez, seja um mecanismo que já vem sendo estudado faz tempo, seria relativamente simples para implementar. Obrigado.

Tabajara Bertelli Costa: Eu vou começar aqui com a Ultragaz, mais especificamente no tema que você perguntou, do trimestre. Acho que o Rodrigo colocou no começo, a nossa visão, para esse trimestre, de fato, foi um trimestre mais competitivo, tivemos alguns movimentos de tributos no trimestre, que levaram, de fato, a um reposicionamento de preço no mercado.

Nós vemos um nível de competição em alguns segmentos ali dentro, quase um subsegmento dentro do segmento envasado em um segmento mais atacado. E nós seguimos na nossa estratégia de fortalecer e proteger a rede. Nós continuamos a



expansão da nossa rede de revendedores, que eu acho que é o caminho correto para ser uma rede fortalecida, e nós vamos continuar, para os próximos trimestres, fortalecendo essa rede, que ela possa cada vez mais competir

E, associado ao que eu já comentei na outra pergunta, à nossa evolução na eficiência operacional, o caminho com uma rede fortalecida no segmento envasado e uma eficiência operacional elevada, nós conseguimos continuar expandindo nesse mercado. Essa é a nossa visão de médio para longo prazo.

Marcos Lutz: E, o último ponto sobre monofasia. O sistema de monofasia nos outros combustíveis, se mostrou muito eficaz, melhorando a arrecadação, diminuindo evasão, competição desleal etc. Existe, obviamente, hoje em dia, um esforço no setor de olhar para isso e falar: olha, vale a pena antecipar o mesmo modelo que já está funcionando em todos os combustíveis para o etanol hidratado.

Acho que, do ponto de vista do regulador, do ponto de vista do governo, do ponto de vista dos *players*, acho que todo mundo começa a ver que faz muito sentido. Obviamente, eu não tenho como prometer nada, mas o que eu posso dizer é que existem conversas na linha de antecipar isso e, de alguma forma, fazer um sistema unificado para todo processo.

Só lembrando que do combustível tem uma diferença de onde recolhe imposto, do combustível é no local da produção, e os combustíveis fósseis é no local do consumo, pelas questões técnicas que vão ser endereçadas. Mas, de fato, dado que já está no texto da reforma, que já é uma condição que vai existir de qualquer maneira, está fazendo muito sentido antecipar, e isso é muito importante e eu acho que tem uma chance razoável de conseguir.

Bruno Montanari, Morgan Stanley: Bom dia pessoal, obrigado por pegar as minhas perguntas. A primeira, sobre o nível de estoque, que ainda pode estar na cadeia, principalmente no diesel. Queria saber, na perspectiva de vocês se, até o fim do trimestre, a ideia já é ter um nível de estoque 100% normalizado e ter uma base de comparação um pouco mais limpa.



A segunda pergunta, nós temos escutado bastante de diversos *players* no setor sobre a importância do agro e acho que a Ultrapar, na verdade, foi uma das primeiras a começar a focar mais neste subsegmento. Então, queria entender, na visão da Companhia, onde vocês podem mais se diferenciar, tanto na discussão de combustível, no que tange ao agro, mas, também, nos outros negócios. Quais são as fortalezas que permitem que vocês consigam, eventualmente, surfar esta onda de uma maneira mais expressiva? Muito obrigado.

Leonardo Linden: Oi Bruno. O nível de estoque já está caindo. Em relação ao pico, nós já percebemos uma queda em direção ao que seria um nível normal. E, sim, nós acreditamos que, até o final do trimestre, este nível esteja normalizado.

Marcos Lutz: Do ponto de vista macro, todo o mundo hoje em dia fala reiteradamente que o agro é um setor mais resiliente, que consegue atravessar crises econômicas, que é menos dependente do PIB doméstico etc. Então, como diz, o pessoal da mídia agro é pop, nesse momento. Então, eu acho que não tem um esforço específico.

Obviamente, nosso investimento na Hidrovias tem a ver com querermos construir uma expansão ao agro mais forte no Grupo. Mas eu diria que todas as empresas têm estratégias que endereçam todos os setores, mas, obviamente endereçam o agro com muita intensidade.

A Ultracargo, o esforço dela de entrar em biocombustível e entrar em terminais do interior tem muito a ver com o agro. A Ipiranga tem uma qualidade muito grande de prestação de serviço na ILL, que é uma empresa da Ipiranga que faz um atendimento mais específico na ponta do agro e que, de alguma forma, tem criado grandes clientes e construiu grandes relações, principalmente com os grandes operadores do Centro Oeste.

E, a Ultragaz, também tem um esforço histórico, tem feito vários trabalhos em secagem de grãos e aumentar também a sua presença nesses locais. O próprio projeto Saturno traz eficiência e capacidade operacional e custo baixo em regiões que estão mais ligadas ao agro, como o PIB.



Mas não tem nenhum *silver bullet* neste processo, que você fala: com isso aqui eu resolvo tudo, e viro, de repente, uma empresa muito mais exposta ao agro etc. Então, eu acho que eu respondi a sua pergunta, mas, de fato, não tem uma frase que sintetizaria nossa estratégia nisso, não.

Leonardo Marcondes, Bank of America: Bom dia pessoal, obrigado por pegarem minhas perguntas. A minha primeira pergunta é em relação às margens do Ipiranga. Desculpa, Linden, retomar esse tema, mas pelo que eu entendi as margens do 2T devem ser parecidas com as margens do 1T.

Mas, nós aqui, entendemos que o ambiente neste 2T deveria estar mais saudável, tanto para um mercado sem estar sobre ofertado, quanto pela revogação desse regime especial para a importação do combustível no Amapá. Eu queria entender, se vocês poderiam passar um pouco mais de cor para nós, ou se estão vendo algum outro fator que esteja pressionando as margens neste trimestre?

A minha segunda pergunta é em relação ao embandeiramento da Ipiranga. A estratégia de depuração acabou no final do ano passado. Eu queria entender como podemos pensar nesses embandeiramentos ao longo de 2024. Se vocês imaginam que deve ficar nesse patamar de cerca de 5.900 postos ou, se a ideia seria crescer e buscar mais *share* nesse segmento. Obrigado.

Leonardo Linden: Oi Leonardo. Nós estamos com uma visão de margens semelhantes no 2T, porque o 2T não tem o benefício de grandes inventários. Então, por isso mesmo, com a melhora do ambiente, e nós também esperamos que o ambiente melhore, então, existe o benefício que nós vimos lá nas questões tributárias, que eu já comentei.

Em relação aos embandeiramentos, é a estratégia que nós viemos dividindo com vocês já tem algum tempo. Nós continuamos investindo, continuamos fazendo negócios seletivamente e o plano está mantido. De fato, as depurações que nós tínhamos que fazer, estão essencialmente concluídas, o que tem daqui para frente é normal do giro do negócio, e nós vamos continuar investindo. Então, nós esperamos um crescimento, na rede, mas nada anormal.



Régis Cardoso, XP: Bom dia, Lutz, Pizzinatto, Linden e Tabajara. Obrigado por pegar minhas perguntas. Parabéns também pelos esforços no Rio Grande do Sul e pelo investimento na Hidrovias, em particular, ao Hachem pela indicação na posição na Hidrovias.

Queria fazer uma pergunta sobre o *equity story* do Ipiranga, saindo um pouco do curtíssimo prazo e olhando, talvez, no horizonte em cinco anos, o que vocês imaginam que é hoje esse *equity story*? É uma história de expansão de rentabilidade e *turnaround*, é uma história de crescimento em volumes, é uma história de, enfim, diversificação? Queria ouvir de vocês. Essa é uma pergunta.

A segunda pergunta é, no investimento de Hidrovias, tem um racional de exposição ao agronegócio. Faz sentido, eventualmente, a Ultrapar continuar olhando ativos adicionais nesse setor, aumentar a exposição a granel sólido, a óleo vegetal, a outros produtos, talvez, fora da cadeia do óleo e gás? Obrigado.

Leonardo Linden: A nossa história é a história que nós temos consistentemente contado aqui. É a história de trabalhar e focar naqueles quatro pilares, que são essenciais para o negócio. Eles não são mais uma história de *turnaround*, que esse *turnaround* foi essencialmente feito, mas, ele é uma história de melhoria contínua, e, são os quatro pilares que nós vamos continuar focando e trabalhando para que nós ganhamos excelência operacional.

Então, eu acho que não quero me repetir ao que eu já falei várias vezes, nos *calls* e no Ultra Day, mas eu vejo, sim, uma rota de ganho de eficiência e de melhoria na Ipiranga, em cima do plano que vocês já conhecem.

Marcos Lutz: Em relação à exposição em outras coisas ligadas a isso faz sentido. Nós olhamos. Nossa área de M&A deve ter olhado mais de uma dezena de *targets* nos últimos 12 meses, que tem alguma exposição mais forte ao agro. E nós achamos também que a própria Ultracargo ingressar nessa área de granel sólido, tanto fertilizante, como suprimento, quanto exportação de grãos, faz sentido também.

Obviamente, a estratégia não pode estar desvinculada de oportunidades, acho que uma boa estratégia pode ser desenhada, mas as ações têm que estar junto com



boas oportunidades também. Então, acho que essa disciplina, nós não vamos nunca abandonar.

Rodrigo Pizzinatto: Só para reforçar esse ponto. Bom dia, também. Nós não estamos buscando nenhum movimento para crescer, estamos buscando movimento para gerar valor. Então, isso vai estar sempre no radar para qualquer movimento que nós fizemos, como nós fizemos agora na Hidrovias.

Só aproveitar também, é bom ter você de volta na cobertura e boa sorte na casa nova.

Rodrigo Almeida, Santander: Bom dia, Lutz, Pizzinatto, todo mundo do time da Ultra. Eu queria voltar um pouco para esse lado de realocação de capital que o Régis puxou também. E, só escutar, talvez, um comentário de vocês sobre uma matéria que saiu recentemente, falando que não se descartava produção de gás na Ultragaz. O que vocês puderem comentar sobre esse ponto, acho que nos ajuda a entender um pouco o que dá para imaginar olhando para frente.

E, ainda nesse tópico, acho que mesmo com a aquisição da participação na Hidrovias e um EBITDA menor, olhando só um ano pra frente, a alavancagem, ainda, ficando em um patamar bastante controlado. Então, pensando assim, o que nós podemos imaginar, em termos de distribuições para os acionistas, nos termos os dividendos. Mas, pensando aqui, talvez na cabeça de recompra, se você tem alguma opinião formada sobre o assunto, se vocês estudam, como esse tópico é discutido internamente? Também nos ajuda. Obrigado.

Tabajara Bertelli Costa: Eu vou pegar a sua pergunta sobre a Ultragaz, na prática, o nosso caminho estratégico é aquele que nós já desenhamos lá atrás. Nós estamos avançando, em especial, nos últimos dois anos, buscando outras energias, o desenvolvimento que nós fizemos recentemente.

Então, de fato, estamos distantes de produção de produtos, nós estamos olhando muito o relacionamento comercial, usando a nossa marca, a capilaridade para levar soluções mais completas para o nosso cliente. Então, esse é o caminho, que nós continuamos com os primeiros movimentos e olhando outras oportunidades. Então,



para a Ultragaz, nós continuamos atento e perseguindo o plano estratégico que foi desenhado.

Rodrigo Pizzinatto: Bom dia, Rodrigo, aqui é o Pizzinatto. Só para falar sobre a questão de dividendos, nós permanecemos com a visão de que o nível de conforto nosso é em torno de 1x, 1,5x EBITDA, de alavancagem. E, nós olhando para frente, vendo os projetos que temos exposição, tomar a decisão, se tem projetos que justificam permanecer com o recurso em caixa ou, se não tiver, aumentamos a distribuição de dividendos.

Rodrigo Almeida: Só um *follow up*, desculpe insistir. Vocês têm, de alguma forma, uma cabeça formada em relação a recompra?

Rodrigo Pizzinatto: No Brasil não tem benefício fiscal de você fazer recompra em detrimento ao dividendo. Então, a nossa visão é privilegiar o dividendo e o nosso acionista toma a decisão se ele quer recomprar a ação ou fazer outro uso disso.

Operador: Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Sr. Rodrigo Pizzinatto para as últimas considerações. Por favor, Sr. Rodrigo, pode prosseguir.

Rodrigo Pizzinatto: Muito bem pessoal, obrigado pelas perguntas e pela atenção, mais uma vez. Nos vemos na próxima teleconferência. Só lembrando que, as questões que nós não conseguimos endereçar aqui pelo webcast, a área de RI entra em contato. Obrigado e bom dia a todos.

Operador: A teleconferência de resultados da Ultrapar está encerrada. Agradecemos a presença de todos. Tenham um excelente dia.