

# AGRO GALAXY

Bom dia a todos, e obrigado por aguardarem. Sejam bem-vindos a videoconferência de Divulgação dos resultados do 3º trimestre de 2021 do AgroGalaxy. Destaco àqueles que precisarem de tradução simultânea que temos essa ferramenta disponível na plataforma. Para acessá-la, basta clicar no botão *interpretation*, pelo ícone do Globo, na parte inferior da tela, e escolher o seu idioma de preferência, português ou inglês. Para os que estão ouvindo a videoconferência em inglês, há opção de mudar para o áudio original em português, clicando em *unmute original áudio*. Informamos que este vídeo conferência está sendo gravada e será disponibilizada no site RI da Companhia, [ri.agrogalaxy.com.br](http://ri.agrogalaxy.com.br), onde se encontra disponível o material completo da nossa divulgação de resultados. É possível fazer o download da apresentação, também, no ícone de chat, inclusive em inglês. Durante a apresentação da Companhia, todos os participantes estarão com microfone desabilitado. Em seguida, daremos início à sessão de perguntas e respostas. Para fazer perguntas, clique no ícone Q&A, na parte inferior da tela e escreva o seu nome, empresa e idioma, para poder entrar na fila. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela, então, você deve ativar seu microfone para fazer perguntas. Orientamos que as perguntas sejam feitas todas de uma única vez.

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 do AgroGalaxy constituem crenças e premissas da administração da Companhia, bem como informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantia de desempenho, elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, envolvem riscos. Incertezas e premissas 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

# AGRO GALAXY

desempenho futuro do AgroGalaxy e conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras.

Hoje contamos com as presenças de executivos da Companhia: os senhores **Welles Pascoal**, presidente, **Maurício Puliti** diretor financeiro, a senhora **Sheilla Albuquerque** diretora responsável pelas operações Sul - Sudeste, e os senhores **Marco Teixeira**, diretor responsável pelas operações Norte - Nordeste, **Alex Kuribara**, diretor de integração, e **Daniel Kuratomi**, gerente de RI. Agora passarei a palavra ao senhor **Welles Pascoal** para dar as boas-vindas e fazer os destaques.

**Welles Pascoal:** Muito obrigado, Roger, e bom dia a todos. É com grande prazer que venho aqui hoje neste dia, junto o meu time, apresentar o resultado do terceiro trimestre de 2021 do AgroGalaxy. Nosso crescimento através das aquisições e, também, uma integração impecável das companhias adquiridas, nosso crescimento orgânico e foco total na produtividade, aliado das boas condições favoráveis do agronegócio [nos permitiram] entregar resultados e nós os apresentamos, a partir do que foi feito, para vocês. Gostaria de apresentar alguns slides nos quais nós podemos ver como tem sido conformado o Agrogalaxy, como nós estamos estruturados atualmente e para onde a Companhia está se dirigindo. A nossa história de consolidação do setor de insumos no mercado agrícola brasileiro tem sido uma história de grande sucesso, que começou em 2016, com aquisições de companhias icônicas em suas regiões de atuação, podemos citar aqui desde Rural Brasil, Agro100, Agro Ferrari, Grão de Ouro, Sementes Campeã, Boa Vista, Ferrari Zagatto, a qual também junto com a Boa Vista já integramos as nossas operações esse ano, além da Agrocatt, companhia com que firmamos, em setembro, um contrato de compra, que acaba de ser aprovado e liberado pelo Cad, a qual vamos estar integrando, fazendo o processo de fechamento, a partir de princípios de janeiro do próximo ano. Como estamos organizados hoje, atendemos mais de 22 mil clientes, atuamos em nove estados brasileiros, vamos já romper, em algum momento, num prazo curto, mais de 500 consultores técnicos de venda no campo, atuamos

# AGRO GALAXY

em mais de 1000 municípios do Brasil, cobrindo uma área de cerca de 10 milhões de hectares cultivado, e somos hoje bastante fortes também na área de grãos, ajudando os nossos clientes, tanto na armazenagem como na comercialização desses grãos, estabelecendo uma forte parceria com as grandes tradings do Brasil. Soja e milho representam cerca de 94% das nossas operações, com um pouco, também, de café, nos estados de Minas e São Paulo, e outras culturas de inverno no Sul do país. Estamos fechando o terceiro trimestre com 126 lojas, cobrindo então cerca de 2.500 km. Temos também 29 silos para armazenagem de grãos e oito unidades produtoras de sementes. Focamos nossos negócios no fornecimento de insumos agrícolas. Gostaria, também, de mostrar para vocês um pouco de como as aquisições têm impactado os nossos negócios, a nossa estratégia. Nós podemos ler aqui no slide 7, do lado do esquerdo, na primeira coluna, o AgroGalaxy, nesse momento, até então, sem a Boa Vista, Ferrari Zagatto e, também, a Agrocat, que acabo de mencionar. Vocês podem ver o impacto que essas boas aquisições têm trazido na Companhia. Quando nós falamos de receita de insumos, tomando como base o ano de 2020, estas companhias agregam à nossa receita cerca de 37% do valor que nós teríamos, então, somente como AgroGalaxy, de 2.7 bilhões de reais. Com essas companhias, alcançamos então quase 3.8 bilhões de reais, tomando como base o ano de 2020.

Se olhamos a receita - perdão, aí falando de insumos, primeiramente - se olhamos a receita de grãos, vemos também um impacto na ordem de 41%, saindo de cerca de 1.4 bilhões de reais, alcançando 2.0 bilhões de reais, com as companhias adquiridas. Na receita total, saímos também de 4.1 bilhões de reais, alcançando 5.8 bilhões de reais com o crescimento, então, através de aquisições, de 38%. Também podemos ver o mesmo impacto na questão das lojas, saindo de 93 lojas, alcançando um total de 126 lojas, então.

Falando especificamente de defensivos agrícolas, saímos de um total de 1.2 bilhões, alcançando há cerca de 1.7 bilhões, ou seja, crescendo também através dessas empresas adquiridas, 38%. Vemos também o

# AGRO GALAXY

mesmo impacto, logicamente, nas áreas cobertas, também, por nossas áreas plantadas, na capacidade de armazenamento, no volume também de grãos originados, como também nos CTVs, como chamamos, nos Consultores técnicos de Campo.

Falando um pouco da sazonalidade do nosso negócio, acho muito importante que todos vocês tenham essa visão de como esse negócio é operado no campo. Nós temos dois momentos muito bem definidos nesse negócio: nas barras verdes, podemos ver o momento que se constrói a carteira de pedidos, que começa, então, no primeiro trimestre e do ano, indo para o primeiro trimestre [N.T. Trecho com falhas no áudio]. Quando olhamos o faturamento, que é o momento que (...) é inverso, o faturamento cresce muito no terceiro e no quarto trimestres do ano. Com isso, nós podemos explicar o pouco mais da sazonalidade. Quando temos a carteira de pedidos, já podemos ter uma boa ideia de como o nosso negócio vai performar no ano, mas isto ainda não é, logicamente, visível para o mercado. Então, quando nós olhamos, separando aqui safra de verão e safra de inverno, nós podemos ver, por plataformas de produto, como que se segue, tanto o plantio como o faturamento desses produtos. Começamos, então, com fertilizantes, depois, sementes, defensivos e especialidades, que são produtos especiais, principalmente fertilizantes foliares e outros produtos, também de aplicação na fase de desenvolvimento da cultura, que terminamos de fazer isso, logicamente quando a cultura está estabelecida e no seu um momento principal de desenvolvimento. Olhando a safra de inverno, que começa, então, a ser plantada no primeiro trimestre, ou no mês de janeiro de cada ano, quando começamos também uma entrega muito forte de fertilizantes, seguida, então, por sementes, defensivos e, também, especialidades.

Falando um pouco de sumário de mercado, como nós estamos hoje posicionados para Safra no Brasil? Nós estamos vendo que se encaminha para o Brasil ter uma grande safra de grãos, que pode culminar em algum número próximo de 290 milhões de toneladas de grãos produzidos na safra 21 e 22. Soja será a maior parte desse

# AGRO GALAXY

plantio, com uma área estimada de 40 milhões de hectares, e uma projeção de produção de 140 milhões de toneladas. O plantio da safra tem vindo muito bem, o clima tem sido muito favorável às operações dos agricultores. Temos já mais de 75% da soja já no campo, já plantada, em fase de desenvolvimento. Isso cria uma grande oportunidade para o plantio da safra de inverno que foi tão prejudicada no começo desse ano, na safra 20/21. E temos então uma expectativa muito boa para o milho, que deve plantar um pouco mais de 4 milhões de hectares na safra de verão, e cerca de 16 milhões de hectares na safra de inverno. Isso vai dar uma produção ao redor de 117, 118 milhões de toneladas de milho, o que ajuda muito a ter o melhor balanço no fornecimento desses grãos, tanto internamente [quanto externamente], para viabilizar, também, algo para exportação.

Falando do fornecimento de insumos, mesmo com algumas restrições, ou atraso de produtos, o que nós temos visto no mercado nesse ano, nós já entregamos cerca de 94% dos fertilizantes, de que os nossos clientes precisam para a safra de verão. Também no caso de herbicidas, que são produtos que têm um suplemento, também um pouco atrasado nesse ano, e algumas faltas, nós somos uma das empresas de mercado que melhor tem conseguido trabalhar esta escassez de produto, com o índice muito pequeno de atraso com nossos clientes. Temos visto que algumas companhias no mercado têm até mais de 20% de atraso nos fornecimentos desse produto. No caso do AgroGalaxy, esse número é menor que 3%.

Falando dos destaques do 3º trimestre. Sem sombra de dúvida, a consolidação da Ferrari Zagatto, a partir de 1º de setembro, foi um dos grandes destaques, com o plano de integração superbem conduzido, e entregando os resultados como nós planejamos. Adicionamos também cerca de 33 lojas, em 2021, já falando do ano; 13 lojas abertas, 20 delas também vieram nas adicionais das aquisições da Boa Vista com 6 lojas, e Ferrari Zagatto com 14 lojas. E continuamos o nosso plano de expansão. Falei que temos hoje 126 lojas e vamos terminar o ano com mais de 130 lojas. Também vemos o nosso impacto na integração e na

# AGRO GALAXY

a captura de sinergias das empresas adquiridas. Conseguimos na Boa Vista dobrar a quantidade, o volume de vendas, de especialidades nessa empresa, nesse período, do princípio do ano até agora, o que é sumamente importante para nossa rentabilidade. Também vamos muito firmes na nossa estratégia de digitalização da empresa, conseguimos fazer cerca de 712 milhões de reais no terceiro trimestre da nossa receita, através de processos digitais. Lançamos também o nosso aplicativo do produtor, no qual já temos mais de 4 mil produtores cadastrados, cobrindo uma área de mais de 3.5 milhões de hectares desses clientes. Já comentei da entrega de fertilizantes, sumamente importante, e o outro fato também culminante foi a assinatura do contrato de compra da Agrocatt, como mencionei, que já foi aprovado pelo Cad. Nós começamos, então, no princípio do ano, a fazer a parte do fechamento e trazer esta empresa para dentro do sistema AgroGalaxy. A Agrocatt nos dá uma posição privilegiada de trabalho tanto no Mato Grosso como em Rondônia. Com essa empresa alcançamos a capilaridade que nós buscávamos, então, nessas regiões onde o agronegócio logicamente tem uma importância muito grande. Eu vou parar por aqui nesse momento e passo, então, a palavra para o **Maurício Puliti**, nosso CFO, para que ele possa, então, dar a vocês maiores detalhes sobre a nossa performance financeira. Muito obrigado.

**Maurício Puliti:** Olá a todos, bom dia, um prazer estar aqui e divulgar esses números tão expressivos que a gente alcançou nesse trimestre. Acho que foi o melhor trimestre da história do Galaxy, e a gente vai tentar passar um pouquinho que os detalhes. Os destaques operacionais [são]: a gente cresceu, então, contra setembro do ano passado, 35%, o número de CTVs 34, 37 clientes. E aqui, o *highlight* é quarenta e dois por cento na produtividade por ser TV então a gente 42% na produtividade por CTV. Então, a gente vê já o trabalho digital também liberando espaço na agenda do CTV, para ele conseguir realmente atender mais clientes e ser mais produtivo. Então, vou falar daqui a pouquinho mais sobre preço, mas a gente está vendo que volume por CTV também aumentou, não só valor.

# AGRO GALAXY

Aqui alguns detalhes de receita, a gente, então, cresceu 95% em insumos e 63% em grãos. Organicamente a gente cresceu 685 em insumos, de 68, 31 vieram de preço, então, a gente está vendo o crescimento de preço de fertilizantes e crescimento em semente, bastante também, principalmente nas categorias e um pouco menos em especialidades e defensivos. Mas a gente conheceu 37% em volume, isso na mesma base. Então 68% de maneira orgânica e mais 27% da Ferrari Zagatto e Boa Vista, que não estavam nessa base de comparação. Lembrando que Ferrari Zagatto só tem número de setembro aqui, então, não teve agosto e julho. É um crescimento superforte, mas, obviamente, ainda não tem no trimestre o total de Ferrari Zagatto.

Em especialidades, a gente melhorou 0.6%, a participação especialidades, apesar do faturamento muito mais forte de sementes também do semestre, então, a janela de plantio nesse ano está ideal. Ano passado faltou chuva em T3, nesse ano a gente viu a chuva de uma maneira ideal, nos últimos anos. A equipe nos leva a crer numa safra muito boa, como falou Welles, e antecipou, então, sementes, o que melhorou o mix de 24 para 28%. A gente está com uma carteira de pedidos bastante ainda saudável, que demonstra, ou nos indica que o T4 vai crescer bastante bom, também. Em outubro a gente já teve um mês bom, a carteira de pedidos é bastante saudável, apesar da antecipação de que eu falei em relação ao T4 do ano passado, porque o T4 do passado foi mais forte por esse atraso, mas ainda uma carteira de pedidos muito saudável.

Falando de margem, a gente cresceu quase 113%. Na margem de insumos, a piora da margem percentual aqui melhorou em margem, melhorou em volume; a piora aqui em grãos, por causa dos casos de aumento de alguns contratos de RED que a gente faz para proteger a margem das operações, em que a gente liquida num tempo diferente da comercialização, então, aqui é um fator temporal. Se a gente olha nos 9 meses, a gente consegue ver essa diluição, que o efeito não é tão grande. Outro ponto é que a margem de grãos é muito mais baseada

# AGRO GALAXY

em sacas reais, por sacas. Como o preço subiu, o percentual também acaba caindo pelas vendas. A gente conseguiu diluir, também, bastante despesas, então, a gente aumentou menos despesas do que faturamento, então, a diluição de despesas administrativas, e outras, caindo 2.0 pontos percentuais.

No Ebitda, o crescimento de 81%, dos quais, organicamente, a gente cresceu 37%. Então, o crescimento vem forte, da mesma base de empresas do ano passado. E tudo isso resultou no lucro líquido quase quatro vezes maior, indo de um 1.5 para 3.1%, quase quatro vezes o valor nominal. A alavancagem caiu, obviamente, a gente fez o IPO, fizemos aquisições, essa alavancagem teria sido 2.3, comparado com o ano passado, se não tivéssemos feito nem os IPOs nem os M&As, então, a gente gerou bastante recebimento, a gente está crescendo. Então, vocês sabem que a gente é um business que consome o capital de giro, mas um desempenho superbom, sem contar IPOs e M&As. A gente conseguiu passar quase um terço nossa vida para o longo prazo, agora no fechamento de setembro, longo prazo de um ano e três meses, 1 ano e meio, mas ainda está bastante melhor do que estava no mesmo período do ano passado. E, também, mantendo uma PDD baixa, nos mesmos níveis do ano passado, apesar do crescimento forte. Então, isso demonstra nossa capacidade de dar crédito e de recebê-lo. Aqui no giro, a gente vê uma piora de 2 dias, uma estabilidade de capital giro, mas lembrando, a gente fez uma análise aqui sem Ferrari Zagatto, porque, no final, quando você consolida o balanço, você traz estoque, dívida e não coloca o resultado passado. Então, tirando os dados de Ferrari Zagatto, a gente tem uma melhora de 19 dias o capital giro, comparado com o mesmo nível do ano passado. Então, a gente não está colocando, nos dias de capital de giro reportados aqui, esse resultado passado de Ferrari Zagatto, mas a gente está melhor em capital de giro. Só para dar uma Visão um pouco do histórico, a gente desde 17 aumentou uma vez e meia o número de lojas, 50% quase, um pouco mais de 50% o número de CTVs, 90% o número de clientes, operacionalmente.

# AGRO GALAXY

Em relação à receita, a gente aumentou 40% no LPM e aumentou 37% em relação ao fechado do ano passado, quase 32%, desculpa, em relação ao ano fechado. Então, o nosso LPM, ainda sabendo que T4 é um trimestre superforte, comparado com o ano fechado a gente já vê evolução, e essa escadinha aqui vindo de lá de 1,5 bi, em 17, chegando a 5,5 bi agora na LTM. Um super resultado também de LTM de *same store sales agora* no trimestre, do ano fechado, 24% comparado com 23.6% do ano passado. Então, as nossas lojas seguem vendendo mais e ganhando produtividade, mesmo em lojas maduras, há mais de quatro anos abertas. Então, a gente continua ganhando share em praças onde já tem participação relevante.

Aqui falando de Ebitda, a gente fecha o LTM com 347, 37% acima do ano fechado 2020, com uma margem melhor, também, então, você vê também a escadinha aí. Um percentual de margem que são esses ganhos de produtividade, de escala, compra melhor. Nosso lucro fecha também quase 30% acima do fechado em 2020, e o nosso ROIC fecha 18.8 na LTM, comparado com 16 do ano passado. Esse ROIC é melhor do que o que está reportado aqui, porque, também, a gente está usando os itens de capital de giro de Ferrari Zagatto, mas a gente não está constando o ebit de Ferrari Zagatto nesse montante, então, esse número vai melhorar à medida que a gente vai apurando resultados agora das aquisições.

Bom, de novo, muito obrigado, prazer estar aqui com todos. Agora eu passo a palavra para Marcos Teixeira, CEO da região Norte e Centro-Oeste, para falar um pouquinho mais dos próximos passos. Obrigado pessoal.

**Marco Teixeira:** Obrigado Puliti. Bom dia a todos. Indo para frente, vamos dividir com vocês algumas informações importantes, que vão ser superimportantes para o futuro da companhia. No nosso plano de expansão, terminamos o último terceiro trimestre no caminho de entregar o nosso plano orgânico, então inauguramos 13 novas lojas, nos primeiros novos meses e estamos no caminho para 7

# AGRO GALAXY

remanescentes serem inauguradas agora no quarto trimestre. Destaque importante nesse momento é: nessas sete regiões dessas lojas já temos área comercial atuante, identificando o cliente, tirando o pedido, conforme nossa estratégia comercial. Essas novas lojas também já vêm com grafismo novo da marca AgroGalaxy, que passa a ser reconhecida não apenas no mercado investidor, mas também pelos nossos clientes, isso é importante para reconhecimento da marca.

Indo para frente, no slide seguinte, no slide 25, como falado, então no mês passado o Cad aprovou *deal* da Agrocat, e aí qual destaque a gente gostaria de dividir com vocês? A agrocat, em linha com a nossa estratégia de M&A, traz para dentro do universo AgroGalaxy uma empresa excelente, com mais de duas décadas de história, e graças a um time excepcional diferenciado do mercado, é uma gestão diferenciada nessa região. É um *deal* 100% complementar geograficamente, então nós vamos estar entrando numa região em que a gente não atuava, com mais de 3 milhões de hectares e com grande potencial de crescimento e, por fim, esse *deal* vai trazer para nós 11 novas lojas e um faturamento acima de 800 milhões de reais, sendo mais de 400 milhões de reais em insumo, a base *last of month* a junho 21. Nossas expectativas é ter o close desse *deal* ainda no primeiro trimestre do ano que vem e com isso capturar é e esse resultado no ano que vem. Eu vou passar agora a palavra o **Alex Kuribara**, para falar com vocês do nosso plano de integração. **Alex Kuribara**, por favor. Obrigado.

**Alex Kuribara:** Marco, muito obrigado, um bom dia a todos. Hoje eu vim atualizá-los sobre os nossos PMIs, então eu vou falar de Boa Vista, Ferrari Zagatto e Agrocat. Com base nos nossos resultados, eu posso afirmar que a nossa abordagem tem sido muito exitosa. Começando com a Boa Vista, nós terminamos a integração, contínua integrado, dobrando o mix de especialidades, ou seja, saindo de 3.5 em 2020, para 7,4 agora, até o momento, e um crescimento no faturamento de 63% no período de abril a setembro, ano contra ano.

# AGRO GALAXY

Falando agora de Ferrari Zagatto, a conexão com time está indo muito bem, mas muito bem mesmo. Quando a gente fez a nossa avaliação de priorização de tema, uma das decisões que a gente tomou foi de não mexer muito na companhia, nesse momento, fazendo as integrações necessárias, por exemplo, finanças, para deixar o time focado na entrega do resultado de 21. Hoje eu posso dizer que essa decisão foi acertada, porque, mesmo com a nossa entrada, o time no campo não perdeu tração, e quando a gente olha para o resultado de setembro, o comparativo com o ano anterior foi um crescimento de 64% no faturamento. Quero dizer, o ano está mais bem comparado com o ano anterior e a gente conseguiu capturar essas oportunidades no campo.

E, por fim, na Agrocat, como já foi dito, foi aprovada a operação no Cad, e agora a gente está mobilizando todo time para focar no plano de 22, que engloba, claro, todo o processo de PMI na companhia.

A minha mensagem final, que eu gostaria de deixar para vocês, é que a nossa abordagem de integração, com o nosso conhecimento do setor, está sendo muito exitosa e, conseqüentemente, todos os PMIs estão muito sobre controle e, também, a gente tem entregado o valor para o acionista como a gente estava propondo. Muito obrigado. Agora eu passo a palavra para Sheilla

**Sheilla Albuquerque:** Bom dia, é um prazer estar aqui com vocês novamente. Com esse resultado importante do terceiro trimestre, que já é um trimestre extremamente significativo para a gente, dentro da nossa sazonalidade. E [estamos] muito contentes porque o agricultor conseguiu plantar na janela e tudo indica que ele vai ter uma safra maravilhosa, em produtividade na soja, e vai conseguir encaixar seu milho na janela. Então, tudo está indo muito bem para o nosso agricultor, para agricultor que está dentro da nossa área de atuação.

Eu venho aqui para falar um pouquinho do digital, atualizar as nossas iniciativas digitais. Nós estamos transformando a companhia, para a

# AGRO GALAXY

gente, digitalizar é transformar a cultura, também ajudar o agricultor a se transformar, dentro da sua propriedade.

Então falar um pouquinho de 2021, eu não vou entrar no detalhe. Nós começamos essa iniciativa em 2020, a gente já falou bastante sobre isso para quem as nossas *lives*, acompanha nossos resultados, então vou atualizar 2021. Já passamos, durante a jornada do Agricultor de 1.2 bilhões na nossa receita foi digital *enabeld*, algum ponto da jornada foi feito de forma digital pelo agricultor. Lançamos o app, já temos 4.100 produtores cadastrados, da nossa base de 22, lembrando que ainda para Boa Vista e Ferrari Zagatto esse app não foi implementado, então nós estamos em processo, e uma base já significativa do nosso atendimento de 3 milhões e meio de hectares, já mapeados, com talhões já mapeados dentro do nosso app.

Também, iniciamos em setembro nosso programa de pontos, o programa de fidelidade, o AgroGalaxy Clube, com 561 produtores cadastrados no mês de lançamento. Estamos em pleno fomento para que o agricultor se cadastre no nosso programa de fidelidade, programa de pontos.

Também fizemos atualizações no Bot da Gi, um blog que está bastante interessante do ponto de vista técnico, que funciona dentro do app e, também dentro do *e-commerce*. Esses artigos técnicos que nós estamos lançando dentro do blog sempre conectado com as nossas campanhas. Nós lançamos esse mês a "Safrá Nutritiva", todos os artigos técnicos têm referência com a nutrição, com a parte de folhear. Também estão um MVP da loja do CTV, que é um esquentão para o nosso *e-commerce*. Então o nosso e-commerce também vai ser aberto o cliente, mas cada ser CTV vai ter uma loja. De novo, reforçando que nós somos omni canal, uma omnicanalidade e queremos com a mesma experiência que o nosso produtor tem na loja, ele tenha usado as nossas ferramentas digitais.

# AGRO GALAXY

E a grande novidade é que nós lançamos a nossa a vertical de serviços Agrokea, começando com agronomia de precisão, nós recém lançamos Agrokea, que começa com uma agronomia de precisão, mas nós vamos colocar nessa vertical todos os serviços digitais, o omnicanais que a AgroGalaxy vai prestar daqui para frente, então vai ser o nosso ecossistema de serviços para o agricultor. E [sobre] todas as atividades que são penduradas nessa nessas ferramentas, eu não vou entrar no detalhe, vou contar um pouquinho do que vem para 2022. Realmente o nosso e comércio entrando em operação e nós começando a ter pedidos, realmente feitos de forma totalmente digital pelos nossos clientes e começando a monetizar nossa plataforma. Então, com a Agrokea e com agricultura de precisão própria nossa nós já começamos a remunerar os nossos serviços e criando esse ecossistema de serviços. Mais remunerações de serviços devem estar por vir.

Vamos melhorar agronomia de precisão, começados de uma forma mais básica agora, mas tem *features* novos para vir. Já começamos com seguros, vamos digitalizar completamente a parte de seguros, então a agricultura vai conseguir contratar seguro de forma digital, rápida, com dois clics, também pensando em créditos digitais, de forma digital, não só para insumos, mas para pequenos outros gastos que o agricultor possa fazer. Tudo isso para vir em 22, e vamos fazer o *rollout* de toda a loja do CTV para todas as empresas. Hoje a gente está fazendo esse MVP só em Minas Gerais, na Grão de Ouro.

E 2023 em diante, tudo isso são sementes, falo "um pequeno passo para o homem um salto para a humanidade", nós estamos nos preparando para realmente lançar nosso Marketplace, a nossa lógica é: primeiro eu preciso acertar os meus insumos, a forma como eu vendo, para depois abrir para terceiros e começar a comercializar, a partir do meu Marketplace com os meus, quem sabe, nesse momento, mais de 30 mil produtores. E nós vamos, nesse momento, melhorar bastante a agronomia de precisão, a Agrokea, estamos trazendo gente experiente de mercado para tocar essa vertical.

# AGRO GALAXY

Financiamentos e os seguros 2.0, nesse momento a gente pretende vender seguros, não só Seguro Rural, mas outros tipos de seguro também para o nosso agricultor. E finalmente chegar na nossa recomendação prescritiva, onde a gente quer chegar lá no futuro, ainda não estamos fazendo isso, mas lá no futuro a gente quer ter recomendação técnica, (...). Então era isso, eu devolvo a palavra o Welles. Estou bem feliz de estar aqui com vocês e agradeço a atenção de todos, muito obrigada.

**Welles Pascoal:** Muito obrigada, Sheilla. Nós estamos indo para o final da nossa apresentação. Primeiramente, eu gostaria de agradecer a presença de cada um de vocês que compartilharam esse tempo conosco. Estamos realmente muito orgulhosos dos resultados que nós temos entregado até esse momento e nosso compromisso com os investidores que não suportam ficam, nesse slide que aqui está, de focar de uma forma que nós temos feito, de uma forma muito boa, muito profissional e capturando muito valor. Manter as nossas - que chamamos - avenidas de geração de valor, que é o nosso crescimento, otimização da operação, aceleração digital e ser focado M&As que agregam valor para a companhia. Dentro disso, temos aqui os nossos 10 projetos [em] que trabalhamos muito, mas que, ao fim do dia, queremos sempre remunerar o capital que é colocado aqui nessa empresa. Então, para nós ROIC como indicador vai ser algo que nós vamos perseguir durante todo o tempo. Melhorar produtividade desta companhia é o objetivo número um de todos nós que estamos aqui com vocês. Crescer com produtividade, crescer entregando os resultados. Esse é o compromisso que fica aqui ao final dessa apresentação para vocês. Eu volto nesse momento, então, com o Roger, para nossa sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado mais uma vez.

**Operador:** Agora começaremos a sessão de perguntas e respostas, lembrando que para fazer vocês devem clicar no ícone Q&A, na parte inferior da tela, e escrever seu nome, empresa e idioma, para entrar na fila. Ao ser anunciado, uma solicitação para ativar seu microfone aparecerá na tela. Então, você deve ativar seu microfone para fazer

# AGRO GALAXY

perguntas. Solicitamos, por gentileza, que as perguntas sejam todas feitas de uma única vez. Vamos à nossa primeira pergunta, que é do Leonardo Alencar, da XP Investimentos. Abriremos o seu áudio para que você possa realizar a sua pergunta. Leonardo Alencar, por favor, pode prosseguir.

**Leonardo Alencar:** Bom dia a todos. Parabéns, Welles, aliás, todo mundo, Puliti, Marcos, Alex Kuribara, Daniel, pela apresentação e pelos resultados também, resultados muito bons. Eu tenho três perguntas, seriam três follow ups em relação aos todos os pontos destacados. Em relação a fertilizantes e defensivos, vocês comentaram bastante sobre a safra de verão e sobre a estratégia da AgroGalaxy de conseguir entregar volume. Preço é uma segunda discussão nesse sentido, mas conseguir garantir volume para os produtores. Mas pensando até não só na safra verão, pensando no milho safrinha pensando até na safra do ano seguinte, se já tem estratégias em curso para garantir esse volume, até para poder garantir, então, que no próximo ciclo vocês também vão conseguir entregar isso. até para entender um pouco da dinâmica margem da operação de fertilizantes defensivos, frente a esse cenário de preços mais altos dos produtos. A segunda pergunta eu vi que fertilizantes especiais e sementes tiveram uma participação maior dentro da receita total, que eu acho que são dois pontos favoráveis, dado a margem bruta dessas operações. Eu queria entender um pouquinho como que foi construída, então essa maior participação. Sementes, imagino que aumente a capacidade, mas a parte de fertilizantes especiais também, como é que vocês conseguiram trazer mais volume de fertilizantes especiais, até na leitura de private label, se pudessem atualizar a gente um pouco sobre isso também. E a terceira pergunta, até pedindo um pouco mais de cor em cima da parte de *same store sales*, se vocês podem falar um pouco da mesma leitura, só que regionalizando ela, então, se realmente entre as regiões do país, entre as localidades das lojas, se a performance de *same store sales* foi homogênea, ou se a gente consegue enxergar algum tipo de mudança nesse sentido, um pouquinho mais de cor nesse ponto. Obrigado.

# AGRO GALAXY

**Welles:** Muito obrigado, Leonardo, pelas perguntas. Vamos dividir aqui em duas partes, duas não, três partes as três perguntas aqui, como a gente responde para você, porque, no final, tem até quase uma quarta. Eu gostaria que depois o Puliti faça a questão das lojas, de *same store sales*.

Falando da questão de insumos, o que que realmente tem acontecido? Uma limitação no fornecimento de alguns produtos. Como comentei, nós estamos muito bem para a safra de verão, a gente está nesse momento de faturamento ainda para plantio, algumas áreas continuam ainda plantando, tanto soja como milho, e nós vemos que a gente vai entregar, nós temos tudo organizado para entregar a necessidade do nosso cliente.

Safrinha já está quase batendo a nossa à nossa porta também. Então, todo o nosso empenho com fornecedores e aqui eu vejo claramente que a massa crítica o AgroGalaxy já tem nos ajuda muito com as nossas conversas com fornecedores. Com todo o respeito, com toda a parceria que existe, que eles enxergam muito bem o nível nosso de comprometimento com nosso cliente, também com os nossos investidores. Já para safra 23, eu posso te falar, 22 / 23, que nós já estamos trabalhando nesse momento, a gente trouxe uma pessoa, um profissional altamente habilitado, para fazer a área de *sourcing* para nós, trabalhando com fornecedores de suprimento, e a gente já está executando um plano para isso. Então, sabendo, conhecendo as limitações, a gente tem que começar muito antes para assegurar que o nosso cliente possa ser bem servido, E nós vamos nos comprometer com aquilo que a gente tem assegurado com os nossos fornecedores. Esse é o nosso direcionamento dentro da nossa companhia.

Falando da questão de Margem, logicamente o aumento de preço, as margens percentuais, permanecem, mas, em termos de massa de margem, de valores, nós trazemos mais valor para dentro de casa. Então isso nos ajuda. Logicamente temos um ponto de preocupação com o nosso cliente, de ter uma relação de troca muito boa para ele, do

# AGRO GALAXY

pacote de insumos que nós [temos], e o preço que ele tem também (que) o seu produto final.

Então, antes de passar para o Puliti, eu gostaria que a Sheilla falasse para nós da questão da nossa recomendação do PTA: por que nós estamos fazendo, melhorando esse mix de produto, e como a gente tem trabalhado, então, para tornar isso real dentro do AgroGalaxy?

**Sheilla Albuquerque:** Eu tinha até comentado "Daniel, eu quero responder essa, me ajuda, porque essa é para mim". É bem intencional, Leonardo, a forma como a gente está trabalhando para mudar esse mix. Nós chamamos aqui de "especialistas em produtividade", nós temos uma equipe técnica que não vende, só é dedicada a estudar e recomendar tanto sementes - e nós tínhamos essa equipe apenas para as especialidades, como a gente fala, os folheares, os inoculantes - e nós esse ano começamos a abrir, até por recomendação do **Marco Teixeira**, a mesma equipe, nós estamos espelhando essa equipe, trabalhando só com sementes. Então, é muito intencional isso, esse time de alta performance técnica, os especialistas em produtividade. Então esse Mix vem muito desse trabalho, falo, as outras coisas os nossos clientes compram, essas outras nós vendemos. Além disso, nós temos o que a gente chama de PTA, a gente tem mais de 2.000 SKUs, mas nós vendemos realmente, fazemos trabalho, palestra de licença técnica, treinamento para os produtos que compõem o nosso PTA, portfólio técnico AgroGalaxy. Nós testamos o nosso CTA, quando escutam CTA, são as nossas fazendas, nós temos três CTAs. Então, o fornecedor ele puxa, agora que a gente tem a coca-cola do momento? Tem, então nós vamos primeiro testar. Fazemos os testes nos nossos locais e, se realmente o produto for [bom], tiver um bom fit técnico, for bom para o nosso agricultor, bom custo para nosso agricultor e uma boa rentabilidade, ele entra no PTA. Só aí nós autorizamos a treinar o nosso pessoal, gastar o nosso tempo do RPV, e ele vai para a equipe de especialistas. Então assim, eu diria para você, Leonardo, que esse é o fruto do trabalho intencional que nós temos de

# AGRO GALAXY

melhoria de mix, e mais que isso, nós comprovamos para agricultor que ele produz mais quando ele utiliza as nossas recomendações técnicas.

**Maurício Puliti:** Eu vou pegar agora do *same store sales*. Não vou abrir exatamente o número da região Centro-Oeste, você sabe que a gente tem duas (...) onde a gente controla tem várias diretorias, por exemplo, dentro do da Regional Centro-Oeste e Norte a gente tem Leste e Oeste, no Sul a gente tem Mato Grosso do Sul, tem Paraná, tem São Paulo, então a gente tem várias diretorias, mas entre Norte e Sul, não vou abrir o número exatamente, mas ela tem um pouco mais de *same store sales* nas lojas do Centro-Oeste. São lojas que são com maiores, a gente vê um pouco mais de expansão de área, conversão de áreas de pastagem para área de soja e milho. Então você tem uma tendência a ter uma área maior de *same store sales* ou a expansão no Centro-Oeste comparado com o Sul, porque a área do Sul, do Paraná, por exemplo, não tem mais nenhum hectare a ser plantado, o pessoal está plantando em vaso, soja e milho, lá, onde tiver área já está plantado. Então, tem uma leve, levemente maior, no Centro-Oeste, comparado com o Sul. Respondemos a todas as perguntas, Leonardo?

**Leonardo Alencar:** Puliti, respondeu, sim. Welles, obrigado. Sheilla, obrigado. Só um follow up rápido: que são dois pontos interessantes né ontem foi o comentário do e diz respeito do *sourcing* que eu acho que, talvez, isso fique cada vez mais estratégico, pensando aqui para frente. Mas quando vocês falam de *sourcing* é no sentido de relacionamento comercial, dessa previsibilidade, isso envolve eventualmente compra estratégica, ou não, é realmente só essa questão de contratos e uma garantir um pouco mais assertiva disso. E um outro follow up, até a Sheilla comentou bastante a parte de digital, acho que a gente viu um processo de construção dessas vendas digitais muito forte, durante a pandemia, 2020 principalmente, é claro que 2021, acho que ainda tinha muita aceleração, eu queria até uma leitura sobre isso. Se, eventualmente, vocês enxergam a essa continuidade, dado que o agro ainda não é totalmente conectado. Se teve um pouco de menor interesse, dado que é o fluxo começou a voltar. Até para poder entender

# AGRO GALAXY

um pouco, comparando com os peers. Então a oferta, ou serviço prestado da AgroGalaxy, na frente digital, se tem algum comparável no mercado também. Um pouco mais de cor na parte de digital.

**Welles Pascoal:** Legal, Leonardo. Vamos complementar, então, os dois pontos. Falando de *sourcing* para nós, eu acho que você nos ajudou a responder: são as duas coisas, tanto a parte de, realmente, você identificar os teus fornecedores estratégicos, como operacionalizar isso. Como trazer o que é melhor para nós. Uma compra estratégica, um fornecimento estratégico, buscar alternativas de produtos dentro do mercado, esse é o trabalho que essa área tem feito constantemente para nós. Essa área hoje, ela está sob a liderança do Marco, e o Marco tem atuado muito com esse time, nesse sentido. Falando da questão digital, vou me permitir, Sheilla, responder um pouquinho aqui, fique à vontade para complementar. O que nós vemos, Leonardo, é que quem começou a usar isto, o acesso digital à empresa, não volta atrás. Por quê? Exemplo, um agricultor que tomava duas, três horas de tempo para levar um documento dele na loja, para estabelecer a linha de crédito, para assinar um documento, ele pode fazer isso hoje de uma forma digital, salvando, economizando o tempo dele todo, dedicando a outras funções mais produtivas dentro do negócio dele. Acho que da mesma forma para o nosso time. Hoje os CTV não precisa ser acionado pelo cliente para liberar um produto dele, para faturamento. O cliente faz isso no aplicativo. Então, assim, a pandemia foi um catalisador de digitalização sem sombra de dúvida, mas a minha visão é que isto veio para ficar, porque tem produtividade por todo lado que você olha: tem desburocratização do sistema, e para nós digitalização é isso, não é simplesmente e-commerce. É criar diferentes formas de acesso do cliente à companhia e tornar o nosso time mais produtivo. Esse é o nosso foco para digitalização.

**Sheilla Albuquerque:** E se eu puder complementar, Leonardo, rapidinho. Acho que a forma da gente fazer isso, eu vejo uma crescente no uso. Como Welles falou, o nosso foco é ganhar produtividade com digital, e-commerce para a gente talvez seja 10% realmente do que a gente quer

# AGRO GALAXY

fazer, e nós estamos cada vez, levando nova *features* para manter o agricultor conectado, interessado. Estava na apresentação, mas acho importante trazer agora, a nossa próxima *feature* é o Barter, ele vai conseguir cortar, fechar toda a parte de negociação dele de grãos conosco e app. De novo, sempre a gente pensa "dois cliques no máximo para fazer a transação". Está sendo testado na Rural, então, assim que a gente concluir o teste de MVP, também vamos fazer *rollout* para toda a companhia, desse vídeo de Barter. Então assim, eu só vejo, Leonardo, a crescente, porque a gente está transferindo tudo que é burocracia, que ele precisava fazer na loja ou pessoalmente com CTV para dentro da digitalização. A gente brinca e fala que as nossas lojas físicas vão ser sempre centro de conversa, de experiência, de troca de informação, e o cliente não tem que precisar ir à loja, ele tem que desejar ir à loja. Então, é com essa mentalidade que a gente está fazendo digital.

**Leonardo Alencar:** Ótimo. Agradeço as respostas. Parabéns a todos, obrigado.

**Operador:** Muito obrigado a Leonardo Alencar. Agora vamos para a próxima pergunta, do Carlos Herrera da Condor. As duas perguntas que ele fez foram: "Vocês podem entregar uma visão de como empresa está indo para o quarto Tri de 2021?" E a segunda pergunta é: "Como vocês estão enxergando o ano de 2022? Quais são os principais riscos e oportunidades da companhia?"

**Welles Pascoal:** Eu vou tomar aqui um pouco da resposta, e o Puliti me ajuda a falar. Lógico, a gente não pode dar *guidance* de como vamos terminar o ano dessa maneira, mas estamos alinhados para entregar o que a gente tem projetado. Nós sempre mostramos a questão de sazonalidade, nós estamos sendo muito ativos esse ano, muito mais que no ano passado, na captura de pedidos, de construir a nossa carteira, e agora é o momento de efetivar, de transformar isso em negócios. E, então, a gente está indo muito firme por esse lado e vemos que o mercado está também de uma forma muito positiva, como a gente comentou, em termos de clima, e mesmo o preço das commodities, até

# AGRO GALAXY

o momento, e tem nos ajudado bastante. Falando da questão de risco, logicamente existem riscos inerentes a uma indústria que é o agronegócio a céu aberto. Clima, que tem sido propício até agora, é um deles. Logicamente demanda por essas commodities, que o que a gente tem enxergado até agora continua ainda bastante aquecido, e o Brasil acho que, a cada vez, se torna mais competitivo dentro desse cenário global de commodities agrícolas. Então, eu vejo que é o momento realmente para gente tomar a vantagem e aproveitar isso, e crescer. Algo que nós cuidamos sobremaneira é a forma [com] que damos crédito para o nosso cliente, para segurar o nosso recebimento. Então, o que o Puliti tem nos mostrado das nossas PDDs, mostra que nós estamos fazendo muito bem esse trabalho até o momento. Puliti, por favor, se você quer agregar algo...

**Maurício Puliti:** Acho que só agregar que a gente tem um ano que vem toda a proformização dos resultados deste ano de Boa Vista, Ferrari e Zagato. Ferrari e Zagato entrou, comparado com esse LPM que a gente está vendo, que não tem Ferrari e Zagato até setembro, só tem Boa Vista a partir de abril, a gente vai fazer essas operações fluir. Então essa é mais uma oportunidade, acho que de preços. Tem uma oportunidade do fertilizante, se a gente souber trabalhar bem com os fornecedores, garantir os suplementos como ele está falando a gente vai ter obviamente uma subida no preço médio do ano, em fertilizantes e pode ser uma oportunidade para gente, também. Mas, obviamente que existe o risco e em contrapartida a gente tem de fazer um bom trabalho no supply e trazer para dentro de casa o produto. Acho que é isso.

**Sheilla Albuquerque:** O Marco acho que queria comentar um pouco, Welles, do supply.

**Welles Pascoal:** Adiante, Marco, por favor.

**Marco Teixeira:** Acho que na verdade cobrimos muito, assim, tem uma preocupação sobre o assunto de novo. Só reforçando, Welles já cobriu

# AGRO GALAXY

bem, Puliti. Temos um trabalho muito forte com os fornecedores, trabalhamos em conjunto pelo ganha-ganha. Tem uma preocupação para frente, a gente está muito próximo dos fornecedores, para acompanhar e cobrir qualquer problema. Ainda é cedo para 22 / 23, do ponto de vista de preço e condições de mercado, estamos trabalhando, temos as condições e vamos continuar fazendo um esforço. Acreditamos muito que nós vamos sair dessa safra agora, e safrinha 22, com um trabalho diferente do que aconteceu no mercado, e vamos continuar trabalhando com os nossos fornecedores e clientes, com a nossa área de ponta, comercial, para conseguir fazer frente às incertezas. Ainda é cedo, muita coisa vai acontecer, toda semana tem alguma notícia, nós estamos 100% empenhados em acompanhar o que está acontecendo e desenvolver uma solução. É isso, vamos manter o mercado informado e com as nossas ações.

**Operador:** Muito obrigado, Carlos Herrera, pela sua pergunta.

Lembramos que, para fazer uma pergunta, você deve clicar na parte inferior da tela e escrever seu nome, empresa e idioma, para entrar na fila.

A próxima pergunta é do Vinícius Mello Miranda, do BTG Pactual. A pergunta do início Vinícius é: "Qual a principal estratégia da companhia, do ponto de vista do crédito? Para as operações de Barter, há o objetivo de vender a carteira de crédito para algum banco?"

**Maurício Puliti:** Do ponto de vista de crédito, imagino que você está falando de... Bom, vou tentar separar a pergunta, Vinícius, não está claro para mim se é de clientes ou fornecedores. A gente, do ponto de vista dos fornecedores, de contas a pagar aos nossos fornecedores, a gente tem feito um super trabalho de crédito, combinado com a área do Marco, com suprimentos de conseguir créditos adicionais. Você viu o efeito disso do nosso guia de capital giro, uma expansão grande no "dias de contas a pagar". Então a gente tem conseguido principalmente em fertilizantes, expandir a nossa, carteira, o nosso prazo de pagamento de

# AGRO GALAXY

fertilizantes. Foi algo que não é costumeiro nessa área de distribuição. Do ponto de vista de crédito, a clientes, a gente tem conseguido manter uma PDD baixa, a gente tem olhado também oportunidades no mercado de *fintechs* ou bancos que querem fazer parceria com a gente para usar a nossa expertise e capilaridade de crédito. Lembrando que a gente tem 60 analistas de crédito no campo. É mais do que muito banco, ou talvez um ou dois bancos que tenham isso de pessoas analisando o agro. Então, a gente vê como oportunidade fazer algum tipo de parceria, onde a gente não perca essa nossa especialidade do crédito, não é só o crédito é [também] a cobrança. A gente tem o nosso time lá no campo, ajuda muito com a cobrança, não só com a concessão. Então a gente está investigando também alguns projetos de eventualmente trazer algum parceiro para alavancar ou para tirar um pouco desse (contra) receber o nosso balanço, mas sem perder essa especialidade nossa, que é dar crédito. Então, acho que é mais ou menos isso. Não sei se responde a sua pergunta. E aí você falou do Barter. A gente vai continuar com o Barter, crescendo, a gente tem uma superparceria com as tradings. A gente não se vê como competidor de tradings, a gente, na verdade, é um consolidador de volumes para trabalhar com tradings e a gente tem uma parceria muito boa realmente com todas elas. Muito obrigado

**Operador:** Muito obrigado, Vinícius Miranda, por sua pergunta. Lembramos, mais uma vez, que, para fazer perguntas, vocês devem clicar na parte inferior da tela e escrever seu nome, empresa e idioma, para poder entrar na fila.

A sessão de perguntas e respostas está encerrada. E agora gostaríamos de passar a palavra para as considerações finais da companhia

**Welles Pascoal:** Muito obrigado a todos. Aproveito esse momento para reforçar, então, o nosso compromisso de continuar buscando as oportunidades dentro do setor de insumos no Brasil, velando sempre pela questão de produtividade, também por toda essa questão de

# AGRO GALAXY

enfrentar os desafios oriundos em desse negócio, principalmente nesse momento que nós estamos falando da questão de supply. Mas assim, pelo mesmo lado, vejo que nós temos um time muito focado e conhecedor do agronegócio, que vai trabalhar arduamente para melhor servir os nossos clientes e também para retribuir e trazer o retorno para os nossos investidores. Agradeço mais uma vez a presença de cada um de vocês e nos colocamos à disposição, através da nossa área de RI, ou de cada um de nós aqui presente, para, em qualquer dúvida que vocês possam ainda ter, ou que tenham no futuro. Muito obrigado, uma boa tarde para todos vocês.

Obrigado a todos!

**Operador:** A videoconferência de resultados referentes ao 3º trimestre 2021 da AgroGalaxy está encerrada. O departamento de relações com investidores está à disposição para responder às demais dúvidas e questões. Muito obrigado a todos os participantes e tenham um bom dia.