TELECONFERÊNCIA DE RESULTADOS – 2T22

Operador: Senhoras e senhores, obrigado por aguardarem.

Sejam bem-vindos à audioconferência da Armac Locação, para a discussão dos resultados referentes ao segundo trimestre de 2022. Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a audioconferência durante a apresentação da companhia, e em seguida iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando maiores instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a teleconferência, queira, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0.

Antes de prosseguir gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa audioconferência, relativas às perspectivas de negócios da companhia, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Armac, bem como em informações atualmente disponíveis para a companhia.

Considerações futuras não são garantias de desempenho, envolvem riscos, incertezas e premissas, porque 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 os resultados futuros da empresa e podem conduzir a resultados que diferem materialmente daqueles expressos em tais considerações futuras. Agora, gostaria de passar a palavra ao senhor Fernando Aragão, CO-CEO da Armac. Por favor, Sr. Aragão, pode prosseguir.

Fernando Aragão: Bom dia a todos, obrigado pela presença em nossa teleconferência de resultados. Para iniciar, eu e José gostaríamos de agradecer a todos que estão de forma direta ou indireta envolvidos em nossas atividades. A Armac multiplicou por três vezes em um ano, e reconhecemos os sacrifícios e o comprometimento que esse crescimento demanda de todos nós. O crescimento que estamos executando só é possível com pessoas que sonham grande e empreendem para realizar um propósito, e estamos cada vez mais entusiasmados com o nosso propósito, e o que há por fazer no longo prazo. Através da reciclagem e do compartilhamento, a indústria de máquinas se tornará muito mais eficiente e racional. O desperdício causado pelo descarte prematuro e pela ociosidade é um grande redutor de produtividade, não só no Brasil, como no mundo. Reduzir esses desperdícios é uma missão empresarial que cria valor econômico, gera empregos de qualidade e mais sustentabilidade para as indústrias que servimos.

Em relação aos resultados do segundo trimestre, seguimos nossa agenda de crescer com responsabilidade, focados no longo prazo. Por isso, a prioridade desse ano segue sendo amadurecer nossos processos internos e fortalecer a cultura de serviços que nos trouxe até aqui.

Nesse trimestre atingimos dois marcos financeiros importantes: uma receita bruta anualizada de 1 bilhão e, pela primeira vez, um EBITDA trimestral acima de 100 milhões. São números ainda muito pequenos perto do que estamos perseguindo, mas já simbolizam uma escala diferenciada no nosso setor de atuação. Após essa breve introdução, passarei a palavra ao nosso Diretor de Finanças e Relação com Investidores, Gabriel Ferreira, que apresentará com mais detalhes nossos resultados financeiros do trimestre. Obrigado.

Gabriel Ferreira: Obrigado, Fernando, bom dia a todos. Agora eu vou apresentar o resultado do segundo trimestre de 2022. Começando pela página 3, apresento os destaques do resultado. Nossa frota atingiu, ao final de junho, 7522 máquinas e equipamentos para locação, uma adição de 624 ativos em relação ao primeiro trimestre de 2022. Já o Capex do trimestre foi de 241 milhões, um Capex mensal médio de R$ 80 milhões, que representa um crescimento de 6% comparado aos 76 milhões apresentados no trimestre passado. Como resultado desse investimento em manutenção de nossa produtividade, tivemos um crescimento de receita bruta de 16%, atingindo R$ 250 milhões e quebrando pela primeira vez o marco de R$ 1 bilhão de faturamento anualizado.

No EBITDA, também atingimos uma marca importante, ultrapassando pela primeira vez a barreira dos R$ 100 milhões de EBITDA trimestral. O EBITDA ajustado do período foi de 102,8 milhões, crescimento de 17% em relação ao trimestre anterior e com um ganho de 90 *basis points* de margem, indo de 47,2% para 48,1%. Para concluir os destaques, chegamos ao lucro líquido, o qual, mesmo num cenário de taxas de juros crescentes e com a companhia aumentando sua alavancagem após o IPO, conseguimos crescer em 10% em relação ao primeiro trimestre e atingir um resultado trimestral de 30,8 milhões.

No slide seguinte, detalhamos a frota adquirida e o investimento realizado ao longo do trimestre. Como apresentado na primeira página, atingimos uma frota de 7522 ativos, um crescimento de 9% em relação ao primeiro trimestre e de quase 4 vezes em relação ao segundo trimestre de 2021. Para viabilizar tal crescimento, realizou-se um investimento no trimestre de R$ 241 milhões, um Capex anualizado superior a R$ 960 milhões.

Passando para a página 5, apresento a receita bruta da Armac, a qual totalizou R$ 250 milhões no trimestre, apresentando um crescimento de 16% em relação ao trimestre anterior e de 216% em relação ao segundo trimestre do ano passado, quando realizamos nosso IPO e faturamos R$ 79 milhões. A receita bruta somente de locação foi de 238,4 milhões, representando um crescimento de 15% em relação ao trimestre anterior e de pouco mais de 3 vezes em relação ao segundo trimestre do ano passado. O faturamento do período foi composto em 62% advindo de segmentos perenes como agronegócio, mineração, florestal e alimentos e bebidas, e os 38% remanescentes

advindos de operações no segmento de infraestrutura, proporção a qual está em linha com a estratégia de longo prazo da companhia.

Agora vamos para a página 6, onde analisamos o lucro bruto e o EBIT da Armac. Nosso lucro bruto atingiu 96,5 milhões no trimestre, um crescimento de 13% contra o trimestre anterior e de 183% comparado ao segundo trimestre de 2021. Já o EBIT atingiu R$ 72 milhões no segundo trimestre de 22, um crescimento de 18% em relação ao trimestre anterior. Quanto às margens, a margem bruta da companhia sofreu uma redução de 70 *basis points* no período, atingindo 45,1%. Entretanto, a margem EBIT teve um aumento de 100 *basis points*, atingindo 33,6%.

Passando para a página 7, analisamos o EBITDA e o fluxo de caixa operacional no trimestre. Aqui temos o segundo marco importante do resultado do trimestre, que foi termos ultrapassado a marca de R$ 100 milhões de EBITDA trimestral. O EBITDA ajustado da companhia, que exclui o resultado da venda de ativos, foi de R$ 103 milhões, um crescimento de 17% em relação ao trimestre anterior e de 167% em relação ao mesmo período do ano passado. Tal resultado só foi possível pelo importante crescimento de receita da companhia, combinado com mais um trimestre de ganhos de margens, atingindo a margem EBITDA ajustada de 48,1%, ganho de 90 *basis points* em relação ao trimestre anterior, gerados por ganhos de eficiência e de escala operacional na companhia. O EBITDA contábil do trimestre, que considera também o resultado obtido com a venda de ativos, foi de R$ 106 milhões. Passando agora para o fluxo de caixa operacional gerencial, nós geramos R$ 56 milhões no período, que representa 54% do EBITDA ajustado no trimestre.

Agora passamos para a página 8, onde temos o lucro líquido e o lucro líquido caixa do trimestre. No segundo trimestre de 2022, o lucro líquido atingiu R$ 30,8 milhões, um crescimento de 10% em relação ao período anterior e de quase 3 vezes em relação aos 10,8 milhões realizados no segundo trimestre de 2021. A margem líquida ficou em 13,7%, apresentando uma queda de 60 bips em relação ao primeiro trimestre do ano. Já o lucro líquido caixa atingiu R$ 60 milhões, um crescimento de 12% em relação ao trimestre anterior e de quase 2 vezes e meia em relação ao segundo trimestre de 2021.

Passando para a página 9, entramos na estrutura de capital da companhia. Terminamos o trimestre com uma dívida bruta de R$ 1,570 bilhão e um caixa de R$ 884 milhões, resultando em uma dívida líquida de R$ 686 milhões em junho de 22. Considerando tal endividamento do EBITDA dos últimos 12 meses, atingimos uma alavancagem de 2,1 vez. Caso anualizemos o EBITDA gerado no trimestre, essa métrica cai de maneira expressiva, tirando um *run rate* de alavancagem de aproximadamente 1,6 vez. O custo médio de dívida da companhia ao longo do trimestre se manteve em linha com o anterior, em aproximadamente CDI +3,1%.

Passando para o próximo slide, nos aprofundamos no cronograma de amortização de dívidas financeiras da companhia. Concluímos junho de 2022 com o caixa de 884 milhões, suficiente para arcar com o fluxo de amortizações de dívida até o final de 2025. Entretanto, no mês de julho concluímos a emissão do primeiro CRA da companhia, que melhora expressivamente a qualidade de nossa estrutura de capital. Apresentamos à direita o cronograma pró-forma de amortização de dívidas da Armac, já considerando a captação do CRA e o pré-pagamento da primeira debênture de emissão da companhia, ambos ocorridos no mês de julho. Após tais eventos, temos um caixa pró-forma de R$ 1,084 bilhão, saldo suficiente para arcar com as amortizações de dívida até o final de 2027, o que eleva o nosso prazo médio de 3,6 para 4,5 anos. Além disso, o custo médio de dívida da companhia também se reduz de maneira expressiva, caindo de CDI +3,1% para aproximadamente CDI +2,7% após tais eventos.

Passando agora para o 11º e último slide da apresentação, analisamos as métricas de rentabilidade da companhia. Começando pelo retorno sobre o capital investido, atingimos 28,3% no trimestre, um aumento de 80 *basis* points em relação ao trimestre anterior, como resultado do ganho de margem e de produtividade no período. Passando para o ROI, observamos um resultado de 19,9% no trimestre, um ganho de 2 pontos em relação ao primeiro trimestre de 2022. Importante destacar que nosso ROI ainda é afetado por uma estrutura de capital pouco alavancada após o IPO, ocorrido há pouco mais de um ano, e pelo excesso de caixa que estamos carregando para cobrir os investimentos a serem realizados ao longo dos próximos trimestres, além do impacto direto das crescentes taxas de juros nessa métrica. Com isso, encerramos a apresentação de resultados do segundo trimestre de 2022. Gostaria de agradecer a todos pela presença e iniciar a sessão de perguntas e respostas. Muito obrigado.

Operador: Obrigado. Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas para investidores e analistas. Para fazer uma pergunta, por favor digite asterisco (*) 1.

Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando (*) 2. As perguntas serão atendidas na ordem em que foram recebidas. Solicitamos a gentileza de tirar o fone do gancho ao efetuarem sua pergunta. Dessa forma, uma ótima qualidade de som será oferecida. Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Nossa primeira pergunta vem de Lucas Marchiori, da BTG Pactual.

Lucas Marchiori: Oi, pessoal, bom dia. Obrigado pelo *call* aí. Dois tópicos do meu lado aqui. O primeiro sobre inflação de máquina nova, aumento de preço de máquina nova. Vocês mencionaram aí no release que alguns segmentos na margem ainda têm aumento de preço, eu queria saber se

na tendência acumulada aí vocês já começam a ver algum tipo de arrefecimento de aumento de preço de máquina, o quê que está sendo as negociações, as montadoras estão ainda querendo passar aumento de preço aí para o final do ano? Para a gente saber um pouquinho como é que está o momento de preço de máquina como um todo.

E o segundo tópico, no *yield* do trimestre, nossa conta aqui vocês ficaram um pouquinho de lado no *yield* médio calculado aí segundo tri versus Q1, e aí eu queria saber se aqui tem algum efeito de *mix,* talvez alguns segmentos aí com um *yield* um pouco menor, ou se aqui talvez seja reflexo de algum outro efeito que a gente não conseguiu capturar aqui? São esses 2 tópicos aí, pessoal, obrigado.

José Aragão: Oi, Lucas, tudo bem? Obrigado pela pergunta, quem está falando é o José. O Fernando recebeu uma filha ontem, então eu é que vou fazer a sessão aqui de respostas, tá? Bom, vou começar aí pela resposta do preço dos equipamentos. Bom, a gente ainda tem uma quantidade relevante de equipamentos a serem recebidos e performados do nosso acordo anual de 2021 que dá conforto, dá um conforto muito grande para o Capex a ser realizado em 2022, e talvez parte ainda escorregue para o começo ali de 2023, com preços protegidos em 2021. É claro que existe inflação de preços percebida, existe essa pressão nas negociações que a gente está fazendo, mas a gente tem se movimentado para garantir os melhores preços diferenciais para o ano que vem, de formas inovadoras, não querendo repetir a mesma lógica que a gente vem atuando nos últimos anos. A gente vem melhorando essas formas de negociar com os fabricantes, mas, sim, obviamente existe uma inflação de preços, existe uma certa acomodação sim, como você disse, já percebida, dados nas negociações atuais. Mas eu não tenho dúvida nenhuma que em termos de preços diferenciais para o ano que vem a gente vai conseguir manter uma vantagem muito grande com relação ao mercado. Essa foi a primeira resposta, a segunda eu vou passar aqui para o Gabriel te responder.

Gabriel Ferreira: Perfeito, obrigado pelas perguntas aí, Lucas. A segunda pergunta, em relação ao *yield*, então, no primeiro trimestre, vocês devem se lembrar, a gente teve ali uma pequena redução de *yield* em relação ao quarto tri, principalmente pelo percentual que o Capex do primeiro trimestre ainda representou sobre a nossa base de capital empregado total. Então, muitas das máquinas que a gente comprou no primeiro trimestre foram implantadas ao longo do segundo tri e algumas ainda sendo implantadas no terceiro tri, e a mesma coisa no segundo trimestre ali, então, a gente até deixou na mensagem da administração a visão de que uma boa parte do Capex, desses 241 milhões empregados ao longo desse tri, ainda não foram implantados, então ainda não estão gerando receita. Então acho que é muito mais um efeito do ritmo de implantação desse Capex do que um efeito de *mix*. Se você olhar a produtividade do primeiro tri versus segundo, ela ficou

basicamente *flat*, teve uma melhora de meio por cento na produtividade consolidada da companhia, então acho que não tem nenhum efeito muito relevante aí. Me avisa se não tiver completo, qualquer coisa a gente pode entrar mais em detalhes.

Lucas Marchiori: Não, foi isso, obrigado aí, Gabriel, Zé, valeu pessoal, bom dia.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Gabriel Rezende, do Itaú BB.

Gabriel Rezende: Oi, Zé, Gabriel, bom dia, parabéns, Zé, pela sobrinha. Duas perguntas aqui do nosso lado. Primeiro, se a gente puder voltar no comentário do Gabriel ali na abertura, sobre o ganho de um ponto percentual de margem no tri a tri, vocês comentaram de ganhos de eficiência, maior alavancagem operacional, eu queria entender um pouco aqui se são ganhos perenes, se a gente deve observar um patamar parecido nos próximos trimestres, tem espaço para essa margem continuar expandindo ou não, e também encaixar o componente Bauko aqui nessa discussão de margem.

A segunda pergunta em relação à geração de caixa e alavancagem, a gente viu uma aceleração do índice dívida líquida EBITDA nesse trimestre. Eu queria entender como que vocês estão vendo isso caminhando nos próximos tris, vocês vão partir aí cada vez mais de uma base de EBITDA dos últimos 12 meses mais forte, mas por outro lado, a companhia entendo que não pretende desacelerar o ritmo de Capex, então queria entender como que a alavancagem deveria se comportar? Obrigado.

Gabriel Ferreira: Boa, obrigado, Gabriel. Eu vou começar aqui, depois eu passo para o Zé me completar aqui na resposta. Então, margens, a gente falou ali de ganho de eficiência no primeiro tri, na apresentação a gente mostra a margem bruta, incluindo a depreciação e o SG&A também com depreciação. Se você olhar o *cash COGS* e o *cash G&A* do trimestre, a gente teve ganho em ambas as linhas, então um pequeno ganho de diluição, de ganho de eficiência na margem bruta mesmo, então um ganho aí de 25 bips, basicamente, e daí o resto do ganho de margem efetivamente veio de diluição de custo fixo. Pros próximos trimestres, acho que tem dois efeitos. Primeiro, como a gente vinha comunicando no segundo tri, a gente teve um foco grande na última etapa da integração da Bauko, que era uma revisão diligente aí dos contratos, rentabilidade de cada um dos clientes que a gente tinha na companhia, e com isso a gente tomou a decisão de sair de alguns clientes e tem custos elevados de rescisão desses contratos, de desligar pessoas que estavam na nossa folha, enfim, e isso acaba tendo um custo *one-off* dentro do segundo trimestre que não deve se perpetuar pros próximos tris, tendo uma possível melhora de margem bruta. E do lado de SG&A, o foco da companhia vem sendo muito em governança, em trazer pessoas com experiência para ajudar a gente aqui a tocar o negócio. Então, tem um investimento relevante que

está sendo feito, ele ainda não está 100% capturado no segundo trimestre, então por isso que a gente teve um ganho importante aí de alavancagem operacional, mas no terceiro tri, a gente ainda deve ter aí um custo que vai ser capturado ao longo do trimestre inteiro e não foi no segundo. Deixar o Zé me completar aí se ele quiser.

José Aragão: Bom, eu vou dar uma visão estratégica, ampla e de longo prazo sobre a nossa margem. A companhia é uma companhia que cresce a um passo muito acelerado, e que, assim, a gente não está buscando escrever uma história comum, essa é uma história de crescimento, e de buscar... de hegemonia nesse mercado no Brasil. Então, quando a gente olha pra isso, como gestor principal da companhia, eu não... assim, é óbvio, a margem é extremamente importante, mas um ponto percentual pra cima, um ponto percentual pra baixo em uma companhia que tem uma missão tão grandiosa quanto a nossa, o curto prazo, assim, ele pode ser um pouco enganoso. Eu acho que a gente tem espaço para a melhoria relevante na nossa margem, a companhia, ela está amadurecendo num passo acelerado em termos de gestão. Claro, pra uma empresa que vai fazer o crescimento que a gente vai fazer nesse ano, as tensões de crescimento, elas são muito fortes, mas ao mesmo tempo a gente é muito dinâmico, muito ágil nas nossas melhorias de gestão, a nossa diretoria agora ela já é uma diretoria com pessoas com a senioridade maior, a gente está investindo muito em tecnologia de gestão, os processos internos estão numa curva de amadurecimento muito grande, estamos recebendo *inputs* muito bons do nosso recém-formado Conselho, que hoje é um Conselho que faz provocações de altíssimo nível. Então, assim, quando eu olho para a companhia como um todo, eu, assim, o nosso trabalho é para melhorar a margem no longo prazo. E tem a questão da Bauko, pegando aqui um pouco da resposta do Gabriel, é um processo *ongoing*, assim, a integração de uma companhia desse tamanho para a gente, a gente vai terminar no final deste ano, talvez no começo do primeiro tri do ano que vem, integrado está integrado, está no mesmo sistema, mas quando é que acaba o saneamento dos custos dessa empresa? Eu acho que ainda demora um pouco, então eu acho que a gente está trabalhando muito aqui dentro de casa e essa é um pouco a mensagem que o Fernando passou no começo, de amadurecimento. Aonde esse amadurecimento vai nos levar em termos de produtividade, melhoria da nossa produtividade lá no *topline,* e também ganhos não percebidos na margem que a gente foi perdendo eficiência dado esse crescimento enorme, eu não sei. Agora eu não vou ficar lutando por isso na trincheira, enquanto a companhia está dobrando todo ano. Mas essas melhorias, elas estão acontecendo, então é por isso que eu digo, 1% de margem no tri, para cima ou pra baixo, não é isso que a gente está olhando aqui, onde é que essa margem pousa daqui a cinco anos. E, na minha visão, assim, a gente vai buscar ter patamares mais altos do que esse. Eu tenho certeza que é possível.

Gabriel Ferreira: Boa, só agora puxando acho que pra sua segunda pergunta, Gabriel, da alavancagem, realmente a gente saiu de uma alavancagem ali do primeiro tri de 1.7 vezes indo pra uma alavancagem de 2.1 no segundo trimestre, lembrando, essa alavancagem, se a gente olhar o trimestre anualizado, ela ainda é uma alavancagem de 1.6 vezes de *run rate, então, em nível atual, a gente ainda considera* a companhia desalavancada e tem espaço pra gente alavancar e extrair mais retorno pro acionista do ponto de vista da companhia consolidada, mas isso como parte do nosso processo de investimento e alavancagem da companhia após o IPO, a grande entrada de capital ali que teve mais ou menos um ano atrás, então a gente não dá um *guidance* de alavancagem de longo prazo. O que eu posso dizer é que, no nível atual, a gente ainda está confortável e tem espaço para alavancar a companhia ainda acima desse 2.1 vezes que a gente está atualmente.

Gabriel Rezende: Está certo, bem claro, Zé, Gabriel, obrigado.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Josh Milberg, da Morgan Stanley.

Josh Milberg: Bom dia, pessoal, e obrigado pelo *call*. Minha primeira pergunta é algo relacionado à questão anterior da margem, mas queria perguntar se poderiam revisitar o tema de seus esforços de escalar o negócio em geral e quais são os maiores desafios que estão enxergando nesta frente hoje, e mais especificamente, como tem ido o seu processo de recrutar e treinar mecânicos?

E minha segunda pergunta seria sobre o tema de venda de ativos e sobre a necessidade de ir otimizando a frota ao longo do tempo, se poderiam discutir isso, se esperam o mesmo nível de venda no segundo semestre do ano, e também se poderiam dar um pouco de cor sobre a natureza das máquinas sendo vendidas? Muito obrigado.

José Aragão: Bom, Josh, de novo, sobre a margem, e aí você tocou no ponto do recrutamento e treinamento de mecânicos. Assim, eu considero esse ponto como um ponto extremamente estratégico da companhia, a gente está mudando constantemente a nossa lógica de fazer essas duas coisas, até mesmo de como é que a gente vê o mecânico, qual mecânico faz o quê, como ele faz, como é que a gente recruta, como é que a gente treina? O que eu posso te dizer é que hoje a gente, assim, tem mais de 300 mecânicos em treinamento, isso não é um ponto relevante de pressão na companhia hoje. A empresa é a melhor empresa para o mecânico trabalhar no país, a gente treina pessoas do zero, tem uma lógica extremamente disruptiva, que eu não vou ficar aqui descrevendo como é que ela funciona, mas esse não é um ponto relevante hoje nas minhas preocupações como CEO da empresa, porque isso, assim, a forma como a gente está executando isso é resultado de 10 anos de aprendizado constante em como fazer e executar isso. Então, assim, nesse sentido estamos bem tranquilos, agora, assim, as iniciativas de margem, elas passam

por muitas coisas, elas passam por amadurecimento, como eu disse, da diretoria, passam por automatização de processos, passam por melhoria de sistemas, passam por alavancar tecnologia nos nossos processos, passam por aumentar a produtividade da companhia, aumentar a ocupação que já está em níveis altos, mas eu imagino que tem espaço pra aumentar, dado a eficiência que a gente está ganhando, mas assim, quando a gente olha pra essas discussões, elas têm que ser olhadas no longo prazo. Assim, uma companhia que cresce como a nossa, se eu tiver que sacrificar dois pontos de margem em um trimestre para ganhar cinco pontos de margem em 5 anos, pode ter certeza que a gente vai fazer isso. A gente é uma companhia que pensa no longo prazo, essa é uma maratona, não é uma corrida de 100 metros, então é para isso que a gente está olhando, estamos fazendo tudo com solidez e paulatinamente. Estamos aprendendo muito conforme vamos nessa caminhada. Quer pegar a segunda?

Gabriel Ferreira: Boa. Passando aqui um pouco venda de ativos. No primeiro trimestre a gente vendeu R$ 9 milhões em máquinas, e agora no segundo tri a gente fez uma venda que totalizou 12 milhões, ainda muito pouco expressivo, 5% do faturamento de ambos os trimestres, e completamente inexpressivo quando a gente olha o nosso imobilizado total, que já ultrapassa R$ 1.6 bilhão em máquina e ativos para a locação, então é menos de 1% disso que foi vendido ao longo do ano. Então é muito pouco relevante para nós, mas ao longo da história da empresa, a gente, enfim, a empresa não tinha *equity*, sempre trabalhou com dívida, a gente comprava máquinas de diferentes montadoras, acessando o crédito das montadoras, e ficou com uma frota muito heterogênea. Nesse processo que o Zé estava descrevendo de formação de mecânicos, especialização, melhora de processos, não faz sentido a gente ter 10 marcas diferentes para cada segmento de máquina que a gente tem na frota, então, a gente está vendendo máquinas pra homogeneizar a nossa frota, ter uma frota um pouco mais padronizada, com 4, 5 montadoras em cada segmento. Com isso, a gente consegue ter um estoque de peças suficiente para atender a demanda de manutenção com mais eficiência, consegue treinar os nossos mecânicos melhor para essas máquinas específicas. Então, isso é o que a gente vem fazendo e, dado o momento atual de mercado que o Zé entrou um pouco ali no começo do *call* também, a gente está aproveitando um momento no qual a gente comprou máquinas com valores muito mais baratos do que estão sendo negociados no mercado hoje, e a gente está conseguindo vender máquinas usadas por um preço muito vantajoso pra nós, então seria da nossa visão aqui um grande erro estratégico aqui a gente não aproveitar o momento pra sanitizar nossa frota de alguma forma e vender essas máquinas que a gente consegue vender com um valor ainda muito vantajoso. Acho que é um pouco esse o perfil das máquinas e o nosso momento.

José Aragão: Vou só arrematar essa resposta, eu acho importante. Venda de ativos nunca vai fazer parte do nosso modelo de negócios. Nosso modelo de negócios é usar o equipamento até o

fim da vida dele e, quando chegar no fim, reciclar e dar mais uma vida, então não faz parte do nosso modelo de negócios, mas é uma linha que vai se manter dentro da nossa receita, a venda de equipamentos é tático e oportunista, então, quando a gente taticamente, estrategicamente dentro da nossa frota, decide executar isso, porque a gente conhece máquina, entende o custo de manutenção daquele equipamento, como é que ele está se comportando na frota, como é que ele está se comportando na atividade do nosso cliente, então, tudo isso, esse conhecimento fino de máquina, ele entra na conta na hora da decisão do que vender, o que ficar, pra qual marca a gente vai homogeneizar a nossa frota. Então, são coisas do dia a dia da companhia, e aí a gente vai tomando essas decisões táticas e oportunistas baseado nos momentos de mercado. Então é algo que se mantém, mas nunca de forma relevante. O nosso modelo de negócio não é esse e nunca vai ser. O valor que a gente propõe gerar para a sociedade vai muito além de ficar trocando ativo de mão rapidamente. Então é uma linha que vai se manter, mas, enfim, é sempre pequena em termos de valor.

Josh Milberg: Perfeito. Obrigado pelas respostas detalhadas, Zé, Gabriel, bom dia para vocês.

Operador: Lembrando que, para fazer uma pergunta, basta digitar *1.

Nossa próxima pergunta vem de Lucas Barbosa, do Santander.

Lucas Barbosa: Oi, bom dia, Zé e Gabriel, parabéns pelos resultados e obrigado por pegarem a minha pergunta e, por favor, manda parabéns para o Fernando pelo nascimento da filha por mim. Eu tenho duas dúvidas, a primeira sobre o cenário de demanda. Vocês poderiam falar um pouco sobre como que vocês estão vendo a demanda por novos contratos, e se essa demanda está vindo de novas regiões que a companhia está explorando, ou nas regiões que a empresa já atua há alguns anos? Essa é a primeira pergunta. Depois eu pulo para a segunda, obrigado.

José Aragão: Bom dia, Lucas. O Fernando deve estar escutando, então ele recebeu os seus parabéns aí. Maria Helena é o nome da filha dele. Bom, o ponto da demanda aí, assim, a demanda, ela é fortíssima, o mercado ele é muito profundo, ela se mantém muito forte, a gente não consegue atender todos os pedidos que a gente recebe, então essa é a nossa realidade. A gente tem uma sobre demanda muito grande, então a gente escolhe os pedidos de acordo com o que a gente consegue atender e o que maximiza o nosso retorno. Então, assim, e aí são novas regiões, são as regiões que a gente atende? Hoje, o ambiente que a gente está é de todos os lados, assim, regiões que a gente atende, regiões que a gente não é tão forte, a gente atende todas as regiões do país, a bem dizer, mas regiões que a gente já é mais forte continuam com a demanda forte, regiões que a gente não é tão forte também têm demanda forte. A demanda por contratos de longo prazo tem sido muito alta, a nossa conversão de contratos é alta, a gente tem uma posição estratégica única

para capturar esses contratos, então hoje a gente não está no mundo de restrição de demanda. Eu acho que a gente, dada a profundidade desse mercado e as mudanças estruturais pelas quais ele passou e vem passando, vão manter esse ambiente de sobre demanda por algum tempo ainda, então tanto no que a gente chama aqui de *spot*, tanto no que a gente chama de longo prazo ou de setores perenes, a demanda está muito forte. Os fatores que fazem essa demanda ser forte em cada um dos nossos segmentos mudam, mas, assim, hoje a gente tem muito espaço de crescimento do lado da demanda.

Lucas Barbosa: Super claro, Zé, muito obrigado. Se me permitir uma segunda pergunta sobre a linha do balanço de fornecedores, que teve uma queda tri contra tri, se puderem só dar um pouco de cor se teve alguma mudança na política, se foi algo pontual, etc., isso ajudaria bastante. Obrigado.

Gabriel Ferreira: Perfeito, Lucas, obrigado pelas duas perguntas aí. Acho que dinâmica de fornecedores é algo que a nossa linha de fornecedores, ela inclui fornecedores operacionais, e os nossos fornecedores de Capex também. Então a gente está constantemente em negociações com eles, tanto de melhora de prazo, melhora das condições na aquisição dos ativos em si, e com isso essa linha tem alguma volatilidade, tanto do momento em que a gente pegou esse Capex dentro do trimestre, então, se eu concentrar uma compra grande no final do trimestre, isso vai acabar escorregando pro trimestre seguinte e, se comprar no começo, o contrário, mas acho que não teve nenhuma mudança grande de política entre o primeiro trimestre e agora, a gente acabou com o saldo de fornecedores parecido ali, realmente teve uma redução de 12 milhões, quase 10%, mas não teve nenhuma mudança de política, acho que foi muito mais momento de relacionamento e *timing* da questão de máquinas dentro do trimestre com os fornecedores.

José Aragão: Só, Lucas, eu quero só complementar a resposta que eu te dei aí, aproveitando a oportunidade que eu estou aqui, não é sempre que eu estou aqui falando com vocês. Então, a gente tem essa sobre demanda, o nosso grande desafio aqui é como a gente aumenta a ocupação atendendo essa sobre demanda, são desafios gigantes dentro de uma companhia que já é grande, então esse é um pouco o desafio que a gente tem aqui, como é que eu aumento a produtividade baseado em processos internos, como é que a gente vai pra nossa oficina, como é que a gente vai pro nosso comercial, como é que a gente vai pra todas as áreas internas, conecta tudo isso e consegue aumentar nossa produtividade? Se eu tenho sobre demanda, então minha ocupação deveria ser 100%, por que ela não é 100%? Porque esse delta, ele é ganho de produtividade da companhia, de processos internos que a gente precisa ganhar, e esses são os desafios que a gente está atacando hoje. Quando a gente fala de amadurecimento, é esse amadurecimento que a

gente está falando, como é que a gente azeita a máquina para que a gente melhore ainda mais os nossos resultados?

Lucas Barbosa: Super claro, Zé e Gabriel, muito obrigado e bom dia.

Operador: Nossa próxima pergunta vem de Renata Cabral, do Citibank.

Renata Cabral: Oi, pessoal, bom dia, obrigado por pegar a minha pergunta. Queria primeiro parabenizar o Fernando pelo nascimento da Maria Helena, tenho certeza que é um momento de muita alegria. Eu vou colocar aqui duas perguntas. No primeiro, em relação aos preços de peças para a manutenção. A gente está num ambiente, enfim, inflacionário, tanto no Brasil quanto no mundo. Aqui no Brasil a gente... as taxas de juros subiram muito antes do que o resto do mundo, esperamos que a inflação aí se arrefeça um pouco, e eu queria saber como vocês estão sentindo isso nesse momento, na operação? E a segunda pergunta é um pouco mais de visão de longo prazo sobre o ambiente competitivo, se vocês veem no futuro, por exemplo, as OEMs querendo competir com vocês, por exemplo, para aluguel de máquinas? Obrigada.

Gabriel Ferreira: Bom dia, Renata. A gente é que agradece por você participar aqui da conferência e pela pergunta. Começando pela primeira aqui, ambiente, se eu entendi bem a pergunta é como a gente está vendo o ambiente inflacionário de peças e o impacto na manutenção como um todo? Então, realmente, a gente, do lado do Capex a gente consegue se blindar desse efeito ou pelo menos ter um *delay* importante nele, porque a gente fez a compra do nosso pacote anual pra esse ano ali no meio do ano passado, logo na época do nosso IPO, então a gente está recebendo máquinas ainda daquele pacote, preços de aquisição do ano passado, mas, do lado das peças, aí sim, realmente, a gente faz compras pontuais pra abastecer o nosso estoque e vamos fazendo a nossa manutenção ao longo do ciclo dos contratos, então aí sim, a gente tem um impacto em margem do maior custo de peças por conta da inflação. Mas ao longo do tempo, se você olhar o comportamento dessas linhas no nosso resultado, a gente não teve um ganho de expressividade do custo de peças e de manutenção como um todo sobre a nossa receita, e isso se dá por dois efeitos, então, de um lado a gente teve um impacto positivo de custo por conta da inflação, mas do outro a gente conseguiu internalizar uma série de processos, de verticalizar o nosso processo de manutenção, trazendo mais eficiência pra operação, e isso é algo que a gente vê como um diferencial importante no longo prazo, porque conforme a gente ganha escala, cada vez mais faz sentido internalizar processos de manutenção aqui dentro da nossa estrutura, e isso vai trazendo margem sustentável pra companhia no longo prazo, então, o que eu poderia dizer aqui, o impacto, por enquanto, no resultado líquido é zero, num lado a gente tem um impacto positivo da inflação, mas de outro a gente compensou com um ganho de eficiência. Não sei se o Zé quer adicionar alguma coisa aí nesse ponto.

José Aragão: Obviamente, a gente visualiza a inflação em peças que está acontecendo, ou que já aconteceu, eu acho que em termos de peças das nossas principais linhas, elas já pousaram o valor, acabaram numa curva muito acentuada de crescimento. Mas, no final do dia, o que a gente está percebendo é que isso não está machucando o nosso resultado, a gente é muito diligente com manutenção, a empresa é uma empresa de manutenção, antes de ser uma empresa de locação de máquinas, ela é uma empresa de manutenção, então esse é o nosso negócio. Então, sempre que uma linha começa a incomodar, a gente pensa em verticalizar. Eu não vou entrar muito nas linhas específicas que a gente internalizou, mas a gente tem feito muito isso e tem mudado também as nossas estratégias de compra, e ganhando produtividade, etc. A nossa maturidade no nosso *supply* vem aumentando também, na nossa área, eu digo, de *supply*, então, assim, dado que a gente já sofreu o que eu entendo que é o maior reajuste de preço de peças e a nossa margem não está sofrendo, dado essa linha, e para o futuro não me parece ser uma preocupação central, eu tenho outras, obviamente, mas essa não me parece ser uma preocupação central.

Gabriel Ferreira: Renata, só completando. Perfeito...

Renata Cabral: Pode falar, desculpa.

Gabriel Ferreira: Não, acho que completando a sua segunda pergunta, ambiente competitivo, a entrada de OEMs no setor, acho que a gente tem algumas concessionárias presentes no nosso... já fazendo locação, aí numa estrutura que competem com a gente em alguns segmentos específicos, mas na nossa visão, acho que como o Zé introduziu aí, a gente é uma empresa de manutenção acima de qualquer coisa, e isso passa muito por termos o maior alinhamento possível com os interesses do nosso cliente. Então a gente visa muito fazer a manutenção e cuidar dos nossos ativos da maneira mais eficiente possível, dentro do ponto de vista de custo e de impacto de longo prazo, fazer esses ativos durarem por muito mais tempo, e com isso a gente consegue reverter isso em benefícios, menor custo operacional para os nossos clientes, que trazem para eles também vantagens muito grandes de longo prazo. E aí quando a gente olha pra OEMs entrando nesse segmento, acho que o alinhamento é muito diferente, porque a OEM, além dele estar fazendo o *rental* em si, ele vende ativos, ele vendeu essas máquinas para outros clientes e ele vende o serviço de manutenção nas concessionárias também. Então acaba que ele é um vendedor de peça, ele é um vendedor de máquinas, ao mesmo tempo ele está fazendo *rental*, o nível de alinhamento que ele tem com o cliente acaba sendo muito diferente, porque ele não visa minimizar o custo de manutenção, e sim, historicamente, ele ganha dinheiro com a manutenção e vendendo peças ao invés de reformar essas peças, vendendo novas máquinas ao invés de reformar máquinas usadas, isso é bastante diferente da maneira como a gente pensa o negócio.

José Aragão: Eu quero aproveitar aqui, de novo, eu não tenho muita oportunidade de falar, essa pergunta é ótima. Assim, o fabricante que está preocupado em pesquisa e desenvolvimento ou fabricação de máquinas, alugar equipamento passa por uma dificuldade de serviço na ponta. A máquina quebra em Piracicaba, quebra em Oriximiná, no meio da floresta, no meio da soja podre, é muito complexo para o fabricante fazer isso. E aí, o que alguns deles estão fazendo é tentando ou liberando a sua rede para alugar máquinas que não era uma realidade antes da entrada da Armac ou da abertura de capital da Armac. Esses caras olham pra nossa abertura de capital e falam, "não, eu preciso participar dessa festa". O que eles não percebem é que, assim, eles estão dando murro em ponta de faca e tentando replicar um conceito que faliu. A nossa existência como companhia, ela competiu durante os anos no qual a gente não tinha nenhum recurso de capital, com aventuras de fabricantes e concessionárias que já alugavam máquinas, então eles já faziam isso, isso não é novidade. Só que todas, sem exceção, fecharam os seus *rentals* porque eles davam prejuízo. A nossa visão de negócio, ela é disruptiva nesse sentido, multimarcas, manutenção, alinhamento com o cliente, não explorar o cliente em aumento de preços só porque eu tenho a oportunidade, então é uma visão muito diferente nesse sentido. Então, assim, obviamente me preocuparia muito se houvessem tentativas dos próprios fabricantes, eles iam demorar para aprender, obviamente, talvez 10 anos, 15 anos, para estruturar uma rede de serviços eficiente, mas isso a gente não vê, o que a gente vê são as concessionárias fazendo modelos de *rental* e que estão totalmente desalinhados com o cliente, ou seja, estão totalmente desalinhados com a geração de valor na cadeia econômica brasileira. E não é novidade, essa não é uma novidade, é algo que já existia e continua, e agora isso está ganhando um pouco de tração, mas não nos assusta.

Renata Cabral: Perfeito, super claro. Obrigada, José, Gabriel, um ótimo dia aí para vocês.

Gabriel Ferreira: Obrigado, Renata, bom dia. A gente recebeu uma pergunta aqui escrita do Rodrigo Faria, da Sul América. Eu vou ler a pergunta e depois a gente entra na resposta. Obrigado pelos parabéns aí do resultado, Rodrigo. "Poderiam nos atualizar, por favor, em como está o nível de competição? Vocês seguem tendo os preços mais competitivos e se sim, em quanto por cento em média ele é menor que a competição? E podem também nos passar uma visão quanto à entrada da Mills no segmento de linha amarela? Vocês já competiam com a TRIENGEL? Obrigado." Vou deixar o Zé começar aqui.

José Aragão: Bom, obrigado, Rodrigo, pela pergunta. Assim, eu não vou cometer o erro de colocar aqui um percentual de diferença que a gente tem perante o mercado em níveis de preço. Claramente a gente é o *player* mais barato, faz parte da nossa estratégia ser o *player* mais barato e vai continuar sendo assim enquanto eu continuar nessa companhia, porque preço reverte em geração de valor, não só pra Armac, para a sociedade como um todo, para os nossos clientes que

estão fazendo obras de concessão ou movimentando soja mais barato do que eles movimentavam antes, movimentando milho, movimentando fertilizante, então faz parte da nossa estratégia ser o *player* mais barato. Agora, por quanto, eu vou deixar os nossos competidores descobrirem. Agora, chegando na próxima pergunta aí sobre a entrada da Mills nesse mercado, assim, eu vou dar alguns passos atrás aqui. Em 2013, quando eu me juntei à companhia ou à empresa, ou à microempresa, ela faturava R$ 100 mil por ano. Esse ano, anualizado, a gente vai faturar R$ 1 bilhão. Eu fiz uma conta, eu nem acreditei no número. São 10 mil vezes de 2013 para 2022 e a concorrência já existia, assim a Mills, ela já teve manipulador telescópico e vendeu o manipulador telescópico. A Solaris já teve linha amarela e saiu de linha amarela. Então, assim, concorrência é normal no nosso mercado, temos muitos, a gente não tem nem 2% do nosso mercado, então concorrência é algo comum, mas, assim, de um ponto de vista de gestão e também de um ponto de vista cultural e de como é que a gente leva uma empresa aqui, uma empresa que fez o que a gente fez, concorrência é até um pouco saudável, é um catalisador de resultado para a gente, mas, assim, nesse sentido o que eu estou querendo dizer com isso? Não me assusta nesse sentido. Linha amarela é outra coisa, linha amarela, a diferença entre o retorno de 30% ao ano e o prejuízo é a mão na chave, então, se não colocar a mão na chave é prejuízo. Com relação à TRIENGEL, a gente nunca concorreu com a TRIENGEL especificamente, porque a TRIENGEL é uma junção da TRIEX e da ENGEL. Com a ENGEL a gente concorria pouco, a gente não concorria nos mesmos contratos, com a TRIEX, a história, quando a gente começou, em 2013, era a empresa hegemônica no Porto de Santos, tinha basicamente todos os terminais. O que aconteceu, em alguns anos depois que a gente entrou nesse mercado foi que a gente hoje deve ter uma participação no Porto de Santos de pelo menos 90% dos terminais. Então já concorremos com eles, tem um modelo de negócios bem diferente do nosso, uma visão de negócio diferente do nosso, então são velhos conhecidos.

Operador: Obrigado. A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Passamos agora a palavra ao **Sr. José Aragão**, para suas considerações finais.

José Aragão: Bom, eu queria agradecer o espaço, quero agradecer todas as pessoas, eu sei que muitas pessoas da empresa que estão batalhando na linha de frente com a gente vêm a esse *call* de resultados, comunidade interessada, queria agradecer a todos o esforço, ele é diário aqui pra gente, esse é um negócio que vai muito além do financeiro pra todas as pessoas que trabalham aqui, então eu queria só estender os agradecimentos por esse resultado muito bom que a gente teve no último trimestre pras pessoas que estão fazendo ele acontecer no Brasil inteiro, mais de 4000 pessoas, e deixar uma mensagem de muita vontade aí pro futuro. Se eu sou um gestor que tem... a empresa é muito jovem, mas eu tenho 31 anos, e vamos ficar repetindo essa lógica, melhorando a cada dia, não tendo medo de nos disruptar, de mudar a coisa como está sendo feita.

Quando você é líder, você tem que se rever, é muito mais difícil ser líder do que estar pra trás, porque você não tem quem copiar, então essa é uma mensagem pra quem está me escutando aqui dentro da empresa, a gente tem muito a fazer ainda, mas, assim, com muita energia, com disposição, com clareza, com solidez, com trabalho, a gente vai chegar aonde a gente sonha que é efetivamente gerar valor pra sociedade, assim, tanto o meio ambiente, que tem muito valor pra ganhar com o nosso negócio, quanto à sociedade como um todo, melhoria social na comunidade que a gente está inserido, garantir o melhor preço pro nosso cliente, realmente criar um modelo de negócio que gere valor e que seja sustentável por causa disso. Queria agradecer a todas as perguntas, todas as pessoas que estão aqui nos escutando, assim, a nossa história é uma história impulsionada pelo mercado de capitais, eu tenho muito respeito por isso, sou grato e vamos trabalhar todo dia para honrar a confiança que vocês nos dão todos os dias. Muito obrigado.

Operador: A teleconferência dos resultados da Armac Locação está encerrada. Obrigado a todos pela participação e tenham um ótimo dia.