

Operadora

Bom dia senhoras e senhores, sejam bem-vindos à conferência da Tupy S/A para a discussão dos resultados referentes ao 2T25.

Esta conferência está sendo gravada e o *replay* poderá ser acessado no site da Companhia em ri.tupy.com.br. A apresentação também está disponível para *download* na plataforma e no site de RI.

Informamos que todos os participantes estarão apenas ouvindo a conferência durante a apresentação e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas quando mais instruções serão fornecidas. A apresentação está sendo gravada e traduzida simultaneamente. A tradução está disponível clicando no botão *Interpretation*. Para aqueles ouvindo a videoconferência em inglês, há a opção de silenciar o áudio original em português, clicando em *Mute Original Audio*.

Antes de prosseguir, aproveito para reforçar que as declarações prospectivas têm como base as crenças e suposições da administração da Tupy e as informações atualmente disponíveis para a Companhia. Essas declarações podem envolver riscos e incertezas, tendo em vista que dizem respeito a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores, analistas e jornalistas devem levar em conta que eventos relacionados ao ambiente macroeconômico, ao segmento e a outros fatores podem fazer com que os resultados sejam materialmente diferentes daqueles expressados nas respectivas declarações prospectivas.

Estão presentes nesta teleconferência os senhores Rafael Lucchesi, CEO, o Sr. Rodrigo Périco, CFO, o Sr. Ricardo Fioramonte, Vice-Presidente de Vendas, o Sr. Toni Bueno, Vice-Presidente de Compras e Logística, o Sr. Gueitiro Genso, Vice-Presidente de Novos Negócios, Inovação e de RI, e o time de RI da Tupy.

Gostaria agora de passar a palavra ao Sr. Rafael, que dará início à apresentação. Por favor, Sr. Rafael, pode prosseguir.

Rafael Lucchesi:

Bom dia a todos e obrigado pela participação nesta teleconferência.

O cenário de incertezas observado desde o ano passado se intensificou no 2T25, reflexo do desaquecimento da atividade econômica dos Estados Unidos e elevadas taxas de juros que impactam a economia global. Nesse contexto, combinado com preços de fretes depreciados, fez com que as empresas de transporte adiassem a renovação das suas frotas e a realização de novos investimentos, enquanto aguardam sinais mais consistentes de recuperação econômica, fatores que continuam a limitar a demanda do setor. Esses fatores refletiram também no resultado dos nossos clientes, que revisaram para baixo suas projeções para 2025.

Nossos volumes de vendas e produção apresentaram quedas de 10%, como reflexo nas margens, dada a menor diluição de custos fixos. Esses efeitos, em conjunto, impactaram o EBITDA do período em cerca de R\$ 90 milhões. Realizamos movimentos de consolidação de

mercado, que foram importantes para a estratégia da Companhia, e isso nos trouxe maior capacidade competitiva e aumento das nossas posições de mercado. Nós vamos discutir isso ao longo da apresentação.

É claro que isso trouxe também maior ociosidade estrutural. Como resultado desses fatores, a margem de EBITDA ajustado do 2T foi de 8%, composta por 7% do negócio tradicional e 10% da MWM. Os novos negócios têm contribuído para a diversificação da nossa receita em segmentos com alto potencial de crescimento e rentabilidade, como reposição, energia e descarbonização, além da maior oferta de produtos e serviços com maior valor agregado e representam crescimento de 12% nesse trimestre.

Estamos adequando nossa capacidade produtiva à nova realidade de volumes e executando uma etapa importante do nosso plano de sinergias. Esse processo teve início no México ao fim de 2024. Entretanto, mudanças no cenário político-econômico ocasionaram a revisão desses projetos, que agora está em curso e será finalizado no próximo ano, com ganhos estimados de R\$ 100 milhões em 2026. A partir de 2027, esse resultado será de R\$ 180 milhões por ano.

Nossa presença global, com plantas localizadas em três continentes e flexibilidade de produção, nos dá uma maior resiliência e constitui uma vantagem competitiva importante e tem contribuído para a aquisição de novos contratos. A otimização da capacidade, em conjunto com outras ações de ganhos de eficiência, permitirá atender a demanda atual e futura e alavancar as nossas margens no momento da retomada de volumes.

Agora, passo a palavra ao Rodrigo, nosso CFO, que vai apresentar os indicadores do 2T.

Rodrigo Périco:

Obrigado, Rafael, e bom dia a todos. As receitas totalizaram R\$ 2,6 bilhões no período, representando uma retração de 6% em relação ao mesmo intervalo do ano anterior, sendo que 46% tiveram origem nas Américas do Sul e Central, 36% na América do Norte, 15% na Europa e os 3% restantes na Ásia, África e Oceania.

Na análise por segmento, destaca-se que 85% da receita teve origem no segmento de componentes estruturais e contratos de manufatura, que inclui produtos em ferro fundido e serviços de alto valor agregado, como usinagem e montagem de componentes; 8% foram gerados pelo segmento de distribuição, responsável pela comercialização, principalmente de peças de reposição; e 7% corresponderam ao segmento de energia e descarbonização, com destaque para conjuntos geradores e soluções voltadas à descarbonização.

No próximo slide, no mercado interno, as receitas do segmento de componentes estruturais e contratos de manufatura foram impactadas pela queda das vendas para veículos comerciais, reflexo da redução no volume de exportações indiretas, parcialmente compensadas pelo aumento das vendas para aplicações off-road, que apresentaram desempenho positivo no período. Já no mercado externo, as receitas recuaram devido à menor demanda por veículos comerciais, principalmente nos Estados Unidos, reflexo da incerteza sobre o cenário macroeconômico que fizeram com que potenciais compradores postergassem a aquisição de equipamentos.

Destacamos que os produtos de maior valor agregado atingiram 45% da receita dessa unidade, evidenciando a relevância estratégica de soluções com maior complexidade técnica e maior contribuição para a rentabilidade.

Dando continuidade, destacamos a unidade de distribuição, responsável pela comercialização de peças de reposição e produtos hidráulicos. As vendas dessa unidade corresponderam a 14% da receita no mercado interno, com alta de 3%, impulsionadas pelo crescimento da unidade de reposição. Já no mercado externo, as vendas avançaram 2%. Em ambos os mercados, o desempenho foi parcialmente impactado pela menor demanda por produtos hidráulicos, reflexo das condições econômicas do cenário atual.

Seguindo a apresentação, destacamos o desempenho da unidade de energia e descarbonização, segmento que engloba conjuntos geradores, motores de fabricação própria, aplicações marítimas, torres de iluminação e produtos e serviços relacionados à descarbonização. O segmento registrou alta de 20% no Brasil, impulsionado, principalmente, pelo forte crescimento nas vendas de grupos geradores. Por outro lado, a queda nas vendas de motores próprios, influenciada pelo desempenho mais fraco do agronegócio, impactou negativamente os resultados da unidade tanto no mercado interno quanto no mercado externo. A representatividade dessa unidade foi de 16% nas receitas do mercado interno e 1% no mercado externo.

Continuando a apresentação, temos custos e despesas do período. O desempenho foi impactado negativamente pelo volume, pela pressão inflacionária sobre mão de obra e serviços, além da depreciação cambial, que foram, em parte, mitigados por iniciativas de redução de custos e ganhos de produtividade. No acúmulo do semestre, as despesas reduziram 1% contra o mesmo período do ano anterior, reflexo, principalmente, dos menores volumes de vendas e ganhos de eficiência. No trimestre, registraram aumento de 4% contra o 2T24.

A seguir, destacamos na parte superior o EBITDA ajustado, que totalizou R\$ 210 milhões no 2T25. A margem do negócio tradicional atingiu 7% no trimestre, reflexo da queda de 2 dígitos nos volumes e da pressão inflacionária, com impactos na eficiência operacional e diluição de custos e despesas, resultando em aproximadamente R\$ 90 milhões de impacto no EBITDA.

A margem das operações da MWM foi de 10% no período, impulsionada por maiores volumes de vendas, melhor mix e pela implementação de projetos de otimização fabril e organizacional, que contribuíram positivamente para o resultado. E no gráfico inferior, destacamos a evolução do lucro líquido no 2T25, influenciado, principalmente, pelo melhor resultado financeiro e pela variação cambial sobre a base tributária.

No próximo slide, falamos sobre o resultado financeiro do período. A redução das despesas financeiras foi influenciada, principalmente, pela diminuição no endividamento com amortização de R\$ 366 milhões ao longo do 1S deste ano. Por outro lado, as receitas financeiras somaram R\$ 33 milhões, inferior ao registrado no mesmo período do ano anterior, sustentadas pelo aumento das taxas de juros que, juntamente com a estratégia de alocação, contribuíram para mitigar os efeitos do menor caixa.

No resultado com variações cambiais, nós registramos uma receita de R\$ 26 milhões, explicada por dois principais fatores: variações positivas de R\$ 6 milhões, decorrentes da valorização do real sobre contas do balanço em moeda estrangeira; e resultado positivo das operações de *hedge*, com receita de R\$ 20 milhões, sendo R\$ 14 milhões de ganhos com marcação a mercado e uma despesa de R\$ 6 milhões com impacto em caixa.

Na sequência, temos as variações das principais contas de capital de giro, tendo o 1T25 como base de comparação. O saldo do contas a receber reduziu R\$ 93 milhões no período, com impacto em dois dias no prazo médio de recebimento, movimento esse que foi influenciado, principalmente, pela sazonalidade com maior concentração das vendas no final do período.

Em estoques, houve uma redução de R\$ 93 milhões, resultado das iniciativas de gestão focadas em produtos em elaboração e produtos acabados, contribuindo para maior eficiência na utilização dos recursos. E no contas a pagar, variação foi marcada pela sazonalidade, menores volumes de compra e pela redução nos estoques, fatores que impactaram diretamente o saldo da conta.

Por fim, o endividamento líquido ao final do 2T25 foi de R\$ 2,6 bilhões, correspondendo a 2,45x o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses. As obrigações em moeda estrangeira representaram 59% da dívida e 39% do saldo de caixa. Encerramos junho de 2025 com uma posição de caixa de R\$ 1,5 bilhão.

Agora passo a palavra ao Ricardo, Vice-Presidente de Vendas.

Ricardo Fioramonte:

Obrigado, Rodrigo, e bom dia a todos. Bem, como Rafael e Rodrigo comentaram, as incertezas relacionadas às tarifas e seus impactos na economia global têm afetado a atividade em alguns setores importantes para nós. Esse cenário já se enxerga no desempenho de nossos clientes, fabricantes de veículos comerciais e equipamentos de construção e máquinas agrícolas, cujos resultados trimestrais recentes apontam quedas de receita entre 3% e 19%.

Nos Estados Unidos, observamos principalmente a deterioração de diversos indicadores econômicos e setoriais, como, por exemplo, o PMI e índice de confiança dos consumidores, mas, principalmente, a queda de rentabilidade das empresas de transporte, reflexo do excesso de capacidade e consequente queda no valor dos fretes. E com isso, como nossos clientes do segmento de veículos comerciais já divulgaram, a venda de caminhões sofreu retração importante no 2T do ano, pois boa parte dos frotistas segue com a postura de “esperar para ver”, postergando suas compras.

Na Europa, apesar da redução da taxa de juros em algumas economias e das medidas de estímulo fiscal, o cenário de incertezas tem impactado também a demanda no curto prazo. É importante destacar que a demanda não desaparece, uma vez que os equipamentos continuam sendo utilizados, ou seja, é demanda reprimida que será atendida mais adiante, principalmente a partir de 2026.

No segmento fora de estrada, o movimento de normalização de estoques impactou negativamente nossas vendas ao longo de 2024. Entretanto, com os estoques na cadeia ajustados, observamos melhora nas nossas carteiras de pedidos nesse período. A demanda na ponta demonstra sinais trocados, com alguns segmentos exibindo bom desempenho, como o de geração de energia, que vem sendo favorecido pela expansão de *data centers*. Por outro lado, segmentos como o de construção e de mineração vêm sendo impactados pela postergação de investimentos.

Esse é um bom momento para destacar que estamos crescendo no segmento de geração de energia e, conforme anunciamos em fato relevante ontem, conquistamos novo contrato para fornecimento de cabeçotes para essa aplicação.

Passando ao próximo slide, quero falar sobre os reflexos das tarifas para o nosso negócio e como a nossa presença em três continentes representa uma vantagem competitiva importante. Construímos um arranjo único na indústria, que nos permite alocar produtos em diferentes plantas. Isso representa um instrumento de mitigação de riscos, mas, ao mesmo tempo, nos permite oferecer produtos que ajudam nossos clientes a cumprirem os requerimentos de conteúdo regional.

Esse diferencial tem permitido a aquisição de novos contratos, que, conforme já anunciamos ao mercado, totalizam receitas anualizadas adicionais de R\$ 1,4 bilhão. Esses novos projetos entram em produção gradualmente a partir do 2S deste ano e são protegidos por contratos de longo prazo. São projetos que possuem mais alto percentual de agregação de valor, como serviços de usinagem e submontagem, e que contribuirão para enriquecer o mix de produtos, com impacto positivo nas margens.

Falando nas tarifas, nossas exportações para os Estados Unidos a partir do Brasil representam aproximadamente 14% das receitas totais. A partir de 2 de abril, nossos produtos ficaram sujeitos à tarifa de 10%, cujo repasse ao cliente é amparado por contrato e já foi realizado. Desde 6 de agosto, nossos produtos ficaram sujeitos à tarifa de 50%. Entretanto, nós temos estoques nos Estados Unidos de produtos que foram internados com tarifa de 10%, que nos dão cobertura de cerca de 10 semanas. Adicionalmente, produtos que foram embarcados antes de 6 de agosto e que cheguem aos Estados Unidos até 4 de outubro permanecem sujeitos à tarifa de 10%.

Considerando então esses estoques já internados e os produtos em trânsito, praticamente teremos cobertura até o final do ano. Desta forma, não esperamos impacto em nossos resultados em 2025. Esses estoques também nos conferem um prazo razoável para trabalharmos em ações de mitigação da tarifa de 50%, como, por exemplo, transferir a produção para o México. Lembrando que produtos que cumprem com os requisitos do USMCA estão isentos de tarifas atualmente. Essa possibilidade comprova a resiliência do arranjo industrial da Tupy, que seguramente é valorizada por nossos clientes.

Agora eu passo a palavra ao Toni, nosso Vice-Presidente de Compras e Logística.

Toni Bueno:

Obrigado, Ricardo, bom dia a todos. No próximo slide, eu quero detalhar o nosso projeto de desmobilização da capacidade. As aquisições trouxeram diversos benefícios comerciais em áreas como compras e logística, mas também trouxeram capacidade ociosa. Nosso plano de sinergia já considerava a adequação da capacidade produtiva e dos estoques e ganhou ainda mais relevância nesse cenário de queda de volumes. Esse processo teve início no México em 2024 e será intensificado em 2025 e em 2026 em todas as plantas.

Originalmente, o plano era concluído ainda este ano, porém, o contexto de tarifas ocasionou a revisão desses projetos, dada a relevância estratégica ainda maior nas operações do México. Essa reorganização resultará em uma redução de aproximadamente 25% na nossa capacidade em comparação com o cenário pós-aquisição das plantas de Aveiro e Betim, e está em linha com a nossa estratégia de aquisição e integração. Os efeitos dessas ações começarão a ser percebidos a partir do próximo ano, com um impacto anual de R\$ 100 milhões em 2026 e R\$ 180 milhões ao ano a partir de 2027, decorrentes da redução de custos fixos e otimização de custos variáveis.

Essa nova capacidade nos permite atender à demanda atual dos clientes e também já considera o aumento dos volumes em 2026 e também o crescimento futuro, por meio da conquista de novos contratos.

Temos como objetivo atingir um ROIC acima do custo de capital em cada uma das geografias em que atuamos, mesmo em um cenário desafiador de volume. Para isso, estamos executando um plano agressivo de eficiência e redução de custos, com iniciativas voltadas à automação, manutenção, produtividade de mão de obra e qualidade. Esse plano a que me refiro é adicional aos valores que citei anteriormente e deve impactar positivamente as nossas margens em até 2 p.p. ao atingirem sua maturidade total no final de 2026.

Agora passa a palavra ao Gueitiro, nosso Vice-Presidente de Novos Negócios e Inovação.

Gueitiro Genso:

Obrigado, Toni, e bom dia a todos. Somos a marca de motores mais reconhecida do país, o que impulsiona também o nosso negócio de peças de reposição, e líderes do mercado de grupos geradores, oferecendo segurança energética e opções com menor nível de impacto ambiental. O que esses segmentos têm em comum é o alto potencial de crescimento e rentabilidade superior ao nosso negócio tradicional. As unidades de distribuição e energia e descarbonização, com baixa correlação com o negócio principal da Companhia, já representam 30% da receita do mercado interno, ou 15% do total.

No próximo slide, quero falar sobre os fundamentos do setor de reposição, que apresentou crescimento de 8% no 2T25 e 17% nos seis primeiros meses do ano. É um mercado que se beneficia da idade da frota do país. Hoje, cerca de 1/3 da frota de caminhões do Brasil tem mais de 16 anos, e 50% dos tratores ultrapassam os 20 anos. Isso representa uma demanda crescente e contínua por manutenção e reposição de peças, e é aí que a MWM se posiciona com grande vantagem.

A força da marca MWM é um diferencial enorme. Somos amplamente reconhecidos pela qualidade, robustez e confiabilidade, o que nos posiciona como referência em toda a cadeia, inclusive conseguimos precisar melhor os nossos produtos, reflexo direto da confiança que o mercado tem na nossa marca. Temos uma rede de distribuição extremamente robusta, com mais de 700 pontos de venda no Brasil, o que nos garante capilaridade, proximidade com o cliente e agilidade na entrega.

No próximo slide, quero falar sobre os *drivers* do nosso crescimento e do tamanho das oportunidades. Aproximadamente 30% dos motores diesel em circulação no Brasil foram produzidos pela MWM, o que nos dá uma base instalada muito relevante e abre espaço para ampliar a nossa atuação com peças opcionais e multimarcas. Desde o início do desenvolvimento da linha opcional, em 2017, já conquistamos 7% do mercado, que antes utilizava peças paralelas, e ainda participamos de apenas 1% do mercado multimarca, peças para motores de outras montadoras. Estamos ampliando o nosso portfólio e avançando nesse mercado, inclusive com uma curadoria de produtos na China.

No próximo slide, abordamos o segmento de grupo de geradores, que passamos a oferecer em 2019 e no qual nos tornamos líderes nacionais em poucos anos. As receitas cresceram 19% em relação ao ano passado, impulsionadas, principalmente, por um mix de produtos mais favoráveis. Estamos aumentando também as margens através de ganho de eficiência no processo de fabricação. A demanda por estabilidade energética segue em alta, abrangendo centros urbanos, aplicação fora de estrada e o agronegócio. Nossa estratégia de crescimento inclui a criação de portfólio para esses mercados, o aumento das exportações – atualmente atendemos 19 países – e a oferta de produtos maiores para aplicação em *data centers*.

No próximo slide, quero falar sobre os nossos projetos de transformação veicular. Estamos em conversas avançadas com as empresas do transporte urbano, ônibus e coleta de resíduos. Esses setores representam um mercado endereçável de cerca de 180 mil veículos para as nossas soluções com motores a gás natural, biometano e etanol. Políticas públicas têm contribuído para a adoção em escala dessas tecnologias. O município de São Paulo, por exemplo, utilizará soluções de biometano nas frotas de ônibus urbanos, e a MWM será a protagonista nessa jornada, contribuindo com o conhecimento técnico em tecnologia de motores e biocombustíveis.

Enfim, tem muita coisa acontecendo, e, como Diretor de Relações com Investidores, estou muito contente em anunciar que inauguramos mais um canal para divulgar nossas iniciativas, estratégias e visão de futuro para o mercado. Nessa primeira edição, disponível no nosso site de relação com investidores, nosso gerente de RI, Hugo Zierth, tem uma conversa com os nossos líderes das unidades de distribuição, energia e descarbonização. Nosso CEO, Rafael Lucchesi, Ricardo e Toni também participam desta edição, discutindo o nosso resultado e os planos para a unidade de componentes estruturais.

Convido todos a assistir ao conteúdo, que está diretamente relacionado ao desempenho deste trimestre e aos próximos passos da Companhia.

Agora, iniciaremos a nossa sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

André Mazini, Citi: Acho que agora foi. Desculpa, pessoal. Meu Zoom aqui estava difícil.

A primeira é sobre a redução de 25% na capacidade instalada, se vai haver algum custo de *layoff* associado a isso. E se, por outro lado, uma ocupação maior de fábrica, pós-redução de idade, deveria ser um fator autista para as margens no médio prazo. Essa é a primeira.

E a segunda é sobre margens também. A margem da MWM está sendo um destaque, está em 10%, era por volta de 6% quando vocês adquiriram, então fala dessa operação, se para frente também dá para melhorar a margem na MWM. Vocês comentaram de automação de chão de fábrica e etc., se a da MWM dá para subir ainda mais do que esses 10 que vocês *printaram* no 2T, obrigado.

Rafael Lucchesi: Oi André, tudo bem? Prazer estar falando aqui contigo, é Rafael Lucchesi. Veja só, o ajuste de capacidade é, de fato, uma agenda. A que estava já prevista na nossa estratégia, nós tivemos que fazer uma transição, nós iniciamos um plano de ajuste e depois, por conta da reversão do cenário internacional, tivemos que remodelar esse ajuste. E, como você bem falou, é claro que essa redução de capacidade vai nos dar mais energia no processo de retomada do mercado, com maior resiliência e com ganhos de competitividade na medida em que nós vamos reduzir a capacidade.

Em complemento a essa minha resposta, eu vou passar para o Toni.

Toni Bueno: André, bom dia, obrigado pela pergunta. Complementando, nós saímos, basicamente nesse movimento, de uma ocupação aproximada de 65% para 80% de ocupação das nossas plantas, e isso naturalmente favorecerá as nossas margens. Obviamente que, isso conectado a todos os demais movimentos que nós citamos previamente, essa fatia especificamente tem uma grande participação nas nossas projeções.

Rodrigo Périco: Oi André, bom dia, Rodrigo falando. Com relação à MWM, acho que foi bom você ter comentado, nós, de fato, sim, melhoramos muito a margem e ainda tem bastante espaço para muitas ações com relação à reestruturação, à própria operação, nós reposicionamos a marca, tudo isso nesses últimos 18 meses aí, como o mercado pode enxergar, trouxe um incremento bastante significativo para a operação e nós também temos aqui, nós reposicionamos as unidades, ou seja, nós temos três unidades muito bem definidas dentro da nossa estrutura, nós temos líderes capazes aqui, muito hábeis, que olham em específico muito o P&L das suas unidades.

Gueitiro Genso: André, eu Gueitiro. Finalizando aqui essa última parte da pergunta da MWM, a resposta afirmativamente é sim, essas unidades aqui de São Paulo elas fazem parte da estratégia de negócio anticíclica nossa, então como nós colocamos aí na apresentação, se por um lado a unidade de componente estrutural sofre com retardamento da troca da frota, à medida que a frota fica mais antiga, favorece o nosso negócio de *aftermarket*, por exemplo.

Então, nós estamos vendo esse negócio de *aftermarket* crescendo a 2 dígitos, nós estamos investindo muito nessa unidade. A MWM tem um inventário de motores no Brasil relevante, mais de 2 milhões de motores, e é onde nós naturalmente está presente, mas nós estamos ampliando através de estratégias, de curadoria de peças pelo mundo para 2/3 a mais da frota de motores, do inventário de motores que não são MWM.

Então, nós acreditamos muito e está acontecendo, então nós vamos ver ao longo dos trimestres essa unidade perfumando bem, e ela tem uma margem EBITDA também muito melhor, o que, no mix, ajuda a Companhia. E não só *aftermarket*, a nossa crença de que motores a biocombustíveis no Brasil se tornaria importante para as receitas também começa a acontecer. Transformação veicular, que é o negócio de substituição dos motores a diesel por biometano e etanol, também começa a ganhar escala e nós, ao longo dos próximos trimestres, vamos começar a enxergar isso também no EBITDA.

Então, é um conjunto de negócios, e, para citar a última unidade aqui, é a de serviços, que é a manufatura, que também neste trimestre, montagem de negócios, foi importante para a construção do mix.

Então, em resumo aqui, nós trabalhamos muito com a área que é a unidade de São Paulo, as três unidades de São Paulo sejam cada vez mais importantes no mix de receita da Companhia. Isso fazia parte da estratégia da aquisição e nós estamos muito felizes que, nesse caso aqui, está crescendo. Então, crescer as duas ao longo do tempo ajudará muito nessa recomposição da margem, que você até provocou na primeira pergunta.

André Mazini: Está ótimo, obrigado Lucchesi, Rodrigo e Gueitiro, bom dia.

Gabriel Rezende, Itaú BBA: Oi, pessoal, bom dia, obrigado pelo espaço aqui. Eu queria fazer um *follow-up* em relação à reestruturação que a Companhia está implementando. Vocês comentaram no *release* de ontem à noite que essa reestruturação deveria levar a um ganho de 2 p.p. na margem EBITDA. Eu só queria entender qual que é o ponto de partida para esses 2 p.p. de ganho na margem EBITDA. Se nós poderíamos olhar para a margem em 2026, pelo que eu entendi ali do comentário do *press release*, eu só queria entender se esse comentário de ganho de margem EBITDA é em cima da margem que nós vimos no 2Q25, ou seja, saltando ali de 8% ajustada para uns 10% em 2026. Se fazia sentido esse racional.

E aí um segundo ponto, um *follow-up* aqui na pergunta do Mazini, vocês comentaram agora da ocupação saindo de 65% para 80% com a reestruturação. Só queria entender qual é o ponto final da reestruturação, em quanto que deve ficar a ocupação da fábrica com a redução final de 25% de capacidade e se eventualmente a Companhia não precisaria re-expandir a capacidade com o cenário de melhora de volumes talvez em 2026 ou 2027. Obrigado.

Toni Bueno: Gabriel, bom dia. Toni falando, obrigado pelas perguntas. Começando pela primeira, é importante nós dividirmos os dois assuntos? Nós temos o primeiro tema, que é a nossa redução de ociosidade, que está atrelado ao nosso plano estratégico e a todo o desenho de aquisição das plantas de Betim e Aveiro, que ocorreu nos anos passados, e nós temos um segundo tema, que é adicional, que é um tópico de eficiência pura. E aí esses tópicos de eficiência estão pautados em qualidade do produto, automação, manutenção e também na maximização do uso de dados dentro da organização.

Então, esses dois temas são diferentes. Os 2 pontos de margem percentual que nós citamos, eles estão atrelados ao ponto de eficiência, melhora de eficiência. Isso, sim, finda, nós chegamos à plenitude desses benefícios no final de 2026.

Partindo para o segundo tema, que é sobre a ocupação, o 80% do espaço, nós entendemos, com o cenário que nós temos agora, que esse sim é o nosso *footprint* ideal. E por que ocupação de 80%? Isso nos habilita ao recebimento de novos produtos, a absorver mudanças de tecnologia futura e manter estabilidade para os nossos clientes, inclusive em caso de oscilação.

Um outro ponto importante é que, mesmo executando toda essa atividade, nós dentro da Companhia estamos desenvolvendo uma habilidade muito maior do que nós já tivemos de nos adaptarmos rapidamente às mudanças de mercado. Então, esse cenário não é simples, mas o objetivo realmente é fazer com que nos adaptemos rapidamente, mantendo a estrutura de ROIC acima do custo de capital em todas as plantas.

Gueitiro Genso: E eu queria – é o Gueitiro, Gabriel –, dando continuidade aqui, todo esse planejamento aí de capacidade mais eficiência está levando em consideração, inclusive, o que nós viemos conversando com vocês ao longo dos trimestres, que são os novos contratos que foram negociados pelo nosso Vice-Presidente de Venda, do Ricardo, e que nós sabemos que tem um ciclo de negociação, preparação da fábrica, e começam a entrar em produção a partir de 26 e 27. São contratos que vão, inclusive, tomar parte dessa capacidade que está, em tese, sendo reservada a partir de 26.

Então, tem todo um conjunto de ações de eficiência, retirada de capacidade, agenda comercial de valor agregado de novos contratos, que farão com que, nós entendemos, a Companhia volte aos níveis históricos de margem de contribuição EBITDA que apresentou antes da aquisição, por exemplo.

Rafael Lucchesi: Gabriel, um ponto aqui – é o Rafael Lucchesi –, acho que o Toni e o Gueitiro deram uma resposta excelente, mas uma adição é a tendência tecnológica de redução de volume nos motores. Então, os novos motores têm paredes mais finas, estruturas tecnológicas mais complexas, mas, como tendência tecnológica dos veículos, menor peso. E isso reduz volume e toda a resposta que eles deram, tanto na agregação de valor, como nosso ajuste de capacidade, levam em conta também as tendências tecnológicas do desenvolvimento dos nossos clientes e da trajetória tecnológica do setor.

Gabriel Rezende: Tá certo, obrigado pela resposta Lucchesi, Toni e Gueitiro. Bom dia para vocês.

Fernanda Urbano, XP: Bom dia, pessoal. Obrigada pelo espaço. São duas perguntas aqui do nosso lado. Primeiro, só um *follow-up* nessa questão da reorganização fabril, acho que ficou claro nas perguntas anteriores como que vai ficar a utilização de capacidade uma vez que essas mudanças forem feitas, mas queria entender como que esse volume, enfim, com 85% de utilização de capacidade para frente, como que esse volume produtivo ele se compara com os volumes atuais, se nós podemos esperar mais alguma redução de volume, de fato, ou se essas mudanças elas vão só realmente melhorar a utilização de capacidade?

E queria entender também como que fica a foto da capacidade da Tupy em termos de geografia, entre México, Brasil e Portugal. Como que deve ficar a foto depois dessas mudanças.

E ainda nesse contexto, uma segunda pergunta, eu queria entender como que vocês estão vendendo as perspectivas de geração de caixa uma vez que as mudanças estiverem completas.

Vocês mencionaram no *release* e na apresentação também, uma monetização mais eficiente do capital de giro, apesar de um EBITDA potencialmente mais baixo. Queria entender como todas essas mudanças conversam com as perspectivas de geração de caixa da Companhia para 2026, 2027. Obrigada.

Ricardo Fioramonte: Olá, Fernanda. Bom dia. É o Ricardo Fioramonte, VP de Vendas que está falando. Sobre a equação de demanda e capacidade, só para lembrar, a projeção que nós estamos fazendo é de que esses ajustes nos confirmam uma utilização de 80%, não 85% da capacidade no médio prazo. Agora, isso leva em consideração tudo o que foi falado aqui anteriormente sobre os novos projetos que nós estamos ganhando e também leva em consideração que nós estamos em um momento de piso de demanda, uma situação que nós não víamos, de forma geral, principalmente no segmento de veículos comerciais, desde a pandemia, desde 2020.

Então, obviamente, a expectativa é que essa demanda retorne, ao passo que as incertezas sejam aos poucos eliminadas e os compradores voltem à atividade, ou seja, os frotistas voltem a adquirir equipamentos e voltem a fazer investimentos. Ou seja, prevemos, de fato, um nível de atividade muito mais alto do que temos agora, e esse 80% que foi falado nos dá espaço para absorver isso tudo.

Rodrigo Périco: Oi, Fernanda, bom dia. Rodrigo falando. Vamos lá. Quando nós falamos na questão da geração de caixa, nós trazemos dois pontos aqui importantes: acho que o primeiro deles é a alocação de capital da Companhia. Nós estamos, como o Ricardo bem mencionou, no nosso piso de vendas. Vendas e câmbio são dois ofensores da Companhia e são variáveis exógenas ao nosso modelo. E, naturalmente, uma queda de venda traz uma piora na nossa diluição de custos fixos, ou seja, o capital alocado hoje para a reestruturação; e a segunda questão seria provavelmente algum – vai vir essa pergunta – alavancagem, nós tivemos aí um incremento na alavancagem, nós temos visto aí que ela mexeu um pouco.

Mas o que acontece é o seguinte, nós monitoramos alguns *drivers* importantes com relação à alavancagem e nós temos também, dentro da Companhia, eu diria que alavancas financeiras e operacionais que serão acionadas se necessário para que nós possamos cumprir principalmente o plano e também a cobertura dos nossos *covenant*, tá?

A Companhia tem – tenho falado isso por diversas vezes – um endividamento muito bem estruturado, um custo baixo, torres de vencimentos foram alongadas recentemente, então acho que o cenário é esse. Nós queremos deixar aqui, nós temos aí o conforto com relação à nossa liquidez, 2025 muito bem direcionado e também prospectivamente olhando 2026.

Toni Bueno: Fernanda, só complementando a menção que o Ricardo fez e atendendo também sua pergunta sobre o desenho das geografias, é importante que nós criemos mentalmente uma visão de que a Companhia, nesse desenho flexível, cria vasos comunicantes entre todas as operações. Esse movimento que nós estamos fazendo de flexibilização de produtos – para que vocês tenham uma noção da complexidade e da dimensão disso – movimenta 52 produtos entre plantas e/ou entre linhas e que dedicam mais de 100 mil horas de desenvolvimento de engenharia e, obviamente, contam com o apoio de todos os clientes para que esse processo funcione.

Então, ao invés de um cenário de *footprint* travado, é importante que nós criemos a visão mental de que nós temos um sistema dinâmico, que precisa se adaptar rapidamente e de forma economicamente atrativa ao cenário que se dá.

Rodrigo Périco: Fernando, só uma questão com relação à fotografia futura, que eu acho que é uma pergunta muito interessante, nós vivemos um momento de um mercado extremamente

dinâmico e com algumas instabilidades, mas, como o Ricardo e o Toni colocaram, a Tupy é um líder global nesse mercado que opera em três continentes e isso permite muita resiliência e isso é extremamente importante nessa nova realidade de elevado protecionismo. Nesse aspecto, Fernanda, o Brasil, nossa base operacional no Brasil, vai continuar sendo uma força competitiva da nossa empresa, mas também o México, até por conta do posicionamento e da importância do mercado da América do Norte e do USMCA, a posição nossa no México vai se colocar como cada vez mais importante.

Fernanda Urbano: Está super claro. Obrigada, pessoal. Bom dia.

Gabriel Frazão, Bank of America: Bom dia, pessoal, obrigado pelo espaço aqui no *call* de Resultados. Seria uma pergunta sobre o mercado de caminhões na América do Norte. Nós estamos vendo uma contração significativa desse mercado há algum tempo já, que foi motivada por um volume de venda de caminhão muito forte nos últimos anos. Se, na visão de vocês, esses volumes baixos já foram suficientes para corrigir o balanço entre oferta e demanda, ou se nós deveríamos ver mais alguns meses com volumes fracos antes de uma melhora nesse mercado?

Ricardo Fioramonte: Oi Gabriel, bom dia, Ricardo Fioramonte novamente. A julgar, sendo objetivo, a julgar pela atividade de pedidos e a carteira de pedidos das montadoras nos Estados Unidos, é de se esperar que nós não vejamos uma recuperação muito significante no próximo trimestre. É possível que a indústria continue demonstrando fraqueza nesses níveis baixos de atividade ao longo do 3T.

Mas, ao mesmo tempo que nós dizemos isso, é super importante nós ressaltarmos que a frota está sendo utilizada, os equipamentos estão em uso, estão sendo depreciados, e o que está acontecendo é simplesmente uma postergação de demanda, e isso, seguramente, nos favorecerá em períodos futuros. Nós esperamos que essa atividade volte à normalidade a partir do início de 2026.

É uma mudança grande em relação à expectativa da indústria como um todo no início desse ano, quando não apenas esperavam-se volumes mais altos do que nós estamos vendo, mas esperavam-se também o início de um *pre-buy*, que agora já saiu de cena e, enfim, nós trabalhamos com a perspectiva nesse momento de recuperação a partir de 2026.

E, de novo, em se tratando de uma queda tão forte como nós estamos vendo, é possível que o rebote venha também numa intensidade importante.

Rafael Lucchesi: Excelente. Gabriel, sé em complementação – é Rafael Lucchesi aqui –, o PIB norte-americano em 2024 teve um crescimento de 2,8% e as projeções do nível de atividade para esse ano vai se situar em torno de 1,8%. Como você falou, a contração nesse segmento, os dados agora anunciados no 2T25 para veículos comerciais houve uma redução de 13% na América do Norte, nos Estados Unidos, e em *off-road* houve uma retração de 20%.

Então, acho que isso vai muito ao encontro da sua pergunta. É claro que isso impacta a Tupy porque estamos como fornecedor dentro dessa cadeia e os Estados Unidos constituem o nosso principal mercado, mas como o Ricardo colocou, nós aguardamos para 26 uma recuperação desse volume.

Gueitiro Genso: Gabriel, é o Gueitiro. Eu só queria aproveitar o final aqui dessa questão sua para conectar ao que o Toni, nosso Vice-Presidente que cuida da operação, comentou do projeto nosso aqui de eficiência, de redução de capacidade, de flexibilidade das plantas. Então, nós estamos vivendo um momento, como o Ricardo falou, que a demanda não está

vindo como inicialmente pensado durante o ano por fatores exógenos e do mercado americano. Então, o trabalho aqui da operação é cada vez mais tornar nossas plantas flexíveis, de forma que nós possamos reagir, do ponto de vista de custos, à demanda que, porventura, não se confirme, como produzir na planta que tem a melhor eficiência da nossa geografia.

Então, é esse conjunto de medidas que nós entendemos que a Companhia está executando com toda intensidade agora em 2025 e ao longo de 2026 nos tornará muito mais eficientes, e aí que nós temos a crença e esperamos retornar as nossas margens históricas antes das aquisições, que é o que nos motivou a aumentar a nossa capacidade e a geografia pelo mundo.

Gabriel Frazão: Certo, ficou super claro pessoal, obrigado.

Jonathan Coutras, JP Morgan: Obrigado, bom dia pessoal, obrigado pelo espaço. Tenho duas perguntas do meu lado também. A primeira, ainda sobre a desmobilização das plantas, desculpa. A Tupy aumentou a capacidade de produção de ferro, originalmente, quando fez a aquisição dos ativos da Teksid, em 40% se eu não me engano, que concluído lá em 2021. Então, eu queria entender com vocês se foi debatido, talvez no nível do Conselho, se desfazer desses ativos não via a estruturação, procurar algum comprador estratégico que queira se verticalizar?

O momento é desafiador, então o *valuation* provavelmente seria abaixo, mas a própria Tupy está negociando um *valuation* bem aquém do histórico, especialmente vis-à-vis do *valuation* da indústria e a venda poderia também aumentar o foco da Tupy na montagem e na própria MWM. Talvez não vender a ponta de Aveiro, dado que ter um *footprint* estratégico na Europa, especialmente com as tarifas menores da [49:36 – ininteligível] do Brasil.

E o plano com a reestruturação e *write-offs*, tem alguma estimativa do valor desses gastos para os próximos trimestres? Só porque vocês falam de impacto positivo para 2026 em diante, mas [49:50 – ininteligível] no curto prazo? Então, esse é o primeiro tema.

E o segundo tema, na margem bruta, qual foi o principal ofensor nesse trimestre? Porque, quando nós olhamos o histórico, a Empresa já tinha reportado queda de volumes de 2 dígitos também até antes da pandemia, mas o efeito na margem não foi tão negativo. A questão é mais na parte do custo fixo muito maior por conta dos M&As, ou você tem algum outro fator específico para esse trimestre/ciclo? Obrigado, pessoal.

Ricardo Fioramonte: Oi, Jonathan, obrigado pela pergunta. Ricardo Fioramonte novamente. Sobre a sua pergunta a respeito de uma eventual, pelo que eu entendi, uma eventual venda desses ativos ociosos, aqui é importante nós destacarmos a estratégia da Tupy, algo que nós vimos, acho que, comunicando ao mercado. Nós assumimos a estratégia, nós adotamos a estratégia, estamos executando a estratégia de consolidar o setor no Ocidente e, com isso, endereçar um dos males dessa indústria, que é a capacidade ociosa estrutural. E dentro desse nosso papel de consolidador, nós entendemos que as aquisições foram feitas com projeção realmente de que estávamos adquirindo capacidade ociosa, o desfecho disso, o desdobramento disso é fechar essa capacidade, tirar essa capacidade do mercado.

Rodrigo Périco: Jonathan, bom dia. Rodrigo, complementando aqui a sua segunda questão de maneira bem simples e direta, a alteração que se deu basicamente na margem bruta, ela refere-se, a maior parte, menor volume de vendas, que causa menor volume de produção, menor diluição de custos.

Toni Bueno: Jonathan, Toni falando, desculpe, é só complementando a resposta sobre os custos de adequação. Quando nós falamos de 2025, nós projetamos custos na ordem de R\$ 12 milhões em todas as plantas, de maneira consolidada. Investimentos aqui voltados a desenvolvimento de ferramentais, adequações de linha e assim por diante, na ordem de R\$ 16 milhões. Quando nós vamos para 2023, os investimentos se mantêm na casa de R\$ 23 milhões e o custo fica na ordem de R\$ 63 milhões. Então, essa é a nossa projeção de desembolso, isso já está previsto nas curvas de orçamento e também na última linha desse desafio que nós comunicamos a vocês nessa divulgação.

Jonathan Coutras: Perfeito, obrigado, pessoal.

Andressa Varotto, UBS BB: Bom dia, obrigada pelo espaço. Eu tenho dois pontos. O primeiro em relação à tarifa. O Brasil aí foi sofreu essa tarifa de 50% e eu queria entender se existe diferença, em relação ao que a Tupy exporta do Brasil para os Estados Unidos, o que estaria incidindo 50% ou que estaria sob a tarifa de 25%, que a tarifa setorial para o setor automotivo.

E, também, como essa questão da tarifa eventualmente está influenciando o projeto de racionalização de capacidade, se isso significa que nós, enfim, vamos ter muito mais capacidade preservada no México do que no Brasil.

E também se vocês também tiverem *feedback* dos clientes em relação a esse tema das tarifas e também como vocês enxergam um potencial risco de eventualmente, quando os contratos de longo prazo que vocês têm com os clientes terminarem, eles tentarem buscar outros *players* eventualmente por conta dessa questão das tarifas, ou se isso ainda não é uma discussão.

E a minha segunda pergunta seria referente aos novos contratos que começam já entrando no 2S, se vocês puderem dar uma indicação do quanto eles podem adicionar de receita nesse 2S e no ano que vem, e a expectativa de como esses contratos podem impactar na margem também. Obrigada.

Ricardo Fioramonte: Olá, Andressa, é Ricardo novamente. Bem, começando com a sua pergunta sobre como que as tarifas se aplicam aos nossos produtos, a maior parte dos produtos que nós exportamos do Brasil para os Estados Unidos – e assim como é a maior parte do portfólio da Tupy – é direcionada a veículos comerciais e, em nosso caso, a maior parte desse volume recebe os 50%. Apenas uma pequena parte fica sujeita aos 25%.

Agora, você perguntou sobre como isso impacta a questão da reorganização fabril. Aqui é um momento para nós destacarmos o arranjo único que a Tupy construiu no setor, ou na indústria de fundição, ao longo dos anos com esse *footprint* de manufatura em três países, três continentes, que nos permite flexibilidade para alocar a produção conforme melhor nos convém. E, nesse momento, o México representa um ativo, as operações do México, representam um ativo bastante importante, um ativo estratégico, e essa é a solução de longo prazo para essa situação de tarifas sobre o Brasil, se elas permanecerem.

Ou seja, nós não trabalhamos com um cenário em que nós abriremos mão ou perderemos esses negócios, mas sim trabalhamos com um cenário em que os produtos, caso permaneçam expostos, sujeitos às tarifas, serão transferidos ao México.

Andressa, voltando à sua segunda pergunta sobre os novos contratos, nós já deveríamos estar sentindo seu impacto maior esse ano. Não está acontecendo por conta, vamos dizer, da condição da indústria de veículos comerciais nos Estados Unidos, mas seguramente a partir do ano que vem nós teremos, sim, o efeito positivo da entrada desses contratos e nós

acreditamos em até 10% de crescimento nas receitas oriundas dessas novas aplicações, desses novos projetos.

Gueitiro Genso: Andressa, é o Gueitiro. Só para ressaltar aqui o que nós já falamos há alguns trimestres, toda essa agenda comercial construída aqui pelo vice-Presidente Ricardo e que começa a gerar receita em 26-27, foi construída aí ao longo dos últimos três anos passados e já a partir de um cenário do consolidador da indústria no Ocidente, ou seja, já com poder de barganha muito maior por conta da nossa estratégia das plantas nos três continentes, do tamanho e do volume.

Então, o Ricardo pode até comentar um pouco mais aqui que esses novos contratos, que têm uma agenda de mais de bilhão, já vêm com uma agregação de valor e sobre novas condições de margem de contribuição.

Ricardo Fioramonte: É isso. Nós estamos especificando o valor que o nosso *footprint* oferece aos nossos clientes. Ou seja, nós somos hoje a única fundição independente que tem condição de fornecer blocos e cabeçotes na região do USMCA e com produtos que, então, cumprem com os requisitos do USMCA e ajudam os nossos clientes a cumprirem com os seus requisitos de conteúdo regional.

Gueitiro Genso: E aí, assim, nós estamos passando por esse momento conjuntural, então alguns desses contratos novos – inclusive já deveriam estar puxando produtos, não estão acontecendo porque toda a discussão que nós fizemos aqui no *call* e vocês estão acompanhando –, mas essa agenda de novos contratos, combinada com essa flexibilidade das plantas, que o nosso Vice-Presidente de Operações e Logística, Toni, comentou, é que sustenta a nossa crença de que a operação de componente estrutural, em algum momento do tempo, voltará às margens históricas que nós tínhamos antes dessa estratégia de consolidadores.

Andressa Varotto: Perfeito, muito obrigada.

Operador: Neste momento, encerramos a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Rafael para que faça as considerações finais da Companhia.

Rafael Lucchesi: Quero agradecer novamente a presença de todos nessa conferência e reforçar o nosso compromisso com a rentabilidade, geração de caixa e retorno sobre capital em todas as nossas unidades de negócio.

Os ajustes necessários estão em curso em todas as áreas, com ações imediatas e adaptando a Companhia ao menor volume de vendas. Mais do que iniciativas pontuais, esse plano tem efeitos estruturais e ganhos permanentes, tornando a Tupy uma Companhia mais eficiente e preparada para o futuro. Obrigado e até o próximo trimestre!

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da Empresa que realizou o evento transscrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva Companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”