

**Operadora:**

Bom dia senhoras e senhores, sejam bem-vindos à conferência da Tupy S/A para a discussão dos resultados referentes ao 1T25.

Esta conferência está sendo gravada e o *replay* poderá ser acessado no site da Companhia em [ri.tupy.com.br](http://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. 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 e obrigado pela participação nessa teleconferência.

O início do ano foi marcado por um cenário de incertezas e demanda retraída, reflexo das tarifas comerciais impostas pelos Estados Unidos, com impactos relevantes sobre a atividade econômica global. Nesse ambiente adverso deve persistir ao longo do 2T, mantendo a pressão sobre o mercado de veículos comerciais. Como consequência, as empresas de transporte seguem adiando a renovação de suas frotas à espera de sinais mais consistentes de recuperação econômica e de uma perspectiva mais favorável para os preços dos fretes, fatores que continuam a limitar a demanda do setor.

Estamos também executando, com foco e disciplina, as ações necessárias para tornar a Companhia mais eficiente e preparada para esse novo ciclo. A redução de custos, o aumento da flexibilidade operacional e a alocação criteriosa de recursos já começam a refletir nos nossos resultados, mitigando parcialmente o efeito da queda dos volumes. Seguimos firmes

na reconstrução das margens e na geração de retornos consistentes, com uma estrutura mais enxuta e resiliente para capturar as oportunidades da retomada.

Os fundamentos da Tupy seguem sólidos, sustentados por um portfólio diversificado e pela atuação em setores críticos para a infraestrutura e mobilidade. Continuamos dedicados à execução da nossa agenda estratégica, avançando na conquista de novos contratos, na diferenciação tecnológica dos nossos produtos e na expansão em mercados onde nossas competências geram valor superior.

Passo agora a palavra ao Rodrigo, nosso CFO, que comentará os resultados do 1T.

### **Rodrigo Périco:**

Bom dia a todos. As receitas apresentaram queda de 4% em comparação com o mesmo período do ano anterior, atingindo R\$2,5 bilhões, sendo que 42% tiveram origem nas Américas do Sul e Central, 39% nas Américas do Norte, 16% na Europa e os 3% restantes na Ásia, África e Oceania. Na composição da receita, 85% têm origem no segmento de componentes estruturais e contratos de manufatura, que englobam produtos em ferro fundidos e serviços de alto valor agregado, como usinagem e montagem de componentes.

Os 8% vieram do segmento de distribuição, que contempla comercialização de peças de reposição da MWM e produtos hidráulicos. Já o segmento de energia e descarbonização respondeu por 7% da receita, com destaque para conjuntos geradores, motores de fabricação própria, aplicações marítimas, torres de iluminação, produtos e serviços relacionados 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, decorrente do menor volume de exportações indiretas, parcialmente compensadas pelo aumento das vendas para aplicações *off-road*. Já as receitas no mercado externo recuaram devido à menor demanda por veículos comerciais, principalmente nos Estados Unidos, um reflexo de incertezas sobre o cenário macroeconômico que fizeram com que potenciais compradores postergassem a aquisição de equipamentos. E os produtos com maior valor agregado representaram 40% dessa unidade.

Na continuidade, destacamos a unidade de distribuição, que inclui peças de reposição e produtos hidráulicos. As vendas dessa unidade corresponderam a 16% da receita do mercado interno, com alta de 25%, impulsionadas pelo crescimento da unidade de reposição. No mercado externo, as vendas recuaram 14%. Em ambos os mercados, o desempenho foi impactado pela menor demanda por produtos hidráulicos, reflexo do cenário econômico.

Seguindo a apresentação, temos 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 7% no Brasil, impulsionado pelo forte crescimento nas vendas de grupos geradores. Por outro lado, a queda nas vendas de motores próprios, influenciada pelo desempenho do agronegócio, impactou negativamente os resultados da unidade, tanto no mercado interno quanto externo. A representatividade dessa unidade foi de 14% nas receitas do mercado interno e 2% no mercado externo.

Continuando a apresentação, tivemos redução de 1% nos custos dos produtos vendidos. Esse resultado foi alcançado apesar dos impactos negativos na queda de volume e inflação de mão de obra e serviços, que foram compensados por iniciativas de redução de custos, ganho de produtividade e desvalorização do peso mexicano. Já as despesas operacionais

registraram queda de 6% contra o 1T24, reflexo principalmente pela redução com fretes e ganho de eficiência.

A seguir, destacamos na parte superior o EBITDA do ajustado, que totalizou R\$247 milhões no 1T25. O resultado do trimestre refletiu a queda nos volumes de vendas e a pressão inflacionária, impactos que foram parcialmente compensados por ganhos de eficiência operacional e negociações com clientes e fornecedores, resultando em uma margem de 10%. Na comparação anual, o desempenho foi influenciado por efeitos não recorrentes de 2024, como ressarcimento de seguro e recomposição de preços.

Seguimos capturando sinergia das aquisições, com resultados acima das expectativas previstas no plano de negócio. As iniciativas de redução e repasse de custos somadas às renegociações contratuais com clientes e fornecedores foram fundamentais para mitigar os efeitos da queda de volume da inflação sobre serviços e mão de obra. E no gráfico inferior, destacamos a performance do lucro líquido. No 1T25, o resultado foi impactado pelo efeito da variação cambial nas contas do balanço patrimonial em moeda estrangeira e pela apreciação do peso mexicano sobre a base tributária.

Avançando para o resultado financeiro do período, o aumento das despesas financeiras foi influenciado principalmente pelo maior desembolso com juros e pela depreciação do real frente ao dólar, que levou à provisão de juros sobre as dívidas atreladas ao *corporate bond*. Por outro lado, as receitas financeiras totalizaram R\$34 milhões, superando o registrado no mesmo período do ano anterior, impulsionada pelo aumento das taxas de juros que remuneram as aplicações financeiras.

No resultado com variações cambiais, registramos uma despesa de R\$48 milhões, explicada por dois fatores principais: Variações negativas de R\$62 milhões decorrentes da valorização do real sobre contas do balanço em moeda estrangeira; e resultado positivo das operações de *hedge*, com receita de R\$14 milhões, sendo R\$22 milhões de ganhos com marcação a mercado e uma despesa de R\$8 milhões com impacto em caixa.

Na sequência, temos as variações das principais contas de capital de giro, tendo o 4T24 como base de comparação. O saldo do contas a receber aumentou R\$191 milhões no período, elevando em sete dias o prazo médio de recebimento. Esse movimento foi influenciado principalmente pela sazonalidade do período, com maior concentração das vendas no final do trimestre. Em estoques, houve uma redução de R\$63 milhões, refletindo a valorização do dólar e os avanços nos projetos de flexibilidade operacional, incluindo a realocação de produtos entre as unidades produtivas. E no contas a pagar, destacamos o avanço nas iniciativas de gestão com os fornecedores, que contribuíram para a ampliação do prazo médio em oito dias.

No próximo slide, apresentamos a geração de caixa operacional do período, que atingiu R\$68 milhões. Sazonalmente, o 1T é caracterizado pelo consumo de caixa operacional. No entanto, iniciativas de gestão de capital de giro levaram à queda de quatro dias no ciclo de conversão de caixa em comparação com o 4T24. O modelo de negócios da MWM, caracterizado pela alta geração de caixa e retorno sobre o capital investido, também contribuiu para o resultado do período. E, por fim, o endividamento líquido ao final do 1T25 foi de R\$2,5 bilhões, correspondendo a 2x o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses.

As obrigações em moedas estrangeiras representaram 62% da dívida. Já o caixa, 59 estavam denominados em moedas estrangeiras. Assim, encerramos março de 2025 com uma posição de caixa de R\$1,8 bilhão.

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

## **Ricardo Fioramonte:**

Bom dia, obrigado pela presença de todos. Bem, como o Rodrigo mencionou, 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 reflete no desempenho de nossos clientes, que são atores relevantes nos setores de transporte, infraestrutura e agricultura, cujos resultados trimestrais recentes apontam queda de receitas entre 3% e 30%.

Nos Estados Unidos, nos preocupa principalmente a deterioração de diversos indicadores econômicos setoriais, como, por exemplo, a queda nos índices de confiança dos consumidores e queda nos valores de fretes observada desde o final de 2024. E, com isso, como os nossos clientes e o segmento de veículos comerciais já divulgaram, a venda de caminhões sofreu retração importante no 1T do ano, resultado da postura de “esperar para ver” por parte dos grandes floristas.

Agora, com o acordo entre Estados Unidos e China para a redução temporária das tarifas, é possível que a atividade nesse setor apresente alguma retomada ao longo dos próximos meses.

Na Europa, onde diversos países já entraram no ciclo de redução de juros, o desempenho desse segmento será menos impactado e diversos dos nossos clientes já revisaram para cima as suas projeções para o ano. Adicionalmente, a maior disposição de grandes economias europeias em reforçar suas políticas fiscais e as perspectivas do fim da guerra na Ucrânia podem impulsionar investimentos em infraestrutura, beneficiando também o segmento *off-road*. Esperamos reflexos positivos também em nossas exportações indiretas, realizadas por nossos clientes baseados no Brasil.

No segmento *off-road*, o movimento da normalização de estoques impactou negativamente as nossas vendas ao longo de 2024. Entretanto, com os toques na cadeia agora ajustados, já enxergamos que a atividade dos nossos clientes começa a refletir a demanda na ponta, favorecendo as nossas carteiras de pedidos. Entre todas as regiões onde nós operamos, foi o Brasil que teve o melhor desempenho neste início de ano. A produção de caminhões cresceu 4% nos quatro primeiros meses do ano em comparação com o mesmo período do ano anterior. Entretanto, esperamos ver algum impacto em função da elevação das taxas de juros. Já no mercado de máquinas, a ABIMAQ projeta um crescimento de 8% para 2025.

Apesar das incertezas de curto prazo, seguimos executando uma estratégia com rigor e estamos otimistas com o futuro. Mesmo nos mercados onde observamos queda de volumes no 1T, sabemos que a demanda apenas desloca-se para períodos futuros. Firmamos contratos para o fornecimento de blocos e cabeçotes das próximas gerações de motores de várias desmontadoras de caminhões pesados nos Estados Unidos e no Brasil, incluindo também serviços de usinagem e de montagem. Tais projetos entrarão em produção no 2S desse ano, favorecendo volumes de vendas e receitas.

Aqui, cabe destacar que nossas plantas, no Brasil e no México, são um atributo de valor importante para os nossos clientes e nos posicionam de forma única para atender à crescente demanda por localização e terceirização de serviços, tendências cada vez mais relevantes em nossa indústria.

Por fim, no segmento de comerciais leves, a partir do 2S, esperamos um aumento na demanda por blocos produzidos pela Tupy no México para aplicação em uma das picapes mais vendidas no mercado americano. Embora as incertezas ainda demandem postura cautelosa da nossa parte, nós enxergamos com bons olhos o acordo entre Estados Unidos e China para redução de tarifas. Ainda que nesse momento o acordo seja temporário, a redução

das tensões deve refletir-se positivamente no sentimento dos setores em que estamos inseridos.

Eu passo agora a palavra ao Gueitiro, nosso Vice-Presidente de Novos Negócios e Inovação.

### **Gueitiro Genso:**

Obrigado, Ricardo. Quando falamos de novos negócios, tratamos de operações que apresentam diferentes níveis de maturidade. Em alguns segmentos, temos uma posição consolidada, somos a marca de motores mais reconhecida do país, o que impulsiona também o negócio de peças de reposição. Somos líderes de mercado no grupo de geradores, oferecendo segurança energética e opções com menor nível de impacto ambiental.

Outros negócios são mais recentes e estão em fase intermediárias ou iniciais. Neles aplicamos nossas competências em motores, biocombustíveis e economia circular em projetos voltados à promoção de eficiência energética e da descarbonização viável. O que esses segmentos têm em comum é o alto potencial de crescimento e rentabilidade superior ao negócio tradicional. Algumas dessas iniciativas ainda geram custos e têm contrapartida imediata em receita. Ainda assim, temos ampliado nossas margens devido aos ganhos de escala e da implementação de diversas ações de eficiência operacional.

No próximo slide, trago uma atualização sobre o segmento de peças de reposição para motores diesel, com foco em aplicações para veículos pesados. O mercado endereçável no Brasil é de aproximadamente R\$4 bilhões e atualmente temos cerca de 10% de participação, com expectativa de crescimento significativo nos próximos anos. Contamos com a força da marca MWM e um robusto *pipeline* de lançamento. Serão mais de mil novos itens em 2025, principalmente para peças de motores de outras marcas e para nossa linha de opcionais. Esses produtos oferecem excelente custo-benefício, especialmente para veículos com maior tempo de uso, como é o caso da frota brasileira de caminhões.

Outras alavancas importantes incluem oportunidades de *cross-sell*, atendendo à demanda de reposição tanto do negócio tradicional quanto a de motores marítimos, geradores e biocombustíveis, além da expansão das vendas para o mercado como Estados Unidos e Argentina. A receita neste negócio cresceu 30% em relação ao ano anterior, atingindo em março o maior faturamento da sua história. A margem EBITDA, por sua vez, permanece entre 25% e 30%.

No próximo slide, abordo o segmento de grupo de geradores, que passamos a oferecer em 2019, no qual nos tornamos líderes nacionais em poucos anos. As receitas cresceram 25% em relação ao ano passado, impulsionada principalmente por um mix de produtos mais favorável. A margem EBITDA, que era de 7% em 2024, já alcança dois dígitos, refletindo ganhos de eficiência na manufatura. A demanda por estabilidade energética segue alta, abrangendo centros urbanos, aplicação *off-road*, data centers e o agronegócio. Nossa estratégia inclui a ampliação do portfólio para esses mercados, o aumento das exportações e o lançamento de uma linha de menor custo.

No próximo slide, apresento nossas soluções para o segmento marítimo. Oferecemos motores e geradores de bordos voltados especialmente para embarcações de trabalho, que operam até 20x mais do que as de lazer e exigem soluções robustas e confiáveis. Trata-se de um mercado endereçável de cerca de R\$20 bilhões. Recentemente, entregamos as primeiras unidades de motores marítimos para as balsas de transporte de passageiros no litoral de São Paulo. A parceria com o Departamento Hidroviário da Secretaria de Meio Ambiente, Infraestrutura e Logística do Estado prevê a entrega de mais de 50 motores até o final de 2025, impulsionando o transporte hidroviário na região.

No próximo slide, destacamos as oportunidades no agronegócio, onde contamos com marcas fortes e um portfólio completo de produtos e serviços. Somos o único *player* a oferecer soluções completas com todas as competências técnicas necessárias para promover a descarbonização viável do setor e o aumento da produtividade, essencial para atender a mercados como o de proteína animal, que deve crescer 24% até 2033.

Como mencionei na semana passada, nossas soluções com motores a biometano, geradores, motobombas e motores a etanol foram destaques na Agrishow, com resultado de vendas e prospecções acima das expectativas, os melhores entre todas as edições que participamos. Nosso mercado, no entanto, vai além do agronegócio. Estamos em conversas avançadas com empresas de transporte urbano, ônibus e coleta de resíduos. Esses setores representam o mercado endereçado de cerca de 180 mil veículos para nossas soluções com motores a gás, natural, biometano e etanol.

Diversos estados e municípios, além do governo federal, têm incentivado o investimento na adoção desses combustíveis. São soluções que promovem a descarbonização viável, ou seja, não dependem de subsídios públicos, são técnica e economicamente superiores às outras rotas tecnológicas.

Agradeço a atenção de todos e agora vamos à sessão de perguntas e respostas.

### **Sessão de Perguntas e Respostas**

**Gabriel Rezende, do Itaú BBA:** Oi, pessoal, bom dia, obrigado pelo espaço aqui. Vocês tocaram aí bastante na apresentação sobre a expectativa tanto para o mercado externo quanto para o mercado doméstico considerando aí a mudança de cenário que temos visto, mas eu só queria confirmar aqui o entendimento de que o arrefecimento nas disputas tarifárias deveria levar a uma melhora de cenário, mas o 2T ainda deveria ter uma cara parecida com o 1T. Eu queria confirmar esse entendimento, principalmente para o mercado externo.

E aí vocês chegaram a comentar aqui que estão de olho na dinâmica do mercado doméstico pensando em taxas de juros, mas se vocês pudessem comentar também o que vocês têm sentido aqui das montadoras, dos clientes de vocês para o 2T considerando esse pico que devemos ter em Selic eventualmente impactando a concessão de crédito, impactando processo de tomada de investimento por parte do consumidor final, eventualmente impactando o volume da indústria automotiva e, portanto, o volume da Tupy, seria ótimo.

Então, enfim, entender a dinâmica do mercado externo 2T e 2S e também a dinâmica do mercado doméstico pensando na questão dos juros batendo pico. Obrigado.

**Ricardo Fioramonte:** Obrigado, Gabriel. Ricardo de Fioramonte falando. Sobre a tua primeira pergunta, a resposta simples é sim, esperamos um comportamento no 2T parecido com o do 1T, principalmente no mercado norte-americano.

Agora, em relação ao Brasil, como foi mencionado ao longo da teleconferência, nós já enxergamos algum impacto na atividade dos nossos clientes e atribuímos, em grande parte, esse impacto à questão da elevação dos juros. Agora, como o Gueitiro mencionou ao longo da fala dele, nós tivemos a melhor Agrishow da história, mostrando que o setor do agronegócio está retomando e sabemos que esse é um setor que alavanca a venda de caminhões e que deve representar, sim, um *upside* para a indústria, para o setor no Brasil ao longo do restante do ano.

**Gueitiro Genso:** Gabriel, é o Gueitiro, eu quero aproveitar aqui e complementar a fala do mercado interno. Nós também temos toda uma estratégia de diversificação das nossas receitas, vocês que têm acompanhado aí, em especial com a MWM aqui, em especial o *aftermarket* e a distribuição. Então, temos percebido que, você vê, os números nós mostramos aí, nós temos aproveitado essa oportunidade no mercado, essa é uma unidade nossa que tem crescido 30% ao ano, é uma unidade que entrega EBITDA acima de 20%, a margem EBITDA, então, inobstante esse cenário interno com taxas de juros, nós continuamos perseguindo a nossa estratégia de diversificação do portfólio e de estar em unidades e setores anticíclicos do crescimento da economia.

**Gabriel Rezende:** Ótimo, tá claro pessoal, obrigado.

**Fernanda Urbano, da XP:** Bom dia, pessoal. Obrigada pelo espaço. São duas perguntas aqui do nosso lado. A primeira, enfim, vocês já exploraram bastante esse tema e entendo que o cenário está muito incerto por conta das tarifas, mas queria só fazer um *follow-up* nos potenciais volumes do setor automotivo pesado diante de todo esse cenário. Vocês mencionaram que alguns clientes estão adiando renovação de frota e eu queria ver se vocês poderiam dar mais detalhes de como têm sido essas negociações com esses clientes na ponta e se vocês estão vendo alguma diferença no sentimento entre clientes do segmento de pesados dos Estados Unidos versus Europa nesse momento.

E uma segunda pergunta, entendo que a Tupy está rodando atualmente com algum nível de capacidade ociosa, queria ver o que vocês esperam para a evolução dessa utilização de capacidade ao longo do ano, se vocês esperam endereçar por meio de novos contratos ou se vocês veem como mais provável atualmente continuar rodando com alguma com alguma ociosidade para se adequar a esse momento de mercado atual? Obrigada.

**Ricardo Fioramonte:** Obrigado, Fernanda. Ricardo, novamente. Eu vou começar respondendo à sua primeira pergunta a respeito do mercado de veículos comerciais nos Estados Unidos. Enfim, o estrago está feito, eu acho que esse 1T mostra que os compradores, como foi mencionado aqui, estão adotando uma postura muito cautelosa, esperando para ver, e isso deve continuar seguramente ao longo desse trimestre.

Se olharmos as projeções divulgadas por nossos clientes, todos eles falam em retração do mercado para 2025. Falam em um mercado de 275 mil caminhões classe 8 esse ano em comparação com cerca de 310 mil do ano passado. Ou seja, é uma queda de dois dígitos nesse momento.

Existia, como foi falado no *call* do trimestre anterior, a perspectiva de um possível *pre-buy* que aliviaría essa queda e favorecería a atividade do setor, mas também isso já começa a sair do horizonte. Agora, como temos ressaltado, independente do desempenho do mercado, temos diversos novos projetos entrando nesse 2T e temos clientes trazendo de volta motores que haviam sido tirados de linha, que também tem produtos, tem blocos fornecidos por nós.

Ou seja, ressaltando então, o mercado de uma forma geral deve apresentar um desempenho pior esse ano, de queda, porém, temos ações e oportunidades para mitigar essa situação.

**Rafael Lucchesi:** Fernanda, complementando um pouco a colocação do Ricardo, nós estamos diante de um quadro – quem está falando aqui é o Rafael Lucchesi – desafiador, há uma retração global de demanda, há uma retração... nós fazíamos parte de uma cadeia B2B de OEM em que a atuação nossa ela se insere dentro dessa cadeia, inclusive com uma redução menor do que a média de mercado. E por que isso está acontecendo? É exatamente a nossa capacidade de resiliência e de flexibilidade operacional, tanto entre as plantas, nós estamos situados na América do Norte, duas fábricas no México, no Brasil e em Portugal, e

nós conseguimos, com isso, ter uma certa flexibilidade para manter a nossa operação em um patamar mais adequado. E também, do ponto de vista do chão de fábrica, temos uma flexibilidade intraplanta, e tudo isso permite a uma otimização de processos e uma redução de custos.

Como você bem colocou, nós fizemos aquisições de M&As no passado e temos uma certa sobrecapacidade e isso faz parte da estratégia da Companhia em criar essa otimização progressiva dos nossos ativos. São ativos valiosos, estratégicos, como temos no México, que tem um posicionamento extremamente importante para o mercado estratégico, que são os Estados Unidos, bem como temos também toda uma agenda voltada para a otimização desses ativos de maneira a dar a melhor performance para a Companhia.

O que esse 1T demonstra é que nós tivemos uma enorme capacidade de resiliência frente a todos os dados que estão sendo anunciados pelas Companhias, tanto brasileiras do segmento quanto a do segmento global. São informações públicas disponíveis, o que demonstra o quanto a Tupy está sendo capaz de operar com elevada resiliência e uma estratégia adaptativa muito bem focada. Assim como o Gueitiro comentou antes, nós estamos capturando oportunidade de novos negócios de economia verde, de transição energética e sustentabilidade, com margens que são absolutamente atrativas, demonstrando a nossa estratégia de diversificação e aí já num segmento de negócio B2C, onde nós conseguimos um posicionamento sólido de mercado, com marca própria e com margens bem atrativas para os nossos investidores.

**Gueitiro Genso:** Fernanda, é o Gueitiro, eu quero também contribuir aqui com a sua segunda pergunta. A nossa agenda de eficiência operacional, de otimização da capacidade que vimos falando com o mercado, continua muito forte e muito mais forte no ambiente desse de incerteza aí desses trimestres em relação à demanda dos nossos clientes. Então, de um lado, fazendo esse dever de casa de otimização e capturando essa nossa vantagem competitiva da flexibilidade das plantas e, de outro lado, como muito bem comentou aqui o Ricardo, os novos contratos que têm sido negociados e que ainda não estão produzindo receitas já vêm numa nova base.

Então, as novas safras de contratos já estão sendo negociados a partir dessa nossa estratégia em cima da flexibilidade da nossa da nossa diferenciação de ter plantas flexíveis em todos os continentes.

**Fernanda Urbano:** Super claro, obrigada pessoal, bom dia.

**André Mazini, do Citi:** Olá, Rafael, Rodrigo, Ricardo. Bem-vindo, Rafael, acho que esse é o primeiro *conference call* que falamos com você, então, bem-vindo. Duas perguntas também. A primeira é sobre um parágrafo que vocês colocam ali na carta da administração dizendo que, na parte de veículos comerciais leves, vocês esperam que na 2S do ano deve ter um aumento da demanda por um dos motores mais populares aqui de leves no Brasil.

Então, se vocês puderem dar um pouquinho mais de cor, então é uma OEM, uma montadora, que vai *rampar* um dado modelo e se já tem visibilidade disso, se é por aí, como é que podemos já imaginar que isso vai *rampar* ali para 2S do ano. Essa é a primeira.

E na segunda, um *follow-up* do que vocês acabaram de responder sobre a capacidade ociosa tanto em México e Brasil. Se puderem dar um pouco mais de cor, talvez uma taxa, não sei, está em 50%, 60% da capacidade máxima, se é assim que deveríamos pensar e se, com essa ocupação da fábrica e quando ela vai aumentando, se isso é positivo para as margens também. Uma fábrica mais ocupada, ela produz margens melhores do que uma menos ocupada, se isso faz sentido no processo produtivo de vocês. Obrigado.

**Ricardo Fioramonte:** Olá André, obrigado pela pergunta. Novamente o Ricardo aqui, eu vou começar com a primeira parte da sua pergunta, depois o Rodrigo complementa. Primeiro, só um breve esclarecimento, essa oportunidade que você mencionou não é no Brasil, é nos Estados Unidos, e trata-se de um motor que equipava picapes, que disputa a liderança do mercado nos Estados Unidos e que foi descontinuado no final de 2023, e agora, em função da demanda do mercado, da demanda do consumidor, essa montadora decidiu trazer esse motor de volta e nós começamos o fornecimento no 2T já e o produto vai estar no mercado, ou seja, as picapes novamente equipadas com esse motor V8 estarão no mercado a partir do 2S.

Mas nós ainda não podemos revelar nem o nome do cliente, nem o modelo por estarmos sob um acordo de confidencialidade. Mas é um produto que nós já produzimos no passado e que volta para o portfólio a partir deste trimestre.

**Rodrigo Périco:** Oi André, bom dia. Rodrigo falando. Bom, você está correto na sua interpretação. De fato, o processo de reestruturação da nossa capacidade, de otimização da nossa capacidade produtiva, de certa forma, ele está em curso, isso é uma mensagem que a Companhia sempre tem colocado nos últimos *calls*. Nós tentamos aqui, os esforços são direcionados para a vocação de cada planta, ou seja, isso também reflete um pouco todo o contexto que temos do USMCA com base no nosso *footprint* do México, tanto que nós tivemos a questão do *impairment* agora no final de 2024.

E é um pouco daquilo, a partir do momento que o volume começa a retornar, a Companhia está muito mais leve e eficiente, então é um trabalho, querendo ou não, de reconstrução de margens. Muitas vezes acabamos não vendo isso tão claro nos resultados, tanto porque temos uma queda de volume que machuca bastante. Então, temos a queda de volume, temos uma diminuição de produção, mas podemos dizer que internamente aqui os esforços são contínuos.

Nós temos efetuado, sim, muitos investimentos, muito gasto e, na verdade, isso se traduz no quê? Numa geração operacional, num resultado melhor que aqueles 150 milhões que nós colocamos no *call* anterior. É isso que esperamos ter de ganhos.

**André Mazini:** Perfeito, obrigado time, bom dia.

**Gabriel Frazão, do Bank of America:** Bom dia, pessoal. Obrigado pela oportunidade aqui no *call* de resultados. Seria uma pergunta sobre as receitas de componentes estruturais do mercado interno para veículos. Nós vemos essas receitas caindo perto de 7% na comparação anual apesar da produção de veículos leves e pesados ter crescido no Brasil no trimestre. Se vocês pudessem comentar um pouco em quais segmentos tiveram desempenho mais fraco nesse trimestre e se vocês esperam que esse descolamento entre crescimento da receita e da produção seja menor para frente.

**Ricardo Fioramonte:** Olá Gabriel, obrigado pela pergunta. A resposta simples nesse caso são as exportações indiretas, ou seja, o produto que nós fornecemos para os nossos clientes aqui no Brasil que são exportados por eles e em função da queda do mercado americano, do mercado europeu nesse 1T, principalmente em veículos comerciais, parte do volume que nós fornecemos no Brasil foi impactado indiretamente. Então, isso explica essa variação e, como os números mostram, estão bastante em linha com o que aconteceu lá fora.

**Gabriel Frazão:** Ah, super claro. Muito obrigado.

**Andressa Varotto, da UBS:** Bom dia, obrigada por pegar a minha pergunta. Tenho dois pontos aqui. Primeiro, em relação à trajetória de margens, vimos uma piora sequencial na

margem, principalmente na margem bruta apesar de já termos de alguns trimestres com um volume mais fraco e, por outro lado, o segmento de distribuição com margens melhores avançando e também iniciativas de eficiência também avançando.

Então, a minha pergunta aqui seria se tivemos, então, uma aceleração na queda do volume nesse tri versus o que nós vínhamos vendo talvez no 4T ou no 3T, se teve algum efeito sazonal aí ou se teve algum impacto mais específico de custo e como vocês estão enxergando isso para frente.

E a minha segunda pergunta é um *follow-up* na discussão de mercado externo, na perspectiva de recuperação, que vocês até já tocaram nesse ponto do *pre-buy* que era esperado. Nós já vimos alguns comentários também lá do presidente americano de eventualmente revogar ou modificar a regra de regulação de emissões que entraria em vigor em 2027. Como que os clientes de vocês têm se posicionado a esse respeito nesse momento, mesmo sabendo que acho que ainda tem bastante tempo aí para ter uma resolução a respeito? Obrigada.

**Rodrigo Périco:** Vamos lá, Vanessa, bom dia. Rodrigo falando. Bom, de fato, nós tivemos uma redução da margem bruta acho que quando comparamos tri contra tri, e uma redução também na margem EBITDA. Quando nós olhamos os fechamentos, acho que é importante pontuar que quando nós comparamos o 1T24 com o 1T25, nós tivemos uma queda, mas nós também tivemos alguns fatores que contribuíram extraordinários no 1T24.

Acho que o fato é o seguinte, a Companhia está mais eficiente, ela está mais leve. É evidente, temos inflação de materiais, energia, temos a questão do dígito dissídio, data base, tudo isso temos conseguido minimizar muito de maneira bastante eficiente. E o que acontece de fato? É sabido que existem as correções contratuais e elas não ocorrem da mesma maneira no mesmo período. Então, primeiro a Companhia sofre esse processo e logo na sequência ela faz seus devidos reajustes.

**Ricardo Fioramonte:** Andressa, eu vou responder à sua pergunta sobre *pre-buy* dizendo que há coisa de três, quatro meses atrás, vários dos nossos clientes indicavam em suas projeções, e até em seus pedidos para os nossos produtos, uma elevação de atividade no 2S desse ano em função do *pre-buy*. Essa elevação já não é esperada, ou seja, o *pre-buy* está saindo de cena nesse momento. Parte em função da incerteza a respeito da manutenção da legislação IPA-27 e parte em função da incerteza dos fundamentos econômicos como um todo. Mas, nesse momento, o fato é que o *pre-buy* não está em cena.

**Andressa Varotto:** Ficou claro, muito obrigada.

**Marcelo Motta, do JP Morgan:** Bom dia. Duas perguntas também. Se vocês pudessem comentar um pouco sobre a parte de *aftermarket*. Vocês falaram ali durante a apresentação desse crescimento de 30%, da margem mais forte, então entender aqui o que vocês conseguiriam fazer para tentar acelerar ainda mais. Em alguns *calls* vocês falaram da adição de produtos, enfim, entender como é que tem evoluído essa linha.

E a outra ali também dentro da parte de descarbonização, também pegar mais detalhe como é que vocês acham que essa linha pode crescer ao longo do tempo. E aqui as duas perguntas muito para entender como *offsetar* essa fraqueza aí que temos visto na linha de componentes estruturais, que parece que vai talvez perdurar ainda durante esse ano, mas entender se essas outras duas linhas aí poderiam trazer algum alívio aí, tanto para a parte de receita como de margem. Obrigada.

**Marcelo Motta:** Marcelo, é o Gueitiro. Obrigado pela pergunta. Então, qual é a estratégia aqui, qual é a prioridade da linha de *aftermarket*? É continuar aproveitando a nossa força da

marca e a nossa rede de distribuição dessas peças construídas ao longo do tempo nessa marca MWM e aumentar a quantidade do portfólio de produtos de maior valor agregado ao redor do motor.

Então, essa estratégia não é de agora, ela vem sendo executada e ficamos muito felizes porque os números mostram que vimos crescendo aí numa taxa, nesse último ano, de 30%. Então, nós estamos acelerando essa estratégia e compondo a maior quantidade de peças dos diversos motores disponíveis e que os nossos clientes precisam na ponta. Então, isso aqui faz parte da estratégia de diversificação de receita, anticíclico, com margens muito maiores aí que o negócio tradicional. Então, estamos bastante otimistas nesse segmento, de aumentar tanto produto quanto serviço.

E a segunda pergunta sua, eu até agradeço porque ela conversa muito com a primeira, porque também no negócio de descarbonização, de construção de motores, estamos bastante felizes aqui também porque, ao longo dos últimos trimestres, essa é uma área que acabamos até com o conceito muito gerando despesa aqui para desenvolver os nossos produtos. O exemplo é o motor a etanol, que na Agrishow do ano passado levamos o motor para mostrar e agora nós já levamos aplicado em um trator. Então, esse segmento começa a ter casos concretos, começa a gerar receita.

Então, nós vamos começar a escalar agora o *rollout* desse motor para os tratores dessa categoria e a nossa plataforma de desenvolvimento de motores a biocombustível vai estar a pleno vapor nos próximos trimestres. Nós temos o motor a biometano também em desenvolvimento, que poderá ser aplicado não somente no setor agro, como eu comentei, no transporte urbano. Então, temos vários projetos no *pipeline* que começam agora a ser aplicado na prática.

E, para fechar, por que que eu gostei muito aqui? Porque a sua pergunta me permite exemplificar que uma coisa conversa com a outra. À medida que eu vou aplicando esses motores em soluções de descarbonização, eu aumento mais ainda o potencial da área de *aftermarket*. Esses motores vão precisar de peças e temos no campo, pelo Brasil todo, a nossa rede de distribuição podendo fornecer as peças. Então, esse é o novo negócio que tenho absoluta convicção de que ao longo dos meses aí nós vamos estar conversando com vocês do crescimento dele.

**Marcelo Motta:** Perfeito, muito obrigado.

**Werner Mueller, da Trígono Capital:** Boas-vindas ao Rafael Lucchesi, sucesso aí na sua nova função! Poderiam dar uma atualização sobre o projeto das bioplantas? Foram anunciados três contratos no passado, se existe uma perspectiva de começar a receitar, ou mesmo novos contratos?

E também sobre o negócio de reciclagem de baterias, como é que está a evolução, se existe também uma perspectiva de voltar ou começar a produzir ou apenas como planta piloto? Muito obrigado.

**Gueitiro Genso:** Oi Werner, obrigado pela pergunta. Esse também é um novo negócio que, ao longo dos últimos trimestres, ele consumiu energia, consumiu recursos para que nós colocássemos de pé o nosso conceito de bioplantas. Então, Werner, temos três projetos anunciados: O primeiro deles é lá em Toledo, com a Primato. Esse é um projeto maduro, a fábrica está pronta, tanto a de biometano quanto a de organomineral. Nós passamos este trimestre em busca das licenças. Nós já conseguimos a licença operacional, nós conseguimos já a licença com o Corpo de Bombeiros para operar, o Alvará e estamos na fase final da última licença, que é do Ministério da Agricultura, para começar a faturar o fertilizante. No caso do

biometano, nós já conseguimos todas as licenças e nós já estamos aptos a faturar. Então, essa é a planta que serviu de modelo, de case, para podermos escalar o negócio.

As outras duas, uma é em Divinópolis, também está na fase de construção, na fase de andamento da obra civil e dos equipamentos e o nosso aprendizado da primeira bioplanta permitirá com que nós aceleremos esse desenvolvimento.

E o terceiro projeto, mais recente, é o da Seara, que está numa fase inicial, mas também o nosso aprendizado lá na primeira bioplanta nos permitirá acelerar. Então, é bem possível que no 2S nós já comecemos a faturar neste segmento a partir da licença e aí é uma questão de escalar esse negócio.

Em relação à reciclagem de bateria, que é um projeto de inovação que foi conduzido aqui pela nossa área, nossa Tupy Tech, nós estamos agora na fase da construção da planta piloto, que vai funcionar dentro do IPT, mas, além de validar a tecnologia de reciclagem em escala, nós também, nesse processo, estamos com memorandos de entendimento com diversos *players* mundiais para, tão logo esse projeto seja validado como planta industrial, nos permitir modelar como será o negócio também.

**Werner Mueller:** Obrigado, Gueitiro. Vamos aí ficar na expectativa, acho que é o Brasil na ponta e acho que traz aí também a perspectiva de melhorar a questão ambiental, o uso dessas baterias e realmente gerar um faturamento, uma receita econômica para a Companhia. Então, muito obrigado pela resposta.

**John Silva [via webcast]:** “Em relação ao *ultralight iron*, poderiam dar uma atualização? Existem negociações em andamento com alguma montadora?”

**Ricardo Fioramonte:** John, nesse momento, nenhuma negociação comercial ainda. O produto ainda está em fase de investigações técnicas com dois clientes, com duas montadoras importantes no Brasil e com boas perspectivas de provar positivamente o conceito. Mas, nesse momento, estamos limitados, as atividades estão limitadas ao desenvolvimento técnico.

**Gueitiro Genso:** Oi John, é o Gueitiro. Eu queria acrescentar aqui à resposta que o Ricardo deu, nós estamos junto com as áreas de P&D das montadoras discutindo a aplicação dessa liga, desse material, dessa propriedade que nós desenvolvemos ao longo do tempo. E, como o Ricardo falou, não chegamos ainda na fase comercial, mas estamos, do ponto de vista de P&D, bastante animados porque há uma pressão, obviamente aí olhando IFRS 1 e IFRS 2, todas as Companhias buscarem redução da pegada de carbono e o nosso produto, a partir dessa liga, ela tem um potencial muito grande de ajudar não só em custos, que todo mundo está buscando isso, mas também ajudar esse componente da pegada de carbono.

Então, é um projeto que leva tempo essas discussões de engenharia, mas nós continuamos acreditando que tem um potencial bastante importante e significa a entrada da Companhia em produzir componentes em um segmento diferente do que estamos tocando hoje.

**Operadora:** A sessão de perguntas e respostas está encerrada. Gostaríamos de passar a palavra ao Sr. Rafael para que faça as considerações finais da Companhia.

**Rafael Lucchesi:** Obrigado a todos. esse é o segundo *call* que eu participo, quero agradecer a presença de todos. E diante do cenário que apresentamos, a agenda de eficiência operacional se torna ainda mais estratégica para a nossa Companhia. Nós estamos avançando em frentes críticas do negócio como engenharia, qualidade e gestão de estoques, com iniciativas que gerarão ganhos estruturais e impactos positivos nas margens, à medida

que os volumes retornem, e isso foi claramente discutido e apresentado aqui com vocês. Eu reitero o meu compromisso e de todo o time com a execução disciplinada dessa estratégia.

No nosso negócio tradicional seguiremos ampliando a participação de mercados relevantes, tanto no Brasil quanto no exterior, e estamos capturando essa agenda, sempre com foco em agregar valor aos nossos produtos e fortalecer nossa liderança e competitividade.

Além disso, nossas competências em engenharia de motores e biocombustíveis, aliados à força da nossa marca, têm impulsionado a diversificação do portfólio e o crescimento com segmentos de alto potencial. Eu acho que o Gueitiro aqui deu uma ampla demonstração em vários desses negócios que a essência da Tupy e da MWM se constitui numa empresa de engenharia onde a inovação é um pilar da nossa estratégia. E essa combinação reforça a nossa capacidade de adaptação e captura de oportunidades mesmo num ambiente desafiador, como está demonstrado nesse 1T.

Seguimos confiantes na direção do nosso plano e muito obrigado e até uma próxima teleconferência!

**Operadora:** A conferência da Tupy está encerrada. Agradecemos a participação de todos e desejamos um bom-dia.

“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 transcrito 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”