



RANDON

Teleconferência de Resultados – 1T20 e 1S20

14 de agosto de 2020

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à audioconferência da Randon S/A Implementos e Participações para discussão de resultados referentes ao 2º trimestre e 1º semestre de 2020. Estão presentes hoje conosco os senhores Daniel Raul Randon, Diretor Presidente, Paulo Prignolato, CFO e Diretor de Relações com Investidores, Hemerson Fernando de Souza, Diretor de Relações com Investidores da Fras-le, Esteban Angeletti, Gerente de Finanças e de Relações com Investidores da Randon, e time de Relações com Investidores da Randon.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a audioconferência durante a apresentação da Randon. Em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando mais instruções serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de alguma assistência durante a teleconferência queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando * zero.

Este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet, via webcast, podendo ser acessado no endereço ri.randon.com.br, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores. O replay deste evento estará disponível logo após seu encerramento. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar, via website, perguntas para a Randon, que serão respondidas após o término da conferência, pela área de RI.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante esta teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Randon, projeções, metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da Administração da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis para a Randon. Considerações futuras não são garantias de desempenho e envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer.

Investidores e analistas devem compreender que condições gerais, condições do setor e outros fatores operacionais podem afetar os resultados futuros da Randon, e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.



Gostaria agora de passar a palavra ao senhor Daniel Raul Randon, Diretor Presidente, que iniciará a apresentação. Por favor, senhor Daniel, pode prosseguir.

Sr. Daniel: Bom dia a todos que estão nos acompanhando nesta audioconferência da Randon referente aos resultados do segundo trimestre. Sejam muito bem-vindos. Dividirei a apresentação com nosso CFO e Diretor de Relação com Investidores, Paulo Prignolato, e com Esteban Angeletti, Gerente de Finanças e de Relação com Investidores. Estão conosco também o Hemerson Souza, Diretor de Relação com Investidores da Fras-le e a equipe de relações com investidores da Randon, Davi, Caroline e Gustavo.

Na nossa pauta, falaremos sobre os destaques do trimestre e sobre a visão geral de mercado de cada divisão de negócio. Também comentaremos sobre o mercado de capitais e os resultados econômicos e financeiros da Companhia. Finalizaremos a apresentação falando sobre ESG e inovação.

Embora o assunto Covid-19 já esteja bastante disseminado e quem acompanha a Randon de perto tenha visto nossas ações sobre este tema, quero resgatar, no início da nossa apresentação, algumas das 20 ativas que fizemos e em quais pilares elas estão baseadas. Saúde e segurança sem dúvida é tema prioritário na Randon.

Não medimos esforços para garantir aos nossos funcionários toda segurança que eles precisam para trabalhar, sabendo que nossas instalações estão sendo constantemente higienizadas e que, ao utilizar o transporte disponibilizado pela empresa ou acessando o refeitório, estão sendo mitigados os riscos de contaminação.

Estamos controlando o acesso às empresas, com rigoroso protocolo de saúde. Além disso, criamos um telefone 0800 onde eles podem tirar suas dúvidas, receber apoio médico, enfim, estamos tentando ao máximo proporcionar um ambiente tranquilo e seguro.

Outra frente importante é a conscientização dos nossos funcionários com relação às medidas de prevenção e higiene, não só nas nossas instalações, mas também em suas vidas pessoais. São inúmeros os canais utilizados para reforçar constantemente as boas práticas de saúde.

No slide 5, trago outro pilar importante para a Randon, que é a preservação do caixa e dos resultados. Gostaria de destacar nossa agilidade nas ações para manter a operação ativa e sustentável. Aderimos à Medida Provisória 936, que nos permitiu utilizar a redução e a suspensão de jornada para parte de nossos funcionários. Controlamos os gastos de maneira ainda mais cautelosa. Priorizamos



investimentos e captamos os recursos necessários para assegurar a nossa operação, mantendo nossos planos de expansão e inovação.

No slide 6, destacamos algumas iniciativas de outro pilar, a atuação junto à comunidade. Além de nossos funcionários, atuamos de maneira muito próxima junto à comunidade, aos clientes e fornecedores, auxiliando-os na medida do possível, para que todos atravessemos este momento de dificuldade e possamos sair dele mais fortes.

Não apenas realizamos a doação de equipamentos, máscaras e álcool em gel, mas colaboramos neste momento através da produção de itens em nossas fábricas, a exemplo da Controil, com peças para protetores faciais, e da empresa Ferrari, com a fabricação de componentes para ventiladores pulmonares.

Também fizemos algumas ações e parcerias com outras empresas. Este é o momento de união e colaboração e, independentemente do tamanho da empresa, todos têm papel importante na luta contra a Covid-19.

E, para finalizar essa introdução, passando para o slide 7, quero destacar a importância deste momento na aceleração da inovação, na transformação da cultura, com *mindset* digital. Como exemplo, cito o trabalho em *home office*. No início da pandemia, em apenas dois dias colocamos 900 funcionários para trabalhar em casa, e os resultados e a produtividade observados até aqui têm sido muito satisfatórios.

Além disso, a forma de comunicação foi ampliada, seja com nossos funcionários, através de novos canais, WhatsApp, *lives* com público interno, treinamentos *online*, seja com nossos clientes, realizando lançamento de produtos de forma muito mais conectada, utilizando plataformas *online*. O treinamento com nossos distribuidores também foi realizado neste formato e tivemos um *feedback* positivo.

Nossas ações continuam, mas precisamos nos reinventar constantemente. Temos que ver esses momentos de dificuldade como uma grande oportunidade de crescimento, revisitando conceitos e enxergando novas oportunidades e novos negócios. Afinal, não há referências na história recente de momentos semelhantes, de uma crise de saúde que tenha envolvido o mundo todo, tampouco o manual definitivo a ser seguido para solucionar este problema. É algo novo e inusitado, mas assim é o mundo atualmente, muito mais veloz, tanto sob o ponto de vista tecnológico, quanto pelo acesso rápido à informação. Estamos em constante evolução e transformação, e temos que estar abertos à mudança.

Vamos passar agora para o slide 8, para iniciar a apresentação dos resultados do segundo trimestre. Esse trimestre sem dúvida foi um



dos mais difíceis para a Companhia em sua história recente. No mês de abril, começamos com grandes dificuldades. Tivemos que parar a fábrica, enfrentamos a paralisação dos nossos principais clientes e foi um período que concentrou muitas incertezas, mas a força do transporte rodoviário no nosso país mostrou mais uma vez que é pelas estradas que se transportam as nossas principais riquezas.

Assim que passou o susto inicial, este setor reagiu com a forte demanda de produtos para o agronegócio e para bens de consumo. O mercado de reposição também foi fundamental, com uma recuperação que se iniciou em maio, e se intensificou em junho, já chegando a números mais parecidos com os observados na pré-pandemia.

Ter um grupo de empresas que atuam em diversos segmentos, e que vai além das fronteiras brasileiras, traz uma resiliência importante para os negócios. O câmbio favoreceu as exportações e ajudou a atenuar os efeitos da queda de volumes, mas ainda não o suficiente para compensar as restrições impostas pela pandemia aos diferentes mercados de atuação no exterior.

Além dos aspectos operacionais, tivemos no trimestre significativas receitas e despesas não recorrentes, que serão explicados ao longo da apresentação, e que fizeram a diferença nos resultados apresentados.

Passo agora a palavra ao Paulo, para dar sequência à nossa apresentação e trazer o detalhamento do trimestre.

Sr. Paulo: Obrigado, Daniel, Um bom dia a todos. Começo a minha apresentação no slide 9, trazendo dados importantes sobre o nosso modelo diversificado de atuação. No primeiro gráfico, observamos a composição da receita líquida por divisão de negócios. Nos últimos trimestres, o maior percentual de receitas vinha da divisão de autopeças.

Com a recuperação mais intensa do mercado de semirreboques ao longo do período e a paralisação das montadoras de caminhões, impactando as vendas de Suspensys, Master e Jost, houve uma mudança na representatividade de cada divisão nas receitas, passando a ser a divisão montadora a mais representativa no trimestre.

Quando observamos a representatividade da receita por produto, os semirreboques e os materiais de fricção seguem sendo os mais relevantes, com 40,1 e 22,1%, respectivamente, fortalecidos pela retomada das vendas em seus respectivos mercados de atuação.



Nas geografias, as exportações que se concentram majoritariamente nas regiões dos Estados Unidos, México e Canadá, com 39,2%, seguido pelo MERCOSUL e Chile, com 32,8%. A primeira, principalmente da divisão autopeças, capitaneada pela Fras-le e a segunda da divisão montadora pela representatividade da região nas vendas de semirreboques. Por fim, quando analisamos as receitas por segmentos, sabemos que elas vêm 56% das OEMs e de fabricantes de implementos.

Neste trimestre, a relevância de semirreboques foi maior do que a usual, pelas mesmas razões que comentamos na divisão de negócios. Além disso, 20% das vendas são oriundas do exterior, 18% da reposição e em torno de 5% de serviços. Nós trabalhamos ativamente para um equilíbrio entre os segmentos, diminuindo a exposição a um único setor. Nosso plano de expansão está voltado para isso.

Passamos para o slide 10, para falarmos sobre os números de mercado. Observando a tabela de volumes, como era esperado todos os segmentos apresentaram quedas nos comparativos trimestrais e semestrais.

Os caminhões e ônibus sem dúvida foram os mais afetados pelos efeitos da pandemia. Semirreboques, embora apresentem queda, foram de menor proporção, dada a versatilidade do produto. Você pode ter mais que um implemento rodoviário para um caminhão, dependendo do produto com maior demanda de transporte. No segundo trimestre de 2020, notamos essa tendência no mercado em que transportadores adquiriram semirreboques para atuar em segmentos de transporte que estavam demandando, como o agronegócio, em detrimento de outros setores, como o de transporte de combustíveis ou construção civil.

Avaliando os dados macroeconômicos, apesar da safra recorde e do câmbio favorável às exportações do agronegócio, que beneficia uma parte da economia do país, outros indicadores mostram que ainda temos um longo caminho a percorrer até a retomada mais consistente da atividade econômica. Reflexo disso é o PIB esperado para 2020, que deve apresentar a maior queda da história recente do país.

Além disso, temos acompanhado a agenda do governo para reforma tributária, a mudança do PIS-COFINS e a criação da CBS é um tema recente. Alguns dos senhores já nos questionaram a respeito dos impactos, porém, embora seja uma simplificação tributária, isso não torna mais simples as análises e estudos a serem feitos para o cálculo dos montantes. Tão logo tenhamos apurado o número mais concreto dos impactos nos negócios, apresentaremos nos nossos materiais.



No slide 11, trazemos a análise da receita líquida. Houve queda tanto no comparativo trimestral, quanto no semestral, e isso já era esperado, dado as paralisações e toda a incerteza enfrentada, principalmente no mês de abril. Maio já teve leve recuperação e em junho, como vocês puderam observar em nossa divulgação mensal de receitas, teve queda de 3% no comparativo com o mesmo mês de 2019, ou seja, muito próximo de um mês normal.

Na divisão montadora, a queda no comparativo trimestral foi de 20%, sendo atenuada pela recuperação da demanda de produtos para o agronegócio e pela venda de 13 vagões, fato que não havia ocorrido no mesmo trimestre do ano anterior.

Nas autopeças, a queda no comparativo foi de 36,9%, principalmente por sua exposição às OEMs e só não foi mais intensa, pois o mercado de reposição reagiu e ajudou a recuperar parte da queda, principalmente a partir do mês de junho.

Nos serviços, a redução foi de 6% e está relacionada ao menor volume de vendas de consórcios e na diminuição da atividade do Banco Randon em abril e maio, que está vinculada às operações das divisões montadora e autopeças.

Passando ao slide 12, trazemos os dados de exportações totais da Companhia. Foram 52% de redução no comparativo trimestral e 38% no semestral, na apuração dos valores em dólar. Quando olhamos para as exportações em reais, as quedas foram de 33% no trimestre e 20% no semestre, beneficiadas pela desvalorização da moeda nacional.

Os principais fatores de demanda de exportações estão em cenário desfavorável. O mundo está em desaceleração, crises políticas e econômicas estão presentes em países que eram fortes compradores dos nossos produtos, como a Argentina. O preço de commodities e de alguns minérios seguem baixos, e com a Covid-19 o ritmo das vendas diminuiu ainda mais nas diferentes geografias em que atuamos.

Para enfrentar esse cenário adverso, realizamos uma série de ações para promover novas vendas. Claro que ainda tiveram impacto limitado, já que os fatores fundamentais para a demanda permanecem fracos. Algumas regiões já começaram a retomar os negócios, como Paraguai, Estados Unidos e Europa. O Chile também já mostrou avanços, mas por conta do inverno rigoroso e das nevascas na cordilheira, o processo logístico tem sido prejudicado no país. Então, apesar de o cenário para os próximos meses já se apresentar mais produtivo que o do segundo trimestre, ainda se mostra bastante complexo.



Passando para o slide 13, vocês têm as informações sobre o EBITDA. A queda do EBITDA consolidado é reflexo de tudo que já expliquei até aqui: redução de volume, dificuldade para novas exportações e os impactos da pandemia nos negócios. Outros fatos adicionais que quero acrescentar são os eventos não recorrentes. Tivemos tanto despesas, quanto receitas, porém nesse trimestre foram as receitas que se sobressaíram, impactando positivamente o EBITDA no segundo trimestre em R\$ 69 milhões.

Temos em diversas empresas do grupo ações referentes à exclusão do ICMS da base do PIS e da COFINS. Duas já tiveram trânsito em julgado, as empresas Controil e Jurid, que tiveram receitas desses processos da ordem de R\$ 19 milhões.

Nas empresas Randon, Master, Castertech e Jost, a Companhia optou por realizar levantamento de créditos, tendo em vista as decisões favoráveis do STF desde 2017, e da evolução da jurisprudência. Foi realizada a antecipação de tutela, que somou no trimestre R\$ 68 milhões, além dos ganhos no resultado financeiro, que foram de R\$ 11 milhões, e impactaram no resultado líquido.

Também ocorreram outras receitas e despesas não recorrentes, que juntas somaram R\$ 18 milhões e estão detalhadas no slide e em nosso *release* de resultados. Assim, o EBITDA do segundo trimestre, que foi de R\$ 153 milhões, passaria para R\$ 84 milhões, fazendo esses ajustes e a margem de EBITDA consolidado de 16,5%, ajustados aos efeitos não recorrentes, seria de 9,1%.

No slide 14, vamos falar sobre o resultado líquido. A redução da demanda, tanto no Brasil quanto no exterior, as receitas e despesas não recorrentes e a valorização do dólar frente ao real, aliados às nossas iniciativas para contenção de despesas, foram fatores que impactaram a lucratividade da Companhia. Embora em patamar inferior ao de 2019, a empresa apresentou resultado positivo, com R\$ 55,3 milhões de lucro no segundo trimestre de 2020, mesmo em cenário afetado pela pandemia. Esse é o nosso objetivo diário, mitigar os efeitos negativos e aproveitar as oportunidades para continuar gerando valor para os nossos acionistas.

No slide 15, temos alguns dados sobre o nosso endividamento líquido e bruto, custo da dívida, prazo médio e o comportamento de nossa NCG, que reflete diretamente na dívida líquida. No final de junho, nossa dívida bruta total era de R\$ 3,3 bilhões de reais, sendo em sua maior parte em moeda nacional, 84%, e o restante em moeda estrangeira, 16%.

Durante o segundo trimestre, captamos R\$ 495 milhões, sendo R\$ 210 milhões referentes à terceira emissão de debêntures da Fras-le,



recurso que será utilizado para parte do pagamento da aquisição da Nakata Automotiva e R\$ 190 milhões captados pela Randon, utilizados para reforço de caixa, de capital de giro e rolagem de dívida.

O custo médio da dívida nacional está em 3,9% ao ano. Com a redução da taxa SELIC, anunciada semana passada, esse número tende a ser ainda menor no próximo trimestre. E para a dívida estrangeira, o custo é de 3,7% ano.

Na análise da dívida líquida consolidada sem o Banco Randon, que é a utilizada para o cálculo dos nossos *covenants* e algumas das nossas dívidas, temos um aumento em relação ao final do ano anterior de aproximadamente R\$ 300 milhões, muito próximo do aumento da NCG no mesmo período. Ainda assim, e mesmo com um trimestre desafiador, a Companhia continua apresentando um nível de alavancagem dentro da expectativa, que é entre uma e duas vezes o EBITDA. Em junho, o indicador era de 1,36 vezes.

Passando para os investimentos, no slide 16 temos R\$ 31 milhões divididos entre orgânicos e não orgânicos. Nos orgânicos, que somaram R\$ 29 milhões, destaco o aumento da capacidade na controlada Fremax, com R\$ 4 milhões, e o projeto de modernização da estamperia da Randon Implementos, que somou no trimestre R\$ 6,4 milhões.

Em não orgânicos, temos o pagamento de R\$ 2 milhões, referente a parte do valor de aquisição da controlada indireta Ferrari. O restante do valor foi pago ainda no ano de 2019. Reforço que continuamos trabalhando na priorização de investimentos, avaliando criteriosamente cada um dos projetos que temos em nosso planejamento.

Passamos para o slide 17, para falarmos sobre o mercado de capitais e a ação RAPT4. O preço da ação RAPT4 ao final do segundo trimestre era de R\$ 9,61, mostrando recuperação frente aos meses anteriores. A Randon segue sendo uma das ações mais recomendadas em *capital goods*, baseado em aspectos como diversificação, exposição ao agronegócio e uma recuperação do mercado automotivo, principalmente relacionado ao transporte de cargas.

Não há alteração expressiva no perfil de acionistas da Companhia, mas o maior número de acionistas tem crescido à medida que mais pessoas físicas têm acessado o mercado de capitais. Ao final de junho, eram 35.026 acionistas. Essa semana divulgamos o pagamento de juros sobre capital próprio, que ocorrerá ainda durante



o mês de agosto. Os detalhes podem ser conferidos em nosso site de RI.

Passo agora a palavra ao Esteban, que falará das divisões e de sua *performance*.

Sr. Esteban: Obrigado Paulo e bom dia a todos. Começo a apresentação da divisão montadora destacando os seguintes pontos positivos do trimestre: recuperação de *market share*, aumento da demanda dos produtos vinculados ao agronegócio, crescimento das receitas vindas do mercado de reposição de implementos rodoviários e forte entrada de novos pedidos nos últimos dois meses.

Com exceção de abril, que de fato foi um mês bem complexo para as vendas, o cliente de implementos rodoviários voltou a confiar de maneira gradativa a partir de maio, principalmente pela boa *performance* do agronegócio no Brasil. A demanda externa por grãos cultivados em nosso país, aliada à safra recorde e ao câmbio favorável, beneficiou nossos clientes neste segmento, que compraram bons volumes de semirreboque basculante e graneleiro.

O *market share* da Randon no trimestre foi de 36%. Mesmo com um período de férias coletivas em abril e restrições ao pleno funcionamento da produção nos meses seguintes, a Companhia ganhou dois pontos percentuais em sua participação de mercado no comparativo com o primeiro trimestre de 2020, mostrando grande empenho da força de vendas no período.

O mercado de reposição também tem avançado nos últimos trimestres, e no comparativo com o mesmo período de 2019, a receita evoluiu 19,7%.

O mercado de implementos rodoviários tem apresentado retomada significativa ao longo dos últimos meses, com a entrada de pedidos similar ao período pré-pandemia, dando uma visibilidade de carteira de três meses. Há também um trabalho intenso na ponta comercial, em conjunto com o Banco Randon, que tem impulsionado as vendas.

Neste trimestre, também ocorreu o lançamento do novo Sider e do novo furgão, e em formato diferente: uma *live* transmitida em diferentes redes sociais e com uma sala virtual de negociação. O *feedback* dos clientes foi positivo, e realizamos um bom volume de vendas desses produtos durante o evento.

Alguns dos diferenciais apresentados nos produtos foram o processo de clinch, onde não há uma nova utilização de rebite nos painéis laterais dos furgões, também fazendo com que o furgão fique até 600 kg mais leve, e é perfeito para o uso em docas, pois possui um assoalho de alta resistência e tecnologia embarcada. O Sider possui



novos sistemas de catracas, colunas móveis e com abertura da lona em tempo recorde.

Na outra mão estão as exportações desta divisão, que no segundo trimestre de 2020 registraram um dos piores trimestres dos últimos dez anos. Isso muito pela estagnação de alguns mercados, que ficaram praticamente paralisados em abril devido à pandemia e também pelas dificuldades que não são de hoje, como os problemas no mercado argentino e a redução de demanda do continente africano, além do mais agravado pela pandemia. Já tivemos sinais positivos, principalmente nos países da América do Sul, mas sabemos que o processo de retomada será lento.

Passando para o mercado de vagões ferroviários, temos uma expectativa de um mercado fraco em 2020. No trimestre voltamos a vender, mas serão apenas três unidades. As perspectivas para 2021 são de retomada, impulsionadas pela renovação de algumas concessões ferroviárias já anunciadas e de outras que podem acontecer até o final do ano. Estamos preparados para o crescimento deste mercado com a nossa unidade de Araraquara.

Passando para a divisão autopeças, no slide 19 nós temos cenários distintos entre as empresas. Iniciando por Fras-le, nós temos impactos da Covid-19 em todas as unidades. A unidade da China, a primeira impactada pela pandemia, já voltou a operar com capacidade total. As demais estão retornando gradativamente. A Fremax também vem em um ritmo muito bom e tem colhido os frutos das sinergias conquistadas com o grupo, inclusive a ponto de precisar aumentar a sua capacidade produtiva.

As vendas de materiais de fricção apresentaram queda no comparativo com o mesmo trimestre de 2019, mas vocês podem observar que ela é menor do que o segmento de caminhões e até de semirreboques. A taxa cambial favoreceu as receitas e o dólar neste patamar é benéfico para a Fras-le. Produtos ligados à reposição para o agronegócio e a linha comercial também performam bem e aos poucos apresentam crescimento.

Além disso, tivemos aprovação do Cade, e dos acionistas, para aquisição da Nakata Automotiva em julho deste ano. Esta aquisição vai ampliar o portfólio de produtos das empresas Fras-le e vai fazer com que o mercado de reposição seja o mais representativo dessa controlada. Ela tem uma receita anual de aproximadamente R\$ 500 milhões, possui em torno de 450 funcionários e 97% destas receitas vêm da reposição. O *closing* dessa operação acontecerá em breve. Convido vocês para acompanhar as divulgações da Fras-le, nos próximos dias, através do site ri.fras-le.com.br.



Falando agora da divisão de suspensões e rodagens, representada pelas controladas Suspensys e Castertech, temos quedas de volumes em patamares diferentes. A Suspensys, por conta de sua maior exposição às OEMs, teve queda de 39,8% nos volumes. Apesar do fraco desempenho no trimestre, a empresa deu um importante passo estratégico ao anunciar sua entrada no seletivo grupo de empresas que fazem parte do consórcio modular da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

A operação ocorrerá dentro do complexo industrial da montadora em Resende, no Rio de Janeiro, onde serão montadas as suspensões pneumáticas de veículos comerciais da Volkswagen. A Suspensys ficará responsável pela pré-montagem das suspensões pneumáticas e, também será fornecedora do sistema modular *full-air*. A etapa agora é de implementar esse acordo com uma fase piloto, a partir de outubro deste ano, e a previsão de início efetivo é em 2021.

E a Castertech, construções para rodagens, principalmente cubos e tambores, teve 10% de queda de volume no comparativo trimestral, redução que só não foi maior devido aos esforços da unidade para redirecionar seus produtos ao mercado de reposição e exportação, além de ter aumentado sua exposição ao mercado agrícola.

Já as *joint-ventures* Master e Jost foram as mais afetadas pelas paradas das OEMs e tiveram queda expressiva de volumes. Master com 60% de redução nos sistemas de freio e Jost de quase 50% do sistema de acoplamento. As OEMs têm retomado gradativamente seus volumes de produção e isso tende a refletir positivamente nessas controladas nos próximos meses.

Por fim, a divisão serviços, apresentada no slide 20, teve receita líquida de R\$ 46,5 milhões no trimestre e margem EBITDA de 24%. Na Randon Consórcios houve queda de receita na casa de 4% e de cotas vendidas de aproximadamente 15%. Todo esse cenário falado até aqui impacta diretamente na venda de cotas de consórcio, e a queda está relacionada principalmente ao segmento de transportes.

Com a redução da taxa básica de juros, há também uma pressão dos clientes por redução das taxas de administração. Nesta controlada, o nosso foco está em tornar o processo de compra de um consórcio mais digital, com maior agilidade e rapidez para o cliente, sendo uma fonte mais atrativa de captação de recursos.

Passando para o Banco Randon, temos uma redução de receita líquida de 14%. Um dos fatores é a própria redução dos volumes vendidos pelas empresas Randon. Apenas 10% da receita do banco é independente das vendas do grupo. Abril e maio foram meses de menor liberação de crédito. Julho já retomou com força total.



Outro fator de redução é a própria queda da SELIC, embora seja compensado o investimento de DRE na linha de receita em propostas diretamente corporativas. E na Randon Ventures, anunciamos até agora um investimento na TruckHelp. Nós temos outras iniciativas acontecendo e assim que possível divulgaremos para vocês.

Retorno agora a palavra ao Daniel para dar continuidade em nossa apresentação, falando sobre sustentabilidade e inovação. Por favor, Daniel.

Sr. Daniel: Obrigado, Esteban. Temos reforçado o nosso comprometimento com todos os aspectos ESG. Eles são de extrema importância para a Companhia e estamos a cada dia avançando um pouco mais.

No slide 21, temos alguns exemplos de ações em cada tópico, mas eu quero destacar o da governança. Primeiro fazendo convite para que vocês acessem, no nosso site, o informe de governança divulgado no dia 31 de julho, pois nele consta o detalhamento de nossas práticas.

Durante o mês de julho, o Conselho de Administração aprovou três novas políticas: política de destinação de resultados, política de contratação de serviços extra-auditoria e política de patrocínios e doações. Elas são bem importantes para uma melhor gestão de riscos e a garantia de melhores práticas de mercado. Continuaremos trabalhando para avançar ainda mais neste tema. Estamos estudando e analisando diversos tópicos de governança para implementação no curto e longo prazo.

Além dos aspectos ESG, inovação é outro tema amplamente discutido na Companhia. Acreditamos que não existem barreiras aos que estão dispostos a inovar e fazer a diferença. E não se trata apenas de tecnologia, mas de cultura de reinvenção e de gestão da mudança. Inovar é mudar a forma de se comunicar, ser mais ágil, olhar para o mercado e encontrar novas oportunidades de negócio, como os eventos *online* que realizamos com clientes e com o nosso público interno.

Inovação é se conectar com 43 *startups* e acelerar, implementando conceitos da Indústria 4.0, reforçando nossas iniciativas de excelência operacional e aumento de produtividade, enfim, é fazer mais com menos, trabalhando não só para garantir o hoje, mas para construir o futuro das empresas Randon.

Essa é uma frente em constante evolução na Companhia e teremos uma série de novidades para compartilhar com vocês nos próximos meses. Acompanhem as divulgações em nossos canais de comunicação e em nossas redes sociais.



Falando em inovação, tivemos também que inovar no formato da realização da nossa reunião APIMEC, que este ano será totalmente *online* e acontecerá dia 27 de agosto, às 14 horas. Quero convidá-los para participarem e se inscreverem pelo e-mail apimecsp@apimecsp.com.br. Eu e todo o time do comitê executivo, em conjunto com o time de relações com os investidores estamos preparando uma agenda bem completa, que trará informações que vão além dos resultados, mais focadas em nossa estratégia. Então não percam.

Para fechar nossa apresentação, gostaria de lhes dizer que estamos confiantes em relação aos próximos meses, porém continuamos alertas na evolução da pandemia e suas consequências. Continuamos a acreditar no nosso país, que se destaca na agricultura sim, mas também na solidariedade, colaboração e inovação. A retomada dos negócios está logo ali na nossa frente. Estamos preparados para atender essa demanda.

Agradeço nossa gestão, que não mediu esforços para mitigar os impactos da Covid-19 em nossas empresas. Agradeço aos funcionários, que saem de suas casas todos os dias e fazem importante papel para que a Randon continue gerando valor com sustentabilidade.

Agradeço a você investidor, analista de mercado, bancos, que são nossos parceiros e estão conosco e acompanhando e confiando em nossa estratégia e em nosso propósito de conectar pessoas e riquezas, gerando prosperidade. Muito obrigado e agora, operadora, podemos passar para a sessão de perguntas e respostas

ÍNICIO SESSÃO PERGUNTAS E RESPOSTAS

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas. Para fazer uma pergunta, por favor, digitem asterisco 1 (*1). Para retirar a pergunta da lista, digitem asterisco 2 (*2).

A nossa primeira pergunta vem do Sr. Victor, do Bradesco.

Sr. Victor: Boa tarde. Eu tenho duas perguntas. A primeira com relação ao segmento de implementos. Quando a gente olha os comentários aqui, estão esperando uma queda de volume ou de venda de mais ou menos 8 a 10% para 2020. Dado o cenário, não sei se vocês podem comentar um pouco sobre como está o *backlog* de entrada de novos pedidos e se faz sentido esperar que a Randon deve continuar ganhando *market share* ao longo do segundo semestre?



E a outra pergunta relacionada um pouco aos segmentos, aos produtos na parte de implementos. Quando a gente pega base-container, canavieiro, carga geral, Sider, a Randon está entre os três primeiros, mas não tem a liderança nesses segmentos. Daí o Esteban mencionou um pouco sobre o assunto desses dois produtos. Eu queria entender se faz sentido a gente esperar que isso daí é parte desse esforço da Randon de conquistar liderança nesses quatro produtos. Obrigado.

Sr. Esteban: Bom, perfeito, Victor. Muito obrigado pela participação na nossa teleconferência e pela pergunta. Começando a resposta aqui falando um pouco do mercado de implementos. A gente acumula aí, até o mês de junho, no mercado como um todo, 26.700 unidades, um pouco acima disso. Julho já foram vendidas 7000 unidades adicionais, então, nos sete meses do ano, a gente já está em 34.000 unidades.

Olhando e conversando com o mercado e sabendo que os outros fabricantes também estão com a carteira de pedidos aí próximo a noventa 90 dias, a gente acredita que o mercado pode chegar muito perto desse número que se tem divulgado, que é em torno de 57, 58 mil unidades, o que dá os 10% de queda pro ano. Então a gente está bastante positivo de que isso é factível, provavelmente o mercado para o ano encerre próximo das 60 mil unidades. Claro que a gente tem que ficar monitorando a entrada de novos pedidos constantemente.

Por enquanto a gente não observou nenhum sinal de desaquecimento ou redução de volume importante nas vendas, mas é como eu comentei, é sempre bom estar alerta, até porque boa parte desses pedidos ainda está dependente do setor agrícola. Olhando um pouco assim para 2021, acho que é um pouco cedo a gente afirmar qualquer projeção, mas assumindo que o país tenha uma recuperação como está sendo prevista do seu PIB, a gente acredita que pode ter um ano mais parecido com o que foi 2019.

Em relação ao nosso *market share*, nosso objetivo é atingir aí, ficar orbitando num *range* de 36 a 40% de participação de mercado. Claro que a gente precisa equilibrar isso também com preço e com margem, mas o objetivo da nossa área comercial é levar isso em conjunto e conquistar pelo menos 40% de *market share*. Tivemos uma boa notícia, nossa produção está bastante ajustada para isso, com todos os investimentos em produtividade que realizamos no ano passado e neste ano também, então agora é realmente uma questão mais de mercado.

E aí falando especificamente sobre as famílias, tradicionalmente a Randon tem uma maior participação em graneleiro e basculante, são



os dois carros-chefes da empresa e tem focado efetivamente na conquista de maior participação de mercado em furgão Sider, acho que prova disso são os lançamentos que realizamos e é nosso objetivo, sim, brigar por uma maior fatia de mercado dessa família.

A gente percebeu que é um mercado que tem um volume interessante. Nós fizemos uma escolha durante 2016/2017 de desativar a produção de Guarulhos, que era onde concentrava a maior parte da fabricação desse implemento, mas foi uma escolha consciente, a gente precisou fazer essa decisão na época, e agora a gente está retomando o foco nessa família. Visamos, sem dúvida nenhuma, maior participação de mercado.

Sr. Victor: Tá ótimo. Só um *follow-up* com relação ao outro ponto dos pedidos. Não sei se você pode dar um pouco mais de detalhe, ou se puder comentar hoje como está a entrada de novos pedidos versus antes da pandemia, se já normalizou. Obrigado.

Sr. Esteban: Perfeito. Você falou do pedido e acabei esquecendo de comentar. A gente tem visto a carteira de novos pedidos com um ritmo bastante interessante, eu diria já em níveis pré-pandemia. A gente tem observado, no mês de junho, por exemplo, último mês do segundo trimestre, já entrando 120 produtos por dia em média, ou seja, reforço aqui, já é nível pré-pandemia.

Sr. Victor: Tá ótimo, obrigado.

Operadora: A nossa próxima pergunta vem da senhora Catherine, do Banco do Brasil.

Sra. Catherine: Boa tarde a todos, espero que todos estejam bem. Aqui do meu lado duas perguntas. A primeira pergunta é se vocês poderiam comentar um pouco sobre o nível de utilização das fábricas e se fazendo um paralelo com a atualização do plano de produção dos clientes e mercado mais recente, se vocês pretendem realizar algum ajuste, se tem algum investimento mais na frente ou se em alguma outra frente pretende fazer reajuste pra baixo, algo nesse sentido, e ao longo dos investimentos pra frente.

E a minha segunda pergunta é se vocês podem colocar um horizonte para gente em termos de recuperação de margem em torno da Covid, o que a gente pode esperar também sobre a incidência de não recorrentes, algum resquício para frente para os próximos períodos. Do meu lado são essas duas perguntas e desde já agradeço.

Sr. Esteban: Catherine, obrigado pela participação na nossa teleconferência e pelo Webcast, aqui é o Esteban falando. Bom, com relação à nossa utilização das fábricas, é importante lembrar que,



assim como boa parte de outras cidades no Brasil, nós estamos operando sob restrições. Cada cidade tem a sua restrição.

Aqui em Caxias, onde se concentra a maior parte da nossa produção, como ela está no mercado do Rio Grande do Sul, estamos seguindo o sistema de bandeiras do governo estadual. Vocês todos conhecem, mas aqui o governo a cada semana classifica as regiões de acordo com uma bandeira, uma cor de bandeira, e é essa classificação que vai dar a possibilidade de utilização das fábricas.

Atualmente a gente está na bandeira laranja e a gente está operando com um limite de 50% da nossa força de trabalho. Essa força de trabalho está obviamente destinada totalmente à produção, mão de obra fabril mesmo. Todo o pessoal de *back office*, a maior parte do nosso pessoal de *back office*, está trabalhando em formato *home office*, justamente para liberar essa cota pro pessoal da fábrica.

Com isso, esses 50% da mão de obra que está trabalhando representam aproximadamente 75% da nossa capacidade produtiva. Acho que vale reforçar aí a boa notícia, que mesmo trabalhando sob essas restrições, no caso de implementos, por exemplo, onde tem a demanda bastante aquecida, a gente está conseguindo abastecer o mercado, mesmo trabalhando com essa restrição, e isso é prova que os investimentos realizados no ano passado e nesse ano em tecnologia, em produtividade, em automação têm surtido efeito.

Para frente ainda é difícil eu precisar, vai depender muito da evolução da pandemia, mas assim que a gente sair dessa situação, obviamente, a gente gostaria de retomar a capacidade total das nossas unidades.

Com relação aos níveis de margem, vale lembrar aqui que o negócio de implementos, principalmente, é um negócio que depende muito de alavancagem operacional, ou seja, depende de volume. Cada redução de volume acaba tendo uma consequência direta em margens. O negócio de autopeças, por maior que tenha sido a queda, tem uma estrutura de custos fixos um pouco mais enxuta, então ela consegue se adequar mais rapidamente aos volumes de mercado, sem sofrer tanto nas margens.

Dito isso, considerando que os próximos meses apontam aí para um volume interessante na parte de implementos, uma continuidade nos volumes de reposição e uma perspectiva um pouco mais favorável na demanda de autopeças pelas montadoras, pelas OEMs, a gente acredita que pode ter uma recuperação gradativa dessas margens, lembrando sempre que depende do volume mesmo. Não sei se respondi ou se tem algum *follow-up* nessa questão.



Sra. Catherine: Sim, respondeu, muito obrigada. Acho que o *follow-up* vale na questão de o que a gente pode esperar sobre não recorrente, se você puder comentar um pouquinho como fica a dinâmica do não recorrente nesse período, claro, dados os resultados do *release* que vocês divulgaram, mas o que a gente pode esperar pra frente, algum resquício.

Sr. Esteban: Desculpa, a ligação não ficou tão clara, em relação especificamente à margem de implementos, é isso?

Sra. Catherine: Na verdade, a minha pergunta seria sobre não recorrentes, o que a gente pode esperar para os próximos períodos.

Sr. Esteban: De não recorrente... desculpa, eu não tinha escutado. Com relação ao não recorrente é difícil de falar, depende muito de cada trimestre. Eu diria que os que estavam com maior visibilidade foram registrados, tanto no primeiro, quanto no segundo trimestre, então de pronto a gente não tem visibilidade de nenhum novos não correntes a serem registrados durante esse ano.

Sra. Catherine: Ok, muito obrigada pelas respostas. Obrigada

Operadora: Lembrando que para fazer perguntas basta digitar *1.

Agora iniciaremos as perguntas vindas via Webcast.

Sr. Esteban: Obrigado, operadora. Encontramos uma pergunta aqui no Webcast relacionada ao eixo elétrico, como é que está a aceitação no mercado de semirreboques em relação ao sistema de tração auxiliar elétrica. Acho que vale lembrar, nós lançamos esta tecnologia na última Fenatran, em 2019, outubro de 2019, ainda como um pré-lançamento. Atualmente a gente está em fase final de testes, a gente vai começar a distribuir em alguns semirreboques específicos para finalizar os testes de campo e a nossa expectativa é de começar a comercialização efetiva deste produto a partir do começo do ano que vem.

Vale destacar que é uma tecnologia 100% nacional, desenvolvida e testada aqui no nosso campo de provas, no nosso CTR em Forqueta. Toda a tecnologia, o *know how* empregado, é de mão de obra brasileira, é patenteado, então acho que isso mostra também a nossa força, juntamente com os parceiros aqui pra desenvolvimento e efetivamente ser uma empresa de tecnologia e lançamento de novos produtos, que alia não só eficiência econômica, já que esse eixo auxiliar pode economizar até 25% de combustível, como também tem o apelo de sustentabilidade, uma vez que uma menor redução de consumo de combustível e de componente também acaba contribuindo pra preservação do meio ambiente. Obrigado pela pergunta.



CONSIDERAÇÕES FINAIS:

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Daniel Raul Randon para as considerações finais. Por favor, Sr. Daniel, pode prosseguir.

Sr. Daniel: As suas dúvidas podem ser encaminhadas para a nossa equipe de RI e novamente agradecemos sua participação e desejamos um excelente final de semana. Nos vemos em breve no dia 27, em nossa reunião da APIMEC. Até lá, obrigado a todos.

ENCERRAMENTO

Operadora: A audioconferência da **Randon** está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham um bom dia, e obrigada por usarem Chorus Call.