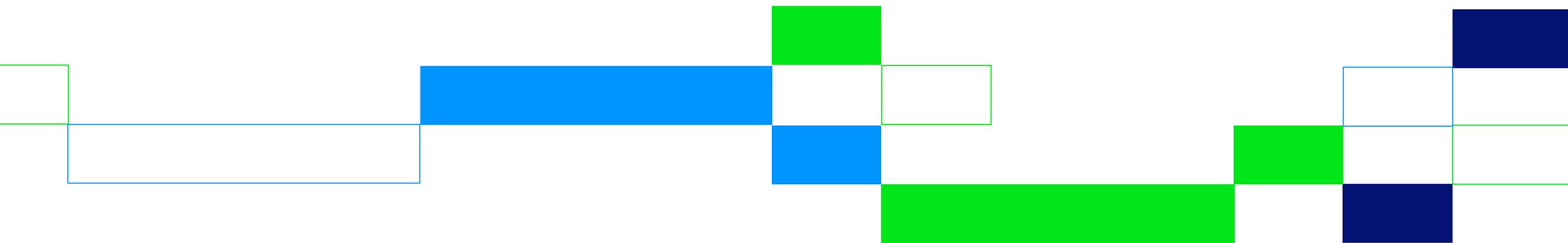




ULTRAPAR PARTICIPAÇÕES S.A.

Teleconferência de resultados – 3T20

05.11.2020



Considerações iniciais

▶ Previsões acerca de eventos futuros

- ✓ Este documento pode conter previsões acerca de eventos futuros. Tais previsões refletem apenas expectativas dos administradores da Companhia. Palavras como “acredita”, “espera”, “planeja”, “estratégia”, “prospecta”, “prevê”, “estima”, “projeta”, “antecipa”, “pode” e outras palavras com significado semelhante são entendidas como declarações preliminares sobre expectativas e projeções futuras. Tais declarações estão sujeitas a riscos e incertezas previstos ou não pela Companhia, e podem fazer com que os resultados reais sejam significativamente diferentes daqueles projetados. Portanto, o leitor não deve fundamentar suas decisões apenas com base nestas estimativas.

▶ Padrões e critérios aplicados na preparação das informações

- ✓ As informações financeiras apresentadas nesse documento foram preparadas de acordo com as normas IFRS (*International Financial Reporting Standards*). As informações financeiras referentes à Ultrapar correspondem às informações consolidadas da Companhia. As informações da Ultragaz, Ultracargo, Oxiten, Ipiranga e Extrafarma são apresentadas sem eliminação de transações realizadas entre segmentos. Portanto, a soma de tais informações pode não corresponder às informações consolidadas da Ultrapar. Adicionalmente, as informações financeiras e operacionais são sujeitas a arredondamentos e, como consequência, os valores totais apresentados nas tabelas e gráficos podem diferir da agregação numérica direta dos valores que os precedem.
- ✓ Ressaltamos que todas as informações financeiras apresentadas nesse documento contemplam a adoção à norma IFRS 16 e a segregação de certas despesas da *Holding*.
- ✓ As informações denominadas EBITDA e EBITDA Ajustado estão apresentadas de acordo com a Instrução nº 527 emitida pela CVM em 04 de outubro de 2012.

Principais iniciativas ESG do trimestre

Oxiteno

- ✓ Empresa se tornou **membro** da iniciativa **Pacto Global da ONU** (Ultragaz e Ipiranga já são signatárias)
- ✓ Primeira indústria química brasileira a firmar **parceria com a EcoVadis** para avaliação da **sustentabilidade** em toda sua **cadeia de fornecimento**

Ultrapar

- ✓ Eleição de **Alexandre Saigh** como membro do **Conselho de Administração**, que passou a contar com **11 membros**
- ✓ Eleição de **Rodrigo Pizzinatto** como **Diretor Financeiro e de Relações com Investidores**

Ipiranga

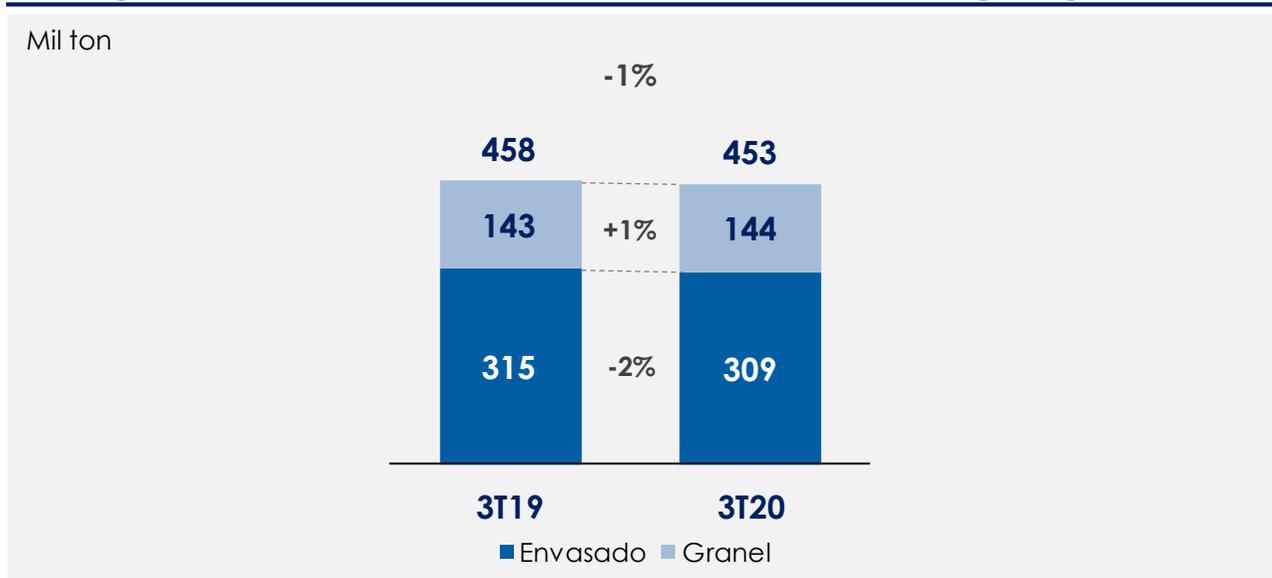
- ✓ Lançou sua **Política de Sustentabilidade**, alinhada aos princípios estabelecidos pelo Pacto Global e ODS da ONU
 - Matriz inclui temas como **mobilidade urbana, mudanças climáticas e ecoeficiência**
- ✓ Parceria com a GDSolar para a **construção e operação** de **usinas solares/fotovoltaicas**

Extrafarma

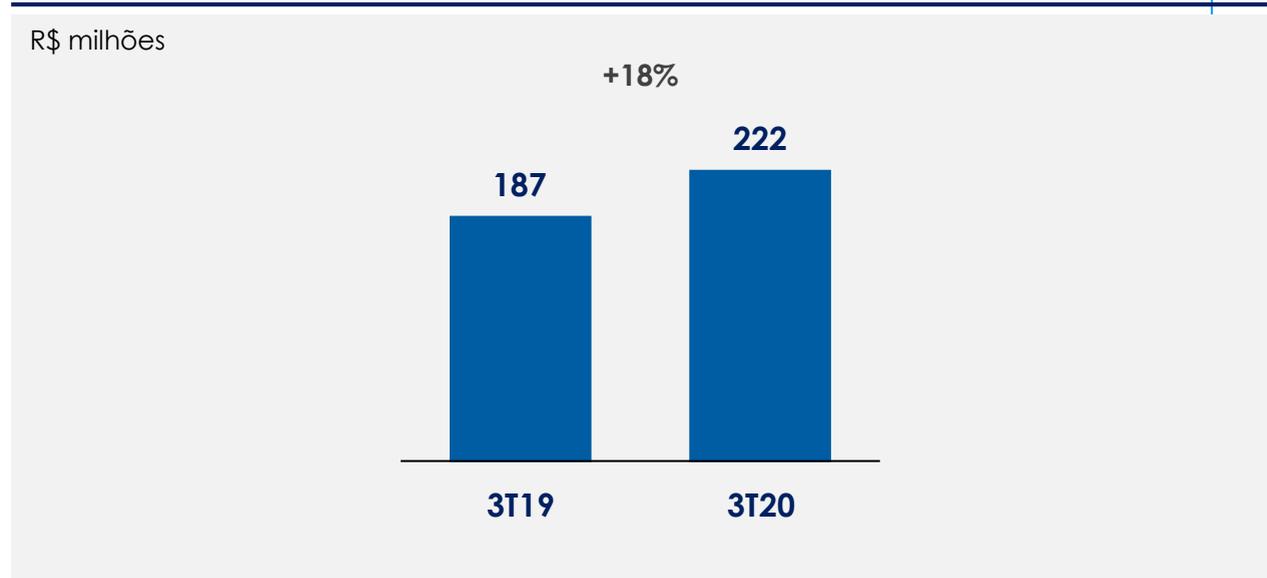
- ✓ Eleição de **Marcelo Bazzali** como **Presidente** da **Extrafarma**

Ultragaz – Desempenho 3T20

Comportamento de volume retomando níveis pré-pandemia



EBITDA



Volume

↓ **Envasado:** menores vendas na **região Sudeste**

↑ **Granel:**

- ✓ Maiores vendas para **indústrias** e de **gases especiais** (propelentes)
- ✓ Menores vendas para **comércios** e **serviços**, em função dos efeitos da pandemia

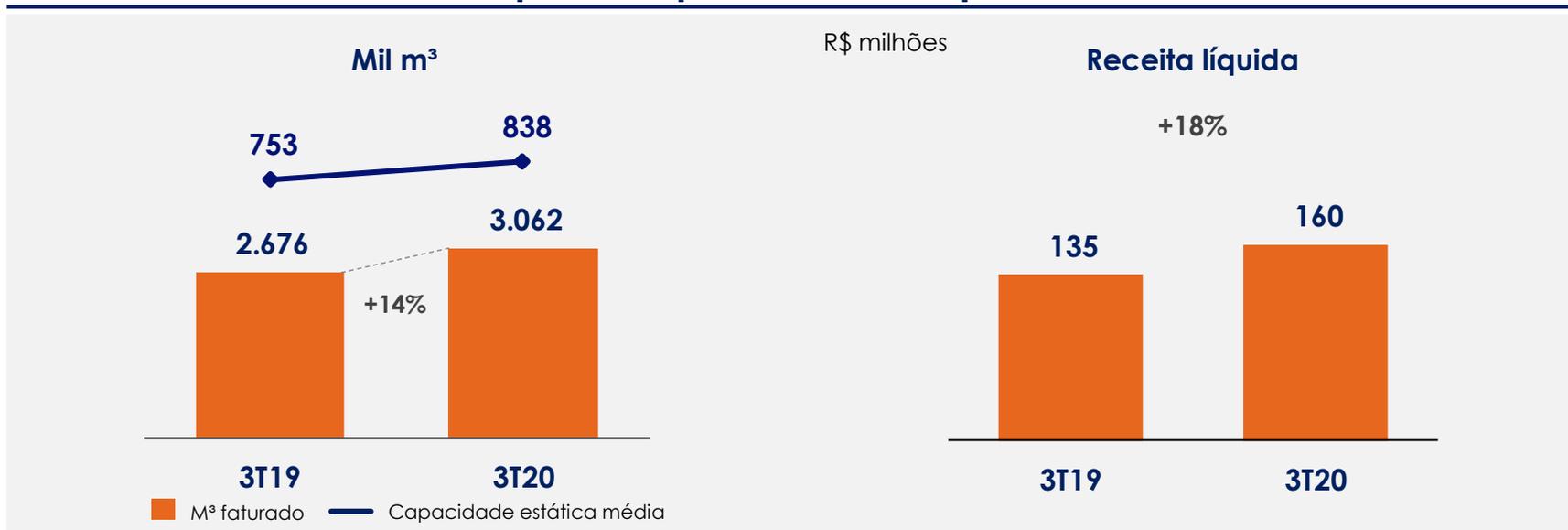
EBITDA

↑ Melhor **mix de vendas**

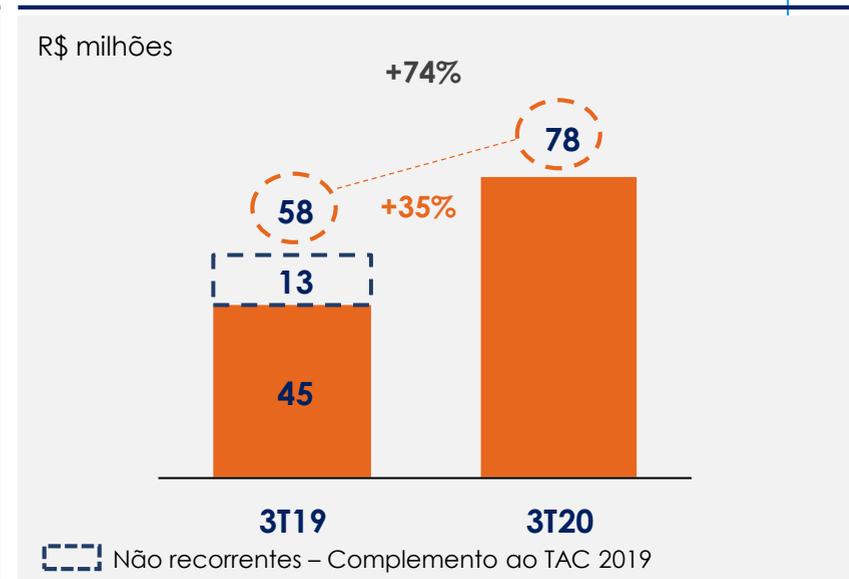
↑ Maior **eficiência operacional**

Ultracargo – Desempenho 3T20

Crescimento alavancado pelas expansões de capacidade



EBITDA



M³ faturado e receita líquida

- ↑ Expansões de capacidade em Santos e Itaquí
- ↑ Maior movimentação *spot* e de combustíveis
- ↑ Novos contratos
- ↑ Reajustes contratuais

EBITDA

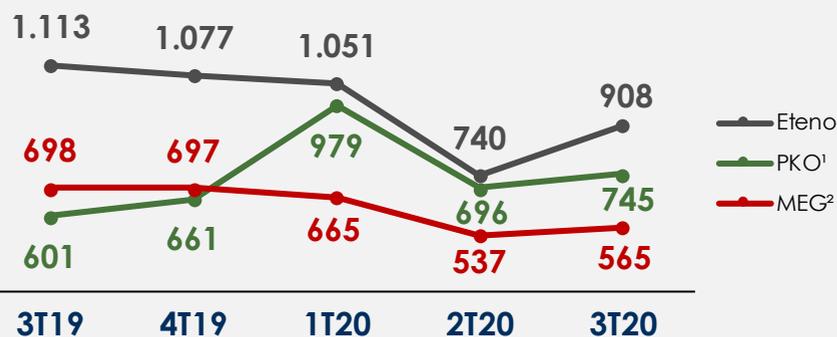
- ↑ Maior faturamento
- ↑ Diluição de custos e despesas (ganhos de produtividade)



Oxiteno – Desempenho 3T20

Preços internacionais

US\$/ton



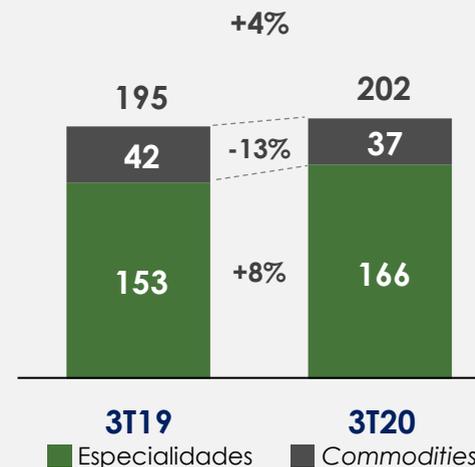
	YoY	QoQ
Eteno	-18%	23%
PKO	24%	7%
MEG	-19%	5%

Fonte: PCI e ICIS LOR

¹ Óleo de palmiste
² Monoetilenoglicol

Volumes – retomada a níveis pré-pandemia

Mil ton



- ✓ **Commodities:** menor **demand** do mercado
- ✓ **Especialidades:** maiores vendas no segmento de **higiene e beleza**, *ramp-up* da **planta dos EUA** e maiores **exportações**

Câmbio em patamar mais favorável

R\$/US\$ médio



- ✓ **+35%** YoY
- ✓ **Estável** QoQ

EBITDA

R\$ milhões

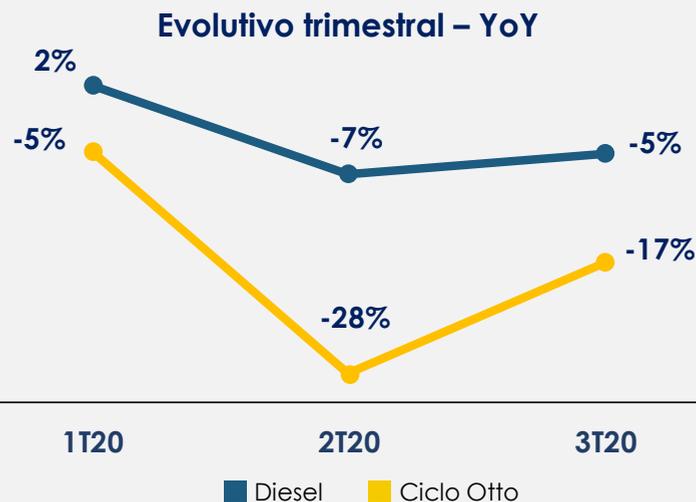
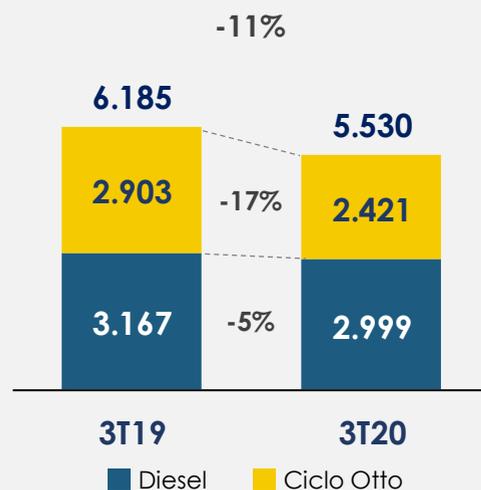


- ↑ Maior **volume** de **vendas**
- ↑ **Câmbio** mais **depreciado**
- ↑ *Ramp-up* da **Oxiteno USA**

Ipiranga – Desempenho 3T20

Volume em recuperação, porém ainda abaixo de 2019

Mil m³



- ✓ Diesel: maior **resiliência** durante a crise
- ✓ Ciclo Otto: vendas impactadas pela **pandemia**

Rede: 7.107 postos

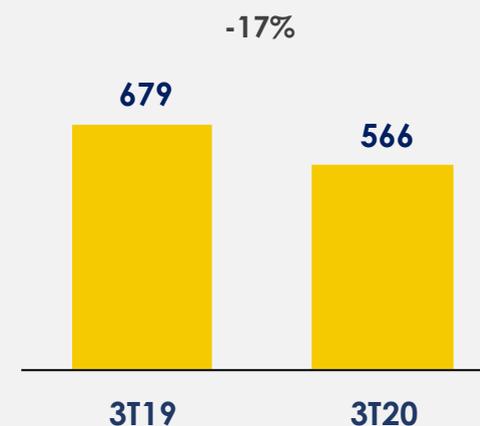
Lojas de conveniência



- ✓ 1.778 lojas de conveniência
 - 25% de penetração
 - 4 CDs em operação
 - 28 lojas com operação própria (24 em SP e 4 no RJ)

EBITDA

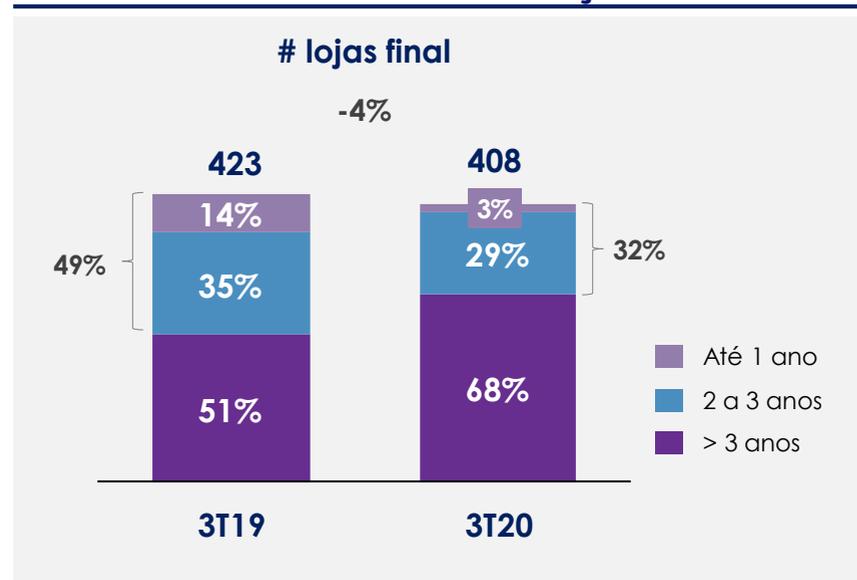
R\$ milhões



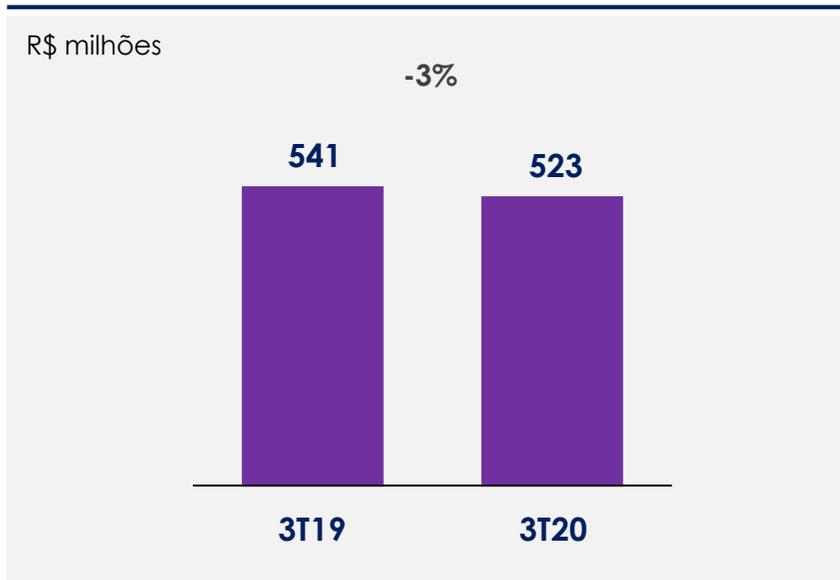
- ↓ Menor **volume** de vendas
- ↓ Início da provisão de **CBIOS**
- ↓ Créditos de **PIS/Cofins** no **3T19**
- ↑ **Volatilidade** de custos
- ↑ Menores **despesas**

Extrafarma – Desempenho 3T20

Adensamento e rentabilização da rede



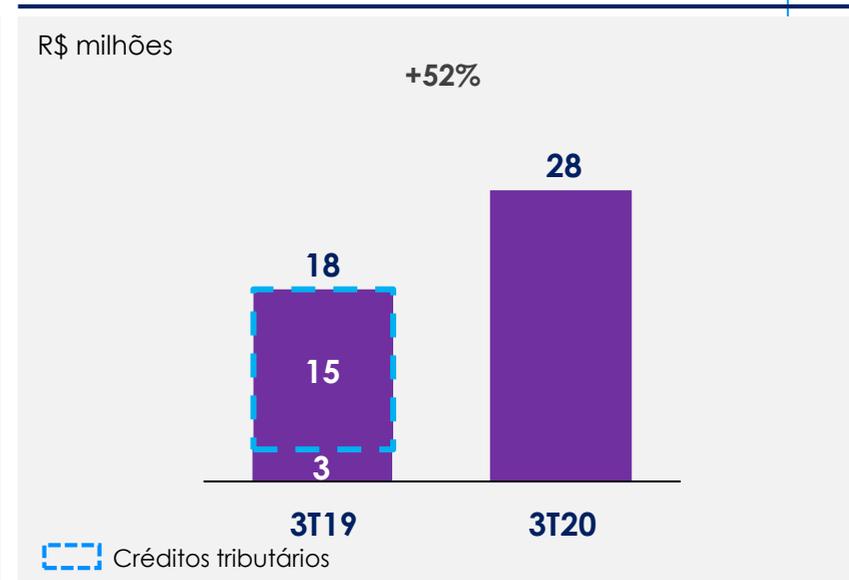
Receita bruta



Receita bruta

- ↓ Número de lojas 4% menor
- ↓ Menor fluxo de clientes em lojas em shoppings
- ↑ +3% faturamento das mesmas lojas ex-lojas em shoppings
- ✓ Reajuste anual de medicamentos
- ✓ Maiores vendas por meio de canais digitais

EBITDA



EBITDA

- ↑ Maior rentabilidade da rede
- ✓ Ganhos de produtividade e redução de despesas
- ✓ Melhores margens
- ✓ Maturação das lojas
- ↓ Créditos tributários extemporâneos no 3T19 (R\$ 15 milhões)

Ultrapar – Desempenho 3T20

EBITDA

R\$ milhões



- ✓ Crescimento de EBITDA em todos os negócios, exceto Ipiranga

--- Não recorrentes – Complemento ao TAC 2019

Lucro líquido

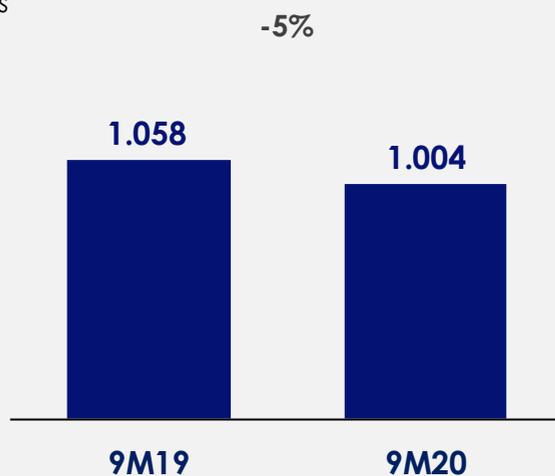
R\$ milhões



- ↓ Maiores custos e despesas com depreciação e amortização
- ↑ Maior EBITDA

CAPEX

R\$ milhões



- ✓ Iniciativas para contenção de caixa
- ✓ Maior seletividade na alocação de capital

Fluxo de caixa das operações¹

R\$ milhões



- ↑ Melhora na gestão do capital de giro
- ↑ Maior EBITDA

¹ Fluxo de caixa das atividades operacionais subtraído do fluxo das atividades de investimentos (ex-aplicações financeiras)

Ultrapar – Perfil da dívida

Alavancagem

R\$ milhões



- ✓ Redução na **dívida líquida**
- ✓ Maior **geração de caixa**

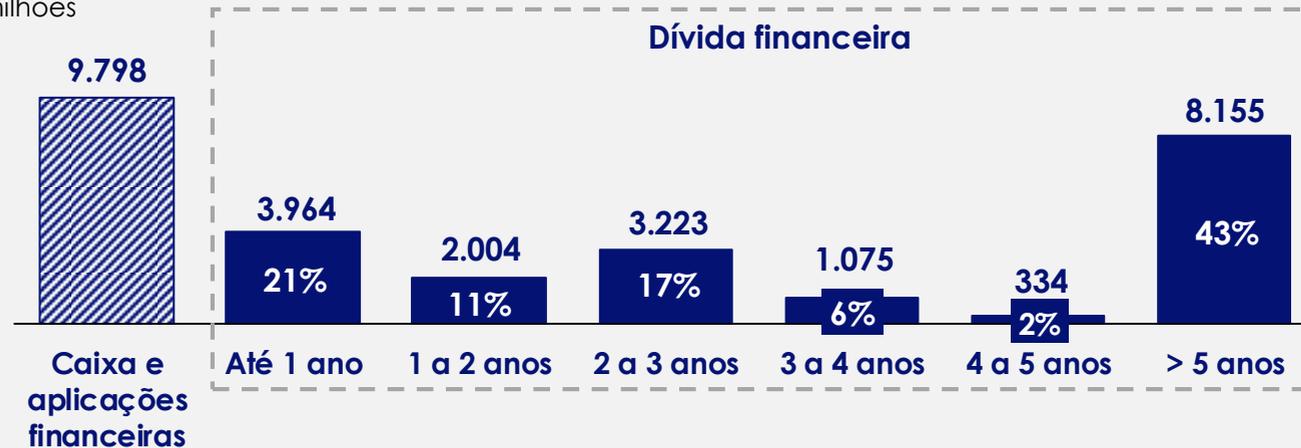
■ Arrendamentos a pagar (IFRS 16)

■ Dívida líquida

◆ Dívida líquida (IFRS 16) / EBITDA LTM¹

Perfil de amortização

R\$ milhões



- ✓ **Retap** do **Bond** no montante de **US\$ 350 milhões** em jul/20

– **Alongamento da dívida e eliminação dos covenants financeiros**

3T20: ✓ **Duration (anos): 4,8**

✓ **Custo médio (DI+): 1,9%**

¹ EBITDA Ajustado LTM não considera o *impairment* da Extrafarma



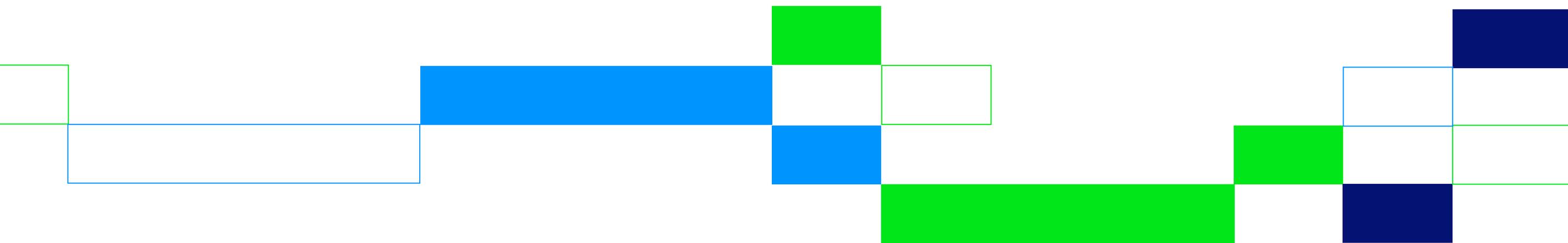
ULTRAPAR PARTICIPAÇÕES S.A.

Relações com Investidores

55 11 3177-7014

invest@ultra.com.br

ri.ultra.com.br





**Local Conference Call
Ultrapar Participações S/A
Resultados do Terceiro Trimestre de 2020
5 de novembro de 2020**

Operadora: Bom dia e obrigada por aguardarem. Sejam bem-vindos à teleconferência e reunião da Ultrapar, para discussão dos resultados referentes ao **terceiro trimestre de 2020**.

O evento também está sendo transmitido simultaneamente pela Internet, via Webcast, podendo ser acessado no site ri.ultra.com.br e pela plataforma do MZiQ.

Essa teleconferência será conduzida pelo Sr. Federico Curado, Diretor Presidente da Ultrapar e pelo Sr. Rodrigo Pizzinatto, Diretor Financeiro e de Relações com Investidores da Companhia, junto com seus executivos.

Informamos que esse evento está sendo gravado e que todos os participantes estarão apenas ouvindo a teleconferência durante a apresentação da Companhia. Após a apresentação, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas, quando instruções adicionais serão fornecidas. Caso algum dos senhores necessite de assistência durante a conferência, queiram, por favor, solicitar a ajuda de um operador digitando *0. Lembramos que os participantes do webcast poderão registrar antecipadamente no website perguntas a serem respondidas durante a sessão de perguntas e respostas. O replay desse evento estará disponível logo após seu encerramento por um período de uma semana.

Antes de prosseguir, gostaríamos de esclarecer que eventuais declarações que possam ser feitas durante essa teleconferência, relativas às perspectivas de negócios da Ultrapar, projeções e metas operacionais e financeiras, constituem-se em crenças e premissas da diretoria da Companhia, bem como em informações atualmente disponíveis. Considerações futuras não são garantias de desempenho. Elas envolvem riscos, incertezas e premissas, pois se referem a eventos futuros e, portanto, dependem de circunstâncias que podem ou não ocorrer. Investidores devem compreender que condições econômicas gerais, condições da indústria e outros fatores operacionais, podem afetar o desempenho futuro da Ultrapar e podem conduzir a resultados que diferem, materialmente, daqueles expressos em tais considerações futuras.

Agora, gostaríamos de passar a palavra ao **Sr. Federico Curado**, que dará início a teleconferência. Por favor, **Sr. Curado**, pode prosseguir.



SPEECH FRED CURADO

No 3º trimestre já sentimos uma recuperação da atividade econômica no País, com todos os Negócios apresentando bom desempenho operacional e financeiro. Nossos Negócios vêm demonstrando grande competência na gestão de suas operações durante a crise, tanto do ponto de vista da segurança de nossas pessoas quanto do atendimento aos clientes e consumidores.

No que tange às nossas pessoas, tivemos 744 casos confirmados desde o início da pandemia, dos quais 720 já se recuperaram e retornaram ao trabalho, com os demais cumprindo o período previsto de quarentena, nossos protocolos de segurança têm se mostrando muito eficazes e, à medida que a atividade econômica se recupera, nossos negócios têm tido muita agilidade em aproveitar as oportunidades, inclusive dando continuidade a investimentos que estavam suspensos até uma maior clareza do quadro econômico.

Tudo isso com a disciplina financeira de sempre, comprovada pelo nosso desempenho de caixa ao longo deste ano, permitindo-nos reduzir a alavancagem de nossa dívida em 14 bps no trimestre.

Comentando brevemente os Negócios, a Ultragas teve outro ótimo trimestre, recorde histórico, a propósito, com recuperação do volume nos clientes a granel (pequenas e médias empresas) e sustentação das margens em ambos segmentos – empresarial e domiciliar.

A Ipiranga também teve uma boa recuperação de volume e margens, e teria sido ainda melhor não fosse pelas margens do etanol, que seguem pressionadas.

A Extrafarma segue em seu processo de melhoria contínua, com um bom resultado trimestral, que é na verdade o melhor desde que adquirimos a Companhia, em 2014

A Oxiteno também teve um ótimo trimestre, com recuperação daqueles setores que mais tinham sofrido com a crise. Além disso, a empresa vem se beneficiando do câmbio desvalorizado, naturalmente, e vem conseguindo sustentar um nível saudável de margens

Por fim, a Ultracargo teve outro bom trimestre e vem acelerando os projetos da nova base no Pará no porto de Vila do Conde e de expansão em Itaqui, e todos esses dois projetos vão ter plenas capacidades disponíveis a partir de 2022.

Em suma, todos os negócios da Ultrapar tiveram um bom terceiro trimestre, após o impacto negativo da crise no 2º. Tri, confirmando a resiliência de nosso portfólio e a qualidade dos nossos negócios.

Quanto às iniciativas estratégicas, seguimos dedicados à análise dos ativos de refino que a Petrobras pretende vender, fizemos até um fato relevante sobre isso, bem como ao crescimento de nosso novo negócio – o Abastece Aí, o novo app está em pleno funcionamento, inclusive com carteira digital, e que já acumula 1,8 milhão de contas digitais ativas, que tem sido uma excelente recepção que nós temos tido da migração do antigo app para o novo com a abertura da conta digital.

Por fim, como vocês certamente acompanharam em nossos comunicados ao mercado, tivemos importantes movimentações em pessoal estratégico durante esse trimestre, com a eleição de Alexandre Saigh para nosso Conselho de Administração, a nomeação de Rodrigo Pizzinato para a posição de CFO e a contratação de Marcelo Bazzali para o comando da Extrafarma.

Alexandre Saigh vem agregar importante visão e experiência empresariais para nosso Conselho, além de reforçar a posição de nosso acionista de referência – a Ultra S.A. Dado que a entrada dele está inserida no acordo de acionista do Ultra SA.



Rodrigo é prata da casa está conosco a mais de 20 anos e tem profundo conhecimento dos diversos processos da área financeira. Este conhecimento, aliado à experiência que adquiriu como CEO da Extrafarma, lhe dá uma condição diferenciada para o exercício da nova função, uma ótima modificação para nós.

Por fim, o Bazzali é um executivo com extensa experiência e muito sucesso em gestão de varejo, e já vem demonstrando que será de grande valor para a consolidação do caminho de amadurecimento e rentabilidade da Extrafarma.

Bem, esse é o primeiro call de resultados com o Rodrigo na posição de CFO e ele começa bem, detalhando para vocês um trimestre com resultados muito bons

Agradeço e estarei disponível para a sessão de Q&A ao final.

SPEECH RODRIGO PIZZINATTO

Obrigado Fred e bom dia a todos!

É um prazer estar de volta à holding, onde eu comecei minha carreira 21 anos atrás como estagiário. Na holding, acompanhei desde o IPO do Ultra em 99 e passei meus primeiros 15 anos, na tesouraria, M&A, planejamento e RI. E como o Fred mencionou, passei meus últimos 6 anos na Extrafarma, tendo ficado nos últimos 2 anos como principal executivo do negócio, focado na revisão da estratégia e reversão de resultados. É muito bom este retorno e rever amigos e colegas e, sem mais delongas, vamos iniciar a apresentação de resultados do 3T da Ultrapar, passando ao slide 4.

Ultragas – Slide 4

Começando então pela Ultragas.

O volume vendido pela empresa no 3T20 foi 1% menor que o do 3T19, devido à redução de 2% no segmento envasado, que é consequência das menores vendas na região Sudeste. Em contrapartida, no segmento granel, o volume vendido cresceu 1%, com maiores vendas para indústrias e gases especiais, reflexo do processo de recuperação da economia brasileira, apesar da menor demanda de comércio e serviços, que são os segmentos mais afetados pela pandemia.

As despesas gerais, administrativas e de vendas da Ultragas se mantiveram estáveis em relação ao 3T19. Tivemos aumento principalmente na remuneração variável, o que está em linha com a progressão de resultados da companhia, e tivemos aumento também em consultorias para ganhos de eficiência operacional. Por outro lado, conseguimos obter diversas reduções com iniciativas para contenção de despesas, incluindo algumas reduções decorrentes da pandemia, como viagens.

Com isso, o EBITDA da Ultragas registrou um valor recorde de R\$ 222 milhões no trimestre, um aumento de 18% em relação ao mesmo trimestre do ano passado, devido ao melhor mix de vendas e à maior eficiência operacional.



Para os próximos períodos, a perspectiva é de patamares de resultado similares em relação ao ano anterior, lembrando que o quarto trimestre é sazonalmente mais fraco na Ultragaz

Ultracargo – Slide 5

Passando agora para o slide 5...

Vamos falar do 3T da Ultracargo. Como vocês podem observar no gráfico, a capacidade estática média atingiu 838 mil metros cúbicos, um crescimento de 11% em comparação ao 3T19, em função das expansões de capacidade de tancagem que fizemos em Santos e em Itaqui ao longo dos últimos 12 meses. O metro cúbico faturado aumentou 14% no período, devido à maior capacidade instalada que mencionei, à maior movimentação *spot* e de combustíveis e a novos contratos tanto para uso da tancagem existente quanto para as novas tancagens construídas nos últimos 12 meses.

A qualidade e a credibilidade dos serviços da Ultracargo permitem que boa parte da capacidade expandida seja vendida durante o período de investimento, antes mesmo de entrar em operação. Isso acelera o *ramp-up* da utilização dos tanques e a rentabilização desses investimentos, como podemos observar nesses resultados.

A receita líquida no 3º Tri da Ultracargo foi de R\$ 160 milhões, 18% superior ao 3T19, devido ao maior m³ faturado que eu já mencionei, além dos reajustes contratuais e da assinatura de novos contratos.

Custos e despesas combinados cresceram 2%, resultado dos aumentos de capacidade de tancagem em Santos e Itaqui e de maiores gastos com apólices de seguro e sistemas de informação para ganhos de produtividade. Importante destacar que, assim como observado no trimestre anterior, os custos e despesas por metro cúbico faturado apresentaram redução de 10% na comparação anual, evidenciando maior produtividade, efeito do ganho de escala e melhoria na operação.

O EBITDA da Ultracargo totalizou R\$ 78 milhões no trimestre. Excluindo despesas não recorrentes de R\$ 13 milhões registradas no 3T19, o aumento foi de 35%, tanto em razão do maior faturamento quanto da racionalização e diluição de custos e despesas. A margem EBITDA registrada no trimestre foi de 49%.

Para o trimestre em curso a expectativa é de manutenção do patamar de crescimento de resultados apresentado no 3T20.

Vale mencionar aqui as expansões de capacidade que estão em andamento em Vila do Conde, no Pará, e em Itaqui, no Maranhão. Essas expansões entrarão em operação ao longo dos próximos 18 meses, em um prazo menor que o planejado inicialmente, aumentando mais uma vez a escala com ganhos de produtividade da Ultracargo e, conseqüentemente, sua rentabilidade.



Oxiteno – Slide 6

Passando para o slide 6, para a Oxiteno, que teve mais um trimestre de ótimos resultados.

Começando pelo volume, a gente pode ver no gráfico que o volume vendido de especialidades no trimestre cresceu 8% em relação ao 3T de 19, resultado de maiores vendas para o segmento de higiene e beleza, setor que está diretamente ligado ao combate e prevenção ao covid. Também tivemos maiores exportações do Brasil, especialmente para a China, em função da maior retomada econômica naquele mercado. Além disso, as vendas da unidade dos Estados Unidos aumentaram 41%, fruto do *ramp-up* da planta, mesmo prejudicado em parte pela pandemia. O volume de *commodities*, por outro lado, apresentou redução de 13% nas vendas, em função da menor demanda para estes produtos no mercado. Em resumo, os setores beneficiados ou pouco afetados pela pandemia seguiram e seguem aquecidos, já os setores inicialmente prejudicados mostram uma recuperação nesses últimos meses.

Além do bom desempenho do volume, lembro que a desvalorização do Real tem efeito positivo sobre a receita e as margens da Oxiteno.

As despesas gerais, administrativas e de vendas aumentaram 20%, decorrente de três principais fatores: (i) maior volume de vendas impactando as despesas de frete e armazenagem, (ii) a desvalorização cambial, afetando despesas nas unidades no exterior (iii) e a maior remuneração variável, o que está em linha com o crescimento de resultados.

Com isso, o EBITDA da Oxiteno totalizou R\$ 169 milhões no trimestre, um belo crescimento de 110% em relação ao 3T19, reflexo do maior volume de vendas, do *ramp-up* da planta dos Estados Unidos e da desvalorização do Real.

Olhando para frente, apesar do quarto trimestre ser sazonalmente mais fraco, a tendência é de um patamar de volume e margens similares ao do 3T desse ano

Ipiranga – Slide 7

Passando para o slide 7, vamos falar um pouco sobre o 3º trimestre da Ipiranga.

O volume vendido reduziu 11% em relação ao 3T de 19, reflexo dos efeitos da pandemia, que impactaram de forma significativa o consumo de combustíveis. O ciclo Otto, como vocês podem ver no gráfico, foi o segmento mais afetado pelas medidas de restrição e pelo menor tráfego de veículos e apresentou queda de 17%. Já o diesel foi menos afetado, com redução de 5%. As quedas foram substancialmente menores que as do 2T20, confirmando a recuperação gradativa de circulação de veículos.



Encerramos o 3T20 com uma rede de 7.107 postos, uma adição bruta de 72 postos e depuração de 70 postos no trimestre. A Ipiranga tem focado seus investimentos na adição de postos com maior galonagem para crescer volume sem necessariamente crescer o número total de postos.

Neste trimestre, a volatilidade de preços nos derivados de petróleo e a retomada dos preços de etanol contribuíram para uma recuperação da margem da Ipiranga.

Em adição, as despesas gerais, administrativas e de vendas apresentaram redução de 12% em comparação ao 3T19, fruto das menores despesas com pessoal, provisão para inadimplência e frete, devido ao menor volume de vendas. Parte dessa redução é relacionada aos efeitos da pandemia, seja por contingenciamentos ou pelo efeito de queda no volume, e parte vem de iniciativas de redução de custos e despesas implementadas desde 2019.

A linha de outros resultados operacionais apresentou redução de R\$ 91 milhões ano contra ano. Essa diferença reflete o início do provisionamento de CBIOS, no valor de R\$ 66 milhões neste trimestre. Nesta mesma linha de outros operacionais, tivemos créditos extemporâneos de PIS/Cofins de R\$ 32 milhões no 3T de 19.

Assim, neste 3º trimestre, o EBITDA da Ipiranga totalizou R\$ 566 milhões, 17% menor que o 3T de 19, porém um avanço em relação ao 2º trimestre, demonstrando a recuperação que comentei anteriormente.

Queria também falar um pouco sobre o novo modelo de gestão e conceito de loja da AmPm, projetos que iniciamos em 2019 em duas etapas principais. A primeira delas, a revisão da loja física, desenvolvemos um novo layout que proporciona uma jornada mais fluída para o consumidor e mais espaço para consumo de produtos dentro das lojas, em um ambiente melhor e mais agradável. Na segunda etapa, revisamos o posicionamento da marca, explorando conceitos de proximidade e novos hábitos de consumo, com a revisão do mix de produtos e ampliação da oferta de *food service*, mercearia e produtos de higiene e beleza. Os testes iniciais deste novo modelo têm sido muito bons, muito promissores, com maior faturamento e melhores margens. Neste processo, identificamos 486 lojas que não se adequaram ao novo modelo de negócio e, adicionalmente, depuramos 81 lojas durante o trimestre em função da pandemia. Com isso, a AmPm encerrou o 3T20 com 1.778 lojas.

Olhando para frente, para o 4T de 20, a perspectiva na Ipiranga é de continuidade da recuperação gradual dos volumes, com margens comerciais relativamente estáveis em relação ao terceiro trimestre. Porém, até o momento, os aumentos de custos no quarto trimestre têm sido menores que aqueles que a gente observou no terceiro trimestre.

Extrafarma – Slide 8

Passando para o slide 8...



Falando agora da Extrafarma. Encerramos o trimestre com 408 lojas, uma rede 4% menor que a rede do 3T de 19, reflexo do processo de depuração e seletividade na expansão em andamento. A rede está praticamente estável em relação ao 2T20. Destaco também que 32% das lojas encontram-se em processo de maturação.

A receita bruta foi de R\$ 523 milhões, 3% inferior ao 3T19, devido principalmente ao menor número de lojas e ao menor fluxo de clientes em lojas de shoppings. Em contrapartida, as lojas em operação, excluindo as lojas em shopping, registraram aumento de 3% no faturamento de mesmas lojas, impulsionado pelo reajuste anual no preço de medicamentos e pela expansão das vendas por canais digitais. O lucro bruto atingiu R\$ 147 milhões, uma queda de 2% na comparação no ano contra ano, equivalente a uma margem bruta de 28,2%, 0,3 pontos percentuais maior que a do 3T de 19.

As despesas gerais, administrativas e de vendas reduziram 14% no trimestre, fruto do menor número de lojas e das iniciativas de contingenciamento, ganhos de produtividade e otimização logística.

Assim, o EBITDA totalizou R\$ 28 milhões no trimestre, que é o melhor resultado da Extrafarma desde a aquisição pelo Ultra em 2014 como o Fred já mencionou na abertura um crescimento de 52% em relação ao 3T de 19. Importante destacar que no 3T do ano passado registramos R\$ 15 milhões de créditos tributários extraordinários na Extrafarma. Se desconsiderarmos esse efeito, o EBITDA do 3T foi R\$ 25 milhões superior ao mesmo período de 19, em função das melhorias operacionais realizadas ao longo dos últimos trimestres, apesar dos impactos da pandemia.

Seguimos na Extrafarma com as perspectivas de melhoria operacional e jornada digital e, como consequência, mantemos a perspectiva de continuidade de forte crescimento dos resultados recorrentes em relação ao ano anterior.

Ultrapar – Slide 9

Passando para o slide 9, vamos apresentar agora os resultados consolidados da Ultrapar...

Nossa receita líquida no 3º trimestre foi de R\$ 21 bilhões, 11% inferior ao 3T de 19, principalmente em função da redução na receita da Ipiranga. O EBITDA totalizou R\$ 1.038 milhões no trimestre, 6% acima mesmo período de 2019, ou 5% excluindo os efeitos não recorrentes. Como apresentamos nos slides anteriores, alcançamos crescimento de EBITDA em todos os negócios, com exceção da Ipiranga, que foi mais afetada pelos efeitos da pandemia.

O lucro líquido foi de R\$ 277 milhões, 10% inferior ao 3T de 19, fruto principalmente dos maiores custos e despesas com depreciação e amortização, apesar do maior EBITDA neste trimestre.

O CAPEX foi de R\$ 1.004 milhões nos 9 primeiros meses de 2020, uma redução de 5% sobre os 9 meses do ano passado, fruto das iniciativas para contenção de caixa e da maior



seletividade na alocação de capital, ampliada da pandemia. Ainda assim, é um patamar de CAPEX que contempla expansão, mantendo a perspectiva de continuidade do crescimento dos nossos negócios.

Tivemos mais um trimestre de forte geração de caixa, atingindo a marca de R\$ 2 bilhões nos 9 meses de 2020, 22% acima do acumulado no mesmo período de 2019, consequência da evolução de nossa gestão do capital de giro e do maior EBITDA. Essa geração de caixa demonstra também nosso compromisso com a disciplina e solidez financeira, e a resiliência do nosso portfólio.

Perfil da dívida – Slide 10

E para concluir a apresentação, passando para o slide 10, o reflexo desta geração de caixa no período e do crescimento de EBITDA que eu acabei de apresentar permitiram encerrarmos o trimestre com uma alavancagem de 3,1x medida pela relação Dívida líquida/EBITDA dos últimos 12 meses, uma pequena redução se compararmos com a alavancagem do segundo e do primeiro trimestre deste ano, como vocês podem ver no gráfico.

Vale reforçar que, a partir do 1T deste ano, passamos a considerar os arrendamentos a pagar no cálculo da dívida líquida, decorrente do IFRS 16, o que também contribui para o aumento da alavancagem, apesar desses arrendamentos não serem dívidas bancárias.

O caixa encerrou o trimestre com uma posição de R\$ 9,8 bilhões, favorecida pela geração de caixa no período e pelas novas captações. Em julho anunciamos a emissão de US\$ 350 milhões em notas com *yield* de 5,25% ao ano por meio da reabertura das notas com vencimento em 2029. Como reflexo desse movimento, o prazo médio de amortização da nossa dívida passou de 4,4 anos no 2T para 4,8 anos no 3T de 20. Desses recursos, US\$ 220 milhões foram utilizados para pagamentos de dívidas bilaterais que possuíam *covenants* financeiros de alavancagem e cobertura de juros. Assim, a partir desse trimestre, não temos mais restrições relevantes de *covenants* financeiros em nossas dívidas.

Com isso, eu encerro a minha apresentação. Agradeço a atenção de vocês e podemos, agora, iniciar a sessão de perguntas e respostas.



Q&A – Questions and Answers

Operadora: Iniciaremos agora a sessão de perguntas e respostas, apenas para investidores e analistas. Caso haja alguma pergunta, por favor, digitem *1. Se a sua pergunta for respondida, você pode sair da fila digitando *2.

As perguntas serão atendidas na ordem em que forem recebidas. Solicitamos a gentileza de tirarem o fone do gancho ao efetuarem a pergunta. Desta forma, uma ótima qualidade de som será oferecida. Por favor, aguardem enquanto coletamos as perguntas.

Se você estiver participando via webcast, favor clicar em "pergunta ao palestrante" para enviar sua pergunta aos executivos da companhia. A sessão de perguntas e respostas encerrará ao meio-dia.

A primeira pergunta vem do senhor Luiz Carlos, da UBS. Por favor, pode prosseguir.

Luiz Carlos: Oi Fred, Rodrigo. Luiz Carvalho do UBS BB aqui. Obrigado pelo tempo. Tenho três perguntas rápidas. A primeira, Fred, você comentou – e acho que foi a pergunta que a gente fez no *conference call* do segundo tri – você comentou sobre a entrada do Saigh, do Pátria, obviamente, no acordo de acionistas da Ultra S/A. Eu queria entender como eventualmente esses movimentos contribuem para o processo de alocação de capital da companhia. Se você pudesse comentar um pouco sobre a estratégia desse *handoff* na Oxiteno, Extrafarma eventualmente Abastece Aí e como isso conversa com a alavancagem ainda perto de três vezes, você tinha mencionado que já não fazia mais sentido, por exemplo, ter 100% da Ipiranga ou talvez *business* que não façam sentido olhando num horizonte um pouco mais de longo prazo ou talvez travar valor aí pelo Abastece Aí. Eu queria que você comentasse sobre isso.

Segunda pergunta, ainda do ponto de vista de alocação de capital, a gente tem batido muito na tecla aqui dessas últimas duas privatizações que a Petrobras está fazendo no refino do gás natural, e acho que, de uma certa forma, existe um receio que vocês façam um *bid* para uma das refinarias da Petrobras sozinho. Então, eu queria entender também qual é a estratégia aqui, se, de fato, faria sentido entrar sozinho para uma unidade dessa ou com um parceiro. E se você pudesse comentar um pouco sobre a estratégia referente ao gás natural.

E, por último, em relação à Ipiranga, a gente viu uma dela recuperação de margem, mas ainda, quando a gente olha no volume *year-to-date*, a Ipiranga ainda está relativamente abaixo dos principais competidores e do, vamos chamar, do grupo de bandeira branca. Eu queria que vocês pudessem comentar um pouco sobre essa estratégia aqui, ajudaria. Obrigado.

Frederico Curado: Bom, obrigado aí, Luiz, pelas perguntas. Rodrigo, eu fico com as duas primeiras talvez, e a da Ipiranga você pega aí.



Bom, primeiro falando sobre a questão da entrada e da eleição do nosso novo conselheiro, do Alexandre, ele é um conselheiro em 11, então a função... na verdade, o Conselho de Administração é um colegiado cuja principal responsabilidade, ou uma das principais responsabilidades, é justamente a alocação de capital, definição da estratégia da companhia para conversar de governança. Então, é nesse contexto que ele ou qualquer outro conselheiro se insere. Então, essa não é uma empresa controlada, é uma empresa que tem capital difuso, mas nós temos aí um acionista de referência, a Ultra S/A, e que foi reforçado com esse ingresso de capital e também com o ingresso do próprio Alexandre.

Então, como conforme eu comentei na pergunta anterior, no *call* passado, eu vejo de maneira muito positiva essa entrada, não só pela experiência pessoal que ele traz, mas pela forma de entrada na companhia, é uma forma construtiva, em associação a um acionista de referência. Ou seja, [incompreensível - falha no áudio] estabilidade e continuidade às nossas iniciativas.

Bom, falando sobre a questão de estratégia e *portfólio*, a gente vem, o que nós traçamos aí já desde 2018, quer dizer, nós temos aí um esforço grande de recuperação de resultados, que eu acho que vem dando certo, evidentemente a pandemia nos pegou aí particularmente na questão de distribuição de combustíveis por conta de *lockdown* e mobilidade, e tudo isso tudo aí, claro, foi afetado, não só nós, mas o setor inteiro foi afetado, mas o portfólio, em geral, foi bastante *Covid resistant*, nesse sentido.

Nossa alocação de capital continua, inclusive os níveis de investimento são semelhantes ao do ano passado, nós não estamos deixando de investir no nosso negócio, pelo contrário, estamos mantendo, mas nós fizemos acho que de maneira mais importante a estratégia de investimento na Extrafarma e ela deve sair de uma expansão acelerada e distribuir como nós vínhamos fazendo até 2018, nós alteramos isso daí para uma visão de realmente maturação da rede, condensamento da nossa presença em praças onde podemos fazer mais diferença e apostando bastante no multicanal aí, nós temos investimento na parte digital, que começa a dar resultados já a partir deste ano, mas ano que vem talvez de maneira até um pouco mais relevante.

Em termos de Oxiten, não temos nenhuma grande expansão, nós temos aí ainda capacidade escondida, a planta americana ainda está com espaço para crescer mais, melhorar sua produtividade, melhorar sua ocupação, mais ou menos a continuidade daquilo que a gente vem falando.

E diversificação nessa [incompreensível – falha no áudio] ... olha, deixa eu fazer só um comentário: eu não me recorro de ter falado que achava que a Ipiranga a gente não devia ter 100% da Ipiranga. Talvez eu tenha comentado em alguma ocasião de a gente ter flexibilidade futura de contemplar a sociedade no nosso negócio de uma maneira, eu diria, absolutamente hipotética e teórica, mas não temos. Deixa eu afastar aqui qualquer conversa, pensamento ou ação no sentido de nós termos aí... estamos deixando um sócio para a Ipiranga. Isso, de fato, não existe, tá?



Dito isso, em relação ao refino em particular, nós veríamos como uma coisa positiva até o que o Mário fez, nós buscamos algum tipo de parceria, particularmente um parceiro estratégico para vir conosco no *bid*, mas colocado lá diretamente por nós.

Mas vamos lembrar o seguinte: entre as assinaturas – se nós formos vitoriosos, – e a confirmação do negócio, tem um prazo. Então, essa possibilidade ela existe, eu diria até que seria uma coisa... nós veríamos como desejável, mas nós não estamos condicionando a nossa participação nesse processo à termos um sócio. A gente acha que é algo desejável, mas nós certamente temos estratégias para fazer de maneira independente, de fazer de maneira autônoma e achamos que a gente tem a capacidade [incompreensível – falha no áudio] necessário. Então, esse é o nosso posicionamento bastante claro.

Sobre gás, naturalmente, finalmente, nós estamos em fase de estudos bastante preliminar, estamos analisando a cadeia de valor, analisando com dedicação, não é de uma forma superficial, mas não temos nenhuma conclusão se e quando entrar no setor, em que elo da cadeia. Também é um assunto que está na pauta dos desenvolvimentos e estratégias [incompreensível – falha no áudio], estamos analisando isso daí.

Bom, Ipiranga, a parte de volume, aí, Rodrigo, eu acho que você pode até falar melhor do que eu sobre isso.

Rodrigo Pizzinatto: Está bom, Fred. Oi Luiz, obrigado aí pelas perguntas. Bem, como vocês podem acompanhar aí pelas [incompreensível – falha no áudio] de mercado, o mês de abril foi o pior mês nos efeitos da pandemia sobre a circulação de veículos e, por consequência, sobre os volumes da Ipiranga, e, desde então, a gente vem acompanhando uma recuperação gradativa do volume de vendas da Ipiranga em todos os combustíveis, e onde a gente tem focado é na defesa da nossa rede bandeirada e a gente teve uma perda de participação nos mercados que têm margens menores, que são os mercados de madeira branca, a venda para postos bandeira branca, e também no TRR.

Então, esses são os maiores efeitos que a gente teve nos volumes da nossa participação e esse mercado tem uma característica aí forte e a gente tem que continuar acompanhando e tendo oportunidade de ter boas margens nesses mercados a gente também vai atuar.

Luiz Carlos: Está certo, Fred e Rodrigo. Super obrigado aí.

Operadora: Lembramos aos participantes para limitarem a duas perguntas por vezes.

Nossa próxima pergunta vem do senhor Tiago Duarte, do BTG Pactual.

Tiago Duarte: Olá, bom dia a todos. Obrigado pela oportunidade. Bom dia, Frederico, bom dia Rodrigo. Então, eu vou me limitar aqui às duas perguntas. Duas perguntas em Ipiranga.

A primeira é sobre esse custo que vocês *bookaram* aí de R\$66 milhões aproximadamente referentes ao CBIO. Se vocês puderem só lhe explicar um pouco melhor para a gente como



é que isso está se dando do ponto de vista de... eu entendo que uma parte disso pelo menos é como se fosse uma provisão em cima dos 2,9 milhões CBIOS que vocês têm que comprar esse ano pela meta lá definida na ANP. Então, só para entender, como esse é o primeiro trimestre, eu imagino que esses 66 milhões referem-se a, vamos dizer assim, três trimestres dos quatro trimestres do ano que vocês têm que, vamos dizer assim, provisionar.

Então, só para entender se esse raciocínio ele está correto, quer dizer, quase que independentemente da quantidade de CBIOS que vocês já compraram, se esses 66 milhões referem-se aos primeiros nove meses e aí deve ter mais um *tranche* referente ao último trimestre do ano. Só para eu entender como é que a gente deve ver isso aí influenciando no resultado da Ipiranga ao longo provavelmente do quarto tri e nos anos seguintes.

A segunda pergunta é com relação ao processo, primeiro, de depuração da rede, da rede de postos. Vocês abriram lá o número de 72 postos adicionados, 70 postos perdidos. Só para entender se vocês entendem que esse processo... vocês sempre falam que ele é um processo contínuo, mas só para entender se esse processo de depuração mais acelerado, que nós vimos nos últimos trimestres, ele está perto do fim ou ainda não. Só para a gente entender quando que a gente deveria começar a enxergar uma reaceleração da adição líquida de postos. Essa seria a primeira parte.

A segunda parte da depuração na AMPM, esses 24% das lojas que vocês tiraram da rede, só para entender como é que a gente deveria ler isso para frente no sentido de mudança no modelo ou mesmo como é que isso deveria impactar a rentabilidade do negócio e da própria Holding da Ultrapar. Obrigado.

Rodrigo Pizzinato: Oi, Tiago, vou pegar aqui suas perguntas e, começando pelo CBIOS, esse é o primeiro ano que a gente tem de operação nesse mercado e, dentro desse primeiro ano, as metas inclusive acabaram de ser definidas para o ano de 2020 em função da revisão feita pelo processo de pandemia. E a negociação, a definição do preço de CBIOS acontece em mercado aberto e o preço não é linear, o preço varia, como vocês podem acompanhar.

O que a gente registrou, que é esses 66 milhões nesse terceiro trimestre, é grande parte da necessidade do que a gente tinha para comprar nesse período. A gente tem, nesse valor, um pouco menos da metade do que a gente tem para a exigência do ano de 2020, só que eu não vou entrar em mais detalhes porque isso faz parte da estratégia da Ipiranga, inclusive de compra desses CBIOS. O que eu posso te falar é que esse valor representa um pouco menos da metade do total que a gente tem que comprar para o ano. A grande parte, o volume de CBIOS, a gente já comprou para o ano e a gente registrou nesse trimestre um pouco menos da metade dele, e a diferença vai ser registrada no quarto trimestre.

Sobre a segunda pergunta, da rede adicionada, como a gente vem comunicando a vocês, a entrada desses novos postos eles entram com uma galonagem maior do que dos postos que estão saindo. Então, a gente está depurando os postos com menor galonagem e aumentando os postos com maior galonagem, então isso tem um ganho de *throughput* na rede da Ipiranga.



E, olhando um pouco mais para frente, o foco de postos não é quantidade e, sim, o volume que eles trazem. Então, a gente não vê nenhuma grande oscilação olhando para a frente. Essa é uma oscilação natural, um *churn* natural da rede.

E, pensando em AMPM, a depuração está terminada, a gente fez, como a gente destacou tanto no [palavra dúbia – ANIS] como na apresentação, uma revisão do modelo tanto de gestão como de operação e de lojas da AMPM, esse modelo a gente fez os testes iniciais e os resultados têm sido muito positivos, está trazendo faturamento adicional, muito relacionado ao *food service*, e quando a gente olhou para a nossa rede a gente identificou essas lojas que não se adéquam a esse novo modelo e a gente já está fazendo a limpeza da rede de uma vez só toda ela nesse terceiro trimestre.

E olhando para frente, similar à questão dos postos, não temos nenhuma grande mudança, a não ser o processo de depuração natural da rede.

Frederico Curado: Rodrigo, só para complementar essa da AMPM, só para complementar que é isso o que o Rodrigo falou, mas o que a gente pretende fazer é aumentar a penetração na rede, quer dizer, há espaço aí para aumentar a porcentagem de postos que tenham AMPM. Só para complementar.

Tiago Duarte: Perfeito. Eu só queria fazer um *follow-up* na parte dos postos. Tem um número que vocês divulgaram esporadicamente para a gente no *call*, que seria como se fosse o *backlog* de postos que já estão contratados, mas ainda não estão operando, não estão ativos. No começo do ano, esse número rodava na casa de 2%, se eu não estiver enganado, quando a gente conversou no *call* do primeiro tri.

Eu não sei se vocês têm esse número só para a gente imaginar o que vocês têm de postos que já deveriam naturalmente entrar na tua base de postos ativos nos próximos meses.

Rodrigo Pizzinatto: Em torno de 100 postos, Tiago.

Tiago Duarte: Perfeito. Obrigado, Rodrigo.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do senhor Christian Audi, do Santander.

Cristian Audi: Obrigado. Bom dia, Fred e Rodrigo. Rodrigo, boa sorte aí com as novas responsabilidades como CFO.

Eu tinha uma pergunta para cada um de vocês. Fred, no lado de portfólio, dá só para você esclarecer onde que está o processo... eu sei que vocês fizeram um *bidding offer* com relação à Repar que a Petrobras anunciou, mas que não finalizou ainda. Como é que está o *timing* disso? Na tua cabeça, é algo que vem a ser finalizado esse ano ou é mais para ano que vem?



E com relação à Oxiteno, a Oxiteno é um ativo que se provou aí super resiliente, principalmente durante essa época de Covid, mas é um ativo que requer muito capital e vocês já investiram muito capital nesse *business* no passado. Então, só queria ver como é que está a sua cabeça dada essa dinâmica que, de um lado, é um *business* resiliente que você gostaria de manter no portfólio, mas, de outro lado, é um *business* que requer muito capital.

E daí, Rodrigo, acho que olhando para a frente, outubro, novembro, você comentou como as condições de mercado estão melhorando, mas eu só queria ter a tua visão sobre o quarto tri no sentido de que provavelmente vai ser um tri atípico, Rodrigo, no sentido que dezembro, no passado, era um mês onde as coisas vão um pouco mais devagar, as fábricas, por causa de férias, parando temporariamente, mas com o Covid talvez isso não vai acontecer.

Então, você acha que a gente poderia ter aí uma surpresa mais positiva no sentido de o quarto tri, que sazonalmente é mais fraco, talvez não seja necessariamente nesse sentido esse ano? Obrigado.

Frederico Curado: Oi, Christian, tudo bem? Obrigado pela tua pergunta. Bom, sobre portfólio, sobre a questão lá de [incompreensível – falha no áudio], a avaliação da Petrobras do refino, eu temo que eu não posso comentar muito pela questão de confidencialidade. Nós fizemos um fato relevante aí até espelhando o que a Petrobras emitiu e evidentemente é conhecimento público que nós estamos na fase final para isso aí, mas eu não tenho como comentar aqui prazos, a não ser que evidentemente com o processo da pandemia tornou o processo um pouco mais lento.

Como eu falei também, não é um processo assim que entre [incompreensível – falha no áudio] e o *closing* é um trabalho grande aí do próprio *carve-out* que a Petrobras teria que fazer dos seus ativos. Quer dizer, não é uma coisa para curtíssimo prazo, é projeto de mais de médio e longo prazo. Isso não mudou, é desde o começo.

Então, eu te peço desculpa, mas eu não posso comentar nada mais específico do que isso sob pena aí de cruzar a linha de confidencialidade dado o processo, tá.

Sobre a Oxiteno, claramente você tem toda razão, quer dizer, é uma companhia que tem um capital integrado bastante grande, e a gente tem se esforçado aí nos últimos anos no sentido de justamente de dar mais retorno a esse capital investido. Ela teve grandes expansões nos últimos anos, projetos na Bahia, projeto de expansão em Mauá, e particularmente esse projeto [incompreensível – falha no áudio], então o foco, a gente brinca internamente que o nosso foco na Oxiteno são três focos fundamentais: execução, execução e execução. E eles têm feito isso aí de maneira bastante competente, então os resultados aí eu acho não estão indo pela liberalidade, estão indo em função justamente do foco em melhorar a rentabilidade do ativo e [incompreensível – falha no áudio] com uma gama enorme de ações para isso, antes de a gente pensar em um novo ciclo de investimentos.

Você pega o quarto tri aí, Rodrigo?



Rodrigo Pizzinatto: Eu falo aqui no quarto tri. Christian, tudo bem? Obrigado pela mensagem.

E, antes de começar a falar do quarto tri, só olhando um pouco para trás, a pandemia provocou desbalanceamentos aí na economia, como vocês estão acompanhando em diversos setores: setores que estão vindo mais fortes, setores que estão muito impactados. Então, a gente olha para os nossos negócios e a gente vê a indústria, por exemplo, afetando positivamente os volumes da Oxiteno, afetando positivamente o granel na Ultragas e também o volume de Diesel na Ipiranga, que teve uma queda substancialmente inferior ao que teve no ciclo Otto.

Quando a gente olha um pouco para frente, para o quarto trimestre, é difícil antecipar os efeitos que a sazonalidade vai ter que são típicas do quarto trimestre em função desses desbalanceamentos, mas a gente continua a ver o volume se recuperando gradativamente no nível da Ipiranga e um volume forte na Ultragas, puxado pela indústria, e granel também em recuperação e crescimento na Ultragas.

Christian Audi: Ok, obrigado.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do senhor Regis Cardoso, do Credit Suisse.

Regis Cardoso: Oi, Fred, Rodrigo. Bom dia e obrigado pelas perguntas. Rodrigo, bem-vindo aí, desejo muito sucesso na nova posição. Eu tenho duas perguntas aqui do meu lado. As duas voltadas mais para entender a recorrência desse resultado, que foi bastante bom.

Uma das coisas que chamou bastante a atenção foi o nível de despesas, tanto de vendas quanto de G&A. O G&A, em particular, já tinha caído bastante no segundo tri e agora do terceiro para o segundo ele aumentou um bocado, mas está ainda bastante abaixo do que era um ano antes, no ano anterior, e eu estou pensando, sobretudo na Ipiranga, quando eu faço a pergunta, mas eu acho que é verdade para o consolidado da Ultrapar como um todo.

Então, a pergunta em geral é a seguinte: nesse nível de despesas que a gente viu no terceiro tri, ele ainda se beneficia de contingenciamento de despesas e, portanto, essas despesas devem voltar para os períodos futuros, ou se não, se vocês já acreditam que esse é um nível recorrente? Na Ipiranga, em particular, se vocês puderem comentar também, me parece que houve uma reversão de PDD, que talvez tenha ajudado lá despesa de vendas.

E aí, os outros duas tópicos, ainda sobre a recorrência do resultado, se vocês puderem comentar sobre os efeitos de estoque no trimestre se eles contribuíram para o resultado da Ipiranga e o quanto o *zero cost collar* tem impactado negativamente a Oxiteno. Quer dizer, para o próximo ano, quando este instrumento vencer, seria de se esperar um EBITDA ainda mais alto na Oxiteno, eu imagino. São essas perguntas, obrigado.

Rodrigo Pizzinatto: Oi, Regis, eu vou pegar aqui as suas perguntas. Obrigado também pela mensagem.



E, falando sobre o nível de despesas do SG&A em geral, a gente tem acho que quatro principais fatores para essa redução: um fator é o efeito de volume, quando o volume está abaixo do período anterior (e isso é mais pronunciado na Ipiranga), as despesas ela dá volume, principalmente frete, elas caem e, à medida que você recupera o volume de vendas, essa despesa se recupera junto, então uma parte varia junto com a variação do faturamento e das vendas; uma parte é em função do próprio crescimento de resultados, como a gente destacou, principalmente na Oxiteno, na Ultragas, um maior provisionamento para a PLR, para o bônus em função do crescimento de resultados que a gente vem acompanhando na companhia. Isso depende da perspectiva de continuar esse crescimento acontecendo no ano que vem. Se eu continuar tendo crescimentos consequentes, a gente vai ter a continuidade da maior remuneração variável; um terceiro efeito é o efeito de contingenciamento em função da pandemia. Esse também afeta o resultado, ele tem um efeito temporal, uma vez que o contingenciamento vai diminuindo, a despesa aumenta com ele. Você tem uma parte que é, sim, temporal, mas tem uma parte o que é estrutural, que é fruto das otimizações. E a Ipiranga, o Marcelo falou bastante disso também no Ultra Day, a Ipiranga vem trabalhando numa redução estrutural do seu patamar de despesas, e uma parte dessa redução reflete esse processo.

Sobre o PDD, que foi a sua pergunta específica na Ipiranga, eu acho que aí tem uma boa notícia nesse terceiro trimestre, que é a gente volta... estava preocupado com os efeitos que poderiam ter na pandemia, a Ipiranga foi rápida, ela apoiou a sua rede de revendedor e aí vai desde antecipação de crédito de vendas pelo aplicativo do Abastece Aí, a postergação de pagamento de aluguel, pagamento de financiamento e também suspensão temporária de algumas cláusulas de performance de volume em contratos com os seus revendedores.

Isso está se refletindo nessa boa notícia no terceiro trimestre, que é a inadimplência voltando aos seus patamares regulares. Então, essa também acho que é uma boa notícia, mas ela afeta nesse terceiro trimestre porque tem essa reversão que aconteceu.

E falando sobre estoques na Ipiranga, o que a gente teve nesse terceiro trimestre, e vocês acompanharam, foram os aumentos de preços pela Petrobras, que afetou positivamente, teve um efeito positivo no resultado da Ipiranga. E se a gente somar o efeito de ganho de estoque, com o efeito de importação, com o efeito de CBIO, a gente está falando, dessa combinação destes três fatores, de um efeito positivo em torno de R\$100 milhões no terceiro trimestre.

E sobre o efeito do *zero cost collar* que você também perguntou na Oxiteno, nesse terceiro trimestre ele afetou negativamente em torno de R\$100 milhões o EBITDA, o resultado da Oxiteno.

Regis Cardoso: Está ótimo, muito claro. Obrigado, pessoal. Bom dia.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do senhor André Hachem, do Itaú.

André Hachem: Obrigado por pegar minhas perguntas. Tenho duas perguntas aqui bem simples. Fred, completou agora mês passado três anos desde que assumiu a presidência da



Ultrapar. Na sua gestão, acho que essa pergunta veio não num dos momentos mais críticos, mas num momento de bastante *turn around* na empresa, pegou a Ipiranga talvez tendo um momento muito mais adverso pela greve dos caminhoneiros, depois o Covid, teve um momento bem desafiado com uma base. Na sua gestão também você já teve até agora uma mudança bem grande, um *turnover* bem grande em todos os níveis de diretores, ou seja, um processo de sucessão que você vem conduzindo nos últimos provavelmente três anos.

Você poderia comentar um pouquinho como que a Ultrapar, dos três anos atrás de quando você assumiu, é diferente da Ultrapar que você vê hoje?

E agora perguntando para o Rodrigo especificamente, como que vocês vêm os novos desafios? Imagino que, indo para a frente, muito da história da Ultrapar vai ser novas aquisições, que a gente pensa no mercado e nas refinarias. Como que você vem isso em termos de financiamento, como que você vê isso em termos de mercado de capital, como que você pretende acessar o mercado?

Então, discutir um pouquinho o quê que você acha que mudou nesses últimos três anos tanto num contexto de todas as suas ações que houve aí dentro do grupo e também como que vocês vêm os desafios para os próximos três anos talvez?

Frederico Curado: Uma pergunta bem simples, como você falou, né, André? Mas, assim, bom, não, de fato, foram três anos bem intensos, vêm sendo bem intensos, com um dos focos justamente na questão da renovação natural da diretoria da Ultrapar, renovação essa por um motivo muito simples, quer dizer, já havia seis pessoas que a diretoria tinha há um tempo, tem um *tenure*, tinha um tempo na função bastante longo, e até a questão de idade inclusive,

Então, é um processo bem ao estilo da cultura do Grupo Ultra, de maneira planejada, respeitando tranquilo as fases, e eu tenho até a alegria de dizer que quando eu entrei eu era acho que o segundo ou o terceiro cara mais novo da diretoria, hoje eu sou acho que o mais velho, a idade média vem baixando, pelo menos um dos dois mais velhos da diretoria. Então, tem sido bastante positivo.

O grupo tem valores muito bons, muitos sólidos, valores de negócio, valores de comportamento, de integridade (aliás, um dos motivos pelos quais eu fui também), consegue atrair pessoas de muito bom nível graças a isso também.

O que nós temos buscado realmente é dar mais dinâmica aos negócios, dar mais agilidade, um modelo de negócio que privilegia a autonomia e *accountability* dos CEOs dos negócios. Quer dizer, não é por acaso que nós não chamamos mais os líderes dos negócios de diretores e superintendentes, é um cargo até acho que antigo e inadequado até eu diria, não refletindo o que se espera de um presidente de uma empresa. Então, hoje nós temos presidentes, presidente da Ipiranga, presidente da Extrafarma, presidente da Oxiteno, diretores e superintendentes como se fossem líderes de negócios.



Então, eu acho que esse modelo de negócio de mais responsabilidade e mais *accountability* para os negócios, crescimento, responsabilidade pelo desenvolvimento das equipes e dos negócios acaba formando aí uma... amplificando, a meu ver, o poder da gestão, o poder de geração de valor do que um grupo pequeno na Ultrapar, na Holding Ultrapar, tentando tocar todos os instrumentos ao mesmo tempo.

Então, eu acho que é muito mais fácil tentar organizar uma orquestra, mais fácil não é, mas é muito mais promissor tentar organizar uma orquestra que possa tocar afinada, mas com cada instrumento delegado para o seu respectivo músico.

É claro que eu acho que a grande responsabilidade nossa como diretoria e Conselho de Administração da companhia é a alocação de capital. Então, nós temos aí eu acho que duas fases, uma fase um pouco de recuperação de resultado e eventuais talvez algumas poucas correções de rumo, e preparação para realmente para um ciclo diferente.

Nós temos aí, claro, um projeto importantíssimo de grande vulto, que é a eventual entrada no refino, a gente vê isso como uma oportunidade talvez que aparece muito raramente, temos uma sinergia bastante grande dentro do setor de *downstream* com a Ipiranga, com a Ultragas, com a própria Ultracargo. Então, eu acho que o grande desafio que nós temos é justamente identificar essas oportunidades, ter competência e capacidade para aproveitar essas oportunidades e evidentemente depois de execução também.

Então, é uma maneira bastante sintética, eu acho que essa é um pouco a visão, e, de fato, os três anos, eu nem me lembrava direito, mas já passaram voando realmente.

André Hachem: Perfeito, muito obrigado, Fred.

Rodrigo Pizzinatto: Acho que só faltou a resposta da pergunta sobre a alavancagem, André. Bem, como você tem dito nos últimos trimestres, a gente tem conseguido reduzir a alavancagem apesar do nosso EBITDA ter sido mais fraco no segundo trimestre, nossos negócios estão gerando caixa, geraram um bom caixa, que permitiu, apesar desse EBITDA mais fraco, a redução da alavancagem, e isso aumenta a nossa capacidade de nos financiar uma aquisição eventual com o nosso próprio balanço.

Tendo alguma boa oportunidade de investimento, que a gente tenha visibilidade de desalavancagem rápida, a gente vai decidir, mas sempre avaliando o retorno rápido com uma base recorrente de alavancagem mais confortável, e a gente acha que o nível que está atual ele preciso estar abaixo disso para um nível confortável.

E lembrando também, que a gente já falou, a gente não tem a obrigação de manter todos os nossos negócios com 100% do controle, e, se tiver uma boa oportunidade de investimento que para ser viabilizada necessite de uma avaliação como essa, a gente vai fazer também. Essas coisas estão em processo de avaliação.

André Hachem: Perfeito, Rodrigo, super claro. Muito obrigado pelas respostas.



Operadora: Nossa próxima pergunta vem da Senhora Fernanda Cunha, do Citibank.

Operadora: Nossa próxima pergunta vem do senhor Bruno Montanari, Morgan Stanley. Por favor, pode prosseguir.

Bruno Montanari: Boa tarde, obrigado por pegar minhas perguntas. A maior parte já foi respondida, mas tenho mais duas aqui.

Vocês poderiam comentar um pouco como está o seu *book* de importação de combustível hoje pensando em preço de Petrobras, câmbio? O quê que vocês têm na cabeça aí para os próximos meses e trimestres?

E uma pergunta específica de Extrafarma, eu queria entender, assim, a gente está vendo agora as margens num patamar maior, entre 5 e 6%, se esse é o nível mais normal, esperado, ou qual que seria o potencial de margem para o *business* das farmácias na nova estrutura e, se você atingindo esse nível, faria sentido avançar com uma potencial venda parcial ou integral desse negócio específico? Obrigado.

Rodrigo Pizzinatto: Eu acho que eu pego essa primeira pergunta e deixo a segunda para o Fred.

Bem, a gente tem mantido aí um nível recorrente de importações na Ipiranga, que é em torno de 15 a 20% da nossa necessidade, e a janela nesse momento está um pouco mais apertada. Então, essas oscilações são naturais, essas janelas abrem e se diminuem ao longo do tempo. Nesse momento, as janelas estão um pouco mais apertadas.

E eu passo aqui para o Fred para a segunda pergunta.

Frederico Curado: O nosso foco vem sendo [incompreensível – falha no áudio], isso aí o Rodrigo era o grande líder desse processo desde 2018 quando ele assumiu a companhia, a gente vem trabalhando juntos no sentido de realmente trazer essa companhia para um patamar de rentabilidade e geração de caixa diferente de onde nós estávamos, isso aí passou muito pela questão da reversão da estratégia, uma reversão de fato, mas também passou por um processo de gestão mesmo, eu diria que, não vou dizer que [incompreensível – falha no áudio] completo, mas é algo quase nessa linha.

Esse processo não está acho que totalmente encerrado, nós precisamos continuar, como o Rodrigo falou, temos acho que 30%, se eu não estou enganado, da rede ainda em processo de maturação, nós temos um CD que vai ser inaugurado agora no final do ano/começo do ano que vem lá no Norte. Quer dizer, temos tarefas ainda de recuperação e rentabilidade, então temos espaço para expansão, sim, das margens, e a grande alavanca de crescimento que esse negócio tem, no nosso ponto de vista, vai ser a via digital.

O foco tem sido esse: a formação também da equipe. A equipe hoje é uma equipe bastante mais forte, a vinda do Basali é uma ótima também adição para a nossa equipe,



ele tem muita experiência em varejo, acaba somando aí com a nossa, enfim, capacidade empresarial com a específica de varejo que ele traz.

Evidentemente, em termos de controle societário, é uma coisa que nós estamos, como empresa que nós somos de estrutura de um portfólio de negócios, está constantemente olhando aí oportunidades, tendências e etc. e tal, mas o foco realmente é continuar nessa trajetória de recuperação de resultados e geração de caixa.

Bruno Montanari: Muito obrigado.

Operadora: Encerramos neste momento a sessão de perguntas e respostas. Gostaria de passar a palavra ao senhor Rodrigo Pizzinato para as últimas considerações. Por favor, pode prosseguir com suas últimas confederações.

Rodrigo Pizzinato: Bem, obrigado a todos aí pela atenção e pelas perguntas e aguardo vocês para a divulgação do quarto trimestre no ano que vem. Até a próxima, pessoal. Um abraço.

Operadora: Obrigada. A teleconferência dos resultados da Ultrapar está encerrada. Por favor, desconecta em suas linhas agora.