



**Local Conference Call
TUPY S/A
Resultados do Primeiro Trimestre de 2020
30 de junho de 2020**

Operadora: Bom dia, muito obrigada por aguardarem. Sejam todos bem-vindos à teleconferência de apresentação de resultados do primeiro trimestre de 2020 da Tupy.

Todos os participantes estão conectados apenas como ouvintes e mais tarde será aberta a sessão de perguntas e respostas, quando serão dadas as instruções para os senhores participarem. Caso seja necessária a ajuda de um operador durante a teleconferência, basta digitar “asterisco, zero”. Esta teleconferência está sendo gravada.

A Companhia gostaria de lembrá-los que este evento também está sendo transmitido simultaneamente pela internet, via webcast, podendo ser acessado no endereço www.tupy.com.br/ri, onde se encontra disponível a respectiva apresentação. A seleção dos slides será controlada pelos senhores.

A companhia esclarece que eventuais declarações feitas durante esta teleconferência sobre as perspectivas, projeções ou metas operacionais e financeiras, relativas aos negócios da Tupy, são previsões baseadas nas expectativas da administração em relação ao futuro da empresa. Estas expectativas são altamente dependentes das condições dos mercados nacional e internacional, do desempenho econômico geral do país e do setor, portanto, estão sujeitas a mudanças.

Conosco hoje estão os Sres. Fernando Cestari de Rizzo, CEO da Companhia, e Thiago Struminski, CFO.

Sr. Fernando, por favor, pode prosseguir.

Sr. Fernando de Rizzo: Bom dia e obrigado a todos pela presença.

Eu espero que vocês e suas famílias estejam com saúde e seguros, ainda mais neste momento de pandemia, e sobre o qual também falaremos hoje. Mas, antes, eu quero explicar brevemente sobre o primeiro trimestre de 2020 e como conseguimos evoluir em nossas iniciativas mesmo diante do cenário atual.

Já no slide 2, eu gostaria de destacar que a Tupy tem passado por um processo de transformação e, a cada trimestre, temos observado a evolução dos efeitos



positivos da combinação das diversas iniciativas adotadas a fim de tornar a companhia cada vez mais competitiva. 2020 começou com um excelente desempenho operacional e, mesmo diante do impacto da COVID-19 no final do trimestre, nós conseguimos observar avanços significativos, tanto no Brasil quanto no México.

Nós continuamos a observar uma ampla renovação da nossa carteira de produtos, que nós que medimos pelo crescimento de produtos em CGI, que já compõem 23% das nossas vendas físicas, e de serviços de usinagem e/ou montagem, que estiveram em 25% dos produtos entregues. Esse aumento, frente ao mesmo período do ano anterior, é reflexo dos nossos investimentos em Pesquisa e Desenvolvimento e do nosso relacionamento de longo prazo com os clientes, o que nos permite, gradativamente, avançar na cadeia de valor, oferecendo serviços que habilitam os nossos clientes a se concentrarem nos desafios específicos dos seus negócios.

Essa é uma estratégia comercial importante para a Tupy e que tem contribuído para nosso o desempenho e será ainda mais relevante nos próximos anos.

Do ponto de vista operacional, a busca por redução de custos e flexibilidade tem sido alicerçada pela adoção de novas tecnologias de automação e inteligência artificial, o que nos leva a um processo de decisão mais ágil e inovador, alcançando um patamar mais elevado de eficiência operacional. A transformação pela qual os processos de compras têm passado também tem contribuído de modo significativo para a redução de custos, desenvolvimento e mitigação de riscos com fornecedores.

Eu estou citando área de compras, mas a transformação que está em curso na Tupy envolve todo o negócio. Nós contamos com uma liderança renovada, que compreende os fundamentos e o propósito da companhia.

Nós também tivemos sucesso na implementação de nossos anéis de defesa, que é um conjunto amplo de ações pré-definidas para reduzir custos e preservar o caixa da companhia em períodos de redução da demanda. Então, este conjunto de ações elas ficam guardadas e nós ficamos monitorando indicadores de mercado e, se nós virmos os indicadores modificarem, nós imediatamente acionamos, evitando e cortando bastante tempo de decisão e trazendo muito mais rapidez ao negócio.

Nesse trimestre, eu quero chamar a atenção para o fato de que, apesar da queda de 24% dos volumes, o nosso EBITDA ajustado cresceu 20%, superior à valorização do dólar no período e aos custos fixos que nós absorvemos. Nós pudemos observar o Brasil bem e excelente reação do México. Esse é o início da extração de valor da carteira de produtos mais sofisticada que estamos entregando aos nossos clientes desde o início de 2019.

E com relação à alocação de capital, nós continuamos com a estratégia de realizar investimentos seletivos, que agregarão valor ao nosso negócio, ao mesmo tempo que buscamos oportunidades para ganhar ainda mais eficiência na gestão do nosso capital de giro.

Indo para o slide 3, eu gostaria de destacar que, por contarmos com clientes em diversas regiões, nós começamos a observar alguns movimentos e impactos relacionados à COVID-19 já no início de fevereiro, e, diante disso, ainda em fevereiro, nós reunimos o nosso Comitê de Crise e contratamos um médico infectologista para atuar como consultor em nosso plano de ação a fim de priorizar a saúde e segurança das pessoas e também do negócio, preservando a posição financeira sólida da companhia e o abastecimento dos nossos clientes.

Ter um mapa de riscos prévio e claro nos permitiu agir com maior antecedência e agilidade e muitas vezes nos antecipando às orientações das autoridades. Nós fomos uma das primeiras empresas a suspender suas operações no país e, assim, preservamos a saúde física e psicológica dos nossos funcionários e suas famílias num momento bastante crítico, e isso nos permitiu aproveitar para adequar a nossa estrutura, tanto do ponto de vista de demanda e estoque, quanto para promover um ambiente preparado para as condições sanitárias indicadas, como: distanciamento social; afastamento de grupos de riscos e das mães com filhos menores de 10 anos.

Essa parada foi bem planejada, mitigando ao máximo o impacto para os nossos *stakeholders* e, desse forma, nós atuamos em 6 grandes frentes, como vocês podem ver no slide 4. A comunicação foi intensificada em todos os meios de forma a garantir que todos os cuidados necessários, dentro e fora da empresa, fossem compreendidos pelos nossos funcionários, que contam ainda com acompanhando médico disponível 24h por dia, tanto presencialmente quanto por um 0800 dedicado.

Nos preparamos para manter nossos clientes abastecidos mesmo diante de um possível descasamento geográfico na cadeia de valor e, em resposta à redução de demanda e às paradas bruscas das operações em todo o mundo, acionamos os anéis de defesa, o que resultou em maior flexibilidade na nossa produção com transferência de produtos entre linhas, redução de jornadas e salários e suspensão temporária de contratos de trabalho, criação de torres de controle específicas para a reavaliação de todas as despesas da companhia e nós envolvemos nossa cadeia de fornecedores em todas as ações para que também buscassem preservar a saúde dos seus funcionários e para acompanharmos detalhadamente os impactos em suas operações, e, com isso, termos um plano de contingência robusto diante do risco de interrupções, que, felizmente, não ocorreram.



Essas ações também têm relação direta com a preservação do caixa. Sempre administramos a companhia com muita disciplina financeira, e isso tem nos permitido a atravessar esse momento com maior segurança.

Suspendemos temporariamente nossos investimentos, com exceção dedicados à segurança e meio ambiente, bem como cortamos custos e despesas não essenciais. Em abril, adotamos também regimes de trabalho diferenciados com redução salarial e de jornada tanto no Brasil quanto no México, além da suspensão temporária de contratos com base na Medida Provisória 963, do Governo Federal do Brasil.

E a despeito de termos concluído 2019 com uma posição de caixa de R\$840 milhões e alavancagem bastante reduzida, de forma conservadora, ampliamos o nosso colchão de liquidez com empréstimos no valor de R\$ 494 milhões.

E seguimos muito atentos ao nosso resultado financeiro e estratégias de proteção, sendo que no primeiro trimestre tivemos impacto de marcação a mercado de derivativos, que deverão ser compensados pela melhoria do resultado operacional ao longo do ano.

Como ainda há muita incerteza quanto à duração da crise, temos nos concentrado em antecipar cenários e nos prepararmos diante cada um deles.

E agora, para apresentar os principais indicadores do trimestre, eu convido o Thiago, nosso CFO.

Sr. Thiago Struminski: Bom dia a todos.

No slide número 5, apresentamos os resultados do período. As nossas receitas atingiram cerca de 1,1 bi apesar da queda de 24% nos volumes, que foi parcialmente mitigada tanto por serviços de maior valor agregado quanto pela desvalorização cambial.

Nosso resultado operacional foi impactado positivamente por diversas iniciativas de ganho de eficiência que foram implementadas ao longo dos últimos meses, que contribuiu para o crescimento de 12,6% do lucro bruto e 20,2% do EBITDA ajustado, que apresentaram margens de 17,6 e 15,1% respectivamente.

O lucro líquido foi impactado por itens não operacionais, em sua grande medida sem efeito caixa, decorrentes de *impairment* de ativos intangíveis, marcação a mercado e derivativos do instrumento financeiro também utilizado no ajuste dos créditos a receber da Eletrobrás, da desvalorização do peso ante o dólar, que teve impacto aí na base tributária das operações mexicanas.

Então, por fim, nós encerramos o trimestre com posição de caixa de cerca de 1,4 bi, um aumento de 524 milhões em relação a dezembro decorrente, principalmente, da captação de novos empréstimos e da variação cambial sobre o caixa em moeda estrangeira.

Então, no slide 6, apresentamos um volume de vendas de 111.000 toneladas, 24% inferior à do primeiro tri de 2019. Esse resultado foi impactado, principalmente, pelo desempenho das 3 últimas semanas do mês de março por conta da redução dos pedidos, obviamente em função aí da pandemia do COVID. Então, do volume de transporte, infraestrutura e agricultura, 25% foram total ou parcialmente usinados, 23% produzidos em CGI, que, mesmo diante dos ocorridos, eles cresceram frente ao volume de vendas total da companhia.

No slide 7, as receitas apresentam queda de 15%, sendo que a receita por quilo teve um aumento de 12%, 67% tiveram origem no NAFTA, 17% nas Américas do Sul e Central, 13% da Europa e 3%, o restante, da Ásia, África e Oceania. Do ponto de vista de aplicação, 88% de veículos comerciais e *off-road*, 7% de carros de passeio e 4% do segmento de hidráulica.

No slide 8, apresentamos a evolução das receitas do segmento de transporte, infraestrutura e agricultura no mercado interno. Ainda que todos os setores aí foram impactados, veículos comerciais apresentam uma queda de 33%, acima das outras categorias em razão, principalmente, da redução das exportações indiretas, principalmente para o mercado europeu.

O slide 9 indica as quedas das receitas no mercado externo. O destaque negativo aqui ficou para o segmento de *off-road*, caiu um pouco mais, uma queda de 17,9%.

O slide 10 demonstra a performance das vendas no segmento de hidráulica, que corresponderam a 4% das receitas, enquanto no Brasil nós observamos aí a retração das vendas decorrentes desse ambiente de incerteza também político e econômico, obviamente teve os efeitos do COVID, mas, no mercado externo, nós tivemos um impacto aí um pouco mais favorável, que é o mix de produtos e também a desvalorização cambial.

O slide 11 nós deparamos aqui os custos dos produtos vendidos e as despesas operacionais. Então, o CPV totalizou 900 milhões, uma queda de 19%, que resultou numa margem bruta de 18%, aumento de 420 pontos base frente à 2019. Então, esse foi um período de bastante eficiência, com destaque para melhorias no México, então nós tivemos queda de 32% no custo das matérias-primas, obviamente pela redução de volumes também, mas isso aconteceu apesar de um mix mais nobre, uma redução de 4% nos gastos com mão-de-obra, também em função aí na melhoria operacional, diminuição de 5% na linha de manutenção e materiais de terceiros, sendo que os ganhos de eficiência aí do período



compensaram esse efeito de menor diluição de custo fixo e variação cambial. As despesas operacionais tiveram pouco impacto de câmbio e registraram um aumento de 3% ao ano contra ano.

No slide 12, demonstramos o EBITDA ajustado de 165 milhões, um aumento de 20% na comparação com o primeiro tri de 2019, uma margem de 15, aumento de 440 pontos base. A queda dos volumes no período ela foi compensada por esse conjunto de iniciativas de eficiência ao longo do trimestre.

Na parte inferior do slide, registramos um prejuízo líquido de 207 milhões, foram muitos fatores não operacionais aqui, sua grande maioria sem efeito caixa, aí a gente entra em um pouco mais de detalhe aqui no slide 13. O primeiro deles é a marcação a mercado do instrumento derivativo embutido utilizado para ajustar o valor presente dos créditos a receber da Eletrobrás.

Só lembrando, esses créditos eles decorrem do direito ao complemento da correção monetária de empréstimo compulsório dos respectivos juros, tem uma decisão transitada em julgado em 2003. Do valor pleiteado do ano passado, no último trimestre nós percebemos já um valor líquido de 63 milhões, então a jurisprudência sobre o tema indica que ainda existe a possibilidade de a Eletrobrás pagar em ações esse saldo remanescente sendo que o valor a receber, que consta no nosso balanço, reflete esse ajuste, né, que é tratado aí sempre de forma análoga a uma opção de venda, uma *put*, que a Eletrobrás detém aí no caso contra a Tupy.

Então, esse instrumento ele é atualizado trimestralmente, ele é precificado de acordo com o modelo de Black-Scholes e sempre que existem essas variações de valor no ativo elas têm que ser registradas como despesa ou receitas financeiras sem efeito caixa. Então, o impacto dessa marcação a mercado foi uma despesa de 54,8 milhões no trimestre, de novo, sem efeito caixa, ocasionado pela queda do preço das ações da Eletrobrás e o aumento da volatilidade.

Então, só para ter uma ideia, no primeiro trimestre nós tivemos uma receita de 7,4 milhões em função também dessa marcação a mercado desse derivativo embutido.

Então, no slide 4, nós demonstramos aqui que, desde 2016, a companhia realiza operações de *hedge* com o intuito de mitigar os riscos de variação cambial no seu fluxo de caixa futuro, então isso é fruto do descasamento aqui de receita e custos em relação à moeda funcional utilizada em cada país. Então, sendo que 70% da receita de componentes produzidos no Brasil ela tem relação com o dólar e os custos estão, em sua grande maioria, em reais. Por sua vez, o México é um pouco diferente, as receitas estão dolarizadas, enquanto mais ou menos 40% dos custos estão em pesos.



Então, para isso nós utilizamos um instrumento derivativo conhecido como *zero cost collar*, que consiste simultaneamente na compra de uma *put* e uma venda de uma *call* estabelecendo limites inferiores e superiores para a taxa de câmbio.

Então, enquanto os ajustes, no caso, né, que aí pagamentos ou recebimentos são realizados só no vencimento das operações, e eles são muito casados com as receitas futuras, a marcação a mercado ela é atualizada mensalmente. Então, esses efeitos registrados contabilmente como receita ou despesa na linha de variações monetárias e cambiais, acabam impactando aí, impactaram bastante a marcação no primeiro trimestre de R\$245 milhões em função dessa forte desvalorização do real no período.

Então, o desembolso de caixa, com esse processo, ou seja, a liquidação das operações no primeiro trimestre, foi de 17 milhões, mas esse valor foi compensado pelo impacto positivo da desvalorização no real no resultado operacional. É um resultado líquido no trimestre, combinando essas operações, foi favorável em 2 milhões.

Então, atualmente, nós temos operações contratadas até dezembro de 2020, desde março nós não realizamos novas operações, é muita incerteza em relação à demanda, né, e tem uma volatilidade obviamente muito atípica nas taxas de câmbio.

Como esse foi um trimestre de muitos efeitos no lucro líquido, nós fizemos, no próximo slide, um resumo desses itens não operacionais. Então, o primeiro está relacionado aí à marcação a mercado do *zero cost collar*, que eu acabei de mencionar. Então, ela foi parcialmente compensada aí ou mais que compensada pela valorização no operacional, mas também houve valorização das linhas do nosso balanço que estão em moeda estrangeira. Então, o efeito líquido aí é de 138,8 milhões.

Na sequência, temos a marcação a mercado de um instrumento para ajustar o crédito a receber da Eletrobrás, é um impacto já mencionado também de 54,8 milhões. O próximo item consiste em *impairment* de ativos intangíveis. Então, só lembrando, a companhia reconhece como ativo intangível o relacionamento contratual com clientes fruto aí da aquisição das unidades mexicanas em 2012. Então, ele foi valorizado com base na expectativa de volume para os próximos 10 anos.

Então, o agregado das carteiras que compõem o ativo ele apresenta até volumes superiores às expectativas, mas toda vez que o intangível ele é reconhecido por um cliente, a norma contábil não permite a compensação entre essas carteiras. Então, nós realizamos o *impairment* em relação à alguns segmentos que têm apresentado volumes inferiores em função dessa baixa visibilidade da demanda para os próximos meses e aqui principalmente porque o tempo limitado para

recuperação de que o ativo só vai ser amortizado até abril de 2022, então falta tempo, né. Então, como consequência, nós imprimimos aí uma baixa contábil de 34,4 milhões, redução das despesas com depreciação deve ser de aproximadamente 16 milhões no ano.

Então, por último, observe aqui o efeito da moeda funcional sobre a base tributária nas operações do México. Então, a base tributária dos ativos e passivos das empresas localizadas no México, onde a moeda funcional é dólar, elas são convertidas para peso. Essas flutuações, nas taxas de câmbio, elas modificam as bases tributárias, conseqüentemente, os efeitos cambiais são reconhecidos como receita ou despesa, no caso, como imposto de renda deferido, mas sem efeito caixa. Então, no primeiro trimestre, nós registramos aqui uma despesa de 70 milhões em função dessa desvalorização de 24 milhões no peso frente ao dólar se comparado aí com o trimestre imediatamente anterior, no caso é o quarto trimestre de 2019.

Então, no slide 16, nós mostramos as variações das principais contas de capital de giro, também tomando por base aqui o quarto trimestre de dezembro 19, um aumento de 10 dias na linha de Contas a Receber fruto também da desvalorização cambial, 90% desse montante está em moeda forte, obviamente houve também os impactos da paralisação de alguns clientes, que acabaram nem recebendo os produtos que já foram fabricados no final do trimestr. Então, teve uma elevação de 18 dias de estoque um pouco também em função dessa nossa estratégia para mitigar os riscos de fornecimento de alguns produtos críticos para os nossos clientes que estão localizados em geografias diferentes das que nós produzimos, então alguns dos nossos estoques de segurança foram aumentados.

Nós intensificamos também a flexibilização de produção entre as plantas aí com o objetivo já de aumentar a eficiência operacional, e essa linha também sofre o efeito aqui no caso da variação cambial, os estoques em moeda forte compõem aí praticamente 67% do total.

Então, nós observamos um aumento de 3 dias no Contas a Pagar, ele é decorrente de muitas ações aqui promovidas para o alongamento desses prazos junto aos nossos atuais fornecedores. E o destaque aqui vale para o aumento de 45% na comparação anual da quantidade de fornecedores que aderiram ao nosso programa de adiantamento realizado por instituições financeiras parceiras, né, tem como contrapartida o aumento do prazo de pagamentos.

Então, nós no slide 17, nós indicamos aqui os investimentos nos ativos, 38 milhões, uma queda de 19% se comparado a 2019, e representou 3,5% das receitas no período. Obviamente, essa é uma linha que a gente vai segurar muito aqui no segundo trimestre.

Indo já para o slide 18, a nossa posição de caixa aumentou 525 milhões, então ela é decorrente principalmente da captação de novos empréstimos bancários, aí a gente está falando de uma captação de 494 realizada no final de março. Então, ainda que nós tenhamos uma posição de caixa confortável, essas operações elas tiveram aí como objetivo formar o colchão de liquidez para atravessar um pouco esse momento mais crítico da crise.

Então, a variação cambial também contribuiu para o aumento do caixa, o fluxo de caixa operacional apresentou um consumo de 34 milhões, que é principalmente impactado aí por essas contas de capital de giro.

No próximo slide, número 19, mostramos o endividamento líquido da companhia de 1,2 bi, que corresponde a 1,7 vezes o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses. Então, esse aumento da alavancagem ela se deve, principalmente, ao fato de que 80% da dívida ela está em dólar, ela é convertida pelo câmbio final do período, no caso de 5,20, sendo que as receitas que compõem o EBITDA elas têm como base o câmbio médio, que foi de 4,47, então gradualmente a gente vai capturando esse efeito que ocorre na dívida também na formação do EBITDA.

O percentual de moeda estrangeira obviamente é muito condizente com o nosso perfil de negócios, que esse endividamento ele está praticamente aí num *bond* que tem maturação só em 2024, então em relação ao caixa aí 64% estava denominado em reais.

Então, em função aí da baixa visibilidade dos impactos da pandemia, nós capturamos os 494 milhões com prazo médio de 12 meses, compatível com as taxas de mercado daquele período com o objetivo de formar um colchão de liquidez.

Eu passo agora a palavra ao Fernando para algumas das suas considerações finais.

Sr. Fernando: Obrigado, Thiago.

Bom, no slide 20, a gente pode observar, agora já quase no fim do segundo trimestre, nós observamos um forte impacto nos meses de abril e maio, resultado da paralisação dos nossos clientes por mais de 2 meses com um mix de produtos bastante prejudicado e desequilibrado. Nesse período, nós dedicamos a adotar protocolos ainda mais rígidos para garantir a saúde dos funcionários e preparar uma retomada segura. E, nesse sentido, nós temos atuado de forma bastante flexível adequando a linha de produção à demanda e formação de estoques próximos aos clientes.

A preservação do caixa segue sendo prioridade, mantendo a disciplina financeira que temos cultivado, bem como a ativação dos nossos anéis de defesa, que eu já

mencionei anteriormente, e o que tem nos proporcionado passar pelo momento atual.

Por outro lado, nós acreditamos que os meses de abril e maio foram os picos da crise e enxergamos uma retomada gradual a partir do terceiro trimestre de 2020 devido à nossa exposição ao mercado externo e principalmente a países e têm uma economia mais dinâmica que a brasileira e que têm anunciado estímulos substanciais.

Nós aproveitamos também este período para preparar um robusto plano de retomada para a companhia, que foi ativado já na semana passada.

A partir do slide 21, um pouco de mercado, nós temos observado algumas notícias indicam que estamos no rumo de uma retomada relativamente robusta nos Estados Unidos, sinais positivos do segmento de construção residencial, como pedidos de financiamento e aumento do consumo de combustíveis.

Algumas categorias, como de *pick-ups* pesadas, têm apresentado volume de vendas muito próximo dos patamares pré-crise, inclusive as concessionárias de veículos já têm reportado a falta de modelos, o que vai acelerar a produção das montadoras para manter os estoques abastecidos. Os nossos principais clientes nesse setor anunciaram retomada de produção em níveis pré-crise já no início de julho.

Bom, para o segmento de *off-road*, especialmente construção e mineração, a expectativa é que essa retomada aconteça apenas em 2021. Porém, essa recuperação pode ser acelerada pelos investimentos em infraestrutura, que eu já comentei anteriormente, algo próximo a US\$1 trilhão nos Estados Unidos, e há um programa semelhante na Europa.

No Brasil, além da redução da taxa de juros, o segmento de pesados deve se beneficiar do desempenho positivo da agricultura, que deve impactar também a demanda por equipamentos agrícolas. Os distribuidores de diesel, por sua vez, já indicaram o atingimento de níveis pré-crise. E essa informação ela é muito importante porque ela indica a elevada taxa de utilização dos equipamentos nesse período, ou seja, tanto no Brasil como nos Estados Unidos, os caminhões e os equipamentos agrícolas continuaram operando com elevada taxa de ocupação e utilização nesses últimos meses embora nós não tenhamos visto a substituição.

E, falando em futuro e olhando para a Tupy, vale ressaltar que a aquisição da Teksid ela contribuirá para fortalecer ainda mais o nosso modelo de negócios tanto pela oportunidade de oferecer novos produtos e serviços quanto pelas inúmeras sinergias decorrentes do processo de integração, sendo que, no momento, nós estamos aguardando a aprovação das autoridades *antitrust* para a conclusão do negócio.

A Teksid tem um time excepcional e juntos nós vamos conseguir agregar ainda mais valor aos nossos clientes oferecendo soluções cada vez mais inovadoras e sustentáveis. Nós temos certeza de que as empresas, com governança diferenciada e balanço saudável, terão um importante diferencial competitivo no cenário pós-pandemia.

Indo para o slide 22, tocando um pouco no tema de ESG, nós ocupamos um papel de liderança não só em nosso segmento, mas também junto aos nossos funcionários e nas comunidades em que estamos presentes. Em nosso plano de ação, buscamos entender a realidade e as necessidades específicas de cada região e qual a melhor forma para contribuirmos. Em Joinville, por exemplo, em parceria com o governo municipal, foi criado o centro de triagem e testagem do COVID-19, localizado em nossas instalações esportivas. Com capacidade para atender até 150 pessoas por hora, ele tem evitado a superlotação do sistema de saúde local.

Nós também alcançamos as comunidades do Brasil e do México com doação de equipamentos de proteção individual, vestimentas e alimentos e fizemos a manutenção e fabricamos equipamentos hospitalares, e até desenvolvemos um software para a gestão das informações do sistema de saúde local.

Essas e outras iniciativas vocês podem continuar acompanhando na nossa página no LinkedIn, a qual convido todos a seguir. Todas essas ações estão atreladas ao nosso compromisso com a comunidade, expresso em nossa missão e nos nossos valores e que são contempladas em nossa jornada de sustentabilidade, que permeia todo o negócio da companhia e na qual buscamos constantemente evoluir avaliando nosso impacto em toda a cadeia de valor, e, para isso, além de um forte compromisso da liderança, contamos com o acompanhamento do nosso Comitê de Governança e Gestão de Pessoas, bem com o envolvimento de todos os nossos *stakeholders*.

Eu novamente agradeço a atenção de todos e nós podemos iniciar a nossa sessão de perguntas e respostas.

Sessão de Perguntas e Respostas

Operadora: Senhoras e senhores, iniciaremos agora a sessão de perguntas e resposta. Para fazer uma pergunta, por favor, digite asterisco 1. Para retirar a sua pergunta da lista, digite asterisco 2.

Esta teleconferência é exclusiva para investidores e profissionais de investimento.

Nossa primeira pergunta vem de Catherine Kansalar, do BBI.

Sra. Catherine: Bom dia, prezados, bom dia a todos. Primeiramente, parabenizar a companhia pelas iniciativas em relação ao combate do coronavírus. Parabéns a todos os envolvidos pelo esforço e resultados.

Bom, a minha primeira pergunta é, considerando as sinalizações da companhia, as sinalizações recentes sobre o aumento da exposição ao mercado norte-americano, como a gente pode ver a companhia se posicionando diante dessa estratégia e quais os fatores que, de fato, motivaram essa decisão?

A minha segunda pergunta, já vou emendar, é se a gente pode ver uma mudança no plano de Capex diante desse robusto plano de retomada que vocês comentaram que foi colocado em prática aí na semana passada. Qual o nível a gente pode esperar, se a gente pode esperar uma alteração substancial? Muito obrigada.

Sr. Fernando: Oi, Catherine, muito obrigado pela pergunta. Bem, nós estamos preparando a companhia, nós observamos, como padrão de outras crises que você observa a mobilização de diversos governos, existe uma situação importante em construção e infraestrutura, existe uma mobilização dos governos para promover incentivos para desenvolvimento de infraestrutura, nós temos uma crise sanitária no mundo e nós sabemos que há uma necessidade muito grande de infraestrutura no mundo, então nós temos uma expectativa que, a partir de 2021, especificamente nesse setor, nós devemos começar a observar uma retomada muito grande para o setor de construção porque é uma carência no Brasil, é uma carência no exterior.

Nos Estados Unidos, têm infraestruturas obsoletas que precisam ser substituídas, na Europa também e no restante do mundo nós observamos necessidades sanitárias intensas, desde rede de esgotos, água potável, eletricidade, construção de hospitais e assim por diante. E claramente, lá no início, a nossa estratégia sempre foi perseguir isso, sempre foi perseguir... teve um marco de saneamento que foi votado no Senado essa semana, né, que vai trazer um incentivo novo e isso vai afetar diretamente a Tupy, isso é muito positivo para nós para caminhões, para máquinas.

Então, desde o início, nós sempre enxergamos o mundo com essa necessidade de Capex e nós fomos buscar clientes que fossem aqueles que nós entendemos os vencedores desse processo de transformação que o mundo vai precisar atravessar e por isso a gente tem muita certeza de que a nossa oferta de produtos mais sofisticados e ligas especiais, de serviços de usinagem, de montagem de componentes e equipamentos elas vão progredir não só apenas no volume unitário, mas também no valor que nós estamos agregando para os nossos clientes, tá?

Então, eu vou dar uma geral, aproveitar a sua pergunta para dar uma geral de mercados. A Tupy é uma companhia que tem uma exposição muito grande aos Estados Unidos, mais de 60% da nossa receita, mas também uma exposição muito importante à Europa. A Teksid traz também mais exposição à Europa. Bom, nesse setor, a gente observa, primeiro, o setor de *pick-ups* e especialmente essas *pick-ups* que servem a pequenos negócios, não as *pick-ups* de lazer, mas as *pick-ups* que servem a pequenas empresas, construção, pequenos negócios, setor agrícola, essas elas têm sido vendidas, continuaram sendo vendidas, os estoques baixaram e a gente enxerga aí previsões bem interessantes ainda para este ano neste setor.

O setor de construção eu já falei e, historicamente, se vocês olharem os padrões de outras crises, nos anos que sucederam às empresas, nós vemos anos interessantíssimos do setor de construção no período pós-crise.

O setor agrícola vai bem no Brasil, aparentemente está indo bem nos Estados Unidos também. Tem uma informação importante no setor agrícola: a frota de equipamentos ela está no período mais... ela é a mais velha de todos os tempos, ela está madura para iniciar um novo período de renovação e a gente acredita que esse período de renovação deve acontecer nos próximos anos. Isso também aconteceu na crise de 2008-2009.

E caminhões, né, caminhões é um sentido amplo, nós viemos de anos muito bons de vendas de caminhões nos Estados Unidos, mas nós tivemos um hiato agora. Os caminhões continuaram operando, a gente monitora isso por índices de frete, índices de consumo de diesel e não houver substituição nesse período e a gente acredita que todos os efeitos de políticas expansionistas, que as pessoas que têm dinheiro as pessoas consomem, você tem uma movimentação maior, o *e-commerce* é um dos elementos porque o *e-commerce* as pessoas recebem em casa, você tem uma necessidade muito maior de equipamentos, e também nós acreditamos que isso vai incentivar a venda de componentes para frente.

Então, nesse contexto todo, nós não precisamos de Capex – eu acho que você fez uma pergunta importante –, o nosso Capex está voltado, nós temos um projeto aí de aquisição, evidentemente da Teksid, e projetos de avanço na cadeia de valor dos nossos clientes, que nós devemos continuar investindo em mais usinagem e montagem nos próximos anos. Nós estamos discutindo projetos com nossos clientes e a gente acredita que essa é uma tendência irreversível e a Tupy deve avançar. Então, na mesma base de venda física que nós temos hoje, nós provavelmente vamos gerar mais receita ao longo dos próximos anos porque eu vou agregar mais serviços sobre ela mesma, tá?

Eu acredito que eu respondi mais. Obrigado.

Sra. Catherine: Claro, muito obrigado pelas respostas. Excelente, obrigada.

Operadora: A próxima pergunta é de Marcelo Motta, do Banco JP Morgan.

Sr. Marcelo: Oi, bom dia a todos. Duas perguntas também. A primeira, eu acho que o Fernando já comentou um pouco sobre as expectativas para junho, como os mercados estão melhorando, mas, quando a gente olha os números da empresa para abril e maio, enfim, eu acho que foi o pior. Então, eu queria entender um pouco como é que está esta retomada, enfim, em termos de volume, o câmbio, enfim, ajuda a suavizar esse impacto na receita? Então, eu acho que, olhando mais talvez para dentro da Tupy do que para o mercado, se a gente já poderia esperar que junho foi melhor do que abril e maio.

E também, quando a gente olha para as margens, enfim, a gente começou a ver aí o reflexo de todas as iniciativas que a empresa fez nos últimos anos, o benefício de um real mais depreciado. Eu queria entender também se, para segundo tri, enfim, apesar de talvez marcar o vale aí desse momento, se tem alguma iniciativa adicional que não foi vista ao longo do primeiro tri. E aqui, enfim, acho que uma parte você tem suspensão de contrato de trabalho, redução da jornada, mas entender se, enfim, talvez as férias já foram usadas aí você não consegue usar isso no segundo tri, se tem mais alguma coisa que poderia passar do lado positivo ou do lado negativo para a empresa, enfim, *offsetar* esse impacto dos volumes mais baixos no segundo tri. Obrigado.

Sr. Thiago: Marcelo, obrigado pela pergunta. Aqui é o Thiago falando. Eu acho que nós tentamos dar aqui um pouco de clareza, na medida no possível, na nota do 29 do nosso ITR em evento subsequentes e aí a gente indica um pouco do que aconteceu nos meses aí de abril e maio, em que, na média, a gente ficou com uma venda física próximo de 70% abaixo do que era o desempenho do ano passado.

Então, esses, sem dúvida, foram os meses mais difíceis do ponto de vista de gestão e acomodação desses volumes. O que nós observamos nos Estados Unidos, que a maioria das montadoras e dos nossos clientes voltaram em meados de maio, de acordo com os respectivos acordos com o sindicato local, o que demorou um pouco mais para acontecer para aqueles que estavam localizados no México, que aí por outros motivos essa parada acabou se estendendo um pouco mais.

Então, o que nós observamos no mês de junho já é quase a totalidade dos nossos clientes operando e julho começa a sinalizar o que eventualmente seria um ritmo um pouco mais próximo da realidade, mas ainda reconstruindo, né. Então, o que nós fizemos ao longo desse trimestre foi lá para caixa. Nós abandonamos, entre aspas, o EBITDA, foram muitas decisões olhando para dentro, às vezes até consumindo materiais mais caros em um processo que eventualmente poderia ser

feito com produtos de custo inferior, mas sempre privilegiando o que está dentro da companhia, que eventualmente iria evitar esse desembolso de caixa, né.

Então, eu acho que nós tivemos muito sucesso em fazer isso até maio. Obviamente que junho a gente já começa a receber um pouco mais o impacto, principalmente no Contas a Receber, dessa queda que houve em volume a partir de abril e a gente precisa administrar. Mas eu acho que tem sido muito grande o esforço na direção da proteção do caixa e obviamente vai ser um trimestre ruim, vai ser um trimestre difícil para todo mundo em função dessa queda de volume.

Sr. Marcelo: Perfeito. E sobre as margens? Só para entender um pouco se tem mais alguma coisa para passar, tanto positivo ou negativo em termos de iniciativas.

Sr. Thiago: Bom, eu acho que o grosso aqui da gestão das margens são iniciativas focadas à diluição desses custos fixos que a gente tem dificuldade em administrar. Eu acho que no Brasil nós tivemos um grande esforço dos nossos colaboradores aqui que nos ajudam, obviamente nós tivemos a MP 936 que foi um grande impulso para poder nos ajudar a fazer essa acomodação, no México também fizemos um esforço na direção de consumo de banco de horas, adiantamento de férias para tentar, na medida do possível, manter esses empregos e também ter uma clareza superior ao que eventualmente será esse desempenho do segundo semestre.

Sr. Fernando: Eu acho que, desculpe acrescentar ao Thiago, Marcelo, nós tivemos um diálogo muito franco com os funcionários desde o início de que nós precisaríamos todos nos sacrificar, então todos os funcionários da companhia entenderam que precisavam do sacrifício coletivo para que a gente preservasse o maior nome de empregos na companhia porque nós estamos enxergando um momento de retomada e nós não queremos perder o talento. Então, todos se uniram e eu realmente quero agradecer aqui todos os funcionários da companhia por esse compromisso intenso com a companhia, essa compreensão, e todos eles estão se sacrificando em favor de melhoria, da preservação dos empregos na companhia, da preservação dos talentos, que vai nos favorecer na retomada.

Eu acho que, evidente, tem muitos efeitos aí adversos nesse trimestre, tem um custo fixo elevado, uma produção baixa, a fábrica parada, o Brasil estava parado semana passada e nós paramos integralmente, porém, existe uma jornada que nós iniciamos aí há 18 meses de ganhos de eficiência operacional que nós temos evoluído bastante, tem uma jornada comercial de renovação da carteira de produtos e, como eu sempre falei, nós não conseguimos em 2019... nós mostramos indicadores muito interessantes da carteira de produtos, percentual de CGI, percentual de usinagem, porém, nós não conseguimos converter isso em margem.

E isso está começando a ocorrer agora, a gente vê a organização muito melhor, nós trouxemos muitos novos líderes, entre gerentes e diretores da companhia, nós temos 38 novos líderes num universo de 70 nos últimos 18 meses. Então, essa renovação da liderança da companhia, que nós trouxemos para processos mais eficientes, tradução de processos que a companhia não conseguia conduzir bem – compras é um principal exemplo – nós temos um time bastante renovado, tem feito, só que eles ainda não entregaram tudo e evidentemente um momento como esse não ajuda para entregar tudo aquilo que a gente entende de potencial.

Então, eu acredito que esta jornada ela apenas começou e essa jornada de ganho de eficiência da companhia ela tem muito a avançar nos próximos meses, seja na fundição, seja na usinagem, seja na gestão de compras, seja na eficiência da mão-de-obra, seja na eficiência dos processos de automação, ou nos projetos de *data analytics*, que nós já falamos com vocês. No final do ano, a gente deve ter um Tupy Day para explorar bastante tudo isso, que é muito interessante, os projetos de inteligência artificial, que estão andando, carga do forno, melhoria da qualidade de produtos, jateamento, consumo de energia, redução do consumo de energia da companhia.

Então, tem muitas iniciativas em andamento, tem um time renovado, tem um time muito jovem e capaz, nós estamos realizando muitas coisas em muitas frentes, e a venda da Teksid só vai multiplicar tudo isso porque nós vamos certamente levar muito disso para a Teksid, e a gente espera aprender muitas coisas da Teksid, como sistema de produção que a Teksid adota, que é o WICM (*sic*), que é um sistema de produção muito mais sofisticado que a Tupy adota, e outras práticas que nós entendemos que têm lá que vão também contaminar positivamente a Tupy e as 2 empresas vão sair muito fortes desse processo, tá? O *footprint*, a realocação de produtos entre as plantas, onde é mais eficiente.

Então, tem muita... e a gente realmente usou esse período para trabalhar nesse planejamento, para afinar esse planejamento. Por isso que eu falo do plano de retomada, o plano de retomada envolve a Tupy, mas também envolve o plano de criação de valor a partir do momento após o *closing*, tá?

Sr. Marcelo: Perfeito, muito obrigado, Fernando. Obrigado Thiago.

Operadora: Com licença, caso haja alguma pergunta, queiram, por favor, digitar asterisco 1.

A próxima pergunta vem de Werner Roger, da Trígono Capital.

Sr. Werner: Bom dia a todos. Parabéns aí pela apresentação e pelos resultados, né, dado essas dificuldades principalmente no setor industrial.

Na apresentação foi comentado que o primeiro trimestre ele foi prejudicado por um mix mais pobre, então são 2 perguntas: a primeira é exatamente o que foi isso, né; e se o mix com *pick-ups*, que é o que o mercado que está demandando mais, ele é um bom mix ou também é um mix mais pobre em termos de margem?

A segunda pergunta, nós participamos de algumas *lives* com montadoras e outros órgãos a respeito da renovação da frota, de tirar realmente a sucata ambulante aí e realmente substituir por produtos mais econômicos e mais lentos, e nos disseram que – até o ministro Paulo Guedes está envolvido – parece que dessa vez é sério. A Tupy tem alguma notícia a respeito do andamento desse processo aí realmente de renovação de frota? Obrigado.

Sr. Fernando: Oi, Werner, bom dia, obrigado pela pergunta. Só, primeiro, um questionamento. Na verdade, o primeiro trimestre nós tivemos um mix melhor, nós continuamos progredindo e você pode observar isso pelo índice de usinagem, pelo índice de CGI. A informação sobre um mix deteriorado se deu no segundo trimestre, que nós mostramos ali a carteira de abril e maio que ela demonstra um desequilíbrio porque você teve uma venda desequilibrada, movimentações e assim por diante. Então, efetivamente é isso e o segundo trimestre realmente ele é muito difícil para a gente encontrar parâmetro em alguma coisa.

Mas o primeiro trimestre, que, na verdade, ele acabou sendo interrompido praticamente 3 semanas antes do final – isso é muito importante porque todos esses indicadores foram muito bons –, mas nós não tivemos um trimestre cheio e ainda assim nós fomos muito melhores que o ano anterior, com volume 24% menor e todos os índices melhorados e nós ainda tivemos que arrastar o custo fixo essas 3 semanas finais, nós paramos a fábrica, então a primeira parada ela ocorre ainda dentro do primeiro trimestre, tá?

Então, eu gostaria sempre de reforçar que a companhia ela tem um amadurecimento de eficiência operacional que nós vamos explorar grandes benefícios nos próximos trimestres.

Bom, sobre quanto à renovação de frota, acho que o Sindipeças ((inint – barulho de fundo)) [0:51:04] essa discussão, tá? Todos sabem, o Sindipeças ((inint – barulho de fundo)) [0:51:08]. Só para manter sob a ótica, o Brasil tem cerca de 2 milhões de caminhões rodando e mais de 80% desses caminhões eles têm uma condição de emissões muito ruim. Então, tem uma discussão sobre Euro VI, que deveria entrar no Brasil agora em 2022-2023 que continua, mas nós, na Tupy, a gente entende que deveria haver muito mais esforço na direção de substituir esses 80% por caminhões Euro V.

Esse seria o maior benefício ao meio ambiente do Brasil do que qualquer outra iniciativa que se possa imaginar do ponto de vista de transportes, porque tem outras iniciativas no Brasil que seriam mais efetivas, mas, do ponto de vista de

transporte, efetivamente nós não precisamos motores novos, nós precisamos ter controle sobre os motores antigos, os veículos antigos e substituí-los.

Então, esse é um movimento que, sim, existe esse movimento, gera eficiência e produtividade para o país e gera benefícios ambientais. Então, eu acho que essa agenda ela está muito mais... os nossos governantes, autoridades estão muito mais sensíveis a essa agenda e, sim, há uma discussão, mas evidentemente ela tem ((inint – barulho de fundo)) [0:52:28] específicos e precisamos entender como podem ser financiado, que não é a resolução mais ((inint – barulho de fundo)) [0:52:30] dessa equação diante das outras ((inint)) [0:52:34] agora.

Mas existe sim, essa discussão está em andamento e liderada pela ANFAVEA e pelos ((inint – barulho de fundo)) [0:52:40].

Sr. Werner: Só em relação ao mix de *pick-up*, ele ((inint)) [0:52:45] o mix ou médio? Como que poderia classificar as *pick-ups* em termos de margem e de inserção de tecnologia?

Sr. Fernando: É assim, *pick-ups* é um setor, veja, muito grande, né, então às vezes a gente generaliza. A Tupy ela é muito forte nas *pick-ups* pesadas, tá, nas *pick-ups* diesel, são as *pick-ups* que puxam mais carga, são mais caras, mas que servem pequenos negócios, em aplicações que realmente o diesel é importante, ele é mais limpo, ele gera mais torque e ele gera mais eficiência para o uso. Sempre lembrando que diesel onde há necessidade de eficiência, onde há necessidade de eficiência operacional e ganho econômico, diesel é sempre uma mera opção à gasolina.

Nós também esperamos nas *pick-ups* nessas aplicações pesadas nos motores a gasolina, nós também participamos com nossos clientes, fornecemos a eles ((inint – barulho de fundo)) [0:53:48], tá. Então, esse é um setor que continua crescendo, evoluindo. Eu acho que está havendo expansão de capacidade também pelos nossos clientes para produção de mais veículos porque eles têm operado em volumes altos por muitos anos e, aparentemente, nós continuamos a observar uma demanda crescente.

O mix americano tem migrado, continua a crescer entre carros baseados em *pick-ups* versus sedans, tá? Mas esse é um universo muito maior, é um universo que a predominância ainda é de alumínio, não necessariamente é o nosso caso. Tem algumas iniciativas de eletrificação que também não chegam exatamente no produto que a Tupy fabrica. O produto da Tupy é para movimentação de carga, tá. Acho que sempre tem que ter em mente a movimentação de carga, que é onde o produto da Tupy está. Então, bens de capital, não são bens de consumo.

Sr. Werner: Ok, obrigado.

Operadora: A próxima pergunta vem de Thaís Cacello, do Itaú.

Sra. Thaís: Oi, pessoal, tudo bem com vocês? Obrigada pelo tempo. Aqui do meu lado, eu tenho 2 perguntas, por favor. A primeira é relacionada à receita. A gente viu que houve uma reclassificação do histórico da receita por tipo de aplicação e a gente queria entender melhor os motivos por trás disso, por favor.

A gente viu que os grandes números se mantiveram, né, então receita total, receita por mercado doméstico e etc., mas por tipo de aplicação a gente viu que houve aí a reclassificação do histórico. Essa é minha primeira pergunta, e depois eu queria fazer uma segunda, por favor.

Sr. Thiago: Thaís, esse é o Thiago, obrigado pela pergunta. Nós sempre temos alguma dificuldade na classificação das receitas por segmento uma vez que não está claro para nós aonde termina o nosso produto, né. Então, nós sempre fazemos um esforço de, para efeito de *valuation*, né, de quem está modelando a companhia, tentar refinar aonde esse produto termina. Então, toda vez que a gente tem um pouco mais de clareza, a gente fazer esses ajustes porque o mesmo produto que nós vendemos ele serve diferentes setores, às vezes 3, 4 diferentes setores, de construção, energia, às vezes vai equipado num veículo comercial. Então, isso é razoavelmente frequente, a gente obviamente tenta não mudar tanto o histórico, mas sempre com o objetivo de melhorar o *valuation* de quem está analisando a companhia.

Sra. Thaís: Tá certo, obrigado, Thiago. E minha segunda pergunta é margem bruta e margem EBITDA ajustada, as 2 margens aí para vocês também fortes, né, nesse trimestre, no primeiro tri, e a gente sabe que o curto prazo vai ser bem impactado, atípico. Mas a pergunta seria se essas margens são sustentáveis para frente sem Teksid, né, num primeiro momento. Então, se essas margens seriam sustentáveis para o futuro, por favor.

Sr. Thiago: Bom, Thaís, o que nós observamos no primeiro trimestre – e aí o Fernando foi muito feliz aqui e taxativo em dizer que – perdemos, entre aspas, 3 semanas de volume e desempenho uma operação muito forte. Então, o Brasil já vinha com uma boa performance, o México melhorou, então o que nós observamos é que, a despeito de como estará esse volume lá na frente com o nível de câmbio que a gente projeta, sem dúvida, a gente consegue ter boas margens dali para frente. Então, a gente acredita que, sim, obviamente a gente tem que atravessar esse curtíssimo prazo aí de volatilidade da pandemia, mas, sem dúvida, eu acho que nós podemos inclusive melhorar o que nós fizemos no primeiro trimestre.

Sra. Thaís: Tá ótimo, obrigada.

Sr. Thiago: Obrigado, Thaís.

Operadora: Senhoras e senhores, lembrando que para fazer perguntas, basta digitar asterisco 1.

Com licença, encerramos nesse momento a teleconferência da Tupy. Gostaria de passar a palavra ao Sr. Fernando para as considerações finais.

Sr. Fernando: Bem, obrigado. Nós agradecemos às perguntas e à participação de todos no *call* e eu reforço que seguimos confiantes na nossa estratégia de atuação e crescimento.

Muitas têm se dedicado a entender como será o novo normal e nós acreditamos que essa pandemia trará consequências duradouras no comportamento das pessoas e na forma de fazer negócios. Por exemplo, já é notável o crescimento de comércio eletrônico que depende de centros de distribuição, equipamentos de movimentação de carga e equipamentos de distribuição.

Além disso, a nossa expectativa é que, diante do impacto social e econômico trazido por uma crise essencialmente sanitária, sejam discutidos temas como acesso a saneamento básico, água potável, hospitais e infraestrutura e que permita uma condição de vida digna, aí que demanda investimentos em todo o mundo.

Nós estamos aqui discutindo realmente o foco dos investimentos onde devem ser colocados porque tem pessoas sofrendo, pessoas que têm necessidade, pessoas que estão expostas e acho que a sociedade ela está se virando a isso, isso certamente vai em linha com os fundamentos da companhia que nós projetamos lá atrás.

A Tupy completou 82 anos em março e, nesse período, ela já passou por muitas crises de natureza financeira, cambial, societária e, mesmo diante de todas as adversidades, ela sempre demonstrou resiliência e, dessa vez, nós podemos garantir que não vai ser diferente.

Toda a transformação pela qual já vínhamos passando foi acelerada e nós alcançamos um novo patamar de maturidade nos nossos processos, na nossa flexibilidade, na nossa eficiência operacional e na agilidade na tomada de decisões. Além de tecnologia, nós investimos muito em governança, gestão de riscos e disciplina financeira. Esses pilares têm nos permitido atravessar esse período com relativa tranquilidade e nos fazem acreditar que sairemos fortalecidos com todos os aprendizados que temos vivenciado. Nós temos um foco genuíno em geração de caixa líquida aos nossos acionistas.

Eu tenho muito orgulho e honra de liderar o time da Tupy especialmente nesse momento. Eu quero aqui agradecer o comprometimento e dedicação de todos os



funcionários pelo apoio e o nosso Conselho de Administração e os nossos acionistas, que também têm sido absolutamente apoiadores das nossas estratégias e do encaminhamento que nós temos dado aos diversos assuntos.

Eu agradeço à atenção de todos e desejo um bom-dia e uma boa semana a todos. Muito obrigado.

Operadora: A teleconferência da Tupy está encerrada. Agradecemos a participação de todos e tenham uma boa tarde.